



ROZHOVOR

LUBOŠ
KASTNER

EXPERT
NA GASTRONOMII,
SPOLUJATEL
NĚKOLIKA
RESTAURACÍ

ČESKÝ

HOSPODSKÝ

NÁROD SE MĚNÍ

České hospody a restaurace se mění. Čepovaného piva se pije čím dál méně a jídlem, po kterém je největší poptávka, je dnes burger. Co všechno se ještě změní a co nás čeká? Na to se *Reflex* ptal **LUBOŠE KASTNERA (43)**, člena představenstva Hospodářské komory České republiky a Asociace malých a středních podniků nebo spoluzakladatele Food n' Beverage Foundation Czech, jejíž pomocí se snaží kultivovat českou gastronomii.

TEXT VILIAM BUCHERT

FOTO NGUYEN PHUONG THAO

Pivo je český národní nápoj, to jsme slyšeli po staletí. Časy se ale mění, jsme ještě pořád pivní národ?

Jsme. Pivo je pro českou společnost pořád zásadní. Pivo podle spotřebitelských výzkumů vždy u nás hrálo velkou roli, pivní kultura se nevytratí, ale mění se spotřebitelské návyky a vytvářejí se nové. Hospoda byla pro nás po staletí, jak jste o nich hovořil, jakýmsi komunitním centrem. Čtvrť či vesnice, která neměla hospo-

du, jako kdyby neexistovala, byla smutná. Hospody ale na některých vesnicích mizí. Lidé mají totiž doma stále častěji lahvové pivo, rozevírají se kvůli cenám nůžky mezi lahvovým pivem a pivem čepovaným. V obchodních řetězcích je pivo podstatně levnější, v hospodách se naopak zdražuje. Naše pivní a hospodská kultura je stále závislejší na platech lidí, na cenách energií, na nákladech na podnikání v gastronomii. A ty se za poslední léta rapidně změnily, jsou vyšší. A marže na pivu je nižší než na jídle. Přitom pivo je tahákem mno-



NOVODOBÝM HOSPODSKÝM JÍDLEM SE V ČESKU STÁVÁ
BURGER. JE JEDNODUŠŠÍ NA PŘÍPRAVU.

SKLENICE PIVA BĚŽNĚ ZA 100 KORUN, ABYCHOM
PŘEŽILI? V PRAZE TO MŮŽE NASTAT BRZO.

BOJÍME SE, CO BUDE V ROCE 2024. ZEJMÉNA
NA VESNICÍCH V HOSPODÁCH S ČEPOVANÝM PIVEM. ➔

ha hospod, je to důležité, a když se bude pít méně piva ze sudu, nastává problém. To vše, co jsem říkal, se děje. Ještě pořád je na tom ale Česká republika ve srovnání s Evropou lépe, lidé jsou zvyklí chodit do restaurací. Ale změna trendů je neúprosná a vysoké ceny vstupů budou dál situaci měnit. I v roce 2024. **Jak se tedy gastronomii v Česku reálně daří?**

U nás to vždy byl a je celospolečenský fenomén. Koncept české hospody je ale pod obrovským tlakem společnosti, která si navíc myslí, že mu velmi dobře rozumí. Ale úplně mu nerozumí, zejména nerozumí ekonomice tohoto podnikání. Velkým městům, Praze, Brnu a dalším, se obecně v gastro většinou daří. Letos až do konce srpna ale klesaly tržby, v září to kvůli hezkému počasí vystřelilo nahoru a rok 2023 dopadne ve větších městech dobře. Bojíme se však, co bude v roce 2024. Po diskotékách jsou od covidu hospody sektor, kde ubývá nejvíce zákazníků. Zejména v těch s čepovaným pivem a největší problémy mají právě vesnické hospody. Na vesnicích se část spotřeby přesunula do neregistrovaných míst, kde jsou například hasiči, kteří neplatí nájem a další náklady. To je pak těžké konkurovat.

Co s tím?

Je to šance pro aktivní a možná mladší podnikatele. Jasně vidíme, že dnes už nemůže být v každé vesnici hospoda, to nepůjde. Jeden subjekt by ale mohl vyvíjet činnost třeba v pěti vesnicích najednou, tím by snížil náklady a propojil síly. Trendem bude na mnoha místech rozvoj malometrážní gastronomie, aby to ekonomicky vycházelo. Vezměte si Anglii, tam nedostanete v hospodě pivo ke stolu, ale objednáte si ho u výčepu a hned ho zaplatíte, protože by tam tolik obsluhy neuživili. To se může stát i u nás. Bude to na jedné straně o personálních nákladech, ale také i o zážitku. Stále častěji to bude o tom, jak vytáhnout lidi z obýváku a přitáhnout je do hospody, protože se mění celý komplex služeb, mění se život. Jídlo vám dnes dovezou domů, což kdysi nebývalo, nemusíte někdy za ním chodit do hospody, ale pak hospoda nemá ani konzumaci nápojů, například piva, jako v minulosti.

Chtěl jsem udělat vtip, že když Vietnamci dokážou uživit obchody skoro všude, že by mohli začít i s hospodami.

To není vtip. To se už někde děje. Možná se bude jednou říkat „jdeme na jedno k Vietnamci“. Je u toho zajímavé, jak někde pijí lidé čepované pivo a k tomu si dávají vietnamskou nudlovou polívku. Možná brzy lidi z vietnamské menšiny budou dělat i guláš a svíčkovou.

Pít piva byla v českých zemích vždy hodně lokální záležitost, myslím značky piva. Dnes se mi zdá, že velké pivovary expandují a ty menší to mají těžší. Je to tak?

Jde o to, proč někdo dělá gastronomii. Může to být čistě pohled ekonomický, když čepujete něco, co se vyrábí od vás stovky kilometrů. Nebo zda máte prostě tu značku rád. Když ale prolínáte svoje osobní pivní preference do hospody, nedopadá to často dobře. Turistické oblasti v Česku pak fungují jinak. Tam je to hodně záležitost sezónní, třeba kolem řek, kdy je někdy skoro jedno, co tam pijete. Zpět k podstatě vaší otázky. Lidi vždy hledají autenticitu a regionálnost, proto vedle velkých mohou dobře fungovat i střední pivovary a minipivovary. No a pak tady máme Pilsner Urquell, ten má specifickou pozici a tradici. Je to fenomén u čepovaného piva a je to v tomto případě odraz kvality už po mnoho let, inspiruje i další pivovary, nastavuje trendy čepování piva. A kvalita čepování piva se u nás v poslední době změnila k lepšímu. Kdo chce se svou hospodou přežít do budoucnosti, musí mít dokonalé pivo v každém momentu.

Kolik je vlastně v Česku zařízení, kde se můžeme napít nebo najíst?

Na 30 000. Z toho je zhruba třetina hospod. Těmi se české země proslavily. Pak je asi třetina restaurací a kolem deseti procent je kaváren. K tomu připočítejte hotely, kantýny, bary, bistra a stále populárnější fastfoody.

Jaké pivo pijí Češi nejraději?

Styl na hladinku. Ten se prosadil všude. Ovlivňují to i sociální sítě, vidíte u toho na fotkách kvalitně načepovaný nápoj. Ale musíte dostat pivo do čisté, vychlazené a umyté sklenice. To má mimochodem daleko větší vliv na chuť piva, než kdo stojí za výčepem. Spotřebitelé už nechtějí nekvalitně načepované pivo.

Vy provozujete i hospody. Když zklamete člověka, už se nevrátí?

Štamgast vám chybu odpustí, nejsme stroje. Ale když se jedná o dlouhodobý problém, tak vám to zákazník řekne a může vás úplně opustit.



Dnes máme celkem stovky pivovarů včetně těch malých. Nabídka je široká a dobrá. Jak to mění pít piva?

Lidi se daleko častěji ptají, co máte na čepu a proč to máte. Jsme ovšem pořád ještě ležákový národ. Na druhou stranu něco nového zkusíme. A máme dnes mnoho úžasných minipivovarů. Je skvělé, že v současnosti máme tolik druhů piva i u nás doma. Vyrovnáváme se světu a měli bychom i na zahraniční piva koukat pokorněji, protože mnohé jsou velmi dobré.

Jak si vlastně vybrat pro hospodu to „správné“ pivo?

Podle místních chuťových preferencí a podle obchodních podmínek. Také minipivovary se hodně profesionalizují v obchodní nabídce. Dnes nemusíte ověsit hospodu nějakými světýlky, ale roli hrají kvalitní sklenice, tácky, obsluha, výčepní hlava, zda pivo správně načepujete. Myslím, že zákazník už většinou neoblbnete. Dnes nestačí podnikat jako v 90. letech, že jste s podporou pivovaru dali někam pár stolů, výčep a začali jste. Dnes chce host znát DNA té hospody, co za tím stojí a proč se to dělá.

S generacemi se ale přece mění trendy, zvyky a návyky, že?

Mění, ale zůstaneme v případě piva ležákový národ. Jsme v tom totiž pořád na absolutní světové špičce. Ovšem nějaké poměrování, kdo kolik vypil piva, je minulostí, navíc má nadměrné pití zdravotní dopady. Standardní český pivař je ale pořád na vysoké úrovni, zná pivo skvěle.

Jaký vidíte ale do budoucna největší problém?

Že cena piva prudce roste. Pivo milujeme, ale nakonec rozhodne peněženka. Bylo zde mnoho podniků, cena piva byla nízká a lidi chodili takzvaně ven. Bylo to kdysi takové perpetuum mobile. S tím je zřejmě konec. Fascinuje mě u toho ekonomická nekompetentnost politiků. Většina z nich nemá národohospodářské vzdělání, natož uvažování. Například zvýšení DPH na čepované pivo nepovede ke zvýšení výběru daní a růstu šedé ekonomiky, ale ke snížení spotřeby, takže je to zbytečné. Na naše námitky ale nebyl brán zřetel. Naprostým výsměchem je v těchto souvislostech nezdanění takzvaného tichého vína. Náš obor je závislý na flexibilitě lidské práce. Lidi chybí, roste tlak na zvýšení platů, rostou ceny energií. Podnikat s našimi politiky za zády je čím dál těžší.



Co byste jako hospodští od politiků potřebovali?

Především stabilitu, ať furt něco nemění. Ať je stabilní podnikatelské prostředí. V přeneseném slova smyslu – nechceme, aby vláda a zákonodárci takzvané podnikali, ať to řídí národohospodářsky. V Parlamentu se ovšem nedá vést normální ekonomická diskuse, my tam chodíme na některé výbory a podvýbory, vidíme to. Dobře fungující státy jsou postaveny na kvalitní státní správě, ani to my nemáme. Byrokracie je neskutečná. Podnikání je svázáno do kazajky. Mám pocit, že nám chce někdo pořádku radit, jak máme v gastronomii podnikat.

Jak se dál může proměnit česká hospoda?

Kdysi to bylo místo s 50–80 místy, na což jste potřeboval určitý počet personálu. Střídaly se u toho dvě party, ale když vidíme ochlazení poptávky od pondělí do středy, tak dvě party někde už neuživí. Stáhne se provoz třeba od středy do soboty a budete doufat, že vám bude stačit jedna směna. Ale v tom je obrovský rozdíl mezi velkými městy a vesnicemi. Na vesnici jste daleko více závislí na pivu, vaříte třeba jen z 30 procent. V Plzeňském či Moravskoslezském kraji dělá trž-

ba z piva 20 procent, v Praze jen devět. Na jídle je pak větší marže, takže se to mění a na vesnici se nedá tolik zdražit, jsou tam jiné ekonomické podmínky. Klesající ziskovost bude hospody a restaurace dále proměňovat.

Člověk hospodský český byl člověk obědový. To pořád platí?

Ano, ale chodí se po covidu na obědy méně. Jsme pod obrovským konkurenčním tlakem jídla z rozvozu, fastfoodu a někteří lidé si nosí jídlo do práce v krabičce.

Všiml jsem si, že méně lidí chodí v pondělí. Proč?

Asi to souvisí s víkendem, kdy více pili a jedli. Trochu se ovšem mění čas, kdy chodí v Česku lidé do hospody a do restaurace. Je to teď o něco dřív. Třeba od pěti šesti odpoledne. Ale každá země má jiný hospodský biorytmus, pokud to tak mohu nazvat.

Kdysi jsem si dělal legraci z toho, že za chvíli bude čepované pivo v hospodě za 100 korun. Ale od toho už nejsme někde tak daleko, že?

Snažím se nefantazírovat a vycházím z ekonomických analýz. Čepovaného piva se prodává méně a to brzdí na některých místech země ekonomiku hospod. Takže sklenice piva běžně za 100 korun,

abychom přežili? V Praze to může nastat relativně brzo.

Znamená to, že některé hospody pod tlakem zkrachují?

Někde je to předem prohraný boj. Je to vždy hra o nákladech a o vytvoření poptávky – je nutné se snažit o speciální nabídku, snažit se vytáhnout lidi z domovů. Bude to na některých místech velký boj. A pod tlakem jsou i hospody s tradičními jídly.

Co to přesně znamená? Už nechceme tolik svíčkové a guláše?

Kouzlo hospody je v jídelníčku. Stačí vařit méně jídel, ale kvalitních. Pokud děláte guláš, který je na přípravu dlouhý a náročný a do toho rozpékáte mraženou pizzu, tak tím něco o svém podniku říkáte. Říkáte, že to není o kvalitě, ale jen o ceně. Dám další příklad – mnoho lidí chodí někde do práce a v dotované kantýně dostanou svíčkovou za určitou cenu a v určité kvalitě. Večer v hospodě to mohou porovnat, protože v hospodě to bude rozhodně dražší. Musíte nabídnout dobrou kvalitu, jinak neuspějete.

Předpokládám, že se ale mění i chutě a trendy.

Svíčková, guláš, vepřo knedlo zelo, smažák a řízek, jsou pořád oblíbené, ale po covidu se prodávají

méně a také zdražily nejvíc. Guláš z hovězího masa musí být dražší, protože vstupy jsou daleko dražší. Zákazník neví, kolik by měl stát salát Caesar, ale ceny masa zná. Podle dat z pokladního systému Dotykačka nejvíce roste zájem o burger. Ten se i u nás stává novodobým hospodským jídlem.

Není to tím, že ho lze udělat rychle a zvládne to i člověk, který není špičkový kuchař?

Přesně tak. Má to ale i jiné důvody – je to velké jídlo, máte k tomu hranolky a majonézu a můžete u toho strávit hodně času povídáním při konzumaci. A kuchaři? Ti na trhu chybějí, a proto se často nabízejí věci, které jsou jednodušší na přípravu.

Burger je ale i móda, lidi si jeho objednávkou potvrzují nějaký sociální status. Vyfotí ho, pošlou známým, zatímco guláš se, pardon, fotí hodně blbě.

Je to tak. Těžko vyfotíte hezky svíčkovou nebo guláš. S tím vším souvisí i to, že obecně roste formát bister a fastfoodů a jednodušší jídla prostě frčí.

Jak tomu konkurovat?

Nadšením, unikátností, dobrými surovinami, dobrým masem, používáním zajímavých bylinek a koření. Pak můžete prodávat i za vyšší cenu.

Kolik je vlastně takzvané průměrný hospod, jež se moc nezlepšil?

Mimo větší města hodně, vytváří to dojem, že více než polovina. **Problém je všude s personálem, nejsou lidi. Jaký je v tom v současnosti stav?**

Obecně špatný. Kromě nedostatku se personál musí daleko více profesionalizovat, v tomto oboru není tak velká konkurence. Lidi nejsou pod tlakem. Přitom je potřeba zajistit přes obsluhu zákaznický zážitek. Ale když nejsou lidi, co s tím?

Kde je brát?

Čekal jsem, že si více vybereme na obsluhu z lidí z Ukrajiny, kteří sem přišli. To se úplně nestalo, přitom jsou celkem dobře jazykově vybavení. Na místech kuchařů se ale objevují třeba Filipinci, ti se chytí.

A jaké jídlo máte rád vy?

Koprovku. Ale i ta musí dnes vypadat atraktivně, aby si jí člověk v restauraci dal. Protože jíme i očima. U toho se nikdy nechci smířit s tím, že jídla má být především hodně. Jídlo má být hlavně dobré a za použití některých surovin můžete i u známého jídla překvapit. A protože pocházím z Plzně, tak to rád zapíju hladinkou plzně. ❊