2. Desk Research

Obsah kapitoly

2.1. Hlavní globální vývojové trendy
2.2. Sezónnost
2.3. Adaptace evropských středisek na změnu sněhových podmínek, zasněžování
2.4. Investice do českých areálů
2.5. Infrastruktura horských středisek
2.6. Rozsah a struktura ubytovacích zařízení ve vybraných areálech
2.7. Snowboarding
2.8. Běžecké lyžování
2.9. Skitouring, skialpy
2.10. Cenová srovnání
2.11. Zima na horách v mediálním a online diskurzu
2.12. Hlavní zdroje informací pro kapitolu Desk Research

2.1. Hlavní globální vývojové trendy (1/3)

Globální poptávka: relativní stabilita po covidovém návratu

- Globální pohled: dle renomovaných reportů jsou **lyžařské návštěvy** (skier visits) **přibližně na před covidové úrovni**. Sezóna 2023/24 byla hodnocena jako „průměrná / normalizovaná“ s cca 366 mil. návštěvami celosvětově.
- Trh tedy není v dlouhodobém volném pádu; spíš se vrací k historickému průměru s vyšší volatilitou podle počasí. **Roste rozdíl mezi „dobrými“ a „špatnými“ sezónami**.
- Přes klimatické riziko **běží investiční cyklus**: modernizace lanovek, zasněžování, digitalizace provozu a řízení návštěvnosti.

Rostoucí koncentrace trhu a polarizace středisek

- Mezinárodní analýzy dlouhodobě upozorňují na **extrémní koncentraci návštěvnosti**: kolem 12 % středisek generuje více než 70 % všech návštěv.
- Patrná je **postupující polarizace**, kdy velká / nejvýše položená a dobře vybavená střediska posilují, zatímco malá a nízko- či středně položená častěji stagnují, zavírají nebo se musí rychle adaptovat.
- Investice, marketing i klienti se soustřeďují do top destinací; zbytek trhu hledá nové příležitosti a funkce. U malých areálů je vidět konsolidace nebo ukončování provozu, případně transformace na lokální / rekreační hub, někdy i s jiným hlavním produktem než sjezdové lyžování.

Motorem rozvoje globálního trhu Čína, Evropa stagnuje

- Čína představuje hlavní motor globálního růstu, svými parametry již překonala před covidové průměry. Silný výkon si udržují areály v USA. Areály vznikají i v nových a netradičních destinacích Asie a Afriky.
- **Evropa je vnímána jako celkově stabilní, nicméně s aktuálně spíše stagnující poptávkou**. Některé tradiční velmoci (jako Francie či Rakousko) ještě úplně nedohnaly před covidové úrovně, sníženou návštěvnost hlásí také Německo.
- Zisky jedněch vyrovnávají ztráty druhých, často podle sněhových a ekonomických podmínek.

2.1. Hlavní globální vývojové trendy (2/3)

Klima a sníh: posun od „reakce“ k anticipaci

- Úbytek přírodního sněhu je realitou. **Lyžařská střediska** už neřeší jen krizové zimy, ale **systematicky se připravují na klimatickou realitu** („embracing anticipation“). Nejde o volitelnou strategii, adaptace je nezbytná, vyhnout se potřebným krokům znamená ztrácet v budoucím období.
- Důraz se klade na **lepší snow management** a efektivnější zasněžování. Trendem je posun k nižší uhlíkové stopě, významné **investice směřují do udržitelnosti a energetiky**.
- **Níže položená střediska jsou nejzranitelnější**, protože spolehlivost výskytu přírodního zasněžení klesá a technické zasněžování je nákladné a limitované vodou / teplem.

Diverzifikace do celoročního provozu

- Cílem je **snížit závislost na jedné zimní sezóně**, která je nejistá. Střediska se čím dál víc definují jako celoroční horské „resorty“, ne čistě jako lyžařské areály.
- U řady areálů je zřetelný přechod k celoroční „4 season“ turistice: lanovky a infrastruktura se využívají i v létě, rozvíjí se hiking, biking, eventy, wellness apod.

Diverzifikace trhu v reakci na vývoj cen a jeho vnímání

- Trh se postupně diverzifikuje. Část směřuje do prémiové úrovně: **velká střediska zvyšují hodnotu** skrze kvalitní služby, komfort a zážitky, **aby obhájila vyšší ceny**.
- Na druhé straně ovšem současně, a to díky rostoucí cenové citlivosti, **roste i „value segment“** (s častým zastoupením mladších a začínajících lyžařů). Řada hostů přizpůsobuje svůj program – volí kratší pobyty, alternativy (ski-touring, pěší aktivity) – viz následující strana.
- Roste akcent kladený „après-ski / experience“ a další služby.
- Zajímavý doprovodný trend je i mezikontinentální přesun poptávky: část Američanů jezdí do Evropy, protože vychází levněji než top střediska v USA.

2.1. Hlavní globální vývojové trendy (3/3)

Růst nákladů, vyšší cenová citlivost, hledání hodnoty

- **Prudké zdražování v Alpách** (energie, práce, investice, klima) se přeneslo do cen skipasů i služeb; výsledkem je, že část rodin a středně-příjmových hostů přechází na levnější regiony / střediska, self-catering nebo kratší pobyty. V Itálii tento jev dokonce oficiálně komentuje spotřebitelská organizace: ceny skipasů od roku 2021 vzrostly až o desítky procent a část domácí klientely „settimana bianca“ vypouští.
- **Nejrychleji rostou** v posledních letech **ceny skipasů** (rychleji než inflace či výdaje za gastronomii). Výrazný je i nárůst půjčovného a výukových lekcí (což mj. zvyšuje náklady začátečníků či pouze příležitostných lyžařů, a také rodin s dětmi) a ubytování.
- Rakouská národní studie zimní dovolené (Österreich Werbung / Austria Tourism) uvádí průměrné denní výdaje zimních hostů 207 € / den (2023, včetně ubytování a výdajů na místě, bez dopravy do destinace). Necelou polovinu této částky představovalo ubytování, necelou čtvrtinu skipas, významné byly i výdaje za stravování a služby (půjčovny, škola, aktivity). Ve srovnání s předchozí sezónou šlo o nárůst o +15 € / den.

Hledání výhodnějších řešení, kratší pobyty

- Po covidu se v Alpách dál drží **trend kratších a flexibilnějších** pobytů (více „long-weekend“ pobytů a méně klasických 7denních). Hosté víc reagují na předpověď sněhu / počasí a cenu. Experti hovoří o vyšší volatilitě a „mobilní“ poptávce mezi destinacemi.
- Evropou se rychle šíří **dynamické / variabilní ceny skipasů** (čím dřív koupíš, čím více mimo špičku, tím levněji). To mění chování: více plánují dopředu, sledují cenová okna a porovnávají.

Přizpůsobení strategií

- Promyšlený **revenue management** je nutnost. Probíhající **profilace zákaznických segmentů** (např. prémioví vs. cenově citliví) motivuje resorty k jasnějšímu segmentování a vytváření různých typů **balíčků** a **variabilních cenových nabídek.**
- **Vytváří se vazba k regionům**. Host, který má celoroční pas nebo zná resort z léta, je ochotnější přijet na krátko i v zimě (a naopak). Symbolizuje to posun od „ski resortů“ k „mountain resortům“.

2.2. Sezónnost

Posun směrem k celoročnímu provozu

- V Alpách léto rychle dohání zimu, pozorujeme **posun** od modelu „zimní špičky + slabší léto“ **ke dvěma sezónám nebo téměř celoročnímu profilu,** což se odráží i na změně poměru příjmů.
- Řada alpských destinací zažívá **rekordní letní návštěvnosti**. Statistiky za několik dekád ukazují, že **přenocování** v Rakousku jsou **čím dál rovnoměrněji rozprostřená do celého roku** – roste pre-season i post-season a léto. Počet přenocování v zimě a v létě už je u řady areálů srovnatelný. U „dual-season“ resortů se už běžně uvádí letní obsazenost kolem 60 % (dříve výrazně nižší).
- V některých částech Francouzských Alp se dokonce očekávalo, že letní tržby v roce 2025 vzrostou o cca 25 % a poprvé překonají zimu (timing závisí na konkrétním údolí / resortu).
- Ve Švýcarsku je například (přes nepochybnou kvalitní nabídku lyžařských areálů) hlavním tahounem léto. Podle Švýcarského statistického úřadu (BFS/HESTA) zde bylo v zimní sezóně 2023/24 (listopad–duben) zaznamenáno 18,0 mil. přenocování, zatímco v letní sezóně v roce 2024 (květen–říjen): 24,5 mil., tj. poměr zima : léto činí 42 : 58 %.

Podpůrné kroky k rozšíření sezóny

- **Posiluje „nezimní“ infrastruktura** – půjčovny kol, letní lanovky s bike / hike provozem, trail centra, nejrůznější horské zábavní atrakce (rozhledny, visuté mosty, bobové dráhy, lanová centra, zipline či jiné adrenalinové areály, dětské zóny, zooparky), ale také eventová a kulturní nabídka.
- Aktivně jsou podporovány guest-card modely – např. u švýcarského Magic Passu tvoří v některých resortech jeho držitelé 60 % letních návštěvníků. Ve Francii vzrostl v některých oblastech prodej letních lanovkových / aktivitních pasů za poslední 4 roky až o polovinu.

„Mikrosezónnost“ i uvnitř zimy

- Nejvyšší poptávka se koncentruje do určitých období, jako jsou Vánoce, víkendy, speciální termíny (např. jarní prázdniny v Česku, různé svátky v zahraničí). Naopak okraj lyžařské sezóny (listopad / začátek prosince, březen / duben) je citlivější na kvalitu sněhu a ceny.

2.3. Adaptace evropských středisek na změnu sněhových podmínek, zasněžování

Sněhová pokrývka, doba vhodná pro zasněžování

- **Sněhová pokrývka v Alpách klesá** od 70. let 20. století zhruba o ~5–6 % za dekádu, sněhová hloubka ještě výrazněji. Bez zasněžování by přes 50 % evropských areálů bylo při +2 °C ve vysokém riziku nedostatku sněhu.
- **Klimaticky vhodných dní / hodin pro zasněžování v Alpách dlouhodobě ubývá**. Klesá počet dnů (nebo hodin), kdy wet-bulb teplota klesne pod práh pro efektivní výrobu sněhu (často kolem −2 až −5 °C podle technologie). V Rakousku se přítomnost (přírodní) sněhové pokrývky od 60. let zkrátila cca o 40 dní. Významný úbytek dnů vhodných pro zasněžování je patrný hlavně v nižších a středních nadmořských výškách.
- Chladná okna pro výrobu sněhu jsou řidší a kratší, protože roste teplota a často i vlhkost; tedy frekvence „snowmaking-friendly“ period klesá. Zasněžování se čím dál víc koncentruje do **krátkých intenzivních epizod na začátku zimy** (aby středisko otevřelo) a pak do „patchování“ během teplých / bez sněžných period.

Objem zasněžování

- Inovované **technologie ovšem umožňují udržet délku sezóny relativně stabilní**, i přes dopady změny klimatu. Reálný objem zasněžování díky vyšší kapacitě a potřebě otevřít ovšem v řadě areálů roste.

Investice

- Konkrétní informace o výši investic právě do zasněžování nejsou příliš transparentní. Přesto jsou k dispozici určité benchmarky. Areál Dolomiti Superski například investoval do minulé zimní sezóny částku 110 mil. €, přičemž největší část těchto investic mířila do posilování zasněžovacích systémů („innevamento programmato“) a servisů pro tratě. Celkové investice francouzských resortů (včetně lanovek, budov, veřejných služeb atd.) dosáhly v roce 2024 rekordních 568 mil. €, ovšem není k dispozici informace, kolik z toho přesně připadlo na zasněžování.

Technologie k mitigaci dopadů změny klimatu

- Areály investují do toho, aby zvládly jen krátká chladná okna. Investice do modernizace cílí na vyšší účinnost. Nakupují nová děla / tyče, investují do technologií na měření sněhu, terénní úpravy, ale také do akumulačních nádrží a rozvodů (voda je stejně důležitá jako děla) → cílem je vyrobit potřebný sníh rychleji a s menší spotřebou.

2.4. Investice do českých areálů

Celkové investice

- Podle údajů Asociace horských středisek ČR činily **celkové investice českých areálů před sezónou 2025/26 cca 0,85–1,0 mld. Kč.** Mezi hlavní investiční oblasti opakovaně patří posilování a modernizace technického zasněžování a nové akumulační nádrže na vodu pro zasněžování.
- Například provozovatel areálů ve Špindlerově Mlýně avizoval investice v celkové výši 150 mil. Kč.

Příklady technologických investic v českých areálech

- SKIRESORT ČERNÁ HORA–PEC: Nová zakrytá akumulační nádrž na ~15 000 m³ vody určená pro technické zasněžování (navíc se střešním parkovištěm), nákup nové generace sněžných děl a tyčí pro rychlejší a efektivnější zasněžení.
- ROKYTNICE NAD JIZEROU: Pořízení 6 věžových děl + 2 mobilních děl (2025/26), současně příprava nové budoucí akumulační nádrže.
- MONÍNEC: Posílení zasněžování o 4 moduly Snowfactory (kontejnerové výrobníky sněhu), které mají umožnit kompletní zasněžení hlavní ~1200 m sjezdovky i v teplejších dnech (cenná technologie pro výrobu sněhu i při méně příznivých teplotách).
- LIPNO: Navýšení počtu koncových zasněžovacích prvků a terénní úpravy pro vyšší efektivitu hospodaření se sněhem (úspora vody / energie).
- TANVALDSKÝ ŠPIČÁK: Výměna rozvodů zasněžování + 20 nových koncových prvků (tyčí / děl).
- DOLNÍ MORAVA – v letošním přehledu AHS je zmíněna modernizace akumulační nádrže pro zasněžování.
- Investice samozřejmě směřují i do dalších položek (nové lanovky, turnikety, způsob odbavení, e-shop, služby, apod.)

2.5. Infrastruktura horských středisek – popis funkcí (1/2)

Jádro produktu střediska

Klíčový prvek definující středisko, často hlavní hledisko výběru destinace.

- **Lanovky a vleky:** páteřní kabinka / expresní sedačka do hlavní zóny, síť sedaček / vleků pro rozptyl lyžařů, dětské vleky + výukové pásy.
- **Sjezdovky a tratě:** rozčlenění podle obtížnosti, propojky mezi sektory, ski routy mimo tratě, snow park / fun line / tratě pro závodění / soutěže.
- **Údržba:** rolby, depa, dílny, garáže, systém řízení tratí (značení, bezpečnostní uzávěry).

Sněhová a klimatická infrastruktura

Dnes již základní podmínka fungování většiny středisek. Důraz kladen na efektivitu.

- **Technické zasněžování:** sněžná děla (věžová, ventilátorová, tyčová / lance), čerpací stanice, rozvody vody, kompresory, meteostanice a automatizace (spouštění podle podmínek).
- **Vodní hospodářství:** akumulační nádrže (často zakryté / zasazené do terénu), odběrové objekty z potoků / řek.
- **Snow management:** měření výšky sněhu (GPS rolby, LiDAR, SnowSat), plánování „kolik sněhu kam“ kvůli úsporám energie / vody.

Služby vázané na lyžování („on-slope“)

Co host potřebuje, aby se mohl „rychle dostat na svah“ a fungovat na něm.

- **Skipasová infrastruktura:** výdejní místa, e-shop, různé druhy skipasů, dynamické ceny, turnikety, RFID čipové karty, guest-card integrace v ubytování.
- **Půjčovny a servis:** „rental huby“ u nástupů, servisy a úschovny lyží, testovací centra, „bootfitting“.
- **Lyžařská škola a coaching:** meeting pointy pro děti / dospělé, dětské parky, hlídání, školička, aj.
- **Zdravotní ochrana a bezpečnost:** horská služba, první pomoc, lavinová prevence (pokud je freeride) pojištění na místě.
- Trendem jsou například balíčky „skipas + rental + škola“ v jedné aplikaci.

2.5. Infrastruktura horských středisek – popis funkcí (2/2)

Gastronomie a zážitek „on-slope“

„Must have“ a zároveň velký generátor příjmů.

- **Horské restaurace a bary:** self-service v hlavních uzlech, à la carte / „panorama“ restaurace, lokální stylové puby, après-ski bary u dojezdu.
- **Zázemí pro odpočinek:** terasy, lehátka, dětské koutky, indoor seating pro špatné počasí.
- **Eventy:** DJ / after-ski, různá vystoupení, noční lyžování, závody, testování lyží, světelné show, aj.

Ubytování a resortové služby („off-slope“)

Má významný vliv na průměrnou délku pobytu.

- **Ubytovací zařízení:** hotely různých kategorií, penziony, apartmány, prázdninové byty, chalety, rezidence – více viz. následující strana.
- **Wellness & leisure:** sauny / bazény / spa, fitness, jóga, masáže.
- **Retail:** prodejny rychloobrátkového, sportovního i jiného nepotravinářského zboží, lokální produkty.
- **Další služby resortu:** např. kongresová turistika, teambuilding; u velkých center témata pro celoroční provoz, u menších spíše hledání tržních nik.

Logistika (přístup, parkování, mobilita)

Její komplexní uchopení je nezbytné pro zvládnutí „špiček” a redukci problémů.

- **Příjezdová infrastruktura:** silnice, zimní údržba, parkoviště u nástupů, často rezervace.
- **Vnitřní doprava:** skibusy mezi sektory, park & ride ve městě, průjezdnost komunikací.
- **Elektromobilita:** nabíječky, shuttle elektrobusy.
- **Navigační systém:** navigace v aplikaci, digitální tabule, informační centra.

Infrastruktura i pro mimozimní sezóny

Zimní střediska se mění na celoroční.

- **Viz samostatná kapitola o sezónnosti** – posun od modelu „zimní špičky“ ke dvěma sezónám nebo téměř celoročnímu profilu, posilování letního „revenue share“.
- Rozšiřuje se **infrastruktura pro cyklisty** nejrůznějšího zaměření, budují se **horské atrakce** (rozhledny, nejrůznější adrenalinové areály, dětské zóny, zooparky), posiluje **eventová a kulturní nabídka**.

2.5. Infrastruktura horských středisek – příklady typů středisek

Val Gardena (I)

„Supraareál“, největší skipasem propojená lyžařská oblast na světě (12 areálů, 450 vleků, 1200 km sjezdovek)

- Široká hotelová nabídka + apartmány ve třech hlavních obcích i jejich okolí, hodně wellness.
- Gastronomie jako produkt, na sjezdovce i pod ní (lokální kuchyně, panoramata).
- Dynamické skipasy přes celý superski systém.
- Vysoký důraz na kvalitu tratí.
- Silná letní sezóna (horská turistika, ferraty, kolo).

Schladming (A)

Ski-region Schladming-Dachstein, propojující více středisek, součást „supra-areálu“ Ski Amadé

- Propojený areál (4-Berge-Skischaukel) pro rozptyl návštěvnosti, celkem 230 km sjezdovek.
- Vynikající úroveň péče o sjezdovky.
- Široká škála ubytování od hotelů přes penziony a apartmány až po statky.
- Velký důraz na děti a rodiny (školy, dětské a začátečnické zóny).
- Letní sezóna velmi silná (turistika, cyklo, jezera, karty hosta).

Sölden (A)

Prémiový vysokokapacitní resort s dlouhou sezónou (díky možnosti lyžovat na ledovci)

- Páteřní lanovky + vysoko-horská infrastruktura, celkem 145 km sjezdovek.
- Masivní zasněžování + vodní nádrže, protože cílem je otevřít brzo a udržet dlouhou sezónu.
- Zážitek / branding na svahu: špičková gastronomie, eventy.
- Silný hotelový i apartmánový mix, wellness standard.
- Letní produkt: bike / hike, ledovcové atrakce.

Špindlerův Mlýn (CZ)

největší český resort

- Naše národní vlajková loď: hodně služeb na malé ploše, prémiové eventy.
- Více sektorů, které nejsou plně propojené lanovkami.
- Zasněžování + nádrže klíčové pro stabilitu sezóny.
- Silná nabídka služeb v základně, après-ski.
- Mix hotelů, penzionů i apartmánů; wellness je standard.
- Letní produkt roste (kolo, turistika), ale zima je stále hlavní.
- Probíhají velké investice do zvětšení a propojení.

Menší „rodinné“ středisko

(typu Monínec / Bílá / Semmering)

- Jedna páteřní lanovka + pár sjezdovek, výukové zóny.
- Variabilní positioning – dle lokální situace (konkurence, spádové území, kupní síla).
- Vysoce efektivní zasněžování, aby se dalo otevřít i v teplejším období.
- Denní návštěvnost → důraz na parkování, gastro u základny.
- Ubytování spíš doplňkové nebo v širším okolí.
- Letní atrakce často zásadnější pro ekonomiku než dřív.

2.6. Rozsah a struktura ubytovacích zařízení ve vybraných areálech

Velké areály

Schladming (A)

- Schladming je větší město ve Štýrsku s širším zázemím, součást lyžařského regionu Schladming-Dachstein a velké oblasti Ski Amadé.
- Nabízí **17 tisíc lůžek pro hosty**:
  - velké množství hotelů a penzionů v různých třídách (často s wellness)
  - velké množství penzionů a „Privatzimmer“
  - apartmánové domy a rekreační byty (často pro rodiny a skupiny)
  - v okolních částech regionu Schladming-Dachstein také statky.

Sölden (A)

- Sölden je moderní lyžařský areál na západním konci Tyrolska.
- Nabízí **15 tisíc lůžek pro hosty**:
  - silný hotelový segment, zejména 4* a „wellness / sport“ hotely (Sölden je výrazně orientovaný na bonitnější klientelu)
  - ještě rozsáhlejší nehotelový segment: velké množství apartmánů, chaletů a „Ferienwohnungen“, často v privátním vlastnictví, protože destinace historicky stavěla na „self-catering“ a skupinových pobytech

Val Gardena (I)

- Lyžaři oblíbené údolí v Jižním Tyrolsku, s několika skiareály.
- Nabízí **17,8 tis. lůžek** v 1006 ubytovacích zařízeních (většina v sídlech Ortisei, St. Cristina a Selva):
  - rozsáhlá síť hotelů se silným zastoupením 4* a 5* hotelů (tradice „hotelového“ zimního produktu)
  - vedle toho velmi široká nabídka garni / B&B, residencí a apartmánů (celé údolí má dlouhou tradici rodinného ubytování a letní turistiky).

Střední a menší areály (příklad Rakouska, různé typy)

Obertauern (A)

- Obertauern je čistě vysokohorské resortní sedlo v Salcbursku – nemá velké „údolní město“, takže ubytování je koncentrované přímo u sjezdovek. **Resort je typicky „hotelový“** (na rozdíl od některých údolních vesnic, kde dominují apartmány).
- Nabídka zahrnuje **8,3 tis. lůžek.** Oficiální stránky zmiňují přes 60 hotelů a obecně široké spektrum ubytování.
- V praxi jde hlavně o hotely 3* až 4* s velkým důrazem na ski-in / ski-out, menší penziony a gasthofy, část apartmánových domů / rezidencí.

Pitztal (A)

- Areál v západním Tyrolsku (středisková obec St. Leonhard im Pitztal)
- **4 tisíce lůžek** ve 168 ubytovacích zařízeních:
  - hotely 5/4*: 6 % zařízení, 21 % lůžek, hotely 3*: 11 % zařízení, 26 % lůžek, Hotely 2/1*: 10 % zařízení, 12 % lůžek
  - jiná komerční UZ (gasthofy, horské domy, apod.): 16 %, resp. 21 %
  - privátní pokoje: 8 % zařízení, 3 % lůžek
  - soukromé apartmány / chalupy (Ferienwohnung): 49 % zař., 18 % lůž.

Waidring (A)

- Menší areál v Tyrolsku.
- **1,4 tisíce lůžek** ve 108 ubytovacích zařízeních.
- **Příklad lokální destinace s malým počtem hotelů** (15 % zařízení, 48 % lůžek), zato **silnou privátně-apartmánovou složkou**.
- 3/5 ubytovatelů představují soukromé apartmány a prázdninové domy, k tomu je ještě poměrně velký podíl privátních pokojů.

2.7. Snowboarding

- V dlouhodobém horizontu **po boomu v devadesátých a nultých letech přišlo zpomalení** a místy i pokles, hovoří se o „**stabilizaci po zlaté éře“** devadesátých a nultých let. Jako hlavní důvody jsou zmiňovány stárnutí generace, rostoucí ceny skipasů a vybavení, konkurence jiných sportů (freeride lyže, skialpy) a také klima. Krátkodobě lze mluvit o oživení, zejména díky mimoevropským trhům (v USA v roce 2024 rekordní růst, Japonsko mj. se skvělými podmínkami pro jízdu v prašanu).
- V Alpách resortní návštěvnost drží, a s ní i snowboarding; růst je ve **freeridu** a touringové kultuře. Klesá podíl snowboardistů využívajících běžné sjezdovky. Naopak **růst zaznamenává** snowboarding v „**backcountry**“ oblastech. Snowboardisté čím dál víc hledají „ticho mimo resort“: méně front, více dobrodružství. Některé mezinárodní zdroje uvádějí, že v těchto terénech je v současnosti aktivní již čtvrtina snowboardistů (v zahraničí jsou pro to ovšem vhodnější podmínky než v Česku). Tomu odpovídá boom splitboardů, výstroje, a také třeba i kurzů lavinové prevence.
- Budují se nové (a zdokonalují staré) **freestyle parky**. Parky jsou víc odstupňované (S/M/L lajny, bezpečnější prvky). Vyvíjejí se i technologie (step-on / rychloupínací vázání a lehčí boty – cílí na pohodlí a rychlost, širší all-mountain a powder tvary se staly mainstreamem).
- Další strukturální změnou je posilování podílu žen v tomto segmentu. Zároveň přibývá lidí, co se učí na prkně až v dospělosti.
- Také v Česku je snowboarding součástí resortů, ale už to není „nová vlna“ jako na přelomu století. Závodně je Česko velmi vidět (Ester Ledecká, Zuzana Maděrová, Jakub Hroneš atd.), Svaz lyžařů ČR má aktivní sekci alpského, freestyle i SBX snowboardingu, i zde se mírně posunuje struktura ve prospěch freeridu. Z hlediska terénu je Česko sice parkově solidně vybavené, pro freeride / backcountry existují ale limity dané kopci a ochranou území – proto snowboardisté často vyrážejí do Alp či Tater.
- Snowboarding má stále charakter sociální komunity, je také extrémně „video-friendly“ a videa jsou často šířena na sociálních sítích (Instagram, TikTok, YouTube).
- Celkově lze říci, že snowboarding už není „explozivně rostoucí rebel“, ale vyzrálý sport, který je stabilně přítomný v resortech, roste v backcountry, posouvá freestyle do stylu a bezpečnější úrovně (včetně důrazu na ochranu), a čím dál víc řeší udržitelnost a širší komunitu.

2.8. Běžecké lyžování

- V řadě zemí se během covidu zvedla poptávka po outdoor sportech a běžky z toho těžily výrazně. Studie z Alp i USA ukazují, že tento efekt přetrval i po pandemii, **segment je rostoucí**. Dlouhodobě nicméně **růst brzdí klimatická nejistota a ceny**, takže některé nížinné oblasti stagnují, zatímco horské a severské regiony posilují.
- **V Česku je situace značně kolísavá**, velmi závislá na síle zimy a (ne)dostatku sněhové pokrývky. Ve sněhově příznivých obdobích se ukazuje množství rekreačních běžkařů v Česku. Vedle rekreačních běžkařů, ovšem roste „sportovní“ pojetí běžek, zejména tam, kde se investuje do širokých tras.
- „Klasika“ pořád vede v počtu lidí, protože je přístupnější, jednodušší a méně namáhavá, infrastruktura (stopy) je na ni stavěná. Čím dál více lidí bere běžky jako zimní cardio trénink (podobně jako běh nebo kolo), což táhne hlavně bruslení, protože je rychlé a kondičně intenzivní.
- Některá města a areály investují do kratších okruhů se zasněžováním (aby sezóna nebyla závislá na přírodním sněhu).
- Výbava se stává uživatelsky přívětivější. Největší trendem u rekreační klasiky jsou aktuálně mohérové pásy „skin“, u kterých není potřeba mazat klasické stoupací vosky. Zlepšuje se i stabilita a ovladatelnost rekreačních lyží, bot a vázaní, snižuje se hmotnost. To vše znamená méně starostí a spontánně přispívá k většímu zájmu o běžky.
- V Česku jsou dlouhodobě nejsilnějším a rostoucím běžkařským „ekosystémem“ Jizerské hory, kde se sníh udrží i v horších zimách díky organizované úpravě. Magistrála má přes 200 km upravovaných tratí, 23 nástupních míst a roční návštěvnost se uvádí přes půl milionu lyžařů.
- Stovky km stop, vzájemně propojenou síť a vysokou nadmořskou výšku (umožňující delší sezónu) nabízejí Krkonoše. Díky výšce a rozsahu tratí se tady počet rekreačních běžkařů drží velmi vysoko, poslední roky však spíš roste podíl „sportovních“ (skate) běžců na upravených okruzích. Výhodu brzkého nástupu sněhu a dlouhé sezóny má díky nadmořské výšce i Boží Dar v Krušných horách. Tradičním běžkařským regionem je dlouhodobě i Šumava se silnou rekreační komunitou včetně rodin. Na Vysočině (zejména NMnM) a u měst je patrný rostoucí zájem fitness / skate komunity.
- Velkým společenským magnetem pomáhajícím zviditelnění sportu jsou různé závody (Jizerská 50, Stopa pro život, SkiTour…).

2.9. Skitouring, skialpy

- Skitouring / skialpy představují **jednu z nejrychleji rostoucích zimních disciplín**. Globálně rostou rychle, táhne je kombinace fitness-touringu, freeride prašanu mimo resorty. V Česku zájem roste také, jen je víc závislý na podmínkách, část scény jezdí pravidelně do Alp. Mezinárodní tržní reporty ukazují, že globální ski-touring trh v roce 2024 rostl a dál má růst tempem zhruba 4–8 % ročně podle segmentu. Poptávka po skialpech roste rychleji než klasické sjezdové lyžování.
- Ski mountaineering (skimo), u nás zvaný skialp, je na vzestupu do té míry, že se letos dostal mezi olympijské sporty a představí se na ZOH 2026 v Cortině, což nepochybně dále podpoří rostoucí zájem o tuto disciplínu.
- Vedle této sportovní větve běží i silný trend „rekreačního touringu“, vítaný těmi, kteří chtějí zdravý pohyb na horách, v klidnějším prostředí, s větší volností a mimo sjezdovky. Vykrystalizovaly dvě paralelní větve:
  - **Light & fast / skimo styl** (ultralehké lyže, často 800 – 1 100 g/ks, pin vázání, boty s extrémním rozsahem komínu), kdy je cílem rychlý výšlap či dlouhé okruhy, často závodně / fitness.
  - **Freeride touring** - širší lyže, robustnější vázání, důraz na sjezdový zážitek v prašanu; motto: „nahoru si dojdu, dolů si to užiju“.
- Rozvoj posilují nové technologie, výbava je lehčí, ale bezpečnější než dříve. Standardem je pin/tech vázání, hybridní boty (pořád lehké na výšlap, ale s lepší tuhostí pro sjezd) či skins. Stále častěji lidé jezdí s airbagem, lavinovým setem. Střediska budují skitouringové trasy u areálů (bezpečnější alternativa pro začátečníky, často s jasnými pravidly).
- Přibývá i speciálních kurzů, vytváří se komunita. Růst brzdí nejisté zimy (klima snižuje spolehlivost sněhu v nižších horách), lavinová rizika a také cena výbavy.
- Statistiky ukazující počty aktivních skialpinistů v Česku zatím nejsou k dispozici. Česká média i průvodci nicméně opakovaně mluví o rostoucí popularitě skialpinismu v ČR. Roste nabídka půjčoven, kurzů a specializovaných shopů. Terénní limit: naše hory jsou nízké a často chráněné, takže rekreační skitouring se soustředí do „klasických“ oblastí (Krkonoše, Jeseníky, Šumava, Krušné hory), hodně lidí jezdí pravidelně do Alp či Tater.

2.10. Cenová srovnání – porovnání českých areálů a benchmark zahraniční konkurence

- Zatímco lokální české areály se cenou denního skipasu v hlavní sezóně dokážou dostat pod 600 Kč, nejvyšší ceny přesahují i 1500 Kč / den. Nejdražší jsou podle předpokladů krkonošské areály a spolu s nimi středisko Dolní Morava.
- Lze konstatovat, že ceny skipasů v nejdražších českých areálech jsou již na úrovni některých středně velkých středisek ve Francii a Itálii.

Cena denního skipasu v Kč v hlavní sezóně*	Příklady areálů v Česku	Příklady zahraničních areálů
Do 600 Kč	Bedřichov	
600 – 799	Benecko, Červenohorské sedlo,	
800 – 999	Bílá, Deštné v Orl. h., Herlíkovice, Ještěd, Monínec, Plešivec, Špičák (Šumava)	Szklarska Poreba (PL),Zakopane (PL), Vrátna-Malá Fatra (SK)
1 000 – 1 199	Harrachov, Klínovec, Lipno, Tanvaldský Špičák	Semmering (A), Szczyrk (PL)
1 200 – 1 399	Špindlerův Mlýn, Dolní Morava, Svoboda nad Úpou	Borovec (BG), Avoriaz (F), Sestriere (I)
1 400 – 1 599	Černá Hora-Janské Lázně, Pec pod Sněžkou, Černý Důl	Bormio (I), Alpe d'Huez (F), Meribel (F)
1 600 – 1 799		menší areály v Dolomiti Superski (I), Stubai (A), Jasná (SK), Livigno (I), Obertauern (A), Ski Juwel (A), Val Thorens (F), Val d'Isere (F)
1 800 – 1 999		Dolomiti Superski (I), Ski Amadé (A), Zillertal (A), SkiWelt (A), Ischgl (A), Kitzbühel (A), Hintertux (A)
2 000+		Zermatt (CH), Davos (CH), Madonna di Camp. (I), Verbier (CH)

* Uvedeny přibližné ceny na základě níže uvedených zdrojů. Díky stále větší diferenciaci cen v rámci dynamického cenového systému se nicméně ceny často pohybují v intervalu (pokladna vs. online, konkrétní den, nákupy v předstihu)

Zdroj: www.onthesnow.cz, stránky skiareálů

- V rámci alpských zemí jsou nejdražší skipasy ve švýcarských areálech.
- V rozsáhlých a oblíbených areálech Rakouska (Ski Amadé i další) a v regionu Dolomiti Superski se cena denního skipasu pohybuje kolem 80 EUR.
- Řada francouzských středisek a areálů v severozápadní a severní Itálii nabízí denní skipasy za cenu kolem 55-65 EUR, tedy podobnou (rozsahem mnohem menším) krkonošským střediskům.

2.10. Cenová srovnání – porovnání s konkurenčními destinacemi v Alpách

Renomované mezinárodní agentury předkládají širokou škálu žebříčků, porovnávajících evropské lyžařské areály z hlediska jejich cenové úrovně a hodnoty pro lyžaře (viz vybrané zdroje níže), případně i podle dalších kritérií (ukázky níže).

Cenový index evropských resortů * 2025/26, ceny v EUR

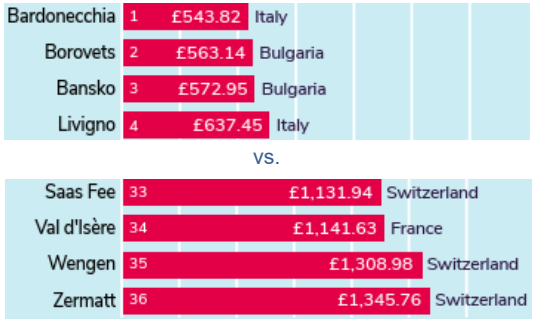
Pořadí	Areál	Země	Km sjezdo-vek	Denní cena skipas hl. sezona	Ø denní skipas a ubyto-vání
1.	Artouste - Laruns	Francie	27	24	44
2.	Lans en Vercos	Francie	23	24	44
3.	Réallon	Francie	30	29	45
73.	**Klínovec**	**Česko**	**32**	**47**	**93**
103.	**Špindlerův Mlýn**	**Česko**	**38**	**51**	**105**
139.	Jasná/Chopok	Slovensko	45	69	121
268.	Zermatt	Švýcarsko	322	103	273
269.	Obertauern	Rakousko	100	70	277
270.	Cortina d'Ampezzo	Itálie	120	77	280
271.	Obergurgl-Hochgurgl	Rakousko	108	74	287

* Areály nad 20 km sjezdovek

Zdroj: Holidu, European-ski-resort-price-index 2025

Pořadí vybraných areálů z hlediska hodnoty pro dospělé *

* Zahrnuje průměrnou cenu 6-denního skipasu, půjčení lyžařských bot, 6 půl dnů lyžařské školy, obědy a nápoje během dne.



Zdroj: Ski Resort Report 2025 | Post Office Travel Money

Ceny 6-denního skipasu v alpských areálech 2025/26, ceny v EUR

Pořadí	Areál	Země	Km sjezdovek	6-denní cena skipas
1.	Isola 2000	Francie	120	**158**
2.	Bardonecchia	Itálie	100	**170**
3.	Auron	Francie	138	**186**
	Schladming-.Dachst.	Rakousko	123	**284**
	Val Gardena	Itálie	181	**312**
	Ischgl/Silvretta	Rakousko	239	**387**
91.	St.Moritz combi	Švýcarsko	362	**440**
92	Zermatt-Cervinia	Švýcarsko	360	**458**
93.	Crans Montana	Švýcarsko	140	**465**

Zdroj: www.snowclans.com/europeanskipassprices

Průměrná cena 6-denního skipasu v necelé stovce měřených areálů činí **295 EUR**, **v přepočtu na km** je to **1,64 EUR.** Druhá z hodnot je několikanásobně nižší než je tomu u (menších) českých areálů.

2.10. Cenová srovnání – sezónní skipas

Špindlerův Mlýn	
Dospělý	15 800 Kč
Junior/Senior	12 700 Kč
Dítě	11 100 Kč
Platí i v dalších GOPASS střed.	

Černá Hora / Pec p. Sněžkou	
Dospělý	13 990 / 14 990 Kč
Junior/Senior	12 490 / 13 490 Kč
Dítě	10 490 / 11 490 Kč
Dítě k dospělému skipasu +1000 Kč.	

Klínovec	
Dospělý	16 660 Kč
Dítě	10 100 Kč
Je i varianta pro Interregion.	

Tanvaldský Špičák	
Dospělý	11 700 Kč
Junior/Senior	9 600 Kč
Dítě	7 300 Kč
Více variant, tato pro 20 dní.	

Lipno	
Dospělý	9 890 Kč
Junior/Senior	8 890 / 4 990 Kč
Dítě	5 910 – 8 390 Kč
365.pass - propojení celoroční.	

Deštné v Orlických h.	
Dospělý	9 420 Kč
Junior/Senior	7 850 Kč
Dítě	6 580 Kč

Czech Skipass	
Dospělý	17 490 Kč
Junior/Senior	14 990 Kč
Dítě/Senior	13 490 Kč

Dolomiti Superski (15 oblastí)	
Dospělý	970 / 1040 €
Juni do 18	650 €
Dítě do 8	315 €

Ski Amadé ALL-IN Card White	
Dospělý	825 / 882 €
Junior	342 / 623 €
Dítě	217 / 346 €

Snow Card Tirol	
Dospělý	1029 / 1169 €
Junior	626 / 935 €
Dítě	349 / 584 €

SuperSkiCard Premium (88 středisek)	
Dospělý	995 / 1145 €
Junior	733 / 858 €
Dítě	483 / 572 €

Zdroj: OnTheSnow, Snow-space.com, stránky středisek

- **Ceny sezónních skipasů** (pro dospělé) se v Česku pohybují od 6 – 9 tisíc Kč u menších areálů až po 14 – 16 tis. Kč u těch prémiových. V zahraničí pak od 600 EUR u středně velkých areálů, přes 800 – 900 EUR u větších oblastí, až po 1 000 – 1 150 EUR u nadregionálních „suprabalíčků“.
- Řada areálů nabízí výrazné zvýhodnění pro dítě s rodičem. V cenách pro malé děti postupuje velmi motivačně například Ski areál Lipno, který také velmi aktivně promuje i celoroční sezónu v rámci 365.passu.
- V některých areálech se cena liší podle toho, kdy nákup proběhne. Některá střediska (Dolní Morava) uplatňují dynamický systém cen. Někde se zahrnuje i večerní lyžování, jinde se platí zvlášť.
- Speciálním produktem (zejména v kontextu cen sezónních skipasů některých domácích středisek) je **Czech Skipass**, který sdružuje 18 českých středisek včetně prémiových.
- V zahraniční je **možnost nakoupit sezónní skipas** jak pro areál, tak **pro širší oblast stále častější**. Někdy je vymezení regionální (**Snow Card Tirol**), někde již získalo i nadregionální podobu – rakouský systém **SuperSkiCard** sdružuje dokonce 88 lyžařských resortů ve 23 lyžařských regionech s celkovou nabídkou 938 lanovek a vleků a 2843 km sjezdovek.
- **Kombinací je velmi široké spektrum**. Některé karty výrazněji zvýhodňují některé věkové skupiny, některé umožnují i model střídání rodičů u dítěte.*

* Například v Jasné v Nízkých Tatrách je oblíbený Gopass SKI s přesahem i do letních měsíců, platný v 10 střediscích. Ceny jsou vlnové (postupně zdražují v průběhu roku), navíc existují 4 typy (standard, s 365.bank benefitem, FAST PASS, FLEXI).

2.10. Cenová srovnání – vedlejší náklady – vybrané příklady

Post Office Ski Resort Report každoročně publikuje data za 36 evrop. resortů, německý autoklub ADAC dělá srovnání „vedlejších nákladů“ (Nebenkosten Vergleich) ve 25 resortech německy mluvících zemí.

	Pec pod Sněžkou – Snowsport School	Klínovec – ofic. půjčovna skiareálu	Špindlerův Mlýn - Ski School Spindl	Zahraniční benchmarky
Příklady cen půjčoven	Ski komplet (lyže + boty + hůlky): • 1 den: 550 Kč • 6 dní: 2 500 Kč (platíš 5, 6. den zdarma)	Economy carving komplet: • 1 den: 490 Kč • 6 dní: 2 200 Kč Premium carving komplet: • 1 den: 650 Kč • 6 dní: 2 930 Kč	Set po jednotlivých položkách: • Lyže / SNB: 440 Kč / den • boty: 240 Kč / den • hůlky: 120 Kč / den Dospělý set vychází cca: 440 + 240 + 120 = 800 Kč / den	V levnějších areálech (Bulharsko, Francie) stojí šestidenní set 65-115 EUR na osobu. Ve velkých silných areálech jsou ceny výrazně diverzifikované podle úrovně skisetu – např. ve Schladmingu od 130 EUR (začátečník) až po 240 EUR (premium), ve Val Gardeně od 120 po 180 EUR
Příklady cen lyžařských škol	Privát (1–3 osoby): • 2 hodiny: 2 000 Kč (1. osoba) • 4 hodiny: 3 700 Kč (1. osoba) • další osoba: 450 Kč / hod. Skupinová výuka (7–12 osob, 4 hod / den): • 1 den: 1 500 Kč / os. • 2 dny: 2 800 Kč / os. • 3 dny: 3 800 Kč / os. • 4 dny: 4 600 Kč / os. • 5–6 dnů: 5 300 Kč / os.	Klínovec – ofic. škola skiareálu Privát (50 min): • 1 osoba: 1 100 Kč • 2 osoby: 1 500 Kč • 3 osoby: 1 800 Kč Privát 100 min (2×50 min): • 1 osoba: 1 900 Kč Skupiny (privátní skupina 4 osoby, 100 min): • 3 600 Kč celkem ⇒ 900 Kč / osoba	Špindlerův Mlýn - veřejně uváděné ceny škol Jednodenní skupinová škola pro děti: cca 670 Kč / den Privát na 4 hodiny: cca 2 300 Kč Privát 3 hodiny pro skupinku až 4 dětí: 1 490–2 090 Kč (podle školy / času)	Cenu ovlivňuje část dne (nejlevnější brzy ráno, nejdražší cca 10-13 hod) i velikost skupiny. V levnějších areálech se ceny za 5-6 „půldnů“ pohybují od 135 (Livigno) do 200 EUR na osobu (např. Sestriere 155), ve vyhlášených areálech jsou ceny vyšší. Příklady z Val Gardeny: Privát 2 hod 130-180 EUR, skupiny od 55 EUR / osoba / blok 2-3 hodin výše Příklady ze Schladmingu: Privát 2 hod cca 200 EUR, skupiny od 55 EUR / osoba / blok 2-3 hodin výše

- Půjčovné v Alpách mírně převyšuje hodnoty v Česku, v případě lyžařských škol je cenový rozdíl vyšší.

2.11. Zima na horách v mediálním a online diskurzu – hlavní rezonující témata (1/2)

Klima, sníh a budoucnost lyžování

- „Bude ještě kde lyžovat?“ – zkracování sezón, nejistota počasí, budoucnost nízko položených areálů.
- Sdílení „sněhové reality“ v reálném čase: fotky holých svahů vs. top podmínky, srovnávání let „jaké to bývalo“.
- Debaty o tom, jestli je lyžování „udržitelné“ nebo jestli je to „poslední dekáda zábavy“.
- Co podněcuje diskusi: vědecké i mediální výstupy ukazující pokles sněhu a růst klimatického rizika; zmiňuje se nutnost adaptace.

Rychle rostoucí ceny

- Růst cen skipasů a ubytování, srovnávání zemí / areálů, hledání levnějších alternativ.
- Dynamické ceny skipasů („jako letenky“) – chvála za slevy v předprodeji vs. kritika nepřehlednosti.
- Debata o tom, jestli se lyžování stává sportem pro bohaté, „jaká cena ještě stojí za to“.
- Co podněcuje diskusi: reálné cenové skoky 2023–2025 a rychlá digitalizace prodeje.

Recenze a hodnocení služeb

- Jedna z hlavních složek online diskurzu o lyžování. Nejčastěji se týká sněhu, front / lanovek, ceny vs. hodnoty, gastronomie a rodinné infrastruktury.
- Díky sociálním sítím se z recenzí stal rychlý „real-time reputační trh“, který umí ovlivnit vývoj poptávky i v řádu dnů.
- Blíže viz. podkapitola 2.11 recenze a hodnocení služeb.

Přelidněné areály, fronty

- Hodně viditelné na sociálních sítích – a občas i vyhrocené (nejvíce TikTok): „Nejde se hnout“, fotky front u vleků, videa (někdy i virální) zobrazující situaci i autentický pocit snižování kvality zážitku.
- Nejsilněji se projevuje v exponovaných oknech (svátky, dny s hezkým počasím, akce, apod.).
- Rozhořčení místní obyvatelé, kritika „overturismu“.
- Co podněcuje diskusi: nedostačující kapacita, jednodenní výlety, sociální „FOMO“.

2.11. Zima na horách v mediálním a online diskurzu – vedlejší rezonující témata (2/2)

Lifestyle, změna stylu ježdění a vybavení

- Diskuse o nových trendech, nových materiálech, širších lyžích, e-bike přenos do zimy, chytré vyhřívání bot / oblečení apod.
- Boom skitouringu, sněžnic, splitboardu jako alternativa k drahým skipasům nebo k přeplněným sjezdovkám.
- Diskuse typu „začátečnický“ vs. „progresivní“ snowboard / park aj.
- Co podněcuje diskusi: social-trend reporty o snowsports komunitách a jejich stylu.

Bezpečnost mimo sjezdovky, laviny

- Diskurz s jasnými sezonními špičkami – po nehodách či varováních.
- Lavinové incidenty, vybavení (pípák–lopata–sonda), „jak moc riskovat“.
- Backcountry vs. resortové freeride zóny.
- Kritika „instagramového“ podceňování rizika.
- Co podněcuje diskusi: častější výkyvy sněhu + růst skitouringu.

Umělé zasněžování: nutnost vs. kontroverze

- „Bez sněhu to nejde“ vs. „je to plýtvání vodou / energií“.
- Spory o vodní nádrže, odběry v době sucha, emise.
- Technologický optimismus („nová děla, Snowfactory, vydržíme“) vs. argumenty o „maladaptaci“.
- Co podněcuje diskusi: studie o snow–water–energy napětí v Evropě a odhady výrazně rostoucí spotřeby vody pro zasněžování v oteplujícím se klimatu.

Další témata

- Kritika expanze resortů vs. ochrana krajiny (např. debaty kolem olympiád či velkých staveb). „Autenticita“ vs. „Disneyland v horách“.
- Lokální komunity, bydlení místních vs. druhé bydlení turistů.
- Další dle aktuálnosti a významu tématu.

2.11. Zima na horách v mediálním a online diskurzu – recenze a hodnocení služeb

Nejčastější hodnocená témata

1. **Sníh a úprava tratí** (kvalita manšestru, led / kaše, jestli jsou otevřené klíčové sjezdovky, dostatek sněhu)
2. **Lanovky a fronty** (rychlost / kapacita, stáří technologií, čekání ve špičce, ergonomie nástupů)
3. **Ceny vs. hodnota** (skipas, půjčovny, škola, jídlo na svahu; „stojí to za to?“)
4. **Gastronomie a après-ski** (kvalita vs. ceny, atmosféra, obsluha, přeplněnost)
5. **Rodiny a výuka** (dětské zóny, eskalátory / pásy, lyžařské školy, bezpečnost)
6. **Logistika** (parkování, skibusy, orientace, aplikace, informování o provozu)
7. **Ubytování** (čistota, wellness, vzdálenost ke svahu, self-categing vs. hotelový servis)

Typické vzorce hodnocení

„Skvěle upravené tratě i po obědě.“
„Moderní lanovky, rychlé rozptýlení lidí.“
„Rodinný resort – výuka, dětský park, klid.“
„Atmosféra vesnice, krásná panoramata.“

„Dlouhé fronty, přeplněné sjezdovky.“
„Skipasy zase zdražily, lyžování už je jen pro bohaté.“
„Sníh za nic nestál, část sjezdovek zavřená, ale stejně chtěli plnou cenu.“

Nejčastější platformy pro hodnocení a recenze

- **Specializované lyžařské portály s ratingy resortů** (Skiresort.info, OnTheSnow, Snow-Forecast, Snomad, Snow Magazine apod. – mají strukturované recenze přímo na areály (sněhová spolehlivost, lanovky, sjezdovky, rodiny, après-ski, value for money, atd.).
- **Obecné recenzní platformy** (Tripadvisor, Google Reviews, Booking / Airbnb, aj.) Recenzenti tam hodnotí hlavně hotely, restaurace, pronájmy a „celkový zážitek z destinace“.
- **Sociální sítě** (TikTok / Instagram / Facebook / Reddit) – zde jsou obvykle krátké reporty z terénu – videa a stories (fronty, kvalita sněhu, ceny, vibe). Pokud se některá zpráva virálně rozšíří (třeba až do main-streamových médií), může to změnit vnímání střediska ze dne na den.

Proč mají recenze v lyžování tak silný vliv:

- Produkt je drahý a rizikový, takže → lidé před rozhodnutím zjišťují informace, aby neprovedli špatnou investici.
- Zážitek je „křehký“ – jedna špatná věc dokáže zkazit dojem z pobytu.
- Recenze se agregují do rankingů, které pak reálně posouvají poptávku.

2.12. Hlavní zdroje informací pro kapitolu Desk Research

- International Report on Snow & Mountain Tourism 2025 (Laurent Vanat)
- Czechtourism / Tourdata
- ČSÚ / MMR – Návštěvnost hromadných ubytovacích zařízení
- The Alps Reinvented (Alpinepropertyfinders)
- Asociace horských středisek ČR
- Seasonality matters: simulating the impacts of climate change on winter tourism demand (Robert Steiger, Eva Posch, Gottfried Tappeiner & Janette Walde)
- Švýcarský statistický úřad (BFS/HESTA)
- Statistik Austria
- Österreich Werbung / Austria Tourism
- The Guardian
- FIS – Sustainability Guide for Ski Resorts
- National Geographic
- Holidu - European Ski Resort Price Index
- Post Office Ski Resort Report
- Snowclans – European Ski Pass Prices
- ADAC Nebenkostenvergleich
- Marketdataforecast
- Snowindustrynews.com
- Skipedia.co.uk
- Boardsportsource.com
- Mountin-planet.com
- Idnes.cz
- Dolomitisuperski.com
- Skiamade.com
- Sciencedaily.com
- Snow.cz
- Onthesnow.cz
- Skiresort.info
- Ceskehory.cz
- Czechskipass.cz
- Stránky skiareálů
- Gitnux.org
- Fis.dshs-koeln.de
- Darujspravne.cz
- Stopaprozivot.cz
- Skialp-praha.cz