



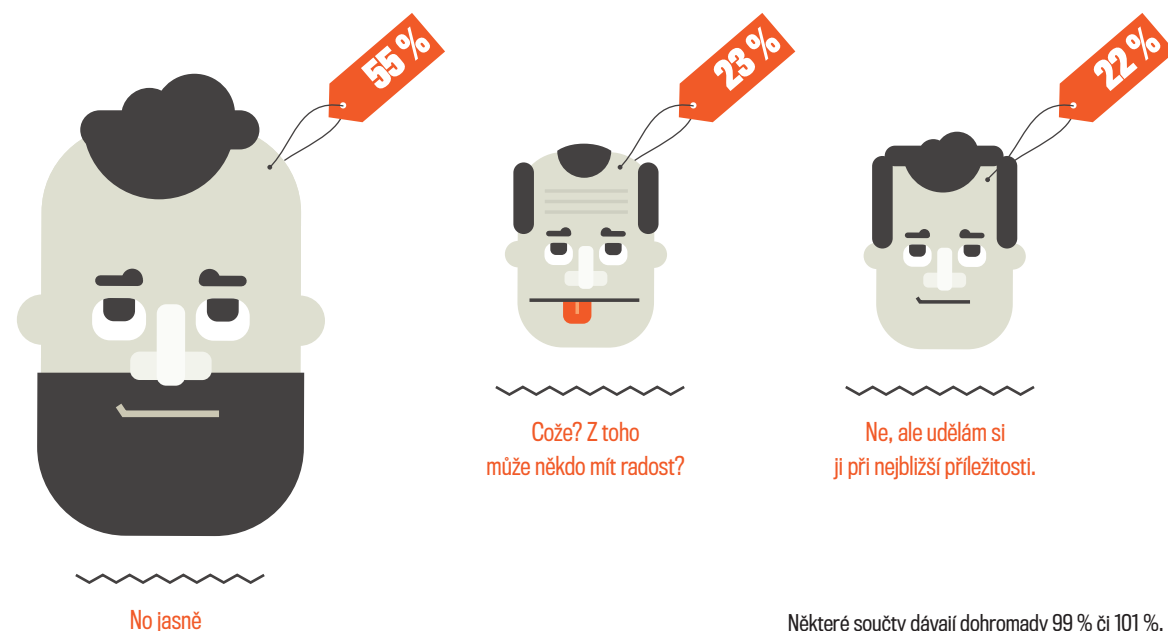
# Jaký vztah mají Češi (a jejich ženy) k pánskému stylu?

Výsledky **exkluzivního výzkumu\*** agentury STEM/MARK pro ForMena trochu rozpláčou, hodně pobaví, ale taky dodají velkou naději!

ILUSTRACE: ŠTĚPÁN ADÁMEK

\*Výzkum provedla letos v lednu agentura STEM/MARK. Dotázala se 410 mužů s čistým příjmem nad 40 000 korun, 260 žen z vyšší příjmové kategorie žijících s partnerem a 38 top manažerů.

## UDĚLAL JSTE SI V POSLEDNÍM MĚSÍCI RADOST NÁKUPEM NĚJAKÉHO OBLEČENÍ, BOT NEBO DOPLŇKŮ?

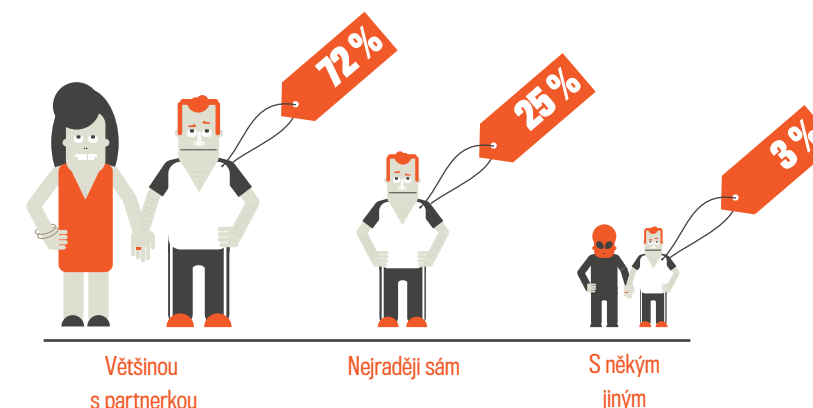


Některé součty dávají dohromady 99 % či 101 %, neboť desetinná místa u jednotlivých odpovědí byla zaokrouhlena.

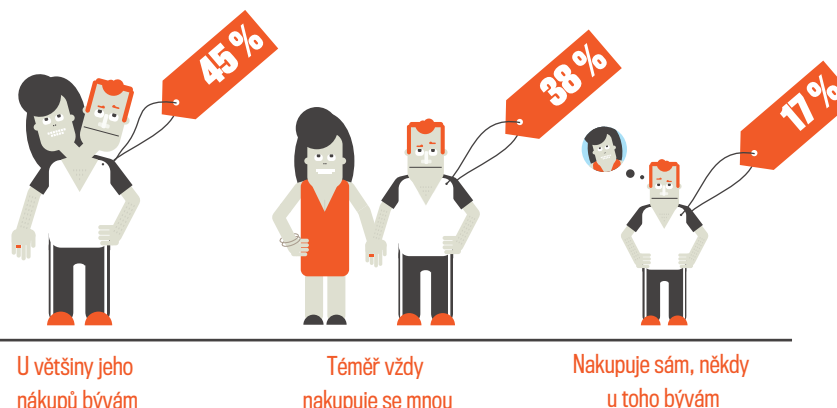


## MUŽI, S KÝM CHODÍTE DO OBCHODU NAKUPOVAT MÓDU PRO SEBE?

Hlavní trend: Typický český muž cítí, že oblečení je dnes důležitější než dřív. 58 % mužů si dává víc záležet na svém vzhledu než třeba před 5 lety.



## ŽENY, KDYŽ VÁŠ PARTNER NAKUPOJE MÓDU, BÝVÁTE U TOHO?



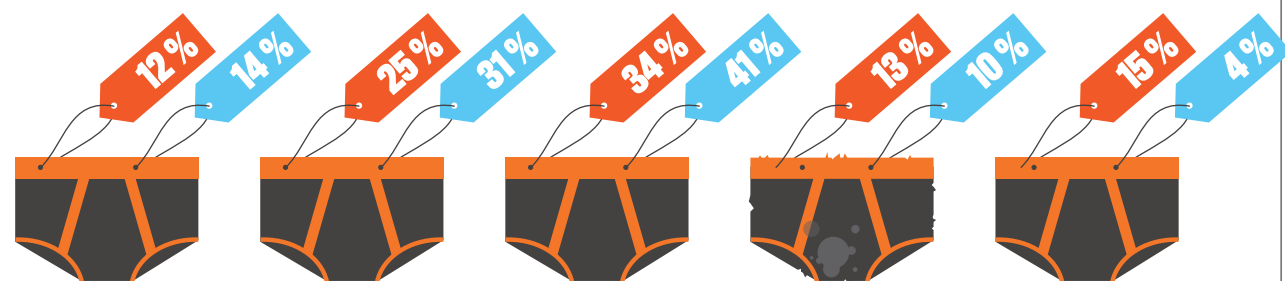
Kam pro radu? Muž hledá informace o módě nejvíc u partnerky, kamarádů, personálu v obchodě a v časopisech pro muže.

## ZKOUŠÍTE SI SAKO NEBO TŘEBA BUNDU, KTERÉ VÁM DOBRĚ PADNOU, LÍBÍ SE VÁM A STOJÍ 10 TISÍC KČ. KTERÁ SITUACE VÁS VYSTIHUJE?





## JAK ČASTO MÓDU NAKUPUJETE? JAK ČASTO JI NAKUPUJE VÁŠ PARTNER?



Jednou za čas udělám větší nákup do zásoby

Průběžně, když mi něco padne do oka, koupím to, aniž bych/by to potřeboval

Koupím to, co zrovna potřebuji/e a mizím pryč

Nakupovat jdu až po nátlaku okolí

Tyhle věci pro mě zařizuje někdo jiný (partnerka)

👤 ženy o svých partnerech

👤 muži o sobě

Čas na stylistu! Jen 2 % mužů zatím využila služeb profesionálního poradce, ale 45 % by to chtělo zkusit.

Pozor, manažer kouká! 30 % manažerů sleduje a hodnotí styl oblečení ostatních mužů. Z ostatních mužů to dělá jen 17 %.

## JAK SE VIDÍ MUŽI? OPRAVDOVÝ MILOVNÍK MÓDY JE KAŽDÝ DESÁTÝ, MÓDA NEZAJÍMÁ KAŽDÉHO TŘETÍHO.



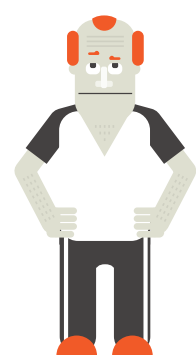
27%

Móda?  
Miluju



39%

Móda?  
Nezavrhnuju

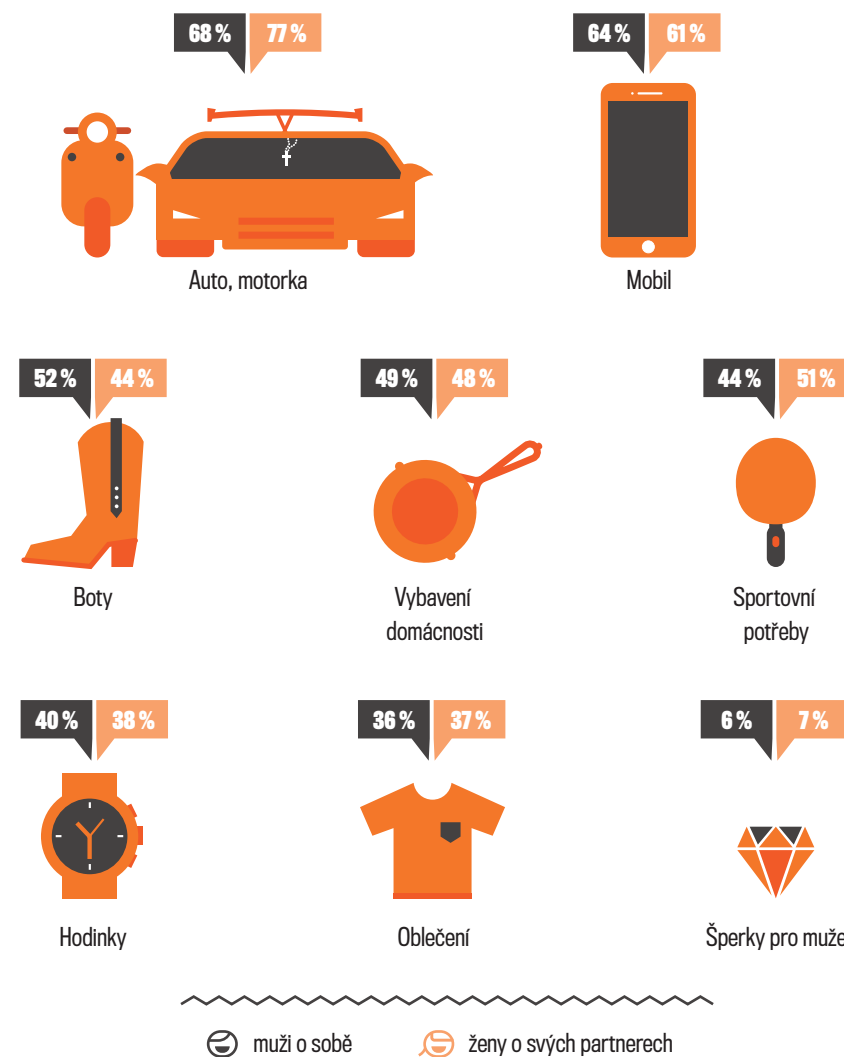


34%

Móda?  
Nezajímá



## ORIENTACE NA ZNAČKU PODLE TYPU ZBOŽÍ



👤 muži o sobě

👤 ženy o svých partnerech

Je to na třetiny: Móda je koníček pro 27 % mužů (a pro 51 % žen). Módu nezavrhnuje 39 % mužů. Móda nezajímá 34 % mužů (a 12 % žen).

## TOP 30 JAKOU ZNAČKU CHCETE MÍT V NÁKUPNÍM CENTRU? (V %)

Bat'a	30	H&M	9	Rieker	5	Mustang	4
Adidas	25	Puma	9	Humanic	5	Lacoste	4
Blažek	20	Bushman	9	Reserved	5	Merrell	4
Nike	18	Tommy Hilfiger	8	Ecco	4	Hervis	4
Marks & Spencer	13	Hugo Boss	7	Diesel	4	Pietro Filipi	3
C&A	12	Gant	6	Calvin Klein	4	Wrangler/Lee	3
Levi's	11	Bugatti	5	OP Prostějov	4		
Alpine Pro	10	Deichmann	5	New Yorker	4		

## JAK MUŽI (A JEJICH ŽENY) POPIŠUJÍ SVŮJ VLASTNÍ STYL

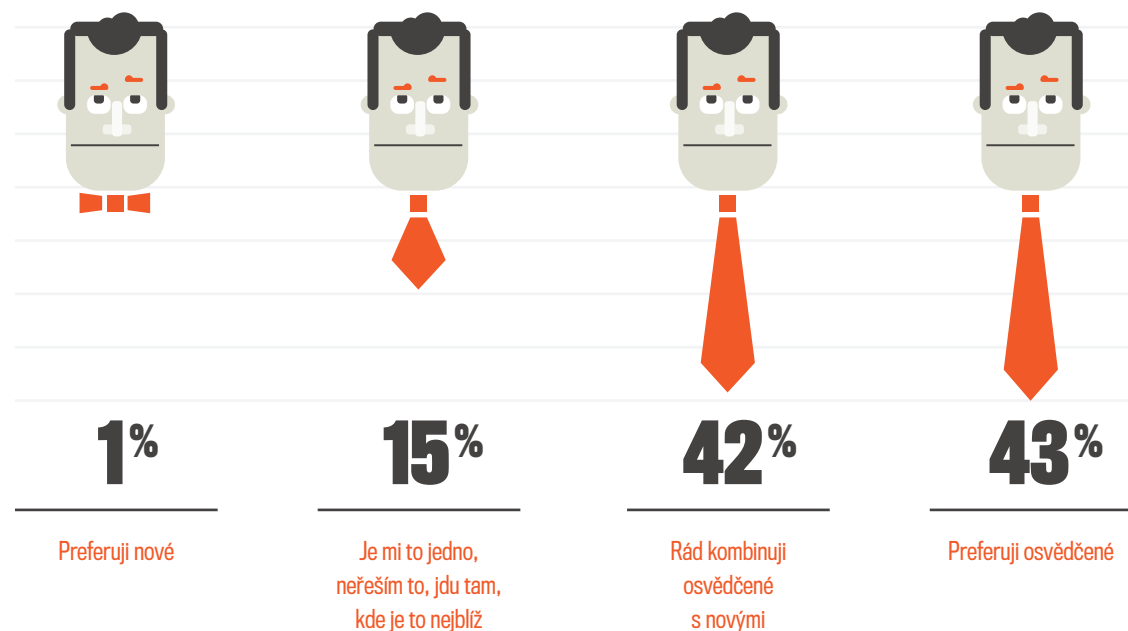


👤 muži o sobě

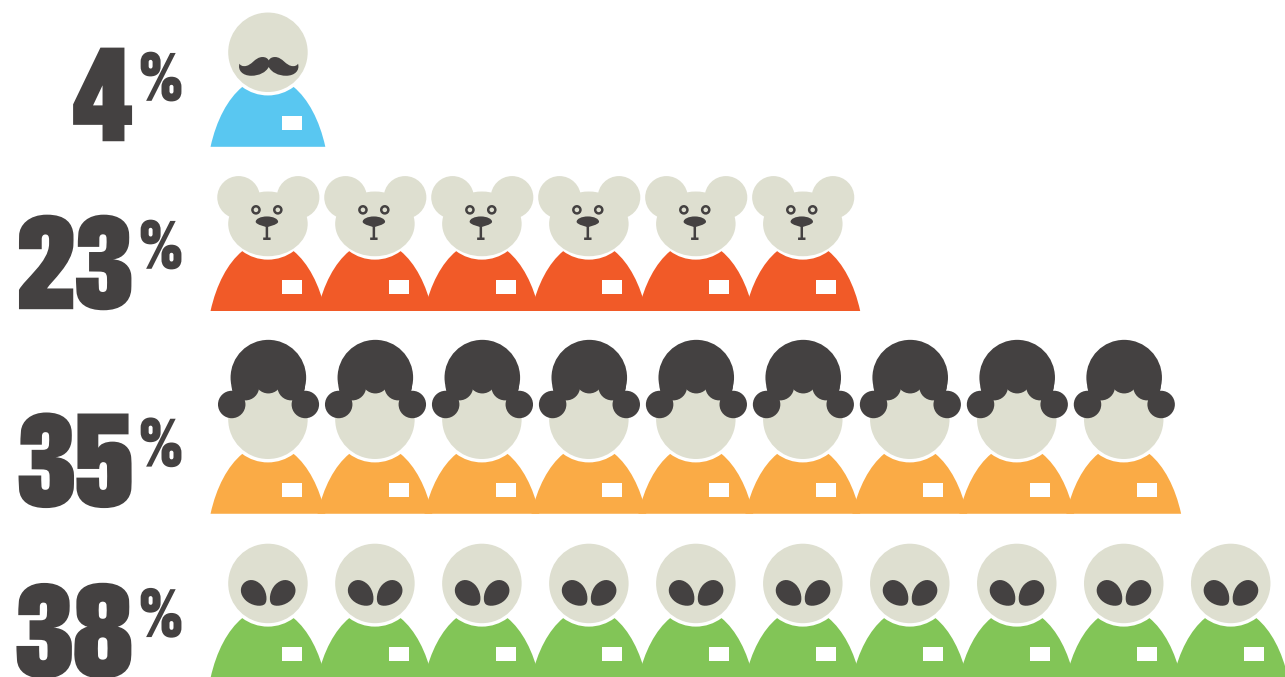
👤 ženy o svých partnerech



### MÁTE OBLÍBENÉ ČI OSVĚDČENÉ OBCHODY, KDE NAKUPUJETE, ANEBO RÁD OBJEVUJETE NOVÁ MÍSTA?



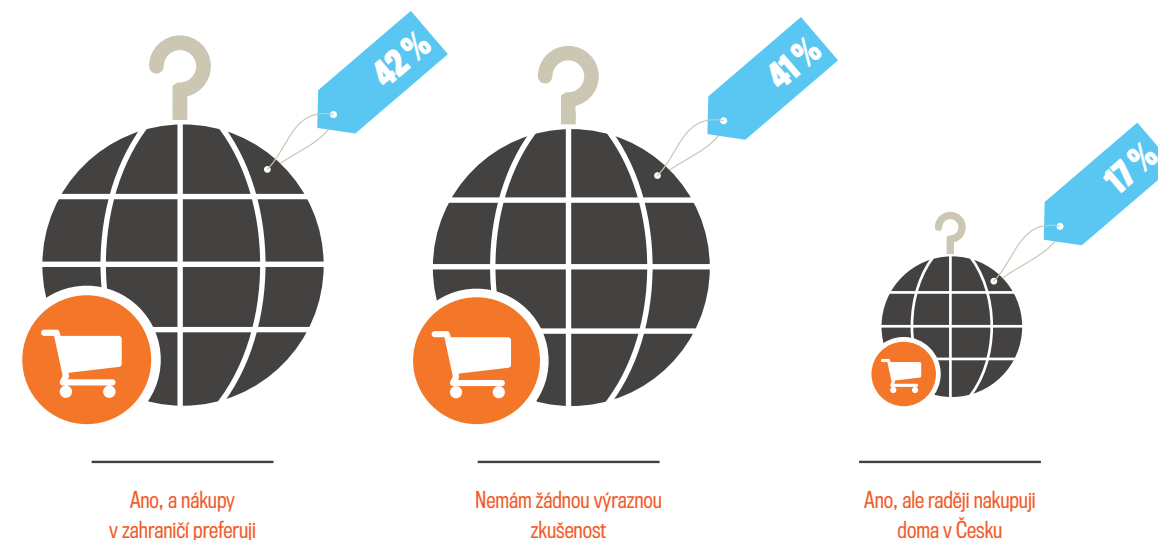
### CO JE VÁM PŘI NÁKUPU OBLEČENÍ V OBCHODĚ PŘÍJEMNĚJŠÍ?



♂ Obsluhuje-li mě muž - prodavač ♂ O žádného prodavače nestojím, preferuji pomoc od toho, s kým jdu nakupovat, nebo si vystačím sám ♀ Obsluhuje-li mě prodavačka ♀ Je mi to jedno



### ZKUŠENOST S NÁKUPY OBLEČENÍ V ZAHRANIČÍ (kromě e-shopů)



### DŮVODY PREFERENCE NÁKUPU OBLEČENÍ V ČR





# Autor výzkumu: Je tu obrovský potenciál!

Ředitel sociologické agentury STEM/MARK **Jan Tuček** není žádný fanatik módy. Naopak upřednostňuje pohodlný styl oblékání, i když jako topmanažer a známý sociolog často vystupuje v médiích a na konferencích, kde samozřejmě musí dbát na odpovídající styl.

TEXT: JAN MÜLLER

## Co bylo pro tebe osobně největší překvapení výzkumu?

Že si čeští muži připadají v oblékání „normální“, obyčejní či průměrní. Kdo si rád připadá obyčejný? V době, kdy se lidé ještě seznamovali přes inzeráty v novinách, často o sobě psali, že jsou „obyčejný kluk“ nebo „normální holka“. Odpověděli byste na takový inzerát? Já si rád připadám úžasný, báječný, mimořádný, nezapadající do davu. A očekával bych, že to tak chlapi prostě mají. Výzkum bohužel spíše ukázal, že Češi jsou ve svém přístupu k oblékání a asi i k životu konzervativní, ženy tomu v našem výzkumu spíše říkaly líní, ostýchaví či bez fantazie. A to je škoda! Muži sami za sebe přiznávají, že to s módou moc neumějí a nevědí si s ní rady.

## Jaký mají čeští muži vztah ke značkám?

Výzkum zjistil, že ideálními značkami bot jsou Bata, Humanic nebo Deichmann, v oblečení vede H&M, Marks & Spencer nebo Reserved. I pro běžné denní nošení preferují muži často oblečení sportovních značek Adidas, Puma či Alpine Pro – z toho, myslím, mrazí kdekterého stylistu, módního novináře, imagemakera či trendsettera. Ale co je zajímavé a co možná není na první pohled vidět – na změny už je zaděláno. Někteří muži se nebojí přiznat, že by změnu potřeboval celý jejich šatník.

## Je pro tebe překvapením, že muži spíše neradi nakupují?

Nikoli, ale že ani nejsou často ochotni se zasnít o vyšší investici do oblečení, je zarážející. Já si rád zapřemýšlím, co bych dělal s vyhranými 100 miliony, s novým modelem Bentley, či měsícem volného času – tak proč se nezasnít o nákup dražších kousků oblečení?

## Co říkáš výraznému vlivu žen na muže v otázkách vkusu?

To mi divné není, ale udivuje mě něco jiného: přestože ženy mají naprosto zásadní vliv na oblékání mužů, vědí o něm a jsou se stylem českých mužů často nespokojené, nic s tím

vlastně nedělají. Nechávací muže nadále chodit po městě v teniskách, softshellové bundě, sandálech s ponožkami nebo rybářské vestě.

## Jaká je hlavní „zpráva“, kterou výzkum sděluje?

1. Chceš-li změnit styl muže, běž na něj přes ženy. 2. Nenoste outdoorové oblečení vždy a všude! To prostě do města nepatří. 3. Spíše než do sportovní módy investujte do obleku ušitého na míru. 4. Nekoukejte jen po ženských, ale i po jiných chlapech, hodnotte je.



## Pro koho a proč jsou výsledky takového výzkumu důležité?

Pomineme-li osobní doporučení od partnerky, prodavačů v obchodech či kamarádů jako nejčastější zdroje informací o oblékání, inspirují se muži v lifestyleových časopisech a webech či okukují tipy v televizi. Pro tato média je tedy informace, že muže zmínky o módě neodrazují, důležitá. Vědí, že mají „cilovku“, kterou to zajímá.

## A co se týče výrobců?

Budou-li své zboží v časopisech vhodnou formou prezentovat, mají šanci na úspěch. Jak v prodeji, tak v kultivování vkusu mužů. Z výzkumu vyplynulo, že je třeba hodně ovlivňovat

ženy, vlastně víc než muže a vše je na dobré cestě, protože muži se v podstatě změnám nebrání. Chybí jen impulz.

## Co výzkum vypovídá o našich vzorech?

Jako negativní vzory jsou zmiňováni takřka všichni politici, mnoho celebrit, např. Šámer Issa, Láda Hruška, Ringo Čech, Zdeněk Pohlreich, Richard Genzer, Petr Novotný, Michal David apod. Samostatnou kapitolou je Robert Sedláček za mikinu při předávání prezidentských vyznamenání. Mimochodem, na to, že muži podle svých slov ve výzkumu vlastně styl „vůbec neřeší“, dobře vědí, kdo styl „neumí“. A kdo naopak styl v Česku udává? Mareš, Gott, Korn, Matragi, Eben, Berdych a Bartoška.

## V čem se v názorech nejvíc liší muži a ženy?

Móda je přímo koníček jen pro čtvrtinu mužů, ale pro polovinu žen. Mají jasno v tom, že je třeba s módním stylem českých mužů něco dělat. Muži jsou přesvědčeni, že netřeba, ženy to vidí zcela opačně. Tady je obrovský potenciál!

## Ve výzkumu jste také oddělovali muže ze střední třídy a manažery. V čem se liší?

Muži na manažerských postech nenakupují na internetu, ale v kamenných obchodech, jsou ochotni utrácet za oblečení vyšší částky, a co víc – manažeři častěji sledují a hodnotí styl a oblečení ostatních mužů kolem sebe.

## Máš svoje oblíbené značky?

Především Camper a Camel Active nebo Marlboro, dokonce i pár luxusních kousků by se u mě v šatníku našlo – např. oblek či ponožky od Bosse, na míru šitá košile, kabát z kašmíru. Co u mě ale rozhodně nenajdete, je kravata – neseď mi k image. Necítím se rád svázaný ani konvencemi, ani pravidly, ani látkou kolem krku. Ale chcete-li fundovanou analýzu, zeptejte se mé ženy. ☺