

Do dvou let utrum

Odejdu, pokud se z firmy stane konglomerát, tvrdí její spolumajitel

Nehodláme se ve speciálních reklamních kampaních zaměřit na přetahování drobných klientů, tedy ani domácností. Tak komentovali úplně otevření trhu s elektřinou před několika lety velké energetické firmy. O pár let později se ale situace dramaticky změnila. Domácnosti a drobní živnostníci jsou jednou z mála kategorií, kde se, alespoň jak tvrdí lidé z oboru, zachovaly rozumné marže z prodeje elektřiny. A souboj o přetahování domácností může začít. Jednou z neúspěšnějších společností je v této „nové disciplíně“ společnost Bohemia Energy. Ta je s více než 200 tisíci klienty neúspěšnějším alternativním obchodníkem s elektřinou v Česku. Klienty přetahuje především velkým firmám jako ČEZ, E.ON a Pražská energetika.

Nejdřív šul nul

Firmu založil roku 2005 Jiří Písařík spolu s Milanem Růžičkou. „Tehdy jsme měli nějaké zkušenosti z telekomunikací, tento obor byl ale na ústupu, a tak jsme přemýšleli co dál,“ popisoval počátky podnikání s prodejem elektřiny Písařík. Tehdy pracoval pro francouzskou společnost Areva. „K energetice jsem měl tudíž velmi blízko, i když spíše k oblasti hardwaru. Rozhodli jsme se, že zkusíme získat pár zákazníků, alespoň tak pět set až tisíc. Byli jsme přesvědčeni, že když se nám to podaří, bude to velký úspěch,“ komentoval s úsměvem první plán společnosti Bohemia Energy její spolumajitel. Zhruba za měsíc ale museli vlastníci firmy své záměry přehodnotit. Zjistili totiž, že se jim v relativně krátké době, a to během několika týdnů, podařilo získat přes tisíc klientů. „Rozhodli jsme se, že prodej elektřiny rozjedeme plošně, celorepublikově,“ upozornil Písařík.

Dnes vzpomíná na první tři roky podnikání s velkým odstupem a hodnotí jej jako šul nul byznys. Tedy dařilo se sice získávat nové klienty, zisk za každý nově podepsaný kontrakt byl ale minimální. Bohemia Energy začala podnikat v době, kdy se v Česku naplno rozjela liberalizace trhu s elektřinou, tedy že si každý odběratel elektřiny, včetně domácností, mohl vybrat svého dodavatele. Jenže dle zkušeností z Německa, které bylo v procesu uvolňování trhu s elektřinou o několik let napřed, se firmám příliš nevyplatilo lákat nové klienty z řad domácností a malých podnikatelů. „Němečtí obchodníci tehdy do reklam, které měly přilákat stovky tisíc nových klientů, neinvestovaly obrovské částky, jenže přínos nebyl takový a většina z nich zkrachovala,“ vzpomíná jeden z velkých obchodníků. Tuhle situaci samozřejmě znalo i vedení společnosti Bohemia Energy. „V Německu svoji kampaň špatně načasovali. Bohemia Energy podobně investice neměla, na prodeji jsme de facto neutráceli, ani nevydělávali a obchodník se zaplatil sám. Z tohoto pohledu jsme fungovali a stále fungujeme, tedy s velmi nízkými náklady, efektivně, a dbáme na to, abychom byli dobře softwarově vybaveni a nemuseli zaměstnávat zbytečně moc lidí,“ tvrdí Písařík. Ten současně zavzpomínal na setkání s představiteli nejmenované velké energetické firmy, která se zabývá i prodejem elektřiny domácnostem. „Seděli jsme tehdy u stolu a oni se mě zeptali, kdo má u nás na starost změnu dodavatele, odpověděl jsem, že moje žena. Oni se podivili s tím, že u nich to dělá zhruba pětadvacet lidí, podobně to bylo i v dalších oblastech,“ konstatoval Písařík.

Podnikatel z Plzně

Písařík si pamatuje i na prvního firemního klienta, který uzavřel smlouvu na odběr elektřiny. „Byl to menší podnikatel z Plzně, myslím že zámečník. Dodnes jsem mu vděčný, že smlouvu podepsal, i když tehdy ani možná nevěděl, do čeho se pouští. Posléze pro nás začal pracovat i jako obchodník. Volal, že má zákazníka na dodávku elektřiny. Tehdy jsme podepsali nějakých dvacet nových smluv a pak už se byznys masivně rozjel,“ popsal start podnikání Písařík.

Spolumajitel považuje společnost Bohemia Energy stále za rodinnou firmu. A jak tvrdí, v tomhle „stavu“ by měla zůstat i nadále. Je totiž přesvědčen, že jen tak bude úspěšná. „Nechci, aby z firmy vyrostl nějaký konglomerát. V tu chvíli totiž přestane být efektivní a provozuschopná. Kdyby k něčemu takovému mělo dojít, raději ze společnosti odejdu,“ přiznává.

Firmě se za posledních několik let znásobil obrat. Ten loňský dosáhl za celý rok 2,54 miliardy korun, stejně částky firma dosáhla za letošní první pololetí. Obrat za celý letošní rok by měl činit zhruba 5,5 miliardy korun. Jak je na tom se ziskem, ale Bohemia Energy neuvádí. Dle slov jejího spolumajitele se však každá vydělaná koruna vrací do firmy zpět ve formě investic. „Je lepší každou vydělanou korunu využít k získání nového klienta, na nákup softwaru, který nám umožní lepší fakturaci, a podobně,“ trvá Písařík. A současně dodává: „V zisku jsme a budeme i dál.“ I proto si mohla firma v posledních měsících dovolit rozsáhlou reklamní kampaň v médiích za několik desítek milionů korun. Vše prý zaplatila z vydělaných peněz, aniž by si někde musela půjčovat.

Majitelé společnosti odolávají partidám na koupi. Dle nich stále někdo chodí třeba s tím, že firma dosáhla kritické velikosti a potřebuje za pomoci kapitálově silného partnera posunout dál. Písařík ale tvrdí, že kritická velikost je ještě v nedohlednu. Spíše se obává toho, že za dva tři roky nebude na českém trhu kam růst. Jen letos mění dodavatele elektřiny desetitisíce domácností měsíčně. Tento trend však brzy skončí. „S tím se výrazně změní i chování dodavatelských firem. Ty se začnou namísto získávání nových klientů věnovat především aktivitám, které budou spojeny s jejich udržením,“ tvrdí Písařík. Jen do srpna letošního roku změnilo dodavatele elektřiny takřka 92 tisíc domácností, přitom za celý loňský rok to bylo lehce přes 54 tisíc.

Na otázku, jak může cenově konkurovat velkým firmám, jako je E.ON či ČEZ, Písařík odpovídá s tím, že nakupuje výhodně elektřinu od výrobců. „Pro nákup elektřiny máme vypracovaný velmi složitý systém, který nás zatím nikdy nezklamal,“ vysvětlil spolumajitel Bohemia Energy.

Vlastní elektrárnu

Vedení společnosti Bohemia Energy se netají tím, že chce zhruba do tří let získat vlastní elektrárnu. Hodlá tak uzavřít řetězec: obchod, dodávku a výrobu elektřiny. Do nové elektrárny o výkonu osmdesáti až sto megawattů, s největší pravděpodobností paroplynové, hodlá investovat až 1,8 miliardy korun. Vedení firmy předpokládá, že do projektu přibere partnera. Ne však žádnou již známou investiční skupinu či energetickou firmu, která působí na českém trhu. „Může to být zahraniční společnost, která se chce dostat na tuzemský trh. Mnohem důležitější pro nás ale je, aby se vyznala v provozování elektráren,“ nastínil písařík parametry, dle kterých bude vyhledávat případného partnera. A jak hodnotí Bohemia Energy konkurenci? Jako společnost, která přišla na tuzemský trh s elektřinou ve správný čas. „Mají agresivní cenovou politiku, navíc měli štěstí při nákupu elektřiny. Pořídili si ji v době, kdy ceny byly velmi nízké, na rozdíl od velkých firem, které ji v obavách před dalším zdražením kupovali nevýhodně,“ tvrdí jeden z konkurenčních obchodníků. Ten upozornil na to, že skutečnou úspěšnost společnosti Bohemia Energy ukážou až další měsíce, kdy její současná výhoda v podobě výhodného nákupu elektřiny zmizí.