

Mobil místo peněženky: 9 z 10 mladých Čechů platí telefonem

28.8.2025 - Komerční sdělení | ČTK

Přes 90 % mladých lidí využívá mobilní aplikace k placení, přičemž 61 % z nich několikrát týdně. Zatímco do 17 let platí častěji hotovostí - převážně kvůli kapesnému od rodičů - od dospělosti se mobilní platby stávají samozřejmostí, a to zejména z důvodu rychlosti (77 %) a absence potřeby nosit u sebe hotovost (68 %). Průzkum také ukázal, že 84 % mladých u sebe fyzickou platební kartu nosí, ale jen 26 % ji aktivně používá, většina ji má jen jako zálohu (58 %). Naopak co u mladé generace příliš nerezonuje jsou QR platby a bankovní převody - QR kódy používají denně jen 3 % z nich, zatímco téměř polovina (48 %) je využívá jen zřídka. Bankovní převody zůstávají okrajovou metodou - denně je zadávají pouze 2 % respondentů.

Podrobnější studie* společnosti Visa zároveň ukazuje, že mladí lidé vnímají banky především jako bezpečné instituce, které jim mají usnadnit každodenní život. Klíčovou roli v tom sehraává bankovní aplikace - více než 9 z 10 respondentů ji využívá pravidelně, nejčastěji ke kontrole zůstatku, potvrzení plateb nebo sledování výdajů. Při výběru banky kladou důraz na jednoduchost, bezpečnost a možnost vše vyřešit digitálně. Technologie pro ně musí být samozřejmé, intuitivní a rychlé - stejně jako samotné placení.

„Výsledky průzkumu potvrzují, co ve Visa dlouhodobě sledujeme - mladá generace se rychle přizpůsobuje novým technologiím a mobilní telefon je pro ni přirozenou součástí života. Zároveň je patrné, že bezpečnost v digitálním prostředí je pro mladé klíčová. Vidíme výrazný posun v tom, jak mladí lidé přemýšlejí o hodnotě peněz a možnostech, jak s nimi nakládat. Naším úkolem je poskytnout jim nástroje a informace, které jim pomohou jejich finanční dovednosti dále rozvíjet,” vysvětluje Hana Wasserburger, **ředitelka poradenských služeb Visa pro Česko, Maďarsko a Slovensko.**

Investice lákají, ale chybí informace

Pětina mladých (19 %) má peníze pouze na běžném nebo spořicímu účtu. Přesto touží po pasivním příjmu - hlavní motivací je obava z inflace (38 %). Za dobrou zprávu by se dalo považovat, že pouze 8 % nemá o investování zájem. Mladí s příjmem nad 30 tisíc korun měsíčně se nebojí rizikovějších investic. Ženy volí tradičnější způsoby zhodnocování peněz, kdy 3/4 z nich mají peníze na spořicímu účtu a pětina (20 %) v akciích. Naproti tomu muži dvakrát častěji investují do akcií a ETF. Hlavní překážku v investování pro mladé představuje nedostatek informací, jak s ním začít - obzvláště pokud nemají vysoké úspory. Nejčastějšími zdroji informací jsou pro ně přátelé (29 %), rodina (29 %), finanční weby nebo banky (27 %). Nejvíce by je k postupnému investování motivovala možnost začít investovat s menší částkou (38 %).

„Mladí dnes zvládnou obsluhovat vlastní finance dříve, než dostanou první výplatu. Umí si zaplatit mobilem, najít výhodnou nabídku online a přesně ví, kolik mají na účtu. Co jim ale často chybí, je širší finanční kontext - znalost rizik, plánování do budoucna nebo odvaha začít investovat. Naším cílem je přiblížit jim tyto dovednosti způsobem, který odpovídá jejich stylu života a myšlení,” řekla Maria Šimůnková, ředitelka neziskové organizace Nekrachni.

„Generace Z se v oblasti investování vyznačuje několika výraznými přednostmi. Mezi ty hlavní patří hlad po informacích a ochota začít s investováním již v mladém věku. Oproti předchozím generacím

lépe zvládají tržní volatilitu – uvědomují si, že mají před sebou dlouhý investiční horizont, a proto v obdobích poklesu obvykle nepanikaří a drží se své strategie s cílem dlouhodobého zhodnocení,” říká Tomáš Kapoun, senior manažer Investment & Insurance MONETA Money Bank.

Přesto zde zůstává prostor pro další rozvoj. „Mladí lidé by se měli více zaměřit na ověřování informací z různých a důvěryhodných zdrojů a vyhýbat se impulzivním rozhodnutím založeným na trendech či doporučeních, například od takzvaných finfluencerů. Častou chybou je také nedostatečná diverzifikace portfolia. Namísto krátkodobě populárních investic by měli častěji zvažovat stabilnější a méně „viditelné“ investiční nástroje, které jim mohou přinést dlouhodobě udržitelný výnos,” dodává Tomáš Kapoun.

Bezpečnost na prvním místě

Mladí lidé si transakce pravidelně kontrolují – 9 z 10 alespoň několikrát měsíčně. Hesla však mění jen při podezření na ohrožení účtu (39 %). S rostoucím příjmem roste i důraz na bezpečnost a potřeba měnit hesla. Nejčastějším způsobem ověření je otisk prstu, rozpoznání obličeje je naopak nejméně oblíbené. Uchovávání dat o transakcích vnímá generace Z spíše neutrálně, s věkem ale roste opatrnost. Více než třetina mladých do 17 let zatím neměla potřebu propojit svou kartu s některou ze služeb, což může být způsobeno tím, že zatím využívají rodinných předplatných nebo za ně službu hradí rodiče. U starších je to v průměru o 10 % méně, přičemž si nejčastěji ukládají kartu u streamovacích služeb, nebo aplikací pro rozvoz jídla.

Mladí volí mobil a pohodlí

Při nákupech online mladí lidé nejčastěji volí digitální peněženky – celkově je preferuje 52 % respondentů. Tento trend je ještě výraznější u starších věkových skupin: od 18 let výše dává digitálním peněženkám přednost 56 % mladých (ve skupinách 18-20, 21-23 a 24-26 let). Naopak u nejmladších (15-17 let) je preference digitálních peněženek výrazně nižší (28 %) a na stejné úrovni je zde i platba na dobírku (27 %), což může souviset s nižší dostupností moderních platebních nástrojů. S rostoucím věkem tedy digitální platby jednoznačně převažují, zatímco tradiční metody, jako je dobírka nebo manuální zadávání údajů, ustupují do pozadí.

O průzkumu:

Sběr dat provedla společnost Perfect Crowd na panelu respondentů v ČR v květnu 2025 po dobu 8 dnů na reprezentativním vzorku české internetové populace ve věku 15-26 let s celkovým počtem 600 respondentů.

*Visa Consulting & Analytics – Gen Z bank customers landscape, Česká republika, 2025 Výzkum byl realizován v květnu 2025 na reprezentativním vzorku 600 respondentů ve věku 16-25 let. Studie se zaměřovala na postoje, zvyky a preference generace Z vůči bankám, financím a technologiím. Klíčová zjištění zahrnují vztah ke spoření, důraz na jednoduché digitální služby, a očekávání bezpečného a intuitivního bankovníctví.

Zdroj: Nekrachni

<https://www.ceskenoviny.cz/tiskove/zpravy/mobil-misto-penezenky-9-z-10-mladych-cechu-plati-telefo-nem/2713974>