

HOTEL
FRYMBURK
wellness & spaPOSEL WELLNESS
HOTELU FRYMBURK**Kouzlo wellness**
O aktuálních trendech
s Jaroslavem Fischerem**Seminář ČAW**
V hotelu se konal seminář**Exotické druhy piva**
Vařit dobré pivo není
jen výsadou Česka

Úvodník

Úvodní slovo generálního ředitele

**Vážení hosté, vážení čtenáři, slunečné počasí letošního babího léta a podzimu přímo vybízí k příjemným sportovním aktivitám nebo wellness víkendů. Jsem rád, že filozofie wellness začíná být pomalu, ale jistě blízká i domácím hostům, jejichž počet v našem hotelu stále roste. Mám z toho velkou radost.**

Domácí klientela je navíc oproti té zahraniční mnohem aktivnější, což nás nutí k neustálému vytváření nových služeb pro naše hosty. Tento měsíc se nám navíc poštěstilo hostit v našem hotelu

seminář České asociace wellness, takže jsme měli horké novinky přímo z první ruky. Dva dny zábavy a vzdělávání si neužili jenom účastníci wellness semináře, kteří měli k dispozici snad všechny hotelové indoorové i outdoorové služby, ale i my. Více o průběhu semináře a jeho různorodé náplni si můžete přečíst v článku na druhé straně našeho hotelového zpravodaje. Koneckonců se může snadno stát, že v něm sami najdete inspiraci.

Podzimní lenošení lze ale strávit i jinak než sportem nebo péčí o tělo. V poslední době jsou stále více oblíbené kulinářské zážitky z exotických zemí. Třeba taková thajská kuchyně se v České republice stává velmi populární. A aby byl gastronomický zážitek skutečně nezapomenutelný, nejlepší je cizokrajný pokrm zapít cizokrajným nápojem. Třeba pivem. Že na pivo nic cizokrajného nevidíte? Nakoukněte do článku o pivu z exotického Thajska a třeba svůj názor změňte. Protože thajské pivo je dnes už mezinárodně uznávaným a ceněným nápojem, dokonce získalo první cenu na mezinárodní soutěži v Austrálii. Člověk nemusí být laibovník jenom na jídlo, vychutnávat si může i sklenku dobrého moku. Za pravými thajskými hody ale nemusíte jenom do Thajska. Srdečně vás zveme do naší hotelové thajské restaurace.

Připraveným přeje štěstí a úspěch. Pokud se již rozhodujete, jak budete trávit zimní víkendy a zimní dovolenou, najdete již z našich webových stránek nabídku zimních lyžařských pobytů. Balíčky jak na všední dny, tak na víkendy jsou svojí nabídkou a cenou velmi zajímavé. Ubytovací možnosti každého hotelu, tedy i našeho, jsou kapacitně omezeny. Proto neváhejte s rezervací pobytů.

Jaroslav Fischer, generální ředitel

Napsali o nás

Je dobře, že domácí host objevuje kouzlo filozofie wellness

**Pakliže je jedním z hlavních témat tohoto vydání wellness, nemůže chybět pohled jednoho z nestorů tohoto oboru u nás, Jaroslava Fischera. S ředitelem Wellness Hotelu Frymburk jsme se proto sešli na sklonku prázdnin, abychom se bavili o letošní sezoně, zamysleli se nad některými aktuálními trendy a vyzvěděli také něco o plánech hotelu pro příští měsíce.**

Mnozí odborníci hovoří o tom, že ekonomická krize může nahradit domácímu cestovnímu ruchu. Pozorujete tento trend na návštěvnosti svého hotelu? Jak hodnotíte letošní sezonu?

Jsem rád, že zásadní rozhodnutí, které jsme učinili po loňské letní sezoně, bylo správné. Ukončili jsme spolupráci s cestovními kancelářemi, které nás tlačily s cenou nesmyslně nízkou. Bylo nám zcela jasné, že navýšením ceny přijdeme o další cestovky a zahraniční klienty převážně z Nizozemska, přesto jsme toto riziko podstoupili. Zaměřili jsme propagaci hotelu na domácí hosty, převážně pak na Středočeský kraj a Prahu. Cílená kampaň v rozhlase a tisku byla úspěšná a pohled na plně hotelové parkoviště potěší každého hoteliéra. Z tohoto pohledu byla letošní letní sezona velmi úspěšná. Za poslední tři měsíce (pozn. red.: červen až srpen) tvoří 86 procent hostů domácí klienti, ostatní zbývá na zahraničí, kde se o zbytek prakticky ve stejném objemu dělí Němci, Rakušané a Nizozemci. Pro zajímavost – za stejné období loňského roku byl podíl zahraničních hostů při výrazně nižší ceně ubytování 70 procent.

Z roku na rok jsme navýšili ceny, změnili strukturu hostů, a co je důležité, navýšili se nám i počty přenocování. Rezervy stále máme v dalším zkvalitňování služeb hotelu, jak postupným dovybavením do požadovaného standardu, tak úrovní a kvalitou pracovníků. Individuální host požaduje jiný přístup, jinou kvalitu služby. Možná jsme trochu podlehli i okolí a nářky kolegů a snížili jsme zbytečně stavy pracovníků na některých úsecích hotelu.

Chcete říct, že jste zcela „odřízli“ cestovní kanceláře??

To ne. Pouze konstatuji, že cestovní kanceláře nás moc rády nemají. Máme stanovenou určitou cenovou hranici, pod kterou v žádném případě nejdem. Slevy typu „šest za pět“, nápoje k jídlům, pobyty pro děti do 12 let zdarma či slevy za včasný nákup nemáme jako hlavní podporu prodeje. Všem nabízíme stejné podmínky, pokud je akceptují, smlouvy uzavíráme. Hlavní část obchodu však je mimo cestovní kanceláře. Ty tvoří za poslední tři měsíce 13 procent realizovaného prodeje. Loni to bylo 61 procent. Vše ostatní je na základě přímého obchodu, který provádí obchodní oddělení, dále prodej přes internet a prodej přes rezervační systémy.

Zmínili jste kvalitu personálu. Podle řady hoteliérů je problém sehnat kvalitní zaměstnance. Cítíte to také?

Ano. Dnes a denně téměř na všech úsecích. Vždy můžete být lepší a práce se zaměstnanci je trvalá, stále se opakující a nekonečná. Přesto se pomalu vytváří tým, který táhne úroveň směrem nahoru a nebojí se komunikovat se zákazníkem, okamžitě řešit nejen přání a požadavky, ale také případné připomínky. Stěžovat si stále na to, že naše školství nepřipravuje dostatečně dobré odborníky, je ztráta času. Odborníka si musíte vychovat z vlastních řad, dát mu příležitost, umět jej motivovat. A nemusí být vůbec v oboru vyučen, práce ho musí hlavně bavit a musí mít prostor se v dobrém realizovat. Cítit, že má důvěru, že mu věříte. A pokud to nefunguje, je lepší s ním okamžitě pracovní poměr ukončit, než rozložit kolektiv. Od toho je management hotelu. Špatné služby či vztahy na pracovišti, za ty odpovídají manažeři jednotlivých hotelových úseků. Tady školství nepomůže.

Pojdme k příjemnějším tématům. V prvním ročníku Cen Kudy z nudy váš hotel zvítězil v kategorii Koupání a vodní sporty. Co to pro vás znamená?

Při předávání ceny jsme si dost dobře neuvědomili, jak moc byla soutěž veřejnosti sledována. Pro nový hotel, který je v provozu necelé dva roky, je to velká reklama, která přišla v pravou chvíli, tedy před hlavní letní sezonou. Následné novinové články, spoty v televizi, to vše se pozitivně projevilo. Určité je pro nás výzvou dobře se umístit i v následujícím, druhém ročníku soutěže. Osobně si přeji, aby to bylo v kategorii wellness, kde máme rozhodně co nabídnout.

Wellness hotelů v posledních letech přibývá, konkurence roste. V čem spatřujete svoji konkurenční výhodu a jak se vám daří ji zužitkovávat?

Jednou z našich výhod proti konkurenci je umístění hotelu na břehu lipenské přehrady. Kolik hotelů v naší republice má vlastní hotelovou pláž, molo, na kterém kotví kajutové jachty, nebo pozemek o rozloze téměř sedm hektarů, kde nejste ve své podstatě ničím omezeni? Šumavská cyklostezka, která je ideální nejen pro kola, ale i pro in-line brusle, nordic walking a turistiku, nám prochází pozemkem. K tomu hotelový aquapark, saunový svět, wellness, nabízející kromě relaxačních procedur kosmetiku, pedikúru, manikúru, kadeřnictví. Sportovní vyžití přímo v hotelu, dvě hřiště na squash, bowling, kardio zóna a další služby. A v době mimo sezony velké kongresové zázemí v podobě několika kongresových sál a salonků. To je naše velká výhoda proti konkurenci. Na druhou stranu je maximální úsilí a snaha hotel naplnit celoročně, protože vše něco stojí a náklady na provoz celého resortu nejsou zanedbatelné.

Zmínili jste sportovní zázemí. Jaký je o ně zájem? Nejsou dnešní klienti spíše pasivnější a nechtějí být raději hýčkáni ve wellness centru, než aby sami vyvíjeli nějakou aktivitu?

Vzhledem k tomu, že u nás převládá česká klientela, dostáváme se do situace, že někdy nestihneme plnit přání hostů. Každé druhé auto má na střeše

nosiče na kola, hosté přijíždějící za wellness kombinují aktivní pobyt s relaxací. A to je přesně náš typ hosta, kterého k nám musíme dostat nejen na delší pobyty v rámci dovolené, ale i na pobyty krátkodobě. Proto pro příští rok připravujeme ještě větší nabídku ve sportu a wellness i pro děti. Domácí hosté jsou rozhodně aktivnější než například Nizozemci a Němci. U nich končí den tradiční odpolední kávou a zákuskem a potom již následuje maximálně trochu relaxace na masážích nebo v saunách. Je dobře, že domácí host objevuje kouzlo filozofie wellness. Bohužel u nás zatím neexistuje klasický wellness hotel, jaký známe třeba ze sousedního Německa.

Za pozornost stojí určitě i gastronomie vašeho hotelu. Kromě klasické restaurace u vás hosté najdou také restauraci thajskou. To se na první pohled může zdát jako odvážný počín, exotické restaurace jsou obvykle doménou větších měst...

Thajská restaurace CHANG PHUEK má své příznivce, rovněž tak své odpůrce. V období, kdy v hotelu probíhají převážně firemní akce, je thajská restaurace příjemným zpestřením pobytu a můžeme tím výrazně zpestřit hotelovou gastronomii. V období hlavní sezony nám nastává trochu problém u rodin, kdy rodiče těžko hledají v jídelním lístku vhodné jídlo pro své ratolesti. V každém případě restaurace netrpí nedostatkem hostů, je atraktivní, jídla před zraky návštěvníků připravují dva thajští kuchaři a ti, kteří mají rádi asijskou kuchyni, jsou spokojeni. Hodnotí zvláště tu skutečnost, že je to originál a není zde snaha o přizpůsobení se chuti Evropanům. Budoucnost kuchyně je závislá na thajském personálu. Provoz je samozřejmě náročný na zajišťování čerstvých surovin a originálního koření. To vše dovážíme z rakouského Lince, kde je speciální thajská prodejna. Díky velkým objednávkám nám majitel v poslední době zboží dováží osobně až do hotelu.

Na vašich stránkách najdou návštěvníci mimo jiné bohatou nabídku balíčků. Jak se vám daří jejich prodej?

Snažíme se nabídnout takové balíčky, které hosty osloví a hlavně se prodávají. Výhodou balíčků je, že nabízené služby jsou garantovány, ať už se jedná například o vstupenky na otáčecí jeviště v krumlovském zámku, thajské masáže nebo třeba příjízdky hotelovým parníčkem. Recepte musí pečlivě hlídat, kdy máme tyto doprovodné služby kapacitně volné, a pak operativně prodej zastavit. To se stává poměrně často, z čehož vyplývá, že se balíčky prodávají.

Na co se mohou hosté hotelu těšit v příštích týdnech a měsících?

Ze zkušenosti letošní letní sezony se musíme více zaměřit na zpříjemnění pobytu našim nejmenším návštěvníkům. Rodiny s dětmi pro nás v letní sezoně tvoří významný podíl hostů. Určité v příštím roce najdou v areálu dětské hřiště, hernu a uvažujeme i o animačním programu pro děti. Některé novinky pro děti připravujeme již na zimní sezonu. Jinak se budeme snažit realizovat další doporučení, která se objevují v hotelových anketních listech.

COT business 9/2009, autor textu: Petr Manuel Ulrych

Hostili jsme seminář ČAW



Česká asociace wellness (ČAW) uspořádala ve dnech 17. a 18. září seminář na téma outdoorové aktivity ve světě wellnessu. Lokace byla pečlivě vybrána a stal se jím Wellness Hotel Frymburk. Účastníci měli velmi nabitý program – venkovní sporty, indoorové aktivity v aquaparku a saunovém světě, přednášky i workshopy.

Blízká přehrada Lipno byla jednou z velkých výhod pro takto laděný seminář. Partnerem programu se stala společnost Lipno servis, která se na outdoorové aktivity specializuje.

Lilo jako z konve, ale nedali jsme se odradit

Ve čtvrtek 17. září seminář odstartoval Dr. Jan Hejma úvodní přednáškou na téma začlenění outdoorových aktivit do akcí, vztah wellnessu a outdooru, zdravotní a ekonomické aspekty jednotlivých činností. Příklady, co vše se dá na akcích realizovat, byly inspirací pro mnohé účastníky.

Dopoledne bylo věnováno teorii, odpoledne praxi. „I když nám nepřílo počasí, lépe řečeno lilo jako z konve, zúčastnění to

neodradilo a vyzkoušeli všechny připravené aktivity,“ říká Jaroslav Fischer, generální ředitel Wellness Hotelu Frymburk. Připravena byla stanoviště pro lukostřelbu, týmové lyže i chůdý. Všeobecněmu zájmu se těšily projížďky na čtyřkolce, neodradilo ani bahno. K dispozici byl i aquapark, který je součástí hotelu.

Diskuze místo večere? Někteří málem zapomněli jíst

V podvečer akce pokračovala opět přednáškami a workshopy. Tomáš Mirovský z Palestry představil nový studijní obor, který se věnuje wellness. Účastníci si mohli také vyzkoušet nový přístroj určený pro vstupní diagnostiku ve fitness a wellness centrech FUTREX, který představil František Frištenský, synovec legendárního Gustava Frištenského. Pro zájemce o wellness lokace byla určena výstavka s materiály wellness hotelů a wellness center připravená mediálními partnery, portálem www.wellnessno-viny.cz. „Těší mě, že se během přednášek a workshopů rozpoutala živá diskuse. Někteří diskutující by snad nešli ani na večer! To by byla ale chyba, protože byl připraven thajský bufet,“ smál se Fischer.

Saunový svět s prodlouženou otevírací dobou v několika typech prohříváren se stal vítanou relaxací po deštivém dni. Nechyběl ani speciální saunový ceremoniál se čtyřmi koly polevů kamenů na saunových kamnech. Diskutovalo se o správném saunování, čímž se nechali inspirovat zástupci ČAW a v zimě připraví speciální seminář o saunování.

Duch Jana Tleskače obcházel hotelem

O půl jedenácté se účastníci scházeli v thajské restauraci, kde byly připraveny hlavolamy všeho druhu. „Do wellness světa cvičení hlavy patří a mozkové závitky je třeba trénovat. Některé hlavolamy své řešitele pěkně potrápily!“ vzpomíná Fischer. Dlouho po půlnoci končil první den semináře. „Musíme říci, že prostředí bylo

vybrané skvěle – Wellness Hotel Frymburk má totiž nepřehlednou škálu možností a hosté se zde opravdu nenudí,“ chválil Hejma.

Závodili jsme, i když o vítězství nešlo

Druhého dne pokračoval program na Lipně, kde sídlí společnost Lipno servis, ta dodala sportovní materiál: horská a treková kola, motorové koloběžky, elektrické čluny, mořské kajaky, brusle In-line, plachetníci Jola a kajutovou jachtu Laser. Vše bylo pro účastníky semináře připraveno k vyzkoušení. V horní části areálu čekala bobová dráha a adrenalinové lanové centrum. „Naši odborní instruktoři podali pomocnou ruku nebo radu, aby si aktivity mohli náležitě užít všichni,“ popisovali zástupci Lipno servisu.

Během semináře byl také realizován teambuildingový program – outdoorový závod Lipenský adrenalinový desetiboj 2009. Na jednotlivých stanovištích soutěžící absolvovali například jízdu zručnosti a dovednosti na motorové čtyřkolce Yamaha Grizzly, lukostřelbu, chození na chůdách a týmových lyžích, řešení hlavolamů, lanové centrum, sjezd na kladce, jízdu na bobové dráze, jízdu na motorové koloběžce, jízdu na elektrickém člunu. Čtyři týmy bojovaly statečně a vyzkoušely vše.

„Účastníci odjžděli zkušenější o řadu poznatků, plní dojmy a s řadou kontaktů. Při odjezdu byli nadšení, měli radost z programem naplněných dvou dnů,“ říká spokojeně Fischer a Hejma dodává: „Tento seminář se nám velice povedl. Latka je vysoko. Nezbyvá než se těšit na další akce – semináře, školení a přednášky, workshopy, wellness odpoledne či zájezdy. A na nich se jistě potkáme i s vámi, protože být v ČAW stojí za to!“

Kromě teprve uvažovaného semináře o saunování vás můžeme pozvat např. na Mezinárodní konferenci wellness, která se uskuteční na konci letošního listopadu v Liberci.



Jak chutná pivo z exotického Thajska?



„Pivo, nebo šípkový čaj? Co je našim národním nápojem?“ dohadovali se mnozí před návštěvou prezidenta Obamy. Osobujeme si právo na chmelový mok, ale pivo není oblíbeným nápojem jen v Evropě. Vaří se po celém světě.

Vaří se i v dalekém a pro nás exotickém Thajsku.

Pivo je v Thajsku velmi oblíbené. Při konzumaci alkoholu mu dává přednost 80 % Thajců. Thajská piva jsou silnější a zároveň jemná, mají výraznější chuť po karamelu a nejsou tolik hořká. Chutí se dají přirovnat k našim 14° pivům. Mezi nejoblíbenější a nejznámější patří Singha, Chang, Leo, Acha a Pukhet.

Chmelový mok z Bangkoku

Od roku 1933 se v pivovaru Boon Rawd v hlavním městě Thajska vyrábí pivo Singha. V Thajsku patří k nejznámějším a nejoblíbenějším. Mezinárodnímu trhu bylo poprvé představeno v roce 1970 a postupně se stalo synonymem Thajska. Jeho exotická a osvěžující chuť skvěle doplňuje thajská jídla, a proto je čím dál tím více vyhledávané po celém světě. Pivo Singha můžete nyní ochutnat téměř v 50 zemích světa včetně České republiky.

Se symbolem bílého slona

Pivo Chang někteří přezdívají Bílý slon, protože jeho etiketu zdobí právě dva bílí sloni. V Thajsku, ještě před nedávnem Siamu, byl bílý slon posvátným zvířetem. Není tedy divu, že se objevil i na etiketě oblíbeného nápoje. Thajci chtěli skloubit to nejlepší ze zdejší přírody spolu s poctivou prací místních obyvatel a vytvořit pivo mezinárodní kvality. Pivo Chang je v současnosti nejprodávanějším v Thajsku a poptávka po něm

se neustále zvyšuje. Dokládá to i fakt, že na mezinárodní pivní soutěži v Austrálii bylo oceněno zlatou medailí.

Singha i Chang jsou poměrně silná piva, obsahují více než 5 % alkoholu, Chang dokonce 6,4 %. Kromě těchto dvou piv pijí Thajci také piva značek Archa, Leo, Cheers, Phuket, Mittweida nebo Heineken.

České versus thajské pivo

Podle generálního ředitele Wellness Hotelu Frymburk Jaroslava Fischera Češi všeobecně zahraničním pivům moc neholdují. „Pro některé hosty může být thajské pivo až příliš exotické na to, aby ho ochutnali. Někteří se s ním už setkali a prostě jim nechutná. Stále je však hodně lidí, kteří si thajské pivo objednají. Jsou zvědaví, rádi ochutnají něco nového nebo chtějí thajské pivo k thajskému jídlu,“ vysvětluje Fischer. Wellness Hotel Frymburk má dnes již známou a uznávanou thajskou restauraci, ve které je k dostání i thajské pivo. V porovnání s českou kuchyní, kde se pivo často používá do nejrůznějších pokrmů jako ingredience, není tento postup v Thajsku obvyklý. „Thajci pivo k vaření nebo dochucování pokrmů prakticky vůbec nepoužívají. Jeho chuť si nejlépe vychutnají právě při zapíjení,“ říká šéfkuchař Wellness Hotelu Frymburk Petr Kuželík.

Další oblíbené nápoje

V Thajsku se ale nevaří pouze pivo. Velké přízni se mezi alkoholickými nápoji těší i rýžová whisky Mekong nebo rum s cukrové třtiny Sang Thip. Vinu naopak Thajci moc neholdují. Z nealkoholických nápojů pivo konkurují nápoje z mixovaného ovoce v kombinaci s vodou, čerstvě lisované šťávy nebo džus z cukrové třtiny a černý indický i zelený čínský čaj.

