

DLUHOPISY			
	včera	před týd.	
Česko	0,56	0,63	0,62
Německo	0,26	0,23	0,32
Francie	0,80	0,76	0,85
Itálie	2,13	2,02	2,08
Španělsko	1,63	1,53	1,54

Hory už nejsou jen lyže, ale volný čas

Igor Rattaj vysvětluje, proč chce Ještěd a v čem Alpy zaostávají



Jako v Innsbrucku Spolupřemýšlel Igor Rattaj přirovnává Liberec k Innsbrucku, velké město a v blízkosti sjezdovky. Foto: Ota Bartovský, MAFRA

Jan Súra
redaktor MF DNES

Zastupitele v Liberci přijel tento týden Igor Rattaj přesvědčovat k dlouhodobému pronájmu Ještědu ve chvíli, kdy na sjezdovkách ležela na jednom místě malá hromádka sněhu, jinak se celé zelenaly. Právě teplé počasí zavinilo, že městem areál vlastněný dlouhodobě prodává. Ještěd má být dalším střediskem, které chce Rattaj, největší akcionář firmy Tatra Mountain Resort, získat do svého vlivu.

Spíte před začátkem sezony klidně, když nejdou teploty pod deset stupňů?
Věřím, že bude povedená zima. Všechny pranostiky, které předpovídají studenou zimu, letos vycházejí, tak se snad bát nemusíme.

Má vůbec smysl investovat do lyžařských středisek v Česku v době, kdy jsou zimy prokazatelně dlouhodobě teplejší?
To jsou podobné otázky, jako se ptát vydavatelů, zda má v době čteček ještě smysl číst knihy. Navíc kdo ví, zda se skutečně bude dál oteplovat. Jsou spousty názorů na to, že přijde spíše menší doba ledová. Ale i na padajícím trhu se dá slušně investovat. Navíc technologie zasněžování jde dopředu a s technickým sněhem si jde pomoci mnohem více než v minulosti. To je například to, co Ještědu podle mého názoru velmi chybí.

Vystačíte si s technickým sněhem i ve vyšších plusových teplotách než dosud?
Vývoj jde dopředu, ale nelze popřít fyziku, i když to některé areály zkoušejí. Ta hlavní změna je ve výkonnosti, dnes jsme schopni za tři dny připravit svah, když jsou dobré klimatické podmínky, ale nesněží. Z lyžařských areálů se stal normální byznys, dříve to byla spíše aktivita sportovců a nadšenců.

V lyžařském byznysu se pohybuje dlouho, jak se mění chování lyžařů?
Dříve se na hory jezdilo lyžovat, teď se na hory jezdí trávit volný čas. Znamená to, že ubývá těch, kteří

soutěží v tom, kolikrát sjedou kopek, a jezdí od rána do večera. Naopak přibývá těch, kteří na horách nejen lyžují, ale tráví čas i jinak. Je to podobné jako s dovolenou u moře. Spousta lidí jede k moři, ale v moři se příliš nekoupe a mají tam jiný program. Dnes už nejsou horská střediska jen o lyžování, ale i o dalších aktivitách. To znamená, že se musí mnohem více řešit i letní využití středisek, v Tatrách i Špindlerově Mlýně vidíme velké nárůsty lidí v létě.

Co to pro vás znamená?

Jde o to, nabídnout lidem na horách co nejvíce možností zábavy. Proto se snažíme hodně prodávat celosezonní či celoroční permanentky, děláme z našich areálů něco jako lyžařský klub. Je to pro nás něco jako členství v golfovém klubu či fitku, lidé nemusí řešit, kolik stojí jednodenní jízdenka, ale mohou k nám jezdit kdykoliv.

Technologie zasněžování jde dopředu a s technickým sněhem si jde pomoci mnohem více než v minulosti.

Igor Rattaj
TMR



Jak vám do této strategie zapadá Ještěd?

Je unikátní v tom, že má zázemí velkého města, něco jako Innsbruck v Rakousku. V Česku není nikde tak velké město s dobrým kopcem na lyžování. Nabízí se nám tu spousta možností hlavně pro jednodenní lyžování, areál je hodinu po dálnici od Prahy. Chceme z Ještědu udělat více zážitkovou destinaci, než je dosud. Výhodou je, že je tu i odpovídající zázemí, dobré ubytování. Určitě chceme začlenit Ještěd do naší sítě i samotnou permanentkou, aby

nemuseli lidé lyžovat stále na stejném místě.

Jaké máte s Ještědem plány?

Investice plánujeme v rozmezí 250 až 750 milionů korun. Čtvrtmiliarda je minimum hlavně do lepšího zasněžování. Chceme sjezdovky rozšířit a vybudovat osvětlení, aby se dalo lyžovat i večer. Myslím, že se klidně během pár let můžeme dostat na 250 tisíc lidí za sezonu (dosud 50 tisíc ročně, pozn. redakce).

Zajímají vás i jiná zařízení na Ještědu?

Zajímá mě všechno. Lanovka, sjezdovky i vyláček. Dozvěděl jsem se, že ta raketa je pro Liberečany něco jako pro Pařížany Eiffelovka. Sice o ní mnoho nevím, ale třeba by nebylo od věci společně s městem nebo krajem vyláček vlastnit. To, že dnes patří Českým radiokomunikacím, ještě nic neznamená, přece ho do budoucna nutně vlastnit nemusí. V případě lanovky jsem jednal s Českými drahami.

Na Slovensku pod sebou máte i ubytování, je to i model pro Ještěd?

Na Slovensku jsme ho řešili proto, že jsme ho chtěli mít pod kontrolou. Slovinci nejsou vhodný národ pro služby, každý je tam trošku Jánošík, který nechce dělat někomu sluhy. Trvalo nám dlouho, než jsme je to naučili.

Mezi provozovateli zimních středisek se s obavami mluví o tom, že mladí nechtějí tolik lyžovat. Jak to vidíte vy?

Zatím těžko z velmi dobré poptávky, 15 až 16 procent populace u nás lyžuje. Samozřejmě, v porovnání s Rakouskem či Švýcarskem je to málo, ale jsme na stejných hodnotách jako například v Německu. Mladší generaci si musíme vychovat a přilákat ji, udělat lyžování trendy a moderní. K tomu jsou potřeba speciální akce, aby lyžování bylo zážitkem. Například v rakouském Ischglu zahajují sezonu koncertem Madonny. Něco podobného může být přece i tady. Třeba Ještěd je pro takový koncept lákání mladých velmi dobrý.

Je zajímavé, že zmiňujete Rakousko jako vzor, přitom jste si je letos dost našval výroky, že ta

mější střediska neumějí moc řídit...

Ona je to ale částečně pravda. Ano, jejich střediska jsou skvělá, ale dělají stále vše stejně. Neřeší vůbec nové věci a technologie. My už polovinu skipasů prodáváme přes internet a aplikace, u nich to jsou zlomky procent. A všechno to stojí peníze navíc. A realitou je, že bojují s úbytkem zejména Němců, proto tak intenzivně lákají například Čechy nebo Poláky. Ale myslím, že vnímání českých hor se už tady výrazně zlepšilo, i když pokud se podíváte na internet, diskuse jsou stále plné chytráků, kteří považují české hory za něco špatného.

Platí stále váš zájem o vstup do rakouských středisek?

Ano, se dvěma vedeme konkrétní jednání. Určitě to nebude plně převzetí, spíše koupě části podílu. Vidíme tam pěkné možnosti spolupráce, například přes naše celosezonní skipasy. Nemožu říct konkrétní názvy, jen to, že leží v dobré dojezdové vzdálenosti z Česka.

Bez kšeftů i otázek, spadl nám Google

➔ Pokračování ze str. 1

„Podle našich informací byly postiženy servery v Praze. Algoritmus Google je natolik složitý, že nedokážeme říci, které sítě byly v tu dobu odbavovány z Prahy, a tedy postižený výpadkem,“ dodává Golecký.

Zajímavé také podle něj je, že ačkoliv Google tvrdí, že vše ještě v úterý večer napravil, byl až do středeční sedmé hodiny ranní provoz na Googlu v Česku a na Slovensku přeměrován přes zahraniční servery. Zdeněk Cendra, zakladatel firmy CDN77.com, která se zabývá efektivním doručováním obsahu přes internetovou síť, podrobněji popisuje situaci tak, že routery Googlu přerušily komunikaci s českými servery. „Z pohledu operátorů vše fungovalo, ale Google ta spojení ‚zahažoval‘,“ říká.

Cendra spekuluje, že chybu způsobilo špatné nastavení, nepovedený update softwaru nebo jiná lidská chyba či kombinace chyb: „Určitě nešlo jen o hardwarové selhání, protože takové věci má Google mnohonásobně jistě,“ dodává.

Uživatelé: Nejde internet

Vzhledem k tomu, že Google je pro mnoho uživatelů alfou a omegou internetu, vnímala tak zejména méně zkušenější část internetové populace jeho výpadek jako chybu celé sítě.

Podle Jiřího Chábery, manažera společnosti ECDL zabývající se výzkumem internetové gramotnosti, si mnoho lidí vyložilo nedostupnost Googlu jako problém internetové sítě. Soudí tak z reakcí lidí ve svém okolí nebo přetřesených helplinek poskytovatelů internetového připojení.

„Internetové ngramotný člověk, kterých je v Česku velmi mnoho, ve chvíli, kdy se mu poněkolkáté ne-

načte třeba YouTube, soudí, že nefunguje internet. Ti gramotní brzy zjistí, že je problém jenom částečný, a přesunou se jinam,“ říká Chábera.

Právě ta druhá skupina se potom starala o neobvyklý provoz na zbytku sítě. Ať už šlo o lavinu vtipných a méně vtipných komentářů na sociálních sítích, nebo o zvýšení návštěvnosti jinde.

Neobvyklý nárůst návštěvnosti zaznamenal tradiční český konkurent Googlu Seznam.cz. „Nejvíce se navýšení projevilo na naší domovské stránce a na až zdvojnásobení návštěvnosti našeho vyhledávání,“ popsala mluvčí Seznam.cz Irena Zatloukalová.

Přímo během výpadku Googlu navíc Seznam na Twitteru hlásil, že velký růst v kvantitě vyhledávání u něj zaznamenaly dotazy „výpadek Google“ nebo „proč nejde Google“.

Na výpadku samozřejmě trafil Google, který nemohl během té doby vydělávat na reklamě. Podle odhadu technet.cz by mohlo jít o statisíce korun. Sekundárně jeho výpadek postihl firmy, které využívají na svých webech některé jeho prvky či přes něj získávají návštěvníky.

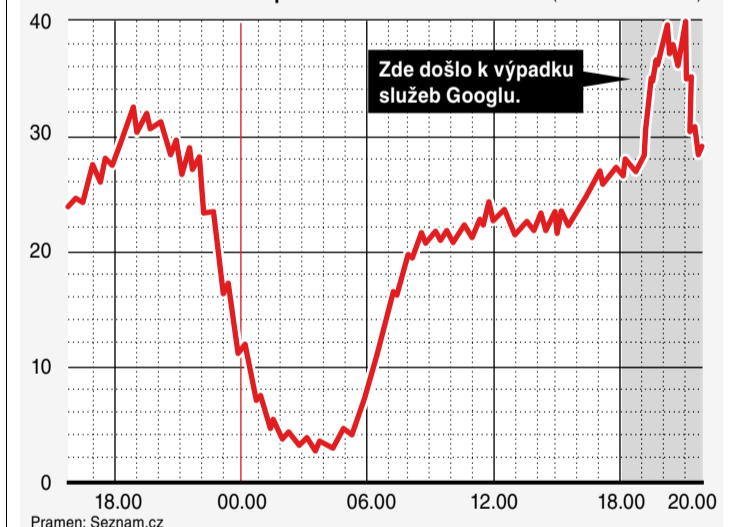
Oboje se týká českých e-shopů, které shodou okolností tento týden zpravidla lákají na slevy spojené s nadcházejícím černým pátkem.

Třeba česká e-shopová dvojka Mall.cz hlásila během výpadku pokles návštěvnosti o 15 procent. Kričov situace e-shopu v Česku a na Slovensku zavařila i jinak. „Využíváme hned několik nástrojů od Googlu. Konkrétní dopad na naše návštěvnosty měl výpadek Google Maps, sloužících k vyznačení našich výdejních míst. Při načítání stránek náš web čekal právě na načtení služby nefungujících Google Maps,“ dodal mluvčí Mall.cz Jan Řezáč.

Výpadek Googlu pomohl konkurenci

Jak se uživatelé internetu přelili na Seznam.cz

(množství dat v Gbit/s)



INZERCE

ŠKODA JS a.s.

60 LET PRO JADERNOU ENERGETIKU

Tradice, kvalita a inovace

Dnešní ŠKODA JS a.s. se zrodila v polovině padesátých let dvacátého století, kdy se na světě o jaderné energetice teprve začínalo uvažovat. Po celých šedesát let nejen udržela krok s rozvojem oboru, ale v mnoha případech jej také pomáhala určovat.

Je stále žádaným partnerem všech významných světových hráčů v tomto moderním a dynamickém odvětví. Byla a zůstává nositelem a pokračovatelem nejlepších škodovských tradic, představuje kontinuitu v inovativnosti a technický pokrok.

www.skoda-js.cz