

průvodce
labyrintem českého
cestovního ruchu

www.e-vsudybyl.cz

všudybyl

deváté
vydání
2003

Více informací najdete na straně 6 a 7.

Holiday Inn®

PRAGUE CONGRESS CENTRE

časopis lidí a o lidech v cestovním ruchu

Nalezl sem tu mnoho zbytečných marností; nýbrž větší díl těch zaměstnání že nejsou než sama pouhá marnost a neužitečné bláznovství, poznal sem jistotně. Poněvadž zajisté lidské tělo skrovníčkým a prostičkým jídlem a pitím se přechovává; skrovníčkým a prostičkým rouchem přiodtí; skrovníčkým a prostičkým staveníčkem přichráníti dá: patné jest, že maličké a skrovníčké o ně péče a práce potřebí, tak jakž za starodávna bývalo.

Jan Amos Komenský, Labyrint světa a ráj srdce L.P. 1623



Nýbrž větší díl těch zaměstnání že nejsou než sama pouhá marnost



Je potěšitelné, že v Česku dochází k posunu ve vnímání dimenzí cestovního ruchu. Že si řada politiků začíná uvědomovat jeho jedinečnou vlastnost dostávat peníze do ekonomického systému odjinud. Schopnosti zhodnocovat kapitál Česka (lidský potenciál, historii, kulturu a přírodu). Přesto se současné Česko jen velmi pozvolna dostává z pozice chudého multimiliardáře, který zdědil cosi, s čím si neví rady, protože ti, co mu to spravují, dosud neakceptovali, že politická podpora a peníze dělají peníze i v cestovním ruchu. Pochopitelně, přemnoží ze zákono-

dárců a správců mají tolik práce, že nemohou vůbec nic dělat. Nicméně všichni se již na vlastní kůži přesvědčovali, proč je hotelový průmysl páteří cestovního ruchu. Jak nejapně by bylo podezírat kohokoliv z nich, že by při služebních výjezdech doma i v zahraničí své tělo skrovníčkým a prostičkým jídlem a pitím přechovávali; skrovníčkým a prostičkým staveníčkem přichraňovali.

*Jaromír Kainc
nakladatel Všudybylu*

Holiday Inn
PRAHA - PRÁŽSKÝ HOTEL

Nejbezpečnější v Praze 6-7

KONGRESOVÉ CENTRUM

Pod záštitou našeho prezidenta 8-9

Kongresové centrum Aldis 9

GRAND HOTEL

Hotel, který má duši 10-11

V Jihlavě nejpozoruhodnější secesní 12

OREA

Nová dimenze bezpečí 12

Ve světě hotelových profesionálů 13

Nemůžeme mít jen chudé lidi 14-16

TRANSIO

Corporate Foreign Exchange 16

HOTEL GARNET

Reakce na Opavu je velmi pozitivní 17

Hotel Garnet Strakonice 17

Nový trend v kongresové turistice 18-19

TRANSIO

Fun & Fit Day 2003 20-21

ČSA na českém trhu letenek 22

CSAE

Galakonzert k 80. výročí 23

Františkolázeňské Aqua Forum 24

ČESKÉ LÁZEŇSTVÍ

České lázeňství a Evropa 25

BIV Veltrhy Brno

Náchodské pracoviště Euroregionu Glacensis 26

Kraje lákají aktivní dovolenou 26

Meeting Point 2004 27

diverz

Největším koupelnového nábytku 28-29

HOCHTIEF VSB

První dáma se zúčastnila 29

Není to o našem malém písččku 30-31

Bayreuth se představuje 31

Novoměstský pivovar

Novoměstský pivovar 32

Týden zahraničních Čechů 32

KAMENNÝ MOST Dům plný pohody 33

VČE

Královéhradecký kraj 34-35

Východočeská energetika 35

Na Retezat 36

všudybyl

Průvodce labyrintem českého cestovního ruchu

Registrace: MK ČR E 10797
Vychází 10x do roka v nákladu 10 000 ks.

Vydavatel: PhDr. Jaromír Kainc
Chalabalova 1605, 155 00 Praha 13
mobil: +420 603 177 536, fax: +420 235 522 906
e-mail: kainc@mbox.dkm.cz

Grafická úprava a sazba: IMidea s.r.o.
Tisk: Graspo Zlín

Za obsah inzerátů, P.R. článků a autorská práva k nim zodpovídají jejich zadavatelé.

Nejbezpečnější v Praze

V rámci oslav 150 let založení pražského hasičského sboru se 6. října pod patronací hl.m. Prahy v hotelu Holiday Inn Prague Congress Centre pod názvem „Mosty“ uskutečnil celorepublikový seminář protipožární prevence. Zúčastnili se jej ředitelé krajských záchranných sborů, starostové pražských městských částí a vedoucí jejich odborů výstavby. Seminář zahájili generální ředitel Hasičského záchranného sboru České republiky

– náměstek ministra vnitra generálmajor Ing. Miroslav Štěpán, ředitel Hasičského záchranného sboru hl.m. Prahy plukovník Bc. Dalibor Gosman. Několik dní nato jsem o rozhovor požádal generálního ředitele hotelu Holiday Inn Prague Congress Centre JUDr. Jana Filipa. Inspirací mi bylo vyjádření ředitele Hasičského záchranného sboru hl.m. Prahy plukovníka Gosmana na rádiu Impuls o tom, že Holiday Inn Prague Congress Centre je nejbezpečnějším hotelem v Praze.

Pane řediteli, váš hotel se na realizaci semináře podílel nejen coby poskytovatel kongresových služeb, ale i jako aktivní účastník, a to mimo jiné i přednáškou Ing. Hany Hlouškové nazvanou „Inteligentní budovy a jejich přínos v požární prevenci“.

Opravdu nejen jí. Ve třetím bloku semináře, který byl určen speciální problematice zajištění komplexní bezpečnosti objektů a porovnání zkušeností v rámci mezinárodních měřítek, přednesli své příspěvky Ing. Hana Hloušková, Ing. Šenovský CSc. z Fakulty bezpečnostního inženýrství Vysoké školy báňské v Ostravě a plukovník Ing. Vlček, náměstek ředitele Hasičského záchranného sboru Moravskoslezského kraje. Součástí semináře byla i cvičená evakuace a prohlídka protipožárního zabezpečení hotelu Holiday Inn Prague Congress Centre. Cvičný poplach byl zahájen ve tři hodiny odpoledne. Jeho přímými účastníky byli všichni, kdo se v tu chvíli v hotelu nacházeli. Účastníci semináře, zaměstnanci i hoteloví hosté. Ze sedmého podlaží pak např. byly oknem evakuovány naše dvě pracovnice. Vše bylo provedeno vysoce profesionálně. Spolu s hasiči byla přítomna zdravotní záchranná služba a Policie České republiky. V souvislosti s cvičením jsme zaznamenali pozitivní ohlasy zahraničních hostů. Vesměs jej vnímali jako praktickou demonstraci péče o svoji bezpečnost. Bezpečnost v hotelnictví už dnes není otázkou pouze protipožární prevence, ale i bezpečné gastronomie, ochrany majetku klienta a také proto mne těší, že pan ředitel Gosman o hotelu Holiday Inn Prague Congress Centre řekl to, co řekl.



JUDr. Jan Filip

Je možné konstatovat, že Ministerstvo vnitra České republiky účastí náměstka ministra deklarovalo podporu seminářů, který de facto byl z valné části o bezpečnosti v českém hotelovém průmyslu.

Podle mého názoru byl seminář „Mosty“ také o vztahu mezi minulostí a přítomností, tedy o tom, nejen o protipožární prevenci hovořit, ale vytvářet ji v praxi. K tomu, že nám byla prokázána čest přivítat účastníky semináře pod střechou Holiday Inn, zřejmě přispěl

fakt, že se o našem hotelu mluví jako (a je to terminus technicus) o „inteligentní budově“, což bylo jedním z nosných témat semináře. Pojem „inteligentní budova“ vyjadřuje propojení mezi technologiemi, systémem řízení a činností personálu čili jak je budova řízena a jak je vše propojené, což je předpokladem její funkčnosti a vysoké míry bezpečnosti.

Pane řediteli, co bezpečnost hotelů a Evropská unie?

Ta se systémem bezpečnosti hotelů a gastronomických provozů zabývá natolik, že vytvořila samostatnou pracovní skupinu. Skupina jedná i o tom, jakým způsobem bude klientům deklarována bezpečnost toho kterého zařízení. Zatím je zvažováno, že bude avizována plamínky obdobně jako hotelové kategorie hvězdičkami. Plamínek nula až plamínek pět. Tato transparentnost bude mít bezesporu i další význam. Poměrně často se totiž dostáváme do situací, že se cestovní kanceláře nebo organizátoři konferencí nej-

Inteligentní budova Holiday Inn v Praze

Čtyřhvězdičkový objekt Holiday Inn Prague Congress Centre, hotelu, který v dubnu tohoto roku oslavil druhé narozeniny, patří mezi první „inteligentní budovy“ v Praze.

Centrální systém zaznamenává aktuální počet osob v objektu, je zde instalován uzavřený televizní okruh, elektronická požární signalizace, soustavy chlazení i vzduchotechniky atd. V případě požáru hotelu jsou automaticky přivolány nejbližší hasičské záchranné jednotky a hosté vyzýváni k evakuaci pomocí požárního hlášení a interaktivní televize. Manažer hotelu je schopen veliteli hasičů předložit aktuální počet osob v hotelu a jejich přesnou lokaci. Vyhlášením požáru jsou automaticky zastaveny výtahy, vypnuta centrální klimatizace a požárními klapkami uzavřeny jednotlivé požární úseky hotelu a naopak otevřeny únikové cesty a je zajištěno jejich maximální odvětrávání. Fungování tohoto vysoce moderního „inteligentního systému“ si měli možnost prověřit odborníci požární ochrany z celé České republiky – účastníci semináře „Mosty“, který se uskutečnil při příležitosti 150. výročí založení pražského hasičského sboru. Vyzdvihovali zejména ojedinělost v používání vlastní profesionální požární jednotky, ideálně jednoduchý tvar budovy pro případnou evakuaci, pečlivé značení únikových cest a v neposlední řadě soustavný cílevědomý preventivní trénink zaměstnanců hotelu.



dříve ptají, jak je hotel bezpečný. Bezpečnost ale není pouze záležitostí dispozic a technologií. Soustavně se zjišťuje, a to i v rámci Evropské unie, že jakýkoliv bezpečnostní systém je nefunkční a špičkové technologie selhávají v případě, nejsou-li lidé trénováni, vedeni k tomu, aby se důraz na bezpečnostní aspekty stal součástí jejich každodenních činností.



Před nedávnem jste se vrátil z Atlanty z kongresu Intercontinental Hotels Group, kterého se spolu s vámi zúčastnilo na tři tisíce tři sta hoteliérů z celého světa.

Ano, ale začal bych u nás doma. Letos, od té doby, co je hotel Holiday Inn Prague Congress Centre otevřen, proběhlo první bezkonfliktní září. Předloni byl New York, loni záplavy a další neblahé věci, které světový cestovní ruch negativně ovlivnily. Pokud někdo v Česku řekne, že se nás netýká, co se kde ve



světě děje, není to pravda. Vystoupení téměř všech řečníků v Atlantě obsahovala pasáž o tom, že situace provázená poklesem v cestovním ruchu dva roky po sobě je za posledních čtyřicet let naprosto výjimečná. Na druhou stranu bylo konstatováno, že se cestovní ruch opět zaktivizoval. Zaznamenali jsme to letos v létě i teď, začátkem podzimu, a z prognóz příštích měsíců je zřejmé, že pozitivní trend bude pokračovat. Mj. také proto, jak také zaznělo v Atlantě, že pro nadcházejících dvacet let, díky uvolnění a oteplení politické situace, bude největším trhem pro celý svět Čína. Ve sféře incomingu i outgoingu sehraje výraznou roli.

V té souvislosti bych chtěl připomenout, jak strategicky důležité je zdůrazňovat aspekt bezpečnosti.



Rád bych, aby má poznámka byla impulsem pro ty, kteří zodpovídají za objem zahraničního inkasa. Aby si uvědomili (a to nejen z hlediska cestovního ruchu), že propagace Česka, coby cílové destinace, je ve světě nulová. Že sto šedesát milionů, které má agentura zřizovaná ministerstvem pro místní rozvoj Czech Tourism, nemůže stačit na to, abychom prosadili ekonomické zájmy České republiky v oblasti cestovního ruchu v tvrdé mezinárodní konkurenci. Meziroční nárůst v cestovním ruchu v Evropě se nikdy zcela nezastavil, a to ani v uplynulých dvou letech, s výjimkou dvou zemí. Jednou z nich je Polsko, druhou Česko. Měl by to být burcující signál jak hrom, zvlášť když si uvědomíme, že několik let zpátky jsme byli na předních místech. Proč tato nelichotivá statistika? To ilustruje i „český přístup“ ke kongresu ASTA v roce 2006, kdy stát nemá peníze na podporu kandidatury České republiky. Řada členských hotelů pražské sekce Národní federace hotelů a restaurací proto finančně přispěla, aby se rozhodující prezentace Česka mohla uskutečnit na patřičné úrovni. Na místo konání jsou ještě další dva zahraniční kandidáti, avšak Praha má, a to i z hlediska bezpečnostních aspektů, nespornou výhodu. Pokud kongres nebude v Česku, vidím to jako zásadní chybu, a projevenou pasivitu odpovědných orgánů jako úspěšný akt hospodářské diverze české ekonomiky v řádu stamilionů korun.

Atlantskou konferenci Intercontinental Hotels Group zahajovala starostka Atlanty. Její kvalifikovaný projev „spatrá“ o cestovním ruchu bych přál slyšet všem, kteří hledají účinný způsob, jak zajistit trvalý přísun peněz do českého ekonomického systému. Objem fi-



Holiday Inn®
PRAGUE CONGRESS CENTRE

nančních prostředků, který Atlanta vkládá do podpory World Conference Centre of Georgia, kde se koná jeden kongres za druhým, jde do milionů dolarů ročně. Tyto investice se vracejí neskutečným způsobem, takže i řadoví občané vnímají, že se účastníci kongresů a jejich penězi stojí a padá prosperita města. Rozhodně tam tedy nelze pozorovat to, co u nás, že by hospodářské zájmy v souvislosti s cestovním ruchem ve státě Georgia strádaly nulovou společenskou poptávkou a malými očekáváními politiků i řadových občanů.

>> www.holidayinn.cz

Pod záštitou našeho prezidenta

Ve dnech 13. až 18. října se pod záštitou prezidenta České republiky profesora Václava Klause konal IX. mezinárodní jazzový festival „Jazz Goes To Town Hradec Králové“. Do Hradce jsem se těšil z mnoha důvodů. Kvůli atmosféře města, jazzu, přátelům a také kvůli možnosti pohovořit v pátek večer s prezidentem Václavem Klausem.



Prof. Václav Klaus

Pane profesore, na pódiu velkého sálu Kongresového centra Aldis jste se zmínil, že na jazzovém festivalu jste zde poprvé v roli prezidenta České republiky.

To je pravda. Na jazz občas chodím a myslím, že se mi již podařilo být v posledních měsících na jazzu při nějaké mezi-

státní návštěvě. Tento festival je pro mě každoročním zážitkem a ve své současné roli jsem zde prvně.

Jazz je muzikou, která se hraje srdcem. Která je opravdová.

Já jazz ctím. Má svůj řád. Festival je pojat netypickým a nestandardním způsobem. Dává dohromady různé žánry, jak předvedla první skupina večera „I Gitanos“, kterou nevím, zda mám označit za německou nebo belgickou. Ukazuje, že na jazz je možné se dívat z různých stránek.

Jak se vám líbí v Hradci?

Hradec Králové je velmi krásné město. Měl jsem teď šanci vidět jeho historické centrum a trochu pobýt i v té části, která dělá Hradec Hradcem, tzn. v Go-



čárově Hradci. Byl jsem v Kotěrově muzeu. Opět zážitek. V předchozích letech jsem je v rámci mítinků s občany navštívil dvakrát, ale nikdy jsem si je nepohlížel v takovém poklidu jako dnes s panem primátorem a ředitelem muzea. Je to unikátní objekt.



JUDr. Aleš Janků

O přestávce pátečního koncertu IX. mezinárodního jazzového festivalu jsem se na „číši vína“ potkal s viceprezidentem společnosti T-Mobile Czech Republic a.s. JUDr. Alešem Janků.

V Hradci Králové jsme přítomni naším call centrem. Vedle Kongresového centra Aldis je dům, který nese naše logo. A také proto se v Hradci snažíme podporovat kulturní a společenské aktivity. Jednou z nich je jazzový festival, což letos činíme poprvé a věřím, že ne naposledy. Záleží nám na tom, abychom byli v Hradci Králové vnímáni jako firma, které záleží na místě, kde působí.

T-Mobile Czech Republic je nejen generálním partnerem mezinárodního jazzového festivalu, ale zároveň zde právě před malou chvílí generální ředitel naší společnosti Dipl. Ing. Roland Mahler za přítomnosti prezidenta České republiky předával symbolický šek na charitativní účely do rukou primátora města Ing. Oldřicha Vlasáka.

Dnešní slavnostní okamžik je završením elektronické aukce. Svým způsobem jde o nový přístup k charitativním projektům. Chtěli jsme dát zaměstnancům šanci zúčastnit se a rozhodnout si, zda své peníze vě-

nují na dobročinný účel. Na firemním intranetu byly zobrazeny předměty, které se dražily nejvyšší nabídkou. Celková částka z vydražených předmětů dosáhla zhruba pětaticeti tisíc korun. Naše společnost se rozhodla tuto částku doplnit, a tak před chvílí náš generální ředitel pan Roland Mahler panu primátorovi předával šek na sto tisíc korun pro regionální centrum handicapovaných osob Daneta.



Ing. Pavel Bradík

Přítomného hejtmana Ing. Pavla Bradíka jsem oslovil s tím, že se v srdci Královéhradeckého kraje pod záštitou prezidenta republiky koná báječná akce.

Je to již devátý ročník mezinárodního jazzového festivalu, který Hradec Králové proslavil. Dosavadní průběh napovídá, že se pořadatelům, lidem z úřadu Města Hradec Králové i Občanskému sdružení Jazz Goes To Town, tato akce opět vydařila.

Primátora Hradce Králové, Ing. Oldřicha Vlasáka, pak konstatováním: „Pane primátore, jazz jde městem Hradec Králové...“

Je to tak. Od pondělí se hraje ve všech hospodkách a klubech. Staré město žije jazzem. To je na našem festivalu to



Ing. Oldřich Vlasák





nejlepší. Atmosféra a možnost „cruisovat“ po jednotlivých podnicích a nasávat atmosféru. Fámózní na tom je, že od pondělí až do pátku jsou tyto koncerty volně přístupné. Lidé mohou chodit z jednoho místa na druhé. Jsou to mladí, staří, studenti, penzisté. Každý si najde to svoje. Jazz je muzika opravdu pro všechny.

Před chvílkou jsem hovořil s naším prezidentem. O Hradci Králové se vyjádřil velmi pochvalně.

Tomu jsem samozřejmě nesmírně rád. Pan prezident měl v Hradci Králové vždycky podporu. Ať už to byla beseda nebo mítink, např. na Masarykově náměstí, vždycky měl nabito. Od počátku jeho aktivní činnosti v politice jsme měli dobrou spolupráci, a to (protože zastával různé funkce) na různých úrovních. Vždycky jsem si cenil toho, že se náš prezident rád vrací do Hradce. Hradec Králové je



opravdu krásným městem. Je zřejmé, že se směle vyrovná městům v zahraničí a že si zaslouží svůj punc salonu republiky.



Ing. Tomáš Kala

O vyjádření jsem požádal i místopředsedu představenstva akciové společnosti Aldis a ředitele Kongresového centra Aldis Ing. Tomáše Kalu, DrSc.

Jsem velmi rád, že mohu potvrdit, že mezinárodní jazzový festival je mimořádně

úspěšná akce. Jak vlastním programem, tak tím, že si vydobyl značné uznání i autoritu u významných osobností doma i v zahraničí, což potvrzuje přítomnost našeho prezidenta Václava Klause. Na tomto festivalu není poprvé. Účastnil se řady předchozích ročníků.

- >> www.klaus.cz
- >> www.hradeckralove.org
- >> www.t-mobile.cz
- >> www.kr-kralovehradecky.cz
- >> www.aldis.cz

**KONGRESOVÉ
VÝSTAVNÍ A SPOLEČENSKÉ
CENTRUM**
ALDIS, s.r.o. HRADEC KRÁLOVÉ



foto L. Chytrý

Eliščino nábřeží 375, 500 02 Hradec Králové
tel.: + 420 49 50 52 111, fax: + 420 49 50 52 204
e-mail: sales@aldis.cz

www.aldis.cz



- PRONÁJMY SÁLŮ A KANCELÁŘÍ
- RESTAURACE, CATERING



- VÝSTAVY, VELETRHY
- KONGRESY, KONFERENCE, FESTIVALY



- POLYGRAFICKÉ SLUŽBY
- REKLAMNÍ A PROPAGAČNÍ SLUŽBY

Až je to to pravé

Parkhotel**, stylový zámecký hotel z konce 19. století, je umístěn v blízkosti brněnského výstaviště, a přitom v zeleni a tichu údolí řeky Svatky. Interiéry i exteriéry jsou zdobeny štukovými a kovářskými prvky, stěny potaženy lyonským hedvábím. Dvacet stylových dvoulůžkových pokojů zajišťuje neopakovatelnou atmosféru.**

Koncem září jsem se ocitl v Parkhotelu v Brně, abych pana Svatopluka Kapounka, majitele této rezidence, požádal o rozhovor. Záminkou mi bylo hlavní téma devátého vydání VŠUDYBYLU – hotelnictví. Pane Kapounku, navštívit Veslařskou 250 v Brně-Pisárkách znamená ocitnout se na dobré adrese, ale bylo to tak vždycky?

V roce 1990, kdy jsme pozemek se zástavbou kupovali, se na tomto místě nacházel architektonicky zajímavý, leč zdevastovaný objekt. Vila neudržovaná nejméně padesát let. Objekt z roku 1886 původně patřil brněnskému továrníkovi, který odsud odešel v průběhu druhé světové války. Po válce vila zůstala v soukromých rukou, avšak nikdo zřejmě ani nepomyslel na to, udělat z ní něco luxusnějšího. A to i v roce 1990, kdy jsme se k pozemku s domem dostali. Kombinace těsné blízkosti brněnského výstaviště a krásného údolí řeky Svatky přímo vybízela k příležitosti v oblasti cestovního ruchu. Rozhodli jsme se pro koncepci nadstandardního rodinného hotelu, a přitom cenově dostupného širokého spektru hostů. Pro příjemné místo, kde lidé budou moci objevo-



vat krásu, detail po detailu. Už i naše moto: „Hotel, který má duši a kde se přání stávají skutečností“ naznačuje, že naším cílem není jen hotel, kam lidé chodí jen přespat nebo rychle něco sníst. V roce 1995 spatřilo světlo světa luxusní apartmá, nadstandardní záležitost s vlastním bazénem, zimní zahradou a oby-

vacím pokojem s vitrážemi a koženou sedací soupravou, celkem přes čtyři sta čtverečních metrů. Možnost v něm bydlet využila řada významných osobností. Dnes je předmětem rozsáhlé rekonstrukce, abychom se dostali ještě dál. Opravdový zlom ale přišel v roce 1998, kdy jsme dokončili nejrozsáhlejší část celého areálu s gastronomickým a relaxačním zámečkem.



Svatopluk Kapounek

Třetí tisíciletí tedy již na této adrese v Brně-Pisárkách zastihlo zavedený rodinný hotýlek, který rádi navštěvují nejen ambasadoři a další VIP, ale díky vaší cenové politice také obyčejní lidé.

Ano, zastihlo zde hotel, který je vyhlášený mezi firemní klientelou a který

se orientuje na malou kongresovou turistiku do sta účastníků. Pro pražské firmy se stal jakoby módou. Obvykle dorazí na tři čtyři dny. Nejen proto, že jim u nás chutná a že jsou okouzleni prostředím a interiéry, ale že to mají v jiných cenových relacích než v Praze. Stejným způsobem si zvykli také firmy z nedaleké Vídně i odjinud. Po skončení pracovní části dne hostům zajišťujeme fakultativní programy (velmi často to bývají golfové turnaje) nebo program přímo u nás formou společenského večera s rautem kombinovaným s grilováním, doplněný cimbálovou muzikou a ochutnávkou moravských vín. Často se náročné celodenní semináře kombinují s přestávkami k využití sauny, bazénu či masáže. Opět si dovoluji zmínit velikost hotelu, která umožňuje i relativně malým skupinám rezervovat celý hotel pouze pro sebe. Nic pak nenarušuje integritu jejich soukromí a firemní týmy stmeluje samo prostředí.



Parkhotel není ledajaký hotel ...

I když navenek působíme jako malý rodinný hotel. Nikdy jsme nechťeli a nechceme příliš rozšiřovat svou ubytovací a stravovací kapacitu. Hotel by ztratil svou „duši“. Máme dvacet dvoulůžkových pokojů. Restauraci, kavárnu, bar, čtyři salonky, dvě terasy s grilem, bazén, saunu, fitness centrum, masážní studio a zázemí pro konání seminářů s moderní kongresovou technikou. Disponujeme špičkově vybavenou kuchyní. Naše menu obsahuje více než dvě stě hlavních jídel. Mnoho kulinářských inspirací nacházíme v zahraničí. Co se týče snídání, ty jsou poja-ty rovněž rodinně. Host nemusí k bufetovému stolu. K jeho stolu přijde kuchařka, on jí sdělí přání a během chvíle se vzájemně domluví. Snídaně často připravuje moje žena. Jsou velmi oblíbené, protože je schopna nabídnout víc než standard.



Jak při těchto cenách dosahujete vysoké kvality prostředí a služeb?

Vycházíme z jednoduché úvahy, že kvalita dělá kvalitu. Lze to vysledovat u lidí všech profesí. Od politické reprezentace až po řemeslníky. Chťt produkovat kvalitu od nekvality je bl-

bost. Proto je třeba nehlédat chyby pouze kolem. Tzn. nespokojovat se s danou úrovní. Téměř vše lze zlepšovat. Je třeba naslouchat, neustále být ve střehu, pracovat dál a dál. Prostě nemyslet si, že už jsme na konci. Všechno – nejen interiéry, ale i vystupování personálu a roli naší rodiny se snažím vnímat z pozice hotelového hosta a ovlivňovat tak, aby se mi tu líbilo. Je to hlavně o drobnostech, o dotahování detailů. Vždy si najdu nějaký prostor, o němž se domnívám, že je třeba jej změnit. Ale i myšlenka musí dozrát, teprve až mám pocit, že je to to pravé, tak ji realizuji. Nezaměstnáváme nikoho nadbytečného.

Pechlivě vybíráme každého člena týmu. Klient tak u nás nalezne tolik požadovanou flexibilitu s důrazem na plnění individuálních přání a profesionální zázemí. Největší úspory nacházíme v kumulování činností, zejména u členů naší rodiny. Tím, že po večerech dělám účetního, dopoledne kotelníka, dopoledne recepčního,



Zmínili jste jiné cenové relace.

Často pobývám v zahraničí a využívám služeb tamních hotelů. Ve srovnání s většinou z nich jsme na zhruba padesáti procentech jejich cen. Našími klienty jsou ale ve velké míře čeští hosté. Kvalitou dle jejich vyjádření převyšujeme, ale cenově jsme na úrovni brněnské tříhvězdičkové restaurace. Jsme dostupní, i když naše vybavení a prostorové dispozice jsou nadstandardní. Nemusí to být ani movitý podnikatel, aby u nás bydlel, uspořádal svatbu, oslavu apod. Ce-



meztím šéfa a kromě toho, co je třeba. Dávno jsme pochopili, že jako majitelé musíme být vždy přítomní. Z toho důvodu naše rodina bydlí přímo v hotelovém areálu. Podle mnoha hostů je to znát.



na ubytování v jednolůžkovém pokoji se pohybuje kolem 40 až 60 €. Jsme o dvacet až třicet procent niž než pultové ceny jiných hotelů stejné kategorie, což spolu s prostředím Parkhotelu a přístupem personálu přispívá k vysoké poptávce po našich službách. A nemáme žádnou nezaplacenou pohledávku po lhůtě splatnosti. Sami se řídíme přísnou podnikatelskou etikou a to stejné tvrdě požadujeme od svých klientů. Nikdo, kdo už u nás byl, nechce přijít o možnost být tu i příště.



Co bude až budeme součástí Evropská unie?

Vůbec se toho nebojím. Nezaskakují nás „nová“ nařízení, hygienické normy apod. Překvapují nás pouze takové typicky české excesy jako třeba nové zařazení hotelů do šesté odpisové skupiny, že koberec, který jsme dnes koupili budeme odpisovat padesát let.

>> www.parkhotel.cz

Grandhotel Jihlava

snížená pětiprocentní u vstupů a dvaadvacetiprocentní u výstupů, rapidně se to zhoršilo. Sedmáct procent, jimiž byli trestáni plátcí DPH podnikající v ubytování a pohostinství, bylo znát. Přesto jsme si i v té době zachovali úroveň velmi slušného tříhvězdičkového hotelu.



Marie Nečasová

Grandhotel Jihlava byl v minulosti i čtyřhvězdičkový.

Byl, jenomže zde nemáme možnost vybudovat fitcentrum a zajišťovat některé další nadstandardní služby. Není tu prostor pro radikální stavební zásahy. Objekt je chráněn památkovým úřadem a musí zůstat v té podobě, v jaké je. Kategorizace ubytování síce není závazná, ale klientela, naše i zahraniční, se orientuje podle počtu hvězdiček. Řekli jsme si: „Lépe poskytovat kvalitní služby v tříhvězdičkovém hotelu, než aby se nám něco nedostávalo ke čtyřem hvězdám.“

Grandhotel Jihlava je městským hotelem. Dominantně se orientujeme na obchodní klientelu. V létě, v době dovolených, pak převažují skupiny cestovních kancelářů a částečně i jednotliví turisté. V loňském roce jsme rozšířili ubytovací kapacitu o pět pokojů a adaptovali pro náročnou klientelu tři nadstandardně vybavené pokoje „superior“, zařízené stylovým secesním nábytkem.

Ano, vaše „superiory“ zdobí řemeslně perfektní rukopis Dřevozpracujícího výrobního družstva z nedalekých Jaroměřic nad Rokytnou, obdobně jako je tomu např. u impozantního mobiliáře Jurkovičova domu v Luhačovicích. Opravdu stojí za to to vidět. Moc se mi líbí. A jak vám se, paní ředitelko, líbí v Jihlavě?

Jihlavu jsem si oblíbila nejenom jako město plné pamětihodností, ale i společenského dění. Postupně jsme tu získali řadu přátel a obchodních partnerů. Jsem zde dvanáctým rokem a v podvědomí se musím začít smířovat s tím, že odtud jednou odejdu a že mi

Grandhotel Jihlava se nachází poblíž Masarykova náměstí v klidné zóně v centru města. Disponuje 33 pokoji kategorie HOTEL*** s kapacitou 61 lůžek. Pokoje jsou zařízeny klasickým nábytkem, vybaveny koupelnou s vanou nebo sprchou, WC, barevným televizorem se satelitním příjmem, ledničkou s minibarem a telefonem s přímou volbou. Tři pokoje „SUPERIOR“ jsou zařízeny luxusním stylovým mobiliářem, navíc mají trezor na cenné předměty, žehlicí desku na kalhoty a v koupelně fén na vlasy. Jsou vhodné pro náročnější klientelu. Hotel dále nabízí ubytování ve čtyřech pokojích zařazených do kategorie HOTEL **, které jsou vybaveny jednoduchým nábytkem, barevným televizorem a telefonem. Sociální zařízení je na chodbě.

V hotelu je restaurace se 70 místy u stolu, vinárna Sandra má 46 míst. Vinárna nabízí příjemné posezení při reprodukcí hudbě s bohatou nabídkou vín, dobré kávy, míchaných koktejlů a dalšího zajímavého sortimentu.

Konferenční sál (80 míst) a salonky (10–50 míst) jsou vhodné pro pořádání menších konferencí, rautů, aktivů, školení, ale i rodinných oslav, svateb a různých společenských setkání. Útulný interiér hotelu doplňuje výtečná kuchyně se specialitami domácími i ze zahraničí. Snídaně se podávají formou švédského stolu a jsou zahrnuty v ceně ubytování. Hotel zajišťuje směnárenské a informační služby, prodej upomínkových předmětů, hygienických potřeb, broušeného skla, cigaret a denního tisku. Parkoviště pro hotelové hosty je vyhrazeno před hotelem a na uzamykatelném dvoře. Ve vinárně Sandra mohou hosté zhlédnout pravidelně se měnící výstavky obrazů a výtvarných děl předních umělců a výtvarníků, a to nejen z Jihlavského regionu.

bude chybět nejen práce v kolektivu spolupracovníků, ale i kontakt s přáteli a řadou obchodních partnerů, zkrátka, že mi bude smutno.

SEVAS, spol. s r.o.

Grandhotel Jihlava

Husova 1, 587 52 Jihlava

tel.: 567303 541–2, fax: 567310199

e-mail: info@grandjihlava.cz

>> www.grandjihlava.cz

Rozhovor s paní Marí Nečasovou, ředitelkou Grandhotelu Jihlava, jsem zahájil konstatováním, že jejich hotel patří k nejvýznamnějším secesním architektonickým památkám v Jihlavě.

Ano, náš hotel je hodnocen jako nejpozoruhodnější secesní objekt v Jihlavě. Může se chlubit okrasnou základní strukturou a kvalitním detailem. Původní dům byl dvoupatrový. Přízemní přístavbou do Husovy ulice disponoval již v roce 1835. Průčelí byla v jádru renesanční, nad nadokenními římsami byly osazeny barokní supraporty s bohatou reliéfní štukovou dekorací z druhé poloviny 18. století. Na třípatrový secesní palác jej přestavěl místní stavitel Vincenc Zeizinger roku 1904. Od roku 1992 patří společnosti SEVAS, spol. s r.o. se sídlem v Brně.

Jak se vám podniká v Jihlavě?

Začátky byly velmi dobré. Jakmile ale byla v roce 1993 nastavena nerovná daň z přidané hodnoty –



SBA
expert

Jiráskova 371
295 01 Mnichovo Hradiště
tel./fax: 326 771 986, mobil: 602 430 920
e-mail: miricle@iol.cz



*Nová dimenze
bezpečí...*

*...jednička
v hotelové ostraze*



V době vzrůstající konkurence je profesionalita, ochota a přívětivost personálu pro hosty hlavním měřítkem v rozhodování, zda vašich služeb využijí opakovaně či nikoliv.

Vítejte ve světě OREA ACADEMY, ve světě hotelových profesionálů

OREA HOTELS je největším českým hotelovým řetězcem. Franšizované i vlastní hotely OREA prezentuje na významných zahraničních veletrzích, umísťuje je na globálních vyhledávacích serverech a vytěžuje klientelou získávanou obchodními aktivitami centrály. Opravdu velký důraz ale také klade na práci se svými zaměstnanci a na jejich neustálé profesní vzdělávání, což je tématem rozhovoru s manažerkou vzdělávání paní Petrou Horákovou.

Naše společnost se opravdu mimo jiné soustřeďuje na výchovu a vzdělávání všech svých zaměstnanců a na aplikování nejnovějších trendů v hotelnictví. Uvědomujeme si, že naším klíčem k úspěchu se stejně jako i jinde stává především orientace na zákazníka. Vzdělávací projekt Orea Academy je určen širokému spektru zaměstnanců, a to i z řad konkurenčních hotelů, u nichž registrujeme velký zájem naše školení absolvovat. Jako provozovatelé největší české hotelové a tím i restaurační sítě máme nejlepší přehled o tom, v čem nejčastěji naši zaměstnanci chybují a jakými metodami je potřeba je vést a trénovat.

Určitě slyšíte připomínky, zda je rozumné školit a vychovávat si vlastní konkurenci...

Za necelý půlrok se naše země stane členem Evropské unie, avšak služby, které mnohde poskytují české hotely, zdaleka nedosahují evropské úrovně. Zahraniční, ale i tuzemští návštěvníci si pak na základě negativních zkušeností vytvářejí obrázek, který často neprospívá našemu cestovnímu ruchu a pochopitelně ani ekonomickým zájmům subjektů, které na českém trhu hotelového průmyslu podnikají. To je hlavní důvod, proč vzdělávací činnost nelimitujeme členstvím v řetězci OREA HOTELS. A jestli se nebojíme konkurence? V tomto směru se opravdu nebojíme. Vznik OREA ACADEMY je cestou, na které se naopak chceme podílet o znalosti a zkušenosti s rozvojem zaměstnanců hotelů a, jak jsem již řekla, alespoň malou měrou tak přispívat ke všeobecnému zvyšování standardu poskytovaných služeb v České republice.

Povědět v kostce, co je obsahem kurzů Orea Academy, zřejmě bude obtížné už proto, že profesí, které zajišťují fungování hotelu, je celá řada. Můžete se přesto o to pokusit?

Projekt Orea Academy jsme pojali jako ucelený a navazující soubor praktických kurzů, které svým obsahem úzce souvisí s hotelovým provozem. V kurzech „Recepční profesionál“ například školíme profesní dovednosti a vysvětlujeme, že práce recepčního dávno není jen o tom vypsát kartičku a předat hostu klíč od pokoje. Převážná část hotelů v té které kategorii dnes nabízí téměř totožné služby. Má obdobně velké a obdobně zařízené pokoje, stejné vybavení, stejné ceny... Pokud tedy něco výrazněji ovlivňuje, zda se z nového hosta stane host opakovaný, je to zejména profesionální přístup veškerého personálu. Slovo „profesionální“ v tomto smyslu znamená takový, který zná dobře svou práci a kromě toho umí být milý, pozorný a maximálně vstřícný. Práci recepčního vnímáme jako poslání člověka a člena hotelového týmu, který výrazným způsobem přispívá k utváření prvního a posledního, pozitivního nebo negativního, dojmu našeho hosta. Kurz „Prodávat hotel je umění“ je věnován základním obchodním dovednostem zaměřeným na prodej hotelové kapacity – tedy na jeden ze základních pilířů v úspěšnosti podnikání na trhu cestovního ruchu.

Kurz „Obsluha a podpora prodeje“ byl kolegy z „konkurenčních“ hotelů hodnocen jako seminář vysoké úrovně. Pokud budu hovořit ve zkratce – jeho cílem je návyk dovedností směřujících k tomu, aby host byl spokojen a restaurace díky této spokojenosti dosahovala vyšších tržeb.

„Co znamená být dobrý housekeeper...“ je názvem dalšího kurzu. Je věnován práci hotelových hospodyní a pokojských, úrovni služeb a vybavení hotelových pokojů.



„Motivace a vedení zaměstnanců hotelu“ je o práci s lidskými zdroji, protože je nom finanční motivací, bez hnacího motoru možnosti seberealizace a firemní loajality personálu, se v dlouhodobé perspektivě vynikajících výsledků dosahovat nedá.

„Základní barmanský kurz“ patří do okruhu nápojové kultury a navazující,



Petra Horáková

„Chef de Bar – samostatný barman“ je nejen nástavbou k základnímu kurzu, ale klade důraz na komunikaci a práci s hostem, protože dobrý barman je svým způsobem především psychologem. Nejenže dokáže profesionálně namíchat nápoj, ale dokáže hosta naladit, popovídat si s ním, podpořit ho atd.

A v současné době začínáme také kurzy „Gastronomie třetího tisíciletí“, kde přednášejícími jsou uznávané kapacity z tohoto oboru.

Co mám udělat pro to, abych se mohl na některý z kurzů přihlásit?

Je to velmi snadné. Základem však je, abyste si jako majitel nebo zaměstnanec hotelu uvědomil, že vzdělávání se v současné době stalo naprosto nutným celoživotním procesem. Že se technologie a poskytování servisu v hotelnictví neustále vyvíjí a že jediné tak, že s tímto trendem udržíme krok, můžeme být úspěšní. A pak už jen kliknout si na naše internetové stránky, kde je aktuální nabídka kurzů, a poslat přihlášku. Kurzy jsou stavěny tak, aby na sebe navazovaly. V příštím roce proto poběží kurzy pro začátečníky i pro ty, kteří již základní kurz absolvovali.

Víte, že podle nejnovějšího průzkumu jsme jako Česká republika v žebříčku vynaložených investic na vzdělávání na osobu ve světě na 32. místě? Až za Ukrajinou. Pojďme to společnými silami změnit ...



>>> www.orea-academy.cz



Nemůžeme mít jen chudé lidi, musíme mít i bohaté

K Mariánským Lázním mám velmi osobní vztah vzdor tomu, že jsem jejich existenci začal výrazněji vnímat až ve dvaceti letech na podzim roku 1976, kdy mi tam byl indikován předoperační pobyt. Potom jsem do Mariánských Lázní jezdil každoročně. Jsou krásné a jedinečné. Ač samy spouště lidí přinesly mnoho pozitivního (a že jsou mezi nimi zástupy světoznámých, jako např.: Thomas Alva Edison, Fjodor Michajlovič Dostojevskij, Rudyard Kipling, Mark Twain, Maxim Gorkij, Franz Kafka, Friderick Chopin, Johann Strauss, Richard Wagner, Franz Josef I., Tomáš Garrigue Masaryk, Sigmund Freud, Jurij Alexejevič Gagarin i první kosmonaut z jiné země, než z tehdy dvou kosmických velmocí, Vladimír Remek), od lidí se mnoha pozitivního nedočkaly. Jejich někdejší proslulost strádá českou malostí a někdy i neskonale horšími povahovými rysy, to jako když už se vědělo, že s novým Tepelským domem je amen, a do poslední chvíle, co to šlo, se v třeskutém lázeňském centru vyskládkoval beton. Byznys je byznys, a tak z obdobných příčin tam Mariánským Lázním hrozila (nebo možná hrozí) výstavba megamarketu. Co už ale Mariánským Lázním nehrozí, je to, že druhdy nejkrásnější hotel v Mariánských Lázních, hotel Esplanade, bude obdobně jako centrum Mariánských Lázní strašit ve spěchu opuštěným betonovým soklem a propadáním se v nicotu. Čí zásluhou? Zásluhou hoteliéra, který se v přelomové době odhodlal postavit na vlastní nohy, JUDr. Vlastimila Dvořáka. Pane doktore, jako byste se hoteliérem již narodil ...

Nikdo se nenarodí ničím. Musí se něčím stát. Hoteliéry rozlišuji na dvě kategorie. Na hoteliéry jako takové, kteří řídí hotel, protože k němu mají vztah, protože jim patří. A na druhou kategorii, ty, kteří hotel někomu spravují. V tom je zásadní rozdíl. Bohužel, u nás je málo hoteliérů. Někteří o sobě říkají, že jsou hoteliéři, ale jsou to správci. Takoví lepší domovníci.

Jak jste se dostal k oboru?

Po základní škole v roce 1964 jsem chtěl jít na hotelovou školu. V tu dobu byly v Československu pouze dvě. V Mariánských Lázních a v Piešťanech. V Praze pak byla škola společného stravování. V roce 1964 se požadovalo rozpuštění. Adept, který se chtěl na hotelovou školu přihlásit, musel mít za sebou rok učení. Šel jsem se tedy učit do Internationalu, který byl, spolu s Jaltou a Alcronem, v té době nejprestižnějším hotelem v Praze. Po roce, když jsem se chtěl přihlá-

sit, už ale požadovali vyučení. Tedy jsem se vyučil a na hotelovou školu šel v roce 1967. Maturoval jsem v roce 1970. Po hotelové škole jsem se do Prahy nevrátil. Tři roky jsem zůstal v Mariánských Lázních v hotelu, v němž jsem praktikoval. Na praxi jsem chodil do toho nejlepšího, co v Mariánských Lázních byl, do Esplanade.

Jak jsem zmínil, pamatuji dobu koncem sedmdesátých a začátkem osmdesátých let minulého století, kdy byl mariánskolázeňský Esplanade perfektním hotelem. Atmosféra luxusu. Pak pamatuji období zmaru a Esplanade jako po výbuchu. Jako v jedné z čemých anekdot o Čemobylu tu zřejmě taky zařvali dva: jeden

„Zavřít to!“, druhý „Nejde to!“ Spousta veřejných peněz se vyplácala na tzv. „rozvojové studie“ a hotel se rozpadal v opršelou ruinu s nevábným betonovým soklem. Až jste přišel vy a začal si plnit sen ...

Sen? To nebyl sen. V podstatě měl člověk k tomu hotelu nějaký vztah. Esplanade v sedmdesátých letech navštěvovala spousta skvělých lidí. Diskotéky tu vedli špičkoví diskžokejové z Prahy. Byly to ale diskotéky, na něž se muselo ve společenském oděvu, aby se udržela úroveň hotelu. Na tu dobu bylo nezvyklé, že je v nejlepší hotelu diskotéka. Do Esplanade se jezdilo ze širokého okolí a hotel se dostal do povědomí lidí, kteří by tam normálně nešli, protože z něho měli strach.



Hotel Esplanade, postavený v roce 1911 významným architektem Arnoldem Heymannem, byl a je nejnovějším hotelem v Mariánských Lázních. Tento hotelový Titanic neztroskotal a zažil řadu příznivých sezon, kdy sloužil knížatům, bankéřům, indickým princeznám a maharádžům. Po rozsáhlé rekonstrukci, která zachovala jeho secesní půvaby, nabízí nejluxusnější ubytování a lázeňské služby, které nemají v českém lázeňství obdoby. Na dvanáctém ročníku FOR ARCH Karlovy Vary hotel Esplanade získal nejvyšší ocenění ve všech třech kategoriích: první cenu veřejnosti – jako Nejlepší stavba Karlovarského kraje 2003; první cenu odborné poroty a diplom – jako nejlepší stavba Karlovarského kraje 2003 a speciální cenu – pamětní list hejtmána Karlovarského kraje za nejrozsáhlejší investici v Karlovarském kraji v roce 2002 v oblasti lázeňství a cestovního ruchu.



Před čtvrtstoletím jsem měl pro strach uděláno, přestože Esplanade působil dojmem zámku nad Mariánskými Lázněmi ...

Později jsem v Mnichově u Mariánských Lázní koupil chaloupku a do Mariánských Lázní začal jezdit na víkendy. Když se potom v devadesátých letech začal hotel rekonstruovat, byli tam dva nebo tři majitelé. A jak říkáte, vždycky někdo přišel s velkorysími plány a výsledek byl ten, že za deset let hotel neskutečně zdevastoval.



účelné. Hotel však musí být postaven pro hosta. Pokoje, pro hosty. Komunikace, pro hosty. Příchod, pro hosty. Veškeré pohodlí pro hosta, i když třeba bude mít architekt na něco jiný názor. Výsledkem nadstandardní rekonstrukce, škály a kvality služeb je to, že Esplanade byl přijat do jednoho z nejpre-



stižnějších hotelových řetězců světa, do Great Hotels of the World, do společnosti tak luxusních hotelů, jako je The Gleneagles Hotel a St Andrew Golf Resort ve Skotsku, The Breakers v USA apod.

Pane doktore, máte spousty kamarádů. Přestože si je zasloužíte, je to o tom, že se dokážete postarat sám o sebe.

Mluvíte o přátelích a kamarádech. Ono je hodně

HOTEL *****
Esplanade
SPA & GOLF RESORT

Hotelů jsem prošel hodně, někdy i přes dvacítku denně. To když čas od času podlehnou nějaké cestovní kanceláři a vyrazím s ní na famtríp (jak říkávám) na „exkurzi po hotelových hajzlících“. Na tak excelentně luxusní velký pětihvězdičkový hotel, jako je současný mariánskolázeňský Esplanade, jsem ale dosud v Evropě nenarazil.

Když jsem hotel ještě neměl koupený, udělali jsme s majitelem smlouvu o smlouvě budoucí a dohodli se, že než budou hotovy formality, mohu se dát do uklídných prací. Muselo se vyvézt na třicet kontejnerů letitého nepořádku, aby člověk viděl, kde vůbec je. Mám rád zeleň a přírodu. Jednou z výrazných jedinečností hotelu Esplanade je, že je zasazený v krásné přírodě. Do sanace prostředí kolem hotelu se investovalo zhruba deset milionů korun. To je to, co každý obdivuje, čistotu a pořádek v jeho okolí. Opravdu jsem si postavil takový sen. Nejdříve jsem měl představu čtyřhvězdičkového hotelu. Konzultoval jsem ji s kamarády, kteří říkali: „Čtyřhvězdičkových je tam hodně. Postav pěti.“ Šel jsem trochu do extrému. Hotel má převážně apartmá s obývacími pokoji 35 až 40 m². Všechny koupelny jsou v leštěné žule, jak umyvadlové desky, tak podlahy. Každý pokoj má hydromasážní vanu s perličkou. Extra sprchový kout. Podařilo se něco, co v této republice není, a mohu konstatovat, že málokde ve světě. Projel jsem spousty pětihvězdičkových hotelů, z toho třiatřicet Intercontinentalů. Všechny poznatky, co jsem kde viděl z pozice hosta, jsem uplatnil u sebe na Esplanade. Kdekdo se ptá, jaký architekt to navrhoval, a já vysvětluji, že koncepčně já. Všechno musí být účelné. Když dáte architektovi v hotelovém byznysu možnost (nechci architektu pomlouvat, protože bez nich to nejde), často to dopadá tak, že se mu něco líbí a moc se nezamýšlí nad tím, nakolik je to



i těch, co to člověku nepřejí, kteří se radují z neúspěchu bližního svého. Když se mě někdo ptá, jak se mám, odpovídám: „Je to výborný a lepší to být nemůže.“ Ti, kdo jsou přáteli, z toho mají radost, ti co vás nemají rádi, jsou našťvaní, a z toho mám radost zase já. Víím, je to trochu kontraproduktivní, nicméně má životní filozofie spočívá v tom, pracovat. Ať to byl hotel Ambassador – Zlatá husa. Ve všech je moje já. To se přeneslo i na Esplanade. Investice do Esplanade



nebyla malá. Kdyby to bylo jednoduché, tak investoři, kteří tam byli přede mnou (domnívám se tři nějaké skupiny), by to dávno udělali. Návrh investic bude velice dlouhá. Proto je nutné mít další zdroje, aby to člověk utáhl. Nedávno jsem v německé televizi sledoval pořad z Las Vegas, v němž říkali, že ve Vegas nestaví žádný hotel pod miliardu dolarů. Postavit hotel, to jsou obrovské investice. A kdyby se u nás nic nepostavilo, nic tady nebude. Nejde jenom brečet, že minulé epocha, že se nic nepostavilo...

Dlouhodobé kontrakty se zahraničními touroperátory do značné míry způsobily, že se Mariánské Lázně staly lázněmi levné německé klientely. A vy jakoby opět bojujete s větrnými mlýny. Vozíte sem z Prahy svoji vyšší zahraniční klientelu, kterou by asi samo od sebe nenapadlo Mariánské Lázně navštívit.

Mariánské Lázně dominantně žijí z toho, že je lázeňská péče hrazena pojišťovnami. Do Esplanade ale nejedí lidé, kterým to hradí pojišťovny. Jezdí ti, kteří si to platí sami, ač je to stojí třikrát tolik, co samoplátce v lázních. Proč to lázně nedělají také? Můj názor je, že pokud chce někdo do lázní, ať nejede k moři a zaplatí si lázně. Nedávno jsem byl na konferenci o lázeňství ve Františkových Lázních a byl šokován přístupem lázní k hotelům. Akorát brečeli, že se nic neudělalo a tesknili, jak to ještě v osmdesátých letech bylo dobré. V Mariánských Lázních jsem prošel mnohé procedury. Často to byly lázeňské domy, kde není zavedena minerální voda a procedurami jsou perličkové koupele. Esplanade je vůbec nedělá, protože perličku má každý host na pokoji v hydromasážní vaně. Lázně mají být ozdravou těla a Mariánské Lázně jsou nádherné svým prostředím a čistým vzduchem. Ale lázně nemůžeme dělat jenom proto, že jsou pro německou klientelu laciné. Jedné redaktorce berlínského časopisu jsem řekl, že u mě v Esplanade německá klientela moc není. Když se ptala proč, odpověděl jsem jí, protože na to nemá. U nás jsou pokoje od 250 do 1080 €. Minulý týden jsem ale byl v Miláně na propagační misi Karlovarského kraje a jednolůžkový pokoj stál 370 €, nikdo s námi nediskutoval, a to nehovořím o úrovni hotelu.

Lze srovnávat ceny u nás a v zahraničí?

Hotelové řetězce, které mají zastoupení v Praze, jsou všechny na dobré mezinárodní úrovni. Člověk by měl představu, že přivedou novou klientelu. Avšak místo toho, aby si ji obstaraly, snaží se snižováním cen podrážet ostatní hotely a přetahovat hosty, kteří do nich léta jezdí. Takhle byznys dělat nelze. Na úkor druhého, abych neměl tak velký propad. Pořekadlo, které se kdysi tradovalo v Čedoku, že nejdražší pokoj je volný pokoj, je nesmysl. Než bych prodal lacinou, raději neprodám vůbec, protože mi je líto, aby mi pokoj někdo devastoval za laciné peníze. Úroveň hotelu dělá klientela, a pokud chceme, aby k nám jezdili movití hosté, musíme jim vyjít vstříc. Pro nás v Esplanade jsou největším uznáním hosté, kteří byli loni v Mariánských Lázních, viděli hotel Esplanade a dali si u nás rezervaci na letošek. Občas se k nám nahoru někdo přijde podívat a přestěhuje se, byť má dle ve městě zaplacený pokoj. Především se jedná o hosty ze Saudské Arábie a podobně vysoce náročnou klientelu, jejíž nároky nejsou lázeňské domy s to uspokojit. Jak za svého premiérování říkal pan prezident Klaus: „Nemůžeme mít jen chudé lidi, musíme mít i bohaté,“ a já se tím řídím.

>>> www.esplanade-marienbad.cz



Společnost Travelex je světově největším nebankovním poskytovatelem služeb v oblasti zajištění a realizace mezinárodních plateb a zároveň největším emitentem cestovních šeků VISA a Mastercard. Zaujímá vedoucí pozici v oblasti zajišťování hotovostních peněžních transakcí a toků pro finanční instituce a cestovní kanceláře. Má zastoupení v 31 zemích světa.

Corporate Foreign Exchange

V pátek 10. října v Praze v reprezentačních prostorách domu „U kamenného zvonu“ po ukončení zkušebního provozu ohlásila společnost Travelex vstup na český trh s novým systémem mezinárodních plateb a bezhotovostních devizových obchodů – Corporate Foreign Exchange. Představitelé Travelexu předpokládají, že zavedením těchto služeb se obrátí firmy Travelex Czech Republic, a.s. v roce 2004 více než zdvojnásobí. Její letošní odhadovaný obrát činí 1 mld. Kč. Travelex Corporate Foreign Exchange umožňuje podnikatelským subjektům rychlý a ekonomický převod finančních prostředků ve více než 100 měnách kamkoliv na světě. K platbám za dovoz či inkaso finančních prostředků, za vývoz či provádění devizových konverzí na svých bankovních účtech mohou klienti společnosti Travelex využít



Spolu s Jiřím Krejčou na otázky novinářů odpovídal ředitel divize bezhotovostních devizových obchodů Travelexu pro oblast Evropy, Středního východu a Afriky Tony Wilson. Mezi hosty byli přítomni vedoucí obchodního oddělení Velvyslanectví Velké Británie Karen Stanton, Lucie Smith z Britské obchodní komo-



výhod tohoto systému bez ohledu na velikost transakce. Předseda představenstva a generální ředitel Travelex Czech Republic a.s. Jiří Krejča k tomu řekl:

„Nabídkou našich služeb neodvádíme zákazníka od jeho banky. Nenabízíme tradiční bankovní služby, ale předkládáme klientovi alternativní řešení jeho devizových potřeb a zahraničních plateb. Spolupráce s námi není exkluzivní. Náš zákazník si může vybrat dodavatele podle úrovně služeb, rychlosti a profesionální péče u každé jednotlivé transakce.“



ry, viceprezident Bank of New York London Kevin Martyn a regionální ředitel pro střední a východní Evropu Bank of New York Christopher Porter.

>>> www.travelex.cz

Reakce lidí na Opavu je velmi pozitivní

Pan David Green z Walesu, šéf obchodu Shell Aviation pro východní, střední a jižní Evropu, se česky naučil v Opavě. Pro sedmé vydání VŠudybylu pak řekl: „Lidé ve Slezsku jsou hodně podobní lidem ve Walesu. Víceméně, Angličané jsou jakoby Češi v Česku a Velšané jakoby Slezané v Británii. Lidé tam jsou více spjatí se zemí, s místem, v němž žijí. Je pro mne nepochopitelné, že spousta Čechů chce žít někde jinde.“ Jeho vyjádření spolu s hlavním tématem tohoto VŠudybylu mne motivovalo vydat se do Opavy, do sídla společnosti **POUBA KORUNA s.r.o.**, která je ve Slezsku velmi výrazným



Ing. Zdeněk Pouba

val v Německu. Tam jsem si uvědomil, že nechci být zaměstnancem a že chci pracovat v rámci naší rodinné firmy.

Naše povídání jsem uvedl vyznáním pana Davida Greena z Velké Británie. Jakou u vás sehrál roli vztah k Opavě?

Zřejmě podobnou. Navíc jsem zde prožil většinu svého života, i když posledních sedm let jsem žil převážně v Praze a v Německu. K Opavě mám citový vztah jednak proto, že jsem se tu narodil, a protože je to opravdu pěkné město, které má co nabídnout. Zejména v poslední době. Opava je atraktivním místem nejen pro mne, ale i pro ostatní lidi. Rozhodně se nemusím stydět, když k nám někdo přijede a já mu jdu ukázat Opavu. Neobávám se, že vysloví nějakou rozpačitou odpověď. Reakce lidí na Opavu je velmi pozitivní. Ti, kteří zde byli poprvé, pak zpravidla odjíždějí se slovy: „Vůbec jsem netušil, že Opava je tak krásné město.“

Jaká je nejdůležitější zásada ředitele opavského hotelu Koruna?

Být férový k zaměstnancům, být s jistotou mírou tvrdosti. Zastávat postoj, které je člověk schopen sám sobě i před ostatními obhájit. To si myslím, že je v případě vedení lidí to nejdůležitější.

provozovatelem a vlastníkem hotelového uskupení. Ředitele opavského hotelu Koruna Ing. Zdeňka Pouby jsem se zeptal, co bylo pro společnost impulsem podnikat v hotelnictví?

Prvotním zřejmě možnost nákupu hotelu, které se naskytla mému otci, a úvaha, že je to ekonomicky rentabilní. Prvním z hotelů byla právě Koruna v Opavě. Později k ní přibyl hotel Belaria v Hradci nad Moravicí a před rokem a půl jsme v Hradci nad Moravicí koupili další hotel Sonátu.

A proč jste vy osobně šel do branže?

Po vysoké škole ekonomické, kde jsem vystudoval zahraniční obchod, jsem nějakou dobu pracoval

Hotel Koruna***

je typicky městským hotelem. Nachází se v centru Opavy v bezprostřední blízkosti pěší zóny. Je vhodným místem pro realizaci prezentací, konferencí, seminářů, firemních večírků, svateb apod. Celková ubytovací kapacita je 210 lůžek včetně přistýlek (20/1, 52/2, 6 apartmá). Pokoje jsou vybaveny telefonem, barevným televizorem se satelitním přijímáním, nově rekonstruovanou koupelnou a WC a některé minibarem.

Restaurace (80/110 míst) byla rekonstruována v červenci letošního roku a je zaměřena na široký výběr z cca. 90 druhů vín. Kromě stálého menu nabízí denní výběr jídel za velmi příznivou cenu. Je vhodným místem pro konání větších oslav, hostin, rautů a společenských setkání.

Značková restaurace Královského pivovaru Krušovice nabízí obdobný sortiment služeb.

Bar La Medusa kromě příjemného prostředí s reprodukcí hudby nabízí škálu alkoholických a nealko nápojů.

Kavárna (80) i **salónek** (12) jsou vhodné pro konání soukromých akcí. Kromě gastronomických služeb nabízí možnost sestavení tanečního parketu. Pro potřeby konání videokonferencí jsou k dispozici vysokokapacitní internetové připojení.



HOTEL KORUNA***

náměstí Republiky 17, 746 01 Opava
tel: 553 621 132, fax: 553 621 900
e-mail: koruna@hotelkoruna.cz

>>> www.hotelkoruna.cz



HOTEL GARNET STRAKONICE

CELKOVÁ KAPACITA 42 POKOJŮ – 29 DVOULŮŽKOVÝCH, 12 JUNIOR SUITES (Z TOHO 2 BEZBARIEROVÝCH) A 1 VELKÉ APARTMÁ. V BLÍZKOSTI HOTELU KVALITNÍ SPORTOVNÍ ZÁZEMÍ.

DR. JÍŘHO FIKY, 386 01 STRAKONICE, TEL.: 342 321 984, 324 324 758, E-MAIL: HOTEL.GARNET@QUICK.CZ

[HTTP://HOTELGARNET.WEBPARK.CZ](http://HOTELGARNET.WEBPARK.CZ)



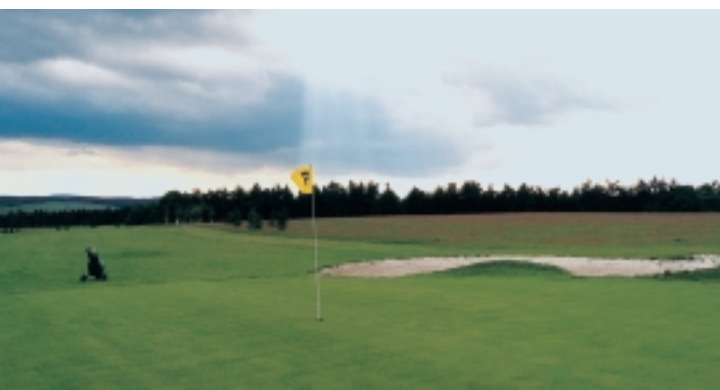



Nový trend v kongresové turistice

kongresy v přírodě,
kongresy spojené s golfem

Nově vybudované kongresové centrum Darovanský dvůr je průkopníkem současného pojetí kongresů spojených s golfem. Spojením špičkového komfortu zázemí kongresových a ubytovacích služeb s přírodou, aktivním odpočinkem, sportem a relaxací naplňuje dnešní obsah pojmu „kongresová turistika“. Darovanský dvůr je jediným hotelem, který může tak pestrout škálu aktivit poskytovat přímo ve svém areálu, aniž by hosté museli kamkoliv přejíždět.

Účastník automobil zaparkuje jako nepotřebné přibližovací a nemusí si odpírat alkoholické nápoje. Golf, tenis nebo koně jsou 20 m od dveří hotelu. Stejně tak snadno je v dosahu kanoistika, cyklistika, pěší turistika. Vše v nádherném prostředí přírodního parku.



V přírodním parku

Kongres & Golf hotel Resort Darovanský dvůr v areálu někdejšího poplužního dvora ze 17. století je v majetku rodiny Sinkulových půldruhého sta let. Leží v překrásné krajině přírodního parku Horní Berounka nedaleko Plzně a je dobře dostupný z dálnice Praha – Plzeň (exit 62). V okolí je mnoho atraktivních turistických cílů, např. Santiniho barokní skvost v Mariánské Týnici, městečko Rabštejn nad Střelou s dobovou architekturou, klášterní konvent v Plasích, zámek Kozel aj. Na nedaleké Berounce pak fungují dva z posledních silničních přívozdů v Česku.

Mistrovské sedmadvacetijamkové

Není třeba kamkoliv jezdit. Přímo u hotelu se nachází areál sedmadvacetijamkového golfového hřiště a devítijamkové veřejné i pro úplně začátečníky a zájemce o seznámení se s golfem a o výuku golfu, s kvalitně vybaveným zázemím půjčovny golfových a sportovních potřeb. Jsou zde tři tenisové kurty, lukostřelba a paintball. Resort vlastní jezdecké koně a provozuje jezdeckou školu. Pro děti má v chovu i několik jezdeckých poníků. V suterénu hlavní budovy je wellness centrum se saunou, „jakuzzi“ pro 6 osob a posilovna. Plavecký bazén je situován v prosklené hale s výhledem do krajiny. Solární vyhřívání prodlužuje plaveckou sezonu od časného jara do pozdního podzimu. Pestré jsou možnosti pěší a vodní turistiky a pro offroad. Je zde ideální prostředí pro teambuildingové akce.

200 lůžek

Ubytování v dispozicích starobylého poplužního dvora je rozděleno do tří dependancí a hotelu, což zajišťuje soukromí a klid jednotlivým hostům, rodinám i větším skupinám včetně účastníků firemních akcí.

Ubytovací kapacita je až 200 lůžek v 74 pokojích. Za pozornost stojí apartmány a pokoje s výhledem na golfové hřiště a do malebného údolí Berounky, romanticky pojatý „novomanželský apartmán“, apartmány s rozlehlou terasou nad golfovým hřištěm a „královský golfový apartmán“ s vlastním východem na odpaliště č. 1.

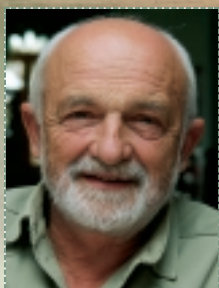
Kongresový reprezentativní

V hlavní budově je reprezentativní vstupní hala, recepce, hlavní restaurace, lobby bar, posezení v koloniálním stylu, dobře vybavený golfový obchod. K dispozici jsou všechny kongresové služby. Víceúčelový kongresový sál o kapacitě 250 osob lze variabilně dělit až na šest salonků vybavených moderní audiovizuální technikou. Součástí areálu je i další stylová restaurace pro cca 80 osob s autentickou 300 let starou „černou kuchyní“. Venkovní terasy pro více než 100 osob nabízejí výhled přímo na golfové hřiště.

„Protož věžiž, že ne pro spravedlnost tvou
Hospodin, Bůh tvůj, dává tobě zemi tu výbornou,
abys dědičně držel ji, poněvadž jsi lid tvrdé šije.“

5M. 9, 6.

Darovanský dvůr



JUDr. Josef Sinkule

Hotelové téma Všudybylu a pozvání paní doktor-
ky Sinkulové mne přived-
lo do přírodního parku
Homí Berounka na Daro-
vanský dvůr, abych tu
v atraktivním prostředí
kongresového a golfové-

ho resortu porozprávěl s majitelem podniku JUDr. Jo-
sefem Sinkulem. Pane doktore, kam oko pohlédne,
všude Sinkulovo.

V Darové na Darovanském dvoře, počínaje mým
dědečkem, už žije čtvrtá generace Sinkulů. Když se
první ze Sinkulů rozhodl usadit v Darové, neměl nic.
Přišel sem jako syn chudého chalupníka. Pronajal si
statek od hraběte Sternberga a začal vydělávat, aby
jej mohl koupit. Podařilo se mu to za mnoho let. Dvůr
postupně zveleboval, rozšiřoval a předal mému otci.



Ten na něm hospodařil do roku 1948, kdy nás vystě-
hovali. V roce 1993 jsme se sem vrátili do zpusťoše-
ného areálu a měli dilema, zda je životaschopný náš
záměr zvelebit krásnou náhorní planinu v meandru
řeky Berounky.



**Životaschopný? Prosperující kongresové cent-
rum, frekventovaná golfová hřiště, hospodář-
ská stavení adaptovaná na stylová ubytovací
zařízení, nový hotel a spousty hostů°**

Díkybohu. Zatím se nám daří. Přesto bych
chtěl vyslovit myšlenku, kterou se zabývám lé-
ta, že by se i do české společnosti měl dostat
takový dobrý zvyk (neříkám úplně okopírovat
Angličany s jejich kluby), že jednou hosté bu-
dou mít osobní vztah k tomuto místu, ke kraji
a jeho prostřednictvím sami k sobě. Že pokud
budou mít radost nebo nebudou vědět kudy
kam, že si uvědomí, že mohou zajet na Daro-
vanský dvůr, kde se setkají s pozornou obslu-

hou a službami a kde určitě potkají někoho známé-
ho, s kým se podělí o své radosti i strasti.

Darovanský dvůr je rodinný podnik.

Ano, je. Moje žena mi je obrovskou oporou. Bez ní by
asi těžko byl v dnešní kráse. Mám syna Petra, který je
(dokonce jsem to napsal a vložil do koule korouhve vě-
že hotelu) nejlepším synem, kterého jsem si mohl přát.

Zmínil jste věž hotelu. V ní je tzv. „papežský salonek“.
Připadal jsem si v něm jako na kapitánském můstku
zaoceánské lodi. Jenže jsem nehleděl na moře, ale
na golfová hřiště, koně v ohradě...

Koncepce objektu umožnila realizovat jednu míst-
nost ve věži hlavní hotelové budovy, z níž je přehled
po celém resortu. V souvislosti s jejími dispozicemi
jsme vzpomněli ceremoniálu volby papežů. Salonek
jsme proto nazvali papežským. Můžeme jej klientům
doporučit na jednání s tím, že protistraně mohou
oznámít: „Pokud s námi chcete jednat v papežském
salonku, vězte, že tam budeme zavření tak dlouho,
dokud se nedohodneme.“

A koně? Ty jsou jednou z prvních sportovních aktivit,
s nimiž jsme začínali. Konec nás spojují s minulostí lid-
stva. Když se někdo bojí sednout na koně, argu-
mentuji tím, že co je člověk člověkem, buď chodil pěš-
ky, nebo jezdil na koni, a že je tomu lidské tělo přizpů-
sobeno. Teprve posledních čtyřicet let sedíme jako
skrčenci v autech s nohou na plynu. Díky tomu máme
řadu nepoužívaných svalů. Denně pracuji šestnáct
hodin a velmi často jsem hodně unavený. Ale i kdy-
bych spal dva nebo tři dny, stále se nebudu cítit odpo-
činutý. Když se ale projedu na koni, cítím se obrovsky
osvěžený. Je to logické, protože se uvedou v činnost
svaly, které se zapojí jedině při této příležitosti. Navíc
těsné sepětí se spřáteleným zvířetem působí pozitiv-
ně na psychiku.

Nejen díky koním si ale Darovanský dvůr zachoval
spoustu prvků selské usedlosti.



Základní myšlenkou, s níž jsme resort budovali, bylo zachovat původní architekturu. Nebylo to jednoduché. Museli jsme překonávat „zaběhnuté přístupy“ stavebních firem, které z ekonomického hlediska správně hodnotily situaci, že zbourat staré budovy a na jejich místě postavit nové, je lacinější, než sanovat podmáčené zdivo, dělat odvlhčovací kanály atd. Ale přesvědčil jste se sám, staré budovy mají duši. Pokud je někdo zbourá a na jejich místě postaví nové, ztratí ji. Všechny původní budovy jsou proto rekonstruované a je ponecháno jejich až metrové kamenné zdivo. Všechny mají starodávně křivé zdi a pokusili jsme se v nich vytvořit odpovídající pokojíky. Vše je z přírodních materiálů včetně dřevěných oken a nábytku z masivu. Zkrátka to, co stará budova chce a co potřebuje.



nemám čas vyjít si jen tak do lesa. Proto vítám, mohu-li tam naše hosty doprovodit, aby viděli, jakým způsobem vedeme myslivecké hospodaření.

Velmi mne zaujala „černá kuchyně“ někdejšího čeledníku. Domníval jsem se, že se jedná o nový perfektně kamuflovaný objekt.

Není to kamufláž. Díky Bohu, náhoda zamezila ničivé činnosti lidí. Černá kuchyně byla řadu desítek let zavalena sutí a zapomenuta. Objevíli jsme ji až při velké rekonstrukci. Díky tomu jsou na jejím historickém klenutí originální saze ze 17. století.

Ano, každý solidní podnik stojí na pořádné kuchyni ...

Kromě černé, kterou nám zařídili naši předkové, jsou na Darovanském dvoře ještě dvě další špičko-



Naším záměrem bylo přímé propojení ubytovací kapacity a stravovacích středisek se sportovními sektory a areály trávení volného času. Dotáhli jsme jej do takových detailů, že host, který obývá náš „King Golf Room“, má přímo z pokoje vlastní vstup na odpaliště.

Co se týče dalšího sportovního zázemí, na Berounce máme k zapůjčení několik kánoí. Stačí seběhnout sto metrů k řece, která Darovanský dvůr obtéká ze tří stran. Půjčujeme



buje člověk, který v takovém domě pobývá. Pro náročnou klientelu jsme pak postavili nový hotel ve stylu venkovského zámku, který jsme architektonicky včlenili do původní zástavby. Tím byl doplněn historický půdorys dvora. V tomto novém objektu jsou i velké komfortní klimatizované pokoje.



vě zařízení kuchyně. Co se týče kuchařů, i zde jsme měli štěstí. Na jídlo se k nám sjíždějí lidé z okolí i z daleka. Proslavená je např. naše svíčková omáčka nebo zvěřinová kuchyně.

Díky golfu, ale také kongresovým dispozicím navštěvuje Darovanský dvůr spousta významných klientů.

Jistě k tomu přispívá skutečnost, že jsme jediným hotelem, který kromě zázemí pro často náročný



i horská kola. Máme tu tři tenisová hřiště, plavecký bazén aj.

Darovanský dvůr, to nejsou „jenom“ golfová hřiště a polnosti, ale také lesy. Sám jste vášnivý nimrod ...

Poslední dobou víc to první. Prakticky už



pracovní program školení a kongresů nebo firemních akcí může nabídnout tak pestrou škálu relaxačních aktivit přímo ve svém areálu. Ano, hosté svojí přítomností umocňují dobrou pověst našeho podniku. Ale neoháníme se tím a nezveřejňujeme jména firem a hostů. Pokud nám chtějí věnovat něco ze svého kreditu a mají zájem nás doporučit, dělají to o své vůli.

>>> www.darovanskydvur.cz

Podařilo se přesto, že hotel sluje luxusem mramorového schodiště, mobiliáře DVD z Jaroměřic nad Rokýtnou i individuálně pojatými prostorovými dispozicemi a interiéry každého z pokojů. Dovoďte mi řečnickou otázku – vyplácí se investovat do kvality?

To je nutnost. Na kvalitě jsme rozhodně nešetřili, to aby naši hosté byli v prostředí, které jim přináší příjemný, povznášející pocit.

Nejen papežský salonek, ale i vstup na 10. jamku se vymyká běžným zvyklostem. Pravděpodobně jste v Česku jediným hotelem, který je až takto bezprostřední součástí golfového areálu.





Fun & Fit Day 2003

*Starající se o štěstí jiných,
nacházíme své vlastní.
Platón z Athén, 482-347 př.n.l.*

Tradice Fun & Fit Day, jejímž je Travelex Czech Republic, a.s. pořadatelem, sahá do roku 1995. Od té doby proběhla řada změn. Letos např. Travelex na český trh vstupuje s novým systémem mezinárodních plateb a bezhotovostních devizových obchodů – Corporate Foreign Exchange, který provozuje ve spolupráci s Bank of New York. Filozofie a charakter Fun & Fit Day se ale ani v 9. ročníku, který se konal v sobotu 11. října v Club Hotelu Praha-Průhonice, nezměnily. Neformální přátelská atmosféra, spousta soutěží a zábavy, dobré jídlo i kvalitní víno, hromada krásných cen pro účastníky turnajů a dárek pro každé dítě byly opět náplní dne. Jako oficiální sponzor závodní stáje F1 Toyota/Panasonic tu Travelex představil skutečný závodní vůz a navíc si řada účastníků Fun & Fit Day vyzkoušela své řidičské umění na trenážeru F1. Velký ohlas sklídilo vystoupení Standy Hložka a pěveckého sboru dětského domova Domino z Plzně, nad nímž má patronát Nadace Terezy Maxové, jejímž je Travelex partnerem.

>> www.tr.com









*Přilet letadel nebude nikdy tím vítězstvím,
které ukončuje válku a zahajuje období šťastného míru.
Pro něho bude vždy jen vykonaným krokem,
za nímž přijde tisíc podobných kroků.
Antoine de Saint-Exupéry, 1900–1944*

Galakonzert u příležitosti 80. výročí založení ČSA



České aerolinie byly založeny jako Československé státní aerolinie 6. října 1923. První dopravní let z Prahy do Bratislavy se uskutečnil 29. října 1923. Šéfpilot Karel Brabenec letounem Aero A-14 Brandenburg tenkrát překonal vzdálenost 321 km. Pan Brabenec vzletl jen dvacet let poté, co poprvé bratři Wrightovi. A tak letos slavíme sto let světového létání a osmdesát let v českých zemích. Reprezentační prostory Státní opery Praha se proto v úterý 14. října mohly skvíť nejen svojí zdobnou nádherou, ale i reprezentativní účastí. Právě ten večer byly místem, kde vrcholily oslavy osmdesátých narozenin druhé až třetí nejstarší letecké společnosti světa, českého vlajkového dopravce, ČSA.

>> www.csa.cz





ČSA na českém trhu letenek

Posledních pár let k nám drtí většina trendů blahých, jako např. technologický pokrok, nebo méně blahých, jako spotřební kultura, přichází hlavně z USA. Jedním z nastupujících je, že byznys spojený s prodejem letenek je postaven na možnosti vůbec letenky prodávat. Že ti, kdo tvoří agenturní síť leteckých společností, nabízí prodej letenek jako součást servisu, který hradi zákazník. Zkrátka, v Americe není zvykem, aby letecké společnosti prodejcům letenek vyplácely provizi. Tento trend vstupuje i do Evropy, a kdo se nezařadí, zůstane stát opodál. Na straně leteckých společností i prodejců. Tímto konstatováním jsem začal rozhovor s Ing. Luděk Hladíšem, ředitelem Obchodu Česká republika Českých aerolinií.

Nejen v USA, už i v Evropě jsou vidět mnohé kroky, jimiž společnosti přecházejí na nové systémy prodeje. Jak co se týče provizí, tak způsobů nabízení produktů a jejich distribuce. I my v Českých aeroliniích tyto trendy sledujeme, reagujeme na ně, protože to je cesta, jak v daném prostředí úspěšně konkurovat. Všechny letecké společnosti se snaží hlídat si náklady. Nejen ty související s provozem. Jednu z velkých položek tvoří náklady na distribuci, proto i zde hledají úspornější postupy. Základní filozofie vychází nejen z nutnosti držet krok, co se týče rentability, ale i z faktu, že drtí většina subjektů tvořících agenturní síť poskytuje daleko komplexnější služby, než jsou schopny poskytovat letecké společnosti prostřednictvím vlastních prodejních kanceláří, prodeji přes internet a call centry. V řadě evropských zemí proto dochází ke snižování provizí a v mnoha platí obdobný koncept jako u nás. Příjmy z provizí jsou doplňovány systémem poplatků za doplňkové služby, jako např. „service fee“, „service charge“ atd. V některých evropských zemích již ale byla provize leteckých společností snížena na nulu nebo tvoří marginální částku.

A přesto, že je tento trend jasný, firmy, které umí, nepřicházejí o klienty. Naopak. Ano, je možné být letenkářem amatérem, surfovat po internetu a vyhledávat nejlépejší letenky a kombinace spojů nebo hrát druhou ligu či divizi, ale rozdíl kvality výstupu bude obdobný jako mezi výkonem profesionálního virtuóza a někým, kdo hraje sice rád, ale jen nahlas a dlouho. Rozumný zákazník si proto nechává letenky zajišťovat profesionály, protože v oblasti rezervací jdou dělat úžasné věci. Ilustruje to fakt, že pokud firma hledá letenkáře, nejsou. Všichni (ti dobří) někde pracují, jsou slušně placeni a jejich zaměstnavatelé si je hýčkají, aby jim nebyli odejiti ke konkurenci.

V dnešní době internetu je pro každého cestujícího snadné otevřít si www stránky té které letecké společnosti a letenky si koupit. Na druhé straně, le-



Ing. Luděk Hladíš

tenkový byznys je velmi složitý. Dobrá orientace, co se týče rezervací, trasování a cenových struktur, může cestujícímu uspořit velké peníze a velmi často jej ušetřit nepříjemností. Tento individuální servis cestující na internetu dostat nemůže. Nemůže jej dostat ani v rámci telefonního hovoru, zavolá-li do letecké společnosti, protože ta prodává především svůj vlastní produkt a pravděpodobně mu nebude radit, jak se dá letět levně s konkurencí. Zde je tedy ob-

rovský prostor pro agenturu, která poskytuje poradenský servis a další služby kvalifikovaněji a efektivněji, než dokáže sám cestující. Agenturní prodejci proto mají stále místo na trhu a jsou vyhledáváni. Ano, poskytování těchto služeb s sebou nese náklady, a proto za ně jejich poskytovatelé žádají úhradu od těch, kteří je využívají.

Zřejmě každý z úspěšných agenturních prodejců svým klientům zajišťuje nejen letenky, ale celé package služeb. Nicméně pojďme hovořit a opačném pólu, o nástupu nízkonákladových leteckých dopravců a levných letenkách.

S nástupem „low cost“ dopravců nastala podstatná změna na trhu letecké dopravy. Ale i s těmito trendy se obchodní politice Českých aerolinií daří vyrovnávat. Jakmile jsme vycítili, že je na trhu segment, který je možné využít v náš prospěch – cestující akceptující nízké tarify za tvrdé restriktivních podmínek – dokázali jsme být velmi konkurenční i v této oblasti. Nízkonákladoví dopravci jsou totiž často právem kritizováni, že se většinou jedná více o marketingovou kampaň než o skutečnou nabídku. Děláme průzkumy trhu včetně testovacích prodeje, z nichž vyplývá, že na destinacích, kde ČSA nabízejí tento typ cen, jsme často levnější než deklarovaný „low cost“ dopravce.

Druhým zdrojem velmi levných letenek jsou speciální nabídky, vyhlašované různými leteckými společnostmi do různých destinací. Zde je vždy důležité si

uvědomit, že každá věc má nejen líc, který bývá rád ukazován – nízkou cenu, ale i rub – rizika a nepohodlí. Jsou skupiny lidí, pro něž je tento produkt nepřijatelný, kteří si uvědomují možné problémy cestování s některými leteckými společnostmi přes určité tranzitní body. Rizika ztráty přípoje, zavazadel, časovou náročnost atd. Také s tím se České aerolinie dobře vyrovnávají, protože poskytují přímé lety do mnoha destinací, a v rámci aliance SkyTeam téměř do celého světa.

Pane řediteli, České aerolinie přicházejí se změnou provizní politiky. Ta pro agentury znamená nižší provizi z prodaných letenek. Měli vaši prodejci čas se připravit?

V případě zásadních změn, co se týče prodeje, bereme v úvahu i názory našich partnerů – cestovních kanceláří. Původně jsme oznámili snížení provize s účinností od 1. ledna 2004. Akceptovali jsme však upozornění našich prodejců, že je pro ně toto přechodové období příliš krátké, a proto jsme ve shodě termín posunuli až na 1. duben 2004, aby měli čas lépe se připravit jak z hlediska technického, tak obchodního. Změna znamená, že provize, kterou budeme od 1. dubna poskytovat za jednoduchý prodej našich letenek, bude ve výši 4 %. Uvědomujeme si, že tento systém znamená pro agentury poskytující výraznou přidanou hodnotu k běžnému prodeji letenek ve formě nadstandardních služeb (náročné vyhledávání tarifů, poradenský servis firmám i individuálním cestovatelům, doručování letenek, čtyřadvacetihodinová služba, prostě vše, co je součástí komplexního servisu) potřebu pokrýt tyto dodatečné náklady. Z tohoto hlediska nový provizní systém ČSA vytváří prostor pro oprávněné a ekonomicky podložené ocenění a zpoplatnění těchto služeb a vybrání zvláštního poplatku, který zohlední jejich rozdílný rozsah, kvalitu a výsledně i cenu.

Na druhé straně se snažíme o maximální zjednodušení prodejní práce na straně pracovníků cestovních kanceláří za účelem úspory jejich času a peněz. V tomto směru je pro nás prioritou vysoká kvalita servisu našim prodejcům. Její součástí je maximální četnost publikování našich tarifů a cen v distribučních systémech, což umožňuje rychlé, správné ocenění a vystavení letenek. Letos jsme zavedli novou službu – Agenturní Help Desk ČSA, kde naši pracovníci v souvislosti s prodejem produktů ČSA poskytují poradenství pracovníkům agenturní sítě v nejrozličnějších oblastech jejich práce.

Při nástupu do funkce v roce 2001 jste si kládli za cíl dosáhnout každoročního nárůstu tržeb ČSA na českém trhu.

Přes všechny negativní vlivy (září 2001, povodeň, SARS, invaze do Iráku apod.) se podařilo zvyšovat objem tržeb v meziročním srovnání v průměru o 3 až 4 %. Co se týče roku 2003 (dle dosavadních výsledků do srpna včetně), vykazují naše tržby tříprocentní nárůst, nicméně naše prognóza do konce roku je vyšší, okolo 4 až 5 %. V postavení Českých aerolinií na trhu v České republice se nám podařilo dosáhnout zvýšení market share v prodeji přes IATA agentury o 13 % na současnou hodnotu 37,2 % z 32,9 % v roce 2002.

>>> www.csa.cz



České lázeňství a Evropa

Ve dnech 2. až 4. října 2003 Sdružení lázeňských míst České republiky a Lázně Františkovy Lázně a.s. ve spolupráci s Czech Tourism a Odborovým svazem zdravotnictví a sociální péče pořádaly ve Františkových Lázních „10. salon lázeňství“ a „6. konferenci Sdružení lázeňských míst České republiky“ na téma „České lázeňství a Evropa“. Kromě slavnostního zahájení a prezentace lázní České republiky v pavilonu Solného a Lučního pramene a vlastní konference v Sadové kavárně se konaly dva „kulaté stoly“. První agentury Czech Tourism na téma „Wellness v lázeňství“ a druhý pořádaný Odborovým svazem zdravotnictví a sociální péče s názvem „Zaměstnanci a zaměstnavatelé v Evropské unii“. Hostitelská společnost, Lázně Františkovy Lázně a.s., pak připravila seminář „Balneologie a balneotechnika“. Při té příležitosti jsem o krátké vyjádření požádal místopředsdkyni představenstva a generální ředitelku akciové společnosti Lázně Františkovy Lázně Ing. Hanu Heydukovou, už proto, že slavnostnímu zahájení dodala lesku prezentací františkolázeňského Aqua Fora.

To, že se ve Františkových Lázních koná jubilejní Desátý salon lázeňství a že Františkovy Lázně jsou ještě o dvě stě let starší, nám připadlo příhodné, abychom zde prezentovali něco víc než jenom obecnou pohostinnost a lázeňskou léčbu. Jako pomyslnou „třešinku na dortu“ proto akciová společnost Lázně Františkovy Lázně na dnešní den připravila prezentaci velkého projektu, stavby Aqua Fora ve Františkových Lázních. Je to od roku 1930, kdy zde byl otevřen poslední lázeňský pavilon – Dvůrana Glauberových pramenů, první stavba takové velikosti a významu. Jsem nesmírně hrdá, že se projektu mohu účastnit. Věřím, že i účastníci kursalonu ocení, že právě při této příležitosti byl projekt prezentován.



Příspěvek hejtmana Karlovarského kraje JUDr. Josefa Pavla

V rámci slavnostního zahájení „6. konference Sdružení lázeňských míst České republiky“ vystoupil hejtman Karlovarského kraje JUDr. Josef Pavel se svým příspěvkem, jehož podstatnou část Všudybyl přináší.

Velice aktuální téma

Téma letošního „Salonu lázeňství“ a následující konference „České lázeňství a Evropa“ je velice aktuální. V příštím roce se Česká republika stane členskou zemí Evropské unie, tedy evropských struktur ekonomických, politických i právních. Tento krok nepřichází náhodou. Je výsledkem dlouhé cesty, kterou Česká republika urazila za posledních třináct let. Samozřejmě, že jako každá podobná událost, staví nás moment vstupu před mnoho změn, z nichž některé jsou žádoucí a jiné méně. Nechci zde řešit (a ani to není posláním této konference), které převládají a jak se ve kterých oblastech života občana a společnosti projevují. Věřím, že naše budoucnost v Evropské unii, stejně jako budoucnost celé unie, bude především řešením těchto otázek. Definováním potřebného a užitečného rozsahu unie a jejich pravomocí a efektivní veřejné správy na všech úrovních od obcí až po Brusel.

Evropa, větší trh i konkurence

Evropa není pro nás jen větší trh, znamená také větší konkurenci. Do jisté míry si dokonce konkurují a budou konkurovat i různá pojetí fenoménu lázeňství. To může být ve světě vnímáno různě. Pro někoho znamenají lázně především obecnou vodoléčbu. Jiní v nich vidí lékařství a zdravotní pomoc, ať již celkovou nebo specifickou, zaměřenou na určitou indikaci. Existuje problém, který lázně jako takové již řeší nějakou dobu: zároveň s obrovským vědeckým pokrokem v lékařství se pro mnohé stávají lázně jakýmsi přežitkem. Něčím, co se dá nahradit medikamenty nebo fyzioterapií. I pro mnohé návštěvníky lázní je těžké si v dnešní úspěchané době představit, že mají ze zdravotních důvodů strávit několik týdnů v lázních, ačkoliv nejsou akutně nemocní na pobyt v nemocnici a lůžkovou péči. Podobný skepticismus prolíná také do názorů zdravotních pojišťoven, které se ptají, zda je lázeňská léčba stejně nezbytná jako např. lék či zdravotní pomůcka a zda se náklady na ni vracejí ve zvýšení kvality života jejich pojištěnce.

Šetrným a přitom zásadním způsobem

Na všechny tyto otázky hledá lékařská věda, a především ovšem balneologie, odpovědi. Je třeba vidět, že lázeňská léčba jako zdravotnický výkon je kom-



JUDr. Josef Pavel

plexní. Nese tedy i své odpovídající náklady, související s pobytem pacienta a s jeho léčbou. Na druhou stranu je ovšem nutno zdůrazňovat, že i její účinky jsou komplexní. Že na rozdíl od zdravotní pomůcky nebo léku lázně nejen léčí, ale také uzdravují. Díky své povaze působí nejen na fyzické zdraví, ale doslova holisticky, psychosomaticky.

Šetrným a přitom zásadním způsobem rekreují, regenerují a posilují jak tělesné, tak duševní zdraví a pohodu člověka. To je třeba neustále připomínat. Věřím, že především pro seniory či pacienty po těžkých zdravotních problémech jsou lázně nejen příjemnou, ale doslova nezbytnou součástí léčby. A o tom je třeba vést vědeckou diskusi, sem směřovat výzkum, prezentovat výsledky a stavět na nich.

Stát pevně na obou nohách

Doposud jsem hovořil o lázních především z hlediska medicínského. Nepopírám, že je to jedno z jejich nejdůležitějších posláních. Ovšem lázeňství má daleko širší záběr, daleko větší potenciál. Ne všude jsou lázně vnímány jako medicínský vědecká záležitost. Lázně, především v anglosaském světě, znamenají místo, kam je dobré přijet si odpočinout. Kde lze nalézt nejen obvyklou rekreaci, ale všeobecně přístupné zdravotní služby, jako jsou masáže, fyzioterapie, pohybová terapie, kosmetické procedury i kosmetika jako taková, redukční procedury, aktivní sportovní vyžití zaměřené na rozvíjení určitých dispozic návštěvníka apod. Všechny tyto služby můžeme, abychom je odlišili od lázeňství striktně medicínského, označit slovem „wellness“. Pokud bych měl toto slovo převést na nějaký srozumitelný český výraz, snad by bylo možno použít výrazu „pohoda“ nebo například „zdravá pohoda“ či „zdravá a dobře vypadající pohoda“. Je tedy vidět, že čeština zatím nemá pro výraz „wellness“ odpovídající ekvivalent, a proto si dovoluji nadále používat termín anglický. Poměrně často se setkávám s tím, že wellness a klasická lázeňská léčba na sebe navzájem nevraží. Je to proto, že lidé, pro které jsou lázně indikací, se na lékaře a jeho předpis lázeňské léčby úplně spoléhají a berou jej jako jakýkoliv jiný lékařský předpis. Naopak klienti, kteří hledají svou pohodu, nepotřebují lékaře jako diagnostika, ale spíš jako konzultanta. A pro některé lékaře je těžko stravitelné fungovat v podstatě jako poradce pro fitness. Vnímají svou úlohu daleko více odborně medicínsky, a to je dobře. Naopak pro některé podnikatele v lázeňství je těžké minout potenci-

ál, který představuje wellness, jen proto, že není tím v uvozovkách „pravým lázeňstvím“. Vzniká tu proto třenice o samotnou podstatu lázní – (pokud to řeknu s nadsázkou), tedy zda je chceme i nadále jako nemocniční ústavy, či zda z nich chceme mít Disneyland. Já však věřím, že oba dva způsoby spolu jistým způsobem souzní. Samozřejmě, možná ne každé zařízení může poskytovat obojí a zachovat si přitom úroveň a popularitu. Ale obě dvě cesty vedou k nabídce zdraví pro veřejnost, a jako takové spolu dokáží bez problémů existovat v jednom městě. Pochopitelně, rozum nás varuje před zbrklou přeměnou našich léčivých zdrojů v zábavní parky. Avšak to ani není podstatou wellness. Představa lázní, ve kterých najdete kromě zdravotní péče také možnost zlepšení svého zdraví či zevnějšku, podle svého uvážení, je pro mnoho potenciálních návštěvníků lákavá. Věřím, že pokud máme naše lázeňství prosadit v mezinárodní konkurenci, je třeba jej přijmout jako účinnou léčbu i jako službu, která může být částečně přístupná komukoliv. Jedině tak budou moci naše lázeňská místa stát pevně „na obou nohách“ v příboji evropského trhu.

Na schopných lidech

Vstup do Evropské unie má pro naše lázeňství i další důsledky. Znamená i možnost čerpání prostředků na cílený rozvoj měst, objektů, komunikací a infrastruktury z evropských strukturálních fondů, podobně jako to bylo možné v minulých letech z fondů předvstupních. Ovšem nesmíme zapomínat na to, že žádná pomoc fondů není všemocná, stejně jako jakákoliv podpora. Ta vždy záleží na postojích a podpoře místní, regionální, ale i státní politické reprezentace. Dokonce i na tak vzdálených věcech, jakými budou evropská politika zaměstnanosti, rozvoje podnikání či evropská zdravotní politika. Chtěl bych proto věřit, že celkový rozvoj našeho lázeňství bude daleko více záležet na předvídavosti a dalších manažerských schopnostech jejich vedení. Na kvalitě přírodních zdrojů a na schopných lidech, protože to jsou kvality, které přetrvávají, i když se právě nedostává podpor. Věřím, že lázeňství v České republice má před sebou ještě dlouhou budoucnost a žádám vás, abyste ji pomáhali utvářet.

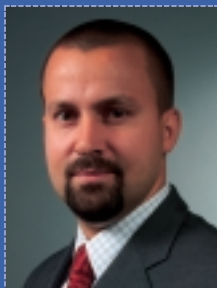
>>> www.spas.cz

>>> www.franzensbad.as

deváté vydání 2003

Meeting Point a Konference o cestovním ruchu

Při příležitosti nadcházejících mezinárodních veletrhů cestovního ruchu, které se již tradičně konají začátkem ledna v Brně, jsem o rozhovor požádal vedoucího manažera projektu GO a REGIONTOUR 2004 Ing. Miloše Mičáka. Pane inženýre, k jakému posunu u vás dochází ve srovnání s předchozími ročníky?



Miloš Mičák

Bezesporu k posílení obchodního charakteru veletrhů GO a REGIONTOUR a k efektivnějšímu využívání potenciálu souběžné prezentace krajů České republiky a reprezentativní přehlídky cestovních kancelářů. Nově jsme iniciovali vytvoření pracovní skupiny, jejímiž členy jsou zástupci jednotlivých krajů. Konzultujeme s nimi směřování veletrhů i doprovodných akcí. Příprava je tak efektivnější a my tak daleko výrazněji vystupujeme v pozici asistenta krajů.

V posledních letech doprovodný program zbytněl. Priority vystavovatelů jsou ale jinde. Času na veletrzích chtějí využít především k obchodním jednáním.

Na jedné straně zní pozitivně, že je pro návštěvníky a vystavovatele připraveno mnoho odborných a zá-

bavných programů. Jejich široká škála ale kolikrát nedovolovala účastnit se řady jiných akcí. Pro rok 2004 jsme proto doprovodný program prvních dvou veletržních dnů redukovali a stanovili pouze několik prioritních témat. Hlavním bodem bude „MEETING POINT“ – kontraktně informační workshop, setkání zahraničních a domácích touroperatorů a odborných novinářů, kteří se zajímají o turistické možnosti regionů České republiky, s podnikatelskými a správními subjekty z jednotlivých krajů České republiky. „MEETING POINT“ pořádáme za oficiální podpory agentury pro cestovní ruch „Czech Tourism“ a cílem je podpora cestovního ruchu v regionech. Dalším neméně významným bodem bude chystaná Konference o cestovním ruchu, jejímiž hlavními tématy bude Novelizace zákona č.159/1999 Sb., Jednotná klasifikace ubytovacích kapacit, Strukturální fondy EU a Malé a střední podnikání versus kraje. Jako již tradičně jsou první dva dny určené pouze odborníkům a do těchto dnů se koncentruje i převážná část obchodních jednání.



GO šou s Polívkou – aneb bavte se s Bolkem

Další aktivity, které mohou být zajímavé zejména pro laickou veřejnost, jsme směřovali na víkendové dny. V loňském roce veletrhy GO a REGIONTOUR navštívil Bolek Polívka. Moc se mu u nás líbilo. Nejen z hlediska osobní účasti, ale i podnikatelských aktivit, jako je např. jeho Farma. Když viděl, jak jsou tyto veletrhy koncipovány a kdo je navštěvuje, nebylo daleko k realizaci zajímavého nového projektu. Na sobotu 10. ledna tak připravujeme celodenní pořad „Go šou s Polívkou aneb Bavte se s Bolkem“. Návštěvník tak bude mít nově šanci nejen shlédnout aktuální nabídky cestovních kancelářů a jednotlivých regionů, ale i se s celou rodinou příjemně pobavit.

**Dokonalý
přehled
o cestování**

8. – 11. 1. 2004
Brno – Vystaviště



14. mezinárodní veletrh
průmyslu cestovního ruchu



13. mezinárodní veletrh
turistických možností v regionech

www.bvv.cz/go

Veletrhy Brno, a.s.
Výstaviště 1
647 00 Brno
Czech Republic
Tel.: 541 152 308
Fax: 541 153 062
go@bvv.cz
regiontour@bvv.cz

BVV

**Veletrhy
Brno**

Největším koupelnového nábytku

Modernost, kvalita a stav koupelen jsou poměrně směrodatné pro odhad míry očekávané (ne)spokojenosti účastníků zájezdů, lázeňských pobytů a hotelových hostů vůbec. Pochopitelně ostatní vybavenost, služby i prostředí, v němž se bude účastník zájezdu rekreovat nebo lázeňský či hotelový host nacházet, jsou rovněž důležité. Také proto jsem si dovolil oslovit předsedu výrobního družstva Dřevojas, fir-



Ing. Zdeněk Blažek

se v podniku neinvestuje a pouze se z něj berou peníze (u některých firem je známo, že tam „projí“ i odpisy), má pramalé předpoklady dostat se na úroveň, která mu dá šanci na dlouhodobou existenci. Mé rozhodnutí bylo vedeno racionální úvahou, že pro segment koupelnového nábytku je v oblasti střední Evropy velký prostor. Není v něm taková konkurence jako u některých jiných výrobků, takže při



my, která je největším českým výrobcem koupelnového nábytku, Ing. Zdeňka Blažka. Pane předsedo, jak jste se k tomuto oboru podnikání dostal?

Třidvacet let jsem byl činný ve výrobě sanitární keramiky. Od výroby přes prodej až po investice. Přitom jsem se důkladně seznámil s trhem vybavení koupelen. Před dvěma lety jsem se pak stal vlastníkem majoritního počtu hlasů výrobního družstva Dřevojas v situaci, kdy bylo připravováno na konkurz. Uvědomil jsem si, že by byla škoda tuto výrobu zrušit. Trh koupelnového nábytku je velmi blízký tomu, který znám. Rozhodl jsem se proto, že se Dřevojas pokusím zachránit a dostat jej na úroveň středně velké firmy s dobrým renomé.

Zachránil jste firmu, u níž (na rozdíl o řady větších) nejenže dal stát ruce pryč, ale pravděpodobně ani nezaregistroval nějakých sto lidských osudů.

Poté, co jsem přišel do Dřevojasu, jsem v první řadě musel analyzovat stav. Učinit rozhodnutí, že veškeré odpisy a zisk, které firma vytváří, budou minimálně osm až deset let reinvestovány. Pokud



Dřevojas, výrobní družstvo, je největším českým výrobcem koupelnového nábytku. Jeho doplňkovým programem je vybavování interiérů na zakázku, zvláště hotelů, restaurací a administrativních budov. S ohledem na své dominantní postavení v prodeji koupelnového nábytku se věnuje vývoji nových typů a druhů v součinnosti s největšími tuzemskými a evropskými výrobci zdravotnické keramiky. Současně se zaměřuje na nové potřeby zákazníků, související s rekonstrukcí bytového fondu. Na základě masivních investic je jeho výroba připravena reagovat na všechny vývojové trendy trhu ve velkých i menších sériích jednotlivých typů. Dřevojas je schopen vyrábět nábytek z plošného materiálu, melaminovaných i dýhovaných DTD desek a dalších materiálů. Disponuje vlastní sesazovnou. Další z obchodních aktivit Dřevojasu je prodej sanitární keramiky, obkladů, dlažeb tuzemské a zahraniční výroby, armatur, van, sprchových koutů a veškerých doplňků pro vybavení koupelen.

kvalifikované investici je jej možné obsadit a rozvíjet byznys.

Ano, dař se vám expandovat a budovat image značky.

Dokonce tak, že už se nám Česko stává malým. Z analýz vyvozujeme, že naše výrobky už pokrývají čtyřicet až padesát procent segmentu koupelnového nábytku domácího trhu. Jsme nuceni vstupovat na trhy další. Jsme na Slovensku, jdeme do Německa a především na východ Evropy.

Co vám dala doba, kdy jste byl „pouze“ vrcholovým manažerem?

V roce 1991 jsem stál u jednoho z prvních společných podniků v Československu. Švýcarská firma Laufen koupila Jihočeskou keramiku, kterou jsem řídil. Během deseti let se z ní podařilo vybudovat jednu z nejmodernějších továren na výrobu sanitární keramiky na světě. V tomto období jsem načerpal podstatnou část know how o vybavení koupelen a hlavně o řízení a investování. Po roce 1999, poté co švýcarští majitelé prodali celý holding



dřevojas

Laufen španělské společnosti Roca, jsem měl příležitost se poučit o filozofii řízení stoprocentně rodinné firmy. Dnes to všechno zúročuji ve svitavském Dřevojasu.

Jak vás vnímali cizinci, s nimiž jste se pracovně potkával?

První tři roky po založení společného podniku to byl velký problém. Obrovská nedůvěra ze strany majitelů a řídicích pracovníků – Švýcarů k českým lidem a především k českému managementu. Zda jsme schopni kvalifikovaně řídit firmu bez okrádání majitelů. Dokážeme-li nahradit švýcarské a německé kolegy. Po čtyřech letech došlo k obratu, o čemž svědčí to, že jsem se stal předsedou představenstva Jihočeské keramiky a Keramických závodů ve Znojmě, společností, v nichž další dva členové představenstev byli Švýcaři. Jak rostla důvěra, rostly i mé pravomoci. Také vnímání českého managementu. Ze zahraničních manažerů tu nakonec nezbyl nikdo. Naopak, na akvizice mimo Česko byli posíláni čeští manažeri. Ať už na spuštění továrny do Thajska,

na reorganizaci nově koupené továrny v Bulharsku apod.

Díky angažmá u Laufenu jste poznal mnoho zemí ...

Ano, měl jsem možnost poznat velkou část světa spjatou s aktivitami koncernu Laufen. Byl jsem v Brazílii a krátkodobě v Thajsku. V Brazílii, kde jsem ze zahraničních angažmá působil po Švýcarsku nejdelší dobu, tamní kolegové Česko vnímali velice pozitivně. Byli u nás na stážích. Seznámili se s úrovní naší výroby a technologiemi. Zjistili, že jsme o něco výše než oni. Byli rádi, že se mohou poradit. Velmi jsme se skamarádili.

Zpátky do Svitav, kde vaše družstvo živí spoustu rodin.

Rozhodně nejsme největším zaměstnavatelem ve Svitavách. Patříme už ale mezi významné, protože máme přes sto zaměstnanců, kteří pravidelně každý měsíc dostanou svoji výplatu. S místní samosprávou máme dobré vztahy. Bohužel, její pravomoci a možnosti podpořit rozvoj podnikání jsou nevelké. Chováme se, a musíme proto chovat, ve shodě s pořekadlem: „Hledáš-li pomocnou ruku, nejspíš ji najdeš na konci svého ramene.“ Nemáme úlevy, daňové prázdny, pozemky za symbolickou korunu apod. Nedosáhneme na žádnou ze státních podpor, které jsou rozdávány zahraničním investorům. Nerovné podmínky. To je to, co nás i řadu dalších českých podnikatelů mrzí.

Ale že si je zasloužíme ...

Samozřejmě, co jsme si kdy zvolili, to máme. Je třeba, abychom vyvinuli větší tlak. Ať už přes Hospodářskou komoru ČR nebo další instituce. Rovné podmínky podnikání. Ne mu házet klacky pod nohy. Když jsem řídil podnik se zahraniční majetkovou účastí, dbal jsem na to, aby byly odváděny veškeré daně. Aby peníze zůstávaly v tomto státě, protože jsou potřeba na mnoho důležitých věcí. Pokud to ale bude postupovat tímto směrem, budeme nuceni hledat cesty, jak je zbytečně nevydávat (u řady firem i na dotování konkurence), např. přesunem firmy v rámci zemí Evropské unie nebo i mimo ni.

>> www.drevojas.cz



První dáma se zúčastnila

Paní Livie Klausová v TOP HOTELU Praha přijala dar pro Nadační fond manželů Livie a Václava Klausových. Stalo se tak 14. října při příležitosti konání módní přehlídky, kterou ve spolupráci s TOP HOTELEM Praha pořádal salon Style Haute Couture. Pohled na luxusní modely z dílny, kterou vede profesorka Zdeňka Bauerovalová, si kromě první dámy nenechali ujít prof. MUDr. Pavel Klener, DrSc., Petr Novotný, MUDr. David Rath a řada dalších osobností. Módu pro podzim a zimu 2003 předvedly kromě profesionálních modelek také hlasatelky České televize, herečka Jana Švandová a vicemiss Klára Medková. Na úspěchu akce se významně podílela organizátorka Hana Švejhlová, která provedla hosty večerem až k závěrečnému slavnostnímu rautu.

>> www.tophotel.cz



Není to o našem malém písečku

Dovolím si tvrdit, že my z menších měst a z obcí jsme daleko víc hrdi na to, odkud jsme. Pokud někde v rozhlasu nebo televizi byla zmínka o Sezimově Ústí a úspěších firem, které tam sídlily, byli jsme pyšní. Mezi ně patřily i Vodní stavby Sezimovo Ústí. Jejich pokračovatelem je HOCHTIEF VSB, firma, o níž jsem se ve VŠudybylu poslední dobou poměrně často zmiňoval, naposledy v minulém vydání (str. 34) v souvislosti s poklepem na základní kámen Národního integrovaného střediska řízení letového provozu v Jenči. Předsedy představenstva a generálního ředitele akciové společnosti HOCHTIEF VSB Ing. Václava Matyáše jsem se při té příležitosti zeptal, jaký je jeho vztah k jižním Čechám.

Jižní Čechy a stavařina k sobě patří. Určitě jsme hrdi na naše předchůdce, kteří stavěli Vltavskou kaskádu. Pro moji generaci bylo příjemné navázat na tato krásná vodní díla poslední přehradou na Vltavě,



Ing. Václav Matyáš

v Hněvkovicích, která je součástí technologického celku Jaderné elektrárny Temelín. Jaderná elektrárna pro mne byla ohromnou motivací. Z pohledu profesionální kariéry i technickým zadáním. Potkal jsem tam spoustu krásných lidí, kteří něco umí, od kterých je možné se ledacos učit. V roce 1996 jsem přišel do Sezimova Ústí do administrativní budovy, která byla, jako celé původní Sezimovo Ústí II, postavena Tomášem Ba-

ťou. Sedět v Baťově konstruktivistické architektuře, která má železobetonový skelet, kruhové sloupky, to je do dnešního dne noblesa. Když jsme se před třemi lety přesouvali do Prahy, velmi mne mrzelo, že tu krásnou vzdušnou a elegantní stavbu nelze přenést s sebou. K jižním Čechám mám i ryze osobní vztah. Když jsem v roce 1983 přišel na Temelín, bylo to i o určité nostalgii, o vzpomínkách na dětství, které jsem trávil u babičky v nedaleké Březnici u Týna nad Vltavou.



Zmínil jste dílo Baťových architektů. V osmém vydání VŠudybylu je obrázek, jak bude vypadat Národní integrované středisko řízení letového provozu v Jenči u Prahy. Obdobnou parádu Hochtiefu dělá i parkovací dům a další objekty v areálu letiště Praha Ruzyně.

Tržní prostředí a stavební byznys dnes není o tom, vybírat si projekty. O to příjemnější je realizovat krásné technicky náročné stavby s nápaditou architekturou, a to i u objektů průmyslového charakteru. Když zmiňujeme Jeneč, je to velice ambiciózní projekt. V soutěži na jeho realizaci jsme chtěli uspět už proto, že je to z hlediska aktivit skupiny Hochtief – výstavby letišť po celém světě – naše určitá povinnost. Zadání, které jsme tam symbolicky stvrdili poklepem na základní kámen v Jenči, naplníme beze zbytku. „Parking C“ pana architekta Nikodéma v Praze na letišti je rovněž o radosti spolupracovat s lidmi, kteří umí a dokáží realizovat krásnou a dnes již světově oceňovanou architekturu. Nesmíme si vážit, že se nám daří naplňovat cíle na pražském letišti. Naším zatím posledním je vítězství v soutěži na realizaci „prstu C“ terminálu Sever.

Vybraná
ocenění
HOCHTIEF
VSB a.s.



Titul
„Stavba roku 95“ Lanžhot
– předávací stanice tranzitního
plynovodu

Nominace na titul
„Stavba roku 96“
České Budějovice
– Československá obchodní
banka



Nominace na titul
„Stavba roku 98“
Cena časopisu Stavitel za
stavebně architektonický detail
Praha, Raiffeisen stavební
spořitelna



Nominace na titul
„Stavba roku 99“
Cena časopisu Stavitel, České
Budějovice – Dlouhý most

„Cena České republiky
za jakost 1999“

Nominace na titul
„Stavba roku 2000“
Cena Svazu podnikatelů ve
stavebnictví v České republice
za nejlepší stavebně podnikatelský
záměr Praha – Stará
Celnice



Od roku 1998 se Hochtief VSB
pravidelně umísťuje mezi 100
nejlepšími firmami v soutěžích
„Českých 100 nejlepších“
a „Czech Top 100“



Titul „Stavba roku 2002“
Praha – Administrativní budo-
va hlavní správy ČEZ, a.s.





HOCHTIEF
VSB



Řada projektů realizovaných firmou HOCHTIEF VSB, nejenom těch letištních, je příkladem spojitosti cestovního ruchu a stavebnictví. Cestovní ruch je strategickým odvětvím nejen proto, že umožňuje přemísťování obrovských mas lidí správným směrem, ale zejména proto, že tímto směrem, do ekonomik navštěvovaných zemí, je s to přemísťovat obrovské objemy financí. Přesto, že se současný český stát teprve nesměle rozhoupává k tomu aspoň se tvářit, že jej peníze generované ces-

tovním ruchem zajímají, řada vámi realizovaných staveb ilustruje, že se investorům vyplácí v Česku vkládat peníze do infrastruktury cestovního ruchu.

Kromě přímých ekonomických přínosů cestovního ruchu pro národní hospodářství (tedy toho, že v daném místě či turistické destinaci dokáže generovat koupěschopnou poptávku, vytvářet a držet obrovský prostor pro investiční, podnikatelské a pracovní příležitosti) má cestovní ruch obrovský význam integrační. Dá se říci, že jsme byli dlouho izolováni. Po roce 1989 se nám otevřel svět a my jemu. To, co je ohromnou předností cestovního ruchu z pohledu mých kosmopolitních názorů, je ohromná příležitost poznat rozmanité kultury. Nejenom evropské. Umožňuje nám to jistou sebereflexi, že to není pouze o našem malém písčičku, ale o celosvětovém společen-



ství lidí, kteří si mohou vzájemně rozumět. Samozřejmě vše, i poznávání, jde už z podstaty ruku v ruce s ekonomikou, a tedy i s investičním rozvojem v naší oblasti. Všude, kam se jezdí, má stavební výroba zelenou a pozitivně se promítá do vzhledu krajiny, udržovanosti historických objektů, měst a obcí. Velká infrastruktura je bezesporu záležitostí veřejných investic. Je i o odvaze radních, hejtmánů, starostů, přimátorů atd., co dokáží iniciovat. Mnohdy bych nechtěl být v jejich kůži. Každá investice i její výše, kvalita a nasměrování je ve většině případů předmětem politických šarvátek. Co se např. týče námi zmiňovaného Jihočeského kraje, tento region se mění před očima včetně svého správního centra. Mnohdy se ale zapomíná na to, čím zásluhou. Je možné to odbýt, že lidé, kteří jej spravují, pracují s našimi penězi, ale jejich osvětlené chování a nasměrování veřejných zdrojů správným směrem je pro nás pro všechny správnou vizitkou, jak se má veřejná správa chovat k budoucím generacím i k odkazu těch minulých.



>>> www.hochtief-vsb.cz



Bayreuth se představuje

Na základě iniciativy Pražské informační služby se poprvé v Praze, v turistickém informačním středisku v ulici Na Příkopě, 6. října až 11. října představilo festivalové a univerzitní město Bayreuth. Kongress- und Tourismuszentrale Bayreuth zde propagovala pouhých 240 km vzdálený Bayreuth, jeho pamětihodnosti, kulturní akce a turistické nabídky. Reciproční „Pražský týden“, zajišťovaný Pražskou informační službou, se ve městě Richarda Wagnera uskutečnil ve dnech 20. – 25. října 2003.

Přestože je Bayreuth známý především díky Slavnostem Richarda Wagnera, které do Horní Falce každoročně přivádějí mnoho tisíc přátel opery z celého světa, byla to pruská princezna a markraběnka Wilhelmina, jež z Bayreuthu v 18. století udělala zářící kulturní metropoli. Darovala městu četné zámky, zahrady a nádherný Markraběnský operní dům, který je považován za nejkrásnější zachovalé barokní divadlo v Evropě. Bayreuth je městem s více než dvaceti muzei. Nejznámějšími jsou Muzeum Richarda Wagnera, Muzeum Franze Liszta, stejně jako Maiselův pivovar a Muzeum bednářství, které je jako největší muzeum piva na světě zapsáno v Guinnessově knize rekordů. V posledních letech se Bayreuth proslavil i jako lázeňské a léčebné středisko. V roce 1999 otevřené Lohengrinské teplé vířidlo patří mezi nejmodernější německé termální lázně. Dnešní Bayreuth je mladým, pulsujícím univerzitním městem s početnými památkami a celoročním kvalitním kulturním programem.

>>> www.bayreuth-tourismus.de
>>> www.pis.cz



PRVNÍ NOVOMĚSTSKÝ RESTAURAČNÍ PIVOVAR

otevřený v minulém století
na Novém Městě Pražském



Novoměstský (kvasnicový)
ležák světlý i tmavý 11°

Speciality české kuchyně
včetně vyhlášeného pečeného kolena

Alešova galerie:
originální panoptikum pražského
Podskalí a Perlovy ulice

Exkurze pivovarem
s odborným výkladem v bezprostřední
blízkosti Václavského náměstí



Novoměstský pivovar s.r.o.
Vodičkova 20, 110 00 Praha 1
tel./fax: 222 232 448, 222 231 662
e-mail: sales@npivovar.cz
www.npivovar.cz

Týden zahraničních Čechů



Most mezi krajany a vlastí

Jedním z poslání Radia Praha – vysílání Českého rozhlasu do zahraničí – je vytvářet most mezi krajany a jejich někdejší vlastí. Z tohoto pohledu nejvýznamnější akcí letos byl „Týden zahraničních Čechů“, který proběhl od 28. září do 4. října v prostorách rektorátu Univerzity Karlovy. Šlo o největší setkání krajanů v posledních letech – do Prahy se jich sjelo na tři sta z třiceti zemí světa. Součástí Týdne bylo zahájení výstavy „Češi v Americe“ v Muzeu hlavního města Prahy. Krátce nato – 10. října – proběhla v Muzeu Policie ČR vernisáž výstavy „Český a slovenský exil 20. století“. Tato dosud největší výstava o exilu byla zahájena letos na jaře v Brně. Nyní je k vidění v Praze, v prosinci v Mnichově a v příštím roce v dalších evropských městech.



Krajané víc než vládní delegace

„Krajané jsou velmi důležitou složkou naší současnosti,“ prohlásil ve svém úvodním pozdravu premiér Vladimír Špidla, „jsou velvyslanci české kultury ve světě.“ Mimoходом krajané velmi ocenili, že je předseda vlády přišel osobně pozdravit. O významu krajanů a jejich práce pro současnou Českou republiku a pro její image se zmínili i další řečníci – předseda Senátu Petr Pithart, ministr zahraničí Cyril Svoboda a rektor Univerzity Karlovy Ivan Wilhelm. Většina účastníků setkání jim přivukovala. „Krajané často zmohou víc než PR agentury a vládní delegace,“ prohlásil Jan Šinágl ze Švýcarska, „jde jen o to, aby nás česká politická reprezentace ocenila a snažila se nám pro naši práci vytvořit lepší podmínky!“

Problém národní identity

Nejčastějšími tématy krajanského rokování byly restituce, otázka dvojího občanství, problém národní identity, s níž zápasí zejména nejmladší generace krajanů, a podpora činnosti krajanských spolků. „Děláme, co můžeme,“ vysvětloval Zdeněk Lyčka, ředitel Odboru kulturních a krajanských vztahů Ministerstva zahraničí, které má finanční podporu krajanů na starosti, „ale na všechno bohužel nemáme. Podporujeme řadu krajanských aktivit, od vybavení škol a knihoven přes vysílání učitelů mezi

krajany až po vydávání tiskovin. Bohužel, projektů je víc, než na co naše omezené prostředky stačí.“

Významná česká žena ve světě

Novinkou letošního krajanského setkání bylo udílení ocenění „Významná česká žena ve světě“. Cenu získala někdejší krasobruslařská mistryně světa Ája Vrzáňová, poradkyně pěti amerických prezidentů Eliška Hašková-Coolidge, v Norsku žijící Běla Gran Jensen, která se angažuje v charitativní práci na Balkáně, kunsthistorička Šarlota Kotíková, právnička T. G. Masaryka, Edita Koch, která v Německu vydávala exilovou literaturu, Milena Grenfell-Baines, která se jako jedno z tzv. Wintonových dětí za války zachránila v Británii, kde dnes organizuje pobyty pro české studenty, módní návrhářka Blanka Matragi z Libanonu, která obléká arabské princezny, Barbara Lee Podoski, která za války i po ní sloužila v amerických ozbrojených silách a české veřejnosti známá Meda Mládková. „Hlavním smyslem ceny bylo říci těmto ženám, že o nich víme, že si jejich práce nesmírně vážíme a že doufáme, že na svou vlast budou stále hrdé a budou se k ní hlásit,“ uvedl jeden z organizátorů setkání Ivan Dubovický z ministerstva zahraničí.



Oldřich Černý pozitivně

Duchovní otec „Týdne zahraničních Čechů“ Oldřich Černý ze Švýcarska hodnotí letošní setkání pozitivně: „Samozřejmě jsou problémy, které přetrvávají, jako třeba otázky občanství nebo pomalé vydávání majetku, ale celkově jsem zaregistroval měnící se vztah české reprezentace k nám emigrantům. České úřady a instituce nám konečně naslouchají a začínají s námi komunikovat.“ Další informace o „Týdnu zahraničních Čechů“ jsou k dispozici na webových stránkách Radia Praha www.radio.cz pod heslem „Týden zahraničních Čechů“ a „Krajanská rubrika“.

Miroslav Krupička



Martin Tulpa

S Martinem Tulpou si povídáme v atraktivním prostředí restaurant & music baru „Kamenný most“. Pane Tulpo, váš podnik se nachází v pasáži Karlových lázní na staroměstské straně Karlova mostu. Jeho interiéry mají nejen cosi z genia loci staré Prahy, ale samotný restaurant má strategickou polohu na nejexponovanější turistické trase v Česku. Ještě nedávno se váš podnik jmenoval „U kamenného mostu“?

Ano, ale to bylo před povodněmi v srpnu 2002. S rekonstrukcí přišel nový interiér, filozofie a s ním i nové jméno, ačkoli ne úplně. Kamenný most je dům plný pohody, kde potkáte své známé, to je moto našeho podniku. „Kamenný most“ proto, protože první z oblouků Karlova mostu je zabudován do tělesa do-



mu a je součástí interiéru podniku – velkého sálu music baru. Zmínil jste genius loci místa. Z naší plovoucí terasy se díváte na panoráma Hradčan, na staroměstskou mosteckou věž, a to z boku z úrovně vodní hladiny, a třeba i na dochované klenutí prvního oblouku Juditina mostu.

Jak řešíte dopravu těch, kteří zrovna nepřicházejí po Královské cestě?

Z naší plovoucí terasy odjíždějí a k ní přijíždějí lodě. Provozujeme osobní lodní dopravu. Nejen na vy-



Restaurant

„Kamenný most“ (80 míst) není jen kulinařský požitek. Je šancí vychutnat si atmosféru renesančních sklepení v samotném srdci staré Prahy. „Kamenný most“ nabízí tradiční i moderní českou kuchyni i výběr z mezinárodní – čerstvé saláty, těstoviny a rizota, šťavnaté steaky a čerstvé ryby. Pokrmy se připravují z nejvyšších surovin.

Music bar

Atmosféra music baru (100 míst) i rytmy hudby se vryjí do paměti. Celý večer je možné bavit se při tanci tanečnic, barman fire show a DJ's. Vše doplňuje pozorná obsluha s osvěžujícími koktejly, míchanými drinky či pohárem výtečné ošetřeného krušovického piva.

Terasa

Příjemné celoroční posezení na plovoucí terase (130 míst) zasklené zimní zahrady, s netradiční expozicí Prahy z vodní hladiny včetně průhledů posledním dochovaným mostním obloukem Juditina mostu a druhým obloukem Karlova mostu, podkreslené neopakovatelnou melodií tekoucí Vltavy.

Lodní taxi

Při návštěvě restaurant & music baru „Kamenný most“ je možné zaparkovat své auto u Právnické fakulty a nechat se od Čechova mostu, ale také od mola na Kampě, odvézt lodí na letní terasu. Tato služba je na telefonické zavolání 602 224 223.

Projížd'ky lodí

Další nabídkou jsou projížd'ky luxusním motorovým člunem s kapacitou 5 osob. Trasa vede historickým centrem – pod klenbami Karlova a Juditina mostu, podél Dvořákova nábřeží s Rudolfinem, nábřeží Na Františku a zpět. Plavba umožňuje jedinečný výhled na panoráma Pražského hradu.

Kamenný most

jížd'ky. Děláme i lodní transfery. Vzhledem k tomu, že se u Karlových lázní nedá zaparkovat, svážíme hosty, včetně skupin z řad organizovaného cestovního ruchu, lodí. Tato služba je velmi oblíbená.

Velkou část vašich hostů tvoří česká klientela.

Vítáme ji a maximálně se jí věnujeme. Hodně českých firem už ví, že jsme příhodným místem na pořádání společenských akcí. Na raut či koktejly se k nám vejde až 400 lidí. Díky dimenzím podniku jsme schopni nabídnout klidné prostředí pro jednu část hostů, pro druhou prostředí music baru a pro další atraktivní prostředí venkovní terasy, kterou chystáme zasklít a provozovat celoročně.

Jak jste se dostal k provozování vlastní restaurace?

Už od dětství jsem měl vztah k oboru. Vyučil jsem se v oboru číšník – kuchař. Měl jsem dobré učitele, kteří mi dali kvalitní základ. Podnikat jsem začal v roce 1992, nejdříve v oblasti provozování restaurantu



a později poradenství. Stavěli jsme restaurace na klíč. Od úprav a uzpůsobení interiérů, pokladních systémů, kuchyní až po to, jak se má personál chovat k zákazníkům. V roce 1996 jsme pak otevřeli restauraci „U Kamenného mostu“, dnes restaurant & music bar „Kamenný most“. Druhým naším podnikem pak je cafe restaurant „Rezavá kotva“ na Dětském ostrově. Každý podnik je jiný a v obou se snažíme hostům poskytovat nadstandardní služby v příjemném prostředí.

Restaurant Kamenný most

Smetanovo nábřeží 195
pasáž mezi Karlovým mostem a Novotného lávkou
Praha 1 – Staré Město
tel.: 224 097 100, mobil: 777 336 116
lodní taxi: 602 224 223
e-mail: rezervace@kamennymost.cz
» » www.kamennymost.cz
» » www.rezavakotva.cz

KAMENNÝ MOST



JADRAN EXPRESS
v roce 2003
6000 klientů
a 600 vozidel



Navštivte nás
na MADI stánek č. 542
Staňte se naším prodejcem

Hybernská 5, 110 00 Praha 1
tel: 224 219 805, fax: 224 223 600
e-mail: CKPHAsek@dop.pha.cd.cz

www.cd.cz/CKCD

Královéhradecký kraj

2. října se v Hradci Králové uskutečnil slavnostní křest nadčasové reprezentativní knihy Královéhradecký kraj, kterou vydala Agentura propagace ČR ACR Alfa s.r.o. Ve formátu A4 v rozsahu 200 stran s vysoce kvalitním obsahovým i grafickým zpracováním ve třech jazykových mutacích (čeština, angličtina a němčina) je pozvánkou do Královéhradeckého kraje za přírodními a krajinnými krásami od nížinatého Polabí až k vrcholům Krkonoš, ale také za četnými kulturně historickými objekty a památkami, skutečnými perlami kraje. Obsahuje výběr tradičních kulturních a společenských a sportovních akcí mezinárodního významu. Rejstříkovou část tvoří základní údaje o Královéhradeckém kraji, představení krajského úřadu, seznam měst a obcí, adresy infocenter i adresář pořadatelů tradičních akcí konaných ve zdejších kraji. Hlavními partnery knihy jsou Východočeská energetika, a. s. a Východočeská plynárenská, a. s. Mediálními partnery Český rozhlas Hradec Králové a východočeské Deníky Bohemia. Publikaci Královéhradecký kraj v současnosti nabízí Infocentrum města, Gočárova 1225, 500 02 Hradec Králové.

>> www.vitejte.cz

ACR Alfa[®]
AGENTURA PROPAGACE ČESKÉ REPUBLIKY



Můj byznys je postaven na páchání literatury a šíření osvěty o tom, že a proč je cestovní ruch pro českou ekonomiku strategickým hospodářským odvětvím, a to zejména mimo řady profesionálů cestovního ruchu. 2. říjen pro mne byl ve znamení velkých přesunů. Ráno z Prahy do Františkových Lázní a odpoledne do Hradce Králové abstinovat u „číše vína“, abych se ještě stihl vrátit do Prahy. Tam i tam jsem potkal spousty známých, a byl jsem tomu rád. Zatímco ve Františkových Lázních karlovarský hejtmán JUDr. Josef Pavel zahajoval „10. salon lázeňství“, ten královéhradecký, Ing. Pavel Bradík, křtil výpravnou publikaci „Královéhradecký kraj“. A protože primátor Hradce Králové Ing. Oldřich Vlasák byl tak laskav a představil mne předsedovi představenstva a generálnímu řediteli společnosti Východočeská energetika, a.s. Ing. Františku Šúchovi, dovolil jsem si jej požádat o rozhovor.



Ing. František Šúcha

Pane předsedo, v souvislosti s připravovaným šestým vydáním letošního Všudybylu jsem na jaře několikrát navštívil Konstantinovy Lázně. Jednou z věcí, na kterou tam byli velmi hrdí, bylo to, že jsou odběrateli „zelené energie“. Co tento termín znamená?

Léčebné lázně Konstantinovy Lázně znám velmi dobře. Byly totiž první velkým zákazníkem, který si tzv. „zelenou energii“ objednal. Je to energie vyrobená v obnovitelných zdrojích a nepatrně dražší, než odpovídá standardnímu tarifu. Zákazník tak dobrovolně hradí příplatek, kterým přispívá na rozvoj obnovitelných zdrojů elektrické energie. Dodavatel onu dodatečnou, navýšenou část používá výhradně na výstavbu vodních popř. jiných alternativních zdrojů elektrické energie. Jinak řečeno, zákazník si uvědomuje vyčerpatelnost klasických zdrojů energií a projevuje svoji zodpovědnost vůči budoucím generacím.

Když už jsme u barevných názvů, co je tzv. „Duhová energie“?

Duhová energie je obchodní značka ČEZu. Naše skupina se značkou „Duhová energie“ přichází z toho důvodu, že elektrická energie jako komodita se do budoucna stane zbožím jako každé jiné. Rozdíl bude hlavně v tom, že její doprava prostřednictvím rozvodné elektrické sítě zůstane nadále monopolní a že se prakticky nedá rozumně skladovat. I na tomto trhu bude určitá konkurence, minimálně možnost volit si svého dodavatele. Skupina ČEZ stejně jako každý jiný podnikatel má proto přirozený zájem na co největší znalosti a pozitivním vnímání své obchodní značky ze strany veřejnosti.

Česká republika je státem, který je schopen podstatnou část svého schodku platební bilance státu eliminovat nejen díky zahraničnímu inkasu z cestovního ruchu, ale i výrobou a exportem elektrické energie.

Ano, Česká republika je druhým největším exportérem elektrické energie v Evropě. Hned po Francii. Na-

Východočeská energetika je spjata s regionem, kde působí



Východočeská energetika, a.s.

Hlavní předmět podnikání společnosti Východočeská energetika, a.s. tvoří výroba elektřiny, obchod s elektrickou energií, její distribuce a služby související. Její další aktivity (výroba, nákup, tranzit, prodej, dovoz a vývoz elektřiny; rozvod a odbyt elektřiny, včetně poskytování služeb souvisejících s dodávkou, odběrem nebo používáním elektřiny; řízení distribuční elektrizační soustavy v regionu; provoz, údržba, opravy, výstavba, revizní a zkušební činnost, rekonstrukce a modernizace energetických zařízení, zařízení dispečerské řídicí a telekomunikační techniky a technických prostředků k řízení spotřeby elektřiny včetně projektové a inženýrské činnosti; montáž a opravy telekomunikačních zařízení; poskytování služeb souvisejících s dodávkou, odběrem a používáním elektřiny a s používáním dodávaných výrobků a zařízení) mají doplňkový charakter a jejich smyslem je poskytnout zákazníkům komplexní služby a zlepšení profilu firmy. Společnost je dominantním vlastníkem rozvodných zařízení na území východních Čech. V aktivitách týkajících se nákupu, distribuce a prodeje elektrické energie konečnému spotřebiteli má společnost na svém zásobovacím území přirozený monopol. Rozsah její působnosti je vymezen Rozhodnutím o udělení licence č. 120100165 na distribuci elektřiny podle zákona č. 458/2000 Sb.

še výroba z velké části pochází ze společnosti ČEZ, a.s., která provozuje zejména uhelné a jaderné elektrárny a zhruba čtvrtinu své produkce vyváží.

Potkáváme se na křtu knihy propagující Královéhradecký kraj. Jaký je vztah Východočeské energetiky, a.s. k tomuto kraji?

Bezesporu velmi úzký. Firma a její činnost jsou spojeny s regionem, kde působí. Zodpovídá v něm za dodávky elektrické energie do všech odběrních míst, kterých je tady asi šest set padesát tisíc. Je zároveň obchodníkem i distributorem, který mimo jiné připojuje všechny nové odběry k rozvodné síti. Je evidentní, že rozvoj osídlení i podnikání včetně rozvoje cestovního ruchu je přímo podmíněn adekvátním rozvojem a kvalitou dodávek elektřiny. Naopak rozvoj regionu také znamená nárůst trhu s elektrickou energií. Navíc v tomto kraji nejen podnikáme, ale i žijeme, a také proto nám jde o i o všeobecnou kvalitu života a konkurenceschopnost regionu po všech stránkách.

Jak ještě vnímáte cestovní ruch?

Cestovní ruch je globální fenomén. Miliony lidí cestují a u mnohých z nich by se dalo říci, že bez racionálního důvodu z jednoho konce světa na druhý. Cestovní ruch je pravděpodobně největší byznys na světě, který iniciuje a ekonomicky stimuluje široké spektrum přímo i nepřímo souvisejících aktivit. Ovšem, je i o tom, že se poznávají jiné země, jiné kultury a lidé. Cestovní ruch obohacuje jak ty, kteří cestují, tak ty, kteří jsou hostiteli. Ty, kteří cestují, zejména o zážitky a poznatky a hostitelské země kromě toho i ekonomicky.

>> www.vce.cz





Simply surprising

Na Retezat

2díl

A stejně nevím, kde jsem

Balím vlhký stan a odcházím někam nahoru. Les ustupuje. Začínají travnaté kopce, na nichž se pasou koně a stáda ovcí. Tu a tam roubené salaše. Hřebenová cesta se stáčí. Traverzuji zpátky úbočím. I když tam není kosodřevina, raději se vracím na hřebínek, o němž tuším, že by mne mohl dovést k sedlu mezi pohořími. Obědvám zřejmě v sedle Tulisa. A stejně nevím, kde jsem. Za sedlem stoupám po jakémsi smřčinou hustě porostlém bočním hřebínku. Spíše prodírám až na horskou louku s ovečkami. Bača chce cigarety. Nemám.

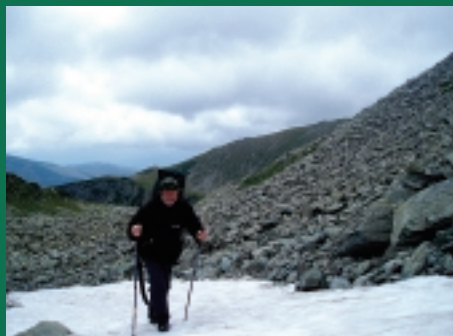
Silné pozitivní fluidum

Na hřebeni mne chytá vodorovný lijavec. Díky fuja-vici. Od slova fuj. Oblékám goretexový komplet a nadávám, že jsem nevzal pláštěnu na bágl. Viditelnost ani pět metrů. A kromě dešťové asi jinou vodu na hřebeni nepotkám. Nablížíuji to proto dolů. Kosodřevinou. Do mých jadrných nadávek se začíná mísit psí štěkot: „Zlatí rumunští pejskové! Jak vás mám rád!“ Hafají kousek pode mnou. Konečně jsem se prorval až k jejich laskavě zuřivému štěkotu: „Nebojte, já nejsem medvěd!“ Ocitám se na horské pěšině upro-

střed stáda oveček a koz. Stádo vyzařuje silné pozitivní fluidum. Nepředbímám. Bača pronesl něco jako: „Exkurze ...“ Je mi dobře.

Vzdor spoustě rychlých pohybů

Před odjezdem jsem impregnoval boty. Nevýdržely. Mokrý tráva je prevít. Když jsem u první horské bystřiny nabíral vodu, uklouzl jsem na slizkém balvanu. Vzдор spoustě rychlých pohybů mne těžký bágl nekompromisně uzemnil. Dosedl jsem na vzpříčenou hůlku. Nevýdržela. U druhé vody jsem už bágl raději sundal. Páchám hygienu. Prší. Ve strání, ani ne moc z kopce, vařím ve stanu.



ky: červený pruh a žlutý terč. Už jsem se našel. Potkávám další malebné stádo oveček. Psi mne ignorují, až na jednoho mrňavého. Jdu pořád po vrstevnici, ale špatně. Za další zákrutou mám jasno. Svítí sluníčko. Sešel jsem. Stoupám šikmo vzhůru přes kamenný splaz, v jehož prostředku nad hlubinou obědvám. Docházím do sedélka. Začíná se zatahovat a sněží. Pode mnou jsou dvě plesa. Neváhám a začínám k nim sestupovat. U většího stavím stan.

>> www.mtromania.ro

Neuhořel jsem ani nic nepropálil. Zprovoznil jsem teleskopickou hůlku. Kapesním nožem jsem dělal do duralu kol kolem rýhu a otvírákem na konzervy odstranil zdeformovanou část. Zbytek zafixoval leukoplasty. Zlatý reklamní nůž od Shellů.

Už jsem se našel

11. 7. V noci i po ránu prší. Čaj a poridge vařím ve stanu. Kolem desáté balím a stoupám proti bystřině lavinovým žlebem. Malebno. Kdosi přede mnou vrší další a další horizonty. Méně a méně strmé. Ačkoliv, pořád hodně. Konečně jsem úplně nahoře. Přede mnou panorama velehorských štítů. Přecházím spojovací hřebínek a traverzuji několik vrcholů. Hle, znač-

