

dTest vyhlašuje 18. ročník studentské soutěže Spotřeba pro život. Zaměří se na skutečnou cenu „levné“ módy

10.2.2026 - Lucie Korbeliusová | DTest

Spotřebitelská organizace dTest vyhlašuje již 18. ročník soutěže Spotřeba pro život, která je určena studentům středních a vyšších odborných škol, gymnázií i odborných učilišť. Soutěž tradičně propojuje spotřebitelská témata s aktuálními společenskými otázkami a vede mladé lidi k tomu, aby se v roli spotřebitelů lépe orientovali. Aktuální ročník se opět koná pod záštitou Českého telekomunikačního úřadu a psycholožky se specializací na psychologii reklamy a marketingu Romany Mazalové. Tři vítězné týmy se za odměnu podívají do některého z vysoce specializovaných pracovišť souvisejících s digitalizací státu, sítěmi elektronických komunikací či televizním a rozhlasovým vysíláním.

Zatímco ještě před pár lety si lidé kupovali oblečení několikrát do roka, dnes se nové kolekce objevují téměř každý týden. Trička za pár desítek korun, rychlé trendy a neustálé slevy se staly běžnou součástí každodenního života. Právě proto se letošní soutěž zaměřuje na téma „Jak drahá je ‚levná‘ móda?“.

„Nízká cena oblečení často zakrývá náklady, které na první pohled nevidíme – dopady na životní prostředí, pracovní podmínky v textilních továrnách nebo krátkou životnost výrobků. Soutěž chceme využít k tomu, aby se mladí lidé naučili tyto souvislosti vnímat a přemýšlet o nich v širším kontextu,“ říká k výběru letošního tématu ředitelka dTestu Eduarda Hekšová.

Soutěžní kolektivy mají za úkol vytvořit vzorové vydání spotřebitelského časopisu pro mládež, ve kterém se mohou na téma levné módy podívat z různých úhlů. Nabízejí se například otázky, proč je módní průmysl jedním z největších znečišťovatelů životního prostředí, kdo na rychlé módě vydělává a kdo naopak nese její negativní důsledky nebo jakou roli při našich nákupních rozhodnutích hrají sociální sítě, influenceri, slevové akce a marketingový tlak.

„Zajímavé může být i to, zda skutečně nakupujeme svobodně nebo zda nás trendy a algoritmy nenápadně tlačí k častějším a impulzivním nákupům,“ doplňuje Eduarda Hekšová.

Prostor dostává také spotřebitelský pohled. Soutěžící se mohou věnovat online nakupování oblečení, právům při nákupu na e-shopech a online tržištích, vracení zboží, reklamácím nebo nákupům z druhé ruky. Opomenuta by neměla zůstat ani otázka zdravotních rizik, například výskytu chemických látek v textilu, a možností, jak se jako spotřebitelé chránit.

Soutěž je otevřena tříčlenným redakčním týmům s koordinátorem z řad dospělých, a to jak v rámci školní výuky, tak mimoškolních aktivit. Odborná porota bude hodnotit nápad, odbornost, zpracování i celkový dojem časopisu.

Pět nejlepších soutěžních kolektivů získá věcné ceny a první tři týmy se společně se svými koordinátory podívají do některého z vysoce specializovaných pracovišť souvisejících s digitalizací státu, elektronickými komunikacemi či televizním a rozhlasovým vysíláním. Každá zapojená škola navíc obdrží roční předplatné tištěného časopisu dTest zdarma.

Soutěžní časopisy je nutné doručit v tištěné i elektronické podobě nejpozději do 30. dubna 2026.

Výsledky soutěže budou zveřejněny do 31. května 2026 na webových stránkách www.spotrebaprozivot.cz, kde jsou k dispozici veškeré podrobné informace o soutěži.

Kontakt pro média:

Lucie Korbeliusová, media@dtest.cz, tel.: +420 604 556 874

dTest, o.p.s. je největší českou spotřebitelskou organizací, která v ČR působí již od roku 1992. Je vydavatelem spotřebitelského časopisu dTest, na jehož stránkách jsou publikovány výsledky nezávislých a objektivních testů produktů, varování před nebezpečnými a zdravotně závadnými výrobky, informace o spotřebitelských právech a rady, jak tato práva účinně uplatňovat. dTest je součástí mezinárodní organizace International Consumer Research and Testing (ICRT) a evropské spotřebitelské organizace BEUC.

Poradenská linka časopisu dTest – 299 149 009 – je v provozu každý pracovní den od 9 do 17 hodin a spotřebitelé na ní mohou konzultovat s právními poradci dTestu nejrůznější spotřebitelské problémy, a to za cenu běžného tarifu volání. Od spuštění v roce 2010 této možnosti využily již statisíce spotřebitelů a poradenská linka časopisu dTest se tak stala první a nejvyhledávanější cestou k řešení potíží, se kterými se zákazníci na trhu setkávají.

<https://www.dtest.cz/clanek-12103/dtest-vyhlasuje-18-rocnik-studentske-souteze-spotreba-pro-zivot-z-ameri-se-na-skutecnou-cenu-levne-mody>