

Každý si myslí, že v práci jen hraju hry

Společenské hry jsou jedním z mála segmentů trhu, kterému se dařilo, říká Pavel Prachař ze společnosti Mindok

Text KLÁRA ČIKAROVÁ
Foto RADANA ČECHOVÁ

Ze tři tisíc deskových her, které ročně vyjdou ve světě, vybere asi tři sta titulů, které by mohly bavit i lidi v tuzemsku a z nich zhruba třicet nakonec vydá. Manažer výroby a propagace společnosti Mindok Pavel Prachař v rozhovoru pro MAM představuje český trh společenských her, který je díky pandemii na vzestupu.

Společenské hry jsou jednou z možností, jak se doma během lockdownu zabavit. Podepsalo se to i na vašich prodejkách?

Jsmo jedna z částí trhu, která pandemií nebyla negativně zasažena. Nejsme sice Rohlík, abychom měli více než stoprocentní nárůst prodeje, ale i my jsme za loňský rok růst zaznamenali. Přesná čísla ale zatím ještě nemáme. Díky tomu, že se veškerý prodej přesunul do online prostředí, tak se na kategorii společenských her začali více soustředit i velcí obchodníci jako Mall nebo Alza. Věnují jí více marketingové péče a také drží větší skladové zásoby zásadních položek.

Změnil se kvůli odlišnému životního stylu i druh her, které lidé nakupují?

Nejlepší výsledky jsme zaznamenali u rodinných her, což jsou takové, které mohou hrát společně rodiče s dětmi. Naopak party hry určené pro větší skupinu lidí výrazněji nárůst logicky nezaznamenaly, protože se lidé nemohou potkávat. Naším dlouhodobě nejprodávanějším titulem je hra Carca-

ssonne, která letos slaví 20 let od svého vzniku. Zatímco v posledních letech byly její prodeje stabilní, v loňském roce pozorujeme výrazný výkyv směrem nahoru. Týká se to ale i dalších rodinných titulů, jako je třeba hra Kingdomino.

Jak se vám povedlo získat licence na velké tituly jako je Carcassonne?

Historie hry sahá ještě před vznik firmy Mindok. Musíme se vrátit k zakladateli a majiteli Mindoku Jaromíru Kovaříkovi, který na začátku 90. let založil se svým společníkem Antonínem Kokešem firmu Albi. V ní působil až do roku 2007, než založil Mindok. Jednání o licencích na Carcassonne nebo tehdy ještě Osadníky z Catanu a další hry probíhala ještě v rámci Albi a měl je na starosti právě pan Kovařík. Byl prvním velkým průkopníkem společenských her u nás, ještě v době, kdy všichni říkali, že to nemá smysl. Ale ukázalo se, že jeho vize byla správná. Když prodával polovinu firmy Albi svému společníkovi, tak v rámci majetkového vyrovnání došlo i k přesunu licencí. Takto si přinesl z Albi do Mindoku i hru Carcassonne, naopak třeba Osadníky z Katanu zůstali u Albi.

Budete marketingově pracovat s 20. výročím Carcassonne?

Uslyšíte o něm od nás v průběhu celého roku. Chystá se především speciální výroční edice hry. Původní vydavatel, tedy německá firma Hans im Glück, k ní připravuje doprovodnou

kampaň. V létě například vyzve lidi, aby vzali figurky z Carcassonne někam do přírody a posílali jejich fotky. Na podzim je naplánována také oslava přímo ve francouzském městě Carcassonne a my bychom chtěli uspořádat oslavu v rámci podzimního festivalu Deskohraní.

Jak velký je vůbec český trh společenských her?

Podle mého odhadu by se dal vyjádřit v řádu stovek milionů korun. Jen náš celkový obrat se pohybuje kolem 100 milionů korun ročně, některé licence ale máme i pro polský trh. Konkrétní částku vám nikdo nepoví, protože u nás neexistuje žádné měření trhu v našem segmentu, jako třeba v Německu. Tam dokáží trh rozdělit na online, offline a znají podíl konkrétních prodejních kanálů, protože všichni vydavatelé her dávají čísla agentuře, která trh mapuje. V minulosti jsme se snažili o to, aby něco podobného fungovalo i u nás.

A výsledek?

Pokusili jsme se iniciovat domluvu mezi jednotlivými vydavateli her, ale náš návrh bohužel nebyl všude přijat s nadšením. Pořád se tak pohybuje na úrovni spekulací.

Které prodejní kanály byly ve vaší branži nejdůležitější předtím, než se veškerý prodej přesunul na internet?

Když jsme před patnácti lety začínali, byly to velké sítě hračkářství jako je třeba Bambule



PLNÉ ZNĚNÍ
ROZHOVORU
NAJDETE
ZDE



Pavel Prachař

Manažer výroby a propagace společnosti Mindok vystudoval práva a politologii a mezinárodní vztahy na Masarykově univerzitě v Brně. V roce 2003 se na festivalu Fantazie setkal s Jaromírem Kovaříkem, tehdy spolujednatel firmu Albi, a později začal v Albi pracovat. V roce 2006 spoluzaložil Českou deskoherní společnost (Czech Board Games), která podporuje původní české deskové hry a propaguje je v zahraničí. Když Jaromír Kovařík v roce 2007 prodal svůj podíl v Albi, spoluzaložil s Pavlem Prachařem společnost Mindok.



nebo Pompo. Za tu dobu se jejich podíl výrazně zmenšil, naopak se na naší kategorii začala postupně více zaměřovat knihkupectví, protože hledala doplňkový neknižní sortiment. Zhruba před pěti lety se na prodej společenských her začala výrazně soustředit například síť Knihy Dobrovský. Právě oni pro nás byli před pandemií nejsilnějším prodejním kanálem. Do budoucna pro nás hračkářské sítě představují potenciální problém. Všechny už ohlásily, že nebudou splácet pohledávky, protože nemají z čeho. Vůbec není jisté, jestli současnou situaci ustojí.

Ustojí podle vás současnou krizi specializované prodejny?

Prodejny jako Svět her, Svět deskových her nebo Planeta her na rozdíl od nás mají vlastní e-shop a věřím, že díky tomu pandemii zvládnou. Hry u nich nakupují i běžné rodiny, ale zaměřují se především na hráčskou komunitu. Tedy lidi, kteří se ve hrách dlouhodobě orientují, vyhledávají náročné strategické tituly, které mohou mít i třicetistránková pravidla a hrají se až tři hodiny. Často jde také o sběratele, kteří jsou za hru ochotni utratit i několik tisíc korun. Takoví lidé mají zpravidla na konkrétní prodejnu silnou osobní vazbu a díky tomu je můžeme oslovit i my.

Kolik jsou Češi ochotni průměrně utratit za hru?

Takové měření nemáme, ale můžu s jistotou říct, že se tato částka během let zvyšuje. Ještě

třeba před pěti lety bylo těžké si představit, že by byli lidé běžně ochotni si koupit hru za více než tisíc korun. Dnes už je to normální. Pořád ale existují kvalitní hry, které si pořídíte do pěti set korun a odehrajete třeba do půl hodiny. Málokdo má dnes několik hodin času na to, aby si sedl ke společenské hře. Zkracování herní doby je dlouhodobým trendem, který se snaží přizpůsobit životnímu stylu.

Jak už jste zmínil, nemáte vlastní e-shop, snad jako jediný výrobce her. Proč?

Samozřejmě řešíme, jestli by to pro nás dávalo smysl, ale zatím nám vychází, že ne. Raději využijeme služby těch, kteří to umí lépe než my. Online obchody jako Alza pro nás byly silné i před pandemií, vedle toho jsme prodávali i přes e-shopy menších obchodníků. To, že nemáme vlastní e-shop, je pro nás naopak často velkou výhodou v jednání s obchodními partnery. Všichni naši konkurenti totiž vlastní e-shop mají a my obchodům jako jediní můžeme s klidným svědomím říci, že jim nebudeme ubírat zákazníky.

Zmiňujete konkurenty, kdo mezi ně patří?

Konkurence neustále přibývá a tím se zužuje prostor pro jednání. O každou konkrétní hru musíme rok od roku více bojovat. Naším největším konkurentem je firma Blackfire, která se nedávno stala součástí mezinárodní skupiny Asmodee, což je obrovský koncern,

kteří působí po celém světě a pracuje v jiných finančních rádech než my. Další konkencí je firma Albi, která u nás funguje dlouhodobě, ale soustředí se na spoustu dalších věcí a hry jsou jen částí jejího portfolia. Dlouhodobě tu působí třeba ještě firma Dino Toys, ale jde trochu jiným směrem než my. A během posledních let tu vznikla i spousta menších vydavatelství jako je například firma Rex hry.

Podle čeho se rozhodujete, jestli hru vydáte nebo ne?

To je klíčová část naší práce. Ve světě každoročně vychází několik tisíc nových her, na českém trhu to pak budou nižší stovky. Mým úkolem je z těch zhruba tři tisíc titulů, které ve světě vyjdou, vybrat dejme tomu tři sta, které by mohly lidi bavit i u nás. Co nejvíc z těchto her se pak snažíme zahrát a vyzkoušet a zhruba třicet z nich u nás nakonec vydáme.

Vy opravdu hrajete tři sta různých her ročně?

V řádu stovek her ročně to určitě bude. Řekl bych, že si zahraju zhruba tři nové hry týdně. Každý si hned myslí, že v práci jen hraju hry, ale tak to není. Zhruba jednou za čtrnáct dní se večer potkáme v kanceláři, sedíme tu třeba do půlnoci a během toho si zahrajeme pět nových her. Za normální situace během roku probíhají různé akce a setkání, kde hrajeme ještě intenzivněji. 🎲