

S kolegy nebo s obrazovkou? Polovina Čechů u oběda debatuje, každý sedmý ho tráví u seriálu

18.6.2026 - | Edenred CZ

Oběd už dávno není pouze rychlou pauzou mezi meetingy, jako spíš ukazatelem digitálních i sociálních zvyků. Češi se sice ve velkém vracejí ke „krabičkám“ a domácí stravě, zároveň ale stále zůstávají věrní servisu klasických restaurací. Vyplývá to z mezinárodního průzkumu Barometr FOOD, který mapuje stravovací návyky zaměstnanců. Data ukazují, že zatímco polovina z nás u stolu stále utužuje kolektiv, pro každého sedmého Čecha se novým spolustrávníkem stal seriál nebo sociální síť. Překvapivě se však nekoná žádná „instagramová revoluce“ - i přes digitální trendy totiž drtivá většina Čechů dává přednost chuti před focením talíře.

Pravidelný oběd v kolektivu je pro české zaměstnance stále standardem, který pomáhá odbourávat pracovní stres. Podle výsledků průzkumu Barometr FOOD se k obědu s kolegy ze stejného oddělení či firmy přiklání 56 % respondentů. Společné stravování zůstává v Česku dlouhodobě nejsilnějším trendem a jasně dominuje nad samotářským obědem (29 %). Alarmujícím zjištěním však zůstává, že přibližně 7 % zaměstnanců v průběhu pracovního dne neobědvá vůbec.

„Z výsledků průzkumu je patrné, že obědová pauza pro nás přestává být jen o prostém nasycení a stává se prostorem pro sociální interakci. Pozitivním posunem je fakt, že mírně klesá počet lidí, kteří u oběda sedí úplně sami – zatímco v roce 2023 to bylo 31 %, aktuální data ukazují 29 %. Na druhou stranu vidíme, že se do kultury stravování stále silněji propisuje digitalizace. Pro část zaměstnanců už není relaxací rozhovor s kolegou, ale digitální únik k oblíbenému seriálu nebo sociálním sítím,“ vysvětluje **Aneta Martišková, členka vedení společnosti Edenred.**

Seriál jako nový spolustrávník

Způsob, jakým se u jídla chováme, prošel v posledních letech proměnou. Zatímco 47 % Čechů během oběda stále aktivně konverzuje s kolegy či přáteli a 26 % se plně soustředí pouze na svůj pokrm, čím dál více se prosazují moderní technologie. Celkem 13 % strávníků si k obědu pouští film, seriál nebo jiný multimediální obsah. Pro tuto skupinu se obědová pauza stává spíše prostorem pro krátký mentální odpočinek u oblíbeného obsahu. Čechům se také stále nedaří zcela oddělit práci od odpočinku – 7 % přiznává, že i při obědě obvykle pracuje, vyřizuje telefony nebo používá notebook.

S digitalizací úzce souvisí i fenomén „Instagramu u stolu“, kdy se jídlo stává vizuálním zážitkem, o který se chceme podělit. Ačkoliv sociální síť občas budí dojem, že bez fotky se dnes neobejde žádný oběd, čeští strávníci zůstávají nohama na zemi. Téměř polovina lidí si jídlo nevyfotí nikdy a dalších téměř 33 % tak činí jen zcela zřídka. I když si jídlo před prvním soustem alespoň občas zdokumentuje necelá pětina Čechů, pro drtivou většinu z nás zůstává polední pauza především praktickou záležitostí. *„Foodies kultura v Česku existuje, ale do každodenního pracovního oběda se nepropisuje. Focení si Češi šetří spíše pro výjimečné příležitosti – luxusní večeři s partnerem nebo víkendovou návštěvu restaurace. Polední menu s kolegou v kantýně si na Instagram zkrátka cestu nenajde,“* doplňuje **Aneta Martišková.**

Kde nejčastěji obědváme?

Nejsilnějším trendem zůstává domácí příprava jídla. Vlastní pokrm přinesený z domova si v práci ohřívá 57 % zaměstnanců – meziroční srovnání přitom ukazuje, že tato preference kontinuálně sílí. Zatímco v roce 2023 tuto možnost zmiňovalo 42 % lidí, v nejaktuálnějším průzkumu je to již více než polovina respondentů. Ruku v ruce s tím jde i rostoucí obliba obědů v domácím prostředí, kterou volí 16 % strávníků (oproti 10 % v roce 2023). Tento posun potvrzuje, že práce z domova a hybridní modely se v českém prostředí definitivně usadily. Klasické restaurace v okolí pracoviště a podnikové kantýny si ale své stálé strávníky drží i nadále.

*„Je zajímavé sledovat, že restaurace dále zůstávají důležitou součástí pracovního stravování. Zatímco v roce 2023 v nich pravidelně obědvalo 22 % zaměstnanců, aktuální data ukazují, že tento způsob stravování preferuje 26 % strávníků. Zaměstnavatelé v současnosti intenzivně řeší, jak motivovat zaměstnance k návratu do kanceláří a stravovací benefity pro ně představují jeden z účinných nástrojů. Nejde jen o příspěvek na jídlo, ale také o nástroj, který podporuje společně strávený čas, týmovou spolupráci a firemní kulturu,“ uzavírá **Martišková**.*

Data z Barometru FOOD potvrzují, že česká obědová kultura je v pohybu. Přestože finanční dostupnost a praktičnost hrají prim, chuť sdílet čas u stolu s ostatními, ať už naživo u debaty nebo skrze sdílenou fotku na sociálních sítích, zůstává hluboko zakořeněna.

<https://www.edenred.cz/tiskove-zpravy/s-kolegy-nebo-s-obrazovkou-polovina-cechu-u-obeda-debatuje-kazdy-sedmy-ho-travi-u-serialu>