

Průzkum: Češi zůstávají věrní vlastní pračce, vadí jim ale žehlení. S prádelnou má zkušenost necelá třetina

Praha, 21. října 2026

Drtivá většina Čechů pere své prádlo doma, nejčastěji 1 až 3 prací cykly týdně. Ukázal to průzkum společnosti Neubert Marketing pro Asociaci prádel a čistíren České republiky (APAČ). Se službami prádel a čistíren mají zkušenosti přibližně 3 z 10 Čechů. Mezi firmami a institucemi, kde je péče o textil každodenní součástí provozu, spolupracuje s externím poskytovatelem hned 81 procent subjektů. Samotní provozovatelé prádel a čistíren vnímají aktuální vývoj trhu pozitivně. Čtyři z deseti prádel plánují v dalších letech navyšovat kapacitu. Trápí je ale ceny energií nebo nedostatek pracovní síly.

Více než 98 procent českých domácností pere své prádlo doma ve vlastní pračce. Obvykle perou 1 až 3krát týdně, což odpovídá evropskému průměru. Vyplývá to z nového průzkumu, který pro Asociaci prádel a čistíren České republiky (APAČ) zpracovala společnost Neubert Marketing. Analýza dále ukázala, že celkem 64 procent dotázaných se při praní potýká s nějakým konkrétním problémem.

„Nejčastěji bylo zmiňované žehlení, které vadí třetině dotázaných. Následovaly obavy z poškození prádla, malá kapacita pračky, nedostatek času nebo komplikace se sušením. Ženy přitom častěji uváděly právě žehlení a strach z poškození prádla, zatímco muži nechuť k samotnému praní,“ popisuje Jana Puškáčová, prezidentka APAČ.

S prádelnou nebo čistírnou má zkušenost 31 procent Čechů

Co se týče profesionálních prádel a čistíren, tak jejich služby alespoň jednou využila zhruba třetina dotázaných, zatímco 60 procent je nevyzkoušelo vůbec. Největší zkušenost s nimi mají lidé ve věku 36 až 50 let a využívání výrazně roste také s objemem prádla – mezi domácnostmi, které perou sedm a více praček týdně, služby prádelny využívá 56 procent respondentů.

„Hlavní překážkou přitom není samotná nedůvěra ve službu, ale především zvyk prát doma, který jako hlavní důvod uvádí 55 procent dotázaných,“ doplňuje Puškáčová. Třetinu pak odrazuje vnímaná vysoká cena a pětinu případná časová náročnost spojená s čekáním nebo dopravou prádla.

Češi si přejí chytré boxy na prádlo

Zatímco dnes profesionální prádelny navštěvuje jen menší část domácností, do budoucna o ně může být větší zájem. Využití některé formy prádelenské služby si v dalších letech umí představit 83 procent dotázaných. Celkem 45 procent respondentů by za ně bylo ochotno utratit do 500 korun měsíčně a dalších 25 procent maximálně 1 000 korun. Méně jsou za tyto služby ochotny utrácet ženy a paradoxně také domácnosti s vyššími příjmy.

„Co se týče představy spotřebitelů o budoucnosti služby, více než polovina dotázaných by uvítala chytrý box, do kterého by bylo možné prádlo kdykoli vložit a po vyčištění jej opět vyzvednout. Nejde přitom o žádný futuristický model, podobné boxy už dnes fungují na řadě míst v Česku,“ uvádí Martina Prošková, jednatelka společnosti Prádelna a čistírna Jihlava a první viceprezidentka APAČ.

Pro většinu firem z oboru jsou prádelny nepostradatelné

Průzkum se zaměřil také na firmy a instituce z oborů, kde je profesionální péče o textil důležitou součástí každodenního provozu. Příkladem jsou hotely a restaurace, zdravotnická zařízení, wellness a sportovní provozy, potravinářství nebo průmysl.

„Z oslovených společností využívá služby externí prádelny nebo čistírny 81 procent, zatímco pouze 19 procent si praní zajišťuje výhradně vlastními silami. Využití přitom roste s velikostí podniku. U firem s více než 200 zaměstnanci dosahuje 90 procent,“ popisuje Jan Chrištof, jednatel prádelny Chrištof a druhý viceprezident APAČ. Nejčastěji si objednávají praní a sušení, které využívá 86 procent klientů, následované žehlením a mandlováním se 76 procenty.

U největší části firem činí týdenní objem prádla 50 až 150 kilogramů, což uvedlo 37 procent respondentů. Dalších 26 procent pere do 50 kilogramů týdně

a pětina mezi 150 a 500 kilogramy. Přibližně 17 procent firem se dostává nad 500 kilogramů týdně a desetina dokonce přes jednu tunu prádla za týden. Spokojenost se službami zároveň deklarovalo hned 88 procent respondentů, zatímco jednoznačnou nespokojenost jen jedno procento.

Optimismus roste navzdory vysokým nákladům

Kromě spotřebitelů a firem se průzkum zaměřil také na samotné provozovatele prádel a čistíren. Sedm z deseti hodnotí současný vývoj trhu příznivě, což je mírné zlepšení oproti roku 2024. Pozitivní očekávání se odráží i v plánech do budoucna. „Čtyři z deseti prádelen chtějí v příštích třech letech zvýšit svou kapacitu, zatímco v roce 2024 to bylo 27 procent,“ nastiňuje Martina Prošková.

Největší provozní výzvou zůstávají ceny energií, které negativně ovlivňují 67 procent prádel. Více než třetina řeší nedostatek personálu, zhruba čtvrtina také pořizovací náklady nebo dopravu. Nákladové tlaky se promítly i do cen. Za poslední dva roky zdražilo 79 procent prádel, v průměru o 11,9 procenta.

Provozovatelé zároveň investují do vyšší efektivity a úspor. „Více než polovina prádel v posledních třech letech investovala do snížení spotřeby energie nebo vody, nejčastěji do modernizace technologií, rekuperace a recyklace vody,“ uzavírá Jana Puškáčová.

O Asociaci prádel a čistíren ČR

Asociace prádel a čistíren České republiky je neziskovou organizací, která vznikla 1. 1. 1993 a je přímým pokračovatelem bývalého federálního Sdružení prádel a čistíren z roku 1967. Sdružuje více než 110 členů, z nichž většina jsou přímí provozovatelé prádel a čistíren a další jsou organizace, které pro obor poskytují podpůrné služby či dodávají strojní nebo technologické vybavení. Do členské základny patří také čestní členové, kteří se mimořádným způsobem zasloužili o dobré jméno asociace či samotného oboru.

Asociace zastupuje zájmy svých členů před veřejností, snaží se budovat pozitivní obraz o našem potřebném oboru, který je často nedoceňován. Současně Asociace spolupracuje s orgány státní správy v důležitých oblastech, které se týkají údržby a pronájmu textilu. Spolupracuje

na tvorbě oborových předpisů, oponuje návrhy technických dokumentů, zajišťuje vzdělávací a osvětovou činnost pro celý obor.

Kontakt pro média:**Martin Foral**

Senior PR & Media Manager

LESENSKY.CZ s.r.o.

mobil: +420 702 273 154

e-mail: foral@lesensky.cz

Hlinky 35, 603 00 Brno-střed

www.lesensky.cz