

HORECA

1. NOVINY PRO HOTELIÉRY ■ VEDOUcí PRACOVNÍKY ■ MARKETÉRY ■ F&B MANAŽERY ■ ŠÉFKUCHAŘE ■ CUKRÁŘE ■ BARMANY ■ BARISTY

Slovenský gastronomický trh

Slovenský trh pohostinství prošel v roce 2024 významnými změnami. Spotřebitelé stále preferují moderní a hybridní gastro podniky.

strana 2

Vzestup mobilních zařízení

Z nedávného průzkumu vyplývá, že 53 % uživatelů web opustí, pokud se načítá déle než 3 vteřiny.

strana 15

**Jak sezónnost ovlivňuje nabídku teplých nápojů**

David Šnajdr, ředitel pro stravování a nápoje z Hermitage Hotel Prague, přináší do rozhovoru zajímavé postřehy o preferencích hostů v oblasti teplých nápojů.

strana 7

Do Prahy loni zavítalo 8,1 milionu turistů

Nejvíce zahraničních návštěvníků přijelo z Německa, Spojených států amerických a Velké Británie. Roste počet cestovatelů z asijských trhů.

strana 16



FOTO: GAULT&MILLAU, FIREMNÍ

Česko zná své nejlepší restaurace a šéfkuchaře

Konec spekulací. O tom, kdo v Česku získá legendární čepice, symbol uznávaného francouzského gastroprůvodce Gault&Millau, je jasno. V lednu bylo slavnostně pokřtěno české vydání Gault&Millau v knižní i online verzi představující ty nejlepší tuzemské restaurace a šéfkuchaře. Nejvyšší počet bodů pro první rok získal Restaurant Papilio, jemuž byly uděleny hned 4 čepice. Šéfkuchařem roku se stal Jan Knedla, v kategorii Šéfkuchař zítřka uspěl Otto Vašák. Titul Mladý talent roku získala Barbora Šimůnková.

Kam na vynikající jídlo se skvělou obsluhou a příjemným prostředím? To poradí česká verze vyhlášeného mezinárodního průvodce gastronomií Gault&Millau. Do zdejšího kulinářského světa slavnostně vstoupil 28. ledna, kdy byli v budově Plodinové burzy ČNB oceněni nejlepší šéfkuchaři a restaurace. Inspektoři Gault&Millau v uplynulém roce anonym-

ně hodnotili stovky kulinářských podniků po celé zemi. V novém průvodci jich je uvedeno celkem 411, přičemž 270 nejlepších restaurací České republiky doplňuje 141 gastroprovazů v kategorii POP. Druhé jmenované sice nejsou inspektoři hodnoteny, ale průvodce je zmiňuje jako zajímavé podniky. Restaurace jsou hodnoceny na škále od 0 do 19,5 bodu, přičemž do průvodce se s recenzí

dostanou jen ty, které získají alespoň 10 bodů. Jedinou restaurací, která získala čtyři čepice, je Restaurant Papilio ve Vysokém Újezdě u Berouna. Tři čepice si pro letošní rok odnáší jedenáct podniků: pražské restaurace La Degustation Bohême Bourgeoise, Dejvická 34 by Tomáš Černý, La Finestra in Cucina, Levitate, Mlýnec, Pot au Feu, Štangl, Stůl, Terasa U Zlaté studně, U Matěje a jihomoravský Restaurant Essens. V Praze bylo oceněných restaurací nejvíce, skvělý gastronomický zážitek však gurmáni najdou i mimo hlavní město. „Mám velkou radost, kolik restaurací napříč celou Českou republikou dosáhlo na ocenění čepicemi. Hodnotících kritérií je mnoho a už jedna čepice je opravdový velkým úspěchem. Česká gastronomie je skvělá, a to na mezinárodní úrovni,“ komentuje Michaela Židlický, Chief of Guide českého průvodce Gault&Millau.

**Ján Kolkus a jeho vize pro Château Bela**

Ponořte se do fascinujícího světa hotelového managementu s Jánem Kolkusem, oceněným „Hoteliérem roku 2023“. Prozkoumáme Kolkusovy inspirace, které ho vedly k hotelnictví.

strana 10

**Jiří Kupricht a jeho gurmánské zážitky**

Jiří Kupricht odhalí, jaké suroviny jsou výrazné pro dokonalý zážitek. Zjistíte, jak se brunch menu připravuje a jak se liší od klasických snídaní.

strana 14

**Revoluce v profesionální kuchyni**

Konvektomaty jsou již v dnešní době nezbytným nástrojem moderní profesionální kuchyně. Přináší do gastronomických provozů efektivitu.

strana 4

INZERCE

**ONLINE
MARKETING**

Provozujete **hotel, restauraci, bar, kavárnu** a nemáte čas spravovat **sociální sítě** nebo **PPC kampaně**?

VÍCE INFORMACÍ:
+420 776 591 940

S NÁMI ZÍSKÁTE ZKUŠENÝ TÝM ZAMĚŘENÝ NA ONLINE MARKETING



PUZZLE restaurant a Clara Café nově na PVA EXPO PRAHA

PUZZLE restaurant a Clara Café rozšiřují svou síť! Návštěvníci výstaviště PVA Letňany si nyní mohou vychutnat skvělou kuchyni i výběrovou kávu Costa Coffee.

„Jsme rádi, že s oblíbenými a osvědčenými koncepty restaurací a kaváren z Aquapalace Praha pomůžeme výstavišti v Letňanech, kde bylo potřeba expedici jídel vysoce zkapacitnit. Během veletrhů očekáváme odbavení až 60 tis osob denně,“ říká generální ředitelka Aquapalace Praha Vladana Horáková.

„PUZZLE restaurant umožňuje sestavit si menu podle chutí. Nabídka zahrnuje zdravá jídla, salátové bary i českou kuchyni,“ vysvětlil provozní ředitel Aquapalace Praha a projektový manažer ABF Catering Aleš Pikal.

Clara Café otvírá další pobočky kaváren a nově mobilní verzi - food truck Clara on Wheel, strategicky umístěný pro rychlý servis. Veškerý gastro servis zajišťuje zkušený tým pod taktovkou Aquapalace Praha s garancí špičkové kvality.



#svethoreca



Slovenský gastronomický trh v roce 2024: Růst tržeb, změna struktury podniků a nové trendy

Slovenský trh gastronómie a pohostinství prošel v roce 2024 významnými změnami. Podle aktuálních dat společnosti Data Servis pokračuje mírný růst počtu provozoven i tržeb, přičemž spotřebitelé stále častěji preferují moderní a hybridní gastro podniky.

Hlavní vývoj trhu On Trade 2025
Počet celoročních provozoven v segmentu On Trade dosáhl na počátku roku 2025 11,9 tisíce, což představuje meziroční nárůst o 2 %. Největší expanzi zaznamenaly kavárny, bistra a bary, které si získávají stále větší oblibu mezi zákazníky (+291 provozoven). Naproti tomu klasické hospody zaznamenaly pokles (-100 provozoven), zejména v menších obcích, kde se stále více transformují na restaurace s nabídkou jídel. Noční život se stále plně neobnovil.

Dynamika trhu a finanční výsledky
Data společnosti Data Servis – informace s.r.o. ukazují pozitivní trend v návštěvnosti i tržbách. Meziročně ve srovnání s 2023 vzrostl počet návštěvníků o 10 % a tržby se zvýšily o 18 %. Průměrná útrata hosta v Q4 2024 činila 8,3 €. Přestože celková návštěvnost zůstává o 5 % nižší než v roce 2019, růst tržeb naznačuje zvýšenou ochotu spotřebitelů utrácet. Pozitivním trendem je také vyšší zastoupení zahraničních hostů, kteří nyní tvoří 14 % návštěvníků, především v restauracích a kavárnách.

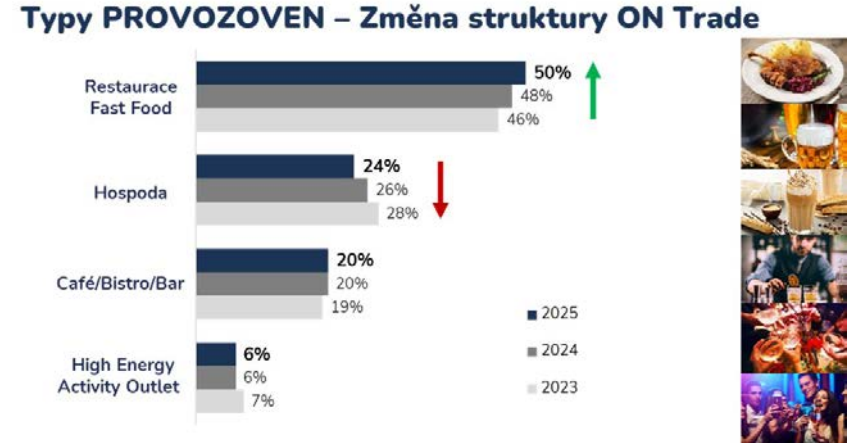
Modernizace a digitalizace
Digitalizace podniků pokračuje – bezhotovostní platby nyní přijímá 69 % podniků, což je o 7 % více než v roce 2022. Rovněž roste využívání sociálních sítí pro marketing a komunikaci se zákazníky – aktivní je na nich více než 75 % podniků, přičemž 43 % z nich spravuje dvě a více platform.

Ekonomické faktory a inflace
Navzdory pozitivním trendům čelí trh ekonomickým výzvám. Inflace v gastronomii v rámci EU dosáhla v prosinci 2024 úrovně 4,5 %, což však potvrzuje klesající trend z předchozích měsíců (nejvyšší inflace byla v únoru 2023 na 9,8 %). Spotřebitelé jsou ochotni více utrácet, ale podniky musí pečlivě optimalizovat své náklady.

Trendy pro rok 2025: hybridní podniky, alternativa k masu a fermentace
Gastronomie se nadále vyvíjí směrem k flexibilnějším a inovativním konceptům.

Těm. Trendem jsou hybridní podniky, které kombinují snídaně, denní menu, kavárenské služby a večerní zábavu. Roste zájem o menší bistra, food trucky a pop-up podniky.

Celosvětově mezi další klíčové trendy pro rok 2025 patří alternativní zdroje bílkovin – rostlinné produkty, fermentované suroviny a hmyzí proteiny s vysokou výživovou hodnotou a minimálním ekologickým dopadem. Fermentace se dostává do popředí nejen v podobě oblíbeného kimchi a kombuchy, ale také méně známých produktů jako miso (pasta z fermentovaných sójových bobů) a shoyu (přírodně fermentovaná sójová omáčka).



Využití sociálních sítí 2024



PARTNEŘI REDAKCE:



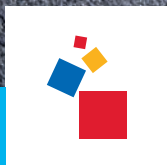
TIRÁŽ:

SVĚT HORECA – noviny pro podnikatele z oblasti pohostinství a hotelnictví. **VYDAVATEL:** 1. Press Real Group, spol. s r.o., vydavatel B2B titulů: Svět HORECA, Svět OBCHODU, MODERNÍ JÍDELNA IČO: 28459971, DIČ: CZ28459971 **ADRESA REDAKCE:** Jana Hanuše 251, 254 01 Jílové u Prahy **SPOJENÍ:** www.svethg.cz. **ŠÉFREDAKTOR:** Jaroslava Chudá, gsm: 776 591 940, e-mail: chuda@lprg.cz. **REDAKCE:** redakce@lprg.cz **PRODEJ INZERCE:** gsm: 776 591 940, e-mail: chuda@lprg.cz. **AUTO-RIZACE:** MK ČR E 10139, povoleno Ministerstvem kultury ČR. Redakci nevyžádané rukopisy, fotografie a kresby se nevracejí. Za věcnou správnost textů a obsah článků odpovídají autoři. Texty označené zkratkou -PR- jsou placenou inzercí, za text a obsah inzerátů odpovídají zadavatelé ČR. **ISSN: 2336-7792.** Redakci zveřejněné příspěvky nemusejí vyjadřovat názor redakce. Publikování nebo šíření jakéhokoli materiálu z časopisu či týdenního zpravodajství bez písemného souhlasu vydavatele je zakázáno. Vydavatel si vyhrazuje právo publikované materiály zveřejnit na internetu.

IFFA

3.–8. 5. 2025

Frankfurt nad Mohanem



Rethinking meat and proteins

Efektivita v každém kroku –
zpracování, balení, prodej.

Bud'te u toho!
iffa.com

info@czechrepublic.messefrankfurt.com

Tel. +420
233 355 246

messe frankfurt



Revoluce v profesionální kuchyni

Konvektomaty jsou již v dnešní době nezbytným nástrojem moderní profesionální kuchyně. Jejich schopnost kombinovat různé způsoby přípravy jídla, jako je pečení, vaření, grilování a dušení, přináší do gastronomických provozů efektivitu, konzistenci a vysokou kvalitu výsledného pokrmu.

TEXT: REDAKCE SVĚT HORECA FOTO: RETIGO

Kuchaři dnes čelí rostoucím nárokům na rychlost a kvalitu přípravy jídla. Konvektomaty jim v tomto směru poskytují neocenitelnou podporu. Kuchaři mohou například programovat konkrétní recepty a nastavit ideální teplotu a vlhkost pro každý druh pokrmu. Umožňují hromadnou přípravu jídel, což je zvláště výhodné v restauracích, hotelech nebo cateringu.

Navíc díky funkcím, jako je pára a grilování, mohou kuchaři experimentovat s novými technikami vaření a vytvářet inovativní pokrmy, které by bylo těžké připravit tradičními metodami.

Na co se zaměřit při výběru konvektomatu?

Při výběru konvektomatu je důležité zvážit několik klíčových kritérií, která mohou ovlivnit efektivitu, náklady a dlouhodobé používání tohoto zařízení v kuchyni. Zde jsou některá hlavní kritéria:

▪ Kapacita konvektomatu

Určete, kolik porcí budete potřebovat připravit. Kapacita konvektomatu se často udává v počtu plechů (např. 6, 10 nebo 20 plechů). Ujistěte se, že zvolíte model, který vyhovuje vašim potřebám.

▪ Velikost a rozměry

Zkontrolujte, zda se konvektomat vejde do prostoru vaší kuchyně. Mějte na paměti nejen vnější rozměry, ale i vnitřní uspořádání pro snadnou manipulaci s plechy.

▪ Typ ohřevu

Kombinovaný ohřev (parní a horkovzdušný) je nejběžnější volbou. Pára je ideální pro udržení vlhkosti a jemnosti pokrmů, zatímco

horký vzduch je skvělé pro pečení a zapečení. Některé modely umožňují i plně kombinovaný režim, který využívá obě technologie.

▪ Účinnost a energetická spotřeba

Vyberte konvektomat s co nejlepší energetickou účinností, což vám může ušetřit náklady na provoz. Hledejte modely s energetickými štítky nebo recenzemi, které vám dají představu o spotřebě.

▪ Ovládání a programy

Moderní konvektomaty mají často digitální ovládání s možností nastavit různé teploty, vlhkost a časy vaření. Některé modely mají přednastavené programy pro různé typy jídel, což usnadňuje používání.

▪ Možnosti čištění

Systém samočištění je výhodou, protože zjednodušuje údržbu zařízení. Některé konvektomaty mají automatický systém, který pomáhá udržovat vnitřek čistý a hygienický.

▪ Funkce pro pečení a grilování

Pokud máte zájem o pečení, grilování nebo přípravu jídla na více způsobů, zkontrolujte, zda konvektomat nabízí specifické režimy pro tyto úkoly.

▪ Cena a záruka

Cena je samozřejmě klíčová, ale zohledněte i hodnotu, kterou zařízení poskytuje. Vyšší cena může být ospravedlněná lepšími funkcemi nebo dlouhodobou spolehlivostí. Důležitá je také délka záruky a možnosti servisu.

Například společnost Retigo nabízí ke každému nově zakoupenému konvektomatu prodlouženou záruku na dobu tří let. Více informací najdete na www.retigo.cz.

Přínosy konvektomatu

1. Úspora času a energie

Konvektomaty výrazně zkracují dobu přípravy pokrmů. Díky konvekčnímu ohřevu (proudění horkého vzduchu) dochází k rovnoměrnému prohřívání pokrmů, což zajišťuje rychlé dosažení požadované teploty. Tato rychlost přípravy nejen šetří čas kuchařů, ale také snižuje energetickou náročnost provozu.

2. Vysoká kvalita pokrmů

Konvektomaty umožňují precizní kontrolu teploty a vlhkosti, což vede k rovnoměrnému propečení, zachování textury a chuti potravin. Pokrmy jsou v konvektomatech připravovány s maximální péčí, což se projevuje ve vysoké kvalitě výsledného jídla.

3. Všestrannost

Jedním z hlavních přínosů konvektomatů je jejich všestrannost. Kuchař může pomocí jednoho zařízení připravovat různé druhy pokrmů – od pečených mas, přes grilování, až po vaření v páře a dušení. Tato flexibilita činí konvektomaty ideálními pro rušné gastronomické provozy, které potřebují maximálně efektivně využívat svůj prostor a čas.

4. Konzistence výsledků

Při použití konvektomatu dochází k standardizaci přípravy pokrmů. Nastavení teploty a vlhkosti umožňuje, že každý pokrm bude mít stejnou kvalitu bez ohledu na to, kdo jej připravuje. Tato konzistence je klíčová pro restaurace, které se snaží udržet vysoký standard služeb.

5. Šetrnost k surovinám

Díky optimální regulaci teploty a vlhkosti konvektomaty pomáhají zachovat živiny a chuť potravin. Dále snižují ztrátu šťávy u masa nebo zeleniny, což vede k úspoře surovin.

▪ Bezpečnostní funkce

Zkontrolujte, zda konvektomat obsahuje bezpečnostní prvky, jako je ochrana proti přehřátí, bezpečnostní zámky nebo automatické vypnutí při nečinnosti.

▪ Značka a reference

Doporučuje se vybrat konvektomat od renomovaných značek, které jsou známé svou kvalitou a spolehlivostí. Čtete recenze a zkoumejte zkušenosti ostatních uživatelů, abyste si byli jisti, že zařízení splní vaše požadavky.

Školení obsluhy

Pro správné využití konvektomatů je kladen velký důraz na proškolení personálu. Kuchaři a obsluha musí být dobře seznámeni s funkcemi přístroje, aby dokázali efektivně využívat jeho potenciál. Mnozí výrobci konvektomatů nabízejí školení, která zahrnují jak teoretické, tak praktické části.

Tato školení jsou klíčová pro správný a bezpečný provoz konvektomatů, stejně jako pro zajištění vysoké kvality pokrmů.

Konvektomaty jsou nepostradatelným nástrojem pro moderní gastronomické provozy. Díky své flexibilitě, efektivitě a schopnosti zajišťovat vysokou kvalitu pokrmů jsou ideální volbou pro profesionální kuchyně. Se stále rostoucími nároky na udržitelnost, rychlost a zdraví je zřejmé, že konvektomaty budou i nadále hrát klíčovou roli ve vývoji gastronomických technologií. Pro správné využití jejich potenciálu je však nezbytné kvalitní školení obsluhy a udržování zařízení v perfektním stavu.

Investice do konvektomatu Retigo se velmi rychle vrátí

V rámci rozhovoru s Petrou Trlicovou, marketingovou manažerkou společnosti Retigo s.r.o., která se déle jak 30 let specializuje na výrobu konvektomatů v Čechách, jsme se zaměřili na kvality a inovace varných technologií. Zajímavé jsou také rozdílné požadavky kuchařů dle zahraničních trhů, kde Retigo působí.

TEXT: REDAKCE SVĚT HORECA FOTO: RETIGO

Jaké novinky jste uvedli na trh?

Důležitost inovací jako firma vnímáme v plném rozsahu. Stávající modely konvektomatů zůstávají se svými řešeními stále konkurenceschopné. Na dalších inovacích pracujeme. Jde hlavně o to, aby inovace byly spolehlivé a přinesly praktický přínos do kuchyní. Z uvedeného důvodu se nesnažíme o každoroční uvádění novinek.

Od kuchařů a obchodních partnerů víme, co je pro naše zákazníky důležité, a na tyto oblasti se zaměřujeme.

Velké množství novinek se objevilo v naší výrobě. Investice do nejmodernějších technologií umožňují držet či dokonce zvyšovat kvalitu. Současně s tím se nám daří snižovat dopady našich aktivit a produktů na životní prostředí.

Na vašem webu retigo.cz uvádíte zajímavý výčet referencí. Liší se požadavky kuchařů dle trhů?

Ano, každý trh je jiný a má jiné požadavky. Ve východní Asii je důležitá rychlost stroje a kvalita páry. Tamní kuchaři vaří spoustu rýže a ryb, a proto jsou pro ně vhodnější bojlerové

konvektomaty. Američané zase hodně smaží a grilují, a pro tyto účely je důležitá klapka. Francouzi zase upřednostňují jednoduchost a využívají převážně ruční režim.

Jak zajišťujete servis odběratelům v zahraničí? Například na Taiwanu nebo ve Vietnamu?

V Asii máme zřízenou pobočku Retigo Asia, kde máme proškolené zaměstnance. Krom toho servis zajišťujeme také přes naše partnery.

Co odlišuje vaši značku od konkurence?

Naše společnost staví na pevných základech, které se odrážejí ve výsledné kvalitě našich produktů. Vyrábíme konvektomaty z odolných materiálů, při výrobě používáme vysoce kvalitní nerez, která je netoxická a zaručuje dlouhou životnost. Konvektomaty jsou navrženy s ohledem na ergonomii a bezpečnost, což dokládají například zásuvy napříč.

Jak jste na tom s energetickou náročností vašich konvektomatů?

Investice do konvektomatu Retigo se velmi

rychle vrátí. Jsme hrdým partnerem programu Energy Star, který podporuje úsporu energií a ochranu životního prostředí. Naše konvektomaty mají oproti běžným kuchyňským spotřebičům násobně nižší spotřebu vody a elektrické energie. Toho dosahujeme díky našim pokročilým technologiím, jako je patentovaný systém odsávání vlhkosti, který umožňuje přípravu několika pokrmů současně bez přenosu vůně, vestavěný výměník nebo třeba pokročilý systém nástřiku. Vlastní SW a elektronika vyvíjená v kooperaci s tradiční českou firmou v regionu, umožňují díky chytré regulaci další úspory. Velkým pomocníkem pro úsporu energií je také 50 mm tlustá tepelná izolace a trojitě dveřní sklo. Majitelé konvektomatů také s oblibou využívají nízkoteplotní pečení přes noc.

Které funkce usnadňují kuchařům práci?

Jednoduchost ovládání, úprava základní obrazovky, klapka pro odtah přebytečné vlhkosti a v neposlední řadě 7 rychlostí ventilátoru.

Co si máme představit pod živým vařením?

Jedná se o praktickou ukázkou vaření sezonního menu výhradně za pomoci v konvektomatu, praktické předvedení funkcí a ochutnávku pokrmů. Kuchaři na těchto akcích také sdílejí rady a tipy.

Nad rámec vašeho showroomu v Praze a výrobního závodu v Rožnově pod Radhoštěm se mohou zákazníci seznámit s va-

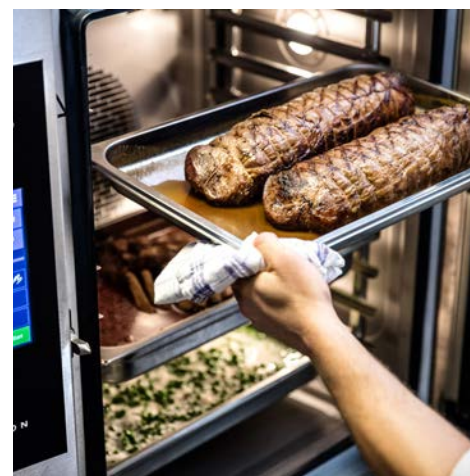


FOTO: RETIGO

šimi produkty na veletrzích. Kde se budete tento rok prezentovat?

V České republice nás můžete potkat třeba na veletrzích Fany Expo a Makro Czech Gastro Fest. Už za pár týdnů budeme vystavovat na zahraničních výstavách, jako jsou Internorga v německém Hamburku, HRC ve Velké Británii a Hotelex v Číně. Na podzim nás čekají výstavy Host v Itálii, Alles für den Gast v Rakousku a Horeca Expo v Belgii.

Jaké máte před sebou výzvy v rámci dalšího rozvoje společnosti?

Naše společnost si klade za cíl neustále se vyvíjet a dále vylepšovat funkčnost našich strojů. Snažíme se včas reagovat na měnící se potřeby našich zákazníků a zavádět inovace, které konvektomaty Retigo posunou na ještě vyšší úroveň. Současně se maximálně snažíme držet vysokou kvalitu a spolehlivost jedinečných českých konvektomatů světového jména. Výzvy, které nás čekají, nás motivují k hledání nových řešení a technologií pro efektivnější a udržitelnější gastronomii.

INZERCE

České parní konvektomaty Vision



- + Prémiová kvalita a zpracování
- + 3 roky záruky*
- + Ekonomické automatické mytí
- + Nízká spotřeba energie
- + Perfektní výsledky vaření každý den
- + Vzdálená správa a ovládání
- + 8 velikostí
- + Dlouhá životnost, rychlá návratnost investice

*podrobné informace na webu

retigo®

SPECIALISTA NA KONVEKTOMATY

www.retigo.cz

Teplé nápoje v hotelovém světě: Od ranního espressa po večerní čaj



FOTO: VIENNA HOUSE BY WYNHAM D'LOMAT PRAGUE

Káva je více než jen nápoj; je klíčovou součástí zážitku hotelových hostů, kteří významně ovlivňuje jejich spokojenost a vzpomínky na pobyt. Kvalitní káva může být důležitým faktorem, který zajistí pozitivní recenze a návrat hostů. Pro mnohé je ranní šálek kávy či čaje nepostradatelnou součástí dne, který dodává energii a zlepšuje náladu. Hotely se snaží poskytnout různé druhy teplých nápojů, čímž uspokojí rozmanité preference svých hostů. V našem článku se dozvíte jaké druhy teplých nápojů hotely nabízejí a také jejich historii. Zjistíte, jaké jsou nové trendy a zajímavosti ze světa kávy a čaje.

TEXT: KATEŘINA ŠTEVKOVÁ FOTO: FIREMNI

Káva má výrazný dopad na hodnocení hotelu

Káva hraje zásadní roli v zážitku hotelových hostů a ovlivňuje jejich celkovou spokojenost během pobytu. Nabídka kvalitní kávy v hotelu může být rozhodujícím faktorem, který přispívá k pozitivním recenzím a k návratu hostů. Hotely obvykle nabízejí širokou škálu kávových nápojů, aby vyhověly různým preferencím svých hostů. Mezi nejběžnější typy patří espresso, které je základem mnoha dalších kávových specialit, jako jsou cappuccino, latte a americano. Pro milovníky jemnější kávy je zde často dostupná i filtrovaná káva, která poskytuje plný a aromatický zážitek. V luxusnějších hotelech může být nabídka obohacena o speciality, jako je frappuccino nebo různé druhy káv z celého světa, jako jsou například etiopská nebo kolumbijská káva. Kromě toho,

mnoho hotelů nabízí možnost výběru různých druhů mléka a alternativních mlék, aby uspokojily potřeby hostů s různými dietními požadavky.

Zdraví na předních příčkách oblíbenosti

Chai latte získává na oblíbenosti a dostává se do nabídky luxusních hotelů. Jedná se o teplý nápoj, který kombinuje bohatou chuť kořeněného čaje a jemnost mléka. Pochází z indického subkontinentu, kde je tradičně známý jako „masala chai“.

Ekologické nápoje

Zvýšené povědomí o ekologických otázkách má za následek rostoucí poptávku po ekologických nápojích. Zákazníci stále častěji hledají produkty, které jsou vyrobeny z bio kávy, čajů a dalších přírodních ingrediencí. Výběrová

Trendy a inovace

Personalizované zážitky: Hotelové systémy se stávají sofistikovanějšími a umožňují personalizované zážitky pro hosty. To zahrnuje přizpůsobení nabídky nápojů podle preferencí hosta, což může zahrnovat speciální směsi čajů nebo kávy.

Automatizované systémy: V hotelovém průmyslu se stále více používají automatizované systémy pro servírování nápojů. To zahrnuje použití chytrých kávovarů, které mohou připravit nápoj podle osobních preferencí hosta.

Bezkontaktní servis: V důsledku pandemie se bezkontaktní servis stal zásadním aspektem moderního pohostinství. Hosté si nyní mohou užívat komfortu online objednávky jídla na pokoj, což minimalizuje fyzický kontakt s personálem. Bezkontaktní check-in a check-out procesy, spolu s bezkontaktními klíčovými systémy, zajišťují nejen bezpečnost, ale také pohodlí, což zvyšuje celkovou spokojenost hostů.

káva, která se vyznačuje hodnocením nad 80 bodů z 100, přináší nejen vyšší kvalitu, ale také transparentnost ohledně jejího původu. Spolupráce s lokálními pražírny podporuje místní podnikatele a umožňuje zákazníkům zúčastnit se cuppingu, což zajišťuje ještě lepší výběr kávy a posiluje komunitní vazby.

Trh s kávou čelí těžkým časům

Na začátku roku 2024 dosáhla cena kávy arabica rekordních 3,44 dolaru za libru, což odpovídá 182 korunám za kilogram. Od začátku roku její cena vzrostla o osmdesát procent. Tento výrazný nárůst je důsledkem obav ze snížení produkce, přičemž hlavními důvody jsou extrémní počasí v Brazílii a Vietnamu. Brazílie, jako největší producent arabiky, zažila největší sucho za posledních 70 let, následované silnými dešti na podzim. Vietnam, který produkuje většinu světové robusty, zase čelil záplavám, které zpozdily úrodu. Cenové tlaky jsou patrné i u robusty, kde ceny vzrostly o dvě třetiny od začátku roku. Analytici předpovídají další růst cen kvůli pokračujícím obavám z nízké úrody v roce 2025.

Čaj více než nápoj

Čaj představuje důležitý prvek pohostinnosti v hotelích, který přispívá k celkovému komfortu a spokojenosti hostů. Nabídka kvalitního

Dobrá káva jako marketingový nástroj hotelu

Ranní rutina:

Pro mnoho hostů je ranní šálek kávy nezbytností. Dobrá káva může zpříjemnit jejich ráno a poskytnout potřebnou energii na celý den. Hotelové snídaně často zahrnují široký výběr kávových specialit, což hosté velmi oceňují.

Pohostinnost a komfort:

Káva v hotelových pokojích, například v podobě kávovarů nebo kávových kapslí, dodává pocit pohostinnosti a komfortu. Hosté si mohou vychutnat šálek kávy v soukromí svého pokoje, což přispívá k jejich pohodlí.

Socializace a setkání:

Hotelové lobby a kavárny jsou místa, kde se hosté mohou setkávat, relaxovat a socializovat. Káva zde hraje klíčovou roli jako nápoj, který podporuje konverzaci a setkávání lidí.

Zážitky a prestiž:

Pro hotely vyšší kategorie je nabídka prémiových kávových specialit součástí jejich image. Exkluzivní druhy kávy a speciální kávové nápoje mohou zvýšit prestiž hotelu a nabídnout hostům jedinečný zážitek.

David Šnajdr z Hermitage Hotel Prague: Jak sezónnost a inovace ovlivňují nabídku teplých nápojů



David Šnajdr, ředitel pro stravování a nápoje, přináší do rozhovoru zajímavé postřehy o preferencích hostů v oblasti teplých nápojů. Nejpopulárnějšími nápoji v jejich nabídce jsou cappuccino, espresso a americano. Tento rok zaznamenali výrazný nárůst zájmu o horké limonády. Sezónnost hraje významnou roli, přičemž v zimě roste prodej teplých nápojů o 55 %. David se podělil o nabídku kvalitní kávy Illy a čajů Ronnenfeld, stejně jako o své preference v přípravě kávy a párování čaje s pokrmy. Navíc zdůraznil, že si hotel vyrábí vlastní čokoládové pralinky ke kávě, což je jistě potěšení pro hosty.

Které teplé nápoje jsou u vašich zákazníků nejpopulárnější?

Mezi nejpopulárnější (nejprodávanější) teplé nápoje u nás patří především cappuccino, espresso & americano.

Jaké trendy v oblasti teplých nápojů jste zaznamenali v poslední době?

Tento rok oproti předešlým obdobím, jsme zaznamenali větší zájem o horké limonády.

Jak ovlivňuje sezóna výběr teplých nápojů, které nabízíte?

Asi nás nepřekvapí, že v zimním období se prodá razantně větší množství teplých nápojů než v létě. U nás v hotelu je nárůst kolem 55 %.

Jaké druhy kávy a čaje máte v nabídce a jak si vybíráte jejich dodavatele?

V naší nabídce hosté mohou ochutnat kávu Illy 100% Arabica a čaje od společnosti Ronnenfeld řadu Leafcup. Na snídaních nabízíme také čaje Ronnenfeld ale řadu Teavelope.

S dodavatelem kávy a čaje máme letě zkušenosti a jsme s nimi velice spokojeni.

Jakou metodu přípravy kávy preferujete a proč?

Já osobně preferuji přípravu kávy espresso – čerstvě namletá káva a kávovar s dostatečným tlakem. Tak dle mého názoru maximálně vyniknou veškeré druhy a chutě kávy.

Jaké jsou vaše tipy na párování čaje s pokrmy?

Můj tip? Silnější čaje (černý čaj) bych viděl u sytých jídel. Zelený čaj k mořským plodům nebo asijské kuchyni a ovocný čaj k dezertům.

Nabízíte nějaké speciality z horké čokolády, které by zákazníci mohli překvapit? Případně nabízíte ke kávě čokoládové pralinky?

Speciality z horké čokolády nemáme, každopádně „pralinky“ ke kávě si vyrábíme vlastní.

Čaje může poskytnout hostům pocit domova a luxusu. Během snídaně si hosté mohou vychutnat širokou škálu čajových variant, což jim umožňuje začít den podle svých preferencí a rituálů. Čaj je také populární volbou pro relaxaci po celodenním programu, ať už jde o bylinkové čaje před spaním nebo o luxusní odpolední čaj v hotelovém lounge. Kromě toho může čaj sloužit jako prostředek pro socializaci a setkávání hostů, podobně jako káva. Celkově vzato, čaj je více než jen nápoj; je součástí zážitku, který hotel nabízí svým hostům, a přispívá k jejich pohodě a spokojenosti.

Horká čokoláda a kakao

Horká čokoláda a kakao jsou oblíbené teplé nápoje, které poskytují útulný a hřejivý zážitek, zejména v chladnějších měsících. Horká čokoláda je bohatý a krémový nápoj připravený z kvalitní čokolády rozpuštěné v horkém mléce

nebo vodě. Často se podává se šlehačkou nebo marshmallows na vrcholu pro extra lahodnost. Kakao, na druhou stranu, je méně intenzivní a je vyrobeno z kakaového prášku smíchaného s horkým mlékem nebo vodou. Oba nápoje jsou skvělými volbami pro hosty hledající něco sladkého a uklidňujícího na konci dne.

Jiné teplé nápoje

Kromě tradičních čajů a kávy mnoho hotelů nabízí široký výběr dalších teplých nápojů pro uspokojení různých chutí svých hostů. Mezi tyto nápoje patří různé bylinné infuze, jako je máta nebo heřmánek, které jsou ideální pro relaxaci. Některé hotely také nabízejí různé druhy teplých mléčných nápojů, jako je kurkumové latte nebo teplé mléko s medem, které jsou oblíbené díky svým uklidňujícím vlastnostem. Nabídka těchto nápojů přispívá k pocitu pohodlí a péče, což je pro hosty velmi důležité.

Jaké kafe?

Z druhů kávy mezi „kávomilci“ vede zrnková (včetně mleté), kterou pije 78 %. Instantní pije 50 % a instantní kávové směsi typu 3v1 21 %. Ti, kteří pijí zrnkovou kávu, nejvíce preferují její přípravu v espresso kávovaru (49 %), ať už v pákovém, nebo automatickém.

Druhým nejoblíbenějším způsobem přípravy zrnkové kávy je zalití neboli „turek“ (24 %), ten je ale výrazně populárnější u mužů (28 %) než u žen (20 %) a také spíše u starších ročníků. 8 % preferuje kapslový kávovar. Z typů nápoje ze zrnkové kávy je nejpopulárnější espresso s mlékem (cappuccino, caffè latte apod.), které preferuje 34 %. Samotné espresso (příp. ristretto či lungo) preferuje 23 %.

Kde Češi kafe nakupují a pijí?

Češi pijí kávu nejčastěji doma (63 %). Necelá čtvrtina (24 %) ji nejčastěji pije v práci nebo ve škole. Pouze 5 % si kafe nejčastěji dává v kavárně či restauraci, na návštěvě potom 4 %. Opět je zde ale značný rozdíl v chování skupiny 15 až 24 let – pro tuto věkovou skupinu je totiž pití kávy v kavárně či restauraci běžnější (26 %) než v práci či škole (20 %).

Zdroj: Výzkum realizovala společnost Nielsen metodou online sběru na vzorku tisícovky respondentů z Českého národního panelu starších 15 let.

INZERCE

NABÍDNĚTE HOSTŮM TO NEJLEPŠÍ ZE SVĚTA

KÁVY ■ ČAJŮ

Pokud máte rádi **italskou kávu**, Tapirro Caffé je ta správná volba. Umíme zajistit i technologii na přípravu kávy

Nabízíme **luxusní španělský čaj** od firmy Semper Tea v BIO kvalitě, balený po porcích v designové krabičce v ekologicky rozložitelných pyramidkách nebo sypaný.

PRO VÍCE INFORMACÍ NÁS KONTAKTUJTE:
gsm: +420 608 866 423 e-mail: info@tapirrocaffe.cz

www.tapirrocaffe.cz



FOTO: TCHIBO CZ&SK

Jihlavanka otevírá síť coffee-to-go kaváren

Značka Jihlavanka vstupuje na kavárenský trh. V Praze na Palmovce otevřela svoji první kavárnu, která nabízí širokou nabídku kávových nápojů a občerstvení s sebou za dostupné ceny. Chce tak navázat na úspěšné zahraniční koncepty a síť coffee-to-go kaváren a kiosků zaplnit mezeru na trhu. Pomoci jí k tomu má vysoká známost značky, dobrý poměr ceny a kvality a pečlivý výběr lokalit s vysokou frekvencí zákazníků.

Jihlavanka má za sebou třicetiletou tradici a její podíl na trhu mleté kávy v objemu činí vysokých 55 %. Značka je synonymem pro poctivost, jednoduchost a výborný poměr ceny a kvality.

Jan Suchánek, generální ředitel společnosti Tchibo pro Česko a Slovensko, která značku Jihlavanka vlastní, k otevření Jihlavanka café uvedl: „Trend konzumace kávy mimo domov stále roste. Lidé si stále častěji dávají kávu v kavárnách nebo si ji berou s sebou. Naším cílem bylo vytvořit koncept, který umožní lidem na cestách vychutnat si kvalitní kávu za dostupnou cenu. Jihlavanka café jsme navrhli tak, aby oslovila nejen naše věrné zákazníky, ale i nové spotřebitele, kteří preferují espresso a mléčné kávové nápoje.“

Káva a občerstvení pro každého

Jihlavanka café se zaměřuje na jednoduchost a snadnou přípravu všech produktů. Láká na espresso za pouhých 29 Kč a širokou nabídku občerstvení, včetně unikátní nabídky populárních českých dukátků (buchtiček) se šodó, koblížků s různými náplněmi, koláčků a čerstvě upečených preclíků.

Kromě toho si zákazníci mohou vychutnat mléčné kávové nápoje i správně připraveného tradičního českého „turka“. Aby zvýšila frekvenci nákupů, bude Jihlavanka café pravidelně obměňovat cenově výhodné kombinace kávy a snacků.

Strategická lokalita

Palmovku, významný uzel městské veřejné dopravy, značka vybrala jako ideální místo pro první Jihlavanka café. Kavárna se nachází přímo na stanici tramvaje Palmovka a jen pár desítek metrů od výstupu z metra do ulice Zenklova, což zajišťuje vysokou frekvenci pohybu lidí. I přes kompaktní rozměry kavárny, pouhých 18 m² prodejní plochy, je díky prosklení a výrazným barvám nepřehlédnutelná.

Plány na expanzi

„Jihlavanka café přináší na český trh zcela nový druh kaváren. Pokud se osvědčí, plánujeme ještě letos otevřít několik Jihlavanka café v Praze i dalších větších městech. Chceme být flexibilní a přizpůsobovat se různým typům prostor, ať už jde o kamenné prodejny, prodejní okénka nebo stánky. Klíčovým faktorem pro expanzi budou vždy místa s vysokou frekvencí zákazníků, jako jsou rušné ulice, zastávky hromadné dopravy, nemocnice a nádraží,“ dodal Jan Suchánek.

Aromatické zážitky: Tajemství teplých nápojů podle šéfkuchaře Jana Schánila

V rozhovoru s Janem Schánilem, šéfkuchařem hotelu Vienna House by Wyndham Diplomat Prague a restaurace Bull & Bonito, se dozvíte o oblíbených teplých nápojích, které hosté preferují, a o nejnovějších trendech v této oblasti. Jan se podělí o své zkušenosti s výběrem dodavatelů kávy a čaje. Zjistíte také, kávové a čajové speciality jaké doporučuje pro zimní období, a objevíte tipy na párování čaje s pokrmy. Nechybí ani překvapivé čokoládové speciality a alternativy ke kávě, které stojí za vyzkoušení.



Které teplé nápoje jsou u vašich zákazníků nejpopulárnější?

Mezi nejoblíbenější teplé nápoje hostů ve Vienna House by Wyndham Diplomat Prague patří především klasické espresso a cappuccino, které oceňují pro jejich intenzivní chuť a vyváženost. Velmi populární je také Latte macchiato, díky své jemné mléčné textuře a možnosti ochucení sirupy. U hostů, kteří preferují alternativy ke kávě, je velký zájem o Chai Latté a Matcha Tea, které nabízejí jedinečné chuťové zážitky a zdraví prospěšné benefity.

V zimním období se těší oblibě horká čokoláda a sezónní speciality, jako například nápoje s přídavkem koření, ovoce nebo oříškových příchutí. Oblíbené jsou i kvalitní sypané i čerstvé čaje, a to zejména bylinkové nebo ovocné varianty, které lákají svou vůní a chutí.

V letním období nabízíme osvěžující domácí ledové čaje, připravené z kvalitních ingrediencí, které si můžete vychutnat v různých příchutích. Pro milovníky kávy máme k dispozici kávu s domácí zmrzlinou z naší hotelové cukrárny, která je vyrobená z pečlivě vybraných surovin. Velmi oblíbenou variantou je také cold brew, které podáváme nejen samotné, ale i v kombinaci s martini nebo jako lahodný kávový koktejl – ideální volba pro ty, kteří hledají něco jedinečného a osvěžujícího.

Jaké trendy v oblasti teplých nápojů jste zaznamenali v poslední době?

V poslední době jsme zaznamenali několik výrazných trendů v oblasti teplých nápojů. Stále větší popularitě se těší alternativy ke klasické kávě, jako jsou Chai

Latté, Matcha Tea nebo kurkumové latté, které spojují zajímavé chutě s benefity pro zdraví.

Hosté také čím dál častěji vyhledávají kávu a čaje s původem, tedy nápoje připravené z kvalitních, eticky získaných surovin, často s označením fair trade nebo bio. Důležitá je také udržitelnost. Sedlinu z kávovarů tak nevyhazujeme, ale sušíme a znovu využíváme jako hnojivo.

Dalším trendem je personalizace, kdy si hosté mohou zvolit například typ mléka (ovesné, mandlové, sójové) nebo přizpůsobit sladkost nápoje. Roste také obliba sezónních specialit, například ochucených káv s dýňovým kořením nebo zimních čajů s kořením a ovocem, které přinášejí jedinečný zážitek spojený s aktuálním obdobím. Tyto trendy odrážejí rostoucí zájem zákazníků o kvalitní, originální a individuálně přizpůsobené nápoje.

Káva a čaj ale nemusí být jen lahodné nápoje. Mají mnoho využití. Dají se využít jako infuze k nejrůznějším pokrmům, například je servírujeme konferenčním hostům během coffee breaků. Vyvařený čas (například heřmánkový) je pak zase perfektní na uzení, a to nejen masa, ale i sýrů.

Jak ovlivňuje sezóna výběr teplých nápojů, které nabízíte?

Sezóna má velký vliv na výběr teplých nápojů, které nabízíme. V zimních měsících se naši hosté často rozhodují pro nápoje tzv. na zahřátí - s kořeněnými příchutěmi, jako je Chai Latté nebo horká čokoláda se skořicí a kardamomem, které mají zvláštní kouzlo. V letních měsících naopak

nabízíme více lehčích čajů, čerstvé čaje z bylinkové zahrádky a ledové varianty, jako je iced latte nebo ledový matcha, které osvěží. Sezónní nabídky se také často mění, přičemž v zimě přidáváme různé sezónní ochucené nápoje, jako je dýňové latte nebo perníčkovou kávu, které odrážejí aktuální období a jeho náladu. Naše nabídka se tedy neustále přizpůsobuje ročnímu období, aby vyhovovala aktuálním chutím a potřebám našich hostů.

Jaké druhy kávy a čaje máte v nabídce a jak si vybíráte jejich dodavatele?

Ve Vienna House by Wyndham Diplomat Prague již více než 15 let úspěšně spolupracujeme s firmou Julius Meinl, která je symbolem tradice vídeňských kaváren a zároveň je spjata s místem vzniku značky Vienna House by Wyndham. Julius Meinl zároveň nabízí fair trade bio kávu, která se pyšní vynikající chutí a je zároveň šetrná k životnímu prostředí.

Jakou metodu přípravy kávy preferujete a proč?

Nejlepší káva je ta káva, která je s láskou připravená naším baristou, z kvalitních kávových zrn a za pomoci těch nejspičkovějších přístrojů.

Víme, že káva je velmi důležitá součást dne. Proto nabízíme ve Vienna House by Wyndham Diplomat Prague benefit pro naše hosty - výtečnou kávu připravenou baristou každodenně v rámci bufetových snídaní.

Jaké kávové speciality doporučujete pro zimní období?

Pro zimní období u nás doporučujeme především dýňové latte a perníčkové kávové speciality. Dýňové latte nabízí jemnou kávu s kořeněnou dýňovou příchutí a krémovou texturou.

“

Roste obliba sezónních specialit, například ochucených káv s dýňovým kořením nebo zimních čajů s kořením a ovocem, které přinášejí jedinečný zážitek spojený s aktuálním obdobím. Tyto trendy odrážejí rostoucí zájem zákazníků o kvalitní, originální a individuálně přizpůsobené nápoje.

messe frankfurt

ISH

17.–21. 3. 2025
Frankfurt nad Mohanem



Solutions for sustainable bathrooms

Přední mezinárodní veletrh zařízení
koupelen, energií a klimatizací

info@czechrepublic.messefrankfurt.com
Tel. +420 233 355 246

Objevte budoucí trendy:
Pořďte si vstupenku a
poznejte design novým
způsobem!





Úspěch, inovace a vášeň: Ján Kolkus a jeho vize pro Château Bela

Ponořte se do fascinujícího světa hotelového managementu s Jánem Kolkusem, oceněným „Hoteliérem roku 2023“. V našem exkluzivním rozhovoru se dozvíte, jaké vlastnosti by měl mít úspěšný hotelový manažer, a proč je lidskost klíčová v této náročné profesi. Prozkoumáme Kolkusovy inspirace, které ho vedly k hotelnictví, a jeho zkušenosti ze zahraničí, jež formovaly jeho manažerský styl. Otevře nám dveře do budoucnosti hotelu Château Bela, kde se chystají inovativní projekty a rozvojové plány, včetně nových atrakcí a ubytovacích jednotek. Odhalí nám také, jaké inovace považuje za nejdůležitější pro budoucnost hotelnictví a jak motivoval svůj tým během krize. Přečtěte si o tom, jak se Ján Kolkus vypořádává s největšími výzvami slovenského hotelnictví a co pro něj znamená ocenění „Nejromantičtější hotel Evropy“.

TEXT: KATEŘINA ŠTEVKOVÁ FOTO: HOTEL CHÂTEAU BELA

Jaké jsou klíčové vlastnosti podle Vás, které by měl mít úspěšný hotelový manažer?

Práce v hotelierstve je veľmi náročná. V prvom rade musí človeka baviť a mať vnútornú motiváciu, aby v nej videl svoje poslanie. Ja som si prešiel všetkými pozíciami, čo mi pomohlo lepšie pochopiť jednotlivé procesy a uľahčilo mi to prácu na manažérskej úrovni. Manažér by mal byť kombináciou viacerých povolání – musí byť dobrým psychológom, aby vedel správne odhadnúť hostí aj pracovať so zamestnancami. Mal by rozumieť ekonomike a právu, aby mal prehľad o dianí v hoteli, a zároveň byť koučom, motivátorom a inovátorom, ktorý posúva biznis vpred. Dobrý manažér prichádza do práce prvý a odchádza posledný, preto musí byť psychicky aj fyzicky odolný. A v dnešnej dobe je dôležité, aby mu nechýbala ani ľudskosť.

Jak si užívate ocenení Hoteliér roku 2023 a jaké emoce ve vás toto uznání vyvolalo?

V hotelierstve som od detstva, a preto je pre mňa toto prestížne ocenenie od Asociácie hotelov veľkou poctou a zadosťučinením za dlhoročnú prácu. Hoci verím, že skutočná motivácia by mala vychádzať zvnútra, nemôžem poprieť, že ma toto uznanie potešilo. Myslím si, že by malo existovať viac podobných súťaží aj pre ďalšie pozície v hotelierstve, aby sme motivovali nielen súčasných profesionálov, ale aj mladú generáciu. Toto ocenenie mi prinieslo množstvo gratulácií a zároveň možnosť na chvíľu sa zastaviť, obzrieť sa späť a uvedomiť si, že to, čo spolu s tímom robíme, robíme dobre.

Co Vás nejvíce inspirovalo k tomu, abyste se věnoval kariéře v hotelnictví?

Jednoznačne moji rodičia. Od detstva sme bývali v hoteli, kde pracovali, takže som mal

možnosť vidieť hotelierstvo zo všetkých uhlov. Keď vyrastáte medzi ľuďmi, ktorí svoju prácu milujú, prirodzene vás to ovplyvní. Tá doba bola trochu iná – čašník bol vážene povolanie, práca v hotelierstve sa cenila. Už vtedy som vedel, že toto je cesta, ktorou sa chcem uberať.

Jaké inovace v hotelnictví považujete za nejdůležitější pro budoucnost tohoto odvětví?

Doba sa mení veľmi rýchlo a hotelieri musia byť pripravení na neustále inovácie, aby ich konkurencia nepredbehla. Hostia sú náročnejší a proces rezervácie rýchlejší. Umelá inteligencia zažíva renesanciu a postupne preniká aj do hotelierstva. Najdôležitejšie inovácie budú tie, ktoré odbremení zamestnancov a manažérov od rutinných úloh, aby sa mohli viac venovať hosťom. Určite to budú automatizované objednávky v kuchyni, personalizovaný prístup už pri rezervácii či chatboty schopné predaja. Inovácie sú nevyhnutné, no hotely by mali ostať zamerané na osobný prístup. Mestské hotely sa pravdepodobne zmenia na plne automatizované, ale v iných typoch hotelov by malo zostať zachované čaro servisu.

Jak se vám podařilo motivovat váš tým během krize, abyste dosáhli tak vynikajících výsledků?

Vytvorili sme silný tím, ktorý mal rovnakú víziu. Pri tvorbe konceptu diskutujeme s každým zamestnancom a snažím sa zapracovať ich pohľad do spoločného cieľa. Vtedy majú všetci pocit, že ideme za ich víziou, pričom v skutočnosti pracujeme na jednej spoločnej. Samozrejme, potrebujete k tomu aj kvalitných ľudí, ktorí chcú napredovať. Nám sa podarilo za posledné tri roky zdvojnásobiť obrat. Motivácia vždy prichádzala zvnútra a vychádzala

z presvedčenia, že všetko je možné. A nakoniec sa to aj potvrdilo.

Jaké jsou vaše plány do budoucnosti pro hotel Château Bela a jeho další rozvoj?

Plánov máme veľa. Mám v zásuvke „wishlist“ investícií a rozvoja, pričom ešte nie sme ani v polovici. Château Bela má výhodu 28-hektárového parku, kde plánujeme nové atrakcie pre deti aj firemnú klientelu. Chystáme nové ubytovacie jednotky pri jazerách, ktoré poskytnú väčšie súkromie. V krátkodobom horizonte chceme rozšíriť farmu o ďalšie zvieratá. Zároveň sa snažíme prilákať viac zahraničných hostí, čo sa nám už sčasti darí, no stále vidíme nové možnosti.

Můžete nám říci více o vašich zkušenostech ze zahraničí a jak ovlivnily váš manažerský styl?

Každá pracovná pozícia, ktorú som zastával, mi niečo dala. Zahraničie ma naučilo najmä prístupu k hosťom. V niektorých krajinách je cestovný ruch kľúčovou súčasťou ekonomiky, čo sa odráža v mentalite obyvateľov. Strávil som čas na Cypre, vo Veľkej Británii a dokonca som pracoval v luxusnom rezorte v Afrike. Komunikoval som s ľuďmi z rôznych kultúr, čo mi pomohlo lepšie porozumieť psychológii hostí aj zamestnancov. Slovensko a Česko sú na tom veľmi dobre, no mohli by byť ešte otvorenejšie voči zahraničným hosťom.

Jaké konkrétní zkušenosti a lekce z vašich zahraničních pracovních pobytů byste doporučili mladým hotelovým manažerům, aby se vyvarovali běžných chyb v oboru?

Hotel Vás učí každý deň niečo nové a to je na tejto profesii strašne krásne. Z manažerskeho pohľadu bývajú najväčšie chyby v komunikácii. Už neplatí len zrozumiteľne vysvetliť a delegovať, ale opätovne sa pýtať a kontrolovať. Každá osobnosť je iný a preto treba vycítiť či Vás ľudia dobre rozumejú. Dnes je komunikácia o niečo zložitejšia, keďže sa nám stretávajú 3 rôzne generácie. Pochopenie úlohy každej generácie je iné a samotný výkon taktiež.

Jaké jsou podle vás největší výzvy, kterým čelí slovenské hotelnictví v současnosti?

Najväčším problémom je nedostatok zamestnancov. Po covide sa mnohí do hotelierstva nevrátili a nová generácia nie je pripravená pracovať 14 hodín denne. Pomocť môže automatizácia, no nebude to stačiť. Zároveň susedná vojna negatívne ovplyvňuje vnímanie Slovenska, čo spôsobuje výpadky v niektorých segmentoch cestovného ruchu. K tomu sa pridáva neistota v energetike a ekonomike. Hotelieri sa budú musieť naučiť rýchlo adaptovať, pretože nepredvídateľné situácie budú už súčasťou každodennej reality.

Jakým způsobem se snažíte zlepšovat zákaznickou zkušenost v hotelu?

Pre mňa je kľúčom osobný kontakt s hosťom. Sme pomerne malý hotel s 50 izbami, čo nám umožňuje individuálny prístup. Počas pobytu sa snažím stretnúť s každým hosťom a porozprávať sa o jeho dojmach a skúsenostiach. Táto správna väzba je pre nás najcennejšia, pretože vďaka nej vieme rýchlo a efektívne reagovať na akékoľvek požiadavky. Zároveň sledujeme trendy v hotelierstve, aby sme nezaostávali a mohli hosťom ponúknuť presne to, čo potrebujú.

Vzhledem k vašemu zaměření na osobní kontakt s hosty, jaké zvláštní nebo překvapivé interakce s hosty si pamatujete, které vám pomohly lépe pochopit jejich potřeby?

Očakávania hostí sú vždy diametrálne rozličné. Nie vždy sa dá uspokojiť 100% klientov ale je veľmi podstatné sa k tomu priblížiť. Hostia sú scestovaní a majú viac skúseností ako predtým nemali. Radi porovnávajú a rýchlo sa rozhodujú. Prekvapivých bolo toľko že by to bolo asi na viacero článkov. Keď som začínal nevedel



som vždy pochopiť emócie hostí. Tie niekedy nevyplývajú priamo z pobytu ale sú prenášané z vonkajších zdrojov, zo situácii v ktorej sa človek nachádza či z rodinných pomerov. Dnes už viem, že mojou úlohou nie je sa zamýšľať prečo niekedy klienti reagujú tak ako reagujú ale dať im 100% z toho čo dokážem a tým im spríjemniť ich pobyt.

Co pro vás osobně znamená ocenění Nejromantičtější hotel Evropy a jaké nové příležitosti vám přineslo?

Toto ocenenie sme získali už piatykrát. Konkurencia je vždy veľmi silná, o to viac nás teší, že sme dokázali obhájiť tento titul. Podarilo sa nám tým dostať hotel na mapu Európy, čo sa prejavilo aj na výsledkoch – zvýšil sa záujem o zahraničné svadby a rodinné oslavy. Stále viac párov zo zahraničia si nás vyberá na letné pobyty či špeciálne príležitosti, čo je pre nás potvrdením, že ideme správnou cestou.

Jaké inovace a novinky pro hosty plánujete v hotelu Château Bela pro rok 2025?

Tento rok plánujeme množstvo zaujímavých podujatí. Už v prvom kvartáli ponúkneme rôzne plesy, valentínsky pobyt či joga pobyty. V reštaurácii rozširujeme ponuku a meníme celý koncept kuchyne – chceme sa vrátiť k rakúsko-uhorským koreňom v kombinácii s modernými prvkami. Zároveň budujeme nové spolupráce, napríklad medzi Château Bela a Adlon Kempinski Berlin. V rámci nej pripravujeme exkluzívnu Michelin-skú večeru s párovaním vín, ktorú zabezpečia slovenský a nemecký šéfkuchár. Každé leto organizujeme oficiálne otvorenie sezóny. Tento rok by sme chceli priniesť zahraničnú hviezdu, ale meno zatiaľ neprezradím.

Máte oblíbenou destinaci, kam jezdíte na dovolenou, a proč?

Snažím sa objavovať nové krajiny a vždy cestovať tam, kde som ešte nebol. Mojou srdcovkou je Zanzibar, kde som strávil viac ako rok. Mentalita a kultúra miestnych ľudí mi prirástla k srdcu, a určite sa tam opäť vrátim.

Jaký je váš nejoblíbenější způsob relaxace po náročném pracovním dni?

Balans medzi prácou a súkromím je v našom povolani mimoriadne dôležitý. Snažím sa udržiavať v dobrej kondícii – pravidelne cvičím, navštevujem posilňovňu, hrám badminton či tenis. Čítanie kníh a meditácia mi pomáhajú vypnúť a zrelaxovať. Vo voľnom čase rád objavujem nové lokálne podniky a gastronómiu, ktorá je mojou celoživotnou vášňou.

“

Doba sa mení veľmi rýchlo a hotelieri musia byť pripravení na neustále inovácie, aby ich konkurencia nepredbehla. Hostia sú náročnejší a proces rezervácie rýchlejší. Umelá inteligencia zažíva renesanciu a postupne preniká aj do hotelierstva. Najdôležitejšie inovácie budú tie, ktoré odbremenia zamestnancov a manažérov od rutinných úloh, aby sa mohli viac venovať hosťom. Určite to budú automatizované objednávky v kuchyni, personalizovaný prístup už pri rezervácii či chatboty schopné predaja.

Hotelová snídaně jako brána do světa spokojeného zákazníka



Snídaně a brunch nejsou jen obyčejným jídlem – jsou vstupní branou do nezapomenutelného hotelového zážitku. Rozproudí vaše chuťové pohárky a vzbudí ve vás touhu objevovat další radosti vašeho pobytu. Pojdme se ponořit do světa snídání, které nabízejí nejen kulinářskou rozmanitost. Zjistíte, jak se brunche staly oblíbenou víkendovou tradicí a co vše mohou zahrnovat. Prozkoumáme historii hotelových snídaní a jejich vývoj, který reaguje na měnící se preference hostů, včetně rostoucích poptávek po zdravějších a udržitelnějších variantách. Nakonec se dozvíte, jak klíčovou roli hraje profesionální personál a personalizovaný přístup v budování loajality hostů a úspěchu hotelu v konkurenčním prostředí. Připravte se na cestu plnou chutí a inspirace!

TEXT: KATEŘINA ŠTEVKOVÁ FOTO: FIREMNÍ

Rozdíly v nabídce pokrmů

Tradiční snídaně a moderní brunch představují dvě odlišné kulinářské zkušenosti v hotelnictví. Tradiční snídaně se zaměřuje na klasické pokrmy jako vejce, slanina, pečivo a cereálie, přičemž klade důraz na rychlost a jednoduchost. Naopak moderní brunch nabízí širší a rafinovanější výběr, který kombinuje prvky snídaně a oběda, často s důrazem na inovativní a esteticky přitažlivé pokrmy. Rozdíly v nabídce jsou patrné i podle typu hotelu. Luxusní hotely často poskytují bohaté brunche s gurmánskými specialitami a špičkovými ingrediencemi, zatímco butikové hotely mohou nabídnout unikátní a lokálně inspirovaná jídla. Rodinné hotely se zaměřují na rozmanitost a dostupnost, aby uspokojily potřeby všech členů rodiny, včetně dětí. Tímto způsobem se každé zařízení snaží přizpůsobit svému publiku a poskytnout jedinečný zážitek.

„Snídaně v hotelech jsou velmi žádanou službou, přičemž 45 % cestovatelů z celého světa je ochotno si za ně připlatit,“: tato informace vyšla z průzkumu cestovních trendů pro rok 2024 odpovídalo na něj 32 300 respondentů ze 32 trhů zpracovaný pro booking.com. Tento trend je obzvláště výrazný mezi evropskými hosty, kteří ji považují za nejlepší doplněk, zejména v Dánsku, Portugalsku a Belgii. Úspěch hotelové snídaně však závisí na schopnosti přizpůsobit se potřebám hostů. Pro ty, kteří spěchají, jsou ideální rychlé možnosti jako káva, pečivo, jogurty a čerstvé ovoce. Naopak hostům, kteří preferují klidnější rána, by měl hotel nabídnout kompletní teplou snídani formou bufetu.

Složení a kvalita jídel

V hotelnictví hraje důležitou roli kvalitní suroviny a jejich původ při formování gastronomického zážitku hostů. Jak nám řekl Jan Schánil, šéfkuchař z hotelu Vienna House by Wyndham

“

Profesionální a přátelský personál je nezbytný pro vytvoření příjemného zážitku pro hosty. Kvalitní servis může výrazně ovlivnit spokojenost a loajalitu zákazníků. Šéfkuchaři hrají klíčovou roli v přípravě snídaní a brunchů, jejich kreativita a vášeň se odráží v kvalitě a inovativnosti pokrmů. Osobní přístup a schopnost přizpůsobit se individuálním potřebám hostů dodávají celému zážitku na výjimečnosti. Inovace a technologie

Diplomat Prague: „Výběr dodavatele je pro nás proces nejen na obchodní bázi, ale velmi často i v rovině lidské. U malých dodavatelů pro nás hrají roli příběhy, a to, že se o svá zvířata nebo suroviny starají s láskou a poctivě. Protože víme, že se to pak projeví na konečné chuti. Zohledňujeme také, zda se jedná o malou rodinnou firmu, nebo farmu, která zaměstnává osoby se sníženým uplatněním na trhu práce.“ Použití čerstvých, lokálních a sezónních ingrediencí nejen zvyšuje chuť a výživovou hodnotu pokrmů, ale také podporuje udržitelnost a transparentnost, což hosté stále více oceňují. Speciální nabídky, jako jsou vegetariánské, veganské, bezlepkové a bio pokrmy, se stávají standardem, který reaguje na rostoucí poptávku po zdravějších a eticky uvědomělých možnostech stravování. Toto rozšíření menu umožňuje hotelům oslovit širší spektrum hostů a uspokojit jejich individuální potřeby, což přispívá k vyšší spokojenosti a loajalitě zákazníků.

Nápoje k snídani a brunchi

Snídaně a brunche by nebyly kompletní bez pestré nabídky nápojů, které doplňují jídlo. Mezi oblíbené volby patří čaj, káva, džusy a smoothies. Cukr už dávno není jediným sladidlem na trhu vysvětluje Jan Schánil: „Na slazení hosté kromě medu od hotelových včel hosté ve velké míře poptávají javorový, agávový, čekankový sirup. Velmi oblíbený je ve Vienna House by Wyndham Diplomat Prague zdravý koutek s ořechy sušeným ovocem, granolou, čerstvě mletými ovesnými vločkami a mixem různých semínek. Podle mého názoru bude tento trend rostlinných pokrmů ještě výraznější a zdravější alternativy se budou používat v nadcházejících letech mnohem více.“ Káva, se svými rozličnými variantami, od espressa po cappuccino, zajišťuje energii



na celý den. Čaje, ať už tradiční nebo bylinné, nabízejí uklidňující začátek dne. Čerstvé džusy a smoothies, často připravené z lokálních surovin, přinášejí zdravou dávku vitamínů. Inovace v nabídce teplých nápojů zahrnují speciality jako kurkumové latte nebo matcha, které reflektují současné trendy zdravého životního stylu. Jan Schánil z hotelu Vienna House by Wyndham Diplomat Prague uvádí: „Co se týká trendů posledních let, vidíme je jednoznačně v zájmu o zdravé stravování a původu surovin. Do popředí se dostává tzv. fermentace potravin, velmi oblíbená je v dnešní době například kombucha.“

Na brunchi jsou často podávány i lehké alkoholické nápoje, které dodávají této události slavnostní nádech. Šampaňské nebo prosecco jsou běžnou součástí luxusnějších brunchů, často servírované samostatně nebo jako součást osvěžujících koktejlů. Mimosy, kombinace šampaňského s pomerančovým džusem, a Bloody Mary jsou oblíbenou volbou, které hostům nabízejí možnost vychutnat si brunch v uvolněné a příjemné atmosféře.

Význam prostředí a atmosféry

Design a atmosféra jídelny hrají klíčovou roli v tom, jak hosté vnímají svůj gastronomický zážitek. Vytvoření příjemného a esteticky přitažlivého prostředí může umocnit pocit pohody a relaxace. Úspěšné koncepty hotelových restaurací často kombinují moderní design s prvky, které odrážejí místní kulturu a tradice. To nám potvrdil šéfkuchař Jan Schánil: „Jednu část tvoří rozsah snídaně, servis, ale důležité je také prostředí. Snídaně restaurace ve Vienna House by Wyndham Diplomat Prague je laděná do tlumené růžové, která podporuje chuť k jídlu, používáme příjemnou poklesovou hudbu, osvětlení nesmí být příliš silné ani studené. Na některých tematických akcích používáme např. tekutý dusík nebo flambujeme,

takže kouř i oheň se skvěle hodí k umocnění atmosféry, případně využíváme naše digitální promítání a např u tematických japonských snídaní promítáme zenovou zahradu.“ Například restaurace s otevřenou kuchyní umožňují hostům sledovat přípravu jídel, což přidává na autentičnosti a zážitku. Kvalitní akustika, osvětlení a pohodlné sezení také přispívají k celkovému dojmu.

Sezónní a tematické snídaně a brunche

Využití sezónních surovin a pokrmů v snídaních a brunchích nabízí hostům čerstvé a autentické chuťové zážitky. Sezónní ingredience nejen zvyšují kvalitu pokrmů, ale také podporují udržitelnost a snižují ekologickou stopu. Tematické snídaně a brunche, jako jsou sváteční či regionální speciality, přinášejí hostům možnost poznat místní kulturu a tradice. Tím se zvyšuje atraktivita hotelu a hosté získávají jedinečné vzpomínky na svůj pobyt. Například v Hotelu Andaz Praha se věnují v jejich restauraci ZEM PRAGUE exkluzivním tematickým brunchům, které jsou k dispozici pouze poslední víkend každého měsíce od 12:00 do 15:00 a připravují každý měsíc nové a lahodné menu, odborně sestavené tak, aby překvapilo a potěšilo vaše chuťové buňky.

Personál a servis

Profesionální a přátelský personál je nezbytný pro vytvoření příjemného zážitku pro hosty. Kvalitní servis může výrazně ovlivnit spokojenost a loajalitu zákazníků. Šéfkuchaři hrají klíčovou roli v přípravě snídaní a brunchů, jejich kreativita a vášeň se odráží v kvalitě a inovativnosti pokrmů. Osobní přístup a schopnost přizpůsobit se individuálním potřebám hostů dodávají celému zážitku na výjimečnosti. Inovace a technologie

Moderní technologie přinášejí do hotelových restaurací nové možnosti, jak zefektivnit služby a zlepšit zážitek hostů. Online objednávky a bezkontaktní servis se stávají standardem, který zvyšuje pohodlí a bezpečnost. Trendy v oblasti snídaní a brunchů zahrnují použití chytrých zařízení pro přesnější přípravu jídel a personalizované menu na základě preferencí hostů. Tyto inovace přispívají k vyšší efektivitě a spokojenosti hostů.

Snídaně a brunche jsou nedílnou součástí hotelového zážitku, které významně přispívají k celkové spokojenosti hostů. Kvalitní suroviny, příjemné prostředí, profesionální personál a inovativní technologie jsou klíčovými faktory pro úspěch hotelu. Nabídka pestrých a chutných jídel, přizpůsobená moderním trendům a individuálním potřebám, posiluje loajalitu hostů a zajišťuje pozitivní hodnocení, což je zásadní pro dlouhodobý úspěch v konkurenčním prostředí.



Moderní technologie přinášejí do hotelových restaurací nové možnosti, jak zefektivnit služby a zlepšit zážitek hostů. Online objednávky a bezkontaktní servis se stávají standardem, který zvyšuje pohodlí a bezpečnost. Trendy v oblasti snídaní a brunchů zahrnují použití chytrých zařízení pro přesnější přípravu jídel a personalizované menu na základě preferencí hostů. Tyto inovace přispívají k vyšší efektivitě a spokojenosti hostů.

Snídaně v Interhotelu Montana: Spojení tradice a moderních trendů s nádechem domácí kuchyně



V rozhovoru s Petrou Soukupovou, manažerkou provozu Interhotelu Montana, zjišťujeme, jak se hotel snaží zaujmout hosty svou snídaňovou nabídkou. I když jsou dnes populární zdravá jídla, klasika jako vejce a slanina stále vítězí. Hotel se odlišuje domácí výrobou studené kuchyně, moučníků a pestrou nabídkou bufetových snídaní. Petra Soukupová také hovoří o přizpůsobení menu pro různé diety a sezónní inspiraci, která nabízí nabídku ovoce a zeleniny. Hosté si tak mohou začít snídani podle svých preferencí a dietních potřeb.

Jaké položky na menu jsou nejoblíbenější během snídaní ve vašem hotelu?

Je doba zdravých a vyvážených jídel, špaldy a mořských řas, mohu však konstatovat, že na pomyslném stupni vítězů jsou vejce, slanina, párky a klobásy.

Jak se snažíte odlišit snídaňovou nabídku od konkurence?

Naše nabídka je rozdělena na základní nabídku a ta je doplněna domácí výrobou studené kuchyně a domácími moučníky včetně pudinků a smetanových pěn. Každý den vyrábíme domácí pomazánku a sladkou kaši. Vzhledem k tomu, že naše snídaně se podávají formou bufetu, mají hosté možnost ochutnat cokoliv z naší nabídky. Jeden z bufetů je k dispozici pro bohatou nabídku ovoce a zeleniny. Další nabízí několik druhů sýrů, uzeniny a lahůdek jako obložené chlebičky, vaječné omelety, mexické fazole, snídaňové saláty s majonézou.

Hosté mají také k dispozici koutek s několika druhy sušeného ovoce, semínek a ořechů, ovocných pyré, marmelády, povidel a medu.

Hraje roli i rozdělení prostoru v místě podávání snídaní?

Snídaně podáváme v hotelové restauraci, kde prostor není rozdělen.

Nabízíte speciální snídaňové menu pro hosty s potravinovou intolerancí?

Hosté s potravinovou intolerancí většinou své

potřeby oznamují dopředu. Mají k dispozici speciálně pro ně, potraviny, které se vážou k jejich intoleranci od pečiva, pomazánek, nápojů nebo sladkostí. Instantní bezlepkové a bezlaktózové kaše jsou k dispozici všem hostům při každých snídaních.

Jak často měníte nabídku snídaňového menu a co vás inspiruje k těmto změnám?

Základní nabídka je stejná a doplňuje ji každý den jiná nabídka domácích výrobků. Nabídku přizpůsobujeme věkové kategorii hostů a jejich národnostem.

Jaký vliv má sezónnost na vaše snídaňové menu?

Sezónnost ovlivňuje hlavně výrobu ovocných pokrmů a dezertů. V neposlední řadě také složení nabídky ovoce a zeleniny ve snídaňovém bufetu.

Jak reagujete na aktuální trendy v oblasti snídaní?

Vzhledem k tomu, že snídaně jsou bufetovou formou je možné, aby si každý host sestavil svoji verzi zdravé, vyvážené, odlehčené, vegetariánské nebo naopak vydatné a energii nabitě anglické snídaně. Trendy sledujeme v oblasti surovin, které na přípravu snídaní nakupujeme.

Jiří Kupricht: Gurmánské zážitky na talíři

V rozhovoru se šéfkuchařem Jiřím Kuprichtem z Ensana Health Spa Hotel Nové Lázně v Mariánských Lázních, se můžete těšit na fascinující pohled do kulinářského světa brunch a snídaní. Jiří Kupricht odhalí, jaké pokrmy patří mezi jeho nejoblíbenější a jaké suroviny jsou výrazné pro dokonalý zážitek. Zjistíte, jak se brunch menu připravuje a jak se liší od klasických snídaní, a které trendy aktuálně dominují. Nechybí ani tipy na rychlé, ale chutné snídaně pro zaneprázdněné jedince a jeho oblíbené kombinace chutí, které překvapí i ty nejnáročnější gurmány. Kromě toho se s vámi podělí o doporučení na skvělé nápoje a možnosti dietních úprav, které uspokojí různé stravovací potřeby. Připravte se na inspiraci a nové gastronomické nápady!



Jaké jsou vaše nejoblíbenější pokrmy, které připravujete na brunch či snídani?

Není jednoduché najít nejoblíbenější pokrmy

zařazené do brunch menu. Brunch je taková pozdní snídaně, která volně přechází ze snídaních jídel až po nabídku oběda ze studených

předkrmů, polévek, lehkých jídel, hlavních pokrmů až po dezerty.

Brunch může být mezinárodní i zaměřený na lokální nebo zahraniční kuchyni a tím je i daná obliba pokrmů, které na brunch zařazujeme, od zelenin, paštik, terin, různých uzenin, sýrů, přes polévky dary moře, ryb, mas, drůbeže, zvěřiny a v každé této části je spousta zajímavých jídel.

Jaké suroviny považujete za klíčové pro přípravu skvělé snídaně?

Vždy dbáme na to, aby suroviny byly v té nejvyšší kvalitě od vyzkoušených dodavatelských řetězců, tak z lokálních farem, ať už jsou to vejce, sýry, uzeniny, domácí marmelády, jogurty, cereálie a další suroviny nezbytné pro dobrou snídani.

Máte nějaké tipy na rychlou a chutnou snídani pro zaneprázdněné lidi?

V dnešní moderní, zrychlené době, je někdy těžké najít si čas na dobrou snídani. Nasypat cereálie do farmářského bílého jogurtu s medem nebo zamíchat vajíčka s dobrým pečivem snad umí každý. Jeden tip bych měl: třeba posírované vejce s čerstvým sýrem, plátky nakrájeného avokádo na dobrém kváskové chlebu je jeden z mých oblíbených pokrmů na snídani

Jak se liší příprava brunch menu od klasické snídaně?

Příprava brunchu je složitější než příprava snídaně, kuchaři musí znát receptury pro přípravu jednotlivých pokrmů se specializací na různé typy kuchyní. Snídani je spíše o krájení, dekorování jednotlivých surovin na platu, prkénka, do mís a skleniček ...nic složitého na odbornost.

Jaké brunch menu je právě trendy?

Opět, jak jsem již psal, záleží na téma pro které je brunch připravený, ale celkově jsou trendy marinovaná masa připravovaná pomalým vařením, tedy na nízkou teplotu a delší čas, dále rychlá úprava, pro kterou se hodí mušle, krevety, ryby, minutková masa bez použití mouky, samozřejmě pestrobarevnost, člověk jí očima.

Jaký je váš nejoblíbenější způsob přípravy vajec pro brunch?

Mám rád vejce Benedikt na teplou úpravu, nebo křepelčí vařené vajíčko s kaviárem jako studený předkrm

Máte speciální recept na palačinky nebo vafle?

Jak palačinky, tak vafle připravujeme osvědčenými recepty, ty pak doplňujeme čerstvým nebo tepelně zpracovaným ovocem a pokud jsou slané palačinky tak různé druhy zeleniny

Jaké kombinace chutí jsou podle vás nejzajímavější pro brunch?

Každý jednotlivý host má jinou chuť a trefit se je někdy dost složité, mě třeba okouzli korian-dr, který v kombinaci s ostatními ingrediencemi je neuvěřitelný, také kyselosládká, specifická chuť mořských plodů nebo slaná karamel, pistáciová a další

Jaký nápoj byste doporučili k doplnění brunch menu?

Různé druhy smoothie, jak ovocné, zeleninové nebo Matcha

Jaké dietní úpravy nebo alternativy nabííte pro zákazníky s různými stravovacími potřebami?

To záleží na požadavcích a intoleranci hostů, ale vždy si zákazník vybere z množství úprav zelenin, masa, ryb a dalších, nabízených jídel, v dnešní době se vaří převážně lehce stravitelná jídla, kde se dbá na úpravu při největším zachování výživových hodnot, s nejmenší ztrátou základní chutě surovin.

INZERCE

Tachlovice u Prahy

Zajímavá nemovitost

- Nabízíme k **dlouhodobému pronájmu administrativní budovu s výrobní halou (skladem)** v lukrativní lokalitě.
- K nastěhování již od **července 2025**.
- **Vlastní oplocený pozemek** s rozsáhlým **parkovištěm** uzavřený pojezdovou bránou.
- Perfektní stav.

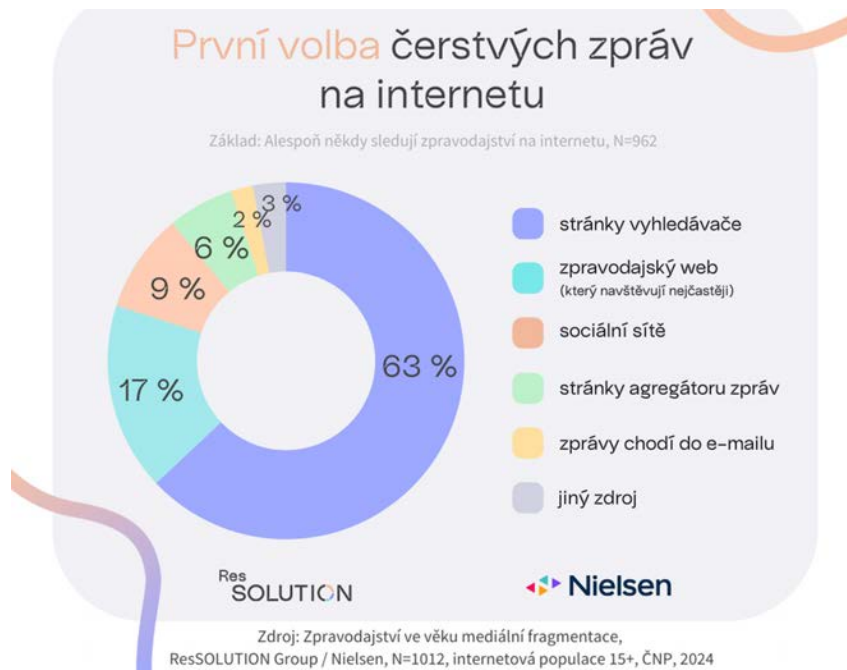
VÍCE INFORMACÍ:

gsm: +420 775 757 576 ■ 602 332 060
e-mail: hterm.dobric@seznam.cz



V konzumaci zpráv online jdeme hlavně po krátkých textech

V další zprávě z rozsáhlé studie Zpravodajství ve věku mediální fragmentace od agentur ResOLUTION Group a Nielsen se zaměříme nachování uživatelů při konzumaci zpráv online. Nejnovější data studie například ukazují, že velkou „službu“ uživatelům dělají v oblasti zpráv vyhledávače a součástí přijímání nových informací je sledování uživatelských diskuzí pod články. Z forem zpravodajství na internetu dnes vedou krátké texty následované audiovizuální žurnalistikou v podobě fotografií a videí.



V konzumaci zpráv online jdeme hlavně po krátkých textech

Prodejci z třetích zemí, především z Číny, představují významný problém pro český e-commerce trh. Nekontrolovaný příliv zboží roste tempem přesahujícím sto procent ročně a čínští prodejci, kteří zasílají své zboží přes platformy jako Temu nebo Aliexpress, už tvořili loni přes desetinu českého trhu.

Problém spočívá především v tom, že tito prodejci neplní takřka žádné povinnosti, které dopadají na evropské e-shopy - ať už se týká obalové legislativy a poplatků z ní vyplývajících, přes zpětný odběr elektrozařízení až po daně a cla. Je dobře, že si i díky upozorňování Asociace pro elektronickou komerci (APEK) této hrozby všimla Evropská komise.

Nový dokument Evropské komise zveřejněný 5. února 2025 varující před nekontrolovaným přílivem zboží z mimo-evropských online tržišť je podle APEK dobrým začátkem, nikoli ale postačující. Komise si správně všimla, že čínští prodejci na těchto platformách často prodávají padělky, nekvalitní výrobky a obcházejí unijní regulace, čímž vytvářejí nerovné podmínky pro evropské obchodníky. Brusel proto navrhuje sérii opatření, která mají problém řešit, ale bez jasného harmonogramu realizace a data přijetí.

Čínští prodejci na zahraničních online tržištích často ignorují platné regulace, což jim poskytuje značnou konkurenční výhodu oproti evropským obchodníkům. Přestože Evropská komise i česká vláda slíbily důsledné vymáhání pravidel, zatím se situace nijak výrazně nezlepšila. Mezitím Evropa přichází o miliardy – odhady ukazují, že kvůli nedodržování regulací ztrácí unijní rozpočty více než 10

miliard eur ročně. APEK navrhuje tak následující kroky, které by měly narovnat stav na vnitřním evropském trhu:

• **Chystaná celní reforma na úrovni EU**, která má za cíl omezit daňové úniky a nekalou konkurenci v oblasti e-commerce, je zásadní součástí řešení celé problematiky. E-commerce dovozy nyní tvoří více než 97 % všech celních importních deklarací, což představuje značnou výzvu pro kontrolní mechanismy na hranicích. Reforma by měla zrušit celní výjimku pro zboží v hodnotě do 150 eur, což je zásadní vzhledem k tomu, že 91 % e-commerce zásilek v této hodnotové kategorii pocházelo v roce 2024 z Číny.

• **EU by měla přenést větší díl odpovědnosti z jednotlivých prodejců** – jejichž počet na online tržištích se pohybuje ve statisících – na samotné platformy jako Aliexpress, SHEIN či TEMU. Problémem však zůstává, že reforma je plánována až na rok 2028, přičemž jednání se mohou ještě protáhnout, což zvyšuje riziko dalšího prohloubení konkurenční nerovnováhy. V roce 2024 bylo do EU importováno 4,6 miliardy nízkohodnotových zásilek, což je téměř dvojnásobek oproti 2,4 miliardy v roce 2023 a více než trojnásobek oproti 1,4 miliardy v roce 2022. Zpoždění reformy tak může mít dlouhodobé negativní dopady na evropský trh.

Studie Zpravodajství ve věku mediální fragmentace 2024, kterou realizuje ResOLUTION Group ve spolupráci s Nielsen, slaví 16 let existence. Kromě časových řad nabízí data z oblasti trendů v konzumaci zpravodajství, využívání sociálních sítí nebo poslechu podcastů, dále segmentaci mediálních publik, hodnocení důvěryhodnosti zdrojů a nechybí ani postoje k fake news. Sběr dat proběhl v roce 2024 na reprezentativním vzorku 1012 online respondentů starších 15 let.

Co je aktuálně prvním místem, kam si jdou online konzumenti zpráv pro čerstvé novinky? Pro skoro dvě třetiny z nich jsou to stránky vyhledávače jako Seznam.cz nebo Google, teprve na druhém místě (a s velkým odstupem) jsou zpravodajská média, a to konkrétně zpravodajský web, který navštěvují nejčastěji. 9 % respondentů se jako první podívá na sociální síť.

Krátké texty preferujeme před videi Z forem online zpravodajství sledují uživatelé, kteří alespoň týdně konzumují zpravodajství online, hlavně krátké texty. Na děleném druhém místě jsou v současnosti (v případě minimálně týdenní konzumace) vizuální formy, a to fotografie a videa. Dlouhé články se zařadily až na čtvrté místo a zvukové záznamy zpravodajství na páté.

• **Evropa by se měla inspirovat americkým postupem.** Prezident Donald Trump několik dní po svém nástupu uvalil dodatečné desetiprocentní clo na čínské zboží dovážené do USA a zároveň zrušil výjimku, podle níž zásilky ze zahraničí v hodnotě menší než 800 dolarů nepodléhaly dovoznímu clo a celní deklaraci a prohlídce. Tato opatření měla dopad i na populární online tržiště, jako jsou Temu, Shein, Alibaba a další, která z této výjimky dosud těžila. Obrat těchto platform na americkém trhu za prvních devět měsíců loňského roku odhadovala tamní celní správa podle agentury Bloomberg na 48 miliard dolarů. S přísnějšími pravidly pro dovoz zboží do Spojených států čeští obchodníci očekávají, že se pozornost provozovatelů zahraničních online tržišť obrátí na Evropu. To by mohlo dále zvýšit tlak na evropský trh a prohloubit stávající konkurenční nerovnováhu, kdy čínské e-shopy využívají výhodnějších podmínek pro dovoz do EU ve srovnání s domácími obchodníky.

V reakci na tento vývoj Asociace pro elektronickou komerci (APEK) vítá některé kroky navržené Evropskou komisí, které směřují k vytvoření rovných podmínek pro všechny účastníky trhu. Komise ve svém prohlášení oznámila, že zvažuje zavedení dalšího poplatku. Konkrétně vyzvala spoluzakododávce, aby posoudili možnost zavedení poplatku za zpracování zásilek u zboží z e-shopů ze třetích zemí, které jsou doručovány přímo konečným zákazníkům. Tento krok by měl přispět k eliminaci nespravedlivé cenové výhody některých zahraničních prodejců, kteří obcházejí standardní celní režim EU.



FOTO: PIXABAY

Více než polovina Čechů používá internet na mobilu minimálně stejně často jako na počítači

S rostoucí popularitou chytrých telefonů se z nich stále více lidí, stále častěji připojuje k internetu. Podle aktuální studie Connected Consumer Study dává čím dál více lidí přednost mobilnímu telefonu před počítačem. Počet Čechů, kteří používají chytrý telefon, se za posledních pět let téměř zčtyřnásobil a internet na něm používají skoro dvě třetiny z nich. Očekávají však, že web se i na mobilu budou rychle načítat a snadno ovládat. Průměrná rychlost načítání stránky je v Česku téměř devět vteřin, což je třikrát déle než se doporučuje. Firmy tak mohou přicházet o zákazníky, kteří podle průzkumů odcházejí k rychlejší konkurenci.

Proč by měly české firmy zvýšit pozornost?

Vzestup mobilních zařízení ovlivňuje vyhledávání, sledování videa i nakupování na internetu. V roce 2017 tvořil v Česku podíl uživatelů internetu, kteří využívají chytrý telefon alespoň stejně tak často jako počítač, 44 % u vyhledávání, 29 % u sledování videí a 16 % u nákupů na internetu. To znamená více jak dvojnásobný nárůst oproti roku 2013 (15 % u vyhledávání, 8 % u sledování videí a 7 % u nákupů online).

Z nedávného průzkumu vyplývá, že 53 % uživatelů stránku opustí, pokud se načítá déle než 3 vteřiny. Každý druhý navíc očekává, že se internetová stránka načte do dvou vteřin a 46 % dotázaných označilo čekání na načtení stránky jako nejotravnější věc při prohlížení webu na mobilu. „Rychlost načítání stránek, nejen na mobilních zařízeních, je pro nás klíčovou metrikou. Jsme přesvědčení, že se pro zákazníky jedná o důležitý faktor rozhodující o tom, na kterém e-shopu nakupují,“ zdůrazňuje Vladimír Dědek z Alza.cz. „Optimalizaci rychlosti se naše IT týmy věnují pravidelně, hlavně však před hlavní nákupní sezónou, tedy před Vánocemi,“ dodává.

Když je tedy rychlost tak důležitá, jak si vedou evropské weby?

K zodpovězení této otázky se Google koncem roku 2017 rozhodl otestovat rychlost načítání stránek, na které odkazovaly mobilní reklamy v 21 zemích a 10 různých odvětvích. Když se podíváme na Česko, průměrná doba načítání webové stránky je v současnosti 8,9 vteřin, což je o něco lepší než evropský průměr (9,1 vteřin) a o něco horší než na Slovensku (8,7 vteřin). Zároveň je to ale o téměř 6 vteřin pomalejší než doporučená rychlost načtení 3 vteřiny. Česko se umístilo na deváté příčce společně se Švýcarskem, Velkou Británií a Rakouskem. Rychleji se internetové stránky v mobilu načítají v Rumunsku, Německu, Nizozemsku, ve Španělsku, na Slovensku, v Norsku, Rusku a ve Francii. Pokud jde o rozdíly mezi odvětvími, v Česku vedou inzertní weby s 6,5 a zdravotnictví s 6,6 vteřinami a nejhůře je na tom automobilový průmysl s 10,6 vteřinami. Právě automobilový průmysl se např. na Slovensku umístil nejlépe se 7,2 vteřinami.

Jak podniky zjistí, jak si vedou jejich mobilní stránky?

Rychlost načítání stránky můžete ověřit pomocí TestMySite. Tento volně dostupný nástroj vám ukáže, kolik vteřin trvá načtení vaší stránky na mobilu, kolik návštěvníků můžete ztratit během načítání a jak si stojíte v porovnání s ostatními weby ve vašem odvětví.

Hotel Zavadilka získal zbrusu nový kabát

Po dvou letech intenzivních prací dokončila stavební skupina HSF System, součást investiční skupiny PURPOSIA Group, závěrečnou etapu rekonstrukce Wellness Hotelu Zavadilka v Prostřední Bečvě. Tato legendární budova, která byla léta bez využití, se díky rekonstrukci proměnila v moderní wellness hotel s kapacitou 80 lůžek. Kromě ubytovacích kapacit nabízí hotel i wellness centrum a restauraci. Celkové náklady na stavební práce dosáhly přibližně 79 milionů korun.

Závěrečná etapa kompletní rekonstrukce Zavadilky začala v roce 2022 a trvala dva roky. Během této doby prošel hotel kompletní přestavbou a dostavbou. Z původní budovy zůstaly jen nosné části konstrukcí, vše ostatní je nové. Kromě hotelu a wellness centra vznikla i kotelná a sklad na štěpku pro ekologické vytápění. „Zavadilka má bohatou historii a výrazný genius loci. Bylo nám velkou ctí, že jsme mohli být součástí projektu a vrátit tomuto známému místu, nejen pro místní obyvatele, život a novou energii. Přeji všem návštěvníkům a turistům, aby si pobyt na nové Zavadilce užili,“ řekl Ilja Nikolov, vedoucí střediska ze stavební skupiny HSF System.

Stávající hlavní budova, která dříve sloužila jako restaurace s hotelovým ubytováním a tanečním sálem, prošla rozsáhlou rekonstrukcí. Nyní nabízí komfortní pokoje a několik apartmánů ve druhém a třetím patře. V prvním patře vznikla moderní školící a relaxační místnost, kuchyně a restaurace pro podávání snídaní, stejně jako prostor pro úschovu lyží a kol. Areál se zároveň rozšířil o wellness zónu se třemi saunami, šatnami, odpočívárnami s lehátky a křesly, ochlazovacím bazénkem a vířivkou.



FOTO: HOTEL ZAVADILKA



#svethoreca



FOTO: SAMPHOTO

Do Prahy loni zavítalo 8,1 milionu turistů

Praha v roce 2024 přivítala celkem 8 079 195 turistů. Podle nejnovějších dat Českého statistického úřadu je to o 9 % více oproti roku 2023. Nejvíce zahraničních návštěvníků přijelo z Německa (1 054 347 návštěvníků), Spojených států amerických (492 748 návštěvníků) a Velké Británie (472 391 návštěvníků). Pokračuje rostoucí trend cestovatelů z asijských trhů. Češi tvoří stabilně zhruba jednu pětinu všech návštěvníků. V rámci regionů Praha jednoznačně dominuje i mezi domácími turisty a představuje 35 % z celkového počtu návštěvníků České republiky.

„Rok 2024 byl pro cestovní ruch v Praze úspěšným rokem. Návštěvností okolo 8 milionů turistů se dostává na před-pandemickou úroveň. Současně vidíme velkou změnu v tom, jací návštěvníci Prahu navštěvují. Zvyšuje se podíl cestovatelů, kteří vyhledávají ty nejvyšší služby, ať už jde o hotely, restaurace nebo exkluzivní zážitky,“ shrnuje náměstek pražského primátora pro kulturu a cestovní ruch JUDr. Jiří Pospíšil.

Jeho slova dokládají závěry STR reportu (Smith Travel Research), který monitoruje hotelový byznys, a podle kterého obsazenost luxusních hotelů v Praze narostla o téměř 12 % ve srovnání s rokem 2023. Další data Českého statistického úřadu ukazují, že přibližně dvě třetiny návštěvníků pro svůj pobyt v Praze volí čtyř a pětihvězdičkové hotely.

„Do Prahy se díky našim systematickým marketingovým kampaním daří lákat bonitnější klientelu. Zvyšuje se průměrná útrata návštěvníků ve městě a stávající služby se neustále zlepšují. I v reakci na tento trend jsme loni představili pro-

jekt Official City Partner, který spojuje hotely nejvyšší úrovně s cílem podpořit kultivaci cestovního ruchu a zaručit návštěvníkům vysoký standard servisu,“ říká předseda představenstva Prague City Tourism František Cipro a zároveň dodává: „Skvělou zprávou pro cestovní ruch v metropoli je i počet domácích návštěvníků, kteří již stabilně tvoří pětinu ze všech přijíždějících turistů.“

Celkový průměr počtu strávených nocí v Praze u všech turistů je 2,3 noci. Průměrná cena za pokoj je přibližně 3 000,- Kč a je srovnatelná například s cenami v Berlíně.

Do Prahy v roce 2024 nejčastěji mířili turisté právě ze sousedního Německa (1 054 347 návštěvníků), Spojených států amerických (492 748 turistů) a Velké Británie (472 391 turistů). Dále také návštěvníci ze Slovenska (379 150), z Itálie (369 301) a Polska (349 616). Sami Češi tvořili jednu pětinu všech návštěvníků (1 573 114). Nejvýrazněji narostly v loňském roce počty turistů z asijských zemí – ve srovnání

s loňským rokem jich do Prahy zavítalo o 28 % více (celkem 880 802 návštěvníků). Nejvíce asijských turistů do Prahy zavítalo z Korejské republiky (170 709, meziročně + 10 %). Vracejí se také japonští turisté, kterých loni do Prahy zavítalo celkem 53 295 (+ 29 %). Turisté z asijských zemí minulý rok tvořili 11 % z celkového počtu návštěvníků Prahy, je tomu tak i díky leteckým linkám, které se v minulých letech podařilo obnovit.

Z evropských zemí nejvýrazněji meziročně přibýlo návštěvníků ze Švýcarska (+ 29 %), ze Španělska (+ 21 %) a Velké Británie (+ 18 %).

Praha lákala na historické památky, kvalitní služby i sportovní a kulturní události světového formátu – například květnové Mistrovství světa v ledním hokeji, festival Pražské jaro, koncerty světových hvězd a další. V porovnání s ostatními českými regiony obsadila v návštěvnosti u domácích turistů první místo následované Jihočeským a Jihočeským krajem.

„S velkou popularitou Prahy u návštěvníků jsme si vědomi i nebezpečí přetížení historických atrakcí. Pravidelně situaci ve městě monitorujeme a se zahraničními kolegy z partnerských destinací si vyměňujeme užitečné know-how. V rámci našich běžných služeb také nabízíme udržitelné varianty, jak objevit metropoli. Příkladem může být turistická karta Prague Visitor Pass,“ dodává Cipro.

Aktivní turismus v Česku zažívá boom

Nový výzkum agentury CzechTourism odhalil, že aktivní dovolená je pro tyto národy stále atraktivnější a že Česko patří díky své cenové dostupnosti, rozmanité přírodě a bohaté historii mezi vyhledávané destinace. Výzkum ukázal také směr, na který by se Česko mělo více zaměřit, a to ještě větší propagace dosud neobjevených míst, což zapadá do koncepce České centrály cestovního ruchu – CzechTourism. Mezi její klíčové aktivity patří právě prezentace turistických cílů mimo davy turistů. Potvrzuje se tak, že agentura má dobře nastavené své priority, pokud jde o cílení kampaní v zahraničí, ale i na domácí půdě.

„Naše nejnovější data potvrzují rostoucí oblibu Česka mezi zahraničními turisty a zároveň ukazují oblasti s největším potenciálem. Aktivní dovolená je trendem, který nabývá na síle. V rámci našich kampaní chceme více zdůraznit možnosti, jak spojit sport, přírodu i kulturní zážitky. Proto se zaměřujeme na propagaci méně známých regionů a ukazujeme Česko jako destinaci pro všechny, kdo chtějí aktivně trávit volný čas. Nárůst návštěvnosti z Německa a Polska potvrzuje, že

tato strategie funguje,“ říká ředitel České centrály cestovního ruchu – CzechTourism František Reismüller.

Česko už není jen Praha – aktivní turisté objevují nové regiony

Němci vedle tradičních cílů jako je Praha a Karlovy Vary, začínají vyhledávat také Krkonoše a Šumavu. Mají v oblíbenosti wellness, pěší turistiku, vodní sporty nebo cykloturistiku. Rádi k nám jezdí v létě nebo začátkem podzimu. Průměrná dél-

ka pobytu: 3,72 dne. Poláci míří hlavně do Prahy, Královéhradeckého a Jihočeského kraje, ale také do Jeseníků. Dávají přednost pěší turistice, včetně chůze na horách, a mají rádi zimní sporty a tuzemské kulturní památky. Pro návštěvu Česka volí hlavně léto. Průměrná délka pobytu: 2,97 dne. Nizozemci si oblíbili Prahu, Jihočeský a Královéhradecký kraj. Jako cíl si ale vybírají i Liberecko a Vysočinu. Nejčastěji volí pěší turistiku, vodní sporty a kempování. Dovolenu v Česku tráví zejména v létě. Průměrná délka pobytu: 3,81 dne. „Klíčem k úspěchu je ještě lepší prezentace regionálního turismu. Lidé chtějí autentické zážitky a Česko v tomto směru nabízí obrovský potenciál. Zvýšení počtu návštěvníků z Polska a Německa ukazuje, že naše kampaně oslovují správné cílové skupiny,“ doplňuje vedoucí Institutu turismu CzechTourism Petr Janeček.

