

Ředitel pražského Marriottu: České metropoli stále chybějí lepší letecká spojení

23.2.2025 - Zdeněk Pečený | Mediaport solutions

Byl loňský rok nejlepším v pětadvacetileté historii hotelu?

Určitě. Pomáhá k tomu větší počet pokojů, které máme od pandemie k dispozici. Už v roce 2023 jsme viděli skvělé výsledky, ale 2024 byl opravdu fantasticky úspěšný. Myslím, že celý trh se vzpamatoval z pandemie. Jsme zhruba tam, kde jsme byli před ní, možná s trochu jiným mixem hostů. Zatím to dokonce vypadá, že letošní rok bude lepší než ten loňský.

Jak se od pandemie změnili návštěvníci?

Patříme do amerického řetězce, takže spoléháme hodně na Američany. S nimi je to ale hodně sezonní. Když jsem byl na různých veletrzích ve Spojených státech, Praha byla vždy zmiňována mezi top pěti místy k návštěvě. Počítáme, že letos i v dalších letech zůstane Praha pro Američany velmi populární.

A co další trhy?

Co nám v Praze stále chybí, jsou lepší letecká spojení. Co se Asie týče, v loňském roce jsme konečně zaznamenali určitý náznak zotavení. Pomohlo obnovení letecké linky z Pekingu a opět by se mohly vrátit lety do Šanghaje.

Asie ale přece není jen Čína.

Pro Česko jsou hlavní tři asijské trhy - Jižní Korea, Tchaj-wan a Čína. S Indií je to stále složité. Sice je tam zájem, ale je zde nadále problém se získáním evropských víz.

Leteckých spojení blízkovýchodních aerolinek je ale spousta a přibývají další.

Ano, Turkish Airlines, Qatar Airways, Emirates, letos přibude Etihad, takže čekáme další nárůst počtu návštěvníků z tohoto regionu. Vidíme stále více klientů z Blízkého Východu - především z Kuvajtu a Spojených arabských emirátů.

Co Evropa?

Neměli bychom podceňovat ani Evropu. Máme silné sousední země. Co se týče Velké Británie, to ještě uvidíme, jak se situace vyvine. Mluví se o nutnosti víz, jak pro britské občany při cestách do Unie, tak pro nás při cestách do Velké Británie. Musíme vyčkat, jaký to bude mít dopad.

Jak se mění hotelová scéna v Praze?

Máme nový sesterský hotel - W hotel na Václavském náměstí, další hotely jsou buď ve výstavbě nebo v rekonstrukci. Takže přibývá konkurence, ale náš výhled je velmi pozitivní.

V uplynulých letech jste hodně investovali do renovace, ne všechny hotely si to mohly dovolit.

My máme štěstí na skvělého majitele (*budovy - pozn. red.*), který do renovací během koronavirové

pandemie investoval 30 milionů eur. Vše, co dnes host vidí, když sem přijde, je nové, renovované. Vypadá to dobře. Během těchto renovací jsme také získali 120 nových pokojů. Celkem tedy máme 416 pokojů. To nám dává nové možnosti, které jsme předtím neměli. Renovace zvýšily hodnotu celého hotelu a máme pozitivní zpětnou vazbu na prostornější lobby nebo na lounge, která byla přesunuta z 6. patra do přízemí.

Je to poslední dobou trend po celém světě?

Posledních pět let panuje trend přesunout tyto salonky do dobře přístupných míst v přízemí a původní prostory ve vyšších patrech přeměnit na pokoje. Pomáhá to přinést život do hotelového lobby. Zabývali jsme se tím, jak aktivovat hotelové lobby. Nemusíte zůstat na pokoji u počítače – můžete se přesunout do lobby, kde si užijete pohodlí, a zároveň budete mít přístup k nabídce nápojů a jídla, aniž byste byli příliš rušeni. Dříve hotelové lobby bývaly spíše velkými prázdnými prostory, ale teď jsou to místa, kde si můžete užít klid a soukromí.

V kancelářské části vaší budovy sídlila do loňského roku Fio banka, která se přestěhovala do nedalekého projektu Masaryčka, a mluvilo se o dalším rozšiřování hotelu na úrok kanceláří. To zatím není na programu?

Aktuálně to není na stole, ale do budoucna bych to úplně nevylučoval. Pokud by majitel měl zájem rozšířit hotel, byla by to možnost.

Snažíte se do hotelu nalákat místní?

Ano. Je to jasně vidět na popularitě našeho nedělního brunchu – v prosinci jsme museli přidat i soboty. Stejně tak to bylo i se silvestrovskou párty. I když máme stále více konkurence, myslím, že se nám daří. S Honzou (*Jančarem – pozn. red.*) máme nového šéfa baru, který přepracoval menu a nabízí skvělé koktejly.

Nedávno váš hotel oslavil 25 let existence. Jak se hotelnictví a turistika v Praze změnily za čtvrtstoletí?

To je složitá otázka. Já do Prahy přišel teprve před dvěma lety. Svět je dynamický a stále se vyvíjí. Vznikla tu řada butikových hotelů, my ale máme tu výhodu, že u Marriottu každý ví, co ho čeká. Rozhodně se změnila klientela, možná ne ke spokojenosti všech, ale reputace Prahy se podle mě výrazně zlepšila. Když si vzpomeneme na rozlučky se svobodou v 10 hodin dopoledne, tento typ vymizel. Možná to bylo potřeba na začátku, aby se vůbec Praha dostala do povědomí turistů po světě. Ruku v ruce se změnou klientely se zlepšila nabídka restaurací. Když se mě někdo zeptá na oblíbenou restauraci, dám jim rovnou celý seznam.

Zlepšila se situace ohledně nedostatku pracovníků, se kterým se vaše odvětví potýkalo po pandemii?

Rozhodně došlo k zlepšení. Myslím, že jsme vyhledávaným zaměstnavatelem, takže nemáme mnoho otevřených pozic. Situace na Ukrajině nám to pomohla, co se týče pracovní síly. Myslím, že jsme na tom mnohem lépe než řada trhů v západní Evropě, kde inzerují pracovní místa půl roku a nikdo se neozve.

Museli jsme po pandemii zlepšit nabídku pro zaměstnance? Ať už jde o mzdy, nebo o další benefity?

Klíčem je, že nabídnete něco, co je atraktivní. Vše zdražuje, takže to nemůžete ignorovat a my jsme to neignorovali. Máme programy, kde zaměstnanci mohou ovlivnit svůj příjem, když budou plnit

stanovené cíle. Pak jde také o to, jaké jim dáte možnosti rozvíjet se a posouvat se dále v jejich kariéře.

Mluvil jste o tom zaměstnancích z Ukrajiny, které jste v souvislosti s válkou získali. Ovlivnil vás tamní konflikt negativně, třeba úbytkem určitých návštěvníků?

Ukrajinský trh pro nás nebyl moc významný. Ruští návštěvníci k nám také příliš nejezdili. Situace bude asi jiná v Karlových Varech a dalších místech, kde se museli přeorientovat na jiné trhy. Nějací podnikatelé ruské návštěvníky pravděpodobně postrádají, ale vždy je to o tom, umět se přizpůsobit.

Některé pražské hotely si stěžovaly, že kvůli válce na Ukrajině pocítily úbytek amerických hostů, protože si mysleli, že fronta je sto kilometrů od Prahy.

To je vždy na začátku konfliktu, ale srovná se to. Já to zažil s americkými hosty i v době iráckého konfliktu, protože si mysleli, že je to kousek od Evropy. Američané rádi cestují. Když jsem byl na veletrhu IMEX v Las Vegas, bylo zajímavé vidět, jak moc tam narostly ceny. To je dobré pro nás, přilákat je do Evropy, kde za své peníze dostanou více.

Jak velký podíl vašich hostů přijíždí ze Spojených států?

Řekl bych 30 procent. Ještě důležitější, než jednotlivé trhy, je pro nás náš věrnostní program Marriott Bonvoy, který má již 200 milionů členů. Ti chtějí bydlet v hotelech naší skupiny, a to skutečně vidíme.

Jak moc se mění preference hostů?

Klientela se rozhodně mění. Moje generace, boomers, preferovala trávit čas na baru. Generace Z nebo mileniálové se více zajímají o zdravý životní styl a cvičení místo chození do barů. Aktuálně se chystáme otevřít bazén se saunou a párou. Kdysi tu bazén býval, ale zrušil se. S bazénem se snažíme oslovit také víkendové návštěvníky z Česka. Určitě to budeme letos komunikovat, aby každý věděl, že zase bazén máme.

Kolik máte v průměru zaměstnanců a jaký je to poměr zaměstnanců na pokoj?

Trochu se to mění v závislosti na sezoně. Většinou máme okolo 200 zaměstnanců. Takže zhruba 0,45 zaměstnance na pokoj.

V současné době se prodává poměrně dost pražských hotelů. Je na to vhodná doba?

Majitelé vydělávají nejvíce peněz prodejem nemovitosti. Viděl jsem příklady, kdy byly hotely zakoupeny za 100 milionů eur a prodány za 200 milionů o několik let později. Prodejem koktejlů a sendvičů tolik peněz nevyděláte.

Je generálním ředitelem hotelu Marriott Prague, kam nastoupil na začátku ledna 2023. Má více než 30 let zkušeností v oblasti pohostinství a hotelnictví, které získával v Evropě. V hotelovém řetězci Marriott začal v roce 1985 ve Vídni a od té doby působil v řadě významných měst, včetně Hamburku, Stuttgartu, Heidelbergu, Kodaně, Varšavy, Budapešti a Frankfurtu. Je známý pro své silné manažerské dovednosti a vynikající obchodní praxi. Během své kariéry se podílel na nákladné renovaci hotelu Marriott v Budapešti a vedl Business Council pro východní Evropu. Grader je nositelem několika prestižních ocenění, včetně Stephan Graff Marriott Excellence Award a Operational Excellence Award.

<https://www.newstream.cz/zpravy-z-firem/reditel-prazskeho-marriottu-praze-stale-chybi-lepsi-letecka>

[-spojeni](#)