

dTest: Zlevňování v Německu - dTest zjišťoval, zda se vyplatí nakupovat za hranicemi

18.6.2025 - Lucie Korbéliusová | DTest

První reakce německých médií se zmiňovaly o významných výhodách pro tamní spotřebitele, ovšem s postupem času se objevují i kritičtější ohlasy. Například že se zlevnění netýká nejběžněji nakupovaných výrobků nebo že avizovaná úprava cen nevyrovná zdražování z posledních let.

dTest se rozjel do jedné ze saských poboček řetězce Lidl a už při přípravě narazil na zádrhel. Společnost totiž zveřejnila pouze celkový počet zlevněných výrobků, nikoliv jejich seznam. Pár konkrétních produktů zmiňují akční letáky, ale ani z nich si nelze udělat představu o tom, co všechno se vlastně zlevnilo. Reklamní materiály navíc pomocí malé hvězdičky u počtu výrobků se sníženou cenou sdělují, že číslo 500 zahrnuje položky zlevněné na celostátní i regionální úrovni.

Ani v samotné prodejně není orientace v cenovkách úplně jednoduchá. Kromě ohlášeného trvalého snížení cen totiž probíhají i obvyklé akce a slevové cenovky jsou i u zboží, kterého se trvalé zlevnění netýká. Porovnáním informací z letáku a reálné situace došel dTest k závěru, že trvalé snížení cen pravděpodobně avizují štítky s lakonickým sdělením „levnější“, bez procentuálního uvedení slevy.

Spíš zbytečnosti

„Tyto cenovky jsme našli u zhruba 50 výrobků, přičemž zvláštní pozornost jsme věnovali těm, které lze koupit i v Česku. Do tohoto seznamu jsme zařadili 38 položek. Musíme potvrdit, že mezi zlevněnými položkami převládají ty spíše okrajové,“ říká šéfredaktorka časopisu dTest Hana Hoffmannová. Snížily se například ceny bio variant některých výrobků, vídeňských párků se sýrem nebo sýru Halloumi. Mezi zlevněnými produkty ale nechyběly ani užitečné položky, jako jsou prací prášky, jablečné a pomerančové džusy či multipack tuňákových konzerv.

Druhou věcí je míra slev. U 38 sledovaných výrobků dosahovala v průměru 6 %. Nejvýrazněji byly zlevněny nakládané okurky (o 20 %), naopak slevy u multipacku nanuků, chlazeného kuřecího masa nebo již zmíněných sýrových párků se pohybovaly okolo 1 %.

Některé položky by se vyplatily

Nejvíce dTest zajímalo, jak si snížené ceny vedou ve srovnání s těmi českými. Spárování českých a německých výrobků se podařilo ve 24 případech. Ne vždy však šlo o totožné produkty. *„Obvykle se lišila velikost balení, protože německé zlevnění se často týká multipacků, které se u nás běžně nenabízejí. V těchto případech jsme cenu českého zboží určili přepočtem české ceny na německý objem. V naší tabulce jsou takové případy označeny speciální poznámkou,“* vysvětluje Hana Hoffmannová.

Většina porovnávaných položek vyšla v německém Lidlu levněji než u nás. Nejvýraznější rozdíl zaznamenal dTest u vložek značky Always. V Německu nabízený gigapack vyšel po slevě o 42,4 % levněji, než kdyby se stejné množství nakoupilo u nás. Výrazně výhodněji se dá za hranicemi koupit i litrová vanička zmrzliny Bon Gelati (-38,3 %) a multipack konzervovaného tuňáka (-38,1 %). Našly se

ale i opačné případy, kdy instantní káva vyšla v Německu draž než v Česku.

V celkovém souhrnu však vyšel nákup v Německu levněji než u nás. „*Za všechny porovnávané položky bychom tam zaplatili v přepočtu 1913,60 korun, což je o 324,40 korun (14,5 %) méně, než kolik by stál stejný nákup v Česku (2238 korun). Přesto se domníváme se, že aktuální zlevnění v německých diskontech nebude pro české zákazníky – vzhledem k položkám, kterých se týká – důvodem k samostatnému nákupnímu výletu,*“ shrnuje za dTest Hana Hoffmannová.

Srovnávací tabulka relevantních výrobků je k dispozici po přihlášení na stránkách spotřebitelské organizace dTest.

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-11639/dtest-zlevnovani-v-nemecku-dtest-zjistoval-zda-se-vyplati-nakupovat-za-hranicemi>