

Trisbee & BOOM Events Case Study



MORAVSKÁ VYSOKÁ ŠKOLA OLMOUC

Ústav financí a účetnictví

Trisbee s.r.o. & BOOM Events s.r.o.

Fintech a Events startup

Případová studie

Autor: Ing. Roman Dvořák, Ph.D.

Vedoucí projektu: Ing. Tomáš Jelínek, Ph.D.

Olomouc 2025

Úvod

Bezhotovostní platby se v posledních letech staly nedílnou součástí každodenního života v rozvinutých ekonomikách. Podle České národní banky dosáhl objem plateb kartami vydanými rezidentskými bankami v roce 2024 výše přes 2,2 bilionu Kč, což představuje další meziroční nárůst. V České republice však přetrvává paradox – zatímco spotřebitelé aktivně využívají platební karty a bezkontaktní platby, řada drobných obchodníků a živnostníků nadále poskytuje pouze platbu v hotovosti, protože v bezhotovostních platbách vidí řadu překážek.

Hlavní překážkou pro přijetí bezhotovostních plateb u malých podnikatelů jsou vysoké vstupní náklady na pořízení platebního terminálu nebo fixní měsíční poplatky, případně složitá administrativa spojená s registrací k přijímání plateb kartou. Tradiční platební terminály často vyžadují počáteční investici, měsíční poplatky za vedení účtu, a navíc si poskytovatelé účtují procentuální poplatek z každé transakce, který se běžně pohybuje mezi 1,5 až 3 procenty.

Tato případová studie se zaměřuje na český fintech startup Trisbee s.r.o., který si klade za cíl odstranit tyto bariéry a zpřístupnit bezhotovostní platby všem drobným podnikatelům bez ohledu na jejich obrat nebo investiční možnosti. Trisbee představuje inovativní řešení založené na mobilní technologii a QR kódech, které umožňuje přijímat platby kartou bez nutnosti vlastnit platební terminál.

Studie se v úvodu zaměří na motivaci k založení startupu Trisbee, na její vývoj v průběhu prvních let působení a získání počátečních investic. Dále bude popsán business model společnosti, technické řešení platformy a dalších možností jejího využití v praxi.



Ukázka platební aplikace Trisbee

1 Vznik a financování Trisbee

1.1 Vznik a základní údaje

Trisbee s.r.o. je český fintech startup se sídlem v Praze 6, Vokovice, K Červenému vrchu 678/1, IČO: 04775660, zapsaný v obchodním rejstříku vedeném u Městského soudu v Praze pod spisovou značkou C 306886. Společnost byla založena v roce 2018 a oficiálně zahájila provoz v červnu téhož roku dvojicí dlouholetých přátel a spolužáků – Františkem Havlínem a Matějem Turkem.

Trisbee je registrovaným poskytovatelem platebních služeb malého rozsahu (PPSMR) na základě povolení uděleného Českou národní bankou, se sídlem Na Příkopě 28, 115 03 Praha, která je orgánem dohlížejícím nad činností Trisbee při poskytování platebních služeb. Status PPSMR umožňuje společnosti poskytovat platební služby v České republice s určitými omezeními, a to měsíční průměr částek provedených platebních transakcí v ČR za posledních 12 měsíců nesmí přesahovat částku odpovídající 3 000 000 EUR.

Vizí startupu je vytvořit celoevropský bezhotovostní platební systém, který ulehčí podnikání a umožní přijímání plateb bez poplatků. Motto společnosti zní: "Chceme, aby podnikat mohl bez problému každý". Společnost se zaměřuje především na drobné obchodníky, živnostníky, charity a organizátory menších akcí, kteří v současnosti postrádají vhodnou bezhotovostní platební metodu.

1.2 Zakladatelé a jejich motivace

S myšlenkou založit Trisbee přišli František Havlín a Matěj Turek, kteří se během svých podnikatelských aktivit osobně setkali s byrokratickými překážkami při zakládání vlastního byznysu v České republice. Oba zakladatelé sdíleli přesvědčení, že v dnešní digitální době by měl mít každý možnost rozjet svůj vlastní byznys s tím, co už má po ruce – tedy s telefonem. Drobní obchodníci a živnostníci by měli mít možnost přijímat od svých zákazníků peníze jednoduše, a to na pár kliknutí s co nejmenšími transakčními náklady.



Zakladatelé Trisbee, vlevo František Havlín, vpravo Matěj Turek

Havlín a Turek si během přípravných prací všimli, že tradiční způsob přijímání plateb kartou je pro malé podnikatele příliš nákladný a administrativně složitý. Platební terminály vyžadují dlouhodobé smlouvy s bankami, fixní měsíční poplatky bez ohledu na obrat a často i počáteční investici do samotného zařízení. Pro živnostníky, kteří začínají s podnikáním nebo mají sezónní charakter činnosti, představují tyto náklady výraznou bariéru.

Proto se v roce 2018 rozhodli nabídnout světu aplikaci Trisbee (původně pod názvem "Přímá platba"), díky které mohli drobní obchodníci a uživatelé přijímat platby bez zbytečného papírování, nákladných zařízení nebo dlouhodobých smluv. Stačilo jediné: telefon a licence od České národní banky.

1.3 Financování a investoři

Od samého počátku startup aktivně hledal investory, kteří by podpořili jeho růst a vývoj. V listopadu 2018 Trisbee získal v preseedových kolech investice v celkové výši 6 milionů korun od několika domácích angel investorů. Zakladatelé František Havlín a Matěj Turek si ponechali ve firmě podíl 62 procent. Mezi klíčové angel investory patřil Petr Bartoš, spoluzakladatel úspěšných českých startupů jako Slevomat, Dámejdlo.cz nebo Rohlík, dále Filip Hejduk, spoluvlastník společnosti Unit & Sofa, a Zdeněk Šolle.

Významnou roli v raném období startupu sehrál estonský akcelérátor Startup Wise Guys, jeden z předních byznysových akcelérátorů v Evropě zaměřený na region střední a východní Evropy. Trisbee se stal prvním a dosud jediným českým startupem, který získal financování od tohoto akcelérátoru a absolvoval jeho tříměsíční intenzivní program v roce 2018. Startup Wise Guys zůstal ve firmě jako investor a poskytl nejen kapitál (investice se pohybují v rádech desítek až stovek tisíc euro), ale také přístup k síti mentorů a kontaktů v zahraničí.

Program akcelérátoru byl pro zakladatele Trisbee velmi přínosný. "Celý program je velmi praktický – Startup Wise Guys spolupracuje s řadou mentorů, kteří fungují jako odborníci z praxe a dali nám velmi cenné rady, které jsme začlenili do vlastního podnikání," uvedl Matěj Turek. Díky akcelérátoru získali zakladatelé cenné poznatky o mezinárodních trzích, přístupu k fundraisingu a vytváření škálovatelného business modelu.

V únoru 2020 Trisbee úspěšně ukončilo crowdfundingovou kampaň na britské platformě Seedrs, kde vybralo více než 250 000 EUR (přibližně 8 milionů korun). Společnost nabízela 12,20 % podílu při ocenění 1,8 milionu EUR. Kampaň přilákala téměř 40 investorů, což potvrdilo zájem o inovativní platební řešení nejen v České republice, ale i v zahraničí.

Finance z tohoto kola byly určeny na podporu průběžných upgradů produktu, expanzi do Německa, Itálie a Španělska a na podporu organického růstu.

1.4 Vývoj v letech 2021–2024 a změna strategie

V následujících letech po úspěšném crowdfundingu se společnost Trisbee potýkala s rostoucí konkurencí na trhu platebních řešení (např. platební terminály a služby SumUp). Ačkoliv aplikace nadále sloužila tisícům uživatelů, v roce 2024 společnost oznámila pozastavení poskytování některých platebních služeb (akceptace karet) z důvodu změny dodavatele technické infrastruktury, a hlavně z důvodu přístupu ze strany ČNB, kde dlouhodobě neúspěšně žádali o rozšíření platební licence.

V tomto období se vedení společnosti rozhodlo pro strategickou restrukturalizaci. Bylo identifikováno, že jedna z vertikál podnikání – platforma pro organizaci eventů a prodej vstupenek – má odlišný růstový potenciál a regulační požadavky než samotná platební aplikace. To vedlo k rozhodnutí vyčlenit tuto část byznysu do samostatného subjektu.

2 Transformace společnosti a vznik BOOM Events

2.1 Rozdělení odštěpením se sloučením

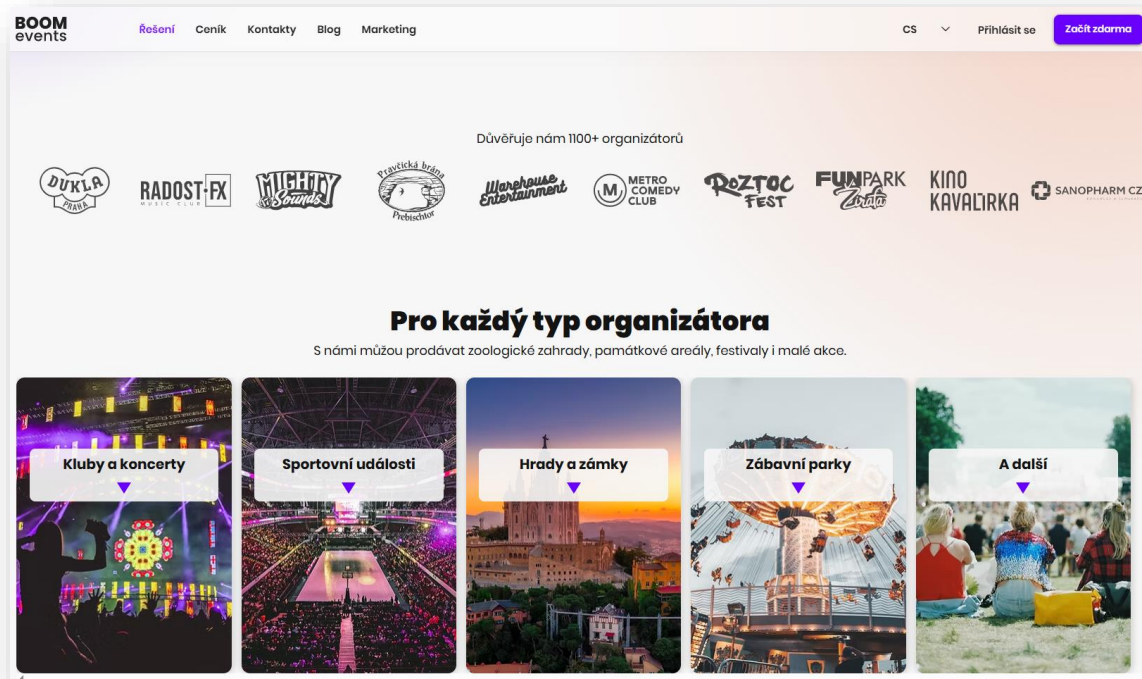
Významným milníkem v historii společnosti se stal rok 2024, kdy došlo k formálnímu právnímu oddělení aktivit spojených s organizací akcí. Dne 27. 11. 2024 byl do sbírky listin uložen projekt přeměny formou rozdělení odštěpením a sloučením.

V rámci tohoto procesu nezanikla původní společnost Trisbee s.r.o. (tzv. rozdělovaná společnost), ale došlo k vyčlenění části jejího jmění, která přešla na nástupnickou společnost BOOM Events s.r.o. (IČO: 18011837).

Tento krok umožnil právně a ekonomicky oddělit regulovaný byznys platební instituce (Trisbee) od neregulovaného technologického byznysu zaměřeného na ticketing a event management (BOOM Events). Pro věřitele, zaměstnance a společníky byly v souladu se zákonem o přeměnách zveřejněny podmínky, které garantují, že rozdělením nedojde ke zhoršení dobytnosti pohledávek ani zkrácení práv stakeholderů.

2.2 Profil společnosti BOOM Events s.r.o.

Nástupnická společnost BOOM Events s.r.o. se zaměřuje na poskytování komplexního řešení pro organizátory kulturních, společenských a sportovních akcí. Ačkoliv formálně vznikla již v únoru 2023, plný rozsah obchodních aktivit převzala po dokončení transformace v roce 2024.



Webová stránka BOOM Events s nabídkou pro organizátory akcí

2.2.1 Business model a produkt

BOOM Events funguje jako SaaS (Software as a Service) platforma pro online předprodej vstupenek. Její hlavní konkurenční výhodou je odstranění bariér pro malé a střední organizátory:

Cenová politika: Pro organizátory je využívání platformy zdarma. Společnost generuje zisk z poplatků připočtených k ceně vstupenky, které hradí koncový zákazník (model zahrnuje fixní poplatek za vstupenku + procentuální poplatek z transakce).

Funkcionalita: Systém nabízí nejen prodej vstupenek, ale i odbavení návštěvníků pomocí QR kódů, správu guestlistů a napojení na platební brány.

Cílová skupina: Služba cílí na široké spektrum klientů od hudebních klubů a festivalů přes zoologické zahrady až po jednorázové komunitní akce (plesy, přednášky).

2.2.2 Vedení a vlastnická struktura

V čele nové společnosti stojí jednatel Josef Tajovský. Zakladatelé původního Trisbee, František Havlín a Matěj Turek, zůstávají v projektu aktivní, přičemž Matěj Turek drží ve společnosti majoritní podíl. Zajímavostí je, že do struktury BOOM Events přešli i někteří původní investoři z platformy Seedrs (prostřednictvím entity Seedrs Nominees Limited), což potvrzuje kontinuitu důvěry investorů v nový směr podnikání.

3 Diskuze

Vstup BOOM Events na trh ticketingu a event managementu probíhá v prostředí, kterému dominují velcí hráči (Ticketportal, Ticketmaster) a zavedené střední platformy (GoOut, smsticket). BOOM Events si však vybudoval unikátní pozici díky kombinaci technologického know-how z fintech sektoru a agresivní cenové politiky.

Hlavní konkurenční výhody lze definovat v následujících čtyřech oblastech:

3.1 Finanční model postavený na nulových fixních nákladech

Zatímco tradiční řešení často vyžadují vstupní poplatky, měsíční paušály nebo složité smluvní závazky, BOOM Events aplikuje model, který zcela odstraňuje bariéry vstupu. Organizátor neplatí za využívání platformy, vystavení akce ani generování vstupenek žádné poplatky. Poplatek za službu (k prosinci 2025 3,9 % + 2,50 Kč za transakci) je připočten k ceně vstupenky a hradí jej koncový návštěvník. Díky fintechovému zázemí mateřské společnosti nabízí BOOM Events službu „Předčasná výplata tržeb“, která umožňuje organizátorům získat až 80 % tržeb ještě před konáním akce. To je klíčová výhoda oproti standardu trhu, kdy jsou peníze zdržovány až do proběhnutí eventu. Podle zakladatele je možné, že do budoucna by společnost zavedla servisní poplatek 'v nějaké podobě', pokud by se ukázalo jako strategicky vhodné. Zatím však zůstává BOOM Events věrna principu maximální transparentnosti.

3.2 Technologická DNA a jednoduchost (DIY přístup)

Na rozdíl od konkurentů, kteří vznikli primárně jako marketingové agentury nebo kulturní přehledy (např. GoOut), vznikl BOOM Events jako technologický spin-off. Systém je postaven na principu „Do It Yourself“ (Udělej si sám). Nový organizátor může začít prodávat vstupenky do 5 minut od registrace, bez nutnosti kontaktovat obchodního zástupce nebo podepisovat papírové smlouvy. Součástí řešení je vlastní aplikace pro odbavení návštěvníků (Check-in) pomocí QR kódů, která funguje v reálném čase a nevyžaduje pronájem drahých čteček – stačí běžný smartphone.

3.3 Zaměření na „Long Tail“ trh

Velké ticketingové sítě se soustředí primárně na O2 arenu a velké festivaly. BOOM Events strategicky cílí na tzv. long tail (dlouhý chvost) trhu – tisíce menších a středních akcí, které jsou pro velké sítě nezajímavé. Jedná se o maturitní plesy, hasičské bály, přednášky, sportovní turnaje, zoologické zahrady či menší kluby. Tento segment historicky trpěl nedostatkem digitalizace a často se spoléhal na hotovostní prodej na místě nebo rezervace přes e-mail.

3.4 Vlastnictví dat

Mnoho ticketingových platform si ponechává data o návštěvnicích pro vlastní marketingové účely. BOOM Events staví na transparentnosti a poskytuje organizátorům plný přístup k databázi jejich zákazníků (v rámci GDPR), což organizátorům umožňuje budovat vlastní komunitu a realizovat přímý marketing bez závislosti na platformě.

Srovnání s konkurencí

Následující tabulka shrnuje klíčové rozdíly mezi BOOM Events a typickými konkurenty na českém trhu:

Parametr	BOOM Events	Tradiční síť (Ticketportal, Ticketstream)	Moderní platformy (GoOut, smsticket)
Cílový zákazník	Malé a střední akce, DIY organizátoři	Velké halové akce, stadiony	Kulturní akce, kluby, festivaly
Rychlost nasazení	Okamžitě (samoobsluha)	Týdny (nutná smlouva)	Dny (často nutné schválení)
Náklady pro pořadatele	0 Kč (náklad nese kupující)	Provize 4–8% z tržby	Provize 5–8% z tržby
Výplata tržeb	Možnost průběžné výplaty (před akcí)	Zpravidla až po vyúčtování akce	Po akci (nebo zálohově na vyžádání)
Technologický původ	Fintech (platební instituce)	Tradiční ticketing	Marketing / Média

3.5 Mezinárodní expanze a globální potenciál

Nejen, že společnost zvažuje investice v rámci strategických partnerství s vybranými zavedenými organizátory, ale také plánuje expandovat do Španělska a okrajově i do Polska. Na dotaz spolumajitel pan Havlín reagoval: „Španělsko je pro nás velmi zajímavý trh už svou velikostí. Také provize v naší branži jsou obvykle daleko vyšší. Jako bariéru vnímáme nutnost lokálních zaměstnanců a spojené byrokracie. Klienti ve Španělsku nejsou zvyklí komunikovat anglicky a chtějí osobní přístup.“

Závěr

Rozdělení aktivit do dvou entit lze hodnotit jako logický krok v životním cyklu startupu. Zatímco původní vize Trisbee narážela na silnou konkurenci bankovních domů a složitou regulaci platebního styku, vertikála BOOM Events vstoupila na trh ticketingu s moderním, nízkonákladovým řešením, které má potenciál rychlejšího škálování bez nutnosti bankovních licencí. Společnost tak transformovala své původní know-how v oblasti QR plateb do specializovaného produktu pro eventový trh.

Ještě bych chtěl závěrem zmínit dvě podmíněné odpovědi směrem ke startupové komunitě úspěšného podnikatele a spolumajitele pana Havlína na tyto otázky, které jsem mu položil:

1. *„Jaké tři nejdůležitější myšlenky byste chtěl sdělit startup komunitě na základě Vaší zkušenosti?“*

„Riskovat, nebát se rychle pivotovat, správně si volit lidi v týmu.“

2. *„Co byste udělal jinak, kdybyste začínal znovu?“*

„Pravděpodobně bych již nezvolil tak silně regulované odvětví, jako jsou platební služby, případně bychom nezkoušeli český trh. Kdybych mohl začít znovu, začal bych daleko dříve.“