

Rohlík se salámem vystřídaly jogurty a cereálie. Jak se za 35 let proměnily české snídaně a svačiny?

Praha, 4. června 2026 – **Rohlík s marmeládou nebo šunkou, kakao a domácí bábovka. Tak vypadala typická česká snídaně v 90. letech, kdy na Karlovarsku vznikla značka Hollandia. Za 35 let se ale stravování Čechů výrazně proměnilo. Je pestřejší, individualizované a ovlivněné životním stylem. Češi postupně omezili těžká a tučná jídla a dnes se mnohem více zaměřují na zdraví a kvalitu surovin. Společně s tím se proměnily také snídaně, svačiny i role mléčných výrobků v každodenním jídelníčku.**

Devadesátky a revoluce na talíři

Krátce po roce 1989 se Češi stále silně spoléhali na tradiční potraviny a domácí styl stravování. Devadesátá léta však odstartovala jednu z největších proměn českého jídelníčku. Po otevření trhu se výrazně rozšířila nabídka potravin, v obchodech se objevily nové značky, zahraniční produkty a přišel nástup supermarketů a hypermarketů. Tradiční česká kuchyně se začala střetávat se západními trendy. Jídelníček založený na pečivu, vepřovém mase, uzeninách a živočišných tucích se postupně rozrostl o dříve těžko dostupné nebo do té doby neexistující produkty. Velkou změnou bylo tropické ovoce (banány, mandarinky, kiwi nebo ananas), balené nápoje v podobě džusů a minerálních vod, širší sortiment mléčných produktů nebo první fit a light výrobky.

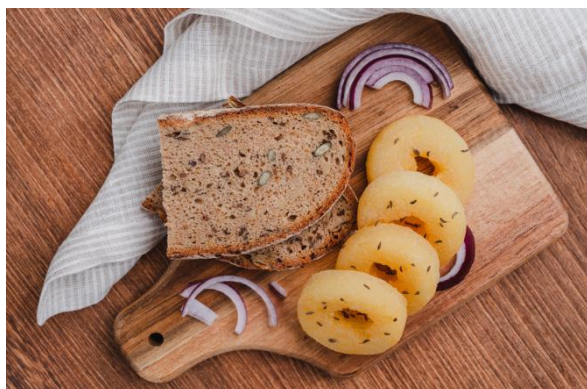


Foto: Shutterstock, archiv Hollandia

Češi také začali postupně opouštět těžší a na přípravu často náročná jídla a volili lehčí, praktičtější a zdravěji vnímané varianty. Snižovala se spotřeba hovězího a vepřového masa¹, naopak obliba drůbežího masa během 90. let vzrostla přibližně o 64 %. Místo sádla a másla začaly domácnosti více používat margaríny a rostlinné oleje, které tehdy symbolizovaly modernější životní styl.² „S jídelníčkem se za posledních 35 let proměnil také vztah Čechů ke zdraví. Zatímco v 90. letech byly symbolem zdravějšího stravování nízkotučné výrobky a margaríny, dnes se lidé zaměřují na původ a kvalitu surovin, složení, obsah cukru a bílkovin,“ komentuje Michal Škoda ze společnosti Hollandia.

Česká snídane? Od rohlíku se šunkou k jogurtu a granole

Chleba a rohlík s máslem, šunkou, marmeládou nebo sýrem. Nechybělo sladké pečivo, a to včetně domácí bábovky. K snídani si Češi dopřávali čaj, kávu nebo kakao. Typická česká snídane a svačina v 90. letech byla jednoduchá, praktická a spíše konzervativní. Velmi silnou pozici měly ve stravování uzeniny – zejména měkké salámy, párky nebo klobásy, jejichž spotřeba zůstávala vysoká i na konci 90. let. Dobovou zajímavostí je, že i když byly snídaňové cereálie v podobě cornflakes nebo müsli v 90. letech v západní Evropě běžné, do českých domácností si cestu nacházely pozvolna.³ Fit a funkční snídane totiž ještě nebyly tématem a současná „snack culture“ v podstatě neexistovala.

Nynější snídane a svačiny jsou mnohem více individualizované a s důrazem na pestrou, vyváženou a výživnou stravu. Často reflektují životní styl, dietní preference i aktuální trendy. K pečivu přibýly postupně právě cereálie a také jogurty v nejrůznějších variantách a úpravách, ať už s ovocem, müsli nebo granolou. Snídaňové možnosti rozšířily jogurtové výrobky, kaše, smoothie i rostlinné alternativy k mléčným produktům. Ke klasickým svačinám pak přibýly proteinové tyčinky, energy drinky, vysokoproteinové pudinky a další produkty dodávající dostatek energie. Bezlaktózové výrobky a rostlinné alternativy se postupně přesunuly z okrajové komodity a staly se běžnou nabídkou v supermarketech.

Když se jogurt stal součástí českých snídaní

Právě na mléčných výrobcích je proměna českého jídelníčku vidět výrazněji. Zatímco na začátku 90. let měli Češi ve velké oblibě hlavně klasické konzumní mléko, postupně začali více kupovat sýry a fermentované mléčné výrobky včetně jogurtů. Na trhu přibývaly

¹ Statistika a My, Časopis Českého statistického úřadu, 3/2024

² The development of food consumption in the Czech Republic after 1989 / Ruxton CHS, Kirk TR, Belton NR, Holmes MAM. Breakfast habits in children. Nutr. Food Sci. 1994; 24: 17±20.

³ The development of food consumption in the Czech Republic after 1989 / Ruxton CHS, Kirk TR, Belton NR, Holmes MAM. Breakfast habits in children. Nutr. Food Sci. 1994; 24: 17±20.

nejrůznější varianty jogurtů (ovocné, light, řecké, s müsli), nízkotučné varianty, jogurtové drinky, ochucené mléčné výrobky, kefir a ještě později skyry. Už na konci 90. let však více než 85 % domácností preferovalo polotučné nebo nízkotučné mléko a rostl i zájem o sýry s nižším obsahem tuku,⁴ což naznačuje posun k vyváženější stravě.

Součástí proměny trhu byla i společnost Hollandia, která vznikla v roce 1991, tedy v době, kdy české domácnosti teprve prozkoumávaly novinky na trhu. Karlovarská firma se tehdy inspirovala v Holandsku, odkud přivezla technologii na výrobu jogurtů v podobě mobilního přívěsu. Jejím jediným produktem byl Hollandia Originál Selský bílý jogurt. I dnes je pro něj typické zrání v kelímku, kvalitní vstupní suroviny a absence stabilizátorů a zahušťovadel. Jeho 500 g varianta se díky tomu stala nejprodávanějším značkovým jogurtem na trhu.⁵ Od 90. let Hollandia postupně rozšiřovala produktovou nabídku, výrobní kapacitu a inovovala i na poli technologií. Etablovala se jako úspěšná mlékárenská firma specializovaná na výrobu jogurtů. Z devadesátkových 5 tun mléčné a ovocné směsi denně se její výroba během 35 let zvýšila až na současných 130 tun denně. Každý den vyrobí okolo půl milionu jogurtů.

„Když jsme v roce 1991 začínali vyrábět první jogurty, český trh vypadal úplně jinak než dnes. Jogurt tehdy představoval pro mnoho domácností spíše doplněk, dnes je ale běžnou součástí každodenních snídaní i svačín. Spolu s tím, jak se proměňoval český jídelníček a přístup lidí ke zdraví, rostla i obliba kvalitních mléčných výrobků. Podle dostupných dat si dnes jogurt v nějaké podobě dopřává téměř devět z deseti Čechů. Stal se pevnou součástí jídelníčku napříč generacemi,“ říká Michal Škoda ze společnosti Hollandia.⁶

Zatímco v roce 1990 připadalo na jednoho Čecha necelých 92 litrů konzumního mléka ročně, v roce 2024 už to bylo pouze 56 litrů. Naopak spotřeba sýrů vzrostla z necelých 8 na 14 kilogramů na osobu a rostla i obliba dalších mléčných výrobků včetně jogurtů z 31 na 33 litrů.⁷ Samostatná kategorie jogurtů navíc zaznamenala výrazný růst výroby – z necelých 88 tisíc tun v roce 2002 na více než 127 tisíc tun v roce 2025.⁸ Jeden Čech dnes ročně spotřebuje téměř 261 kilogramů mléčných výrobků.⁹ Jogurtů sní za rok přibližně 15 kg.¹⁰

⁴ The development of food consumption in the Czech Republic after 1989 / Ruxton CHS, Kirk TR, Belton NR, Holmes MAM. Breakfast habits in children. Nutr. Food Sci. 1994; 24: 17±20.

⁵ Na základě NIQ RMS dat v kategorii Jogurty (vyjma Privátních značek) v objemu prodeje za období 12 po sobě jdoucích měsíců (rok 2025) na trhu CZ Total Czech FOOD (Copyright © 2026, ACNielsen Czech Republic, s. r. o.)

⁶ KNOWRES / MML TGI 2025 (Median), časový interval: 31. 3. 2025 – 14. 9. 2025, počet respondentů: 7 954

⁷ ČSÚ, Spotřeba potravin, souhrnná tabulka 1948-2024

⁸ Ministerstvo zemědělství, data k výrobě jogurtů v ČR od roku 2002 do 2025.

⁹ Tisková zpráva Českého statistického úřadu, [Spotřeba potravin 2024](#)

¹⁰ Denik.cz, 16. 9. 2019, [Jogurtů sní Češi ročně až 15 kilo, nejvíce těch jahodových. Na Švédý ale nemáme](#);
Bakalářská práce Vývoj spotřeby mléka a mléčných produktů, 2015

Hollandia v číslech

- Výroba půl milionu jogurtů denně
- 122 tun zpracovaného mléka denně
- 15–25 tisíc kelímků projede linkou za hodinu
- téměř 3 000 tun zpracovaného ovoce ročně
- 100 zaměstnanců
- 13 příchutí

Zdroje:

Český statistický úřad, Spotřeba potravin 1948–2024

Statistika a My, magazín ČSÚ, 3/2024

Ministerstvo zemědělství, data k výrobě jogurtů v ČR od roku 2002 do 2025 (dostupná na vyžádání)

Ministerstvo zemědělství, Situační výhledové zprávy Mléko (2006–2025)

Ministerstvo zemědělství, Komoditní karta Mléko (2013–2020)

Dofkova M, Kopriva V, Resova D, Rehurkova I, Ruprich J. The development of food consumption in the Czech Republic after 1989. Public Health Nutr. 2001 Oct;4(5):999–1003. doi: 10.1079/phn2001169. PMID: 11784413.

Data KNOWRES / MML TGI 2025 (Median), časový interval: 31. 3. 2025 – 14. 9. 2025, počet respondentů: 7 954

Nielsen/NIQ RMS data v kategorii Jogurty (vyjma Privátních značek) v objemu prodeje za období 12 po sobě jdoucích měsíců (rok 2025) na trhu CZ Total Czech FOOD (Copyright © 2026, ACNielsen TV)

Bakalářská práce, 2015, Veronika Bulantová, Vývoj spotřeby mléka a mléčných produktů

NOVA, 10. 11. 2014, [Náš jídelníček se od '89 výrazně změnil. Tohle jsme tehdy kupovali](#)

Denik.cz, 16. 9. 2019, [Jogurtů sní Češi ročně až 15 kilo, nejvíce těch jahodových. Na Švédý ale nemáme](#)

Nielsen Admosphere, 24. 10. 2022, [Cereálie jí více než třetina Čechů pravidelně. Je to pro ně snídane, ale i pochoutka](#)

Ipsos.cz, 15. 2. 2023, [Trendy ve veganských produktech](#)

ČT24.cz, 19. 3. 2024, [Češi spotřebují podobně potravin jako v roce 1950, dopřávají si ale více masa nebo alkoholu](#)

Retailnews.cz, 29. 7. 2024, [Růst poptávky nabízí nové příležitosti](#)

iDnes.cz, 11. 9. 2025, [Spotřeba mléčných výrobků roste, jsou však příliš levné, shodli se experti z oboru Czech Republic, s. r. o.\)](#)

O společnosti HOLLANDIA Karlovy Vary, s.r.o.

Společnost HOLLANDIA Karlovy Vary, s.r.o. je český výrobce mléčných produktů s tradicí od roku 1991. Výroba probíhá v Krásném Údolí v Karlovarském kraji, v prostředí, které se dlouhodobě promítá do přístupu značky ke kvalitě i samotné výrobě.

Hollandia staví na mléce výběrové kvality, pečlivě vybraných surovinách a výrobním procesu, který dává prostor přirozenému zrání jogurtu přímo v kelímku. Bílé jogurty neobsahují stabilizátory konzistence a vznikají bez zbytečných zásahů, které by ovlivňovaly jejich charakter. Klíčovým produktem značky je Originál Selský jogurt, který dlouhodobě reprezentuje její přístup k výrobě i výsledné chuti.

Společnost je držitelem mezinárodního certifikátu bezpečnosti potravin IFS a prochází pravidelnými audity nezávislých organizací. Je součástí skupiny HOPI HOLDING, a.s., jejíž logistické zázemí umožňuje distribuci výrobků nejen v České republice, ale i v rámci dalších evropských trhů.

Více informací naleznete na www.hollandia.cz.