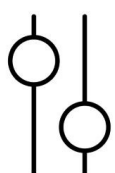


NEWSletter



Únor
2026



INSTITUT
PRO REGULACI
HAZARDNÍCH HER

BILION, KTERÝ KLAME: I PŘES SNAHU O KONKRÉTNÍ DATA VÍTĚZÍ MEDIÁLNÍ ZKRATKA

Hazardní trh v Česku letos znovu přitáhl pozornost médií. Titulky zaplnila informace o tom, že Češi poprvé „vsadili“ více než jeden bilion korun. Atraktivní číslo, které se dobře prodává. Zároveň ale ukázka toho, jak snadno může být ekonomická realita nahrazena zkratkou.



Lidé v Česku loni v hazardních hrách poprvé vsadili přes bilion korun

Aktual.: 25.02.2026 10:39 Vydáno: 25.02.2026, 10:07



Letos přitom byla situace jiná než v minulých letech. Poprvé proběhla systematická snaha dodat zveřejňovaným datům kontext, a to jak ze strany odborné veřejnosti, tak ve spolupráci se státní správou.

Aktivní role při přípravě dat

Institut pro regulaci hazardních her (IPRH) se do letošního zveřejnění zapojil výrazně aktivněji než v minulosti. V předstihu jsme komunikovali s hlavními mediálními domy a poskytli jim přehled klíčových ukazatelů včetně jejich správné interpretace.

Zásadní byla také spolupráce s Finanční správou. Na základě společných jednání došlo k důležité změně. Do oficiálních výstupů byl nově doplněn ukazatel GGR (Gross Gaming Revenue), tedy skutečný ekonomický výkon trhu.

Právě doplnění GGR považujeme za konkrétní a významný posun. Bez tohoto ukazatele totiž nelze hazardní trh seriózně analyzovat.

Současně jsme dostali možnost připomínkovat vysvětlující

materiál k jednotlivým položkám tabulek, se kterými následně pracují novináři. Cílem tohoto materiálu bylo především převést odbornou terminologii do srozumitelného jazyka. Jasně vysvětlit, co jednotlivé položky znamenají, jak spolu souvisejí a které z nich jsou pro hodnocení trhu skutečně určující.

Právě tento „překlad do lidské řeči“ považujeme za klíčový předpoklad pro to, aby data nebyla v budoucnu dezinterpretována.

Nedokončená práce na straně státní správy

Přesto zůstala práce nedotažená. Finanční správa sice připravila metodické vysvětlivky k jednotlivým ukazatelům, ty však nebyly v době zveřejnění dat publikovány.

Samotná čísla tak byla uvedena do veřejného prostoru bez potřebného kontextu. Právě tato časová nesouhra se ukázala jako zásadní problém.

Novináři se proto ve velké míře vrátili k zavedenému a zjednodušujícímu přístupu, kdy jako hlavní metriku používají objem vsazených prostředků.

Ten je však pouze „polovinou rovnice“. Bez vztahu k vyplaceným výhrám a bez práce s GGR vede k závěrům, které neodpovídají ekonomické realitě trhu.

Edukace versus realita titulků

Je férové říct, že část médií byla ochotna kontext doplnit. IPRH dostal v několika případech prostor vysvětlit rozdíl mezi objemem sázek a skutečnými příjmy trhu a zasadit čísla do širšího rámce. Například v Seznam Zprávách, na iDNES.cz nebo v České televizi.

Zároveň se ale znovu potvrdilo, že titulky a agenturní zpravodajství mají zásadní vliv na výsledné vyznění. Jakmile se jednou ustaví jednoduchý narativ, v tomto případě „bilion vsazených korun“, velmi obtížně se koriguje.

Role ČTK a dominový efekt

Zásadní problém jsme vnímali u agenturního zpravodajství. Výstup ČTK pracoval primárně s objemem sázek a na jeho základě formuloval závěry o vývoji trhu.

Právě tento rámec pak bez další kontroly převzala řada dalších médií.

Na situaci jsme reagovali bezprostředně a zaslali jsme ČTK detailní stanovisko, ve kterém jsme popsali konkrétní chyby v interpretaci dat a upozornili na zavádějící způsob jejich prezentace. Do dnešního dne jsme však na tuto komunikaci neobdrželi reakci.

Když absurdita pomůže vysvětlit realitu

Na celou situaci reagoval i kolega Petr Kozák, který zvolil méně tradiční, ale o to výstižnější formu – satiru. Ve svém textu „[Národní jackpot: Češi vyhráli bilion](#)“ dovedl mediální logiku do absurdního důsledku: pokud bychom vycházeli pouze z objemu sázek, mohli bychom skutečně dojít k závěru, že Češi „vyhráli bilion korun“ a vyřešili tak své ekonomické problémy.

Právě tato nadsázka velmi přesně ukazuje podstatu problému. Jak sám trefně shrnuje, práce pouze s jedním číslem znamená pracovat jen s „polovinou vzorce“ – a z té nelze dopočítat smysluplný výsledek.

Jinými slovy – pokud bychom stejnou logiku aplikovali jinde, ekonomika by přestala být vědou a stala by se titulkem.

Dlouhá cesta ke změně

Letošní zkušenost ukazuje dvě věci. Na jedné straně je možné dosáhnout konkrétních posunů. Například doplnění GGR do oficiálních statistik nebo otevření dialogu s Finanční správou.

Na straně druhé se potvrzuje, že bez včasného zveřejnění metodiky a bez důsledné práce s daty bude mediální interpretace i nadále sklouzávat ke zjednodušením.

IPRH proto bude pokračovat nejen v komunikaci směrem k médiím, ale i v jednáních s institucemi o tom, aby byla data prezentována kompletně a srozumitelně od samého začátku.

Protože právě způsob, jakým o hazardu mluvíme, zásadně ovlivňuje i to, jaká rozhodnutí o jeho regulaci budou přijímána.

POCTA PRO IPRH: SPOLUPOŘÁDÁME DEN ZODPOVĚDNÉHO HRANÍ NA HIPHTER PRAGUE SUMMIT 2026

Institutu pro regulaci hazardních her (IPRH) se dostalo pocty spolupřátat jeden den letošního HIPHTER Prague Summit. Tematický blok zaměřený na zodpovědné hraní a ochranu hráčů se uskuteční druhý den konference, 25. března, na hlavní scéně summitu.

Program se soustředí na aktuální otázky bezpečného hraní, ochrany hráčů, regulační trendy, compliance a také na nelegální hazard a jeho nové formy. Setkání propojí právníky, regulátory, specialisty na zodpovědné hraní a zástupce herního průmyslu, aby diskutovali o ochraně hráčů, udržitelném rozvoji legálního trhu a rizicích spojených s rostoucími aktivitami mimo legální sektor.

Tři klíčová témata

IRIS: jeden hráč, jeden pohled napříč provozovateli

Jedním z hlavních bodů programu bude prezentace projektu IRIS. Ten sleduje chování hráče napříč více provo-

zovateli, nikoli pouze u jednoho, a umožňuje tak efektivnější včasnou detekci rizik a praktické posílení ochrany hráčů. Současný stav projektu představí jeho projektový manažer Petr Rybák.

Kolik stojí nelegální hazard Českou republiku?

Další stěžejní částí programu bude ekonomická studie Centra pro ekonomické a tržní analýzy (CETA). Studie přinese data o rozsahu nelegálního trhu, ztrátách mimo legální sektor a dopadech na daňové příjmy. Výsledky představí jeden z autorů studie, Jakub Žofčák.

Může model IPRH expandovat mimo ČR?

Panelová diskuze spojí zástupce českého, slovenského a polského institutu. Debata se zaměří na přeshraniční spolupráci v regulaci a ochraně hráčů a zkoumá, zda lze model IPRH přenést do dalších zemí. IPRH není tradiční průmyslovou asociací, ale unikátní platformou propojující podnikatele, regulátory, veřejné orgány, odborníky a specialisty na závislosti v jednom funkčním ekosystému.

RESPONSIBLE GAMING & PLAYER SAFETY DAY @ HIPHTER PRAGUE SUMMIT 2026



Společný závazek k bezpečnějšímu trhu

Spolupráce HIPHTER a IPRH odráží závazek podporovat bezpečné hraní, informovanou diskusi a aktivní přístup k problémům spojených s nelegálním hazardem.

„Jak se herní prostředí vyvíjí, musí se vyvíjet i naše přístupy k ochraně hráčů. Tento tematický den nám umožní ukázat, jak technologie, data, výzkum a odpovědnost mohou společně přispět k bezpečnějšímu prostředí,“ říká Petr Kozák, právník a tajemník IPRH.

Den zodpovědného hraní bude centrální součástí jubilejního 10. ročníku HIPHTER Prague Summit, který propojí lídry z oblasti her, fintech, AI, blockchainu a regulace během dvoudenní konference, formující budoucnost odvětví.

HAZARD A EET:

V ČESKU BEZE ZMĚNY, SLOVENSKO MUSELO PRAVIDLA DOVYSVĚTLIT

S opětovným otevřením debaty o EET 2.0 v České republice se znovu objevuje otázka, zda se nový režim evidence tržeb dotkne také hazardních her. V českém prostředí je však situace v tomto směru dlouhodobě jasná. Už původní zákon o evidenci tržeb č. 112/2016 Sb. výslovně stanovil, že tržby z hazardní hry nejsou evidovanou tržbou, a tedy nepodléhají EET. Stejný přístup zachovává i aktuální návrh EET 2.0, který Ministerstvo financí předložilo do připomínkového řízení v únoru 2026. Český návrh tak nepřináší pro hazardní sektor věcnou změnu, ale spíše potvrzuje dosavadní legislativní

kontinuitu. Provozovatelé hazardních her tedy ani v novém modelu evidence tržeb nemají spadat do obecného režimu EET, pokud se týká evidence hazardních her.

Zajímavější vývoj nastal na Slovensku. Tam od 1. ledna 2026 platí nový zákon č. 384/2025 Z. z. o evidencii tržeb, který nově upravil režim eKasa. Zákon však hazardní hry ze své působnosti nevyjímá, jako je tomu v české legislativě. Proto musel tamní regulátor Úrad pre reguláciu hazardných hier vydat metodické usměrnění, ve kterém dovysvětlil, že sektor hazardních her má vlastní specifický evidenční režim (reporting podle vyhlášky) a

nespadá tak do standardního režimu evidence tržeb jako běžný maloobchod či služby. Slovenské hazardní hry jsou tak z EET nakonec také vyňaty.

NOVÁ STUDIE PŘINÁŠÍ DETAILNÍ DATA O REKLAMĚ NA HAZARD V ČESKÝCH FOTBALOVÝCH PŘENOSECH

V odborném časopise *Journal of Behavioral Addictions* vyšla nová studie, která se zaměřuje na reklamu na hazard během televizních přenosů české nejvyšší fotbalové soutěže. Text s názvem *This is 'offside': Gambling advertising during Czech football broadcasts* přináší první ucelenější datový pohled na to, jak často, v jaké podobě a s jakou intenzitou se hazardní reklama v českém fotbalovém vysílání objevuje. Autory studie jsou Filip Kovařík a David Fiedor z Katedry geografie Přírodovědecké fakulty Univerzity Palackého v Olomouci a Steve Sharman z britské Loughborough University. Výzkum podpořila Grantová agentura ČR v rámci projektu zaměřeného na dopady hazardního prostředí na společnost a ohrožené skupiny.



Univerzita Palackého
v Olomouci

Co přesně autoři zkoumali

Studie analyzovala 32 zápasů čtyř kol Chance Ligy odehraných v srpnu a září 2025. Autoři sledovali reklamní obsah přímo v televizním přenosu, tedy klasické spoty a grafické prvky na obrazovce. Zaměřili se na četnost reklam, jejich délku, načasování, typ propagovaného produktu i povahu výzev k akci. Výzkum přitom nezahrnoval sponzorské prvky, jako jsou loga na dresech, LED panely u hřiště nebo další branding mimo samotné reklamní

formáty. Sami autoři proto upozorňují, že zachycená data pokrývají jen jednu část širšího marketingového ekosystému.

Výsledky: 57 reklam na zápas

Zjištění ukazují vysokou intenzitu reklamní přítomnosti. Ve 32 analyzovaných zápasech autoři zaznamenali celkem 1 824 hazardních reklam, tedy v průměru 57 reklam na jedno utkání. Celkový reklamní čas dosáhl 22 011 sekund, což odpovídá zhruba 11,5 minuty na zápas. Reklamy se týkaly osmi různých provozovatelů. Největší část reklamního prostoru připadala na sportovní sázení, které tvořilo 85 % všech zaznamenaných reklam. Online kasina představovala 10,7 % a loterie 4,3 %.

Live betting jako klíčový prvek vysílání

Zajímavé je rozložení reklam v čase. Nejvyšší počet reklam autoři zaznamenali přímo během hry, kde evidovali 700 reklamních výstupů, tedy 38,4 % všech zaznamenaných reklam. Tyto in-game formáty přitom pocházely výhradně od jednoho provozovatele, který je titulárním partnerem soutěže. Šlo o formáty typu „Live Odds“ a bannery s označením „Live Betting“, tedy o komunikaci přímo navázanou na průběh utkání a podporující in-play sázení. Studie navíc ukazuje, že ve druhých poločasech rostl podíl bannerů vybízejících k aktivní sázkové akci.

Reklama neprodává jen produkt, ale i kontext

Studie se nevěnuje pouze objemu reklamy, ale také použitým marketingovým technikám. Ve více než čtvrtině reklam se objevovaly známé osobnosti, zejména čeští sportovci, ale i další veřejně známé tváře. Autoři zároveň zaznamenali, že reklamní obsah se v některých případech přizpůsoboval širšímu společenskému kontextu. V závěru sledovaného období se například objevily kampaně tematicky navázané na blížící se parlamentní volby. Podle studie to ukazuje, že reklamní strategie v tomto segmentu nejsou plošné, ale pracují s aktuálním děním, emocí a identifikací diváka se sportem.

Český trh v mezinárodním srovnání vybočuje

Silným momentem článku je mezinárodní kontext. Autoři uvádějí, že zahraniční studie zaznamenaly během srovnatelných fotbalových přenosů přibližně čtyři až pět hazardních reklam na zápas, zatímco v českém případě jich bylo v průměru 57. Studie proto konstatuje, že expozice diváka hazardní reklamě v českých fotbalových přenosech výrazně převyšuje úroveň zaznamenanou v dosavadní mezinárodní literatuře. Tento rozdíl autoři spojují s volnějším regulačním prostředím a s vysokou mírou komercializace českého fotbalu.

Proč je studie důležitá i pro trh

Z pohledu provozovatelů je studie relevantní hned ve dvou rovinách. Zaprvé přináší konkrétní data o tom, jak silně je hazardní reklama přítomna v jednom z nejsledovanějších sportovních produktů v zemi. Zadruhé naznačuje, že právě vysoká intenzita reklamní expozice může být jedním z argumentů v budoucí debatě o pravidlech

reklamní komunikace ve sportu. Autoři sice nepřicházejí s detailním legislativním návrhem, ale výslovně uvádějí, že zjištěná úroveň expozice si zaslouží regulační pozornost. Zároveň doporučují, aby budoucí výzkum sledoval nejen reklamu ve vysílání, ale i sponzoring, sociální sítě a implementaci principů odpovědného hraní, včetně preventivních sdělení a varování.

Nejde o celý obraz, ale o důležitou část debaty

Právě v tom je hlavní přínos studie. Nenabízí hodnotový soud nad celým odvětvím, ale přináší měřitelný popis jedné důležité části současného trhu: reklamní přítomnosti hazardu ve sportovním vysílání. Pro provozovatele, partnery sportovních soutěží i regulátory tak představuje relevantní podklad pro další debatu o tom, kde dnes leží hranice mezi standardní komerční komunikací, sponzoringem a rostoucím tlakem na budoucí úpravu pravidel.

BRITSKÁ VLÁDA ZAHAJUJE KONZULTACE O ZÁKAZU SPONZOROVÁNÍ NELEGÁLNÍCH HAZARDNÍCH HER



Britská vláda otevírá další kapitolu regulace hazardního trhu. Po sérii kroků zaměřených na ochranu spotřebitelů a omezení nelegální nabídky nyní míří na oblast sportovního sponzoringu. Ministerstvo kultury, médií a sportu pod vedením Lisa Nandy oznámilo, že spustí veřejnou konzultaci k možnému zákazu

sponzorských smluv mezi sportovními kluby a nelicencovanými provozovateli hazardních her.

Konec „white-label“ modelu?

Současná praxe ve Spojeném království umožňuje zahraničním, lokálně nelicencovaným provozovatelům vstupovat do sponzorských vztahů prostřednictvím tzv. white-label partnerství s držiteli britské licence. Právě tento model chce vláda nově omezit.

Podle navrhovaných změn by bylo možné uzavírat sponzorské smlouvy pouze s provozovateli, kteří disponují licencí od UK Gambling Commission. To by se týkalo i nejviditelnějších soutěží včetně Premier League.

Impulem k debatě se stal mimo jiné případ značky Stake, která po ztrátě britské licence nadále figurovala jako sponzor klubu Everton FC. Podobné smlouvy mají i další kluby, například AFC Bournemouth, Sunderland AFC či Wolverhampton Wanderers FC.

Vyšší ochrana spotřebitele jako hlavní motiv

Ministryně Nandy zdůrazňuje, že klíčovým cílem je ochrana hráčů. Nelegální provozovatelé podle ní nepod-

léhají stejným regulatorním požadavkům, a mohou tak představovat vyšší riziko.

„Fanoušci mají právo vědět, že platformy, na kterých sázejí, jsou řádně regulované a poskytují odpovídající ochranu,“ uvedla Nandy. Podle ní není přijatelné, aby nelicencované společnosti zvyšovaly svou viditelnost prostřednictvím největších sportovních klubů.

Podobně se vyjádřila i Baroness Twycross, podle níž neregulovaný hazard může zneužívat zranitelné skupiny a ponechávat spotřebitele bez adekvátní ochrany.

Konzultace jako první krok

Samotná konzultace má být spuštěna na jaře a zapojí se široké spektrum aktérů. Od sportovních organizací až po zástupce hazardního průmyslu. Vláda zároveň zdůrazňuje, že současné sponzorské smlouvy nejsou nezákonné.

Přesto považuje za problematické, že vysoká viditelnost značek může přivádět hráče na neregulované weby mimo dohled britských úřadů. Potenciální zákaz by měl tento efekt omezit.

Součást širšího boje proti nelegálnímu trhu

Navrhované opatření zapadá do širší strategie britské vlády zaměřené na potírání nelegálního hazardu. V lednu byl spuštěn speciální pracovní tým „Illegal Gambling Taskforce“, který spolupracuje s technologickými a platebními giganty jako Google, Mastercard, TikTok či Visa.

Cílem je omezit reklamu nelegálních provozovatelů na

sociálních sítích, zablokovat platební toky směrem k nelegálním platformám a posílit koordinaci mezi regulátory.

Regulace sponzoringu se zpříšňuje

Debata přichází v době, kdy už je rozhodnuto o zákazu sponzoringu hazardních společností na přední straně dresů klubů Premier League od konce sezony 2025/2026. Nadále však zůstávají otevřené jiné formy propagace. Například branding na rukávech či stadionové LED panely.

Trh se tak postupně adaptuje. Někteří operátoři, včetně Bet365, již hledají alternativní cesty, například partnerství se soutěžemi místo jednotlivých klubů.

Co to znamená pro trh

Pokud by byl zákaz přijat, znamenalo by to zásadní zásah do dosavadního fungování sponzoringu ve sportu. Omezil by přístup nelicencovaných značek k fanouškům a současně posílil pozici regulovaných provozovatelů.

Z pohledu regulace jde o další krok směrem k uzavřenějšímu a přísněji kontrolovanému trhu. Z pohledu byznysu pak o signál, že prostor pro šedé modely spolupráce se rychle zužuje.

BRUSEL ZVAŽUJE CELOEVROPSKOU DAŇ Z ONLINE HAZARDU. VE HŘE JSOU DESÍTKY MILIARD EUR

V Bruselu nabírá na síle návrh na zavedení celoevropské daně z online hazardu. Iniciativa, za níž stojí místopředseda Evropského parlamentu Victor Negrescu, by mohla zásadně proměnit způsob, jakým je sektor online sázek a her zdaněn napříč sedmadvacítkou. Pokud by prošla, šlo by o jeden z nejvýznamnějších zásahů do fiskální autonomie členských států v oblasti hazardu.

Nový „vlastní zdroj“ pro rozpočet EU

Záměrem je zavést unijní odvod ze zisků provozovatelů

online hazardních her. Výnos by směřoval přímo do rozpočtu EU, zejména na financování vzdělávání, rozvoje dovedností a programů pro mladé lidi.

Podle zastánců návrhu je současný rozpočet EU nedostatečný pro plnění rostoucích ambicí v oblasti vzdělávání a sociální politiky. Daň z online hazardu má představovat nový „vlastní zdroj“ Unie, aniž by se zvyšovaly přímé odvody členských států.

Argumentem je také výrazná rozdílnost národních daňových režimů. Zatímco v některých zemích se zisky z online hazardu daní zhruba pěti procenty, jinde se sazby blíží čtyřiceti procentům. Tato divergence podle předkla-

datelů vytváří konkurenční nerovnováhu na vnitřním trhu a motivuje firmy umisťovat sídla do států s nižším zdaněním, odkud následně obsluhují zákazníky v celé EU.

Interní odhady citované na půdě parlamentu uvádějí, že online hazard a sázení vygenerovaly v roce 2022 přibližně 130 miliard eur, přičemž aktuální objem trhu se může blížit 200 miliardám eur při meziročním růstu kolem pěti procent. Už jednoprocentní unijní daň by tak podle zastánců mohla do rozpočtu přinést desítky miliard eur ročně.



Naráží na daňovou suverenitu států

Realizace takového opatření by však znamenala zásadní posun směrem k fiskální harmonizaci v oblasti, která dosud zůstávala plně v kompetenci členských států. Na rozdíl od DPH, kde existuje částečná harmonizace, je zdanění hazardu výlučně národní záležitostí.

Navíc samotný Evropský parlament nemá pravomoc zavádět daně. Jakýkoli nový unijní daňový nástroj by musel jednomyslně schválit všech 27 členských států. Země s významnou expozicí vůči online hazardu by tak měly faktické právo veta.

Už samotná politická debata ale naznačuje posun v uvažování na úrovni EU: online hazard přestává být vnímán pouze jako regulovaná činnost, ale stále častěji jako potenciální strukturální zdroj financování evropských politik.

Dvojí zdanění a tlak na marže

Pro provozovatele by klíčovou otázkou bylo, zda by nová unijní daň fungovala souběžně s národními odvody, nebo by došlo k jejich koordinaci. Pokud by šlo o další vrstvu nad stávajícími daněmi, výrazně by to zvýšilo celkovou daňovou zátěž sektoru.

Otevřených otázek je více: zda by byl unijní odvod daňově uznatelný na národní úrovni, z jakého základu by se

počítal (hrubé herní příjmy, zisk či jiná metrika), jak by se vztahoval ke korporátní dani a zda by jeho výběr zajišťovaly unijní, nebo národní orgány.

V prostředí vysoce konkurenčního trhu s nízkými maržemi může i relativně malé procento navíc zásadně ovlivnit ziskovost. Dopady by se promítly do cenové politiky, investičních plánů i rozhodování o vstupu na jednotlivé trhy.

Riziko posílení nelegálního trhu

Zvláštní kapitolu představuje vymahatelnost. Evropský trh online hazardu dlouhodobě čelí aktivitě nelegál-

ních offshore platform, které cílí na zákazníky v EU bez příslušných povolení.

Pokud by se unijní daň vztahovala pouze na licencované a regulované subjekty, mohla by neúmyslně posílit konkurenční výhodu nelegálních operátorů. Ti by nové náklady nenesli, zatímco regulovaní hráči by čelili další fiskální zátěži. Úspěch případné reformy by proto vyžadoval koordinovanější postup proti nelegálnímu trhu napříč členskými státy.

Strategický signál pro celý sektor

Návrh zároveň otevírá širší otázku, zda se má online hazard stát trvalým pilířem financování evropských politik. Politicky je iniciativa rámována jako nástroj podpory vzdělávání a rozvoje dovedností, což zvyšuje její atraktivitu.

Bez ohledu na to, zda se návrh podaří prosadit v dohledné době, je zřejmé, že fiskální a regulatorní riziko v sektoru online hazardu se stále více formuje nejen v národních metropolích, ale i v Bruselu. Pro provozovatele, investory i regulátory to znamená jediné: evropská dimenze daňové politiky se stává faktorem, který nelze při strategickém plánování ignorovat.