

Druhé čtvrtletí patřilo sezónnosti. Růst táhla domácnost, zahrada i letní cestování

15.9.2026 - | HP TRONIC Zlín

Český trh s elektronikou vstoupil do druhého čtvrtletí ve stabilní kondici. Po klidnějším začátku jara se během června naplno projevila sezónnost. Zatímco duben a květen patřily vybavení pro domácnost a zahradu, s příchodem prvních tropických dnů vzrostla poptávka po klimatizační technice i produktech pro cestování. Trh s elektronikou v daném období meziročně rostl přibližně o 4 %. Tahounem nebyla jediná kategorie, ale kombinace sezónních produktů a dlouhodobějších spotřebitelských trendů.

Nákup elektroniky dnes často vychází z konkrétní životní situace nebo potřeby. Zákazníci totiž nepořizují elektro produkty jen ve chvíli, kdy doslouží starý spotřebič, ale často tehdy, když jim nová technologie dokáže ušetřit čas, zvýšit komfort nebo usnadnit konkrétní činnost. Do nákupního rozhodování navíc vedle trvalých plánů vstupují také sezónní faktory – počasí, začátek zahradní sezóny, letní dovolené nebo přípravy na nový školní rok.

„Ve druhém čtvrtletí se velmi dobře ukazuje, jak úzce souvisí poptávka po elektronice s každodenním životem zákazníků. Během krátké doby jsme sledovali, jak se priority změnily. Zájem zákazníků se přesouval od vybavení domácnosti přes produkty pro osobní péči až ke klimatizační technice. Stačilo několik tropických dnů a poptávka se výrazně proměnila,“ říká **František Mikoška, obchodně marketingový ředitel DATART.**

Jaro patřilo domácnosti a péči

Duben a první polovina května tradičně přáli produktům spojeným s domácností. Zákazníci investovali do vybavení, které jim usnadňuje každodenní provoz a šetří čas zejména při úklidu. V meziročním srovnání rostly prodeje robotických vysavačů (+33 %) a tyčových vysavačů (+26 %). Stabilní pozici si udržely malé domácí spotřebiče – automatické kávovary či horkovzdušné fritézy, které zákazníci nevnímají jen jako stylovou novinku, ale jako běžnou součást moderní domácnosti.

Vzrůstající tendenci zaznamenal segment péče o zdraví a osobní hygienu. Prodeje elektrických zubních kartáčků se ve druhém kvartálu meziročně zvýšily zhruba o 30 % a prodeje epilátorů zhruba o 40 %. *„Potvrzuje se tak, že zákazníci stále častěji investují do výrobků, které jim smysluplně usnadňují každodenní péči o sebe sama,“* říká **Mikoška.**

Červen přinesl nákupní impulzy: vedra, dovolené i zahradní sezóna

Začátek léta se rychle promítl do nákupních preferencí zákazníků. Vysoké teploty, blížící se období dovolených i naplno rozběhnutá zahradní sezóna se projevily v zájmu o produkty, které pomáhají zvládnout horké dny, usnadňují cestování i péči o okolí domu. S příchodem tropických teplot rapidně rostla poptávka po technice pro ochlazení domácností-mobilních klimatizacích, ventilátorech i ochlazovačích vzduchu. *„Pocasí patří mezi silné faktory, které dokážou během několika dnů rozhýbat elektro trh. Jakmile přijdou dny s extrémně vysokými teplotami, zájem o klimatizační techniku skokově roste,“* říká **Mikoška.**

V rámci příprav na letní dovolenou se pozornost zákazníků tradičně upřela k elektronice, která usnadňuje cestování a pobyt mimo domov. Největší zájem byl o powerbanky (+10 %), přenosné reproduktory (+8 %), cestovní nabíječky, bezdrátová sluchátka nebo příslušenství k mobilním

telefonům. „Powerbanky se před začátkem prázdnin pravidelně řadí mezi žádané produkty. Zákazníci nechtějí riskovat vybitý telefon při navigaci, fotografování či natáčení videí. Proto volí praktické vybavení, které jim na cestách zajistí dostatek energie, konektivitu i zábavu,“ upřesňuje **Mikoška**.

Letošní teplé počasí přálo zahradní technice. Prodeje zavlažovacích systémů meziročně vzrostly o 98 %, sekaček přibližně o 32 %. „Rostoucí zájem o zahradní techniku není jen důsledkem příznivého počasí. Domácnosti stále více investují do vybavení, které usnadňuje údržbu zahrady a podporuje pěstování vlastních plodin. Zahrada se pro mnoho lidí stává místem aktivního odpočinku i cestou k větší soběstačnosti. Ve městech převažuje poptávka po tiché akumulátorové technice a chytrých řešeních, zatímco na venkově si díky vysokému výkonu nadále drží silnou pozici benzínové stroje,“ doplňuje **Mikoška**.

Online už není alternativou, ale standardem

Digitalizace české společnosti pokročila a proměnila způsob, jakým lidé nakupují elektroniku. Online kanály dlouhodobě posilují svůj podíl a zákazníci přirozeně propojují e-shop s kamennými prodejny.

Online prodej dnes v DATARTu tvoří přibližně 60 % celkového obrátu. Zákazníci očekávají stejnou úroveň služeb bez ohledu na způsob nákupu – rozhoduje především jednoduchost objednání, rychlé doručení, odborné poradenství a doplňkové služby.

„Právě služby představují oblast, ve které se obchodníci mohou odlišit více než samotnou cenou. Instalace spotřebičů, odvoz starého zařízení, prodloužené záruky nebo odborné poradenství jsou dnes součástí celkové hodnoty nákupu a často rozhodují mezi dvěma cenově srovnatelnými nabídkami,“ říká **Mikoška**.

Výhled do druhé poloviny roku

Po letních měsících se pozornost zákazníků tradičně přesune k období back-to-school, které patří mezi významné období na trhu spotřební elektroniky. Domácnosti začínají vybavovat studenty na nový školní rok, zároveň však půjde i o období, kdy řada lidí využije atraktivních nabídek k obměně starších zařízení. „Back-to-school bude důležitým motorem třetího kvartálu, ale nebude jediným. Dlouhodobě vidíme, že zákazníci dnes přicházejí s konkrétní potřebou a často při jedné návštěvě pořídí více produktů napříč kategoriemi. O tom, kdy nákup uskuteční, přitom stále častěji rozhoduje kombinace aktuální životní situace a zajímavé nabídky, které mohou rozhodnutí o nákupu urychlit,“ uzavírá **Mikoška**.

<https://www.datart.cz/novinky/tiskove-zpravy/druhe-ctvrtleti-patrilo-sezonnosti>