

Letos v lednu odstartoval nový formát setkávání lídrů cestovního ruchu s vybranými médii – TTG Talk. Nabízí otevřenou debatu nad aktuálními daty, trendy a výhledy trhu.



TTG Talk

nový formát setkávání médií a lídrů cestovního ruchu

➤ Cílem projektu TTG Talk je propojovat B2B sektor cestovního ruchu s médii způsobem, který umožňuje nabídnout širší kontext a více úhlů pohledu současně – nikoli jednotlivé izolované zdroje informací, ale koncentrovaný přehled dat, trendů a názorů klíčových hráčů trhu. Jde o platformu pro pravidelná neformální setkávání odborníků z cestovního ruchu a médií, jejíž ambicí je nabízet insider pohled, pracovat s daty v souvislostech a vytvářet prostor pro otevřenou diskusi napříč sektorem.

Hlavním tématem prvního TTG Talk byla debata o cestovním ruchu v roce 2025 a jeho hodnocení. Diskuse se dotkla zejména letecké dopravy, chování

klientů i struktury poptávky. S celým programem setkání, které se uskutečnilo v prostorách pražského hotelu Falkensteiner, se můžete seznámit na www.ttg.cz v sekci TTG Talk.

Na stejném místě proběhlo i druhé, únorové setkání TTG Talk, tentokrát s tématem, které v cestovním ruchu i lifestyle získává stále větší význam, přesto je v českém veřejném prostoru dosud překvapivě opomíjené – vliv cestování na partnerské vztahy, intimitu a rodinnou dynamiku.

Odborníci z oblasti psychologie, sexuality a turismu diskutovali, jak dovolená funguje jako vztahový restart, ale i jako citlivý barometr kvality vztahů. Debata nabídla konkrétní data, praktické

postřehy i trendy, které se promítají do nabídky hotelů – od konceptů adults only až po promyšlené family friendly pobyty. Kterých oblastí se odborníci dotkli?

➤ **Dovolená jako vztahový test i afrodiziakum. Jak cestování ovlivňuje lásku, sex a rodinu**

Dovolená už dávno není jen o změně prostředí a odpočinku. Podle odborníků na psychologii, sexualitu i cestovní ruch se stává jedním z nejvýraznějších faktorů, které ovlivňují partnerské vztahy, intimitu i rodinnou dynamiku.

„Nejde o to, kolikrát spolu jedeme na dovolenou, ale jakou kvalitu zážitků tam zažijeme,“ zaznělo od sexuoložky a párové

➤ **Dokončení na str. 4**



Nejčtenější na www.ttg.cz

- Průvodce MICHELIN: Česko v elitní šestnáctce světové gastronomie pro rok 2026
- Počet českých turistů ve Španělsku opět vzrostl, ale stále je co objevovat
- Pražské letiště se vrací k rekordním číslům, v roce 2025 odbavilo téměř 17,8 milionu cestujících
- Druhé vydání průvodce Gault&Millau pro ČR mapuje 421 gastronomických podniků
- Bojovaly o 20 milionů zlotých. Nyní Wakacje.pl a TUI obnovují spolupráci
- Česko míří do světa luxusního cestování. CzechTourism vstupuje do globální sítě Virtuoso
- Loni se v České republice ubytovalo 23,55 milionu hostů, meziročně o 3,2 procenta víc
- Kraj blanických rytířů: výprava za legendami i kouzlem přírody
- MMR ČR chce letos projednat podmínky krátkodobého ubytování či veřejných zakázek
- Restauratéri: Legalizace sprotitného zajistí rozvoj gastronomie
- EET 2.0 má podporu členských hoteliérů a provozovatelů restaurací
- Loni prošlo českými letišti 19,28 milionu lidí, počty překonaly dosud rekordní rok 2019
- Efektivnější řízení cestovního ruchu v Praze i Česku: Prague City Tourism a CzechTourism sázejí na pokročilý využití dat
- AHR ČR k trendům v gastronomii: hosté kladou vyšší nároky a jsou citliví na cenu
- Barcelona zdvojnásobí turistickou daň



Letecká společnost American Airlines vrací na český trh přímý let Praha – Philadelphie. První cestující z Philadelphie jsou v Praze očekáváni 22. 5. 2026.



V sobotu 1. 8. 2026 odstartuje z Letiště Václava Havla Praha přímé letecké spojení mezi Prahou a Tchaj-pejí na Tchaj-wanu. Linku bude operovat společnost STARLUX Airlines.



Turecká nízkonákladová společnost Ajet plánuje obsluhovat přímou linku z Prahy do Bodrumu. Spojení bude v provozu jednou týdně od 29. června do 5. října 2026.



NEJORIGINALNĚJŠÍ EXPEDICE VAŠEHO ŽIVOTA : PAŘÍŽ - LONGYEARBYEN - SEVERNÍ PÓL

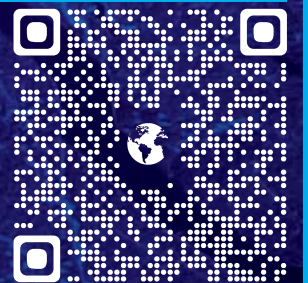
SEVERNÍ PÓL

NEJLUXUSNĚJŠÍM LEDOBORCEM SVĚTA

WWW.EXOTIKA.CZ

26. 7. - 12. 8. 2026

☎ 777 651 376



Letos je gastronomie tématem číslo jedna

... říká Martin František Přivětivý, generální ředitel ABF, a. s., o letošním ročníku veletrhu HOLIDAY WORLD & REGION WORLD



TTG Mezinárodní veletrh HOLIDAY WORLD & REGION WORLD proběhne ve dnech 12. až 14. března.

V čem bude jiný než předchozí ročníky?
Letos premiérově přinese v rámci doprovodného

programu festival jídla nazvaný Ochutnejte cestování. Díky této novince mohou zájemci vyzkoušet tradiční kuchyně různých států a turistických destinací.

TTG Proč přichází tato inovace a proč právě letos?

Gastronomie se propjala do konceptu našeho veletrhu poté, co se na sklonku minulého roku zařadila Česká republika mezi kulinařské velmoci. A to když vyšel poprvé v historii samostatný výběr Průvodce

MICHELIN pro Česko, což z naší země dělá jednu z nejatraktivnějších kulinařských destinací světa. Chceme odborné i široké veřejnosti ukázat, že Česko je zemí prolínající tradice, lokální suroviny, moderní gastronomii i její osobnosti a s tím přináší neopakovatelné zážitky. Na veletrhu tradičně představujeme aktuální trendy odvětví cestovního ruchu, proto je gastronomie tématem číslo jedna.

TTG Přinese veletrh ještě další novinky?

Tradičně nabídne návštěvníkům turistické zážitky, široké portfolio produktů cestovních kanceláří a agentur, bohatý program a také možnosti setkání se zajímavými osobnostmi. Nově se pak ve spolupráci s Českou centrálou cestovního ruchu uskuteční setkání zaměřené na propojení gastronomie a turismu. Odborný program ve formě přednášek a panelové diskuse proběhne první den veletrhu pod názvem Gastro pod lupou: Když gastronomie tvoří zážitek z cestování.

TTG Jaké destinace se budou v halách PVA EXPO PRAHA prezentovat?

Budou to například Slovensko, Slovinsko, Chorvatsko, Thajsko, Peru, Tunisko, Egypt, Indie, Japonsko, Ekvádor, Indonésie a mnoho dalších. Partnerskou zemí veletrhu se pro rok 2026 stala Černá Hora – Montenegro, která představí své přírodní i kulturní krásy milovníkům cestování a odborníkům na národním workshopu.

ODBORNÝ DOPROVODNÝ PROGRAM VELETRHU HOLIDAY WORLD & REGION WORLD

KRÁTCE

Čtvrtek 12. března
7. ročník B2B jednání MBM TOURISM PRAGUE 2026
Kde a kdy: Konferenční sál č. 1, Vstupní hala II, 10:00–17:00
KONFERENCE CESTOVNÍHO RUCHU GASTRO POD LUPOU: Když gastronomie tvoří zážitek z cestování
Kde a kdy: Kongresový sál 1, Vstupní hala III, 11:00–12:30
PANELOVÁ KONFERENCE ČUCR & MMR: Cestovní ruch jako investice do budoucnosti Česka
Kde a kdy: Kongresový sál 1, Vstupní hala III, 14:00–15:30
VZDĚLÁVÁNÍ V TURISMU INOVACE, TECHNOLOGIE, BUDOUCNOST
Kde a kdy: Přednáškový sál č. 4, Vstupní hala III, 12:30–13:30
POLSKÝ NÁRODNÍ WORKSHOP
Kde a kdy: Kongresový sál č. 2, Vstupní hala I, 9:00–18:00
Přednáška JAK CESTUJE GEN. Z V ROCE 2026: DATOVÝ PRŮZKUM A TRENDY V OBSAHU
Kde a kdy: Hlavní stage, Hala 8, 11:30–12:15

Přednáška VYUŽITÍ INFLUENCER MARKETINGU OČIMA TVŮRCE
Kde a kdy: Hlavní stage, Hala 8, 13:30–14:00

Pátek 13. března
Workshop TURISMUS – PRÁVO – VINAŘSTVÍ
Kde a kdy: Hlavní stage, Hala 8, 11:30–12:30
Workshop MONTENEGRO / Černá Hora
Kde a kdy: Kongresový sál č. 1, Vstupní hala III, 11:00–17:00
Přednáška JAK CESTUJE GEN. Z V ROCE 2026: DATOVÝ PRŮZKUM A TRENDY V OBSAHU
Kde a kdy: Hlavní stage, Hala 8, 13:00–13:45

Sobota 14. března
Workshop VYUŽITÍ AI V CESTOVNÍM RUCHU
Kde a kdy: Přednáškový sál č. 4, Vstupní hala III, 10:00–11:00

➤ **Loni prošlo českými letišti 19,28 milionu lidí, počty překonaly dosud rekordní rok 2019** – Letecká doprava v České republice má za sebou další silný rok. V roce 2025 odbavila česká letiště celkem 19,28 milionu cestujících, což je o 7,8 % více než v roce 2024. Loňský rok tak překonal dosud rekordní rok 2019 o 2,4 %. Pokračuje také popularita odletů z regionálních letišť.

➤ **Z Prahy do Antalye a Bodrumu se bude nově létat se společností Freebird Airlines** – Turecká letecká společnost Freebird Airlines zahájila prodej letenek na přímé lety mezi Prahou a tureckými letovisky Antalya a Bodrum, které budou provozovány v letní sezoně 2026. Čeští turisté dostanou tak další možnost, jak letět na tureckou riviéru za příznivé ceny.

➤ **Letiště v Brně loni odbavilo téměř 740 tisíc cestujících. V nabídce bylo 38 destinací na třech kontinentech, což je nejvíce v historii** – Letiště Brno-Tuřany uzavřelo loňský rok s celkovým počtem 739 323 odbavených cestujících. Tím se rok 2025 zapsal k nejsilnějším v novodobé historii letiště a potvrdil stabilizaci provozu po předchozím dynamickém růstu počtu cestujících. Významným milníkem byla také širší nabídka čítající celkem 38 destinací, nejvíce v historii brněnského letiště.

➤ **Air Arabia nabízí přímé lety z Prahy do Šardžá** – Nízkonákladový dopravce Air Arabia se po téměř šesti letech vrátil na Letiště Václava Havla Praha. Těsně před Vánocemi zahájil pravidelnou linku mezi Prahou a Šardžá, která bude v provozu sedmkrát týdně. Pražské letiště tím dále rozšiřuje možnosti spojení s Blízkým východem.

➤ **AnimaWings přináší nový standard komfortu na trase Praha–Bukurešť** – AnimaWings, moderní rumunská letecká společnost od října 2025 provozuje třikrát týdně přímé lety mezi Bukureští a Prahou, a to s využitím letadel Airbus A220-300. Letoun A220-300 nabízí prémiový palubní zážitek se 137 sedadly včetně 12 polohovatelných křesel v business třídě a prostorným uspořádáním v ekonomické třídě. Průměrný věk těchto letadel ve flotile AnimaWings je 1 rok.

Discover
Croatia!

Direct flights from
Prague Airport to Zagreb,
Split and Dubrovnik!



CROATIA AIRLINES
STAR ALLIANCE

TRAVEL TRADE GAZETTE CZECH – místo vydávání: Praha

Amara Zemplerová – ředitelka, amara.zemplerova@ttg.cz, PhDr. Lenka Neužilová – editorka, lenka.neuzilova@ttg.cz, Vladka Bratršovská – marketing, vladka.bratrsovaska@ttg.cz, PhDr. Petr Bílek, Tomáš Nohejl – spolupracovníci redakce, Luděk Neužil – grafika, foto, online, neeu@post.cz. Vydává 1. Distribuční společnost, s. r. o., v licenci TTG Media Limited UK. TTG Czech je členem TTG network a v ČR je registrováno pod číslem MK ČR E15541. Adresa redakce: Čermákova 7, 120 00 Praha 2, Česká republika, www.ttg.cz Tisk: Triangl

Vychází 12. března 2026

Rozhovor s Oliverem Winterem, zakladatelem a CEO společnosti a&o Hostels „Chceme dvě značky – Low Budget a Premium Budget“

TIG Pane Winter, jaký byl hlavní strategický důvod převzetí společnosti Schulz Hotels?

Vědomě jsme chtěli vedle a&o vybudovat druhou značku. a&o je jasně pozicováno jako low-budget hostel. Se značkou Schulz rozšiřujeme portfolio o segment premium budget.

Naším cílem je prodloužit životní cyklus zákazníka. Mnoho hostů cestuje v mladém věku velmi úsporně s a&o. Později jsou ochotni zaplatit více za vyšší komfort – a právě zde vstupuje do hry Schulz. Zajímavé je, že i školní skupiny a rodiny jsou dnes ochotny zaplatit o pět až deset eur za noc více za kvalitnější ubytování. Cenově zůstává a&o nejdostupnější variantou, nad ní pak pozicujeme Schulz.

TIG Značka Schulz zůstává zachována. Znamená to novou strategickou orientaci?

Ano, jednoznačně. Sledujeme jasnou strategii dvou značek. A to je teprve začátek. Chceme růst s oběma značkami.

TIG Investovali jste přibližně 500 milionů eur. Jak dlouho bude expanzní fáze pokračovat? Pět set milionů jsme inves-

tovali rychleji, než jsme původně plánovali. Od konce roku 2023 máme nového private equity investora a poslední dva roky byly velmi dobrým obdobím pro nákupy – i když ne pro prodeje. Získali jsme velká aktiva mimo jiné v Londýně, Berlíně (Checkpoint Charlie) a Miláně. Proto nyní pracujeme na zajištění dalšího kapitálu.

Do budoucna chceme opět více využívat nájemní model. Standardně máme strukturu přibližně 60 % vlastnictví a 40 % nájmu. V posledních 24 měsících jsme koupili devět objektů – ale neuzavřeli jsme ani jednu nájemní smlouvu. To chceme znovu vyvážit.

TIG Je a&o spíše hotelová společnost, nebo realitní investor?

Obojí. Máme dva modely tvorby hodnoty. Zaprvé provozujeme ubytovací byznys. V posledních letech jsme zvýšili obsazenost přibližně o deset procentních bodů – mimo jiné díky profesionálnějšímu revenue managementu a jednotnému vizuálnímu stylu značky. Zadruhé cíleně investujeme do zanedbaných nemovitostí, tedy objektů, které mají svoji slávu za sebou. Ty

revitalizujeme a vytváříme nový třicetiletý horizont s konceptem a&o.

Private equity investoři sice uvažují v horizontu pěti až deseti let, ale strategicky budujeme dlouhodobé hodnoty.

TIG Evropský hostelový trh má do roku 2030 růst téměř o 6 % ročně. Kde vidíte největší příležitosti?

V následujících pěti letech jednoznačně v Evropě. Identifikovali jsme více než 50 měst, kde můžeme dále růst. Velmi zajímavé jsou pro nás Velká Británie a Irsko, stejně jako jižní Evropa – Itálie, Španělsko a Portugalsko. Na seznamu máme také Francii. Ve střední a východní Evropě je realitní trh náročnější: kupní ceny jsou místy srovnatelné se západní Evropou, ale dosažitelné ceny za ubytování jsou nižší. To expanzi komplikuje. Ale pokud bychom mohli zítra otevřít druhý objekt v Praze, udělali bychom to.

TIG Rok 2024 byl rekordní. Co bylo hlavním růstovým faktorem?

Rok 2024 byl výjimečný. Konalo se fotbalové mistrovství Evropy v Německu, proběhla celá řada velkých

koncertů jako Taylor Swift nebo Coldplay. Eventy byly pro nás silným impulzem. Pro rok 2025 jsme měli ambiciózní cíle, protože jsme chtěli udržet růst. A to se nám ve většině destinací podařilo. Zajímavé je, že v roce 2025 se jižní Evropa vyvíjela o něco lépe než severní.

TIG Obsazenost dosáhla přibližně 73 %. Je zde ještě prostor pro optimalizaci?

Jedno až dvě procenta jsou určitě ještě možná, zejména u nově otevřených domů. Celkově jsme však s obsazeností spokojeni a více se nyní soustředíme na růst průměrné ceny.

TIG Jak výrazně ovlivnily výsledky akce typu olympijských her v Miláně?

Velmi pozitivně. Náš nový hostel v Miláně byl téměř stoprocentně obsazen – samozřejmě za eventové ceny. Zajímavé je, že naše budova A&O Ca Granda byla původně postavena pro olympijské hry v 80. letech. Nyní zažila svou druhou olympiádu.

TIG a&o získalo TikTok Award 2025 za „Best Performance“. Jak důležitý je TikTok pro generaci Z?



TikTok je pro nás momentálně nejrychleji rostoucím kanálem. Přibližně 80 % online marketingového rozpočtu však stále investujeme do Googlu. Facebook už téměř nehraje roli, Instagram částečně. Oceněná kampaň byla vytvořena interně s rozpočtem 35 000 eur a vygenerovala přibližně 250 000 eur obrátu. Naším dlouhodobým cílem je návratnost investice 1:10.

Zajímavý je také vývoj vyhledávání pomocí umělé inteligence. Chování uživatelů se zde výrazně mění. Ale tady se teprve učíme, jak s AI pracovat.

TIG Jak hodnotíte vývoj hostelového trhu v Praze?

Rok 2025 byl solidní, ale nebyl silnější než 2024 – podobně jako v Německu. Rok 2026 zatím vypadá slibněji. Kdyby byly v Praze a okol-

ních zemích příznivější ceny nemovitostí, byly by Praha, Varšava, Krakov a Budapešť určitě na našem seznamu expanze.

TIG Založil jste a&o v roce 2000. Změnila se vaše původní vize?

Smysl zůstal stejný: dělat cestování cenově dostupné a přístupné – demokratizovat cestování. Co se změnilo, je rozsah. V roce 2000 jsem myslel jen na Berlín. Budování celoevropské sítě nebylo plánem. To se vyvíjelo postupně.

TIG Investoval byste dnes znovu do hostelového segmentu?

Rozhodně ano.

TIG Kde vidíte a&o v roce 2030?

Jako největšího provozovatele hostelů v Evropě – se zdravým mixem vlastních a pronajatých nemovitostí.

➔ Jan Herget

condor

**PLYNULÉ SPOJENÍ DO VÍCE NEŽ 90 DESTINACÍ
Z Prahy do celého světa.
3x denně přes Frankfurt.**

Vaše globální síť je nyní blíže než kdy dříve. Díky třem denním přípojným letům z Prahy (PRG) do našeho centra ve Frankfurtu (FRA) nabízí Condor vašim klientům pohodlný přístup do celého světa. Plynule navazujte na vysoce žádané destinace, jako jsou New York, Vancouver, Punta Cana nebo Mauricius. Krátké přestupní časy, moderní flotila a letový řád přizpůsobený vašim obchodním potřebám.

Náš tým je tu pro vás, kontaktujte nás:
reservations.prague@condor.com
+420 296 368 272

condor.com

TTG Talk: nový formát setkávání médií a lídrů cestovního ruchu

➤ **Dokončení ze str. 1** expertky Hany Vackové hned v úvodu diskuse. Dovolena totiž narušuje každodenní rutinu, ve které páry i rodiny často fungují na autopilota. Nové prostředí aktivuje jiné části mozku, snižuje hladinu stresového hormonu kortizolu a zvyšuje produkci dopaminu – hormonu očekávání, radosti a motivace.

Podle psycholožky Veroniky Madler právě novost a změna prostředí nutí mozek „probudit se“, více vnímat a reagovat. „Vznikají nové neuronové spoje a cestování má pozitivní dlouhodobý efekt nejen na psychiku, ale i na vztahy“, vysvětluje. Zásadní roli hraje také společný zážitek. Ten podle Hanky Vackové funguje silněji než jakýkoliv materiální dárek. „Zážitek vytváří hlubší připoutání než věc. Plní takzvanou citovou banku vztahu“, říká. Právě společné vzpomínky se pak podle ní stávají oporou v krizových obdobích.

Zajímavým fenoménem je takzvaný efekt přenosu vzrušení. Při adrenalinových nebo nových aktivitách – od horské túry až po paragliding – vzniká hormonální mix, který si mozek podvědomě spojuje s osobou po našem boku. „Vzrušení z nového zážitku se přenáší na partnera a může posílit sexuální přitažlivost“, popisuje Vacková.

Výzkumy navíc ukazují, že páry, které na dovolené zažívají více novosti a sebe-rozvoje, mají v následujících měsících více intimity, doteků i sexu. Cestování tak funguje nejen jako restart vztahu, ale i jako přirozené afrodisiakum. Zároveň však zaznělo i varování: dovolená není zázračná terapie. Pokud je vztah dlouhodobě nefunkční, může být cestování spíše katalyzátorem rozchodu. Statistiky potvrzují, že k podávání rozvodových žádostí často dochází po letních prázdninách. „Dovolena je spíš barometr vztahu než jeho záchrana“, zaznělo v diskusi.

Řešením je podle odborníků realistické očekávání, dobrá komunikace a respekt k potřebám obou partnerů. Ideální dovolená kombinuje společný čas,

individuální prostor i omezení digitálních technologií. Právě neustálá dostupnost práce a sociálních sítí totiž často ruší pozitivní efekt cestování.

Z pohledu cestovního ruchu se tento posun promítá i do nabídky. Roste zájem o kratší, ale častější pobyty, mikrodovolené a segment adults only. Dovolena se stále častěji prodává jako zážitek pro vztah – ne jako pouhý produkt.

➤ **Dětské kluby mění podobu rodinných dovolených. Nemusejí být ale jedinou cestou**

Ještě před deseti lety byly dětské animační programy vnímány spíše jako milý bonus k rodinné dovolené. Dnes se však ukazuje, že právě dětské kluby a zejména ty vedené v českém jazyce patří mezi nejdůležitější faktory při rozhodování rodin o výběru zájezdu. Potvrzují to zkušenosti čtyř velkých cestovních kanceláří Alexandria, Blue Style, Čedok a JoinUP! Česko.

➤ **Dětský klub jako rozhodovací kritérium**

Podle zástupců cestovních kanceláří se výrazně změnilo chování klientů. Rodiny už neřeší jen to, zda hotel animační program nabízí, ale zajímá je jeho kvalita, jazyk, koncept i kontinuita.

„Pro spoustu rodin je dnes přítomnost českých animátorů v hotelu téměř samozřejmostí. Při výběru ale řeší, zda jde o skutečnou zábavu, nikoliv jen o hlídání dětí“, říká Petr Šatný, marketingový ředitel CK Alexandria.

Také Blue Style potvrzuje, že animační program v českém jazyce je často jedním z hlavních důvodů, proč se rodina rozhodne pro konkrétní hotel. „Během letní sezony míří do hotelů s naším Croco Clubem zhruba polovina rodin cestujících s dětmi“, uvádí Eva Bébr, manažerka delegátského servisu CK Blue Style.

U Čedoku pak hrají dětské kluby roli nejen při prvním nákupu, ale i při opakovaných cestách. „Spousta rodin si vybírá hotel právě podle tohoto kritéria. Někteří klienti dokonce sledují, kde budou působit animátoři z předchozích sezon“, potvrzuje



Klára Divíšková, tisková mluvčí Čedoku.

➤ **Dlouhodobý růst a jasná čísla**

Zatímco dříve šlo o sezonní trend, dnes cestovní kanceláře mluví o dlouhodobém a stabilním růstu poptávky po klubových produktech. CK Alexandria uvádí, že klubové hotely dnes tvoří páteř její nabídky a poptávka po nich roste kontinuálně už více než deset let, s dalším posílením po covidovém období.

Blue Style zaznamenává každoroční nárůst zájmu

vznik silné značkové vazby mezi rodinami a konkrétními dětskými kluby. Klienti se do stejných klubových konceptů vracejí napříč destinacemi a často sledují konkrétní animátory.

„Máme velké množství opakovaných klientů, kteří se vracejí buď do stejného hotelu, nebo alespoň do stejného klubového konceptu“, říká Petr Šatný z CK Alexandria.

Podle Čedoku se tato loajalita projevuje i tím, že rodiny mezi sebou jednotlivé animační programy

výběru animátorů, vícedenních školení, jednotného konceptu, brandingu i rozšíření programů pro teenagery a dospělé.

„Animátor už dávno není sezonní brigádník. Je to reprezentant značky a jeden z nejdůležitějších kontaktních bodů klienta s cestovní kanceláří“, shrnuje Klára Divíšková z Čedoku.

Výrazným tématem zůstává i jazyk. České animace nejsou vnímány jen jako komfort, ale jako faktor bezpečí a důvěry, zejména u rodin s menšími dětmi, které tráví část dne bez rodičů.

➤ **Různé cesty k hodnotné rodinné dovolené**

Ne všechny cestovní kanceláře však staví svou nabídku primárně na vlastních animačních programech. Vedle silného trendu klubových konceptů se na trhu prosazují i alternativní strategie, které reflektují jiné priority klientů a odlišné pojetí hodnoty dovolené.

Marek Horký, marketingový ředitel cestovní kanceláře JoinUp! Česko, razí odlišnou strategii: „Pro naše klienty je klíčová dobrá cena zájezdu. Využíváme animačních programů partnerských hotelů, abychom tak naše produkty zbytečně neprodávali. Úspěšně ale prodáváme zájezdy spojené s koncerty světových hvězd typu Jennifer Lopez, Enrique Iglesias nebo Lara Fabian. Klienti tak vědí, že za své peníze získají prvotřídní kulturní zážitek.“

Podle odborníků právě tato pestrost přístupů potvrzuje, že trh rodinných dovolených se dál segmentuje. Zatímco část

klientů klade důraz na kvalitní a jazykově dostupný animační program pro děti, jiní dávají přednost cenové dostupnosti nebo jedinečnému zážitku, který přesahuje samotný hotelový pobyt.

➤ **Rodinné hotely s vlastním dětským klubem**

Vedle klubových produktů cestovních kanceláří roste také nabídka rodinných hotelů, které mají vlastní dětský klub jako pevnou součást svého konceptu. Tyto hotely staví na dlouhodobé práci s rodinami, tematických programech a jasně definovaném rodinném servisu. Typickým příkladem jsou hotely skupiny Falkensteiner.

„Mnoho cestovních kanceláří dnes nabízí rodinné dovolené do hotelů, které mají vlastní dětský klub. Pro rodiče je to signál jistoty, když vědí, že hotel je na rodiny skutečně připravený“, říká Amara Zemplerová z TTG Czech, vydavatelka odborných novin v oblasti cestovního ruchu.

➤ **Kam se bude trh dále vyvíjet?**

Animační programy a dětské kluby se dnes jednoznačně posunuly od doplňkové služby ke strukturální součásti rodinného produktu. Otázkou zůstává, zda se do budoucna prosadí spíše prémiové, specializované koncepty, nebo se české animační programy stanou standardem napříč trhem.

Jedno je však jisté: rodinná dovolená už dávno není jen o hotelu a destinaci. Stále častěji je o lidech, programu, jazyce a značce.



➤ **U dětských hostů hotelů Falkensteiner je oblíbený Falky**

od roku 2023, kdy se cestovní ruch opět plně rozjel. Čedok pak za sezonu 2024 evidoval přes dva tisíce zapsaných dětí v animačních programech a odhaduje meziroční růst návštěvnosti kolem 15 %.

„Klasické hotelové animace jsou dnes očekávaným standardem. Český animační program je ale pro klienty jasným benefitem a často rozhodovacím faktorem“, shrnuje Eva Bébr z CK Blue Style.

➤ **Od programu k značce**

Jedním z nejzajímavějších posunů posledních let je

porovnávají. „Animátoři se setkávají s klienty, kteří už náš klub navštívili v jiné destinaci a mají jasná očekávání“, doplňuje Klára Divíšková.

Dětský klub se tak z doplňkové služby postupně mění v samostatnou značku, která má vlastní identitu, hodnoty i komunitu klientů.

➤ **Profesionalizace a investice do kvality**

Všechny čtyři cestovní kanceláře se shodují, že současná úroveň animačních programů je výsledkem systematických investic. Ty směřují do náročného



➤ CK Čedok



➤ CK Alexandria



➤ CK Blue Style

REVIZE SMĚRNICE (EU) 2015/2302: Mezi ochranou spotřebitele a přeregulací cestovního trhu

Revize směrnice (EU) 2015/2302 o souborných cestovních službách a spojených cestovních službách vstoupila v uplynulých měsících do své klíčové fáze. Návrh nové úpravy předložila Evropská komise na konci roku 2023 s cílem reagovat na zkušenosti z pandemie i na dynamický rozvoj online prodeje cestovních služeb. Chtěla zlepšit ochranu spotřebitelů a zároveň snížit zátěž malých a středních podniků. Publikovaným návrhem se však výsledný přínos revize po dvouletých diskusích jeví jako minimální.

Do legislativního procesu se aktivně zapojila i Asociace českých cestovních kancelářích a agentur, jež několikrát zaslala své stanovisko jak MMR ČR, tak i evropské asociaci ECTAA. Následně se intenzivním vyjednáváním ECTAA a dalších organizací z oboru cestovního ruchu podařilo zvrátit iracionální návrhy Komise a Výboru IMCO, který na podzim loňského roku zahájil interinstitucionální jednání s Radou EU a Komisí, tzv. trialog. Podívejme se nyní, jaké změny přináší kompromisní znění revize z 20. ledna 2026.

Za pozitivní lze považovat zachování vyloučení služebních cest z působnosti směrnice. AČCKA částečně podporuje zrušení konceptu spojených cestovních služeb (LTA), jehož uplatňování se v praxi ukázalo jako složité a matoucí. Tímto se však otevírají široké možnosti

nabídky dynamických balíčků ze strany aerolinií a ubytovacích platform. Schvalujeme proto zavedení nové povinnosti informovat spotřebitele „jasným a viditelným způsobem“, že nakupované služby nejsou zájezdem, a to již při nabídce dalších služeb po rezervaci první služby.

Revize dále zavádí povinnost CK poskytnout před smluvní informací, a to včetně informace, zda jsou služby zahrnuté v zájezdu přístupné osobám se sníženou pohyblivostí. CK musí informovat zákazníka o pasových, vízových a zdravotních požadavcích až do okamžiku odjezdu. Zásadní význam se přisuzuje upozornění a varování národních autorit pro cesty (např. pro odstoupení od zájezdu při mimořádných okolnostech).

Refundace záloh v obchodním vztahu je zmíněna v situaci, kdy služba nebyla



poskytnuta dodavatelem nebo byla zrušena. V takových případech musí poskytovatel vrátit vše cestovní kanceláři do 7 dní. Revize nově zmiňuje řešení reklamací ze strany CK, zejména povinnost CK vydat potvrzení do 7 dnů a odpovědět zákazníkovi do 60 dnů. Při odstoupení od smlouvy zákazníkem si pořadatel může nárokovat přiměřené a odůvodněné storno poplatky a vrátit rozdíl do 14 dní, případně



nabídnout alternativní zájezd.

Jako hlavní úspěch vyjednávání a koordinovaného postupu členských asociací ECTAA a AČCKA považujeme vymazání neopodstatněné limitace záloh vybíraných cestovními kancelářemi za zájezdy. Komise navrhovala omezit zálohy za zájezdy ve výši 25 % z celkové ceny zájezdu s tím, že doplatek by byl splatný 28 dní před zahájením zájezdu.

Toto nadbytečné zajištění, které nemá žádný vliv na ochranu spotřebitele, se podařilo eliminovat.

Dalším značným úspěchem je omezení navrhovaného rozšíření případů vyšší moci, při kterých může zákazník bez storno poplatku odstoupit od smlouvy o zájezdu, a CK je pak povinna vrátit všechny uhrazené platby. Navzdory návrhům Komise bylo vpuštěno kritérium „místo bydliště“ ve výčtu mimořádných okolností. Zůstává tedy právo na bezplatné storno cestujícího při mimořádných okolnostech, které nastanou „v destinaci nebo jejím bezprostředním okolí, v místě odjezdu nebo ovlivňující cestu z a do destinace“.

AČCKA rovněž usilovala o uzákonění možnosti jednostranného vydávání voucherů při globálních mimořádných okolnostech s dopadem na zájezdy, a to po vzoru

pandemického zákona „Lex voucher“. Tyto návrhy zohledněny nebyly.

Text revize bude předložen plenárnímu zasedání pravděpodobně v březnu. V této fázi již nejsou očekávány žádné změny. Ke konečnému zveřejnění směrnice by mohlo dojít již v dubnu/květnu letošního roku. Po zveřejnění vstoupí text v platnost o 20 dní později. Poté bude následovat 28měsíční transpoziční období a další 6měsíční přechodné období, díky čemuž se směrnice bude uplatňovat nejdříve od jara 2029.

Před námi se tak na národní úrovni otevírá proces novelizace zákona 159/1999 Sb. a občanského zákoníku, které budou harmonizovány s textem upravené směrnice. AČCKA je připravena intenzivně spolupracovat s MMR ČR na transpozici revize.

➤ **Roman Škrabánek, Kateřina Chaloupková**

Střední Čechy

OBJEVTE KRÁSY STŘEDNÍCH ČECH

A UŽIJTE SI OPRAVDU ROZMANITOU DOVOLENOU!

Přijďte si pro inspiraci na výstaviště **PVA EXPO Praha** v Letňanech v rámci veletrhu **HOLIDAY WORLD & REGION WORLD** ve dnech **12. - 14. března**.



Nenašli jste na stánku, co jste hledali? **Oskenujte QR kód.**

Střední Čechy na veletrhu představí tipy na dovolenou, možnosti aktivní turistiky nebo nejnovější brožury a mapy z regionu.



TO ALE NENÍ VŠE...

Zastavte se v hale 4 a ochutnejte střední Čechy všemi smysly. Na našem stánku vás vezmeme na cestu po regionu přes to nejlepší, co umí místní lidé vyrobit. Čekají na vás regionální produkty z areálu Dobrý kraj v Bohdanči, k tomu pivo i víno a také originální drátěné šperky. **Přijďte se inspirovat**, ochutnat a odnést si domů kousek středních Čech.



STREDNICECHY.CZ

Udržitelnost se v evropském turismu přesouvá z hodnotového tématu do roviny obchodního standardu. Firemní klientela i individuální cestovatelé stále častěji požadují doložitelnou odpovědnost, transparentnost a konkrétní opatření. Švýcarsko na tuto změnu reaguje systematicky. Program Swisstainable představuje rámec, který propojuje ochranu krajiny, ekonomickou stabilitu regionů i dlouhodobou konkurenceschopnost destinace – a zároveň vytváří jasnou příležitost pro české cestovní kanceláře.

Swisstainable: Udržitelnost jako obchodní standard i konkurenční výhoda pro české cestovní kanceláře



Švýcarská horská krajina, čistá jezera a rozmanité regiony jsou klíčovým kapitálem země. Turismus a ochrana přírody zde nejsou v rozporu, pokud jsou řízeny koncepčně. Rovnováha mezi potřebami hostů, místních obyvatel a životního prostředí není jen „hezká myšlenka“, ale strategický zájem: chrání atraktivitu destinace, podporuje regionální ekonomiku a udržuje vysoký standard služeb i do budoucna.

Co je Swisstainable a jaké příležitosti přináší

Swisstainable je iniciativa Switzerland Tourism, která poskytovatelům služeb a organizacím v turismu pomáhá integrovat udržitelnost do jejich provozu a produktů. Zároveň vytváří společný standard a jasný komunikační jazyk napříč sektorem. Program nezahrnuje pouze ekologickou dimenzi, ale i sociální rozměr – podporu regionální kultury, dialog mezi hosty a místními či přístupnost služeb. Hostům nabízí přehlednou orientaci mezi různými certifikáty. Pro cestovní kanceláře poté představuje jasně definovaný seznam prověřených partnerů a silný argument při prodeji.

Příležitost pro české CK

Průzkum Switzerland Tourism ukazuje, že až 40 % českých cestovatelů by uvítalo více informací o udržitelném cestování a byli by ochotni si za ně připlatit. Udržitelnost se tak postupně posouvá z okrajového tématu mezi běžné obchodní argumenty.

Swisstainable umožňuje převést princip odpovědnosti do konkrétní a prodejné služby. CK mohou lépe oslovovat nové segmenty, posílit důvěru klientů i svou diferenciaci v konkurenčním prostředí. Významný je také provozní aspekt: digitální itineráře, e-vouchery a QR podklady snižují potřebu tisku a logistické zátěže, což šetří náklady i čas týmu. Ušetřené prostředky lze investovat do produktového rozvoje nebo školení prodejců.

Veřejná doprava: Páteř udržitelného cestování

Se železniční sítí o délce 5200 km patří Švýcarsko mezi země s nejhustší železniční sítí na světě. Průměrný Švýcar využije železnici přibližně 70krát ročně a ujede zhruba 2400 kilometrů. Tato dostupnost i vysoká míra využití jsou výsledkem dlouhodobého strategického plánování, které staví na propojené veřejné dopravě jako páteři cestovního ruchu i nástroji ochrany krajiny.

Prakticky 100 % železniční sítě (s výjimkou několika turistických zážitků, například parních lokomotiv) je elektrifikováno a více než 99 % trakční energie pochází z obnovitelných zdrojů, převážně z vodní energie. SBB uvádí, že od 1. ledna 2025 je trakční proud vlaků ze 100 % obnovitelný.

Podíl železnice na celkových emisích dopravy ve Švýcarsku



činí pouze 0,3 %. Přitom zajišťuje 17 % osobní a 38 % nákladní dopravy při spotřebě přibližně 5 % energie v rámci pozemní dopravy. Přesun dopravy na koleje může podle SBB předejít zhruba 10 % celkových emisí země, tedy přibližně 5 milionům tun CO₂ ročně.

Pro CK to znamená kombinaci komfortu, spolehlivosti a nízké uhlíkové stopy bez kompromisu v kvalitě zážitku. Produkty jako Swiss Travel Pass umožňují jednoduché a plně integrované cestování napříč regiony bez nutnosti individuální automobilové logistiky.

Swisstainable v praxi

Konkrétní výsledky jsou patrné napříč celým Švýcarskem.

Zermatt dlouhodobě omezuje individuální automobilovou dopravu a podporuje příjezd vlakem. Zermatt Bergbahnen zavádí digitální Smartphone-Ticket namísto plastových skipasů. WellnessHotel4000 v Saas-Fee

je atraktivní právě proto, že je rozmanitá, čistá a ve své většině nedotčená nevhodným vývojem či zásahy. Každé rozhodnutí, které turismu učiní dnes, ovlivní, zda bude Švýcarsko stejně atraktivní i pro další generace cestovatelů.



využívá místní solární teplo a fotovoltaika na střeše pokrývá přibližně 30 % spotřeby elektřiny. V gastronomii roste počet podniků pracujících se sezonními švýcarskými surovinami a podporujících lokální producenty. Vznikají tak standardy, které inspirují další regiony a přispívají k celkovému zlepšování udržitelnosti cestovního ruchu.

Pro produktové manažery to znamená možnost komunikovat měřitelné parametry – podíl obnovitelné energie, digitální řešení či lokální dodavatelské řetězce – jako součást hodnoty zájezdu.

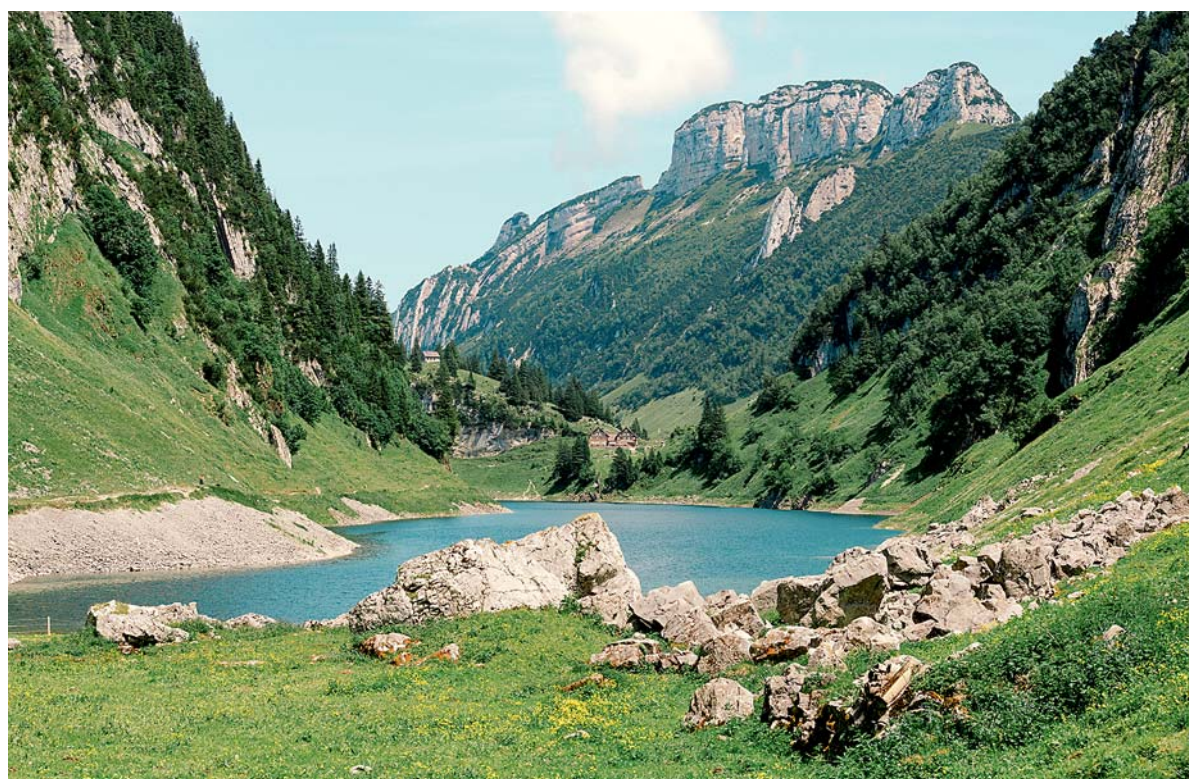
Investice do dlouhodobé konkurenceschopnosti

Udržitelnost ve Švýcarsku není marketingový trend, ale strukturální přístup. Švýcarská krajina

Swisstainable je investicí do budoucnosti destinace i partnerů, kteří ji prodávají. Nejde o omezení, ale o inteligentní řízení cestování, které přináší přidanou hodnotu pro cestovatele, místní komunity, poskytovatele služeb i přírodu. Pro české cestovní kanceláře představuje nástroj, jak posílit profesionalitu značky, zvýšit atraktivitu nabídky a reagovat na měnící se očekávání trhu.

Prvním krokem může být systematický výběr partnerů zapojených do programu Swisstainable a jasná komunikace jejich přínosu u každého produktu. Udržitelnost se tak stává nejen odpovědným přístupem, ale i konkrétní konkurenční výhodou na českém trhu.

➤ **Jan Ursíny**, ředitel Switzerland Tourism pro Českou republiku



Hainan je v evropském prostoru dlouhodobě vnímán jako čínské tropické útočiště. Pro segment B2B cestovního ruchu však představuje mnohem širší příležitost, která spojuje celoroční klima, diverzifikovaný produkt a postupně kultivovanou infrastrukturu.

Hainan: tropická destinace s rostoucím B2B potenciálem



Podle zkušeností specialistů z cestovní kanceláře Join UP! reaguje ostrov na aktuální poptávku po autentických, přírodně orientovaných a méně uspěchaných itinerářích. Klienti stále častěji vyhledávají programy postavené na lokálním kontextu, kulturním ponoru a flexibilitě, tedy na hodnotách, které lze na Hainanu strukturovat bez nutnosti masové turistiky. Roste také zájem o delší pobyty kombinující přírodu, gastronomii a lehké wellbeing prvky, bez tlaku na checklistové poznávání.

DESET PRODUKTOVÝCH PILÍŘŮ DESTINACE

1. Wuzhishan jako přírodní segment s přidanou hodnotou
Vnitrozemský deštný prales umožňuje tvorbu soft adventure

programů, ekologických výprav i tematických retreatů. Produkt není založen na výkonu, ale na pomalém poznávání, což odpovídá aktuálním trendům v premium leisure segmentu.

2. Komunitní turismus etnik Li a Miao

Místní komunity umožňují připravit autentické kulturní programy, které nejsou uměle naaranžované pro turisty. Textilní řemesla, hudba a tradiční rituály lze integrovat do menších skupinových itinerářů nebo tematických zájezdů.



3. Gastronomie a seafood kultura

Ryby a mořské plody tvoří přirozený základ kulinárního produktu. Trhy a otevřené kuchyně umožňují vytvářet gastronomické zážitky s vysokou mírou lokální

autenticity, vhodné pro incentive i lifestyle segment.

4. Qionghai jako model slow travel

Menší město s klidnou atmosférou nabízí alternativu k resortní turistice. Je vhodné pro klienty hledající delší pobyty, digitální detox či tematické wellness programy.

5. Haikou a kontrastní krajina

Vulkanické pobřeží v okolí hlavního města rozšiřuje vizuální i tematickou nabídku destinace. Kombinace městské infrastruktury a přírodních lokalit je využitelná pro hybridní programy propojující poznávání a relaxaci.

6. Čajové plantáže jako tematický produkt

Vnitrozemské plantáže představují potenciál pro edukativní a zážitkové programy zaměřené na čajovou kulturu. Jde o segment s rostoucí oblibou mezi klienty orientovanými na autenticitu a lokální tradice.

7. Noční trhy jako urban experience

Autentické večerní trhy lze zapojit do programů jako formu neformálního poznávání destinace.



Nejde o inscenovanou atrakci, ale o přirozený městský život, který je pro současné cestovatele klíčový.

8. Sanya mimo resortní zóny
Oblast Sanya zůstává vlajkovou lodí plážového segmentu, nicméně potenciál spočívá i mimo hotelové komplexy, v pobřežních stezkách, lokálních čtvrtích a menších chrámech. To umožňuje rozšíření klasických pobytových balíčků.

9. Klimatický wellbeing

Wellbeing produkt zde vychází z přirozených podmínek. Klima, čerstvé potraviny a každodenní pohyb u moře vytvářejí základ nabídky bez nutnosti nákladné spa infrastruktury.

10. Flexibilita destinace

Hainan umožňuje kombinovat plážový, přírodní i kulturní segment v rámci jednoho ostrova bez složitých přejezdů. To zjednodušuje logistiku a optimalizuje náklady na přesuny v rámci programu.

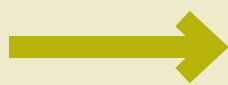
STRATEGICKÝ VÝZNAM PRO EVROPSKÝ TRH

Hainan se postupně profiluje jako destinace se širokým zásahem napříč segmenty. Oslovuje klienty hledající alternativu k tradičním asijským plážovým resortům, stejně jako skupinu 40 plus, která preferuje klid, komfort a delší pobyty. Současně nabízí prostor pro menší tematické skupiny zaměřené na gastronomii, čajovou kulturu či poznávání místních

tradic, stejně jako pro incentive a retreat programy s důrazem na přírodu a regeneraci. Tento typ poptávky na evropském trhu stabilně roste. Klienti stále častěji upřednostňují kombinaci relaxace, lokální autenticity a programu, který není přehlcen přesuny ani povinnými zastávkami. Jedním z klíčových benefitů je samotné měřítko ostrova. Umožňuje kombinovat různé produktové linie bez nutnosti vnitrostátních přeletů a složité logistiky, což zvyšuje komfort klienta i efektivitu programu. V době, kdy část trhu ustupuje od modelu rychlého přesouvání mezi destinacemi, představuje Hainan příklad trhu, který staví na pomalejším tempu, lokální identitě a silném přírodním kapitálu. Pro B2B partnery tak nejde jen o další tropickou plážovou destinaci, ale o flexibilní produkt, který lze strategicky profilovat podle konkrétní cílové skupiny. Právě tuto adaptabilitu potvrzuje i praxe touroperátora Join UPI, který má Hainan zařazený v portfoliu a nabízí do destinace letecké spojení i kompletní zájezdové balíčky.



 **ERV**
Evropská pojišťovna



ERGO
Cestovní Pojišťovna

Jméno se mění. To **lepší** cestovní pojištění zůstává.

ERV Evropská pojišťovna se bude od 1. dubna jmenovat **ERGO Cestovní Pojišťovna**. Po 33 letech působení v Česku tím zdůrazní, že je součástí mezinárodní skupiny ERGO Travel. Vše ostatní poběží stejně jako dosud. Stále budeme českou akciovou společností s odborníky, kteří mají lokální trh v malíčku a poskytují „to lepší“ cestovní pojištění.

Vy cestujete. My se staráme.

1. 4. 2026



Začněte novou kapitolu svého života a staňte se hvězdou mezi průvodci!

- ✓ Toužíte po objevování všech koutů světa?
- ✓ Nebo byste raději ukazovali krásy vašeho města, kde žijete?
- ✓ Milujete komunikaci s lidmi a sdílení zajímavých příběhů?
- ✓ Hledáte novou práci, brigádu nebo jen chcete rozšířit své obzory?

Připojte se k našemu **přípravnému kurzu ke státním zkouškám profesní kvalifikace Průvodce/kyně cestovního ruchu nebo Prahou** a staňte se skutečným odborníkem v oboru!

Prezenčně v Praze, online kdekoli na světě

www.tyrkys.cz Tel./WhatsApp: 602 204 123

HOLIDAY WORLD & REGION WORLD

34. ROČNÍK MEZINÁRODNÍHO VELETRHU CESTOVNÍHO RUCHU A REGIONÁLNÍ TURISTIKY
34th INTERNATIONAL TOURISM AND REGIONAL TOURISM TRADE FAIR



HOLIDAY WORLD & REGION WORLD

34. ROČNÍK MEZINÁRODNÍHO VELETRHU CESTOVNÍHO RUCHU A REGIONÁLNÍ TURISTIKY
34th INTERNATIONAL TOURISM AND REGIONAL TOURISM TRADE FAIR



Země, kterou pochopíte, až ji zažijete

Žádný článek, bedekr ani popis nenahradí ten okamžik, když někam dorazíte. Chorvatsko se poznává skrze zážitky. Teplý kámen pod vaší dlaní. Konverzace, které se navazují tak snadno. Cítit sůl ve vzduchu. Příroda, která ovlivňuje vaše dýchání. Dějiny, které se kolem vás pohybují, jako byste k nim patřili.

O Chorvatsku si můžete číst. Můžete si ho představit. Můžete se ho pokusit vygenerovat. Skutečnost této země lze však pocítit pouze v reálném životě. A dokáže vysvětlit některé věci, ale jen vy je můžete zažít.



Foto: Zoran Jelača

Přijďte na stánek ERV a vyhraďte!

Soutěžte o chytré hodinky, to lepší cestovko a další ceny.

Hala č. 4, prostor ACK ČR, stánek 4B16d



ESO TRAVEL
NEJVĚTŠÍ ČESKÝ SPECIALISTA NA POZNÁVACÍ ZÁJEZDY
CESTY KOLEM SVĚTA SOUKROMÝM LETADLEM
LUXUSNÍ INDIVIDUÁLNÍ CESTY NADSTANDARDNÍ FIREMNÍ ZÁJEZDY
VIP EXPEDICE



yanolja Go Global

HALA 4B5

Yanolja Go Global je Váš osobní, nepostradatelný partner, B2B poskytovatel cestovních služeb a inovativních technologií, který Vám umožňuje přístup k milionům nabídek celosvětově v 70 000 destinacích. **Yanolja Go Global** je Vaše vstupní brána do hotelů, hotelových řetězců, apartmánů, transferů a auto půjčoven – to vše s výhodnými dynamickými cenami, podporované nadnárodní společností a lokální 24/7 podporou v českém jazyce, poskytující služby světové úrovně již 25let. Náš český tým Vás uvítá a otázky zodpoví na stánku výstavy HOLIDAY WORLD & REGION WORLD.



Vítejte v AČCKA

- Staňte se členem prestižního profesního sdružení
- Získejte přístup k ověřeným informacím
- Poznejte nové obchodní partnery na workshopech, fam tripech a konferencích
- Ušetřete výdaje za právní poradenství a vzorové dokumenty
- Vzdělávejte sebe a své zaměstnance

Kontaktujte nás na sekretariat@accka.cz



Navštivte stánek Switzerland Tourism na veletrhu **For Bikes** (hala 2C19)

s aktuálními turistickými materiály o Švýcarsku a inspirací k vaší dovolené. **Zúčastnit se můžete soutěže.**

PLZEŇSKÝ KRAJ TURISTŮ RÁJ

Víkendové tipy

Běžky nebo pěšky

Co vás čeká v Plzeňském kraji? >

Destinace Plzeňského kraje >



Na tiskové konferenci dne 9. února 2026 řekl španělský ministr zemědělství, rybolovu a výživy Luis Planas, že se otevírá velká příležitost pokračovat v kulinářské revoluci, která Španělsko dostala na světovou špičku, protože: „Máme kuchyni s vlastní identitou, která respektuje tradici a zároveň podporuje kreativitu a talent.“

Španělsko chce proměnit své gastronomické renomé ve světové prvenství

Luis Planas představil mezinárodní plán španělské gastronomie, který definoval jako cestovní mapu země, průkopnickou svým rozsahem a ambicemi, koncipovanou tak, aby uspořádala a strukturovala to, co již existuje, aniž by znovu vynalézala to, co funguje, a plánovala budoucí akce inkluzivním, efektivním a realistickým způsobem. Tato iniciativa, vedená španělským ministerstvem zemědělství, rybolovu a výživy, byla koordinována s ministerstvem hospodářství, obchodu a podnikání prostřednictvím ICEX a ministerstvem průmyslu a cestovního ruchu prostřednictvím španělské centrály pro cestovní ruch Turespaña.

➤ Gastronomie je akademická disciplína

Mezinárodní plán španělské gastronomie se skládá z deseti opatření strukturovaných do čtyř velkých bloků. První blok je zaměřen na posílení talentu prostřednictvím

vzdělávání a znalostí. Vychází z jasné myšlenky, že gastronomie je akademická disciplína. Tento blok podporuje mimo jiné vytvoření mezinárodní sítě profesionálů, kteří budou působit jako propagátoři španělské gastronomie v zahraničí. Druhý blok se zaměřuje na přeměnu prestiže, které španělská gastronomie dosáhla, na větší přítomnost, spotřebu a obchodní příležitosti.

tapas jako živého kulturního dědictví UNESCO.

Cílem čtvrtého bloku je poskytnout gastronomii společný referenční rámec prostřednictvím vytvoření gastronomické značky země, která bude schopna prezentovat světu vlastní, rozmanitou a soudržnou identitu.

➤ Jaká je současná španělská kuchyně?

Současná španělská kuchyně je výsledkem staletí

olivový olej, zděděný po starověkých Řecích.

➤ Španělská kreativita: od techniky k produktu

Na konci 90. let překročila kreativita nové generace španělských šéfkuchařů hranice a pevně zakotvila španělskou haute cuisine na globální gastronomické mapě. Jména jako Juan Mari Arzak, Martín Berasategui a Ferran Adrià začala rozvíjet kulinářský styl, který nabízel kompletní smyslový zážitek, tj. vychutnávání jídla všemi pěti smysly včetně emocí.

Podle prestižního mezinárodního žebříčku se kvalita a kreativita španělské haute cuisine řadí mezi ty nejlepší na světě. Podle michelinského průvodce je ve Španělsku v roce 2026 celkem 253 restaurací oceněných jednou hvězdičkou, 37 dvěma hvězdičkami a 16 restaurací se pyšní třemi michelinskými hvězdami.

Středomořská strava, kterou UNESCO v roce 2010 prohlásilo za nematné kulturní dědictví lidstva a která poskytuje



prokázané přínosy pro zdraví, je zakořeněna v DNA španělských kuchyní a lidé zodpovědní za její realizaci věnují stále větší pozornost ochraně její zdravé podstaty.

Ve Španělsku se ovšem o gastronomii nedá mluvit, aniž bychom nezmínili víno. Špičkové španělské restaurace dokonce nabízejí kompletní gurmánské zážitky, kde se jejich jídla kombinují s různými víny, dokonale vybranými tak, aby doplňovala každý chod nebo fázi degustace.

➤ Na dosah každého

Nicméně jednou z hlavních charakteristik španělské současné haute cuisine je její snaha oslovit co nejširší publikum. To bylo

patrné i na nedávné akci konané v lednu 2026 pod názvem Madrid Fusión. A tak v průvodci Michelin najdete i známé restaurace, které nabízejí menu za méně než 30 eur. Haute cuisine v nejužším slova smyslu – světoznámé luxusní restaurace s bezchybnými standardy – se navíc rozšířila i do dalších oblastí a dnes si v mnoha gastrobarech a tavernách můžete vychutnat jeden z jejich autorských pokrmů nebo tapas připravených z nejkvalitnějších surovin.

➤ Zuzana Churanová,

OET Vídeň, kancelář pro střední Evropu španělské centrály pro cestovní ruch

Turespaña

www.spain.info



Třetí blok se zabývá klíčovou rolí gastronomie v cestovním ruchu. Ministr připomněl, že 97 milionů návštěvníků, které Španělsko přijímá, jsou také velvyslanci španělské gastronomie, a kulinářský zážitek tak patří do pobytu každého cestovatele. Tento blok rovněž podporuje iniciativy mezinárodního kulturního významu, jako je kandidatura španělských

vývoje, definovaného jejími geografickými charakteristikami a historií země. Na jedné straně se to promítá do maximální kvality a velkého množství kulinářských surovin. Na druhé straně průchod různých národů a civilizací přes Pyrenejský poloostrov zanechal bohaté a rozmanité vlivy na španělskou gastronomii, od omáček, které sem přinesli Féničané, až po slavný

Prémiová hotelová skupina Falkensteiner Michaeler Tourism Group (FMTG) patří již tři desetiletí k výrazným jménům evropského wellness hoteliérství. V roce 2025 oslavila 30 let existence a potvrdila ambici dále růst – prostřednictvím nových investic, důrazu na architekturu, design, gastronomii a tzv. experience-driven hospitality. Skupina dnes provozuje hotely a resorty napříč Alpami, Itálií, Chorvatskem i dalšími evropskými destinacemi a rozvíjí také branded residences.

Od Alp po Sardinii: Falkensteiner slaví 30 let a staví na zážitcích

Jubilejní rok se nese ve znamení investic přesahujících 100 milionů eur. Dlouhodobými pilíři strategie zůstávají vysoký standard služeb, kvalitní architektura a zážitky s reálnou hodnotou pro hosty. „Nejde jen o to, kde host spí, ale jak se během pobytu cítí,“ zní filozofie skupiny.

➤ Nové projekty: města, Alpy i Sardinie

Mezi nejvýraznější novinky patří otevření Falkensteiner Hotel Bozen Walther Park v Jižním Tyrolsku. Moderní městský hotel se rychle etabloval také jako gastronomická adresa regionu – restaurace Mochi získala ocenění nejlepší asijské restaurace v oblasti.

V horském segmentu skupina připravuje pětihvězdičkový

projekt Alpine Palace v Saalbach-Hinterglemmu (otevření 2027), čímž posiluje svoji pozici v prémiovém wellness turismu. Rozšiřuje se také model branded residences v italském Salò a chorvatské Punta Skala, reagující na rostoucí zájem o kombinaci soukromí a hotelového servisu.

Novým směrem je také luxusní kempování. FMTG převzala Camping Grubhof u St. Martin bei Lofer a lokalitu u jezera Wörthersee, kde chce budovat pětihvězdičkové glamping destinace spojující přírodu, design a udržitelnost.

➤ Silnější investiční platforma a stabilizace

Platforma FMTG Invest v roce 2025 překročila hranici 100 milionů eur získaného kapitálu,

přičemž 35 % investorů tvoří ženy. Prodej hotelu v Bělehradě zároveň umožnil splatit 30milionové pandemické financování od rakouské agentury COFAG a uzavřít kapitolu mimořádné podpory.

➤ 2026: méně kategorií, více zážitků

Do dalšího období vstupuje Falkensteiner s jasnou strategií: pod značkou budou fungovat výlučně hotely 4* superior a 5*. Důraz se přesouvá na wellness luxury, autentické zážitky a klubový koncept Club Funimation by Falkensteiner. Portfolio se rozšíří o nový resort na Sardinii a další projekty u Gardského jezera a na Sicílii.

Falkensteiner tak reaguje na širší trend luxusního hoteliérství:



hosté dnes nehledají jen komfort, ale emoci, příběh a smysluplně strávený čas. Skutečný se měří

hloubkou zážitku, ne počtem hvězdiček.

Allianz Travel

Užijte si dovolenou bez starostí.

více na allianz.cz

Můžeme si připomenout léty prověřené rčení i v čase genderové ostražitosti? Snad ano. Tak tedy: Za vším hledej ženu... „Jejich role na farmách v Jižním Tyrolsku a v zemědělských podnicích obecně byla vždy tak trochu jako žolík v balíčku karet – a je tomu tak dodnes,“ říká Gabriele Hafnerová ze Südtiroler Bauernbund, který pečuje o unikátní projekt aktivit na farmách pod značkou Roter Hahn.

Za vším hledej ženu... podnikavou a se silným charakterem, vědí na jihotyrolských farmách Roter Hahn

Farmářova žena dělá už po generaci trochu ode všeho: stará se o děti a prarodiče, pečuje o zeleninovou zahradu, vaří a připravuje zavařeniny, krmí zvířata. Na farmách, které jsou součástí sítě agroturistiky Roter Hahn, se věnuje hostům, uklízí apartmány a připravuje bohatou a vydatnou snídani z čerstvých a pravých farmářských produktů.

Zároveň se neváhá posadit na traktor, když je to potřeba, nebo pomůže s náročnou prací na poli, kterou obvykle vykonávají farmáři. V mnoha případech je to právě farmářova žena, která řídí celou farmu. V dnešní době je rozhodnutí stát se farmářem vědomou volbou, která přináší sice řadu starostí, ale také mnoho odměn.



Franziska Bauerová z farmy Gschnofer v Terlanu například od mládí pomáhala se sklízni na polích. Jak však rostla, rozhodla se studovat technickou školu, aby se stala geodetkou. Několik let v tomto oboru pracovala, aniž by se vzdala své role farmářky na rodinné farmě. „Obě práce mě naplňovaly, ale když padlo

rozhodnutí přeměnit farmu na agroturistický podnik a připojit se k síti Roter Hahn, rozhodla jsem se stát farmářkou na plný úvazek,“ říká.

Na její práci ji nejvíce baví možnost projevit se aktivně a kreativně v mnoha různých oblastech. Kromě pěstování vína a ovoce má Gschnofer také malý farmářský obchod, kde si návštěvníci mohou koupit farmářské produkty, a kreativní „Stube“, kde mohou hosté společně s Franziskou vyrábět ruční výrobky z přírodních materiálů. Na farmě obstará mnoho činností – od administrativy po obsluhu těžkých strojů.

„Je toho tolik, že mám často pocit, že by dny měly být delší,“ usmívá se. Je také členkou představenstva vinařství San Paolo. Pro ni nemá smysl ptát se „Zvládnou to?“, když se naskytne nová příležitost. Místo toho si vyhrne rukávy a pustí se odvážně do díla.



Než se **Nathalie Belluttiová na statku Ansitz Rynnhof v Traminu** stala farmářkou,

studovala zemědělské vědy ve Vídni. Během studia se zaměřila na vinařství, zejména na ochranu rostlin. „Po absolvování studia jsem několik let pracovala ve výzkumu, ale v roce 2015 jsem se rozhodla připojit se ke svému otci na farmě, která produkuje vysoce kvalitní vína pro Roter Hahn, a nasměrovat ji k ekologickému zemědělství a certifikaci Bioland,“ vypráví.

Od roku 2021 spravuje farmu s pomocí svého manžela. Obhospodařují tři hektary vinic, čelí výzvám v podobě extrémních teplot, chorob a nových škůdců a dohlížejí na celý proces od pěstování hroznů až po prodej vína. Díky silné týmové práci, odvaze provádět změny a jisté ženské citlivosti Nathalie hrdě vede farmu a zároveň zvládá svou roli pracující matky. Získala si také významné postavení v celém italském vinařském odvětví, které je stále převážně ovládáno muži.



Johanna Aichnerová na své farmě Hoferhof v Lagundu pro Roter Hahn vyrábí háčko-



vané výrobky z vlny. Chová ovce, z nichž získává většinu materiálu potřebného pro své výtvořky. „Dohlížím na celý proces zpracování vlny: stříhám ovce, peru vlnu, suším ji, češu a předu. Poté ji háčkuju technikou, kterou mě naučila moje matka,“ ukazuje. Zpočátku musela překonat řadu obtíží, než dosáhla výsledků, které si pro svou práci představovala.

Ale postupně vše dotáhla správným směrem a vyrábí polštáře na židle, koberec, deky, povlečení na polštáře, ubrusy a mnoho dalšího. Patří mezi pět farmářů-řemeslníků vybraných organizací Roter Hahn, kteří se rozhodli stát

součástí značky a dodržovat její přísná kritéria zaměřená na zachování tradice, kvality, jedinečnosti a udržitelnosti.

„Všechny suroviny musejí pocházet z Jižního Tyrolska, některé přímo z vlastní farmy. Řemeslné výrobky musejí být vyráběny na farmě, každý produkt ručně přímo farmářem a navíc mít své vlastní charakteristické rysy. Materiály se používají zcela přírodní a neošetřené,“ popisuje pravidla. V roce 2023 získala ocenění Nováček roku v kategorii Interiéry na European Textile & Craft Awards, ceně, která vyzdvihuje vynikající řemeslné zpracování.

➔ **Tomáš Nohejl**

Sebevědomá síla, bezpečnost a pohodlí. K tomu dlouhý dojezd díky hybridnímu pohonu, tedy ekonomický provoz. Mitsubishi Outlander čtvrté generace (druhé s plug-in hybridem) díky svému neokázalému komfortu sklízí pochvalu v nejrůznějších testech, ale i ve srovnání s předchozí verzí. Nejde než okouzleně souhlasit, projeli jsme ho v nervózně klokotající metropoli, nespoutaně volné dálnici i uklidňujících horských panoramatech.

Obr Dobr, atlet elegán. To je nový Mitsubishi Outlander PHEV 4x4



Byl navržen speciálně pro Evropu s plug-in hybridní technologií nové generace. Představil se v roce 2021 a v Česku se prodává od loňského března. Sami v Mitsubishi nazývají jeho koncepci I-Fu-Do-Do (japonsky originální a velkolepý). Vnější design chce působit až dobrodružně, kombinuje čerstvé prvky s klasikou terénního Pajera. Interiér nabízí pečlivě vyladěné detaily v duchu národní pohostinnosti – omotenashi. K tomu je vybaven pokročilými bezpečnostními systémy, s nimiž se musíte chvíli sžívat.

Na první pohled obří auto (ze segmentu SUV-D) v čase předimenzovaných rozměrů obhájí své

parametry velmi snadno. Dynamický štít na přídi, robustní struktura atletické karoserie i šestiúhelníková záď s výraznými lemy blatníků a zadním sloupkem vizualizují pevnost, horizontální provedení zadních světel pak stabilitu.

Vysoko umístěná přední světa usnadňují identifikaci v provozu, naopak nízko uložené světlometry obsahují až 12 samostatných LED diod reagujících na jízdní situaci – tedy není třeba obávat se oslnění protijedoucích vozidel.

Uvnitř hnedle vnímáte kvalitu materiálů i s jemnou kůží, též prostor. A hlavně neslyšné vrnění motoru využívající vylepšení parametrů odhlučnění i vibrací. Vše pak jistě převáží na všech

místech prémiový audiosystém Yamaha s 8 až 12 reproduktory včetně subwooferu a zdvojených zesilovačů s výkonem 1600 W.

Horizontální osa vpředu stoupá sice výš, ale umocňuje klid s volitelným digitálním budíkem pod volantem o velikosti 12,3" i přehledným stejně velkým dotykovým displejem infotainmentu uprostřed. Vylepšená navigace pracuje v reálném čase, nalevo zůstává pevný pruh s aplikacemi. Mohutný volič převodovky tu působí až staromilsky. Bezrámečkové digitální zpětné zrcátko lze při plně naloženém voze přepnout na zadní kameru. Palubní konektivitu s jemnou a přehlednou grafikou vybavuje i bezdrátové zrcadlení telefonů a hlasové ovládání.

Sedadla mají vyhřívání i v zadu, vpředu masážní funkci. Ve druhé řadě (rozdělené v poměru 40:20:40) s velkorysým místem pro větší postavy i zvýšená opěrka a před sebou dobíjecí zdířky. Racionální úložné prostory zdobí ve dveřích decentní ambientní osvětlení. Prosvětlenost, v létě doslova vzdušnost, podporuje panoramatické střešní okno (panel 928 x 702 mm velký).

Zavazadlový prostor má kapacitu 495 až 1422 litrů, sed-

mimístná verze se v Evropě neprodává. Lyže protáhnete otvorem uprostřed, po snadném sklopení sedadel rozměr lehce pochválí náš známý test – uložení silničního kola bez rozhození.

Plug-in hybridní pohon hladce zrychluje s příkladnou dynamikou bez zaznamenaných záškubů. Kombinuje benzinový čtyřválec, dva elektromotory (přední 85 kW/255 Nm a zadní 100 kW/195 Nm) a lithium-iontovou baterii s kapacitou 22,7 kWh. Výkon oproti předchůdci z roku 2013 narostl o nevídaných 40 procent, bateriový modul poskytuje až o 108 % vyšší konstantní výkon.

Nový systém kapalínového chlazení podporuje solidně odpíchnuté rozjezdy, na něž je třeba dbát opravdu citlivě, i tichou jízdu. Spalovací motor zůstal stejný 2360 cm³, ale má nový systém recirkulace výfukových plynů, rozšířené kanály chlazení a integrované sběrné výfukové potrubí – to vše pro nižší spotřebu a vyšší výkon. Celkový systémový výkon dosahuje 225 kW, resp. 306 koní oproti 227 u třetí generace.

Při plně dobité baterii jedete po dálnici i s hodně naloženým vozem za 8 litrů/100 km (a 20 kWh/100 km), s docházející

mezi devíti a desíti. Ve městě pak mezi 5 a 6 litry/100 km. Čistě elektricky dojezd v režimu City 113 km – na městské popojíždění se tedy může změnit v elektromobil. Dobíjí se doma nebo na výkonnějších stanicích – ideálně 50 kWh. U stojanů s 30 kW dobijete na 80 % za něco víc než půlhodinku, doma přes CCS konektor až za 10 hodin při proudu 10 A. Ale postupy lze pečlivě ozkoušet, třeba obě verze dobít střídavým nebo stejnosměrným proudem. Čas ovlivňuje i stav baterie. Komplet pak ujede jistě 700, při obezřetném šetření možná až 800 km. Skutečné náklady na pohon jsou tedy velmi proměnlivé.

Přepracovaný systém zavěšení kol s hydraulickým pouzdem předního spodního ramene a uspořádání řízení, k tomu integrované řízení dynamiky vozidla S-AWC pak přináší i takto rozměrnému a těžkému vozu rozeznatelně lepší jízdní chování za všech situací. Vyšší účinnost brzd dodávají větší kotouče o rozměru 350 mm, skutečně stačí i tady velmi lehká noha (na zřetelně těžké auto).

Rozšířenou verzi textu najdete na www.ttg.cz

➔ **Tomáš Nohejl**

Slunečná terasa v Rittenu, to je druhý domov Sáblíkové, která se rozloučila s olympiádou

Ledový ovál, rozlehlé horské pastviny i pizza...

➤ Jako byste se ocitli na nekonečné, povětšinou sluncem ozářené terase. A z ní se kocháte výhledy na jeden z nejkrásnějších dolomitských masivů Schlern. Nad Eisackým údolím západně nad jihotyrolskou metropolí Bolzanem leží Ritten/Renon, soubor patnácti obcí, z nichž se hlavní Collalbo neboli německy Klobenstein stalo druhým domovem Marty Sáblíkové.

Legendární rychlobruslařka se před pár dny necelých tři sta kilometrů odsud v Miláně rozloučila se svou olympijskou kariérou. A na jaře v nizozemském Heerenveenu skončí její závodní dráha úplně. Po 27 letech spolupráce s trenérem Petrem Novákem, který ji ze začátků soupání nohou doma po parketách dovedl až ke třem olympijským zlatům a jedenadvaceti titulům mistryně světa. V Česku ji však ani za tu dobu a za všechny úspěchy navzdory prázdným slibům politiků tréninkovou dráhu nepostavili...

A tak za ní jezdí na sever Itálie do jihotyrolského Collalba, z domova ve Žďáru nad Sázavou ji odsud dělí okolo osmi hodin cesty. „Máme ji tady dvakrát třikrát do roka už strašně dlouho. V zimě bruslí, v létě jezdí na kole, běhá nebo jezdí na kolečkových bruslích... Zůstává pořád nohama na zemi. Vždycky je příjemná a přátelská, zrovna

tohle podle mě hodně vypovídá o charakteru. Nemá ani speciální požadavky. Chce jen rychlý led a pěkné počasí. A to my umíme zajistit. Škoda, že to teď skončí. Ale doufáme, že se k nám brzy vrátí ať už na dovolenou, nebo jako trenérka. Vždycky ji rádi uvidíme,“ říká šéf zdejší dráhy Roman Trojan, v jehož kanceláři se třepotají české vlaječky.

A v klubové restauraci se na zdi skví Sáblíkové podpis. Na obrovské detailní fotografii nohou v modré kombinéze a v bruslích. Ale ani ředitel, ani kuchař si nejsou jisti, zda právě ty nohy patří Sáblíkové... „Míří sem tolik výborných rychlobruslařů. Třeba nizozemský vytrvalec Sven Kramer, jeden z nejúspěšnějších v historii, naposledy tu letos před olympiádou trénovalo norské a dánské olympijské družstvo,“ krčí rameny Trojan.

„Jezdím tam od roku 2004, vyhrála jsem tam svůj první velký závod – mistrovství Evropy v roce 2007, je to opravdu skoro můj druhý domov. Možná jsem tady strávila víc času než doma... Je to nejen místo na trénink, ale hlavně v létě máme dost času tady zajít si i s místními na pizzu, na procházku,“ vzpomíná sama 38letá rychlobruslařka. Většinou bydlela v apartmánech Spöglerhotels, prožila toho tady spoustu. I nepříjemnou nehodu, kdy se před olympiádou v Pekingu 2022 pořezala bruslí a skonči-



la v nemocnici. Není divu, že už dostala i ocenění zdejšího bruslařského klubu za zásluhu o region i tento sport.

„Vyhovuje nám ta nadmořská výška okolo 1200 metrů, výborná příprava hlavně před závody v Salt Lake City a Calgary, kde je podobná. Máme tam kamarády a ty Dolomity okolo jsou úžasné,“ pokračuje trenér Novák. „Ano, Martina se už teď snaží poradit lidem okolo sebe, s trénováním může začít hned. Mám takový sen, že bude pokračovat po mně a stane se zárukou, že na ni navážou úspěšnými výsledky další čeští rychlobruslaři.“

Také vycházející hvězda, už také čerstvý olympijský vítěz z Milána, nyní 19letý Metoděj Jílek, který začínal na inline bruslích a jehož vede novozélandský kouč Kalon Dobbin, se tady loni zúčastnil juniorského mistrovství světa. Získal čtyři medaile včetně dvou zlatých, už drží i rekord dráhy na 3000 metrů (3:34,09). „Budeme držet palce všem sportovcům, kteří se tady u nás připravují, ale Martině a českému týmu speciálně. Několik lidí od nás v čele s ledařem Lorenzem Wenterem se také v Miláně staralo o tamější olympijskou dráhu,“ dodává Trojan.

➤ Až k vrcholu Rittner Hornu. Na lyžích nebo sněžnicích...

Rychlobruslařská dráha stojí v centru nádherného sportovního areálu s fotbalovými hřišti i krytým plaveckým bazénem a krytou halou, kde hrají hokejisté místního Rittner Baum – ale i oni někdy pořádají zápasy pod otevřeným nebem uprostřed 400metrového ledového oválu. Projděte se poklidnou kolonádou osmatisícového městečka, kam rád jezdíval věhlasný psychoanalytik Sigmund Freud, a dejte si něco dobrého v některé z mnoha restaurací, bister či cukráren.

Ubytování doporučujeme ve čtyřhvězdičkovém Bemelmans Post, který sloužil jako hostinec a přepřežiště koňských spřežení už od 15. století, kdy hlavní tah ze středu Evropy přes Brenner do Itálie vedl právě tudy. Anebo pěkně stranou v přírodě v apartmánech na některé z farem sdružených v Roter Hahn.

Nespěchejte a také se vydejte i na lyže na nedaleký Rittner Horn. Poklidný rodinný skiareál, který je součástí sítě Ortler ski arena (spolu se Suldenem, Schnalstalem nebo Haideralmem), stoupá z Pemmern (1538 m) až k Schwarzseespitze a Rittner

Hornu/Corno del Renon (2260 m). Nabízí 14 kilometrů pohodových šesti sjezdovek s jednou kabinkovou lanovkou, sedačkou a dvěma vleky. Denní skipas stojí 43,50 eura dospělého, postačí i třeba dvouhodinový, materiál si půjčíte.

Nahoře na rozlehlých pastvinách s panoramatickými výhledy se můžete vydat na bezpečný výlet na skialpech nebo běžkách, najdete zde i značené cesty pro sněžnice a pěší. O nekonečné letní nabídce tras všeho druhu ani nemluví. Za pozornost stojí místní unikátní jílové pyramidy s kamennými klobouky, zřícenina hradu Castelpietro, ale hlavně nádherné výhledy na okolní horské kulisy. A na Feltuner Hütte uprostřed mírnoučké sjezdovky pod vrcholem si pak za odměnu poručte jiskřivé prosecco a výtečné fusilli s krevetami.

Po celé náhorní planině jezdí také vláček Rittnerbahn na půvabné úzkokolejce. Jistě, veřejná doprava je i tady s Ritten kartou zdarma. A pokud se vám zasteskne po ruchu města, večer pak stihnete návštěvu jihotyrolské metropole Bolzana, nekonečné serpentiny vás tam svedou do půl hodinky.

➤ Tomáš Nohejl





MINIMALISTICKÝ DESIGN PERFEKTNÍ VÝSLEDEK

PowerShot G7 X Mark III

PowerShot G7 X Mark III je kompaktní společník, který pomůže zachytit všechny momenty v perfektní kvalitě. Do města, na cesty i na spontánní večer s přáteli, kde zvládne fotky i video bez složitého nastavování.

Canon