UNIVERZITA KARLOVA
V PRAZE

FAKULTA HUMANITNÍCH STUDIÍ

Pracoviště historické sociologie

Bc. Anna Marie Rybáčková

Vliv propagace na klientelu lázní Poděbrady

Diplomová práce

Vedoucí práce: doc. JUDr. PhDr. Jan Štemberk, Ph.D.

Praha 2018

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem práci vypracovala samostatně. Všechny použité prameny a literatura byly řádně citovány. Práce nebyla využita k získání jiného nebo stejného titulu.

V Praze dne 1. května 2018 Anna Marie Rybáčková

Poděkování

Velice děkuji svému vedoucímu práce panu docentovi Janu Štemberkovi za jeho vstřícný přístup, hodnotné rady, připomínky a odborné vedení při vypracování mé závěrečné diplomové práce.

Abstrakt:

Diplomová práce se zaměřuje na propagaci města Poděbrady jako lázeňského města od roku 1905, kdy byl vyvrtán první pramen na nádvoří poděbradského zámku. Práce sleduje historický vývoj města Poděbrady, počátky lázeňství v Poděbradech a následně jeho rozvoj. Vymezuje lázeňské metody i konkrétní metody užívané v poděbradských lázních. Problematiku lázeňství zasazuje do širšího konceptu trávení volného času a hodnotí, jak velký vliv měla propagace na návštěvnost lázní dříve a dnes. Hlavním cílem práce je analýza lázeňských hostů a její proměna během století. Práce cilí svůj záměr na roky 1924, 1947 a 2012, jako zástupce pro období první republiky, poválečné doby a aktuálna.

Klíčová slova:

Lázeňství, volnočasové aktivity, reklama, propagace, lázeňští hosté

Abstract:

The diploma thesis focuses on promoting of the Poděbrady city as a spa town since 1905, when the first spring was drilled in the courtyard of the Poděbrady chateau. The thesis follows the historical development of the town Poděbrady, the beginnings of spa tourism in Poděbrady and consequently its development. Thesis defines spa methods and specific methods used in Poděbrady spa. The theme of spa therapy fits into the broader concept of leisure time and assesses how great the promotion of spa tourism has had before and today. The main aim of this work is the analysis of spa guests and their transformation during the centuries. The work aims at its 1924, 1947 and 2012 objectives as a representative for the period of the First Republic, the post-war period, and the current one.

Key words:

Spa, freetime activity, advertising, propagation, spa visitors

OBSAH

Úvod 8

2. Město Poděbrady 12
2.1. Etymologické vymezení Poděbrad 12
2.2. Historie města 13

3. Lázeňství 17
3.1 Nacionální aspekt lázeňství 20
3.2 Česká lázeňská města 23
3.2.1 Lázně Luhačovice 23
3.2.1 Lázně Poděbrady 25
3.2.2 Vznik prvních lázní v Poděbradech 28
3.3 Lázeňská prestiž s ohledem na klienta 31
3.4 Ubytovací možnosti v lázních 33
3.5 Lázeňské léčebné postupy 34
3.5.1 Přírodní léčivý zdroj v Poděbradech 36

4. Definice volného času 39
4. 1 Lázeňství jako volnočasová aktivita 40
4.2 Volnočasové aktivity v lázních Poděbrady 44
4.2.1 Lázeňské pobyty 44
4.2.2 Léčebné pobyty 45
4.2.3 Wellness pobyty 46

5. Reklama a propagace 48
5.1 Vznik a vývoj reklamy, propagace 52
5.2 Vývoj propagace v Československu do roku 1945 55
5.3 Vývoj propagace v Československu po roce 1945 57
5.4 Propagace dnes 59

6. Propagace lázní 61
6.1 Propagace lázní Poděbrady 63
6.1.1 Poděbradské lázně za první světové války 72

6.1.2 Poděbradské lázně ze první republiky 73
6.1.3 Poděbradské lázně za fašistické okupace 78
6.1.3 Poděbradské lázně po druhé světové válce 79
6.2 Moderní propagace Lázní Poděbrady 84
6.2.1. Mezinárodní festival filmové hudby a multimédií 85
6.3 Logo Lázní Poděbrady, a.s. 87
7. Jak propagace ovlivnila klientelu lázní Poděbrady 88
7.1 Lázeňské podniky za první republiky 88
7.2 Lázeňské podniky po druhé světové válce 90
7.3 Současné lázeňské podniky 92
8. Poděbradští lázeňští hosté 94
8.1 Lázeňští hosté 1924 94
8.1.1 Rozdělení lázeňských hostů dle místa ubytování 96
8.1.2 Rozdělení lázeňských hostů dle povolání 97
8.2 Lázeňští hosté 1947 100
8.2.1 Rozdělení lázeňských hostů dle místa ubytování 101
8.2.2 Rozdělení lázeňských hostů dle povolání 103
8.3 Komparace lázeňských hostů v letech 1924, 1947 105
8.4 Lázeňští hosté 2012 108
8. Závěr 112
Seznam použitých zdrojů 118

ÚVOD

Lázeňství má na území dnešní České republiky velmi dlouhou tradici. Už od pradávna nebyly lázeňské pobyty pouze prostředkem upevnění zdraví, ale komplexním a významným jevem a způsobem trávení volného času. Moderní lázeňství dnes představuje vedle péče o zdraví fenomén volnočasových aktivit, fenomén rekreace a odpočinku.

První záznamy o využívání léčebných pramenů sahají až do patnáctého století, kdy byly objevovány první minerální prameny v malebných krajinných oblastech, kolem kterých vznikala lázeňská města. K zásadnímu rozvoji lázeňství docházelo v průběhu osmnáctého a devatenáctého století. Tehdy začala být lázeňská města využívána nejenom ze zdravotních důvodů, ale i pro široké společenské a kulturní využití. Stavěly se kolonády, velké lázeňské domy. Lázně navštěvovala vysoce postavená klientela, která si oceňovala kvalitu přírodních zdrojů na českém území.

Vzrůst zájmu o lázeňství zapříčinilo několik faktorů. Jedním z nich byl rozvoj lékařství a balneologie neboli vodoléčby, která je doménou slezského rodáka Vincenta Priessnitze, jenž se zasloužil o založení prvního vodoléčebného ústavu, dnešních lázní Jeseník. Jeho metody jsou využívány dodnes.

Ve dvacátém století rozvoj lázeňství pokračoval. Tehdy byl v Poděbradech vyvrtán první minerální pramen, který započal vznik lázní. Lázně Poděbrady stejně jako luhačovické lázně navštěvují pacienti s chorobami oběhového ústrojí či nemocemi srdce. Léčba probíhá indikací minerálních pramenů, které v obou lázeňských městech vyvěrají na několika místech.

Cílem práce je zhodnotit, jak se vyvíjely Poděbrady, původně městečko spojené s postavou krále Jiřího z Poděbrad, v město lázeňské. Poděbrady se jako lázeňské město začaly deklarovat po objevení velkého minerálního pramene na

počátku dvacátého století, v celosvětovém měřítku tedy patří k velmi mladým lázním, avšak známým a významným.

Poděbrady jsou jedním z příkladů lázeňského města, které se stalo ideálním místem snoubení péče o zdraví a nabídky mnohých volnočasových aktivit jak pro českou, tak i zahraniční klientelu. Nyní jsou Poděbrady jedním z nejnavštěvovanějších lázeňských středisek v České republice.

Hlavním cílem práce je uchopit problematiku lázeňství v širším konceptu trávení volného času a zhodnotit, jak propagace ovlivnila, popřípadě proměnila návštěvnost lázní dříve a dnes. Práce mapuje jednotlivé roky zastupující období první republiky, poválečné období a aktuální situaci návštěvnosti poděbradských lázní s ohledem na klientelu lázní. Soustředí se na proměnu struktury návštěvnosti lázní, na početnost klientely, na její rozmanitost dle genderu a kvalifikace návštěvníků a sleduje také využití lázní Poděbrady podle rozmanitosti výběru ubytovacích možností, které byly v daných obdobích nabízeny.

Práce se také zaměřuje na teoretické vymezení lázeňství od jeho počátků ve spojení s teoretickým vymezením reklamy a propagace na konkrétní propagaci lázeňství. Vývoj města Poděbrady je zasazen do kontextu těchto dvou teoretických vymezení. Propagace je fenomén, který slouží rozvoji, růstu a podpoře propagovaného materiálu, v případě lázeňských míst má pomoci zvýšit jejich návštěvovanost. Jedním z cílů práce je zhodnotit, jak se na pozadí propagace vyvíjela návštěvnost poděbradských lázní. Práce získané údaje analyzuje a zasazuje metody propagace používané poděbradskými lázněmi do širšího teoretického konceptu.

Poslední část práce je stěžejní částí, ve které jsou aplikovány obecné znalosti na danou problematiku. Zaměřujeme se zde na porovnání hostů navštěvujících poděbradské lázně v období první republiky a v poválečné době. Informace jsou porovnáním údajů získaných z takzvaných kurlistů neboli seznamu poděbradských lázeňských hostů vydávaných jedenkrát měsíčně

v Poděbradském lázeňském zpravodaji. Lázeňské zpravodaje se dochovaly pouze v malém počtu, některé ze seznamu lázeňských hostů jsou obsáhlejší, u mnoha let z meziválečného období nám tyto informace chybí. Pro větší přehlednost a komplexitu informací ohledně lázeňských hostů, kteří Poděbrady navštěvovali, bylo dalším plánem práce se zaměřit na třicátá léta dvacátého století. Poděbradské lázeňské zpravodaje z třicátých let se však bohužel nedochovaly. S ohledem na nedostatek materiálů jsem byla nucena realizaci výzkumu z těchto let, jak jsem si původně přála, vynechat. Informace o aktuální navštěvovanosti lázní jsem získala převážně z internetových záznamů. Limitace nedostatku údajů z internetových zdrojů a nemožnost získat potřebné údaje přímo od společnosti Lázně Poděbrady, a.s. je důvodem nuceného zkrácení této části práce. Zaměřujeme se tedy pouze na rok 2012, kdy lázně Poděbrady zavedly nový systém pro sledování rozvoje a proměny lázeňských hostů, jako na obecné zacílení návštěvnosti lázní v aktuální době.

Práce rovněž sleduje, jakým způsobem se měnila kapacita lázeňských domů a které z nich byly nejnavštěvovanější, popřípadě které z původních lázeňských domů se dochovaly do dnešní doby. Z důvodu nedostatku materiálu se již práce dále nezaměřuje na ovlivnění návštěvnosti vlivem propagačního materiálu.

S ohledem na určené téma jsem pracovala s primárními prameny a sekundární literaturou. Primární literaturou či pramenem mé diplomové práce byly Lázeňské zpravodaje, ve kterých jsem čerpala konkrétně ze seznamů poděbradských lázeňských hostů z průběhu několika let. Materiály jsem studovala v Národní knihovně v Praze a další prameny týkající se propagace poděbradských lázní jsem studovala ve Státním okresním archivu Nymburk se sídlem v Lysé nad Labem a v archivu poděbradského muzea. Studium písemných dokumentů jsem dále doplnila návštěvou stálých výstav expozic v Polabském muzeu v Poděbradech a Vlastivědném muzeu v Nymburce.

Sekundární literatura sestávala z monografií, které se týkají českých lázní a lázní všeobecně, a také z těch, které se bezprostředně týkají lázní Poděbrady. Sekundární literaturu jsem čerpala i pro části práce zabývající se propagací a obecnou definicí volného času a volnočasových aktivit. Dále jsem v rámci sekundární literatury pracovala také se syntézou různých dokumentů a propagačních materiálů, které posloužily pro úvod do současné problematiky propagace.

2. MĚSTO PODĚBRADY

Lázeňské městečko Poděbrady, jedno z nejmalebnějších míst středních Čech, leží přímo v srdci Evropy a srdce také léčí. V roce 1905 byl vyvrtán na nádvoří zámku minerální pramen a od té doby jsou Poděbrady léčebným místem pro pacienty s nemocemi srdce a oběhového ústrojí. Nejstarší historie města není vzhledem ke skromnému množství archeologických památek zcela jasná, sahá však až do pravěku, daleko před počátky českého státu. Tradiční výklad jména Poděbrad je podle osady „pode brody", avšak historici podávají více teorií.[1]

2.1. Etymologické vymezení Poděbrad

Název Poděbrady se v písemných materiálech začal objevovat od první poloviny dvanáctého století ve spojitosti s prvními majiteli Poděbrad, se šlechtickým rodem Sezemiců a později Hroznatovců.

Jméno města Poděbrady znamená podle etymologického vymezení „osada Poděbradů". Podě – bradů, neboli těch mužů, kteří poděli čili odstranili, své brady. Jinými slovy oholili si své vousy. Zvyk holit si vousy nebýval ve středověku běžný, proto byl v tomto případě využit jako nápadný rozlišovací znak.[2]

Místní jméno Poděbrady je složeno ze slovesné části *Podě- (stč. Podieti, -děju „dát něco pryč, odstranit, ztratit")* a ze jmenné části *–brady (stč. Brada „plnovous").* Srovnat můžeme též s místním jménem Poděbaby *(„kdo se zbavil*

[1] Srov. Vácha, Petr, Stegbauer, Jiří, *Poděbrady, město mého srdce*, Praha: Ostrov, 2006 s. 5.
[2] Srov. Profous, Antonín, Svoboda, Jan, *Místní jména v Čechách: jejich vznik, původní význam a změny*, Praha 1957, díl IV, s. 125.

starých žen, bab“), Poděčely (*„kdo chodil se zahaleným čelem“)*, Podělusy z původního Poděúsy, nář. Poďousy příp. Paďousy *(„kdo si oholili vousy“).*[3]

2.2. Historie města

Poděbrady leží v úrodném Polabí, krajina v okolí poskytovala příznivé podmínky pro osídlení. Již ze střední doby kamenné (8000 - 4500 př.n.l.) pocházejí nálezy kamenných nástrojů z okolí Píst u Nymburka a Pískové Lhoty, velmi blízko dnešních Poděbrad. V mladší době kamenné (4500 - 2500 let př.n.l.) docházelo k pronikavé kvalitativní změně, kdy člověk začal trvale osídlovat určitá místa, na nichž si podmaňoval přírodu, a tak vznikalo zemědělství. Oba břehy Labe obsadily první zemědělci. Z této doby se z prostředí dnešních Poděbrad dochovalo četné množství hlazených kamenných seker, mlatů a klínů.[4]

Místo, které dnes zaujímají třináct kilometrů rozlehlé Poděbrady, představovalo původně trhovou osadu, která vznikla v místech staršího osídlení při brodu přes Labe a připomíná se poprvé r. 1196 (de Podibrad). Nejstarším doloženým držitelem Poděbrad je uváděn Hroznata z Poděbrad, syn Arnošta z rodu Sezimů. Sezima, komorník královny Judity, manželky Vladislava II., který padl v bitvě u Loděnice, za sebou zanechal syna Arnošta z Poděbrad, jež je považován za zakladatele poděbradské větve a také za prvního stavebníka poděbradského hradu. Se vznikem Poděbrad byl vystavěn dřevěný hrad, který

[3] Srov. Profous, Antonín, Svoboda, Jan, *Místní jména v Čechách: jejich vznik, původní význam a změny*, Praha 1957, díl IV, s. 125.
[4] Srov. Profous, Antonín, Svoboda, Jan, *Místní jména v Čechách: jejich vznik, původní význam a změny*, Praha 1957, díl IV, s. 125.

byl za vlády Sezemiců přestavěn na zděný[5] a následně v 16. století přestavěn na renesanční zámek, jež dodnes představuje největší dominantu města.[6]

Po smrti Hroznatových synů Viléma a Beneše se Poděbrady staly majetkem krále Přemysla Otakara II. Ten si nechal vystavit u Labe kamenný hrad, který sloužil jako obrana proti útoku nepřátel z východu. Dostavěn byl v roce 1268 synem Václavem II. Poslední ze zástavních pánu byl Hynek z Lichtenburka, po jehož smrti připadlo Poděbradsko dceři Elišce provdané za Bočka z Kunštátu.[7]

Koncem 13. století, kdy se soukromé šlechtické sídlo Poděbrad měnilo v pevný královský hrad, se rovněž začala v podhradí usazovat hradní čeleď, první řemeslníci a obchodníci. To byl základ budoucí tržní osady, dodnes patrné v historickém jádru města okolo náměstí. Páni z Kunštátu měli Poděbradsko v držení déle než 150 let a zdá se, že prožívalo svůj zlatý věk. Poděbradští Kunštáti zakládali na svém panství mnoho vsí a dvorů, Lhoty, Zboží a Vestce. Některé z nich měly jenom krátkou historii, některé existují dodnes. Své sídlo, mohutnou pevnost nad řekou, přebudovali v ohromný královský hrad, který odolával mnohým bitvám.[8]

V 15. století byla za krále Jiřího z Poděbrad osada povýšena na město. Jiří se narodil 23. dubna 1420, na počátku husitských válek. Po otcově smrti se jeho poručníkem stal příbuzný Heralt z Kunštátu, s nímž se Jiří účastnil mnohých bitev, například i bitvy U Lipan v roce 1434 ve svých pouhých čtrnácti letech. Roku 1437 bylo poděbradské panství rozšířeno zapsáním nových

[5] Pozn. autora: Rod Sezemiců se inspiroval zděnými stavbami v Itálii při válečném tažení r. 1158 a dobytí Milána.

[6] Srov. Profous, Antonín, Svoboda, Jan, *Místní jména v Čechách: jejich vznik, původní význam a změny,* Praha 1957, díl IV, s. 125.

[7] Srov. Hrabětová, Jana, Poděbrady, *Průvodce po přírodních a historických zajímavostech města a okolí, po muzeích a místech vztahujících se k významným osobnostem,* Polabské muzeum v Poděbradech, 1999, s. 7-8.

[8] Srov. Hrabětová, Jana, Poděbrady, *Průvodce po přírodních a historických zajímavostech města a okolí, po muzeích a místech vztahujících se k významným osobnostem*, Polabské muzeum v Poděbradech, 1999, s. 8-10.

čtrnácti vesnic. Město se stalo typickým a dobře prosperujícím poddanským městečkem, poddaní budovali hradby, což bylo předpokladem pro samotné povýšení na město. Dalšími předpoklady bylo provozování vlastního špitálu a školy. O to se zasloužila Jiřího manželka ušlechtilá paní Kunhuta ze Šternberka. Ačkoli Jiří značně přispíval k povznesení svého rodiště, Poděbrady byly povýšeny na město až v roce 1472 jeho syny privilegiem. Následně získaly různá práva včetně znaku.[9]

Po smrti krále Jiřího připadly Poděbrady nejmladšímu synovi Jindřichovi, zvanému Hynek. Ten však neměl žádné potomstvo, a tak když zemřel, Vladislav Jagellonský prohlásil, že poděbradské dědictví patří jemu. Poděbrady se tak znovu staly jedním z největších komorních panství a až do roku 1839 je přímo spravovali úředníci královské komory.[10]

K výstavnosti města přispělo rozhodnutí císaře Ferdinanda I. pro rozsáhlou přestavbu hradu v renesanční zámek. Císař Ferdinand I. si na prostředí cenil především lovecké možnosti v okolních lužních lesích.[11] Přestavba hradu v zámek začala roku 1539 a na jejím vzniku se vystřídalo mnoho významných architektů. Práce tehdy vedl významný stavitel Giovanni Batista Aostalli, který je nyní připomínán na kamenném náhrobku v poděbradském katolickém kostele.[12]

Nájezdy Sasů a dalších sborů ze 17. století zámek zpustošily a zbytky hradeb potom sloužily téměř po dvě století jako levný zdroj stavebního materiálu. Historie města není ve všech ohledech šťastná, několikrát zde došlo

[9] Srov. Vácha, Petr, Stegbauer, Jiří, *Poděbrady, město mého srdce*, Praha: Ostrov 2011, s. 7.

[10] Srov. Hrabětová Jana, Poděbrady, *Průvodce po přírodních a historických zajímavostech města a okolí, po muzeích a místech vztahujících se k významným osobnostem,* Polabské muzeum v Poděbradech, 1999, s. 11 - 12.

[11] Lesnatou krajinou Poděbradska procházela od nepaměti důležitá obchodní cesta z Prahy do východních Čech a dál až do Polska.

[12] Srov. Sdružení historických sídel Čech, Moravy a Slezska. Dostupné online: http://www.historickasidla.cz/dr-cs/477-podebrady.html , [3.2.2018].

k rozlehlým požárům. V roce 1681 vypukl největší požár a spolu s většinou domů lehla popelem i radnice a sousední obecní dům.[13]

Na svou bývalou úroveň se město dostalo až na přelomu 18. a 19. století za pomoci Marie Terezie, která jej nechala kompletně barokně přestavět. Její syn Josef II. věnoval svou pozornost reorganizaci armádě a zámek nechal předělat na kasárny. Postupem času se v Poděbradech vystřídalo mnoho pánů. Důležitým milníkem ve vývoji Poděbrad byl rok 1839, kdy dala královská komora spravující královské statky a zdejší panství spolu s řadou dalších do dražby. Rok na to panství koupil vídeňský bankéř a podnikatel Jiří Sina, který panství přenechal svému pokolení. V roce 1884 se novými majiteli stali knížecí manželé Arnošt Filip Hohenlohe a jeho manželka Chariclea, pravnučka Jiřího Siny.[14] Toto období bylo plné rozkvětu města. Byly založeny sklárny, pivovary, sladovny a konečně slavné lázně Poděbrady.

U počátku lázní bylo náhodné objevení zdroje minerální vody na vnitřním zámeckém nádvoří v roce 1905. O tři roky později nechal kníže Hohenlohe na své náklady postavit malé Knížecí lázně, které se díky blahodárným účinkům léčivé minerální vody a dobré propagaci začaly rychle rozrůstat. Před první světovou válkou, kdy kníže prodal lázeňský podnik s přilehlými pozemky městu, se Poděbrady staly známým a vyhledávaným lázeňským střediskem.[15]

[13] Srov. Vácha, Petr, Stegbauer, Jiří, *Poděbrady, město mého srdce*, Praha: Ostrov 2011, s. 8.
[14] Srov. Hrabětová, Jana*, Poděbrady, město mého srdce, z alba minulých časů*, Praha: Ostrov, 2008 s. 17 - 18.
[15] Srov. Hrabětová, Jana, Poděbrady, *Průvodce po přírodních a historických zajímavostech města a okolí, po muzeích a místech vztahujících se k významným osobnostem,* Polabské muzeum v Poděbradech, 1999, s. 13 - 15.

3. LÁZEŇSTVÍ

Využívání přírodních léčivých zdrojů, koupelí a pití minerálních vod hraje významnou roli v lékařství jako jedno z nejstarších způsobů terapie užívané už od nepaměti až do současnosti. V blízkosti takových zdrojů vznikala a stále vznikají mnohá léčebná místa. Zrod lázeňství a lázeňských měst nestál nezbytně na léčivých přírodních zdrojích, mohly to být silné osobnosti reformátorů, léčitelů či významných obchodníků té doby.[16]

Historie evropského lázeňství má své kořeny už v antickém Řecku a Římě, odkud máme zachovalé především archeologické a architektonické památky. Zde se setkáváme s lázeňskými procedurami jak z důvodů obřadních, tak z důvodů hygienických či společenských - lázně tvořily nedílnou součást kultury a sloužily jednak k očistě těla, tak i jako důležité místo k setkávání obyvatel. Prolínaly se zde tedy minimálně zdravotní, náboženské a v neposlední řadě rituální sektory společenského života. Dějiny lázeňství tak zapadají svým obsahem nejen do dějin lékařství, ale souvisejí s kulturou, přírodními vědami i technikou. Od 5. století př. n. l. nalézáme dokonce zpracovaná literární pojednání z území antického Řecka a Říma. Se vznikem knihtisku na konci patnáctého století bylo uveřejněno nepřehlédnutelné množství spisů o jednotlivých lázních, vodách, o pití vod a jejich užívání k léčebným procedurám.[17]

Tradice lázní a vzniku lázeňství na území České republiky je podstatně mladší než u zemí ve středomořské oblasti. Přesto si naše lázeňství získalo v minulosti mimořádný ohlas i vážnost v evropském povědomí a své místo v dějinách lékařství.[18]

[16] Srov. Křížek, Vladimír, *Obrazy z dějin lázeňství*. Praha: Libri, 1987, s. 7 - 8.
[17] Srov. Křížek, Vladimír, *Obrazy z dějin lázeňství*. Praha: Libri, 1987, s. 19 - 30
[18] Srov. Kajlík, Vladimír a kol., *České lázně a lázeňství*. Praha: MMR ČR, 2007, s. 7 – 8.

Středověké lázeňství postupem ztráty prvků minulých kultur a změny náboženských vyznání měnilo svůj účel. Z důvodu rychlého rozšíření infekčních chorob, jako byl například syfilis, docházelo k úpadku lázeňství a zkracování pobytu v lázni. Délka pobytu v lázni se začala zkracovat od původních deseti hodin na mnohem méně a rozvoj lázeňství se ubíral jiným směrem. Začaly vznikat profese lazebníků specializujících se na úroveň dnešních fyzioterapeutů a od sedmnáctého století dochází převážně k odklonu od tradičních lázeňských koupelí k oblíbenějším minerálním pramenům a pitným kůrám. Častěji začínají být vyhledávány lokality s kvalitními termálními a minerálními prameny. V těchto místech se shlukuje šlechta a začíná docházet k rekultivaci pro pohodlí návštěvníků.[19]

V blízkosti léčivých pramenů a zřídel, jejichž léčivá síla je známa od pradávna, tedy začala vznikat sídla i lázeňská zařízení dnešního pojetí, a to již v osmnáctém a zejména v devatenáctém století. Rozvoj lázeňské léčby souvisel s prudkým rozvojem medicíny a lékařské péče, se vznikem nového životního stylu a následným rozvojem péče o vlastní tělo. Souvisel také s novými potřebami aristokratické vrstvy a v neposlední řadě s narůstající mírou urbanizace. Mnozí z panovníků a aristokratů různých zemí se hojně angažovali při vzniku a rozvoji lázní, aby posílili svou prestiž. Finančně podporovali zařízení, vznik i rozvoj lázeňských středisek.[20]

Moderní vývoj lázeňství tedy datujeme od konce 18. století, kdy se začínají využívat specializované procedury nepodléhající pouze účinkům minerálních vod, ale využívají i různé další speciální procedury, jako jsou

[19] Dle dochovaných informací změna v lázeňských procedurách vedla pouze ke zvýšení pití minerálních tekutin v nadměrném množství – až v desítkách litrů denně. Ukázalo se, že tento vývoj vedl pouze ke zvýšené tvorbě moči.

[20] Srov. Vošahlíková, Pavla, *Lázeňská turistika. Její podmínky a podoba v českých zemích před 1. světovou válkou*, In. Cestování včera a dnes : Tourism yesterday and today. Revue pro průvodce a pracovníky cestovního ruchu, Praha : Vysoká škola obchodní, o.p.s., 2007, ročník 4, číslo 3, 2007, s. 48-55.

například rašelinové či bahenní koupele. Počátkem 19. století přichází nový způsob léčby zavedený Vincenzem Priessnitzem, tzv. vodoléčba. Vincenz Priessnitz založil vůbec první vodoléčebný ústav na světě na území dnešního Jeseníku, kde školil své následovníky. Hlavním Preissnitzovým přínosem bylo, že se cíleně zaměřil na léčení chronických onemocnění, u kterých zkušenosti s vodoléčbou většinou chyběly anebo byly jen chabé. Vincenz Preissnitz aplikoval na svých pacientech hlavně studené zábaly a koupele. Léčbu kombinoval s procházkami, nedbal příliš zřetel na dietní stravovaní, pouze omezení alkoholu, kávy a doporučoval podávání studených jídel. Jeho léčebné metody popisuje pařížská lékařská akademie, který vydala více než padesát tištěných odborných publikací o jeho metodách léčby. Jeho pokračovatel Sebastian Kneipp tuto léčebnou metodu rozšířil do velké části Evropy. Nejprve všechny léčebné procedury zkoušel sám na sobě, až poté na pacientech. Sebastian Kneipp nebyl pouze vodoléčitelem, snažil se o reformu celého životního stylu společnosti, vystupoval proti kávě a čaji a doporučoval různé obilné náhražky a polévky.[21]

Koncem devatenáctého století zaujaly lékařskou veřejnost uhličité koupele v přírodních kyselkách – byly prokázány některé fyziologické účinky oxidu uhličitého na cévní systém jejich vstřebáváním z koupele do kůže. Lázně, ve kterých vyvěraly minerální vody bohaté na oxid uhličitý, se záhy staly významnými místy pro léčení srdečních a cévních nemocí. Tak tomu bylo na našem území ve Františkových Lázních, Mariánských Lázních a konečně i v Poděbradech.[22]

Protože přibývalo velké množství nových léčebných metod, začaly se lázně rozlišovat podle různě používaných léčebných metod. V některých lázních se spoléhalo čistě na léčebné účinky vody, jako například v tzv.

[21] Srov. Křížek, Vladimír, *Obrazy z dějin lázeňství*. Praha: Libri, 1987, s. 83 – 91.
[22] Srov. Kajlík, Vladimír a kol., *České lázně a lázeňství*. Praha: MMR ČR, 2007, s. 13.

Německé škole, jinde se počítalo se schopnými lékaři a voda byla považována pouze za nezbytný doplněk, jako příklad v tzv. Francouzské škole.

Vývoj lázní v českých zemích úzce souvisel s civilizačním evropským postupem. Devatenácté století je stoletím změn a významného rozvoje cestovního ruchu. Znovu se mění životní styl a zvyklosti velké části městských obyvatel, lidé získávají pozitivní vztah k cestám do lázní i lázeňské léčbě. Dříve lázeňských služeb využívala pouze nepočetná šlechtická elita, nyní měšťané dostávali doporučení od lékaře, které je motivovalo k možnosti návštěvy lázní finanční pomocí. Lázeňská léčba nebyla pouze záležitostí zdraví a odpočinku, ale i společenských ambicí. Vznikalo mnoho nových lázeňských míst, na jejichž rozvoji se začali podílet hlavně místní lékaři, podnikatelé a městské rady. Tyto lázně nabízely většinou minerální prameny, slatinné koupele, vodoléčbu a další tradiční léčebné postupy. Trend vzniku nových lázní souvisel s vlivem osvícenství a romantismu a byl v souladu s tehdejším ideálem krásy, který se opíral o čistotu. Lázně byly zdobené, jejich bohatá architektura a upravované okolí se stávalo oázou ráje na zemi, kam přicházel člověk nemocný a vracel se zdravý.[23]

3.1 Nacionální aspekt lázeňství

Vyhlášenými lázněmi českých zemí byla již od svého vzniku bezesporu trojice našich největších lázeňských měst - Karlovy Vary, Mariánské lázně a Františkovy lázně. Tyto lázně byly kompletně německé, pobyty v nich byly na poměry českých obyvatel drahé, a proto se pro ně hledala protiváha a Češi si

[23] Srov. Vošahlíková, Pavla, *Lázeňská turistika. Její podmínky a podoba v českých zemích před 1. světovou válkou*, In. *Cestování včera a dnes: Tourism yesterday and today. Revue pro průvodce a pracovníky cestovního ruchu*, Praha : Vysoká škola obchodní, o.p.s., 2007, ročník 4, číslo 3, 2007, s. 48-55.

chtěli vybudovat lázně vlastní. Prvními ryze českými lázněmi byly Luhačovice, druhými Poděbrady. Výběr lázeňské destinace byl potom chápán jako projev národního smýšlení.

České lázně získávaly na významu převážně na rovině kulturní. Po dlouhá období pobývala ve zdejších lázních vysoká šlechta, jejichž doba léčení mohla být koncipována až na dobu několika let – vysokou šlechtou jsou myšleni významní čeští básníci, spisovatelé, skladatelé či politici, kteří si na zvýšení své prestiže pořizovali v lázeňských městech majetek, aby ukázali na svou zámožnost. Lázeňské domy se v této době stávaly místy pro konání důležitých evropských kongresů a různých politických sešlostí dokonce na mezinárodní úrovni. To hlavně z důvodu dlouholetých pobytů šlechty v lázeňských městech, kvůli které se reprezentační sály sanatorií zvelebovaly do podoby sálů renesančních zámků, stejně tak vhodných pro konání mnohých kongresů a setkávání zástupců zemí rozhodujících o budoucnosti zemí koruny české.

Po ukončení první světové války dochází na území dnešní České republiky k úbytku německé klientely. Obyvatelé českých zemí si za období první republiky začínají oblibovat namísto populárních lázní Jeseník či Františkových lázní typicky česká lázeňská města, jako jsou Luhačovice anebo Poděbrady. Na období první republiky (konkrétně s poděbradskými lázněmi) navážeme v následující kapitole. Další zlom v historii lázeňství u nás nastává v období kolektivizace a se založením Československých státních lázní – což vedlo k přeměně prestižních zařízení na jakési dislokované nemocnice, které byly přístupné téměř každému občanovi Československé republiky. V této době docházelo k objevení mnohých nových léčebných procedur a vědeckých postupů.

V souvislosti se změnou režimu v devadesátých letech, kdy se většině lázeňských zařízení nedostávalo finančních prostředků ke zkvalitnění prostředí a opravě budov ze zdravotního systému, musely lázně pružně transformovat a zvýšit propagaci vlastních nabízených služeb, aby nalákaly další nové klienty.

Nejvýznamnější trojice českých lázní, jako byly Karlovy Vary, Mariánské nebo Františkovy lázně, kvůli zachování své prestiže pozměnila nabídku služeb a začala nabízet služby převážně pro samoplátce a hotelovou klientelu. Podle tohoto modelu tak dnes rozeznáváme tři typy lázeňských objektů s ohledem na klientelu – první skupina je orientována na samoplátce, druhá na klienty využívající pojišťovnami hrazené pobyty (tzv. komplexní lázně) a u třetí skupiny je část pobytu hrazena pojišťovnou a část klientem (příspěvkové pobyty).[24]

Většina lázní si i přes rychlý a místy dramatický vývoj ponechala svou poklidnou atmosféru z 19. století (podobný vývoj panoval u zemí východního bloku). Dodnes je to trojice lázní - Karlovy Vary, Mariánské lázně a Františkovy lázně, které jsou považovány za vrchol českého lázeňství, nicméně i menší lázeňská města jsou hojně navštěvována. Kouzlo a půvab českého lázeňství spočívají nejen v unikátních léčebných metodách, ale i v představě, ke které české lázeňství postupným vývojem došlo – lázně získaly status spíše odpočinkových zařízení specializujících se na rekonvalescenci a jejich ubytovací zařízení se podobá spíše luxusním hotelům. České lázně jsou obklopeny krásnou přírodou, lákají zajímavou architekturou a historií, žijí rozmanitým společenským a kulturním životem. Tradiční místa jsou doplňována o hypermoderní zařízení využívající moderní techniku, která již sice nenabízí krásu tradic, ale o to rychlejší možnosti léčby. Typicky české malé lázeňské městečko ležící nedaleko Prahy, Lázně Poděbrady, se v dnešních dnech těší stále větší oblibě.

[24] Srov. Ústav zdravotnických zařízení a statistiky České republiky, . [online]. 2018 [cit. 2018-4-3]. Dostupné online: http://www.uzis.cz/publikace/lazenska-pece-2016 .

3.2 Česká lázeňská města

Města, která vycházela vstříc českým návštěvníkům, tedy tradičně česká lázeňská města, jako byly a stále jsou Poděbrady a Luhačovice, vznikla a rozvíjela se až počátkem 20.století. Tato dvě lázeňská města pokládám vedle sebe z důvodu léčby minerálními prameny, které v nich vyvěrají. Obě města jsou léčebnými místy pro pacienty s chorobami oběhového ústrojí či nemocemi srdce. Lázeňská léčba chorob krevního oběhu nabyla na významu již od 19. století, kdy byly empiricky ověřeny účinky uhličitých koupelí jejich bezprostředním a okamžitým vlivem na periferní cévy a na celkový krevní oběh. V kardiologii dosáhly na našem území proslulosti především lázně Poděbrady. Pro choroby dýchacích cest využívali čeští obyvatelé lázně se zdroji alkalických a sirných vod – na našem území to jsou hlavně lázně Luhačovice, jejichž prameny sloužily a slouží k ozdravným inhalacím.

3.2.1 Lázně Luhačovice

Lázně Luhačovice jsou jedněmi z významných výhradně českých lázní, které se nachází ve střední části Moravy v údolí chráněné krajinné oblasti Bílé Karpaty. Historie lázeňského města sahá oproti poděbradským lázním hluboko do minulosti. V roce 1629 získal území dnešních lázní rod Serenyiů, který se aktivně začal starat o zdejší sirné prameny. Mezi první patřil Bublavý pramen, byl velice slaný a dnes již nad povrch nevyvěrá. [25]

Nejznámější minerální pramen, který v lázních vyvěrá dodnes, je pramen Vincentka. Pramen byl nalezen počátkem 17. století, kdy se rovněž začal

[25] Srov. Lázně Luhačovice. [online]. 2018 [cit. 2018-4-3]. Dostupné online: Dostupné online: http://www.luhacovice.cz/1687-mineralni-prameny .

rozvážet po celé habsburské monarchii, včetně Budapešti a Vídně. Luhačovice získaly na věhlasu díky vybudování železniční trati s přímými vlaky z Prahy, Brna a Olomouce. Tento krok podtrhoval podstatu lázní, které tak byly propojeny se zbytkem monarchie hlavním dopravním prostředkem devatenáctého století, tedy vlakem. Rozmach železniční dopravy také způsobil, že se lázeňská místa stala lépe dostupnými. Železniční doprava se pyšní nemálo výhodami. Hlavními z nich je nízká energetická spotřeba a to, že je nejméně zasažitelná a ovlivnitelná mimořádnými (přírodními) událostmi. Dále je finančně výhodná a také je nejmenším narušitelem životního prostředí.[26] Šlechta vlastnící lázně reagovala na rozvoj velice pragmaticky, a tak byla koncem 19. století, kdy koupil luhačovické lázně moravský lékař František Veselý, založena akciová společnost Lázně Luhačovice.[27]

Rod Vincenta Serenyi po staletí město zveleboval, vznikaly první hostince, kde mohli hosté přenocovat a pojíst společně s návštěvou léčebných pramenů, následně domy pro hosty se zázemím v podobě hostinců. Vystavěny byly první cesty sloužící k ozdravným procházkám a do konce 19. století byly upraveny i další lázeňské prameny. Ojedinělá architektura v duchu secese, překrásné parky a množství pramenů i fontán činí z Luhačovic perlu moravských lázní. Dnes jsou Luhačovice čtvrtými největšími lázněmi v ČR a největšími na Moravě. Vyvěrá zde celkem 16 hydrouhličitanochloridosodných kyselek a jeden sirný pramen, vody jsou plné minerálních látek a mezi nejznámnější patří prameny Vincentka, Aloiska, Ottovka a prameny Dr. Šťastného a sv. Josefa.[28]

[26] Srov. Kopecký, Dobroslav a kol., *Železnice v československé dopravní soustavě*, Praha: Nakladatelství dopravy a spojů 1989, s. 10 – 11.
[27] Srov. Kajlík, Vladimír a kol., *České lázně a lázeňství*. Praha: MMR ČR, 2007, s. 131 - 134.
[28] Srov. Lázně Luhačovice. [online]. 2018 [cit. 2018-4-3]. Dostupné online: http://www.luhacovice.cz/1687-mineralni-prameny .

3.2.1 Lázně Poděbrady

Snad každé lázně mají vypravování o svých počátcích. V některých vystupují králové, kteří bloudíce po lesích, naleznou vřelý pramen, kde se nasytí uvařenými vejci. V jiných se zase u počátků lázní hovoří o zázracích spjatých s vírou v nějakou svatou osobu. Všechny však bez rozdílů mají své dějiny. Ty jsou jaksi spojeny s místem lázní, tvoří věhlas, gloriolu, a tím i samozřejmě jejich světovou slávu. Každý z hostů chce znát dějiny místa, kde se léčí, chce vědět, kdo ze slavných jmen spisovatelů, vědců, panovníků se zde také léčil, aby měl pocit, že za své peníze dostal v podstatě procedury jako ten nejslavnější lázeňský předchůdce.

Starobylé Poděbrady se jako lázeňské město prosadily oproti ostatním poměrně později. Roku 1905, po vývrtu prvního minerálního pramene, se Poděbrady za pomoci knížete Hohenlohe, který celé lázeňské středisko vlastnil a MUDr. Vladimíra Boučka, významného poděbradského lékaře, začaly dostávat do povědomí českých občanů. Lázně vzkvétaly a kníže Hohenlohe již neměl sílu na vedení lázeňského podniku, a tak jej prodal. Novým majitelem lázní se stalo město Poděbrady. V roce 1910 město nechalo vybudovat celý dnešní lázeňský střed s kolonádou obklopenou parkem, nechalo vyvrtat nové minerální prameny a vystavělo zimní lázně, čímž rozšířilo provoz na celoroční.[29]

Nutno zmínit, že důležitým faktorem, který napomohl rozkvětu budoucího lázeňského města Poděbrady, bylo vybudování železniční trati, a to již koncem devatenáctého století. Poděbrady se nacházely na tzv. slezské silnici, která spojovala Prahu se Slezskem. Slezsko bylo dříve nejbohatší zemí Českého království. Cesta vedla z Prahy přes Brandýs nad Labem, Lysou nad Labem,

[29] Srov. Hrabětová, Jana, *Poděbrady, Město mého srdce III.,* Obrázky z kulturních dějin, Praha: Nakladatelství Ostrov, 2013, s. 163 - 166.

Nymburk, Městec Králové, Hradec Králové, Náchod, Kladsko a dále již mimo české země. To vedlo k rozkvětu cestovního ruchu a růstu ochodu, protože cestující povětšinou ve městě nocovali. Počátkem dvacátého století napomohlo rozvoji cestovního ruchu v Poděbradech dokončení stavby císařské silnice kolínsko-žitavské, která Labe přetínala právě v Poděbradech. Silnice sloužila k průjezdům kupců, a tak rostla sláva místních trhů.[30]

Ve stručném shrnutí historie poděbradských lázních uvedu několik zlomových bodů z jeho rozvoje. Po první světové válce přenechalo město lázeňský podnik nově založené akciové společnosti „Uhličité lázně a zřídla v Poděbradech“. Lázeňská společnost koupila od dědiců knížete Hohenlohe zámek a spolu s kancelářemi ředitelství v něm zřídila lázeňský hospic s vybavenými pokoji, lázeňskou restaurací, společenskou místností a sklady.[31]

Dvacátá a třicátá léta vedla k rozkvětu poděbradského lázeňského podniku, který se začal specializovat na léčení chorob srdce a oběhového ústrojí od roku 1926. Lázeňský střed se rozšířil směrem k železniční dráze, byly založeny nové lázeňské parky a jako velký přírodní park upraveno celé okolí západní strany města. Město se rozrůstalo, vznikaly moderní veřejné budovy, pošta, spořitelna, kostel církve československé, několik škol, sokolovna, jatka atd. Na začátku století v 522 domech žilo 5 519 lidí, do roku 1938 se zvedl počet domů na 1 698 s 9 300 stálými obyvateli. V letech německé okupace 1939 - 1945 byl patrný útlum jak pro město, tak i lázně. Němci převzali správu lázní a do vedení města dosadili vlastního komisaře. České úřednictvo lázní se snažilo držet českého ducha lázní i českou klientelu v lázních, to se jim dařilo až do ledna 1941, kdy německé velení odsouhlasilo, aby se Poděbrady staly

[30] Vlastivědné muzeum Nymburk, Z dějin železnice. Výstava.

[31] Srov. Hrabětová, Jana, Poděbrady, *Průvodce po přírodních a historických zajímavostech města a okolí, po muzeích a místech vztahujících se k významným osobnostem*, Polabské muzeum v Poděbradech, 1999, s. 16.

jedním ze středisek Hitlerjugend. Pro německé děti byly vyklizeny zámek, školy, hotely i soukromé domy v lázeňském centru.

Během války se nestavělo, přestalo se investovat do rozvoje města. Na jaře 1945 se všechny větší lázeňské budovy proměnily v německé lazarety. Lázně se během jara připravily na letní sezónu 1945, aby se otevřely především osvobozeným vězňům z koncentračních táborů a vojákům vracejícím se z front. Dnešní lázně Poděbrady už nejsou jenom střed, lázně a sklárny. Město, dlouho omezené na pravý břeh řeky Labe, se dnes rozrůstá do všech směrů a spojuje se s okolními vesnicemi v jeden celek. Rozlehlý park a krásná okolní příroda, klidné a čisté prostředí, společenský a kulturní život dělají z Poděbrad „zdravé město budoucnosti“.[32]

[32] Srov. Vácha, Petr, Stegbauer, Jiří, *Poděbrady, Město mého srdce*, Praha: Nakladatelství Ostrov, 2006, s. 13 - 14.

3.2.2 Vznik prvních lázní v Poděbradech

MUDr. Bohumil Bouček, zakladatel poděbradských lázní, byl synem poděbradského lékaře Františka Boučka a svou lékařskou praxi započal za jeho pomoci již v roce 1877. V době zahájení jeho praxe bylo lékařů jen málo. V Poděbradech jeho otec již dosluhoval, a tak celá tíha povolání spočívala na něm až do konce devatenáctého století, kdy se počet lékařů navýšil, a to i v malých místech, jako v Libici, ve Velimi, Dymokurech. (V Poděbradech působilo celkem 9 lékařů.) Zlepšilo se hmotné postavení lékařů, protože obyvatelstvo bohatlo. Od r. 1873 se český národ dostává do těžké hospodářské krize, zaviněné úpadkem nerozumného burzovního života, který se sem donesl z Vídně. Veškeré podnikání bylo zasáhnuto a národ opět zchudnul. Teprve na přelomu století se utvářely poměry příznivější.[33]

Bohumil Bouček se po celý svůj život aktivně podílel na kulturním i společenském životě města, působil ve výborech různých spolků, hrál a režíroval ochotnické divadlo, organizoval osvětové a dobročinné akce. Díky členství v místní školní radě prosazoval moderní hygienické a zdravotnické zásady. Ve městě sledoval hygienu bydlení, byl vynikajícím praktickým lékařem a za svými pacienty jezdil i domů. Kromě vlastní ordinace vedl městskou nemocnici a během války sanatorium, ve kterém pomáhal bojem nemocným vojákům.[34]

Byl to právě MUDr. Bouček, kdo první budoval lázně po stránce lékařské. Povolán byl k tomu jako všestranný, zkušený, všechny přístupné obory medicíny ovládající a zkušený lékař praktického a při tom vědeckého založení. Jako panský lékař měl možnost sledovat hledání vody na zámeckém

[33] Srov. Bouček, Bohumil, *Zápisky praktického lékaře MUDr. Bohumila Boučka v Lázních Poděbradech 1873-1923,* Lázně Poděbrady, nákl. vl., 1923, s. 25 – 31.

[34] Srov. Hrabětová, Jana, Poděbrady, *Průvodce po přírodních a historických zajímavostech města a okolí, po muzeích a místech vztahujících se k významným osobnostem*, Polabské muzeum v Poděbradech, 1999, s. 42 - 43.

nádvoří. Když se objevil velký minerální pramen, nechal neprodleně provést jeho rozbor a zahájil pokusy jejího využití při léčbě nejrůznějších nemocí. Rozbor vody ukázal, že kyselka je to zemito-železitá, obsahující velké množství plynu kysličníku uhličitého, volného i vázaného. Poděbradští občané si vodu velmi oblíbili a pramen pojmenovali po svém objeviteli – Pramen Bülowův.

Na základě dobrých výsledků se MUDr. Boučkovi podařilo získat povolení a zorganizoval tak stavbu první lázeňské budovy v Poděbradech. Stál při jejím otevření prvním lázeňským hostům a při otevření lázní stanovil první indikace chorob, které bylo možno v Poděbradech léčit. Jako první lázeňský lékař byl 18 let svědkem jejich rozkvětu.[35]

Sepsal knihu o situaci Poděbradska sledující celý jeho vývoj v letech 1873-1925. Kniha byla pokračováním svazku vyhotoveného jeho otcem „Zápisky praktického lékaře Dr. Františka Boučka 1841—1880“ (Hoblík V., Poděbrady 1891), které byly velmi dobře přijaty českou lékařskou veřejností. V publikaci „Zápisky praktického lékaře Dr. Františka Boučka 1841—1880“ jsou nejenom záznamy z praxe, ale i ze současného kulturního života. Vydání této publikace v roce 1923 uspíšila okolnost oslav padesátiletého jubilea lékařské promoce Dr. Boučka. MUDr. Bohumil Bouček zemřel v roce 1926.[36]

Jeho smrtí se uzavřela v roce 1926 první kapitola poděbradských lázní a to důstojně a čestně. V témž roce začíná prof. Václav Libenský ve Vyšetřovacím a léčebném ústavu novou epochu v rozvoji Poděbrad, v němž všemožná pozorování a přísně vědecké bádání v celém rozsahlém oboru balneologie umožňují specializaci v léčení chorob srdce.[37]

V neděli 25. dubna 1926 měly Poděbrady slavný den, neboť se otevíral tehdy První vyšetřovací a léčebný ústav za přítomnosti vlády, lékařských

[35] Srov. Šťastný, Dr. O. L. a kol., *Nový průvodce městem Lázně Poděbrady a okolí*, Poděbrady: Svatopluk Zlámaný, 1934, s. 25.
[36] Srov. Bouček, Bohumil, *Zápisky praktického lékaře MUDr. Bohumila Boučka v Lázních Poděbradech 1873-1923,* Lázně Poděbrady, nákl. vl., 1923, s. 3 - 5.
[37] Lázně Poděbrady, Lázeňský zpravodaj, 1950, roč. XXV, číslo 1.

i veřejných korporací a u příležitosti prvního lékařského sjezdu, zahájeného dne 23. téhož měsíce. Byly to chvíle slavnostní i plné vážnosti, neboť Podebrady stály před nejzodpovědnější prací své existence. Zakladatel ústavu, zvěčnělý prof. Dr. Václav Libenský, si byl plně vědom v tomto okamžiku závažnosti svého počínání před celou československou společností, hlavně však před kruhy universitními a lázeňskými. V odpovědi na profesorův proslov se vyjádřil tehdejší ministr zdravotnictví Dr. J. Schiezsl, když řekl: Máte špatnou situaci, jste v zemi, kde lázeňství je na vysokém stupni, budete tudíž s ostatními velkými lázněmi srovnáváni a podrobeni přísné kritice. Druhé lázně mají tradici staletou, vy jste vznikli teprve v tomto století..."

Potíží a nesnází u vzniku ústavu bylo ihned na počátku dosti, a to na všech stranách. Bylo třeba zápasiti s novotou všeho počínání, nedosti inteligentní byrokracií tehdejší administrativy a závistí a nepochopením ze strany některých zdravotních činitelů. V neposlední řadě s neustálou prací, která se kolem nově vzniklého ústavu kupila do nekonečna.

Památným dnem je pro historii poděbradského ústavu a lázní den 19. května 1935, kdy navštívil lázně i ústavy prezident republiky Dr. Eduard Beneš se svou chotí. K lázním se vyjádřil slovy: " Viděl jsem již mnoho a mohu vám pánové říci, že se můžete bez obav směle měřiti s nejlepšími lázněmi zahraničními. Jsem rád, že budu moci Poděbrady doporučiti."

Za dvacet let působnosti vyšetřovacích a léčebných ústavů, akciové společnosti, bylo provedeno mezi lety 1926 - 28 - 15890 ošetření, v letech 1929 - 1931 - 23535 ošetření, 1932 - 34 - 31588 ošetření, 1935 - 37 - 38781 ošetření a v letech 1938 - 45 - 136268 ošetření.[38]

[38] Srov. Lázně Poděbrady, Lázeňský zpravodaj, 1936, roč. XIII, číslo 8.

3.3 Lázeňská prestiž s ohledem na klienta

Prestiž lázeňských měst vždy zaručují jejich návštěvníci. Jedním z témat diplomové práce je porovnání klienta poděbradských lázních od počátku jejich vzniku do dnešní doby. Dnes je obecně klientela českých lázní velice různorodá. Lázeňští hosté využívají lázeňské pobyty jak z důvodu léčby a nutného lékařského ošetřování, tak i jako formu relaxace – tedy v podobě wellness relaxačních a odpočinkových pobytů.[39]

Ústav zdravotnických informací a statistiky České republiky je aktuálním subjektem provádějícím a zajišťujícím statistické zjišťování a zpracovávání dat o činnostech poskytovatelů lázeňské léčebně rehabilitační péče. Lázeňská léčba je aktuálně v naší zemi kombinací účinků přírodních léčivých zdrojů s preventivní a rehabilitační péčí a s léčbou mnohých z chronických onemocnění. Stupeň a výběr lázeňské péče v České republice, včetně určení stupně její naléhavosti, doporučuje ošetřující lékař, potvrzuje revizní lékař a hradí příslušná zdravotní pojišťovna.[40]

Lázeňští hosté, kteří jsou řádnými pojištěnci českých zdravotních pojišťoven, mohou aktuálně využívat buďto komplexní lázeňskou péči nebo příspěvkovou lázeňskou péči. Komplexní lázeňská péče je plně hrazená zdravotní pojišťovnou, příspěvková lázeňská péče je částečně hrazenou péčí. Komplexní lázeňská péče povětšinou navazuje na ústavní či specializovanou ambulantní zdravotní péči. Je zaměřena spíše na doléčení, jako prevence vzniku invalidity a nesoběstačnosti či jako minimalizace rozsahu invalidity. Je využívána rovněž lidmi aktivně pracujícími na léčení chorob z povolání a jiných druhů poškození zdraví při výkonu profese. Takovým pacientům je

[39] Srov. Seifertová, Věra, *Marketing v lázeňském cestovním ruchu*. 1. vyd. Praha : Vysoká škola cestovního ruchu, hotelnictví a lázeňství, 2003. s. 18.

[40] Srov. Ústav zdravotnických zařízení a statistiky České republiky. [online]. 2018 [cit. 2018-26-2]. Dostupné online: http://www.uzis.cz/publikace/lazenska-pece-2016 .

poskytována v době jejich dočasné pracovní neschopnosti. Příspěvková lázeňská péče je poskytována především pojištěncům s chronickým onemocněním, a to až jednou za dva roky. Samoplátci si všechny náklady spojené s pobytem a léčbou hradí sami, takže v tomto případě nemusí mít lékařské doporučení a doba jejich pobytu není nijak limitována. Předpokládá se, že pacient zde pobyde alespoň jednu noc – kratší péče by byla považována za ambulantní.[41]

Všechny léčebné procedury, které jsou v lázních poskytovány, jsou předepsány po konzultaci s lékařem a vstupním lékařském vyšetření. Kromě klasických léčebných pobytů je možno si vybrat z různých „léčebných balíčků", kterých poděbradské lázně nabízí nespočet.[42]

Podle odevzdaných výkazů Ústavu zdravotnických zařízení a statistiky České republiky navštívilo v roce 2016 všechny lázně v České republice za účelem lázeňské léčebné rehabilitační péče celkem 364 648 pacientů. Celkem 353 145 (96.85 %) byly dospělé osoby. Počet dorostenců a dětí pobývajících v lázních činil v roce 2016 11 503 osob. Obdobně jako v letech minulých se nejvíce léčili samoplátci. Léčbu si zaplatilo 148 805 tj. (40.81 %) cizinců a 110 993 (30.44 %) pacientů z tuzemska. Nejčastější indikací u dospělých pacientů jsou nemoci pohybové (57,9 %) a nemoci nervové (17,8 %).[43]

[41] Srov. Indrová, Jarmila a kol. *Cestovní ruch (základy).* Oeconomica: Praha, 2007. s. 25.
[42] Sorv. Lázně Poděbrady, [online]. 2018 [cit. 2018-26-2]. Dostupné online: https://www.spa.cz/lazne-podebrady/?gclid=EAIaIQobChMI-P_-_I3E2QIVCDobCh3OKA58EAAYASAAEgL6CPD_BwE .
[43] Srov. Ústav zdravotnických zařízení a statistiky České republiky. [online]. 2018 [cit. 2018-4-3]. Dostupné online: http://www.uzis.cz/publikace/lazenska-pece-2016 .

3.4 Ubytovací možnosti v lázních

Lázeňská města disponují odjakživa několika různými kategoriemi ubytovacích zařízení. Tato zařízení musí pro klienta lázní poskytovat dostatek pohodlí a vhodného vybavení k diagnostikované lázeňské léčbě hlavně s ohledem na její délku.[44]

K těmto účelům tedy slouží několik druhů ubytovacích zařízení - lázeňské kliniky a sanatoria, lázeňské hotely či lázeňské penziony. Lázeňští hosté mohou využít i možnosti být ubytováni v soukromí. Lázeňská klinika je „*ubytovací zařízení pro lázeňskou klientelu s nejvyšší úrovní nabídky komplexních programů léčebné a preventivní lázeňské medicíny.*“[45] Lázeňská klinika disponuje vlastními ubytovacími i stravovacími službami a velikou výhodou pro léčbu klienta je nepřetržitá přítomnost kvalifikovaného zdravotnického personálu. Lázeňská klinika nabízí mnohé diagnostické a terapeutické výkony, spolupracuje na specializovaných preventivních programech či realizuje grantové léčebné a preventivní výzkumné zdravotní programy.

Lázeňské sanatorium představuje „*ubytovací zařízení pro lázeňskou klientelu s nabídkou komplexních programů léčebné a preventivní lázeňské medicíny.*“ [46] Sanatorium má vlastní ubytovací kapacity i stravovací služby (včetně poskytování různých druhů diet). Stejně jako u lázeňských klinik je zde přítomen zdravotnický personál s nepřetržitou službou a odpovídající kvalifikací.

Lázeňské hotely nabízejí lázeňské klientele tradiční hotelové služby. Hotely disponují pokoji s vlastním příslušenstvím, možností stravování a zdravotnickým personálem, který bývá smluvený mezi lázněmi a hotelem. Ve většině lázeňských hotelů je to lékař, dietní sestry či rehabilitační pracovníci.[47]

---

[44] Srov. Orieška, Ján, *Technika služeb cestovního ruchu*. 1. vydání. Praha: Idea Servis, 1999. s. 95.

[45] Srov. Seifertová, Věra, *Marketing v lázeňském cestovním ruchu*. 1. vyd. Praha : Vysoká škola cestovního ruchu, hotelnictví a lázeňství, 2003. s. 18.

[46] Cit. Seifertová, Věra, *Marketing v lázeňském cestovním ruchu*. 1. vyd. Praha : Vysoká škola cestovního ruchu, hotelnictví a lázeňství, 2003. s. 18.

[47] Cit. Seifertová, Věra, *Marketing v lázeňském cestovním ruchu*. 1. vyd. Praha : Vysoká škola cestovního ruchu, hotelnictví a lázeňství, 2003. s. 18.

Lázeňské penziony nejsou nijak zvláště specifikovány. Mohou sloužit lázeňským hostům stejně tak jako „běžným“ hostům v rámci obecných ubytovacích nabídek v daném místě. Penziony se od výše jmenovaných ubytovacích zařízení liší zejména v ubytovací kapacitě, která je nižší, a většinou zde nejsou poskytovány stravovací služby.[48]

Forma ubytování v soukromí byla významnou a rozšířenou zejména v předválečném období – dnes v České republice není příliš rozšířena, neboť po druhé světové válce a v druhé polovině 20. století byla většina podnikatelských aktivit potlačována.[49]

3.5 Lázeňské léčebné postupy

K uzdravení návštěvníků lázeňských zařízení je užíváno celé řady léčebných postupů, které lze souhrnně nazvat komplexní balneoterapií. Balneologie je věda, která měla v medicíně své pevné místo odjakživa. Zahrnuje nejenom procedury založené na využití přírodních léčivých zdrojů, ale též rehabilitační a další specifické metody. Pobyt v lázních by neměl být pouze dovolenou, ale cíleným medicínským zákrokem, který má návštěvníkům zlepšit zdraví a kvalitu života.[50]

Charakteristika jednotlivých léčebných postupů a procedur je dnes členěna následovně[51]:

Pitná kúra je tradiční lázeňská procedura, při které dochází k rovnoměrnému, pravidelnému a opakovanému pití přírodní minerální vody po předepsanou dobu ve stanovených časových intervalech. Pitné kúry se

[48] Cit. Seifertová, Věra, *Marketing v lázeňském cestovním ruchu*. 1. vyd. Praha : Vysoká škola cestovního ruchu, hotelnictví a lázeňství, 2003. s. 18.
[49] Srov. Knop, Karel, *Lázeňství – ekonomika a management*. 1. vydání. Praha: Grada Publishing, 1999, s. 30 – 31, 56 - 57.
[50] Srov. Kajlík, Vladimír a kol., *České lázně a lázeňství*. Praha: MMR ČR, 2007, s. 3.
[51] Srov. Knop, Karel a kol. *Lázeňství: ekonomika a management*. 1. vyd. Praha: Grada, 1999, s. 49 - 55.

většinou provádí přímo z vývěrů minerálních vod a z odběrových míst. Dochází při nich ke vnitřnímu vstřebávání látek obsažených v minerálních vodách.

Léčebná inhalace je druhou metodou využívající vodu jako přírodní léčivý zdroj. Při léčbě touto metodou dochází k aktivnímu vdechování vodních par a mlhovin v přetlakových komorách nebo pomocí dýchacích přístrojů. Jednou z metod inhalace je oxygenoterapie, při níž dochází k vdechování kyslíkem obohaceného vzduchu.

Termoterapie je léčebný postup, ve kterém se předává tepelná energie mezi organismem pacienta a zdrojem tepla prostřednictvím kůže. Teplo může být do organismu přiváděno (pozitivní termoterapie) nebo z něj naopak odváděno (negativní termoterapie). Využívány jsou buď tepelně upravené přírodní léčivé zdroje jako vody a peloidy nebo fyzikální (umělé) zdroje tepla jako infračervené paprsky či elektromagnetické záření.

Uhličitá terapie léčí uhličitými vodními koupelemi, uhličitými plynovými koupelemi či podkožní aplikací plynových injekcí. Tento léčebný postup tedy využívá přírodní léčivé plyny, které mohou být kombinovány s vodou.

Klimatoterapie se soustředí na příznivé působení klimatu na lidský organismus. Tato forma léčby se dá považovat za součást prakticky každého léčebného pobytu v lázeňském místě. Klimatoterapii dělíme na helioterapii (léčbu slunečním zářením), aeroterapii (pobyt, cvičení či pohyb na vzduchu s určitými klimatickými parametry), thalasoterapii (léčbu mořským klimatem) a speleoterapii (léčbu pobytem v chladných mokrých jeskyních).

Rehabilitace využívá k léčbě pohybovou energii nemocného. Forma této terapie je individuální či skupinová, pasivní či aktivní. Pasivní cvičení provádí s pacientem rehabilitační pracovník, aktivní cvičení provádí pacient sám. Rehabilitačními metodami jsou např. léčebné masáže a pohybové léčby v terénu, jako například hipoterapie neboli léčba jízdou na koni.

Fyzikální terapie zahrnují léčebné postupy a metody, při kterých se využívají různé druhy energií. Při elektroterapii je využívána elektrická energie, u magnetoterapie je využívána energie magnetického pole, u fototerapie světelná energie a u termoterapie je to tepelná energie.

Dietoterapie učí pacienty správným stravovacím návykům. Může být užita jako komplexní terapie anebo doprovodná součást jiných terapií.

Poděbradské lázně disponují pitnými kůrami a léčebnými inhalacemi, ale hlavně uhličitými terapiemi v podobě uhličitých vodních koupelí a dalšími rehabilitačními cvičeními podporujícími různé dietologické léčebné formy stravování.

3.5.1 Přírodní léčivý zdroj v Poděbradech

Přírodním léčivým zdrojem poděbradských lázní je tedy minerální voda. Tato voda je původem vodou srážkovou, která se zachovala zásluhou vsakování do propustných pískovců usazených na dně druhohorního moře, které tehdy pokrývaly území celé dnešní České republiky.[52]

Nad vrstvou těchto pískovců se nachází široká vrstva opuk, které jsou pro vodu nerozpustné. Dochází tedy k uzavření vody mezi těmito vrstvami pod velkým tlakem. Při podzemním průchodu do sebe voda načerpává různé nerosty (např. sloučeniny vápníku, hořčíku, sodíku nebo železa), čímž se stává vodou minerální. Mohou se k ní také přidávat různé plyny. Poděbradská minerální voda vznikla zásluhou rozpouštění minerální soli do podzemní vody, ke které se přidává oxid uhličitý. Na povrch tato voda vyvěrá buďto přirozeně podél puklin v opukách nebo za pomocí tzv. artézských vrtů, kdy byly zhruba v hloubce 100 metrů navrtány nepropustné vrstvy opuk a voda tak mohla

[52] Srov. Melicharová, Jitka. *Poděbrady*. 1. vydání. Praha: Olympia, 1979.

samovolně vystupovat na povrch. Na základě průzkumu bylo pro poděbradské prameny stanoveno ochranné pásmo, aby nedošlo k narušení pramenů. Těchto vrtů je na území Poděbrad celkem šest. Tři z nich využívá společnost Lázně Poděbrady, a.s.. Jeden z vrtů se nachází na Žižkově, další nedaleko silnice na Kouty a poslední poblíž silnice na Pátek. Z těchto vrtů jsou "minerálkovodem" napájena pítka vybudovaná v místech někdejších, již zatěsněných, vrtů. Jsou to tyto: Sonda I – moderní bílý pavilon na Žižkově poblíž vyústění podchodu od nádraží. Trnka – obnovený pavilon poblíž nádraží při severním okraji lázeňského parku, Rieger – pavilon na Riegrově náměstí, Hohenlohe – v zámeckém příkopu a Boček na Libenského kolonádě.[53]

Lázeňští hosté mohou minerální vodu ochutnávat sami z několika pramenů, které jsou veřejnosti k dispozici – to jsou například prameny Riegrův, Trnkův či Svatojánský. Několik pramenů se také nachází uvnitř lázeňských objektů. Ve vodě jsou rozpuštěny hydroxidy železa, které způsobují hnědočervené zabarvení Poděbradky a také její specifický zápach. Hydroxidy železa nejsou nijak zdravotně závadné.

Poděbradská minerální voda je charakterizována jako „*přírodní, silně mineralizovaná kyselka (pH 5,83) hydrogenuhličitano-chlorido-sodno-vápenatého typu, studená (14 °C), hypotonická se zvýšeným obsahem alkálií a koncentrací některých prvků*"[54]. Jedná se tedy o kyselou minerální vodu s významným podílem zásad (alkálií), která na zemský povrch vyvěrá bez lidského přičinění, avšak ne pod velkým tlakem.

Významnou novinkou posledních let bylo již zmíněné vybudování nových dvou vrtů, které nesou názvy Jubilejní a Eliščin pramen. Jejich realizaci předcházela dlouhá doba jednání mezi jednotlivými subjekty v Poděbradech

[53] Srov. Vyhláška č. 55/2014 Sb., [online]. 2014 [cit. 2018-10-3]. Dostupné online: https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2014-55 .

[54] Srov. Svaz léčebných lázní České republiky, Lázně Poděbrady, [online]. 2018 [cit. 2018-2-4]. Dostupné online: http://www.lecebnelazne.cz/profiles/54-lazne-podebrady-a-s .

a Ministerstvem zdravotnictví. Po několika letech provozu a vybudování druhého „minerálkovodu“ městem Poděbrady a provozovaným Technickými službami města Poděbrad, a. s., spějí do realizační fáze i úvahy o technických možnostech propojení nového „minerálkovodu“ se stávajícími rozvody kyselky v balneoprovozech Lázní Poděbrady, a. s.[55]

[55] Srov. Poděbradské noviny*, O poděbradském tekutém „zlatu“ v kostce*, [online]. 2018 [cit. 2018-2-4]. Dostupné online: http://podebradskenoviny.cz/z-mesta/o-podebradskem-tekutem-zlatu-v-kostce .

4. DEFINICE VOLNÉHO ČASU

Definovat pojem volný čas není snadné, chápání samotného pojmu se měnilo jak v čase, tak i myšlenkách a úhlu pohledu různých myslitelů. Na výraz "volný čas" nahlíží soudobý vědec diametrálně odlišně než by si naplnění pojmu dokázal představit středověký myslitel, který pojem sám dosud nedefinoval, přestože se s ekvivalentem toho, co my dnes pod pojmem volný čas chápeme, pravděpodobně nesetkával.

První teoretické vymezení a definice volného času sahají až do období starověkého Řecka. Filozof Aristoteles vymezoval volný čas jako čas na rozumování, čtení veršů, setkávání se s přáteli či poslouchání hudby. Jeho vnímání volného času tedy bylo úplně jiné než je dnes. Rozhodně jej nevnímal jako čas, který by byl využit na lenošení a nicnedělání.

V době renesance byl volný čas minimalizován, byla preferována a oslavována práce jak duševní, tak fyzická. Volný čas tedy pozbýval v tehdejší společnosti na významu.[56]

S příchodem průmyslové revoluce a následným rozvojem hromadných sdělovacích prostředků (televize) se od konce třicátých let dvacátého století diskuse nad tématikou volného času stávají stále četnějšími a různí myslitelé na ni nahlížejí odlišně. Jeden z nejvýznamnějších teoretiků sociologie volného času, sociolog Joffre Dumazedier, napsal v roce 1962 dílo „Vstříc společnosti volného času"[57]. Tato publikace je pokládána za zakládající dílo západní sociologie volného času, autor v ní považuje za hlavní vymoženost moderní civilizace nikoli myšlenky materiálního blahobytu, které dosud převládaly, ale právě onu existenci volného času. Dumazedierovy myšlenky jsou teoretické,

[56] Srov. Sociologický časopis [online]. Dumazedier Joffre, *Volný čas*, , s. 443 – 447. 1966 [cit. 2018-10-3]. Dostupné online: http://sreview.soc.cas.cz/uploads/85d4c642302e727780a1d4699a03f6a427337973_Volny%20cas.pdf.
[57] Dumazedier Joffre, *Vers une civilization du loisir*, Paris, Editions du Seuil, 1962, 320 s.

přisuzuje volnému času ústřední postavení v životě obyvatel vyspělých zemí a za základní vlastnosti volného času považuje osvobození, nezainteresovanost a jeho hedonistickou povahu. Volný čas chápal jako všechno, co není povinností.[58]

Vymezení a fungování volného času se dostalo do centra pozornosti primárně od druhé poloviny dvacátého století, kdy také vznikla nová odvětvová sociologická disciplína – sociologie volného času.[59]

Aktuální definici volného času uvedl například sociolog Jaroslav Číhovský ve svém příspěvku: Poznání volného času dne studentů pedagogické fakulty Olomouc: "Volným časem rozumíme ten čas, který jednotlivci zůstane po splnění biologicko-psychologických potřeb (jídlo, spánek), po odečtení tzv. času vázaného (cesta do zaměstnání a zpět), času potřebného na zajištění chodu domácnosti (nákup, vaření). Rozumíme pod tímto pojmem tedy čas, kterým můžeme volně disponovat, podle vlastních úvah a možností."[60]

4. 1 Lázeňství jako volnočasová aktivita

V lázních je plno volného času, a tak místa procházek jsou zaměřena právě na místa slavných setkání, jsou spojena se slavnými i méně slavnými historkami o veliké lásce, dobrodružstvích, humorkami o panovnících a skandály o význačných lidech.

[58] Srov. Sociologický časopis [online]. Dumazedier Joffre, *Volný čas*, , s. 443 – 447. 1966 [cit. 2018-10-3]. Dostupné online: http://sreview.soc.cas.cz/uploads/85d4c642302e727780a1d4699a03f6a427337973_Volny%20cas.pdf.
[59] Srov. Hofbauer, Břetislav, *Děti, mládež a volný čas, Vývojové trendy a současné možnosti*, Praha: Portál, 2004. s. 47.
[60] Cit. Čihovský, Jan, *Příspěvek k poznání volného času dne studentů pedagogických fakult.* Olomouc: PFUP, 1967, s. 5.

Lázeňské léčebné pobyty jsou zpravidla z důvodu vyplnění volného času lázeňských hostů doprovázeny pobyty kulturními, společenskými, sportovními či zábavními. K nejčastějším kulturním a společenským službám se řadily a stále řadí filmová a divadelní představení, koncerty, taneční zábavy, výstavy, besedy či různé přednášky a jiné společenské akce. Nejčastějšími sportovními vyžitími jsou povětšinou pro lázeňské hosty sporty jako je jízda na koni či golf. Lázeňská místa představují ideální zázemí pro tyto služby a aktivity.[61]

Již od 18. století se lázeňský cestovní ruch řadí mezi nejoblíbenější formy novodobého cestovního ruchu. V dílech utopických socialistů, jako byl například Thomas Moore se svým dílem Utopia (1516) a jeho následovníků Tomassa Campanella (Sluneční stát 1623) či Francisa Bacona (Nová Atlantis 1627), se dočítáme o doporučeních, aby se lidé po šestihodinové denní práci věnovali podle své libosti zvoleným aktivitám, které povedou ke zdokonalování člověka zejména jeho psychických, mravních a fyzických kvalit.[62] Myšlenky seberealizace a seberozvoje jsou protknuty celým následujícím humanistickým obdobím. V období humanismu měl volný čas ten, kdo neobchodoval. Volný čas je spojován s problémem osobní svobody, v této době je poprvé vyjádřen nárok jedince na svobodu v pravém slova smyslu, a tak v pojmu volný čas humanismus definuje požadavek nezávislosti jednotlivce.

V 18. století je volný čas určen k náboženskému rozjímání a navození duševního klidu. Lidé kladou důraz na úplnou a opravdovou svobodu člověka. Chápání volného času je rovněž pod vlivem protestantismu. To ovlivnila tzv. pracovní etika, která hlásala vykonávání různých nutných úkolů v době volna a rekreace. Za součinnosti křesťansko-duchovního vlivu, tedy uvědomování si

[61] Srov. Knop, Karel a kol. *Lázeňství: ekonomika a management*. 1. vyd. Praha: Grada, 1999, s. 32, 59.
[62] Srov. Fazik, Alexander, *Fond volného času, jeho struktura a funkce,* In. Fazik Alexander, Štemberk Jan, *Aktuální problémy volného času a cestovního ruchu*, Pelhřimov: Nová tiskárna Pelhřimov, 2013. s. 12 - 18.

duchovní orientace jedince a náboženského rozjímání, se představa volného času vyvíjela až do 20. století.[63]

Spolu s tímto rozvojem se musíme zaměřit na rozvoj cestovního ruchu v souvislosti s uvědoměním si potřeb odpočinku a oddělení pracovního a soukromého života. Lázeňství chápeme jako součást cestovního ruchu díky využívání materiálně technické vybavenosti sloužící cestovnímu ruchu v daném místě. Touto vybaveností jsou například ubytovací a stravovací zařízení, kulturní zařízení, sportoviště, infrastruktura města atd. Lázeňství je také jedním z významných motivů aktivního zahraničního cestovního ruchu vzhledem k jedinečnosti některých přírodních léčivých zdrojů či použitých léčebných metod v dané oblasti.[64]

Lázeňství je také dnes chápáno jako jeden z oborů zdravotnictví, který v převažující míře patří i do veřejné ekonomiky. Je součástí zdravotní péče, která spočívá v klasickém pojetí léčebných pobytů s doporučenou délkou pobytu 4 týdny a s využitím léčebných procedur jako jsou balneologie, fyzioterapie, klimatoterapie apod. Trendem posledních let je však rozvoj tzv. lázeňské turistiky, která je zaměřená na zkrácené víkendové či týdenní pobyty organizované pro různé skupiny klientů, se stále se rozvíjející nabídkou programů.[65]

České lázně disponují pestrou nabídkou programů, služeb a doprovodných akcí, které lákají nejen českou, ale i zahraniční klientelu. Lázně a lázeňství totiž nejsou rozloženy po celém světě rovnoměrně. Třebaže se využitelné zdroje pro vznik lázeňských středisek odedávna vyskytovaly téměř na všech kontinentech, zůstalo lázeňství v našem slova smyslu převážně

[63] Srov. Čihovský, Jaroslav, *K vývoji názorů na volný čas: Od Aristotela k Dumazedierovi*. In Hodaň Bohuslav, *Volný čas a jeho současné problémy: sborník příspěvků přednesených na vědeckém symposiu v Olomouci, ve dnech 20. a 21. května 2002*, Olomouc: Hanex, 2002, s. 9 - 10.

[64] Srov. Indrová, Jarmila a kol. *Cestovní ruch (základy)*. Praha: Oeconomica, 2007, s. 85 - 97.

[65] Srov. Orieška, Ján, *Technika služeb cestovního ruchu*. 1. vydání. Praha: Idea Servis, 1999. s. 125 - 129.

evropskou záležitostí. Jen menším dílem se vyvíjelo v Asii, pomineme-li však starověký Orient, zůstává tato výsada Evropě. V anglo-saských zemích a v Americe nebylo lázeňství ani v minulosti příliš rozšířeno a postoj k němu byl stále zdrženlivý, takže ani v současnosti není příliš využíváno. Dnes se v USA využívají termální zdroje většinou k rehabilitaci.[66]

Změna životního stylu dnešní populace s sebou nese mnoho nových trendů. Jedním z nich je maximální nasazení v pracovním procesu, které je doprovázeno mnohými negativy. Ta se týkají zdravotního stavu lidí jak psychického, tak fyzického. Zdravotní problémy vznikají u profesí s nedostatkem pohybu, tedy u sedavého zaměstnání u PC doprovázeného špatnými stravovacími návyky, kouřením, dále vlivem špatného stavu životního prostředí v určitých lokalitách, stresových situací na pracovištích, během dopravy z práce a do práce a celkových životních stresů. Tyto nezdravé faktory ovlivňují život převážné většiny obyvatel a mají vliv na celkové zdraví národa.[67]

Změna životního stylu má ale rovněž i mnoho kladných stránek. Jednou z nich je změna myšlení lidí s narůstající potřebou pečovat o své zdraví. „Hrozba tzv. civilizačních chorob (cévní a mozková onemocnění, choroby nervové a pohybové) nás nutí k aktivnímu trávení volného času v kombinaci s odbornými radami jak nejlépe obnovit nebo udržet fyzické i duševní síly.“[68]

Na přední místo v hodnotovém žebříčku životního stylu současných obyvatel se v posledních letech řadí relaxace a prevence. Stále více lidí v současné době vyhledává pobyty v turistických zařízeních, která jsou spojená s nejrůznějšími relaxačními aktivitami. Lidé svůj volný čas snaží využívat co nejefektivněji pro obnovení sil za pomoci rad profesionálních odborníků. Všechno to přispívá k narůstajícímu zájmu o lázeňství a růstu lázeňského

[66] Srov. Křížek, Vladimír, *Obrazy z dějin lázeňství*. Praha: Libri, 1987, s. 11.
[67] Srov. Seifertová, Věra, *Marketing v lázeňském cestovním ruchu*. 1. vyd. Praha : Vysoká škola cestovního ruchu, hotelnictví a lázeňství, 2003. s. 12 - 13.
[68] Cit. Seifertová, Věra, *Marketing v lázeňském cestovním ruchu*. 1. vyd. Praha : Vysoká škola cestovního ruchu, hotelnictví a lázeňství, 2003. s. 13.

cestovního ruchu. Během několika posledních let se hojně navyšuje nabídka relaxačních a rekondičních programů převážně díky podpoře internetových slevových portálů. Pobyty jsou nabízeny v různých délkách se zaměřením na prevenci civilizačních chorob. Jsou orientovány jak na seniory, tak i studenty, na ženy nebo muže.[69]

4.2 Volnočasové aktivity v lázních Poděbrady

Lázně Poděbrady nabízí svým návštěvníkům širokou škálu kulturních a společenských služeb. Nabídka volnočasových aktivit je pro Poděbraďany či lázeňské hosty zveřejňována pravidelně v Lázeňském zpravodaji, který je k dostání v tištěné podobě zdarma na recepcích všech lázeňských domů.

4.2.1 Lázeňské pobyty

Společnost Lázně Poděbrady a.s. nabízí jako ostatní lázeňské podniky tři typů pobytů. Klasické léčebné pobyty s úhradou zdravotních pojišťoven, u kterých se doba pobytu pohybuje od čtrnácti do dvaceti čtyř dní, v závislosti na tom, zda se jedná o komplexní či příspěvkovou lázeňskou péči. Tohoto druhu lázeňského pobytu u nás využívají pouze občané České republiky.

Druhou možnosti využití lázeňských pobytů jsou pobyty hrazené klientem. Tuto službu mohou využívat jak občané České republiky, tak cizinci. U tohoto typu hrazení lázeňské péče se doba pobytu pohybuje okolo šesti až dvanácti dní.

[69] Srov. Seifertová, Věra, *Marketing v lázeňském cestovním ruchu*. 1. vyd. Praha : Vysoká škola cestovního ruchu, hotelnictví a lázeňství, 2003. s. 12 - 13.

Třetí možností jsou wellness pobyty, které rozlišujeme podle délky pobytu na víkendové či celotýdenní. Podle typu klientely na ženské či mužské, párové či manažerské a také podle období, ve kterém jsou lázně navštěvovány na vánoční, velikonoční či například silvestrovské pobyty.

Součástí těchto wellness pobytů jsou v Poděbradech vždy léčebné, ubytovací, stravovací a případně také kulturní a společenské služby. Úroveň a rozsah poskytovaných služeb u různých wellness balíčků se liší podle konkrétního typu pobytu.

4.2.2 Léčebné pobyty

Lázeňské pobyty, které aktuálně nabízí společnost Lázně Poděbrady a.s., jsou sestaveny a rozděleny na pobyty léčebné a ostatní. Pobyty se rozlišují zejména v ceně, za kterou jsou nabízeny. V případě léčebných pobytů, které jsou hrazeny zdravotní pojišťovnou, se celková cena odvíjí od ceny za ošetřovací den, kterou je zdravotní pojišťovna ochotna uhradit. U pobytů pro samoplátce celková cena pobytu závisí na kvalitě poskytovaných služeb, počtu čerpaných procedur apod. Důležitým faktorem je rovněž období, kdy klient lázně navštíví – tedy sezóna či minosezóna. Hlavní lázeňská léčebná sezóna společnosti Lázně Poděbrady a.s. trvá od 1. dubna do 31. října.

Lázně nabízí svým klientům individuální léčebné programy, které nejlépe přispívají ke zlepšení zdravotnímu stavu klienta. Tento léčebný program zahrnuje zhruba dvě až tři procedury denně. Do léčebného pobytu je zahrnuto ubytování a plná penze, včetně případné speciální diety, pokud je lékařem určena. Součástí je rovněž dvacetičtyřhodinová lékařská a sesterská služba.

Kromě vstupního a výstupního vyšetření odborným lékařem jsou v rámci léčebného pobytu prováděny dle nutnosti i další vyšetření.[70]

K léčbě výše zmíněných onemocnění jsou v zařízeních Lázní Poděbrady a.s. využívány zejména léčebné procedury v podobě uhličitých koupelí, masáží a různých zábalů. K léčbě pomocí uhličitých koupelí je využíváno příznivých účinků poděbradské minerální vody, která je ze své podstaty vodou velice studenou, dochází tedy k nutnému zahřívání vody. Podstatou léčby je chemické působení oxidu uhličitého, který se vstřebává kůží, čímž zvyšuje její prokrvení. Příznivě působí na činnost srdce a ledvin. Léčbu doplňují další druhy koupelí, které svými relaxačními a estetickými účinky pomáhají k celkové regeneraci. Masáže jsou zaměřeny na zmírnění bolesti, stresu a napětí – rovněž tedy zlepšují krevní oběh. Zábaly jsou využívány především k estetickým účelům a zmírění projevů stárnutí. Zabraňují vysušování kůže, zvyšují její prokrvení a elasticitu. K ostatním procedurám se řadí například suchá uhličitá koupel, plynové injekce, inhalace, solná jeskyně, elektroterapie, magnetoterapie, oxygenoterapie, léčebný tělocvik, infrasauna, vibrosauna (suchá sauna s využitím vibrujícího lůžka) či Vacu Well (podtlaková terapie v uzavřené skořepině).[71]

4.2.3 Wellness pobyty

Lázně Poděbrady a.s. nabízí také nejrůznější pobytové balíčky sestavované především pro samoplátce. Pro odpočinek, načerpání energie a celkovou regeneraci lázeňských hostů jsou sestavené týdenní i víkendové relaxační a wellness pobyty. Balíčky se skládají z lázeňských procedur,

[70] Srov. Lázně Poděbrady, a.s., Léčení a procedury [online]. 2018 [cit. 2018-4-3]. Dostupné online: http://www.lazne-podebrady.cz/leceni-a-procedury/ .
[71] Srov. Lázně Poděbrady, a.s., Léčení a procedury [online]. 2018 [cit. 2018-4-3]. Dostupné online: http://www.lazne-podebrady.cz/leceni-a-procedury/ .

ubytování a stravování v některém z lázeňských hotelů, případně jsou doplňovány konzultací s lázeňským lékařem.[72]

Součástí poděbradských lázní jsou doplňkové služby jako například balneoprovozovny, které mohou klienti lázní navštěvovat jako součást léčebných, ale i odpočinkových procedur. K těmto patří nejenom uhličité, perlivé či vířivé koupele, ale i plavání či cvičení v bazénech, různá léčebná cvičení, biolampy, terénní chůze a dokonce i návštěvy poděbradské solné jeskyně. Poděbrady disponují v prostorech poděbradského zámku nejenom vlastním divadlem[73], ale i kinem[74], a to dokonce v letních měsících venkovním zámeckým biografem.

[72] Srov. Lázně Poděbrady, a.s., Lázeňské pobyty [online]. 2018 [cit. 2018-4-3]. Dostupné online: http://www.lazne-podebrady.cz/lazenske-pobyty/jak-do-lazni/ .
[73] Divadlo Na Kovárně, Poděbrady, [online]. 2018 [cit. 2018-4-4]. Dostupné online: http://www.divadlopodebrady.cz .
[74] Zámecký biograf, Poděbrady, [online]. 2018 [cit. 2018-4-4]. Dostupné online: http://www.kinopodebrady.cz .

5. REKLAMA A PROPAGACE

V bádání o historii lázeňství z hlediska jeho propagace máme dochováno množství ikonografických dokladů – maleb, kreseb, miniatur v rukopisech, dřevořezeb a rytin, obrazů, pečetí a dalších grafických reprezentací. Materiál vztahující se k lázeňství se zobrazuje v obrazové podobě i v mnohých starých rukopisech s náboženskou tématikou. Je tomu tak například v iluminační výzdobě bible krále Václava IV. nebo v podobenstvích protireformačních spisů z počátku 16.století. Pozdějšími doklady o lázních v obrazové podobě jsou četné veduty, plakáty, pohlednice a suvenýry vyobrazující život v lázních a kolem nich.[75]

Všichni se denně setkáváme s projevy reklamy a dalších nástrojů marketingové komunikace, které nám radí, jak nejlépe trávit volný čas, jaké jídlo je pro naše tělo nejlepší, jaké prostředky nesmí chybět v našich domácnostech apod. Ovládá reklama a následně propagace naši mysl a ovlivňuje naše rozhodnutí? Jakou úlohu reklama dnes zastává?

Počátkem dvacátého století Zdenko Šindler, jeden z prvních odborníků tohoto oboru, vydává knihu s názvem Moderní reklama[76], v níž píše o reklamě jako o alfa omeze obchodu. Na poměry českého prostředí před první světovou válkou je tento názor velice neobvyklý. Většina obyvatelstva, nejen zákazníci, ale i výrobci a obchodníci, stále ještě věřili, že dobré zboží nepotřebuje reklamu, neboť se prodává svou kvalitou a solidností.[77]

V devadesátých letech vychází kniha od Milana Wegnera s názvem Podnikatelé a reklama, ve které autor poukazuje na fakt, že se 40 let o reklamě nemluvilo. S rozvojem tržního hospodářství zájem o téma reklamy roste a vznikají různé knihy pro podnikatele s hlavní myšlenkou, že zákazník a jeho

[75] Srov. Kajlík, Vladimír a kol., *České lázně a lázeňství*. Praha: MMR ČR, 2007, s. 7 – 8.
[76] Srov. Šindler, Zdenko, *Moderní reklama*, Praha: Šimáček, 1906, s.3.
[77] Srov. Vošahlíková, Pavla, *Zlaté časy české reklamy*. 1. vyd. Praha : Univerzita Karlova, 1999, s. 9.

přání je zaměstnavatelem všech podnikatelů. A vyrobím-li nějaké zboží či službu, musí se o ní přeci dozvědět co nejvíce lidí. Aneb „dobré zboží se neprodává samo“[78].

Co je reklama, co je propagace a co je propaganda? Nejjednodušší je to s definicí propagandy - je to činnost seznamující občany s něčím nehmotným - obvykle s tak zvanými idejemi.[79] Idejemi, které nemusí být neomezeně platné a pravdivé, nýbrž filtrované, upravené, sloužící jedné skupině lidí, kteří jejich pomocí ovládají a usměrňují myšlenky ostatních jedním směrem. Na základě propagandy si své pozice udržovaly všechny bývalé mocnosti. [80] Naším záměrem však není vysvětlení propagandy, nýbrž propagace a reklamy.

Nabídka služeb a zboží využívá z propagandy určité filtrace, hovoří pouze o jednom a zdůrazňuje pouze to dobré. To je etika reklamy a propagace, kterou přijímá celý svět. Informuje a nabízí pravdivé se zdůrazněním toho zvláštního a jedinečného, co právě tuto službu či zboží dělá hodnotnou zákazníkovy pozornosti. O konkurenci by neměla mluvit a když, tak všeobecně. Zákazník má díky tomu možnost samostatného výběru, a protože je druhou stranou také informován, rozhoduje se ve prospěch těch lepších reklamních argumentů.[81]

Malý rozdíl je mezi reklamou a propagací. Reklama se obvykle zabývá jedním objektem – službou, výrobkem či zbožím, který se snaží “prodat”.[82] Etymologické vymezení slova reklama vychází pravděpodobně z latinského „reclamere“, tedy opakovaně hlasitě volat, vyvolávat, vyhlašovat. V historickém smyslu je reklamou „veřejné doporučování něčeho možným

[78] Cit. Vošahlíková, Pavla. *Zlaté časy české reklamy*. 1. vyd. Praha : Univerzita Karlova, 1999, s. 9.
[79] Srov. Wegner, Milan, *Podnikatelé a reklama*, Praha: Trizona, 1.vyd., 1991, s. 8.
[80] Srov. Wegner, Milan, *Podnikatelé a reklama*, Praha: Trizona, 1.vyd., 1991, s. 8.
[81] Srov. Wegner, Milan, *Podnikatelé a reklama*, Praha: Trizona, 1.vyd., 1991, s. 8-9.
[82] Srov. Vysekalová, Jitka a kol, *Psychologie reklamy*, Praha: Grada Publishing, a.s., 2012, s. 17.

zájemcům“.[83] I přes to, že se způsob prezentace reklamy, během staletí změnil, pojem reklama zůstal.

Ottův slovník naučný z roku 1994 vystihl reklamu nadčasově: „Reklama je veřejné vychvalování předmětů obchodních, uměleckých apod., jež se děje prospekty, plakáty, obchodními štíty, vyvolávači, nosiči, návěští atd., zvl. pak časopisy. Annonce prostě věc oznámí, reklama snaží se ji od okolí odlišiti, vyzvednouti, pozornosti obecenstva přiblížiti. Stává se tak nadpisy (nápadnými, tajemnými, zvědavost budícími), tím, že se nešetří místem, stereotypním opětováním, verši, zvl. pak obrázky.“ [84] Reklama je tak placenou formou komunikace s komerčním záměrem.[85] Dle Americké marketingové asociace definice zní „každá placená forma neosobní prezentace a nabídky idejí, zboží nebo služeb prostřednictvím neidentifikovatelného sponzora“.[86]

V dnešním pojetí (např. etického kodexu Rady pro reklamu) je reklamou „přesvědčovací proces, prováděný za úhradu jakýmkoliv podnikatelským subjektem jednajícím v jeho zájmu, jehož účelem je poskytnout spotřebiteli informace o zboží, službách i o činnostech a projektech charitativní povahy“. Definici přináší i zákon o rozhlasovém a televizním vysílání (231/2001 Sb.), v němž je reklama „jakékoliv veřejné sdělení určené k podpoře podnikání nebo k dosažení jiného účinku, sledovaného zadavatelem reklamy, jemuž byl vysílací čas poskytnut za úplatu nebo za jinou protihodnotu.“[87]

Cílem reklamy může být jak informace o materiálních i nemateriálních produktech, službách, idejích a myšlenkách (se záměrem vyvolat spotřebitelské

[83] Srov. Osvaldová, Barbora, Halada, Jan a kol, *Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace*, Praha: Libri, 2007, s. 171.
[84] Srov. Ottův Slovník naučný: illustrovaná encyklopedie obecných vědomostí: J. Otto, Praha: 1890, díl 21, s.456.
[85] Srov. Halada, Jan, *Marketingová komunikace a public relations: výklad pojmů a teorie oboru*, 1.vyd., Praha: Karolinum, 2015, s. 83.
[86] Srov. Vysekalová, Jitka a kol, *Psychologie reklamy*, Praha: Grada Publishing, a.s., 2012, s. 20-21.
[87] Cit. Osvaldová, Barbora, Halada, Jan a kol, *Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace,* Praha: Libri, 2007, s. 171.

či společenské chování), tak úsilí o hlubší změnu lidského vnímání, chování, hodnot a hodnotových preferencí. Komerční, nekomerční a politická reklama využívá prostředků masové a mediální komunikace (tisk, rozhlas, televize, internet) a dalších elektronických médií, venkovní reklamy (billboard), direct marketingu a jejich vzájemné kombinace. V České republice je reklama legislativně upravena zákonem 40/1995 Sb.[88]

Propagace je o něco složitější, dala by se definovat jako široce rozvinutá reklama, která nechce jen něco prodat, ale má vybudovat trvalejší vztahy a hlubší znalosti o firmě. Etymologické vymezení slova propagace je z latinského „propagatio" tedy rozmnožování, rozšiřování. Ve slovníku nalezneme definici propagace jako „cílené činnosti stimulačními a regulačními účinky, rozšiřování názorů, mínění, politických požadavků, uvádění ve všeobecnou známost, také získávání zájmu o určité zboží a služby".[89]

Propagace je například reprezentace na veletrzích, časté zveřejňování a používání firemní značky, připomínání dobrého jednání. Má zakotvit v hlavách zákazníků nejen služby či zboží, ale i jméno společnosti, solidnost. Vytváří dobrý dojem a buduje příznivé vztahy veřejnosti k firmě na základě příznivých vztahů firmy k veřejnosti.[90]

Ve slovnících je propagace definována jako „nástroj marketingového a komunikačního mixu, který zahrnuje nadlinkové i podlinkové komunikační aktivity, širokou škálu komerčních marketingových komunikací zaměřených na cílovou skupinu".[91]

---

[88] Srov. Osvaldová, Barbora, Halada, Jan a kol, *Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace*, Praha: Libri, 2007, s. 171-172.

[89] Cit. Osvaldová, Barbora, Halada, Jan a kol, *Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace*, Praha: Libri, 2007, s. 161.

[90] Srov. Wegner, Milan, *Podnikatelé a reklama*, Praha: Trizona, 1.vyd., 1991, s. 9.

[91] Cit. Halada, Jan, *Marketingová komunikace a public relations: výklad pojmů a teorie oboru*, 1.vyd., Praha: Karolinum, 2015, s. 78.

Úkolem propagace je službu nebo produkt neustále připomínat. Její součástí je tzv. komunikační mix, tedy přenos sdělení od zdroje k příjemci. Rozvoj informačních technologií posledních let umožňuje široké využití internetové propagace, na kterou je kladen stále větší důraz.[92]

5.1 Vznik a vývoj reklamy, propagace

První známky reklamy a propagace sahají až před začátek našeho letopočtu do starověku. V historickém smyslu je reklamou veřejné doporučování něčeho možným zájemcům. Reklamu tedy spojujeme s rozvojem výroby a obchodu. Již ve starověku a středověku se používalo nejrůznějších poutačů pozornosti přímo před dílnami na ulicích nebo na trzích. Autory reklamy byli nejčastěji sami výrobci a řemeslníci, kdy se na různých shromážděních, slavnostech či hrách scházeli lovci, pěstitelé ovoce, chovatelé dobytka, aby si vyměňovali přebytky své práce za jiné výrobky. Tržiště se zřizovala v osadách či na vesnicích, kde sídlil náčelník kmene. Zpočátku směna přebytečného probíhala pouze mezi náčelníky kmenů, později jej následovali řemeslníci a zemědělci. V dobách pozdějších se pro různé druhy zboží vytvářela různá tržiště, majitelé zboží či pěstitelé dávali své zboží na zem nebo jej vykládali v primitivních stáncích, aby na ně lépe upozornili kupující. Vykládání zboží, soustředění jeho prodeje do tržišť nebo ulic patří tedy k prvním náznakům propagační činnosti ve starověku.[93]

Při propagaci se nejvíce využívala řeč. Ve středověku vznikl specializovaný cech tzv. „vyvolávačů“, kteří seznamovali obyvatelstvo vedle

[92] Srov. Seifertová, Věra, *Marketing v lázeňském cestovním ruchu*. 1. vyd. Praha : Vysoká škola cestovního ruchu, hotelnictví a lázeňství, 2003. s. 58 - 60.
[93] Srov. Szalay, Julius, Jonáš, Rudolf, *Propagace pro odborná učiliště a učňovské školy pro střední školy pro pracující,* Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1978, s. 26.

úředních hlášení současně i s možnostmi nákupu a prodeje. Měli za úkol vyvolávat hesla či bubnovat na bubny a lákat k nákupu výrobků či služeb. Začátek trhu oznamovali zvoněním, troubením a různými druhy řehtaček. Zvuková reklama byla součástí jarmarků. V dnešní době mají podobnou funkci vyvolávači na pouti.[94]

Druh prodávaného zboží býval vryt do stěn nebo napsaný na zdech domů. Tyto primitivně vyhotovené nápisy a vývěsní štíty s různými symboly se pokládají za první propagační prostředky. Byly známy i druhy vývěsních štítů nesoucí symboly různých obchodů. Například symbolem obchodu s mlékem byla koza, klíč byl symbolem zámečníků apod. První reklamní sdělení pochází ze starověkého Egypta a byla vydávána na hliněných tabulkách či papyrech.[95]

Propagace a propagační činnosti se výrazněji objevují ve středověku, kdy se množství výrobků a zboží zvětšilo a tím se rozšířil trh. Zboží se prodávalo jednak na tržištích, a jednak v jakési "primitivní obchodní síti", avšak trhy zůstávají hlavním prodejním a kupním místem. Tržiště bylo pokládáno za nejvýznamnější část vesnice nebo města. Města měla tržišť obyčejně několik - každé z nich bylo vyhrazeno pro prodej specifického výrobku, jako např. trh na seno, na dřevo, trh na prodej ryb apod. Tato místa dostávala svůj název podle výrobků, jež se tam prodávaly, a tak se dodnes zachovaly názvy jako například Senné náměstí, Rybné náměstí, Zámečnická ulice, Dřevěná ulice apod. Obchody měly kromě prodeje zboží dodávat městu i na vzhledu.[96]

V paměti mnoha lidí byla stále ještě živá doba, kdy nadmíra vychvalování a nabízení vlastního zboží nebo snaha různými triky odrazovat zákazníky od jiného řemeslníka odporovala nejen dobrým mravům, ale i právu. O kvalitě, množství i cenách většiny výrobků rozhodovala ve středověku

[94] Srov. Vysekalová, Jitka a kol, *Psychologie reklamy*, Praha: Grada Publishing, a.s., 2012, s. 38.
[95] Srov. Osvaldová, Barbora, Halada Jan a kol., *Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace*, Praha: Libri, 2007, s. 171.
[96] Srov. Szalay, Julius, Jonáš Rudolf, *Propagace pro odborná učiliště a učňovské školy pro střední školy pro pracující,* Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1978, s. 26 - 30.

dlouhou dobu různá cechovní opatření, která tak brzdila rozvoj propagace.[97] Mezi opatření patřil například zákaz vyhledávat zákazníka, lákat kupující apod. Cechovní předpisy nepotlačovaly propagaci zboží úplně, omezovaly pouze množství používaných prostředků. Hlavními prostředky propagace této doby bylo soustředění prodeje zboží, ať už na trzích, ve stáncích nebo zvláštní forma podomního prodeje. Stálá maloobchodní sít, která se začala budovat i z hlediska propagace, lépe spojovala kupujícího s prodávajícím. S tím souvisely nově vzniklé portály obchodů či nové vývěsní štíty. Propagační prostředky potom neplnily pouze propagační úlohu, ale činily prostředí měst krásnější.[98]

V novověku, období průmyslového rozvoje, zaznamenávala propagace s nastupující kapitalistickou výrobou a rozvojem obchodu další rozvoj. Ke zrušení cechovních opatření a samotné cechovní organizace v našem prostředí došlo s konečnou platností v roce 1859 a nový živnostenský řád vešel v platnost od roku 1860. Už od 18. století se pravomoci cechů v některých oborech omezovaly, teprve živnostenský řád však uvolnil podmínky výroby i propagace zboží. Rok 1860 je proto možno v habsburské říši a v jejím rámci i v českých zemích považovat za datum zrodu moderní reklamy.[99]

Zrod moderní reklamy doprovázeli kapitalističtí výrobci, kteří začali využívat k propagačním cílům řady technických vynálezů a objevů. Začaly se využívat tzv. vnější propagační prostředky, které pomáhaly rychleji plnit požadované propagační cíle. Kapitalisté využívali propagace v konkurenčním boji a její užitečnost posuzovali podle následného zisku. Propagační prostředky se zdokonalovaly, byl vynalezen knihtisk, jenž vyřadil ručně psaná oznámení. Začaly se tisknout první propagační prostředky jako nabídkové seznamy

[97] Srov. Vošahlíková, Pavla. *Zlaté časy české reklamy*. 1. vyd. Praha : Univerzita Karlova, 1999, s. 12.
[98] Srov. Szalay, Julius, Jonáš Rudolf, *Propagace pro odborná učiliště a učňovské školy pro střední školy pro pracující,* Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1978, s. 28.
[99] Srov. Vošahlíková, Pavla. *Zlaté časy české reklamy*. 1. vyd. Praha : Univerzita Karlova, 1999, s. 12-13.

či plakáty. Vynález sítotisku umožnil tištění na různé materiály jako sklo, plech, plexisklo, karton apod. Inzeráty se zprvu tiskly na samostatné listy, časem se však ukázal tento způsob jako nevhodný a inzeráty začaly vycházet v novinách a časopisech, jež se na nich postupně stávaly finančně závislými.[100]

Zdokonalení obchodní sítě s sebou přineslo otvírání velkých obchodních domů[101], které daly vzniku moderních výkladních skříní a vitrín. Následovala nová éra světelné propagace. Důležité je také zmínit rozhlas a následně televizi, které umožňovaly a umožňují propagaci proniknout miliónovým masám kupujících.[102]

5.2 Vývoj propagace v Československu do roku 1945

Prudký rozvoj reklamy a propagace vůbec nastal s rozvojem kapitalismu. V 19. století se začala reklama oddělovat od obchodu a můžeme pozorovat její samostatný vývoj. Spojené státy se staly ohniskem reklamy a služeb s ní spojených, do této branže zde bylo zapojeno vše, co bylo alespoň trochu toho schopno. Zde také poprvé přijala reklama nový úkol. Vedle propagování zboží a podpory jeho prodeje se stala účinným nástrojem v boji s konkurencí. K tomu bylo používáno všech dostupných cest. Až vynalézavě nápaditá forma reklamy často převyšovala úroveň svého obsahu.

---

[100] Srov. Szalay, Julius, Jonáš, Rudolf, *Propagace pro odborná učiliště a učňovské školy pro střední školy pro pracující,* Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1978, s. 30-44.

[101] Za první obchodní dům je považován Au Bon Marché (dnes Le Bon Marché) v Paříži, který roku 1838 založili bratři Videau. Od roku 1852 zde první principy moderního obchodního domu: široký sortiment zboží je rozdělen do různých prodejních oddělení, zboží je vystaveno a opatřeno cenovkami s pevnými cenami, nízké ceny, záruka vrácení peněz, atraktivní prezentace a reklama.

[102] Srov. Szalay, Julius, Jonáš, Rudolf, *Propagace pro odborná učiliště a učňovské školy pro střední školy pro pracující,* Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1978, s. 30-33.

Po vzniku Československa se propagace rozvíjela pomalým tempem. Její záměry byly stejné jako v ostatních kapitalistických státech, pomáhala jednotlivým podnikatelům v jejich konkurenčním boji a v získávání co největšího zisku. Po technické stránce byla propagace až do roku 1925 na velmi nízké úrovni. Na přelomu století se jako naléhavý ukázal problém nekalé reklamy, který se v rámci habsburské monarchie dostal do popředí až v prvním desetiletí 20. století. Dalším důvodem byl fakt, že menší soukromé podniky neměly možnosti ani zájem starat se o výraznější propagaci. Chyběly odborné kádry a organizátoři, tudíž obchodníci využívali vlastní propagační prostředky, jejichž úroveň byla ovlivňována finančními možnostmi.[103]

Výraznějším mezníkem v rozvoji propagace byl rok 1927, tehdy se poprvé organizovala soutěž výkladních skříní, na níž se předvádělo využití osvětlení. Od této doby se u nás datuje využití osvětlení jako propagačního prostředku. Rozvoj propagace byl rovněž ovlivněn narůstajícím konkurenčním bojem, který se v této době mezi podnikateli a výrobci rozšířil. Konkurenční boj nutil kapitalisty stále více oceňovat propagační činnost. Ta vyžadovala dostatek propagačních pracovníků a následné utvoření jejich zájmové ochranné organizace. A tak už v roce 1927 vznikl v Praze Reklamní klub, v němž se sdružovali reklamní poradci, tiskaři, výtvarníci i obchodníci. Tento Reklamní klub utvořil později pobočky v dalších městech, pořádal přednášky, besedy, vydával odbornou literaturu a výrazně zlepšil situaci reklamy nejen v Čechách, ale i na Slovensku.[104]

Koncem dvacátých let dvacátého století vznikaly různé reklamní kanceláře zaměřené na tvorbu výkladních skříní a podávání rad při volbě reklamního prostředku. Začátkem třicátých let dvacátého století zachvátila svět

[103] Srov. Vošahlíková, Pavla. *Zlaté časy české reklamy*. 1. vyd. Praha : Univerzita Karlova, 1999, s. 15 - 19.

[104] Srov. Szalay, Julius, Jonáš Rudolf, *Propagace pro odborná učiliště a učňovské školy pro střední školy pro pracující,* Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1978, s. 35.

hospodářská krize, která se projevila i v průmyslové výrobě a poskytování služeb v Československu. To vedlo k ochabnutí propagační činnosti až do roku 1934, kdy vzniká novodobá česká aranžérská tvorba a reklama nabývá novodobého rozměru.[105]

5.3 Vývoj propagace v Československu po roce 1945

Propagace se po roce 1945 úzce souvisela s celkovým ekonomickým i politickým vývojem republiky. Říjnové znárodnění velké části hospodářství postavilo před nové úkoly i propagaci. Přestal konkurenční boj mezi jednotlivými podniky a proto propagace neplnila dřívější úlohu, navíc nedostatek zboží propagaci ani nevyžadoval. Únor 1948 přinesl znárodnění velkoobchodu i některých obchodních podniků, které zaměstnávaly více než 50 zaměstnanců. V roce 1953 byla propagace začleněna do součásti organizace a techniky závodu, byly zřizovány aranžovny a propagační střediska při jednotlivých obchodních podnicích v kraji. Chyběla vnější státem řízená organizace propagace, proto v roce 1954 vzniká Reklamní podnik státního obchodu, jehož náplní bylo provádění reklamních prací, výroba reklamních pomůcek pro podniky státního obchodu a pro obchodní činnost výrobní.[106]

Dne 7. května 1954 uložila komunistická strana ČSR výrobním ministerstvům a spotřebním družstvům používat propagace pro své výrobky. Ministerstvo vnitřního obchodu v odboru organizace a techniky zřídilo oddělení

[105] Srov. Vošahlíková, Pavla. *Zlaté časy české reklamy*. 1. vyd. Praha : Univerzita Karlova, 1999, s. 22.

[106] Srov. Szalay Julius, Jonáš, Rudolf, *Propagace pro odborná učiliště a učňovské školy pro střední školy pro pracující,* Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1978, s. 36 - 37.

pro propagaci a pořádalo celostátní konference, kde se řešily otázky obsahu, forem, organizace, hospodárnosti i účinnosti propagace.[107]

V padesátých letech se propagace stále zlepšovala, rozšířil se počet propagačních pracovníků, filmů, narůstal počet propagačních prostředků na budovách. Televizní vysílače vysílaly první televizní propagace, taktéž rozhlas zavedl pravidelné propagační vysílání. V letech šedesátých byly zřizovány různé vládní výbory, které řídily, usměrňovaly a koordinovaly propagační činnost na celém území ČSSR. Byla zde zastoupena vedle ministerstva vnitřního obchodu výrobní resortní ministerstva společenské organizace, zástupci rozhlasu, televize, filmu a tisku. V letech 70 se začala propagace ve spojení s aranžérstvím vyučovat na mnohých školách v ČSR, na Univerzitě Karlově byla zřízena katedra agenturní žurnalistiky a propagace.[108]

Za socialismu, do 90 let, byla propagace považována za integrovanou složku společenského života. Uplatňovala se ve vytváření socialistické morálky, kolektivního občanského vědomí a kulturního cítění. Zdůrazňovala se její výchovná a poradenská činnost, kladl se důraz na uplatňování etických a kulturních kvalit. Propagace měla působit na vytváření nových mravních hodnot u spotřebitelů a na formování jejich nového kulturního způsobu života. Hlavními rysy socialistické propagace měly být: ideovost, pravdivost, plánovitost, konkrétnost, hospodárnost, proporcionalita a koordinace záměrnosti.[109]

[107] Srov. Szalay, Julius, Jonáš, Rudolf, *Propagace pro odborná učiliště a učňovské školy pro střední školy pro pracující,* Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1978, s. 37.

[108] Srov. Vysekalová, Jitka a kol, *Psychologie reklamy*, Praha: Grada Publishing, a.s., 2012, s. 44.

[109] Srov. Szalay, Julius, Jonáš, Rudolf, *Propagace pro odborná učiliště a učňovské školy pro střední školy pro pracující,* Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1978, s. 38 - 40.

5.4 Propagace dnes

Ve 20. století se reklama začlenila do komplexu marketingových aktivit. Studují ji studenti mnohých univerzit, systematicky se jí zabývají tisíce reklamních kanceláří, agentur a podniků. Reklama je po vojenství druhým oborem lidské činnosti, který nejsilněji využívá vědeckotechnických poznatků jako např. počítače, internet, laser, holografii atd.

Dnes se tedy na propagaci díváme spíše z ekonomického, marketingového hlediska. Propagace má na stále náročnějším trhu čím dál větší význam. Je důležitým nástrojem marketingu a jejím hlavním cílem je vytvořit u spotřebitele postoj, který povede k následné koupi a tím vyšší prosperitě výrobce. Propagace buduje trvalejší vztahy a dobrou „image" firmy. Vedle příznivého dojmu zákazníka má vzniknout i pocit důvěry ve firmu, čímž jsou utvářeny vztahy mezi propagující se společností/produktem a veřejností.[110]

Ačkoli je na spotřebitelském trhu propagace v posledních letech vnímána poněkud negativně, výsledky praxe nám ukazují, že je výhodná pro obě strany trhu – tedy jak pro výrobce, tak pro spotřebitele. Proto je třeba dnes propagaci koncipovat takovým způsobem, aby spotřebitel tuto výhodu vnímal.

Propagační materiály by dnes neměly být nicneříkající letáčky a jiné formy reklamy. Měly by v nich být zakomponovány skutečné informace a parametry produktu, propagace by měla mít vypovídající hodnotu. Měla by spotřebiteli usnadnit rozhodování na základě výstižnosti a pravdivosti o produktu, měla by pomoci překonávat sezónní prodejní výkyvy a seznamovat klienty o slevách a akcích na dané produkty. Teorie uvádí, že propagace je prováděna různými způsoby, tzv. nástroji propagace, které jsou nazývány tzv. komunikačním mixem. Mezi tyto nástroje patří reklama, publicita, podpora

[110] Srov. Karlíček, Miroslav, Král, Petr, *Marketingová komunikace*, 1. vyd., Praha: Grada, 2011, s. 49 – 52.

prodeje a osobní prodej.[111] A všechny tyto prvky je potřeba u tvorby propagačních materiálů zohlednit.

Výběr médií propagace samozřejmě závisí na segmentu trhu, druhu služby a konečným spotřebitelem, v našem případě lázeňským hostem.

[111] Srov. Karlíček, Miroslav, Král, Petr, *Marketingová komunikace*, 1. vyd., Praha: Grada, 2011, s. 23 – 24.

6. PROPAGACE LÁZNÍ

Věhlas lázní a potřebu rozvoje odjakživa zajišťovali lázeňští hosté. V 19.století patřily mezi největší a nejznámější lázeňská města Karlovy Vary, Teplice a Mariánské Lázně. Karlovy Vary navštěvovali různí spisovatelé, básníci, hudebníci, knížata, šlechta a další. Během sezóny město navštívilo až 60 000 lidí. Významní hosté a slavné osobnosti se podíleli na propagaci lázeňských měst. Každé lázně se však slavnými propagátory a hosty těšit nemohly, proto využívaly různých způsobů propagace svých služeb. Koncem l9. století objevila obchodní propagace mnohé prostředky, jak získat zákazníky. Potřebu moderní reklamy si uvědomovali zejména lázeňští lékaři a osoby zainteresované na provozu lázni. Zakládali proto místní nebo profesní sdružení, která podporovala jejich reklamní úsilí. Jedním z takových spolků bylo sdružení lázeňských lékařů, jehož cílem byla popularizace lázeňství v očích veřejnosti a jeho obchodní propagace. Předsedou sdružení se stal v roce 1909 doktor s dlouholetou praxí, dr. Ed. Cmunt, který se ke sdružení vyjádřil slovy: „Historie sdružení čs. lázeňských lékařů sama nás poučuje o výhodách společného postupu. Maličký spolek několika jedinců v začátcích českého lázeňství založený měl jen úzký program společné reklamy.“[112] Tato reklama se týkala jak lázeňské péče, tak propagace určitých lázeňských domů, lázeňských dodavatelů a dalších služeb spojených s provozem lázní. Obchodní propagace využívala všech běžných prostředků reklamy, novinovou inzerci, plakáty, velkoplošné poutače, pohlednice. Tzv. obchod se zdravím patřil

[112] Cit. Vošahlíková, Pavla, Lázeňská turistika. Její podmínky a podoba v českých zemích před 1. světovou válkou, In. Cestování včera a dnes : Tourism yesterday and today. Revue pro průvodce a pracovníky cestovního ruchu, Praha : Vysoká škola obchodní, o.p.s., 2007, ročník 4, číslo 3, 2007, s. 51.

k nejstarším a oblíbeným artiklům reklamy.[113]

V lázeňském prostředí patří mezi nejpoužívanější formy propagace reklama – internet, rozhlasová reklama, venkovní reklama, tištěná inzerce (je třeba dbát na vhodné grafické zpracování, kvalitní materiál a neposlední řadě na samotný obsah propagačních materiálů), public relations neboli spolupráce se sdělovacími prostředky, podpora prodeje v podobě cenových zvýhodnění mimo sezónu a osobní prodej.[114]

Důležitým faktorem pro úspěšnou propagaci lázní je vzhled lázeňského prostředí a lázeňských budov, protože to jsou první dojmy a vjemy, které hostům dokáží navodit příznivá či naopak nepříznivá očekávání o kvalitě poskytovaných služeb. Protože mají poskytované služby nehmotný charakter, materiální prostředí je významně doplňuje. Důležitý je tak zejména vzhled lázeňských objektů, zařízení interiéru a vytváření atmosféry. Vše má dohromady tvořit příjemnou atmosféru, ve které se host cítí vítán.[115]

Důležitou složkou určující spokojenost klienta jsou samozřejmě zaměstnanci lázní, kteří se významně podílejí na propagaci tzv. lázeňského produktu i celé organizace, a to zejména ústní reklamou. Lázeňství se dnes musí vypořádávat s novými trendy v podobě změny struktury návštěvníků lázeňských míst. V posledních letech dochází k úbytku tradiční dlouhodobé klientely v seniorském věku. V rámci správné propagace lázní je tedy nutno klást větší důraz na zaujmutí mladší domácí i zahraniční klientely na samoplátecké a wellness pobyty. Tomu se musí přizpůsobit i způsoby

[113] Srov. Vošahlíková, Pavla, Lázeňská turistika. Její podmínky a podoba v českých zemích před 1. světovou válkou, In. Cestování včera a dnes : Tourism yesterday and today. Revue pro průvodce a pracovníky cestovního ruchu, Praha : Vysoká škola obchodní, o.p.s., 2007, ročník 4, číslo 3, 2007, s. 50 - 52.

[114] Srov. Seifertová, Věra, *Marketing v lázeňském cestovním ruchu*. 1. vyd. Praha : Vysoká škola cestovního ruchu, hotelnictví a lázeňství, 2003. s. 57.

[115] Srov. Seifertová, Věra, *Marketing v lázeňském cestovním ruchu*. 1. vyd. Praha : Vysoká škola cestovního ruchu, hotelnictví a lázeňství, 2003. s. 57.

propagace lázní a protože je v dnešní době nejrozšířenější formou propagace internetová, je žádoucí cílit propagaci prostřednictvím tohoto média.

6.1 Propagace lázní Poděbrady

Hlavním úkolem propagace produktů společnosti Lázně Poděbrady a.s. je, aby se potenciální zákazník dozvěděl o službách, které lázně nabízí a aby jej oslovily natolik, že se lázně rozhodne navštívit. Propagace musí sloužit k neustálému připomínání lázní a jejich produktů. Aby byla propagace úspěšná, je potřeba zvolit vhodné komunikační prostředky. Z doložených propagačních materiálů víme, že dříve lázně Poděbrady nejvíce využívaly reklamu tištěnou a venkovní v podobě letáků a různě vystavených plakátů nebo reklamu v rozhlasech a rádiích. Tištěnou reklamu zajišťoval Lázeňský zpravodaj, který lázeňské hosty informoval především o nabídce společenských a kulturních služeb lázní. Takto byly rovněž propagovány produkty v oblasti cestovních služeb a k podobným účelům se využívala i venkovní reklama.

Poděbradské lázně, ačkoli vznikly poměrně pozdě, mají svou historii v mnohém příznačnou. Poděbrady měly odjakživa nepříliš kvalitní pitnou vodu, bylo tedy zapotřebí s rozrůstáním města najít nové zdroje pitné vody. Kníže Filip Hohenlohe z Schillingsfürstu postrádal potřebné množství kvalitní vody ve svém sídle, na zámku uprostřed města, také. Kromě toho měl zájem i na hygieně města a na úpravě kanalizace, a tak jednal aktivně. Dodnes je dochovano mnoho svědectví o špatné poděbradské vodě a o nedostatku pitné vody. Kníže se seznámil při svých cestách po Evropě s baronem Karlem Bülowem z Bothkampu, který bavil společnost v Kielu, kde byl na oslavách i on přítomen, pokusy s vyhledáváním vody s pomocí virgule. Kníže nakonec pozval Bülowa do Poděbrad na hon a přál si, aby mu Bülow našel pramenitou vodu

přímo na zámku. Bülow pozvání přijal a do Poděbrad přijel. Tam pak začal s hledáním. O tom vykládá ve svých pamětech lesní rada Alois Neugebauer, který nechoval mnoho důvěry v Bülowovy rozhodnutí o jistém pramenu na druhém zámeckém nádvoří, a tak Bülowa spolu s knížetem zkoušel při hledání vody v nedalekém Kersku. Výsledek byl příznivý, a tak po všemožných seznámení poděbradských doktorů s baronem Bülowem, započalo se v dubnu roku 1905 na druhém zámeckém nádvoří vrtat. Z hloubky 96 metrů vytryskla voda velmi lahodné chuti.[116]

Objev říšskoněmeckého barona Bülowa se stal zlomovým momentem historie lázní Poděbrad, jak je známe dnes. Odkryl v hloubce devadesáti šesti metrů vydatný pramen znamenité minerální vody, jež založila slávu Poděbrad jako lázní. Ještě téhož roku tu byly založeny uhličité lázně, ovšem jen ve skromných rozměrech. V zápiscích dr. Boučka jsou tyto krátké zápisy o dalších vrtech: "1907 21.3. byl zde kníže kvůli lázním, mají stát půl miliónu korun. 5.4. byl zde kníže, lázeňský projekt se zjednodušuje. 8.6. proražena třetí studna v zámeckém valu v 95 metrech. Vrtána parním pohonem. Září: Kníže vrtal ve Zboží, ve 100 metrech červený písek. Dr. Hellich tvrdí, že je to permský útvar. Ve 120 metrech prahorní útvar, žádná voda."[117]

Pak tedy byla objevena voda, která dala základ vzniku lázním v Poděbradech. Hledání proutkaře, šťastný nález vody ve skutečně neočekávané hloubce, avšak nález vody minerální. Započala doba rozkvětu, takzvaný zlatý věk secese. Dr. Bohumilu Boučkovi jako zkušenému lékaři a podnikateli bylo zřejmé, že lázně je nutné moderními prostředky propagovat. Sám tak učinil

[116] Rok 1904 byl na Poděbradsku rokem sucha – tento problém nabyl katastrofálních rozměrů, a proto kníže Hohenlohe-Schillingsfürst pozval německého šlechtice Bülowa, který byl známý úspěchy v hledání vodních pramenů pomocí proutku. První vrt nebyl úspěšný, a tak musel zakročit MUDr. Bohumil Bouček, který za další vrty přimlouval. 31.7.1905 vytryskl na druhém zámeckém nádvoří první minerální pramen.

[117] Srov. Robek, Antonín, *Lázně Poděbrady 1908-1978: historický nástin*. Vyd. 1. Poděbrady: Polabské muzeum, 1978, s. 21.

v odborném tisku, pomocí odborných posudků vody, které sám sháněl a propagoval, pomocí svých studií a článků v Časopise českých lékařů, kde psal o léčivosti poděbradské vody na příkladech z vlastní praxe. Prostřednictvím lékařů, které správa lázní pravidelně do lázní zvala, a to především proto, aby lékaři tyto lázně svým pacientům doporučovali, ale i prostřednictvím slavných lékařů pražských, univerzitních profesorů, a prostřednictvím zahraničních zasilatelských firem, aby se zabývaly zprostředkováním prodeje minerální vody do ciziny, což obzvlášť považoval dr. Bouček a zdá se že oprávněně za důležité, neboť to byl důležitý a vzácný propagační argument. Proto se o toto rozšiřování staral, ačkoliv z toho neměl žádný veliký prospěch. Tak vede rozsáhlou korespondenci s pracovníkem firmy Bayer a spol. Jeden ze zaměstnanců této firmy mimo jiné píše: "Byv upozorněn svým bratrem, profesorem Jedličkou na novou kyselku v Poděbradech, dovoluji si sobě se na Vás obrátit s prosbou o následující informaci. Jsem již po dobu čtyř let v chemické továrně dr. Bayera a spol. v Budapešti co místoředitel zaměstnán a znám veškeré exportní styky obchodní se všemi díly světa, ježto náš hlavní preparát Purgem, jak Vám bude zajisté známo, po celém světe exportujeme a to s velmi dobrým výsledkem. Sám žil jsem po dobu tří let v Německu, Belgii, Holandsku a znám též zařízení veškerých lázeňských míst Německa, Belgie, Holandska a částečně též Franci, v kterých zemích jsem také ve všech městech čítajících více než deset tisíc obyvatel navštívil, za příčinou propagandy Purgenu veškeré lékaře, celkem na 38.000. Nyní jsem již delší dobu v Budapešti v naší centrále a měl jsem příležitost seznati veškeré podmínky a spojení vývozu do všech končin světa ... Na základě této nabyté praxe, dovoluje sobě se Vás tázati, jestli se neráčíte zabývati se smyšlenkou kyselku Vaši též zaváděti jak tu, tak i v cizozemsku a zda-li máte již vyhlídlou osobu, která by Vám toto obchodní řízení vedla. Já jsem ochoten pro Poděbradskou kyselku se interesovati a doufá, že by se dala lépe zavésti než Richardka, pro kterouž nebyla vyhlédnuta náležitá zastoupení. Prosím, abyste se neobtěžoval mi sděliti, kdo jest majitelem pramene, jak zní

chemická a mikroskopická analýsa a kdo tuto prováděl a jak daleko již se prováděla reklama a v jakém směru. Prosím, abyste můj dnešní dopis považoval úplně privátně jsem ochoten teprve na základě Vašeho ctěného sdělení projednávati se svými šéfy, zdali by nepřevzali vývoz Vaší kyselky hlavně do Ameriky, Afriky a Austrálie. To se sebou rozumí, že bych Vás musel v tom případě, že byste na ono nabídnuté reflektoval, prositi o několik lahví této kyselky k posouzení a chemickému vyšetření.“[118] Mnoho bylo přijato zpráv od zájemců o propagaci poděbradské minerální vody a mnoho z nich jich poděbradské lázně přijaly.

První sezóna roku 1908 skončila úspěchem. Podle oficiálních zpráv bylo během první sezóny v Poděbradech celkem 126 hostů, 660 passantů[119] a koupelí bylo vydáno na 3.993. Na základě techno výsledků bylo přistavěno dalších 14 kabin a sezóna roku 1909 měla již 596 hostů, dojíždějících 1475 a koupelí bylo 15.321.[120]

Od následujícího roku 1909 žilo město velmi živým ruchem. Jak se předpokládalo, lázně se pomalu dostávaly do podvědomí obyvatelstva, a tak bylo zapotřebí investovat, zařídit je podle vzoru velkých lázní. Z bohaté korespondence ohledně propagace a vývozu poděbradské minerální vody je zajímavý dopis ze dne 5.ledna 1909, kde MgPh J. Jedlička nabízí zajímavé návrhy a je možné, že z nich vznikla propaganda o zájmu zahraničních firem, týkající se poděbradských lázní. “Děkuji Vám srdečně za laskavý dopis a analysy Poděbradské vody. Projednával jsem záležitost se svým chefem atento by za vhodných podmínek byl ochoten se o kyselku Vaši zajímati, an z analyzy a Vašich sdělení se tu jedná skutečně o cennou vodu léčební. Jelikož

[118] Cit. Robek, Antonín, *Lázně Poděbrady 1908-1978: historický nástin*. Vyd. 1. Poděbrady: Polabské muzeum, 1978, s. 39 - 40.

[119] Passant je výraz pro lázeňského hosta, který lázně navštěvuje denně ze svého bydliště. V lázních tedy nevyužívá ubytovací služby.

[120] Srov. Robek, Antonín, *Lázně Poděbrady 1908-1978: historický nástin*. Vyd. 1. Poděbrady: Polabské muzeum, 1978, s. 31.

ale nemáme ani tušení, co Váš knížepán zamýšlí, prosím Vás ještě jednou, abyste sobě ještě neobtěžoval mi sděliti, jestli se jedná v případě pronajmutí pramene pouze o vývoz vody v lahvích, nebo o veškeré zužitkování pramenů. V prvním případě by byla moje firma ochotna převzíti plnění vody do lahví a obstarati celou potřebnou reklamu, arciť v tom případě smlouva s Vaším panstvem byla na delší dobu a že by se z naší strany zaplatil jistý poplatek za každou lahev. My bychom arciť na základě našich spojení a s mnoha vynikajícími klinikami tu i cizozemskými si též zaopatřili potřebné atesty a klinická dobrozdání, takže by bylo velice snadné vodu Poděbradskou v brzku po celém světě rozšířiti. Druhý způsob možnosti nájmu by byl, že bychom pronajali prameny a jejich využitkování vůbec, jak na místě ke koupelím, tak vývoz v lahvích. V tomto případě by se stanovil obnos nájemného a my bychom převzali celé vedení lázní ve vlastní režii. To se ale samo sebou rozumí, že by kníže pán se musel v tomto případě zavázati nechat zříditi veškeré lázeňské budovy a to v moderním slohu a vyhovující všem požadavkům, které v nynější době se na lázeňské místo kladou. Jak jsme se z Vašich viděli, máte již nějaké budovy lázeňské a prosím o laskavé sdělení čí tyto jsou. Pak bych prosil o stručný simulační plánek, jak prameny jsou rozdělené, jak daleko od města, v jaké poloze, jak hluboko je který pramen vrtaný, jaká je temperatura přírodní dotyčných pramenů a jestli jsou už prameny zachyceny v cementovaných výlevech. Dále jestli jsou poblíže pramenů nějaké vhodné sady, které by se daly co kurpark zříditi a jaké jsou poměry hotelů v Poděbradech."[121]

Korespondence ohledně možností propagace a zájmu o poděbradskou pramenitou minerální vodu je velmi rozsáhlá, došlo i k rozesílání ony minerálky, projekty se ale povětšinou nikdy nerealizovaly. Co bylo velkým přínosem pro poděbradské lázně byl fakt, že se o nich psalo, vytvářelo se

[121] Srov. Foukner, Pavel, *Úvaha o sezóně 1941 v Poděbradech s několik slov o jejich průběhu*. Lázně Poděbrady, 1942, č.1, s. 1 – 2.

povědomí, jak zahraniční slavné firmy mají zájem o Poděbrady, jak chtějí převzít lázně pod velkým kapitálem do svých rukou apod. Tímto případem argumentoval kníže Hohenlohe, když prohlašoval, že má nabídky od mnohých zahraničních firem. Jak ovšem z nabídek vyplývá, nejsou za prvé úplně jisté a za druhé určitě nebyly pro knížete, který potřeboval hotové peníze, ani příliš výhodné.[122]

Za počátek rozkvětu lázní se považuje rok 1910, kdy obec koupila tyto první uhličité lázně, rozšířila je a hojně propagovala rozesílání zdejší minerálky. Z tohoto roku je dochovaný jeden z nejstarších propagačních materiálů Polabského muzea, a to plakát propagující Poděbradské železité lázně z roku 1910.[123]

Ve sklepích starého hradu byla v roce 1908 naplněna první láhev Poděbradky. Naplněno bylo 6-8 lahví za minutu. 30 let poté, v roce 1938, se dočítáme z dochovaných materiálů informace o plnění lahví automatem, nyní to bylo již 2000 naplněných lahví za hodinu.[124] Poděbradská lázeňská akciová společnost na vývozu Poděbradky začala hojně pracovat. Již v roce 1912 byla postavena budova pro vývoz minerální vody a zřízena plnírna „Poděbradky". Od té doby se používání Poděbradky jako ryze přírodní minerální vody vzácných léčivých vlastností rozšířilo do všech domácností a podporovalo tak zdraví jejich uživatelů.[125]

Dr. Bouček připravil k zajištění propagace poděbradských lázní také návštěvu anglických novinářů. Samozřejmě, že největší ohlas měla tato návštěva u české klientely, neboť u maloměstských zákazníků, vše co mělo zahraniční, zejména anglické doporučení, bylo samozřejmě lepší jakosti. K této

[122] Srov. Robek, Antonín, *Lázně Poděbrady 1908-1978: historický nástin*. Vyd. 1. Poděbrady: Polabské muzeum, 1978, s. 39-43.
[123] Příloha č.5.
[124] Srov. Lázně Poděbrady, 30 let pro zdravější srdce. 30 let lázní Poděbrad, 1908-1938, 1938.
[125] Srov. Šťastný, Dr. O. L. a kol., *Nový průvodce městem Lázně Poděbrady a okolí*, Poděbrady: Svatopluk Zlámaný, 1934, s. 19.

události se zachovaly četné fotografie, zápisy do kroniky lázní a také dopis firmě Inwald, která nabízela při této příležitosti zhotovení pohárků s příslušnými nápisy pro hosty z Anglie.

Josef Inwald v zastoupení správcem továrny píše dr. Boučkovi: "Vztahuje se na Vás ctěný dotaz, pokládám si za čest, nabídnout Vám poháry pint pro anglické hosti dle přiloženého vzorku, avšak zapalovanými okraji, dále pak na dvou stranách leptané dle udání, za jeden kus 35 hal, příspěvek za 4 rytiny v ocelové plotně počítal bych nejlevněji 24 k. Dovoluji si stran leptání dessinu odporučiti, abychom snad umístili erb a krále na koni na jedné straně poháru – zámek pak s lázeňskou budovu, kterou bychom vedle zámku ještě ciselovali s nápisem Poděbradská kyselka na protější straně poháru, tím by zůstala původní velikost předlohy (vykresu) nezměněna a daly by se pak rytiny ještě i pro menší předměty urobiti, kdež o zmenšenými gravurami bychom ztratili celý zjev. Také by se gravura dala provésti takto: na jedné straně král na koni a zámek, na druhé straně knížecí erb a lázeňská budova s nápisem Poděbradská kyselka."[126]

Pro propagaci lázní se vydávaly desítky náborových letáků, průvodců pro hosty Poděbrad, plakátů a mnohých brožůr. Pro propagaci Poděbrad si vedení lázní zajistilo i značné množství významných českých spisovatelů, aby se pochvalně vyjádřili o lázních. Vzácným příkladem je Ignát Hermann, častý návštěvník Poděbrad, který napsal do Národních listů fejeton "Prut zlatý a železný". Přičemž prutem zlatým je mu zlatý pruh země české, kde popisuje poděbradskou přírodní scenérii. Prut železný mu připomíná tajemnou virguli von Bülowa.[127]

[126] Srov. Grau, Andreas, Československý Nauheim, Staré město českého krále Jiřih, Lázně Poděbrady 1931, č.5. In. Robek, Antonín, *Lázně Poděbrady 1908-1978: historický nástin*. Vyd. 1. Poděbrady: Polabské muzeum, 1978.

[127] Srov. Havlíček, J., Léčebný dům v Poděbradech, Praha, 1940, vlastním nákladem. In. Robek Antonín, *Lázně Poděbrady 1908-1978: historický nástin*. Vyd. 1. Poděbrady: Polabské muzeum, 1978.

Vlasta Pittnerová, svého času oblíbená spisovatelka zejména pro ženy a děti, napsala ve svém fejetonu "Idyla lázní Poděbrad" zimní léčení v Poděbradech a to léčení od pondělí do neděle.[128]

V článku "Lázně Poděbrady – český Neuhem", příznačném pro propagaci Poděbrad, se mimo jiné psalo: "Bohužel u nás v Čechách se stále ještě více vlastenecky mluví, než vlastenecky jedná. Stále ještě nedovedli jsme si uvědomiti, že sice máme co nejčastěji zajížděti za hranice, avšak nemáme zapomínat při tom, že jest třeba nepodceňovati sebe sama. Jest ještě velmi mnoho těch, kteří se domnívají, že bychom nemohli svůj peníz výhodněji utratiti, než zavezou jej do ciziny, ačkoliv se k nim tato ne vždy nejochotněji chová."[129]

V lázních začal vycházet místní lázeňský časopis nesoucí název "Lázně Poděbrady". V časopise bylo otiskováno vedle seznamu hostí[130] i zprávy z kolonády či zprávy o různých atrakcích. Například v ročníku I. v čísle 6 otiskly noviny i reportáž z prvního letu aviatika Kašpara. V článku, který zajisté silně vzrušil hosty, se mimo jiné píše: " V neděli dne 3.T.M. uspořádán veřejný vzlet Kašparův v Hradci Králové. Hlavní zásluha za tento skvostný požitek obecenstvu poskytnutý, náleží panu Urbanovi mladému, oblíbenému a snaživému majiteli Grandhotelu v Hradci Králové."[131]

Dále líčí článek obecenstvo, kterého se sešlo více jak dvacet tisíc. Líčí pořadatele, pak pokračuje: "Mimo to nalézal se zde ředitel letu, okr. komisař dr. Fiedler, jeho takt a ochota všeobecně byly pochvalovány. Jemu k disposici byly

---

[128] Srov. Kvíz, Josef, Zestátnění Poděbradských lázní, Naše noviny, 1946 (2), č.7. In. Robek Antonín, *Lázně Poděbrady 1908-1978: historický nástin*. Vyd. 1. Poděbrady: Polabské muzeum, 1978.

[129] Srov. Hráský, Jan Vladimír, Za budoucnost Lázní Poděbrad, Poděbradské noviny, 1924, roč. XII, číslo 20.

[130] V těchto dobách do první světové války to byly s převahou vdovy po c.k. úřednících, české střední buržoazie, střední úřednictvo, učitelstvo středních škol, apod.

[131] Srov. Hráský, Jan Vladimír, Poděbradský zámek, Celoroční léčba v lázeňském pensionátě. Zvláštní otisk ze Zlaté Prahy, roč. XXXVIII, č. 47. In. Robek, Antonín, *Lázně Poděbrady 1908-1978: historický nástin*. Vyd. 1. Poděbrady: Polabské muzeum, 1978.

dány dva erární automobily s četnickou aisistencí, které k udržování pořádku objížděly vždy před vzletem místo k vzletu vyhrazené. Též vojsko ochotou brigádníka Czibulky bylo dáno k dispozici pořadatelům k udržení pořádku. Ingenieur Kašpar, mladý člověk, útlé prostřední postavy, výrazných, šedomodrých očí, v černém dressu upravoval cosi na motoru. Sledoval jsem s napětím práci aviatikovu. Konečně dodělána. Motor spuštěn na zkoušku. Ohlušující hřmot vás zaráží. Zastaveno. Aviatik ještě cosi prohlíží. Na to vsedá v letadlo. Motor uveden v pohyb … Nadšení přátel, obecenstva je ohromné. Zástupy nedovedou vice státi za hranicemi pro ně ustanovenými, trhají mezery a ženou se zvědavě k motoru aviatikovi."[132]

V Poděbradech se tedy objevovaly reklamy nejenom na lázně a jejich uhličitou vodu, ale i na sluneční lázně u Labe, na železité lázně, objevovaly se reklamy divadel, tanečních zábav i atrakcí. Objevovaly se v lázních i různé pavilóny a zábavní místa, která měly připomínat v malém českém vydání světová místa v lázních. Pořádaly se různé soutěže, viz. Výše zmíněný článek o letu aviatika Kašpara. Jednotlivé firmy z Poděbrad, ale i firmy působící v Čechách propagující zde své výrobky. V Poděbradech byl jednoduše značný všeobecný vzrůst, nadšení, možnost dalšího rozvoje, všude se stavěly nové domy, hotely, penziony, protože Poděbrady byly výhodnou investicí i pro malý kapitál, který se rychle vrací.

[132] Srov. Javůrek, Jan a kol.: Poděbradský lázeňský sborník, Poděbrady, 1968 nákladem čs. st. lázní v Poděbradech. In. Robek, Antonín, *Lázně Poděbrady 1908-1978: historický nástin*. Vyd. 1. Poděbrady: Polabské muzeum, 1978.

6.1.1 Poděbradské lázně za první světové války

Rychlému vzrůstu, zejména stavebnímu, však udělala konec první světová válka, i když nutno říci, že popularita lázní ve válce pro Čechy neobyčejně stoupla, protože právě poděbradské lázně se i objektivně staly i pro např. Pražany dostupnější než Karlovy Vary, Teplice či Mariánské lázně.

Válka sice tehdy zastavila stavební rozvoj poděbradských lázní, ale zesílila naopak trend k čechizaci poděbradských lázní, které se právě válkou dostaly do popředí pozornosti české veřejnosti a stávaly se tak významným lázeňským střediskem. Přispěla k tomu i skutečnost, decentně naznačená např. v článku dr. Vondrovice: "zde šťastnou shodou činitelů městských a lázeňských podařilo se aprovissaci povznésti na úroveň ostatních měst nelázeňských a tak žily lázně obnoveným životem zejména od roku 1917 a 1918 dosti rušně."[133]

Jednotliví podnikatelé tedy pod rukou u překupníků získávali potraviny, které pak za peníze několikanásobně vyšší poskytovali v lázních válečným zbohatlíkům. Ostatně se to jeví i na změně hostů, objevují se tu velkostatkáři, česká průmyslová buržoazie, čím dál tím více městských hostů.[134]

[133] Srov. Kudrnáč, Václav, Almanach lázní Poděbrdských, Turnov, 1910, vlastním nákladem. In. Robek Antonín*, Lázně Poděbrady 1908-1978: historický nástin*. Vyd. 1. Poděbrady: Polabské muzeum, 1978.
[134] Srov. Robek, Antonín*, Lázně Poděbrady 1908-1978: historický nástin*. Vyd. 1. Poděbrady: Polabské muzeum, 1978, s. 39 - 43.

6.1.2 Poděbradské lázně ze první republiky

Po ustavení lázeňské akciové společnosti, k čemuž došlo bezprostředně po ukončení první světové války, byl od soukromníků zakoupen v roce 1920 starobylý zámek. Společnost zde nově zřídila hospice, restauraci, kavárnu a vinárnu „Sala Terrena“. Téhož roku koupila i „Oboru“, nádherný přírodní park a veliký komplex luk na levém břehu Labe.

V roce 1925 byl v Lázeňském zpravodaji vydán odborný článek o rozboru poděbradské minerální vody: „Voda těchto lázní jest na železo nejbohatší ze všech železitých pramenů v Polabí a s úspěchem se jí užívá při chudokrevnosti, bledničce a reumatismu.“[135]

„Poděbrady uzdraví Vaše srdce“ byl nadpis nad zajímavou expozicí poděbradských lázní na výstavě roku 1928 v Kutné Hoře. Poděbrady zde ukazovaly na plastické mapě svůj až americký vzrůst, ale i že mají lesy a krásné louky, které jim nahrazují hory. Diagramy znázorňují veliký rozmach jak lázní, tak vývozu populární „Poděbradky“. Poděbrady, specializující se na léčení chorob srdce a cév, cukrovky, poruch žaludečních, rheumatismu a dny.[136]

Lázně se tedy hned od počátku republiky počaly velmi prudce rozvíjet. Naakumulovaný kapitál, získaný během války, se vkládal do investic, do nových staveb a do nového zařízení. Zdravotnictví se stalo jedním z rentabilních odvětví, proto se také do něj velmi investovalo, neboť investice do zdravotnického podnikání a do lázeňství byly vždy velmi efektivní. Lázně neutrpěly příliš ani krizí. Vždy tu bylo dosti těch z tzv. středních vrstev, kteří si nemohli např. dopřát drahé světové lázně jako např. Karlovy Vary, ale Poděbrady jim zcela vyhovovaly.[137]

[135] Srov. Lázně Poděbrady, Lázeňský zpravodaj, 1925, roč. II, číslo 1.
[136] Srov. Lázeňský Svět. Ilustrovaný týdenník. Ročník II. V Praze 1. Července 1928. Číslo 4. S. 71.
[137] Srov. Lázně Poděbrady, Lázeňský zpravodaj, 1950, roč. XXV, číslo 1.

Podnikatelé, mezi nimiž byli i lékaři, toužili z Poděbrad udělat světové lázně se vším všudy. Je faktem, že na to šli chytře, především přes propagaci lékařské péče. Propagovali vědecké odborné vyšetřování středních a cévních onemocnění ve specializovaných ústavech. To bylo zázemí, se kterým předběhli prakticky všechny lázně v Československu.

Lázně lákaly neustále mnoho návštěvníků, což samozřejmě napomáhalo podnikatelům, kteří si přáli, aby jich přišlo co nejvíce. Tak se například pořádaly podle vzoru velkých lázní automobilové ralley, závody motocyklů, rychlostní závody silniční. Pořádaly se lázeňské slavnosti, jako byla například soutěž o nejkrásnější úsměv, financovaná firmou Thymolin, pravidelné koncerty, divadelní představení, zajížděli sem vynikající pěvci, koncertní umělci, koncertní tělesa. Město se stávalo střediskem herců, spisovatelů, pěvců, filmařů, začalo žít jaksi napodobeným "velkým životem". Snažilo se čím dál více podobovat velkým lázním.[138]

Návštěvníci lázní, pacienti, drobní úředníčkové, majitelé realit, statkáři, ti všichni se mohli v lázních vidět například s Josefem Václavem Sládkem, který pobýval v lázních jako jeden z prvních, s Gabrielou Preissovou, s Ignátem Herrmanem, s F. X. Šaldou a s jeho nerozlučnou přítelkyní Růženou Svobovou. Ve městě bylo možno potkat i jejího manžela, spisovatele F. X. Svobodu, básníka Adolfa Heyduka, cestovatele Kořenského a E. St. Vráze, vynikajícího chetitologa Bedřicha Hrozného, básníka Karla Tomana, Františka Halase, režiséra K. H. Hillara, prof. Alberta Pražáka, prof. MUDr. Pelnáře, Marii Hübnerovou, Rudolfa Deyla st., herce Karla Žlenského, básníka a spisovatele Ivana Olbrachta, Jana Vrbu, Stanislava Kostku Neumanna, Jana Herbena, ruského spisovatele Němiroviče Dačenka a populárního herce a kabaretiéra Vlastu Buriána se svým ansámblem herců jako například J. Marvanem, J.

[138] Srov. Robek, Antonín, *Lázně Poděbrady 1908-1978: historický nástin*. Vyd. 1. Poděbrady: Polabské muzeum, 1978, s. 49.

Štěpničkovou a dalšími. Ti zde natáčeli např. Hrdinného kapitána Korkorána. Za plné pozornosti všech lázeňských hostů zde Vlasta Burián pózoval, natáčel, komandoval, účastnil se závodů se svými koňmi. A nejednou v Poděbradech i vyhrál, jak dosvědčuje ve svých pamětech J. Marvan.[139]

Lázně žily samozřejmě řadou malých románků, malých skandálů, které vyplňovaly lázeňský život neméně než lázeňské promenádní koncerty. Na promenádách byli často vidět cizinci jako ruští herci Mchatau. Rovněž pestrá společnost emigrantů, hlavně ukrajinských, kteří dokonce vytvořili v Poděbradech jakousi vysokou školu.

Vedle kulturních i sportovních podniků se tu objevovaly i další atrakce. Konaly se zde letecké dny, na kterých vystupovali mistři republiky v letecké akrobacii. Konaly se tu i slavnosti a soutěže, četné lampiónové průvody, regaty na Labi s ohňostroji apod. Lázně tedy žily. Snažily se dohnat veliký svět, snažily se ho vytvořit, narežírovat a výsledek se v mnoha případech přibližoval spíše než velkému divadlu blýskavým lunaparkům. Maloměšťáčtí hosté v malém prostředí a jim vyhovující zábava nesporně tvořily jakousi duši lázní, která se snažila vyrovnat velkým světovým lázním.[140]

Skutečná odbornost, hodnota lázní, spočívala v tom, že přes všechnu snahu po zábavě, ostatně danou i hladem po válce, přes snahu zejména těch, kteří na válce nejvíce získali, rozhodovala odborná úroveň lázní, schopnost lékařů a výsledky léčby. V tom poděbradské lázně předstihovaly všemožné lázně světové. V tom také vznikala tradice, na kterou pak bylo možno v budoucnosti navázat.

Celoroční provoz lázní znevýhodňoval zimní období. Záhy se však stalo příležitostí pro různé sjezdy a schůze, zčásti i mezinárodního charakteru.

---

[139] Srov. Robek, Antonín, *Lázně Poděbrady 1908-1978: historický nástin*. Vyd. 1. Poděbrady: Polabské muzeum, 1978, s. 49 - 50.

[140] Srov. Robek, Antonín, *Lázně Poděbrady 1908-1978: historický nástin*. Vyd. 1. Poděbrady: Polabské muzeum, 1978, s. 50.

V lázních Poděbradech se konaly sjezdy církevních hodnostářů zejména evangelických církví, rotariánů, sjezdy slovanských lékárníků apod. Poděbradské lázně se staly nejednou centrem zájezdů lékařských, vojenských, diplomatických a jiných. Nelze se ani divit, vždyť jde o příhodné místo ležící nedaleko Prahy s vybudovanými službami a s příjemným prostředím.[141]

Akciová společnost se o lázně stará velice pilně, roku 1933 spojila bývalé budovy lázní krásnou vstupní síní a koupí vilových budov na nymburském předměstí zajistila si moderní a neobyčejně účelně zřízený a vedený nový vodoléčebný ústav. Jméno lázní Poděbrad započalo na získání věhlasu nejen v hranicích obnoveného českého státu, ale i daleko za hranicemi. Ryze češstvím dýšící lázně poděbradské mají tisícům návštěvníků vracet ztracené zdraví a chuť k životu, čímž zachraňují ty nejcennější hodnoty lidstva.[142]

Od této doby započaly poděbradské lázně na propagaci pracovat čím dál intenzivněji. V roce 1936 vydalo ředitelství lázní Poděbrad malou knížečku obrázků ze sezóny roku 1936 s přehledem o nejvzácnějších hostech, kteří lázně navštívili a nejvýznamnějších událostech, které se v tomto roce odehrály.[143]

To je nám dokladem o snaze poskytnout svým hostům ze strany poděbradských lázní nejenom prvotřídní léčebnou péči, ale vzpomínky na společenské zábavy a radostné chvíle ze slavnostních událostí odehraných v Poděbradech po celý rok.[144]

Motto, kterým se v tomto období ředitelství lázní řídilo, znělo: „Lázně Poděbrady přejí Vám vždy mnoho zdraví a radosti.“ Ředitel lázní tuto větu doprovázel slovy: „V lázních Poděbradech vidíme mnoho bolu a mnoho radosti. Ti, kteří vstupují do našeho zahradního města, mívají smutná srdce a v očích

[141] Srov. Robek, Antonín*, Lázně Poděbrady 1908-1978: historický nástin*. Vyd. 1. Poděbrady: Polabské muzeum, 1978, s. 45 - 51.
[142] Srov. Šťastný, Dr. O. L. a kol., *Nový průvodce městem Lázně Poděbrady a okolí*, Poděbrady: Svatopluk Zlámaný, 1934, s. 19.
[143] Propagační materiál. Příloha č. 1.
[144] Propagační materiál. Příloha č. 2.

naději. Tím větší je proto jejich radost z nově nalezeného zdraví. Známe jeho úžasnou cenu. Jeho veselý příchod, jeho radostný vděk, tolikrát s úsměvem tlumočený. – Proto je naše přání, abyste byli vždy zdrávi, upřímné, přejeme Vám to nejcennější, co člověk má.“[145]

V lázeňském zpravodaji [146] vycházely různé propagační materiály o velebení poděbradských lázní. Dokladem a velikým přínosem pro propagaci jsou odkazy v rubrice, jak o lázních píší lázeňští hosté. „Co nám píší lázeňští hosté: 6II. 1948 Ant. Hlaváčková, Pardubice: Srdečné díky za každoroční přání k mým narozeninám – letos již 87. Do lázní Poděbrad jezdím od roku 1929 každým rokem a své zdraví i dlouhý věk přičítám jen poděbradským koupelím.“[147] Tato forma propagace, doporučení lázní spokojenými klienty, patří i dnes mezi nejvlivnější a nejúčinnější.

Poděbrady se staly místem zájezdů státních návštěv, místem, kde se sjíždí kulturní pracovníci, spisovatelé, hudebníci, herci, zpěváci. Kde je zkrátka velmi živo. Tak jako ve velkých lázních. Skoro jako ve velkých lázních.

[145] Propagační materiál. Příloha č. 1.
[146] Srov. Lázně Poděbrady, Lázeňský zpravodaj, 1936, roč. XIII, číslo 8.
[147] Propagační materiál. Příloha č. 3.

6.1.3 Poděbradské lázně za fašistické okupace

Bezprostředně po příchodu Němců a za následující fašistické okupace, převzali nacističtí pohlaváři správu lázní a do vedení lázní byl dosazen německý správce a německý ředitel. Někteří bývali funkcionáři lázní byli uvězněni a okupanti okamžitě zavedli úřední řeč, kterou se stala němčina. Dokonce i lázeňský zpravodaj se vydával dvoujazyčně, než z úsporných důvodů zcela zanikl.[148]

Již v roce 1941 byly Nové vyšetřovací a léčebné ústavy využívány pro účely ubytování dětí z Říše a tedy i pro účely Hitlerjugend. Lázenští hosté byli ubytováváni převážně v soukromí, přičemž návštěvnost lázní průměrně poklesla a značně stoupl počet německého obyvatelstva a německých hostů. Je podstatné, že v počtech nejsou zaznamenány německé děti a ani vojáci. Tak v roce 1942 navštívilo lázně 6.842 hostů, z toho 900 Němců, v roce 1943 8.169 hostů, z toho 1.300 Němců. 1944 celkem 10.000 hostů, z toho 1.700 Němců.[149]

Vzhledem k 5.000 návštěvníků například v roce 1936 se zdá, jakoby jich zde bylo více, je to ovšem dáno zkrácením pobytu v lázních, sčítáním hostů a ambulantními návštěvníky a také tím, že další lázně, kde bylo v předválečných dobách velmi mnoho českých hostů pro české obyvatele zcela nepřístupny (Karlovy Vary, Františkovy lázně, Mariánské lázně, Teplice, Jáchymov a jiné).[150]

[148] Srov. Mentl, Stanislav, Osada rdečně chorých dětí v Poděbradech, Lázně Poděbrady, 1940. Č.17, str. 1 – 2. In. Robek, Antonín, *Lázně Poděbrady 1908-1978: historický nástin*. Vyd. 1. Poděbrady: Polabské muzeum, 1978.
[149] Srov. Lázně Poděbrady, Lázeňský zpravodaj, 1950, roč. XXV, číslo 1.
[150] Srov. Lázně Poděbrady, Lázeňský zpravodaj, 1936, roč. XIII, číslo 8.

6.1.3 Poděbradské lázně po druhé světové válce

Osvobození republiky otevřelo novou etapu v rozvoji lázní a lázeňského života v Poděbradech. Akciová společnost lázní Poděbrady byla dána pod národní správu, ale řada drobnějších podniků zůstala v soukromých rukou. Samozřejmě i v Poděbradech probíhal boj socialistických stoupenců se stoupenci soukromého vlastnictví takzvaného starého typu. Z této doby zachoval se například opis dopisu zaměstnanců lázní Poděbrad, který požadoval znárodnění lázní. V dopise se píše mimo jiné: „Ministerstvu zdravotnictví v Praze III., Sněmovní ulice 3. Zaměstnanci uhličitých lázní a zřídel, akc. Spol. pod národní správou v Poděbradech přednesli již v červnu roku 1945 slušnou, ale oprávněnou žádost o znárodnění poděbradských lázní, které dle rozhodnutí vlády a výboru ministerstva zdravotnictví jsou posuzovány jako lázně celostátního významu. Že tento požadavek zaměstnanců lázeňského podniku byl oprávněn a zdůvodněn, potvrzuje odhlasovaná resoluce Místního národního výboru v Poděbradech z roku 1945, dle které zástupci poděbradského občanstva doporučují znárodnění lázeňského podniku. Rovněž oprávnění činitelé sektoru zdravotní péče při ministerstvu zdravotnictví v Praze svými prohlášeními potvrdili státní formu poděbradských lázní pro budoucno a v zájmu nejúčinnější léčebné péče pro nejširší vrstvy obyvatelstva republiky za nejvýhodnější. Přes oprávněnost požadavků zaměstnanců a přes ujišťování příslušných činitelů ministerstva zdravotnictví jest otázka budoucího hospodářského uspořádání poděbradských lázní nevyjasněna a jak se zpráv tisk, tak z počínání některých činitelů jest zřejmo, jeví se snaha znemožniti znárodnění našich lázní. Jimi předkládané důvody, kterými se snaží znárodnění lázní znemožniti, nebude v této resoluci vyvraceti, ale doporučujeme nestranné posouzení hospodaření a celkového hospodářského stavu našeho podniku, neb nemáme zájmu státu doporučovati podnik, který po stránce hospodářské byl pro stát přítěží. Dobrý hospodářský stav našich lázní potvrzuje zvláště snaha korporací a jedinců

o neuskutečnění znárodnění. O možnosti znárodnění svědčí před časem rozhlasem vysílaná přednáška dr. Zdeňka Popela o připravovaném návrhu zákona o unárodnění československých lázní, která byla také v denním tisku publikována. V připravovaném návrhu uvádí, že vláda má možnost k účelům veřejného zdravotnictví neb z jiného veřejného zájmu provésti vyvlastnění i veřejného majetku, který nebyl konfiskován jako majetek nepřátelský. Vyvlastněný majetek připadne do vlastnictví podniku „Státní lázně“, který jej bude spravovati ve své režii, neb jej pronajme některému nositeli připravovaného národního pojištění. Spolupodepsaní zaměstnanci lázní jsou přesvědčeni, že lázně Poděbrady jsou přímo určeny sloužiti účelům veřejného zdravotnictví a uplatňují stanovisko, že takový lázeňský podnik nesmí se vrátiti do vlastnictví jednotlivců, ale má sloužiti všemu našemu lidu, jak je uvedeno v programu jednotlivcům ale má sloužiti všemu lidu, jak je uvedeno v programu košické vlády a ve vydaných dekretech presidenta republiky. Není-li státu možno ujmouti se tohoto pro zdraví lidu daného přírodního bohatství, jest zde připravované národní pojištění, jehož přirozenou složkou zůstane lázeňská léčba a tak lázně dostanou se do rukou nejpovolanějších s možností vybudování lázní jak po stránce léčebné tak i representační. Případným provedením řádného vyvlastňovacího řízení poděbradských lázní nebyl by žádný dosavadní vlastník poškozen, protože navrácení investovaného kapitálu není problém, který by bránil znárodnění lázní, vezme-li se v úvahu již tato okolnost, že na zhodnocení investovaného kapitálu mají hlavní zásluhu zaměstnanci, kteří všechny své síly a schopnosti, v mnoha případech i celoživotní, věnovali ve prospěch rozkvětu podniku za podmínek někdy i člověka nedůstojných. Z důvodů v předu uvedených žádají zaměstnanci lázní Poděbrad zákonodárné shromáždění a vládu čsl. republiky o urychlené znárodnění našich lázní, poněvadž jen státní forma podniku může býti zárukou budování a rozvoje, kterého si naše lázně konečně již zasluhují. Tak jedině budou předány svému pravému účelu a poslání, kterému mají jako lázně sloužiti a to hlavně zdraví veškerého občanstva čsl.

Republiky a tím i státu. Oprávněnost tohoto požadavku jest doložena podpisy všech zaměstnanců podniku. Očekáváme, že této naší slušné žádosti bude v mezích zákona vyhověno a znamenáme v dokonalé úctě. Závodní rada Uhličitých lázní a zřídel a.s. v Poděbradech."[151]

Boj o socialistický charakter lázní probíhal velmi urputně a byl zakončen až slavnými únorovými dny v roce 1948, kdy bylo rozhodnuto, že se lázeňské podniky zestátní. Několik bývalých funkcionářů bylo v lázní zbaveno své funkce, byla jmenována nová národní správa a lázně byly zestátněny. Znárodněna byla i soukromá sanatoria a pensiony. Dodnes jsou v lázeňském archivu zachovány přebírací protokoly těchto podniků. Od převzetí tedy byla hlavním provozovatelem lázní Poděbrady státní zdravotní správa, která měla k dispozici většinu lůžek a veškerá balneologicko - therapeutická zařízení. Druhá část, která patřila Ústřednímu národnímu pojištění, byla převzata Revolučním odborovým hnutím. K úplnému sjednocení celého lázeňství došlo v roce 1957.[152]

Demokratický charakter lázní – tedy o jeho humanistické poslání, a to že lázně mají patřit nemocným a ne těch, kteří si je mohou finančně dovolit, byl naplněn. Výše zmíněná zkušenost z roku 1945, touha zaměstnanců podniku nedovolit, aby zdraví, jak tomu bylo před uzavřením mnichovské smlouvy, bylo jenom jakýmsi obchodním artiklem a prostředkem k zisku, zvítězila. Od znárodnění Poděbradských lázní došlo ke změně struktury hostů, které je navštěvovali. Nyní poděbradské lázně navštěvovali konečně nemocní, kteří léčbu skutečně potřebovali. Mezi nemocnými byla vesnická chudina a dělníci, kteří by si v minulosti lázně dovolit nemohli.[153]

---

[151] Srov. Prášek, J.V., Lázně Poděbrady, Lidové listy z 2.8.1923. In. Robek Antonín, *Lázně Poděbrady 1908-1978: historický nástin*. Vyd. 1. Poděbrady: Polabské muzeum, 1978.

[152] Srov. Robek, Antonín, *Lázně Poděbrady 1908-1978: historický nástin*. Vyd. 1. Poděbrady: Polabské muzeum, 1978, s. 61 - 65.

[153] Srov. Lázně Poděbrady, Lázeňský zpravodaj, 1950, roč. XXV, číslo 1.

Prohlubování odbornosti lázeňství bylo dalším výrazným a charakteristickým rysem tohoto poválečného období. Lázně byly zbaveny komerčního a obchodního charakteru. Dbalo se nyní na skutečnou specializaci lázní. V prvních letech se v Poděbradech léčilo snad vše od kožních onemocnění, přes ženská onemocnění, onemocnění ledvin i jater apod. Nyní jsou hlavními nemocemi, které se v lázních léčí, nemoci srdce a cévních onemocnění.

V roce 1950 byl v lázních vybudován Dětský a léčebný ústav pro dětské kardiaky a reumatiky ve věku od 3 do 14 let, který byl doplněn školou pro děti v tomto věku. Po schválení nového léčebného ústavu v roce 1955 byl v roce 1956 schválen nový „lázeňský statut" pro sedm největších lázní, z nichž Poděbrady byly do tohoto perspektivního plánu zařazeny. Byly zde pojednávány seriózní plány o rozvoji léčebných lázní, léčebných středisek pro nemoci srdce a cév a to nikoliv tak, jak tomu bylo při vzniku nebo za takzvané předmnichovské republiky, kde záleželo hlavně na tom, aby se vydělalo a kdy reklama pracovala na sto procent, ať byla pravdivá či ne.

Důraz na léčebný charakter lázní mění i život lázní a změny života lázní. Spolu s tím se mění charakter pacientů, kteří lázně navštěvují. Dochází k jeho sociální změně, které jsou doprovázeny požadavky na kulturu, která se stává stále daleko náročnější a odpovědnější. Zábava je nyní nikoli hospodami, hernami a dalšími zábavními podniky, ale řízená a plánovaná kulturní práce, řízený sport a rekreace.[154]

Poděbrady byly za dob socializace specializovány na léčení chorob srdce, zejména na arteriosklerozy věnčitých tepen srdečních, stavů po infarktu nebo angině pectoris. Vedle tradičního lázeňského léčení se zde pacienti léčí zejména pohybem v pěkném prostředí parků lázeňského města. Druhým onemocněním,

[154] Srov. Robek, Antonín, *Lázně Poděbrady 1908-1978: historický nástin*. Vyd. 1. Poděbrady: Polabské muzeum, 1978, s. 65 - 66.

na které byly lázně specializovány, byla hypertonická choroba a celá řada nemocí a diagnóz, spojených s tímto onemocněním. Léčení dosahovalo velmi dobrých výsledků a díky tomu začaly být velice známé nejenom v Čechách, ale i v zahraničí.[155] Změny ve společnosti, které byly v historii tak důrazné, převracely život města revolučně. Dnes jsou Poděbrady symbolem lázní, které se zaměřují na indikaci léčby kardiovaskulárního systému, tedy pro pacienty postižené chorobami oběhového ústrojů a srdce. „Na srdce jsou Poděbrady!“[156]

[155] Srov. Robek, Antonín, *Lázně Poděbrady 1908-1978: historický nástin*. Vyd. 1. Poděbrady: Polabské muzeum, 1978, s. 61 - 65.
[156] Příloha č. 3.

6.2 Moderní propagace Lázní Poděbrady

Dnes lázně Poděbrady využívají nejvíce možnosti internetové propagace. Na svých oficiálních internetových stránkách http://www.lazne-podebrady.cz/ prezentují nejenom celou společnost lázní, ale hlavně její produkty. Stránky v klientovi evokují lehkost a uvolnění spojené s relaxací v lázních. Stránky nabízejí kromě nativního českého jazyka ještě další tři jazykové mutace – angličtinu, němčinu a ruštinu. V těchto čtyřech jazykových verzích podávají tyto stránky důležité informace o aktuálním dění v lázních, o lázeňských procedurách, pobytech a hotelích, o možnostech trávení volného času a dalších informacích spojených s poděbradskými lázněmi.

K prodeji lázeňských procedur využívá společnost Lázně Poděbrady a.s. nejenom vlastních webových stránek, ale i moderních portálů pro prodej podobných produktů. Na lázeňské pobyty se specializují převážně webové stránky jako například http://www.lazenskepobyty.cz/, http://wwwlazenskehotely.cz/ , http://www.spa.cz/ apod. V neposlední řadě dnes lázně hojně využívají moderní sociální sítě jako je Facebook či Twitter. K propagaci slouží také domácí a zahraniční lázeňské veletrhy, kde jsou lázně Poděbrady prezentovány jako největší poskytovatel lázeňské péče ve středočeském kraji již od roku 1908.

Další z kulturních akcí podporující propagaci lázní Poděbrady je také slavnostní zahájení lázeňské sezóny, kterou pořádá město Poděbrady nejenom pro lázeňské hosty, ale i všechny ostatní. K takovým akcím patří souběžně například Zahájení motocyklové sezóny Harley-Davidson Clubu Praha, finále Národního šampionátu mažoretek, Mezinárodní chodecké závody, Mezinárodní parkurové závody nebo festivaly Barvy léta či Prix Bohemia Radio.

Zahájení motocyklové sezóny Harley-Davidson Clubu Praha se v roce 2018 odehrálo v sobotu dne 31.3. a navštívilo jej na několik tisíc návštěvníků.

Lázeňská kolonáda byla doslova "zastavěna" motorkami a přímo u budovy Letních lázní stálo podium, kde hrály různé rockové kapely. Došlo zde ke slavnostnímu zahájení této akce a hned vedle podia k prodeji lázeňských oplatek s krásnými motivy poděbradských lázní.

Mezi další formy propagace využívané společnostmi prodávajícími nějakou službu, které využívá i společnost Lázně Poděbrady a.s., se řadí také podpora prodeje, která je představována cenovými zvýhodněními pobytů a služeb mimo hlavní sezónu. Lázně Poděbrady a.s. měly hlavní sezónu již od svých počátků od 1. května do 30. září.[157] Nyní se rozmezí o měsíc mění, vedlejší sezóna (označována jako Sezóna B) je od 1. listopadu do 31. března. Toto období je typické snižováním počtu lázeňských hostů (tedy i tržeb), a tak se lázeňská společnost pokles tržeb snaží minimalizovat zvýhodněnou cenou.

Z historického pohledu patřila společnost Lázně Poděbrady a.s. k jedněm z prvních lázeňských společností v České republice, které začaly sestavovat a propagovat balíčky komerčních pobytů (kolem roku 2005). Lázně mimo jiné nabízí i různé dárkové poukazy a různé slevy při objednání přes různé slevové portály. [158]

6.2.1. Mezinárodní festival filmové hudby a multimédií

V roce 2016 svou propagaci navýšily Poděbrady odstartováním pořádání Mezinárodního festivalu filmové hudby a multimédií zvaném "Soundtrack Poděbrady". Festival se odehrává na několika místech v Poděbradech, primární části je lázeňská kolonáda a samozřejmě prostředí poděbradského zámku, na kterém jsou promítány videoprojekce a doprovodný

[157] Propagační materiál. Příloha č. 6.
[158] Pobyty – Lázně Poděbrady, a.s. [online]. 2018 [cit. 2018-4-3]. Dostupné online: https://www.lazne-podebrady.cz/pobyty .

multimediální program festivalu. Festival svou novou koncepcí cílí na návštěvníky všech generací – od dětí, přes teenagery, až po zralé publikum. Návštěvníkům nabízí bohatý bezplatný kulturní a společenský program, který vytváří pravý festivalový zážitek a oživuje celé město.[159]

Soundtrack Poděbrady, mezinárodní festival filmové hudby, je unikátní oslavou filmové hudby všech žánrů a forem a je jediným festivalem tohoto druhu v České republice. Jedinečný je nejen zaměřením na filmovou hudbu, ale také orientací na nové formy, multimédia, nejmodernější technologie proměňující pasivní poslech v interaktivní zážitek.

Propagace jediného filmového festivalu v České republice jistě značně pomáhá propagaci poděbradských lázní ať už jako městu, tak i jako lázním s krásným prostředím a rozsáhlou kolonádou vybízející k dlouhým ozdravným procházkám a možnosti léčby.

Na druhý květnový týden připadá též slavnostní zahájení jubilejní 110. lázeňské sezóny v Poděbradech. Bohatý program má započnout v páteční odpoledne, poslední akce bude ukončena v nedělní podvečer. Na akci vystoupí několik tanečních a pěveckých skupin, dojde k otevření nově zrekonstruovaného Havířského kostelíku a například i k žehnání pramenům u Eliščina pramene za přítomnosti biskupa královéhradeckého Mons. Jana Vokála. Akce je hojně propagována na facebookových stránkách města Poděbrady.[160]

[159] Srov. Soundtrack Poděbrady - oficiální tisková zpráva. [online]. 2017 [cit. 2018-3-3]. Dostupné online: https://www.lazne-podebrady.cz/aktualita/379 .

[160] Srov. Město Poděbrady, [online]. 2018 [cit. 2018-4-3]. Dostupné online: https://www.facebook.com/mestopodebrady/ .

6.3 Logo Lázní Poděbrady, a.s.

Propagace lázní je v prvé řadě ovlivněna značkami či logy lázeňských podniků, která slouží klientům ke snadné zapamatovatelnosti lázeňského místa, odlišení od jiných lázeňských měst, a tím jeho propagaci. Většinou odkazují na historii objevení pramene, založení lázní či na indikační zaměření lázeňského místa. Logo poděbradských lázní bylo dříve vyobrazeným označním sloganu "Na srdce jsou Poděbrady". Obrázek vyobrazoval choroby srdce, oběhu krve a výměny látek v podobě osoby ukazující na mapu Poděbrad jako města, ležícího přímo v srdci Evropy.[161]

Nyní logo představuje možná jestě důležitější roli v propagaci společnosti Lázně Poděbrady, a.s. Moderní logo již na první pohled ukazuje hlavní indikační zaměření této společnosti.[162] Je jednoduché a výstižné a je pro poděbradské lázně významným prvkem. Logo se skládá z fontány, která je ve stejném tvaru jako hlavní fontána umístěná přímo uprostřed parku a ze srdce, ze kterého samotná fontána tryská. Druhá část loga je název lázní. Logo je z modré a červené barvy, je pro klienty tedy velice jednoduše zapamatovatelné.

[161] Příloha č. 3.
[162] Logo společnosti Lázně Poděbrady, a.s. Příloha č. 7.

7. JAK PROPAGACE OVLIVNILA KLIENTELU LÁZNÍ PODĚBRADY

Návštěvnost lázní je samozřejmě možné sledovat z několika hledisek. Práce se zaměřuje na jejich propagaci. Propagace má za úkol sledovat dlouhodobý efekt, který je základem pro úspěšné zvýšení návštěvnosti. Propagační komunikace má vliv na psychické a psychologické procesy, které v klientovi vyvolají potřebu lázeňské město navštívit. V této kapitole se budeme zabývat lázeňskými podniky, kterými Poděbrady disponovaly za první republiky, v poválečném období a nyní. Rovněž klientelou, která lázně Poděbrady navštěvovala dříve a nyní.

7.1 Lázeňské podniky za první republiky

V období první republiky disponovaly lázně celkem třiceti čtyřmi lázeňskými podniky, které mohli hosté navštívit. Z toho tedy sedm hotelů, devatenáct pensionů či apartmánů a osm dalších provozoven. Informace o lázeňských podnicích jsou získané z výčtu jednotlivých lázeňských hostů z Listiny lázeňských hostí z Poděbradského zpravodaje, jejich výpisem a součtem od jednotlivých návštěvníků konkrétních lázeňských podniků, které jsou rozděleny do čtyř kategorií.[163] Za období první republiky tedy poděbradské lázně disponovaly sedmi hotely.

[163] Lázně Poděbrady, Lázeňský zpravodaj, 1924 - 1925, roč. 01-02, číslo 1.

Zde je výčet hotelů:

- hotel Centrál
- Grandhotel
- hotel u krále Jiří (= První vyšetřovací a léčebný ústav = hotel Libenský)
- hotel Národní dům
- hotel Praha
- hotel Roček
- hotel Záložna
- hotel Zámek

Pro lázeňské pobyty mohla lázeňská klientela využívat levnější verzi lázeňského ubytování v pensionech a soukromých apartmánech. Lázeňských pensionů v tomto období bylo devatenáct. Zde je jejich seznam:

- pension Buchar (= Jubilejní dům)
- villa Anděla
- Běla
- Bettyna
- Bohuška
- Božena
- Hana
- Helenka
- Chodská
- Jarmilka
- Katuše
- Milica
- Olga
- Oluše
- Orient
- Otylka
- Šťastný domov
- Vlasta
- Charitas (= Purkyně)

Mezi další ubytovací možnosti patřily prostory s hlavním zaměřením na lázeňský provoz. Zde je jejich výčet:

- Zimní lázně = Zimní lázně
- Nový vyšetřovací a léčebný dům = Mír = hotel Zámeček
- Park hotel Tlapák = Fučík = Bellevue Tlapák
- Knížecí lázně = uhličité lázně = letní lázně
- Jubilejní ozdravovna = Střední odborné učiliště společného stravování
- pension Humanita = Máj
- Pazderna
- Opatrovna = mateřská škola v Proftově ulici

U těchto ubytovacích provozoven vidíme z dochovaných materiálů různé výrazy jejich pojmenování.

7.2 Lázeňské podniky po druhé světové válce

Po druhé světové válce zůstal počet lázeňských podniků téměř stejný, lázně disponovaly třiceti šesti podniky, nepatrně se však pozměnily jejich názvy. Informace o lázeňských podnicích jsou získané z výčtu jednotlivých lázeňských hostů z Listiny lázeňských hostí z Poděbradského zpravodaje, jejich výpisem a součtem od jednotlivých návštěvníků konkrétní lázeňské podniky, které jsou rozděleny do čtyř kategorií.[164] Zde je výčet lázeňských hotelů:

- hotel Avia
- Grandhotel Urazil
- Lázeňský hotel
- Parkhotel Tlapák

[164] Srov. Lázně Poděbrady, Lázeňský zpravodaj, 1950, roč. XXV, číslo 1.

- hotel Praha
- hotel Sport
- Záložna

Lázeňských pensionů bylo po druhé světové válce v Poděbradech dvanáct:

- Bílý kříž
- Dagmar
- Domovina
- Elektra
- Jas
- Jelena
- Lili
- Na Hané
- Radost
- Reichl
- Tatra
- U Čiháčků
- Zvíkov

K dalším ubytovacím možnostem se řadí dům Dalibor a šest vil:

- Danuška
- Helenka
- Chodská
- Oluša
- Vesna
- Vlasta

Lázeňských podniků bylo v této době deset:

- Jubilejní léčebný dům
- Lázeňský dům

- Nový vyšetřovací a léčebný ústav
- Sanatorium dr. Pleskota
- Sanatorium doc. dr. Filipa
- Zimní lázně
- pension Charitas
- Leg. Dům
- Opatrovna
- Pošta

7.3 Současné lázeňské podniky

V poděbradských lázních v současné době působí dvě společnosti, které jsou členy Svazu léčebných lázní České republiky. Jedná se o Lázně Poděbrady, a.s. a Lázně Felicitas s.r.o. Z členství těchto subjektů ve Svazu léčebných lázní České republiky vyplývá, že jsou tzv. akreditovanými léčebnými lázněmi, které jsou napojeny na veřejný zdravotní systém a musí tedy splňovat přísná kritéria pro léčbu, stravování i ubytování. Tyto subjekty jsou „registrovanými zdravotnickými zařízeními, která navíc od ostatních lázní nebo ubytovacích zařízení umístěných v lázeňských místech odlišuje fakt, že k léčbě využívají místní přírodní léčivý zdroj schválený ministerstvem zdravotnictví“.[165]

Lázně Poděbrady, a.s. v současné době provozují sedm ubytovacích zařízení. Tyto objekty jsou určeny jak pro léčebné pobyty pacientů, tak pro relaxační a wellness pobyty dalších lázeňských hostů. Zařízení nabízejí vedle jednolůžkových a dvoulůžkových pokojů i apartmány.

Ubytovací zařízení jsou rozdělena dle kategorií, čtyřmi hvězdičkami disponuje Hotel Zámeček a Hotel Bellevue Tlapák. Hotel Zámeček leží

[165] Srov. Svaz léčebných lázní České republiky, Lázně Poděbrady, [online]. 2018 [cit. 2018-2-4]. Dostupné online: http://www.lecebnelazne.cz/profiles/54-lazne-podebrady-a-s .

v klidném prostředí lesoparku na břehu Labe a od samotného parku je nejvzdálenější. Třemi hvězdičkami disponují čtyři ubytovací zařízení. Hotel Libenský, Libuše, G-Rex a Zimní lázně. Nově zrekonstruovaný Hotel Libenský stojí přímo naproti slavným poděbradským květinovým hodinám. Hotel Libenský je propojen skleněnou spojovací chodbou s Hotelem Zimní lázně. Hotel Libuše leží v okraji lázeňského parku. Hotel G-REX a Rehabilitační centrum Máj[166] jsou určeny pouze pro léčebné pobyty hrazené pojišťovnou.[167]

Tyto objekty jsou určeny jak pro léčebné pobyty pacientů, tak pro relaxační a wellness pobyty dalších lázeňských hostů a nabízejí ubytování v jednolůžkových a dvoulůžkových pokojích či apartmánech.

[166] Centrum Máj není hotelem ohodnoceným počtem hvězdiček, je to penzion.

[167] Srov. Lázně Poděbrady, a.s. [online]. 2018 [cit. 2018-4-3]. Dostupné online: http://www.lazne-podebrady.cz/hotely-a-restaurace .

8. PODĚBRADŠTÍ LÁZEŇŠTÍ HOSTÉ

Pro komparaci lázeňských hostů jsme si vybrali ke zhodnocení dvě období - období rané první republiky (konkrétně rok 1924) a období poválečné (konkrétně rok 1947). Větší komplexitu informací o poděbradských lázeňských hostech mělo zajistit zaměření na léta rozvoje celé Československé republiky, na třicátá léta dvacátého století. Limitace podkladů o třicátých letech v podobě poděbradských lázeňských zpravodajů a seznamu poděbradských lázeňských hostů zapříčinila celkové vynechání zasazení výzkumu lázeňských hostů z tohoto období.

8.1 Lázeňští hosté 1924

V roce 1924 jsme pro rozlišení hostů vybrali rozdělení užívaných lázeňských podniků dle ubytování / třídy na: hotely, pensiony a villy, lázně, hospice či charity a ubytování v soukromí.

Mapované období roku 1924 nám z doložených výpočtů hostů z materiálů z národní knihovny poděbradských kurlistů ukazuje celkový počet 1973 hostů. Z toho 827 mužů a 1146 žen. Klientelu tedy pokrývalo 41.92 % mužů a 58.08 % žen.

Zahraničních hostů bylo z celkového počtu 3.75 %, tedy 74 klientů. Z toho 44.59 % byli muži (33 klientů) a 55.41 % byly ženy (41). Z celkového počtu je to tedy 1.67 % mužů a 2.08% žen z hostů a pacientů léčicích se v lázních v této době.

Klientela pocházející z českých měst pokrývala 50.08 % (988 klientů). Z toho 39.27 % byli muži (388 klientů) a 60.73 % byly ženy (600). Z celkového

počtu je to tedy 19.67 % mužů a 30.41 % žen z hostů a pacientů léčicích se v lázních v této době.

Klientela z vesnic a jiných menších měst činila 46.17 % (911 klientů). Z toho 44.57 % byli muži (406 klientů) a 55.43 % byly ženy (505). Z celkového počtu je to tedy 20.58 % mužů a 25.6 % žen z hostů a pacientů léčicích se v lázních v této době.

Tabulka č. 1: Procentuální rozdělení lázeňských hostů dle místa původu.

Lázeňští hosté	Muži	Ženy	Celkový počet v %
Celkový počet v %	41.92 %	58.08 %	100 %
Zahraniční lázeňští hosté	1.67 %	2.08 %	3.75 %
Lázeňští hosté z českých měst	19.67 %	30.41 %	50.08 %
Lázeňští hosté z českého venkova	20.58 %	25.6 %	46.17 %

Zdroj 1: Lázně Poděbrady 1924: lázeňský zpravodaj: listina lázeňských hostí.

Údaje v tabulce jsou zpracovány na základě informací z lázeňského zpravodaje z roku 1924. Údaje jsem získala pomocí sčítání jednotlivých hostů vypsaných v listině poděbradských lázeňských hostí a následně jsem hosty rozdělila podle hostů původu zahraničního / tuzemského. Tuzemské hosty jsem rozdělila na hosty pocházející z měst / venkova. Zde je tabulka s výpočty:

Tabulka č. 2: Sčítání lázeňských hostů, rozdělení dle kvalifikace a výběru ubytování.

ubytování/ třída	hosté celkem	vyšší střední (továrník, ředitel, lékař)	střední (obchodník, učitel, policista)	nižší střední (mistr, úředník, student)	kvalif. dělník	nekval. dělník	penzista	manželky, ženy v domác-nosti
hotely	188=98M +90F	19M	39M+10F	24M+5F	6M+3F	6M	4M	72F
pension, villa	240= 90M+150 F	17M+1F	32M+25F	38M+3F	1M+7F	2M+1F	2F	111F
lázně	154= 63M+91 F	24M+2F	14M+13F	15M+2F	2M+2F	4M	4M	72F
hospice, Charitas	262= 185M+77 F	13M+1F	27M+9F	74M+12F	33M+6 F	17M+1 F	21M+1 F	47F
soukromí	1129= 391M+73 8F	90M+4F	109M+98F	109M+27 F	37M+2 8F	18M+1 2F	28M+1 1F	558F
	1973= 827M+11 46F	163M+8F =171	221M+155F =376	260M+49 F=309	79M+4 6F=125	47M+1 4F=61	57M+1 4F=71	860F

Zdroj 2: Lázně Poděbrady 1924: lázeňský zpravodaj: listina lázeňských hostí.

M = muži, F = ženy

8.1.1 Rozdělení lázeňských hostů dle místa ubytování

Hotely navštívilo z celkového počtu celkem 188 klientů, 98 mužů (52.13 %) a 90 žen (47.87 %). Tedy 9.53 % z celkové klientely využilo ubytování v hotelových zařízení. Z toho 4.97 % byli muži a 4.56 % byly ženy.

V pensionech a vilách se ubytovalo celkem 240 klientů, 90 mužů (37.5 %) a 150 žen (62.5 %). Počet se rovná 12.16 % z celkového počtu klientů. Muži zaujímají 4.56 % z celkového počtu návštěvníků a ženy 7.6 %.

Lázeňské domy navštívilo celkem na 154 klientů, tedy 7.81 % z celkového počtu návštěvníků. Z toho 63 mužů (40.91 %) a 91 žen (59.09 %). Celkově 7.81 %. - mužů z celkového počtu 3.18 % a žen 4.61 %.

Hospice či „Charitas“ navštívilo 262 klientů, tedy 13.28 % ze všech lázeňských hostů. Z toho 185 mužů (70.61 %) a 77 žen (29.39 %). Celkem 13.28 %, 9.38 % mužské klientely a 3.9 % ženské klientely.

Ubytování v soukromí využilo nejvíce ze všech lázeňských klientů – konkrétně 1129 klientů, tedy 57.22 %. Z tohoto počtu bylo méně mužů, 391 mužů (34.63 %) a 738 žen, tedy většinová část, 65.37 %. Celkem tento počet činí 57.22 %, 19.82 % mužů a 37.4 % žen.

Tabulka č. 3: Rozdělení lázeňských hostů dle genderu a místa ubytování.

Ubytovácí možnosti lázeňských hostů	Muži	Ženy	Celkový počet v %
Celkový počet v %	41.92 %	58.08 %	100 %
Hotely	4.97 %	4.56 %	9.53 %
Pensiony	4.97 %	7.6 %	12.16 %
Lázně	3.19 %	4.61 %	7.81 %
Hospice	9.38 %	3.9 %	13.28 %
Ubytování v soukromí	19.82 %	37.4 %	57.22 %

Zdroj 3: Lázně Poděbrady 1924: lázeňský zpravodaj: listina lázeňských hostí.

8.1.2 Rozdělení lázeňských hostů dle povolání

Lázeňské hosty jsme v tomto případě rozlišili dle vzdělání / povolání na hosty vyšší střední třídy (továrník, ředitel, lékař), střední třídy (obchodník, učitel, policista), nižší střední třídy (mistr, úředník, student), kvalifikované dělníky, nekvalifikované dělníky, penzisty a manželky či ženy v domácnosti.

Celkový počet lázeňských hostů vyšší střední třídy, tedy továrníků, ředitelů, lékařů byl pro toto období 8.67 %, tedy 171 klientů, 163 mužů a 8 žen.

Střední třída, tedy obchodníci, učitelé, policisté činili z celkového počtu 19.06%, tedy 376 klientů, 221 mužu a 155 žen. Nižší střední třída - mistři, úředníci a studenti pokrývali 15.66 %, 309 klientů z nichž 260 bylo mužů a 49 žen. Kvalifikovaní dělníci navštěvovali v tomto období méně, celkem 6.34 %, 125 klientů, 79 mužu a 46 žen. Nekvalifikovaní dělníci navštěvovali v této době lázně v nejmenším počtu, celkem činili 3.09 %, tedy 61 klientů, 47 mužů a 14 žen. Penzistů navštívilo lázně na 71 klientů, 3.6 %, 57 mužu a 14 žen. Manželky a ženy v domácnosti představovaly nejhojnější klientelu návštěvníků lázní. Představovaly dokonce 43.59 %, celkově 860.

V roce 1924 jsme pro rozlišení hostů vybrali rozdělení užívaných lázeňských podniků dle ubytování / třídy na: hotely, pensiony a villy, lázně, hospice či charity a ubytování v soukromí.

Mapované období roku 1924 nám z doložených výpočtů hostů z materiálů z národní knihovny poděbradských kurlistů ukazuje celkový počet 1973 hostů. Z toho 827 mužů a 1146 žen. Klientelu tedy pokrývalo 41.92 % mužů a 58.08 % žen. Zahraničních hostů bylo z celkového počtu 3.75 %. Klientela pocházející z českých měst pokrývala 50.08 % a klientela z vesnic a jiných menších měst činila 46.17 %.

Tabulka č. 4: Rozdělení lázeňských hostů dle genderu a kvalifikace, výkonu povolání.

Povolání	Muži	Ženy	Celkem
vyšší střední (továrník, ředitel, lékař)	8.26 %	0,41 %	8.66 %
střední (obchodník, učitel, policista)	11.20 %	7.86 %	19.06 %
nižší střední (mistr, úředník, student)	13.18 %	2.48 %	15.66 %
kvalif. dělník	4.00 %	2.33 %	6.34 %
nekval. dělník	2.38 %	0.71 %	3.09 %
penzista	2.89 %	0.71% %	3.60 %
manželky, ženy v domácnosti			43.59 %

Zdroj 4: Lázně Poděbrady 1924: lázeňský zpravodaj: listina lázeňských hostí.

Údaje o rozdělení lázeňských hostů dle genderu a kvalifikace / výkonu povolání jsem rovněž získala pomocí sčítání jednotlivých hostů vypsaných v listině poděbradských lázeňských hostí. Z tabulky lze analyzovat, že nejvíce aktivními hosty lázní byli po první světové válce návštěvníci kvalifikované střední třídy, tedy obchodníci, učitelé, policisté. Překvapivý je vysoký pokled návštěvníků vyšší střední třídy, tedy továrníků, ředitelů či lékařu a také nižší střední třídy, tedy mistrů, úředníků či studentů. Velice vysoké pocento z veškerých návštěvníků zaujímají návštěvnice ženy – manželky či ženy v domácnosti. Ty dosahují téměř padesáti procent veškerých návštěvníků lázní.

8.2 Lázeňští hosté 1947

V roce 1947 jsme pro rozlišení hostů vybrali rozdělení užívaných lázeňských podniků dle ubytování / třídy na: hotely, pensiony, lázně, charity a ubytování v soukromí.

Mapované období roku 1947 nám z doložených výpočtů hostů z materiálů z národní knihovny poděbradských kurlistů ukazuje celkový počet 1800 hostů. Z toho 806 mužů a 944 žen. Klientelu tedy pokrývalo 44.78% mužů a 55.22% žen. Zahraničních hostů bylo z celkového počtu 2.44%, kontrétně 44 klientů (29 mužu, 15 žen). Klientela pocházející z českých měst pokrývala 48.61%, 875 (363 mužů, 512 žen)klientů a klientela z vesnic a jiných menších měst činila 48.94%, 881 klientů (414 mužů, 467 žen).

Tabulka č. 5: Procentuální rozdělení lázeňských hostů dle místa původu.

Lázeňští hosté	Muži	Ženy	Celkový počet v %
Celkový počet v %	44.78 %	55.22 %	100 %
Zahraniční lázeňští hosté	1.61 %	0.83 %	2.77 %
Lázeňští hosté z českých měst	20.17 %	28.44 %	48.61 %
Lázeňští hosté z českého venkova	23 %	25.94 %	48.94 %

Zdroj 5: Lázně Poděbrady 1947: lázeňský zpravodaj: listina lázeňských hostí.

Údaje v tabulce jsou rovněž zpracovány na základě informací z lázeňského zpravodaje, tentokrát z roku 1947. Údaje jsem získala pomocí sčítání jednotlivých hostů vypsaných v listině poděbradských lázeňských hostí s následně jsem hosty rozdělila podle hostů původu zahraničního / tuzemského. Tuzemské hosty jsem rozdělila na hosty pocházející z měst / venkova. Zde je tabulka s výpočty:

Tabulka č. 6: Sčítání lázeňských hostů, rozdělení dle kvalifikace a výběru ubytování.

ubytování/ třída	hosté celkem	vyšší střední (továrník, ředitel, lékař)	střední (obchodník, učitel, policista)	nižší střední (mistr, úředník, student)	kvalif. dělník	nekval. dělník	penzista	manželky, ženy v domác-nosti
hotely	241=115 M+126F	24M	27M+14F	31M+16 F	29M+ 16F	2M	2M+6F	74F
pensiony, vily	376= 168 M+208F	42M+5F	33M+21F	33M+10 F	42M+ 38F	3M+4F	15M+6F	124F
lázně	521= 278 M+243F	59M+5F	21M+42F	94M+23 F	57M+ 26F	20M+8 F	27M+13 F	126F
Charitas	132= 58 M+74F	14M	11M+10F	18M+3F	6M+1 3F	2M	7M+4F	44F
soukromí	529= 187 M+343F	33M+7F	45M+50F	45M+22 F	37M+ 73F	5M+4F	22M+13 F	174F
	1800 = 806M + 994F	172M+17F =189	137M+137F= 274	221M+7 4F=295	171M +166F =337	32M +16F =48	73M+42F =115	542F

Zdroj 6: Lázně Poděbrady 1947: lázeňský zpravodaj: listina lázeňských hostí.

M = muži, F = ženy

8.2.1 Rozdělení lázeňských hostů dle místa ubytování

V roce 1947 jsme pro rozlišení hostů vybrali rozdělení užívaných lázeňských podniků dle ubytování / třídy na: hotely, pensiony a villy, lázně, hospice či charity a ubytování v soukromí.

Mapované období roku 1947 nám z doložených výpočtů hostí z materiálů z národní knihovny poděbradských kurlistů ukazuje celkový počet 1800 hostů. Z toho 806 mužů a 994 žen. Klientelu tedy pokrývalo 44.78%% mužů a 55.22% žen. Zahraničních hostů bylo z celkového počtu 2.77 %, celkem

44 klientů. Klientela pocházející z českých měst pokrývala 48.61%, 875 klientů a klientela z venkova činila 48.94 % (881 klientů).

Hotely navštívilo z celkového počtu celkem 241 klientů, 115 mužů (47.72%) a 126 žen (58.28%). Tedy 13.39 % z celkové klientely využilo ubytování v hotelových zařízení. Z toho 6.39 % byli muži a 7 % byly ženy.

V pensionech a vilách se ubytovalo celkem 376 klientů, 168 mužů (44.68 %) a 208 žen (55.32 %). Počet se rovná 20.89 % z celkového počtu klientů. Muži zaujímají 9.33 % z celkového počtu návštěvníků a ženy 11.56 %.

Lázně navštívilo celkem na 521 klientů, tedy 28.94 % z celkového počtu návštěvníků. Z toho 278 mužů (53.36 %) a 243 žen (46.64 %). Celkově 28.94 %. Mužů z celkového počtu 15.44 % a žen 13.5 %.

Hospice či „Charitas“ navštívilo 132 klientů, tedy 7.33 % ze všech lázeňských hostí. Z toho 58 mužů (43.94 %) a 74 žen (56.06 %). Celkem 7.33 %, 3.22 % mužské klientely a 4.11 % ženské klientely.

Ubytování v soukromí využilo 529 klientů, tedy 29.39 %. Z tohoto počtu bylo mužů celkem 187 (35.35 %) a 343 žen, 64.84 %. Celkem tento počet činí 29.39 %, 10.39 % mužů a 19.06 % žen.

Tabulka č. 7: Rozdělení lázeňských hostů dle genderu a místa ubytování.

Ubytovácí možnosti lázeňských hostů	Muži	Ženy	Celkový počet v %
Celkový počet v %	44. 72 %	52.28 %	100 %
Hotely	6.39 %	7 %	13.39 %
Pensiony	9.33 %	11.56 %	20.89 %
Lázně	15.44 %	13.5 %	28.94 %
Charitas	3.22 %	4.11 %	7.33 %
Ubytování v soukromí	10.39 %	19.06 %	29.39 %

Zdroj 7: Lázně Poděbrady 1947: lázeňský zpravodaj: listina lázeňských hostí.

Pro přehlednost informací získaných sečtením jednotlivých návštěvníků lázní slouží výše uvedená tabulka. Zde vidíme procentuální poměr návštěvníků

mužů/žen v různých ubytovacích zařízených. Ubytovací zařízení jsou seřazeny sestupně dle ceny ubytování za noc na jednoho klienta. Z tabulky vidíme, že poměr návštěvníků žen a mužu se příliš neliší - počet návštěvnic žen je o několik jednotek vyšší než u mužských návštěvníků. Procentuální porovnání ubytování v hotelech, penzionech, lázních či charitách je rovněž velice obdobný. Výrazněji se liší pouze využívání ubytování v soukromí – zde vidíme znatelný nepoměr návštěvníků mužu a návštěvnic žen. Ubytování v soukromí využívaly více ženy, lze předpokládat, že to byly ženy, které nebyly zaměstnány (ženy v domáčnosti), které se tedy snažily najít tu nejlevnější alternativu možnosti využití lázeňství, kterou lázně v té době disponovaly

8.2.2 Rozdělení lázeňských hostů dle povolání

Lázeňské hosty jsme v tomto případě rovněž rozlišili dle vzdělání / povolání na hosty vyšší střední (továrník, ředitel, lékař), střední (obchodník, učitel, policista), nižší střední (mistr, úředník, student), kvalifikované dělníky, nekvalifikované dělníky, penzisty a manželky či ženy v domácnosti.

Celkový počet lázeňských hostů vyšší střední třídy, tedy továrníků, ředitelů, lékařů byl pro toto období 10.5%, 189 hostů z nich 172 bylo mužů a pouze 17 žen. Střední třída, tedy obchodníci, učitelé, policisté činili z celkového počtu 15.22%, tedy 274 klientů, 137 mužů a 137 žen. Nižší střední třída - mistři, úředníci a studenti pokrývali 16.39%, 295 klientů z nichž 221 bylo mužů a 74 žen. Kvalifikovaní dělníci navštěvovali v tomto období více, celkem 18.72%, 337 klientů, 171 mužu a 166 žen. Nekvalifikovaní dělníci navštěvovali v této době lázně rovněž v nejmenším počtu, celkem činili 2.67%, tedy 48 klientů, 32 mužů a 16 žen. Penzistů navštívilo lázně na 115 klientů, 6.39%, 73 mužů a 42 žen. Manželky a ženy v domácnosti opět představovaly nejhojnější klientelu návštěvníků lázní. Představovaly 30.11%, celkově 542.

Tabulka č. 8: Rozdělení lázeňských hostů dle genderu a kvalifikace, výkonu povolání.

Povolání	Muži	Ženy	Celkem
vyšší střední (továrník, ředitel, lékař)	9.56 %	0.94 %	10.5 %
střední (obchodník, učitel, policista)	7.61 %	7.61 %	15.22 %
nižší střední (mistr, úředník, student)	12.28 %	4.11 %	16.39 %
kvalif. dělník	9.5 %	9.22 %	18.72 %
nekval. dělník	1.78 %	0.89 %	2.67 %
penzista	4.06 %	2.33%	6.39 %
manželky, ženy v domácnosti			30.11 %

Zdroj 8: Lázně Poděbrady 1947: lázeňský zpravodaj: listina lázeňských hostí.

Údaje o rozdělení lázeňských hostů dle genderu a kvalifikace / výkonu povolání jsem rovněž získala pomocí sčítání jednotlivých hostů vypsaných v listině poděbradských lázeňských hostí. Z tabulky lze analyzovat, že nejvíce aktivními hosty lázní byli po druhé světové válce návštěvníci vyšší střední třídy, tedy továrníci, ředitelé či lékaři. Na této pozici samozřejmě zaujímají téměř stoprocentní participaci muži. Návštěvníci střední třídy, tedy obchodníci, učitelé, policisté jsou v tomto případě naprosto vyrovnaní. Nižší střední třída, tedy mistři, úředníci či studenti navštěvovali lázeňská místa hned po ženách v tom nejhojnějším počtu. Nejvyšší pocento z veškerých návštěvníků tedy opět zaujímají návštěvnice ženy – manželky či ženy v domácnosti. Dosahují třiceti procent veškerých návštěvníků lázní, cože je oproti poválečných dvacátých letech pokled, nicméně participace žen na lázeňských pobytech je opět nejvyšší.

8.3 Komparace lázeňských hostů v letech 1924, 1947

V letech 1924 a 1947 se celkový počet lázeňských hostů za zkoumané období zásadním způsobem nezměnil. Následky války neměly zásadní dopad na návštěvnost lázní a to i přes to, že za války mnohé lázeňské podniky utrpěly mnoho proměn. Poděbrady se ve válečném období staly jedním ze středisek Hitlerjugend - zámek, školy, hotely i soukromé domy v lázeňském centru byly pro německé děti vyklizeny a větší lázeňské budovy se také velice proměnily v německé lazarety.

Tabulka č. 9: Komparace lázeňských hostů v letech 1924, 1947 dle genderu, povolání.

Povolání	1924	1947
vyšší střední (továrník, ředitel, lékař)	8.66 %	10.5 %
střední (obchodník, učitel, policista)	19.06 %	15.22 %
nižší střední (mistr, úředník, student)	15.66 %	16.39 %
kvalif. dělník	6.34 %	18.72 %
nekval. dělník	3.09 %	2.67 %
penzista	3.60 %	6.39 %
manželky, ženy v domácnosti	43.59 %	30.11 %

Zdroj 9: Lázně Poděbrady 1924, 1947: lázeňský zpravodaj: listina lázeňských hostí.

Z tabulky vidíme hodnoty vypovídající o velice obdobném počtu navštěvovaných hostů jak v roce 1924, tak v roce 1947. Vysoký nárůst návštěvníků lze spatřovat u kvalifikované delničké třídy. Důvod tohoto nárůstu je možný přikládat skutečnosti, že byla Akciová společnost lázní Poděbrady v předchozím roce předána pod národní správu. Od znárodnění Poděbradských lázní potom došlo ke změně struktury hostů, lázně navštěvovali nemocní, kteří léčbu potřebovali a od státu na ni dostali značnou finanční podporu, takže si

nyní vesnická chudina a níže finančně ohodnocení dělníci mohli lázeňskou léčbu dovolit. Důvodem také může být zvýšená péče o dělnickou třídu, o pracující sílu. Naopak vidíme procentuální pokles návštěvnic žen manželek a žen v domácnosti.

Tabulka č. 10: Komparace lázeňských hostů v letech 1924, 1947 dle genderu, místa ubytování.

Ubytovácí možnosti lázeňských hostů	1924	1947
Hotely	9.53 %	13.39 %
Pensiony	12.16 %	20.89 %
Lázně	7.81 %	28.94 %
Charitas	13.28 %	7.33 %
Ubytování v soukromí	57.22 %	29.39 %

Zdroj 10: Lázně Poděbrady 1924, 1947: lázeňský zpravodaj: listina lázeňských hostí.

Komparace lázeňských hostů v letech 1924 a 1947 podle zvoleného místa ubytování nám ukazuje na celkový růst využívání všech ubytovacích možností od náročných hotelů, pensionů, lázní a charit. Pokles vidíme u ubytování v soukromí. To je jistě z důvodu znárodňování většiny soukromých podniků koncem čtyřicátých a počátkem padesátých let dvacátého století.

Tabulka č. 11: Komparace lázeňských hostů v letech 1924, 1947 dle genderu, místa původu.

Lázeňští hosté	1924	1947
Zahraniční lázeňští hosté	3.75 %	2.77 %
Lázeňští hosté z českých měst	50.08 %	48.61 %
Lázeňští hosté z českého venkova	46.17 %	48.94 %

Zdroj 11: Lázně Poděbrady 1924, 1947: lázeňský zpravodaj: listina lázeňských hostí.

Tabulka celkové komparace hostů ve zkoumaných letech 1924 a 1947 vypovídá o zásadně obdobném počtu lázeňských hostů jak zahraničních, tak i tuzemských. Zásadně se neproměnila ani struktura tuzemských hostů

pocházejících z měst a venkova. Lázeňské podniky byly schopné pojmout stejný počet lázeňských hostů.

Dochází k mírnému zvýšení poměru hostů z venkova. Lázně slouží v poválečné době spíše léčebným než turistickým účelům, a tak se na venkově, který za válečné doby příliš necestoval, rozvíjí cestovní ruch také. Po druhé světové válce je venkovské obyvatelstvo aktivnější a v důsledku vývoje zdravotního systému lze předpokládat, že vývoj narůstal tímto směrem.

Úroveň lázeňských hostů je tedy v obou srovnávaných letech obdobná. S ohledem na situaci krátce po první světové válce nebylo příliš mnoho návštěvníků zahraniční klientely. Po druhé světové válce byla situace velice podobná. Nicméně lze předpokládat, že nárůst a vysoká proměna návštěvnosti lázní mohla být v průběhu třicátých let, v období rozkvětu první republiky, kdy docházelo obecně k rozvoji cestovního ruchu a lidé svůj volný čas rádi trávili v příjemném prostředí – jako například v prostředí poděbradského lázeňského parku.

8.4 Lázeňští hosté 2012

Dalším mezníkem ve zkoumání poděbradských lázeňských návštěvníků je současná doba, pro kterou jsem zvolila rok 2012. Zapříčiněním neúspěšné komunikace s aktuálním vedením společnosti Lázně Poděbrady a.s. se k tomuto období podařilo získat dostupné údaje pro komparaci převážně z internetových zdrojů a od vedoucího komise pro lázeňství, cestovní ruch a další podnikání, od pana starosty města Poděbrady, Ladislava Langra.

Ke zjištění aktuální situace návštěvnosti poděbradských lázní jsem tedy využila tzv. výroční zprávy s přehledem o hospodárnoschopnosti společnosti, které společnost Lázně Poděbrady, a.s. každoročně vydává. Tyto materiály společnost vydává nejenom pro ujištění akcionářů o kladné situaci lázeňství v Poděbradech, ale i pro informovanost potencionálních návštěvníků poděbradských lázních. Ve výroční zprávě z roku 2012 jsou informace o tom, jak si poděbradské lázně počínají z hlediska podnikatelské činosti a hospodaření. Deklarován je fakt, že v roce 2012 tvořila péče o pacienty tradičně majoritní část činnosti společnosti. Společnost nově věnovala pozornost rozvoji zavedených programů, zejména programu Časné rehabilitace po operacích srdce, Rehabilitačního centra po ortopedických operacích v objektu Máj a rovněž rozvoji diabetologických programů. Program Časné rehabilitace pro operaci srdečních chorob se vyvíjí pozitivně, za rok 2012 bylo odléčeno celkem 1 526 pacientů, téměř 10% z celkého počtu lázeňských hostů. Účinky programu se projevují i ve zvyšujícím se zájmu o tento program v průběhu minulých let.[168]

Centrum časné rehabilitace slouží pacientům po operaci srdce k rychlému zotavení po operačním zákroku a je unikátním a jediným léčebným

[168] Srov. Výroční zpráva za rok 2012, Lázně Poděbrady, a.s., [online]. 2018 [cit. 2018-4-4]. Dostupné online: http://www.rmsystem.cz/docs/clanky/Lazne_Podebrady_-_Vyrocni_zprava2012.pdf .

centrum tohoto zaměření v celé České republice.[169] Jedinečnost tohoto centra napomoháve velké míře propagaci lázní Poděbrady, jelikož na poli tohoto odvětví nemají v České republice konkurenci.

Následující tabulka sleduje strukturu lázeňských hostů z roku 2012.[170]

Tabulka č. 12: Struktura a počet hostů Lázně Poděbrady, a.s. z roku 2012

Rok 2012	**Celkový počet**	**Celkový počet v %**
Lázeňští hosté celkem	**18811**	**100 %**
Pacienti	**4184**	**22.24 %**
Pacienti KLP (kompletní lázeňská péče)	3324	79.45 %
Pacienti PLP (příspěvková lázeňská péče)	242	5.78 %
Pacienti cizinci	618	14.77 %
Pacienti programu časné rehabilitace	**1526**	**8.11 %**
Samoplátci	**13101**	**69.95 %**
Samoplátci Češi	12994	99.8 %
Samoplátci cizinci	107	0.82 %
Celkové zastoupení cizinců z celkového počtu lázeňských hostů	**725**	**3.85 %**
Průměrná délka pobytu	**8.8 dnů**	**8.8 dnů**

Zdroj č. 12: Zpracováno na základě informací poskytnutých od vedoucího komise pro lázeňství, cestovní ruch a další podnikání, od pana starosty města Poděbrady, Ladislava Langra. Dále z výročních zpráv společnosti Lázně Poděbrady, a.s. a práce Moniky Šimůnkové, Poděbrady na trhu lázeňských služeb v České republice. Nepublikovaná diplomová práce. Praha: FMV VŠE.

[169] Srov. Centrum časné rehabilitace, *Informace pro pacienty programu časných rehabilitací po operacích srdce* , [online]. 2018 [cit. 2018-2-4]. Dostupné online: https://www.lazne-podebrady.cz/centrum-casne-rehabilitace .

[170] Srov. Šimůnková, Monika. 2013. *Poděbrady na trhu lázeňských služeb v České republice*. Nepublikovaná diplomová práce. Praha: FMV VŠE, s. 61.

Informace z předložené tabulky nám ukazují, že v roce 2012 návštívilo poděbradské lázně celkem na 18811 hostů. Bohužel jsme nezískali informace o genderovém rozložení návštěvníků, v porovnání s předchozími zkoumanými obdobími první republiky a poválečného období je tento počet však diametrálně odlišný, vyšší. Hospodaření společnosti Lázně Poděbrady, a.s. v roce 2012 bylo pozitivně ovlivněno nárůstem tržeb za pacienty od zdravotních pojišťoven, který byl způsoben pozitivním přístupem zdravotních pojišťoven k oblasti lázeňství.[171]

Zajímavé je sledovat zastoupení lázeňských hostů dle úhrady pobytu. Z celkových návštěvníků lázní zastávají 22.24 % hostů pacienti. Pacienti využívají buďto kompletní lázeňské péče anebo příspěvkové lázeňské péče. Pacientů využívajících kompletní lázeňskou péče je více nez tři čtvrtiny z celkového počtu pacientů. Je tedy znatelné, že Poděbrady v největší míře využívají pacienti, kterým na lázeňskou péči přispívají zdravotní pojišťovny ve většinové míře. Příspěvkovou lázeňskou péči využívá z pacientů nejménší počet, téměř pětina příchozích pacientů jsou cizinci.

Nově otevřený program Časné rehabilitace po operacích srdce v Poděbradech navštívilo z celkového počtu poděbradských hostů 8.11 %. Toto číslo je vzhledem k novosti programu vysoké a dle vedoucího komise pro lázeňství, cestovní ruch a další podnikání, od pana starosty města Poděbrady, Ladislava Langra, máme informace, že počet pacientů využívající tento program se stále zvyšuje.

Nejvíce hostů poděbradských lázní je ze skupiny samoplátců. Zde vidíme, že samoplátecká klientela zastupuje téměř sedmdesát procent z celkových návštěvníků poděbradských lázní. Ze samoplátecké klientely netvoří ani jedno procento klienti cizinci, tedy téměř stoprocentní zastoupení

[171] Srov. Výroční zpráva za rok 2012, Lázně Poděbrady, a.s., [online]. 2018 [cit. 2018-4-4]. Dostupné online: http://www.rmsystem.cz/docs/clanky/Lazne_Podebrady_-_Vyrocni_zprava2012.pdf .

zastávají čeští lázeňští hosté. Zastoupení cizinců z celkového počtu lázeňských hostů je 3.85 % klientů. Z těchto čísel vyplývá, že Poděbrady jsou lázeňské místo významné především pro domácí klientelu, a tedy tuzemský cestovní ruch. Významně českými lázněmi byly Poděbrady již od počátků lázeňství v tomto městě.

Aktuální průměrná délku pobytu lázeňských hostů v Poděbradech je 8.8 dne. Do tohoto čísla se však nepočítají návštěvnící lázní, kteří nevyužívajíc léčebné výlohy, nýbrž jiné ozdravné či odpočinkové balíčky, které Lázně Poděbrady nabízí. Statistiky hostů jezdících do lázní převážně za volnočasovými aktivitami, pro kulturní vyžití města či za odpočinkem a relaxací bohužel práce nepředstavuje. Je nicméně téměř jisté, že by se následná čísla v dnešní moderní době, kdy lidé volnočasových aktivit využívají ve větším měřítku než dříve, narostl.

8. ZÁVĚR

Poděbrady, dříve pro každého město spojené s postavou českého krále Jiřího z Poděbrad, se na počátku 20. století začalo proměňovat v lázeňské město, věhlasně známé pod slavným sloganem: „Na srdce jsou Poděbrady“. Počátky lázeňství ve městě Poděbrady spadají už do 17. století, kdy zde byl objeven první léčivý pramen železité vody a vybudovány malé lázně lokálního významu zvané "železité lázničky". Přelomovým rokem dějin lázeňství v Poděbradech, jak je známe dnes, byl rok 1905. Toho roku pruský proutkař Karel Bülow na přání tehdejšího vlastníka poděbradského panství knížete Hohenlohe našel pramen minerální vody na druhém nádvoří zámku pomocí své věhlasné virgule. Po neúnavném vrtání vytryskl 1. srpna z hloubky 96,7 m silný pramen minerální vody. Dlouhodobý dohled a zkoumání minerální vody známým poděbradským lékařem dr. Boučkem podpořil knížete Hohenlohe 5. června roku 1908 ke slavnostnímu vysvěcení prvních Knížecích lázní v Poděbradech. První lázeňská sezóna byla velice úspěšná, lázně započaly pracovat na vlastní propagaci. Poděbradská minerální voda se začala plnit do lahví a pracovalo se na jejím vývozu nejenom v tuzemsku, ale i do okolních zemí. Lázně získávaly na věhlasu a dostávaly se do povědomí jako léčebné uhličité lázně zaměřené na léčbu minerální vodou.

Klientela poděbradských lázní byla vždy rozmanitá. Po vzniku prvních Knížecích lázní v roce 1908 lze spatřovat každoroční vysoký nárůst lázeňských hostů. Klientela sestávala převážně z hostů okolních měst a venkova a většinu z nich představovali hosté „passanti“, kteří do lázní jezdili denně, bez využití ubytovacích služeb. Lázně se pomalu dostávaly do povědomí celoevropského obyvatelstva, na tomto základě tedy docházelo k prudkému vývoji města, zvelebování lázeňských domů, lázeňské kolonády a přilehlých parků.

První světová válka strukturu návštěvníků lázní proměnila. Lázně navštěvovali velkostatkáři, česká průmyslová buržoazie, přicházelo čím dál tím více městských hostů.

Významným mezníkem v historii poděbradských lázní se také stal rok 1926, kdy lázeňská společnost koupila hotel U krále Jiřího a proměnila ho v První vyšetřovací a léčebný ústav na léčbu srdečních chorob. Ústav založil a vedl prof. dr. Václav Libenský. Ten se také zasloužil o získání velkého renomé po celé Evropě. Opět zde můžeme zmínit slogan „Na srdce jsou Poděbrady“, který v tomto období vznikl. V této době rovněž vznikl lázeňský park, byla otevřena nová zřídla a postaveny další lázeňské budovy.

V celém období první republiky došlo k prudkému rozvoji poděbradských lázní. Lázně během války naakumulovaly kapitál, který vkládaly do rozvoje města, do nových staveb a do nového zařízení lázní. Lázně neutrpěly příliš ani krizí. Vždy tu byl dostatek hostů střední společenské vrstvy, kteří preferovali oproti světovým lázním tradiční české lázně – lázně Poděbrady. Poděbrady se také staly místem zájezdů státních návštěv, místem, kde se sjížděli kulturní pracovníci, spisovatelé, hudebníci, herci, zpěváci. Místem, kde bylo zkrátka „velmi živo“. Tak jako ve velkých lázních. Skoro jako ve velkých lázních. Evropských lázních.

V Poděbradech se tedy objevovaly reklamy nejenom na lázně a jejich uhličitou minerální vodu, ale i na sluneční lázně u Labe, na železité lázně, objevovaly se reklamy divadel, tanečních zábav i atrakcí. Objevovaly se v lázních i různé pavilóny a zábavní místa, které měly připomínat v malém českém vydání světová místa v lázních.

Za druhé světové války se Poděbrady staly místem, kam jezdili děti z Říše a důstojníci německé armády. Do rozvoje města se téměř přestalo investovat, nestavěly se žádné nové lázeňské podniky. Poděbrady se ve válečném období staly jedním ze středisek Hitlerjugend - zámek, školy,

hotely i soukromé domy v lázeňském centru byly pro německé děti vyklizeny a větší lázeňské budovy se proměnily v německé lazarety.

Na jaře 1945 se všechny větší lázeňské budovy otevřely především osvobozeným vězňům z koncentračních táborů a vojákům vracejícím se z front. Poděbradské lázně se staly tzv. centrem pomoci Československa a významným léčebným místem.

V roce 1948 došlo k zestátnění lázní. V socialistickém konceptu lázně představovaly léčebné místo, které navštěvují pouze nemocní hosté, pacienti. Proto se lázně Poděbrady začaly proměňovat z centra kulturního a společenského života, kterým byly v době svého rozkvětu za První republiky, v primárně léčebné místo.

Po roce 1989 došlo k opětovnému rozvoji a rozkvětu lázní. Poděbradské lázně rozšířily standartní nabídky léčebných pobytů o nové formy relaxačních a regeneračních pobytů a lázně Poděbrady se tak opět staly oblíbeným místem pro trávení volného času. Od roku 1992 zajišťuje provoz opět akciová společnost lázně Poděbrady, a.s., která každoročně vykazuje výroční zprávy s potvrzením o oblíbenosti poděbradských lázní, které jsou rok od roku navštěvovanějším lázeňským místem v rámci celé České republiky.

Lázeňství představuje důležitou složku v konceptu trávení volného času, rekreace a relaxace. V této souvislosti jsem sledovala proměnu poděbradských lázní v průběhu času s ohledem na klientelu lázní. Za základní mezníky pro komparaci jsem zvolila roky 1924, 1947 a 2012, tedy roky zastupující období první republiky, období po skončení druhé světové války a aktuální situaci návštěvnosti poděbradských lázní s ohledem na klientelu lázní.

V rámci komparace lázeňských hostů v letech 1924, 1947 a 2012 podle zvoleného místa ubytování jsem zjistila celkový postupný nárůst využívání všech ubytovacích možností od zařízení lázní a charit, lázeňských pensionů až k náročným lázeňským hotelům. Mezi prvními dvěma zkoumanými obdobími, tedy lety 1924 a 1947, nastává výrazný pokles u ubytování v soukromí. To je

jistě z důvodu znárodňování většiny soukromých podniků koncem čtyřicátých a počátkem padesátých let dvacátého století. V roce 2012 tuto možnost ubytování v rámci lázeňské společnosti již hosté nemají.

Tabulka celkové komparace hostů ve zkoumaných letech 1924 a 1947 vypovídá o zásadně obdobném počtu lázeňských hostů jak zahraničních, tak i tuzemských. Celkový počet lázeňských hostů se za zkoumané období zásadním způsobem nezměnil. Zásadně se neproměnila ani struktura tuzemských hostů pocházejících z měst a venkova. Lázeňské podniky byly rovněž schopné pojmout stejný počet lázeňských hostů. Následky války tedy zřejmě neměly zásadní dopad na návštěvnost lázní a to i přes to, že za války mnohé lázeňské podniky utrpěly mnoho proměn. V roce 2012 je počet lázeňských hostů přibližně desetkrát vyšší oproti předešlým zkoumaným obdobím. Vzhledem k nárůstů využití volnočasových aktivit a čím dál oblíbenějšímu způsobu cestování v podobě turistiky zaměřené na relaxaci a odpočinek, není toto zjištění překvapivé.

Z pohledu původu hostů (tedy z hlediska geografického) můžeme úvést, že v prvních dvou zkoumaných období dochází k mírnému zvýšení poměru hostů z venkova. Lázně slouží v poválečné době spíše léčebným než turistickým účelům, a tak se na venkově, který za válečné doby příliš necestoval, rozvíjí cestovní ruch také. Po druhé světové válce je venkovské obyvatelstvo aktivnější a v důsledku vývoje zdravotního systému lze předpokládat, že vývoj narůstal tímto směrem. Tento fakt se nám potvrdil. Informace o aktuálním rozdělení návštěvníků dle jejich původu bohužel nemáme, návštěvníky poděbradských lázní dělíme dle klientů samoplátců a klientů využívajících příspěvkové péče. Z těchto statistik zjišťujeme, že samoplátecká klientela zastupuje téměř sedmdesát procent z celkových návštěvníků poděbradských lázní.

Velký nárůst u návštěvníků poděbradských lázní mezi obdobími první republiky a poválečnou dobou lze spatřovat u návštěvníků kvalifikované

dělnické třídy. Důvod tohoto nárůstu je možný přikládat skutečnosti, že byla Akciová společnost Lázně Poděbrady v předchozím roce předána pod národní správu. Po znárodnění poděbradských lázní následně došlo ke změně struktury hostů, lázně navštěvovali nemocní (pacienti). Jedním z důvodů také může být zvýšená péče o dělnickou třídu - o pracující sílu. Naopak vidíme procentuální pokles návštěvnic žen manželek a žen v domácnosti. S ohledem na pracovní povinnost žen v domácnosti je tento pokles zřejmý. Situace poklesu návštěvnosti u žen manželek je jistě zapříčiněna zhoršující se finanční situací této doby, ke které došlo v rámci nivelizace společnosti.

Úroveň lázeňských hostů je tedy v obou srovnávaných letech minulosti podobná. S ohledem na situaci krátce po první světové válce nebylo příliš mnoho návštěvníků zahraniční klientely. Po druhé světové válce byla situace obdobná. Nicméně lze předpokládat, že nárůst a vysoká proměna návštěvnosti lázní mohla probíhat v průběhu třicátých let, v období rozkvětu první republiky, kdy obecně docházelo k rozvoji cestovního ruchu a lidé svůj volný čas rádi trávili v příjemném prostředí, jak tomu bylo a dosud je například v prostředí poděbradského lázeňského parku. Tento předpoklad jsme však bohužel nemohli doložit, protože podklady z Lázeňských zpravodajů a konkrétně Seznamu lázeňských hostí z těchto let se nedochovaly.

V komparaci se současnou situací, konkrétně s rokem 2012, můžeme rovněž potvrdit pokračující trendy v návštěvnosti lázeňských hostů. Situace zůstává velice podobná u hostů přicházejících z ciziny. Nizká čísla u počtu těchto návštěvníků nám potvrzují předpoklad poděbradských lázní jako lázní tradičně českých, lákajících převážně českou lázeňskou klientelu. Lázně jsou tedy na domací klientele stále zavislé, i přes to, že se snaží v zahraničí propagovat jako moderní lázeňské město evropského rozměru. Zvyšuje se podíl klientů samoplátců, kteří vyhledají v lázních volnočasovoé aktivity, jak tomu bylo v období První republiky a narušeno bylo ve válečných dobách (rovněž částečně i v době poválečné, v roce 1947).

Po druhé světové válce zůstal počet lázeňských podniků téměř stejný, lázně disponovaly třiceti šesti podniky, nepatrně se však pozměnily jejich názvy. V současné době provozují Lázně Poděbrady, a.s. celkem sedm ubytovacích zařízení. Tyto objekty jsou určeny jak pro léčebné pobyty pacientů, tak pro relaxační a wellness pobyty dalších lázeňských hostů.

Počet lázeňských podniků byl v minulosti mnohem vyšší, než je nyní. V období první republiky disponovaly lázně celkem třiceti čtyřmi lázeňskými podniky, které mohli hosté navštěvovat. V poválečném období to bylo třicet šest podniků. Nyní lázně disponují pouze sedmi ubytovacími zařízeními, které Lázně Poděbrady, a.s. svou péčí podporují.

Nyní je město Poděbrady jedním z nejnavštěvovanějších lázeňských středisek v České republice. Hosté jsou do města lákáni vedle úspěšné lázeňské tradice také jejich bohatou historií a pestrým kulturním a společenským životem, kterým město žije. Vedle klasické léčby nabízejí poděbradské lázně i další moderní pobyty jako ozdravné pobyty pro seniory, dospělé s dětmi, programy pro manažery, pobyty k odvykání kouření či redukci váhy a mnoho dalších. Cestu do Poděbrad si nalézá stále více návštěvníků trávicích zde svůj volný čas pro jejich krásu a klid. Lázně Poděbrady jsou ideálním místem k odpočinku, načerpání energie a celkové regeneraci svých návštěvníků.

SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

Archivní prameny

Polabské muzeum:

Lázeňský Svět, Ilustrovaný týdeník, 1928, roč. II. Praha, číslo 4.

Fond Lázně Poděbrady 1924 – 1980 (č. f. 49)

SOKA Nymburk, Státní okresní archiv Nymburk se sídlem v Lysé nad Labem:

Fond Československé státní lázně Poděbrady (č. f. 174) (1905 – 2003)

Tištěné prameny

Národní knihovna České republiky:

Lázně Poděbrady, 30 let pro zdravější srdce, 30 let lázní Poděbrad, 1908-1938.

Lázně Poděbrady 1924–1942 — Lázně Poděbrady: lázeňský zpravodaj: listina lázeňských hostí, 1924–1942.

Lázně Poděbrady, Lázeňský zpravodaj, 1924 - 1925, roč. 01-02, číslo 1.

Lázně Poděbrady, Lázeňský zpravodaj, 1925, roč. II, číslo 1.

Lázně Poděbrady, Lázeňský zpravodaj, 1936, roč. XIII, číslo 8.

Lázně Poděbrady, Lázeňský zpravodaj, 1950, roč. XXV, číslo 1.

Lázně Poděbrady 1938 — Lázně Poděbrady: 30. let lázní Poděbrad, 1908–1938. Poděbrady 1938

Lázně Poděbrady 1946 – 1950 - Lázně Poděbrady: lázeňský zpravodaj: listina lázeňských hostí, 1924 – 1950.

Poděbradské noviny, 1924, roč. VII, číslo 20.

Literatura a publikace

1. Bouček, Bohumil, Zápisky praktického lékaře MUDr. Bohumila Boučka v Lázních Poděbradech 1873-1923, Lázně Poděbrady, nákl. vl., 1923, 126 s.
2. Fazik, Alexander, Štemberk, Jan, *Aktuální problémy volného času a cestovního ruchu*, Pelhřimov: Nová tiskárna Pelhřimov, 2013. 200 s.
3. Foukner, Pavel, Úvaha o sezóně 1941 v Poděbradech s několik slov o jejich průběhu. Lázně Poděbrady, 1942, č.1.
4. Halada, Jan, *Marketingová komunikace a public relations: výklad pojmů a teorie oboru*, 1.vyd., Praha: Karolinum, 2015. 120 s.
5. Hodaň, Bohuslav, *Volný čas a jeho současné problémy: sborník příspěvků přednesených na vědeckém symposiu v Olomouci, ve dnech 20. a 21. května 2002*, Olomouc: Hanex, 2002, 188 s.
6. Hrabětová, Jana, *Poděbrady, Město mého srdce III.,* Obrázky z kulturních dějin, Praha: Nakladatelství Ostrov, 2013, 335 s.
7. Hrabětová, Jana, Poděbrady, *Průvodce po přírodních a historických zajímavostech města a okolí, po muzeích a místech vztahujících se k významným osobnostem,* Polabské muzeum v Poděbradech, 1999, 101 s.
8. Indrová, Jarmila a kol. *Cestovní ruch (základy)*. Oeconomica: Praha, 2007. 122 s.
9. Kajlík, Vladimír a kol., *České lázně a lázeňství*. Praha: MMR ČR, 2007, 219 s.
10. Karlíček, Miroslav, Král Petr, *Marketingová komunikace*, 1. vyd., Praha: Grada, 2011, 224 s.
11. Knop, Karel a kol., *Lázeňství: ekonomika a management*. 1. vyd. Praha: Grada, 1999, 232 s.

12. Kopecký, Dobroslav a kol., *Železnice v československé dopravní soustavě*, Praha: Nakladatelství dopravy a spojů 1989. 144 s.
13. Křížek, Vladimír, *Obrazy z dějin lázeňství*. Praha: Libri, 1987, 172 s.
14. Melicharová, Jitka. *Poděbrady*. 1. vydání. Praha: Olympia, 1979. 148 s.
15. Orieška, Ján, *Technika služeb cestovního ruchu*. 1. vydání. Praha: Idea Servis, 1999. 244 s.
16. Osvaldová, Barbora, Halada Jan a kol., *Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace*, Praha: Libri, 2007, 263 s.
17. Ottův Slovník naučný: ilustrovaná encyklopedie obecných vědomostí: J. Otto, Praha: 1890, díl 21.
18. Profous, Antonín, Svoboda, Jan, *Místní jména v Čechách: jejich vznik, původní význam a změny*, Praha 1957, díl IV, s. 125.
19. Robek, Antonín*, Lázně Poděbrady 1908-1978: historický nástin*. Vyd. 1. Poděbrady: Polabské muzeum, 1978, 87 s.
20. Seifertová, Věra, *Marketing v lázeňském cestovním ruchu*. 1. vyd. Praha: Vysoká škola cestovního ruchu, hotelnictví a lázeňství, 2003. 120 s.
21. Szalay, Julius, Jonáš, Rudolf, *Propagace pro odborná učiliště a učňovské školy pro střední školy pro pracující*, Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1978, 245 s.
22. Šindler, Zdenko, *Moderní reklama*, Praha: Šimáček, 1906, 60 s.
23. Šimůnková, Monika. 2013. *Poděbrady na trhu lázeňských služeb v České republice*. Nepublikovaná diplomová práce. Praha: FMV VŠE. 90 s.
24. Šťastný, Dr. O. L. a kol., *Nový průvodce městem Lázně Poděbrady a okolí*, Poděbrady: Svatopluk Zlámaný, 1934, 96s.
25. Vácha, Petr, Stegbauer, Jiří, *Poděbrady, město mého srdce*, Praha: Ostrov 2011, 160 s.
26. Vošahlíková, Pavla, *Lázeňská turistika. Její podmínky a podoba v českých zemích před 1. světovou válkou*, In. Cestování včera a dnes : Tourism yesterday and today. Revue pro průvodce a pracovníky

cestovního ruchu, Praha : Vysoká škola obchodní, o.p.s., 2007, ročník 4, číslo 3, 2007, s. 48-55, 224 s.

27. Vošahlíková, Pavla, *Zlaté časy české reklamy*, 1. vyd., Praha : Univerzita Karlova, 1999, 230 s.
28. Vysekalová, Jitka a kol, *Psychologie reklamy*. Praha: Grada Publishing, a.s., 2012, 324 s.
29. Wegner, Milan, *Podnikatelé a reklama*, 1.vyd., Praha: Trizona, 1991, 183 s.

Internetové zdroje

1. Centrum časné rehabilitace*, Informace pro pacienty programu časných rehabilitací po operacích srdce* , [online]. 2018 [cit. 2018-2-4]. Dostupné online: https://www.lazne-podebrady.cz/centrum-casne-rehabilitace .
2. Divadlo Na Kovárně, Poděbrady, [online]. 2018 [cit. 2018-4-4]. Dostupné online: http://www.divadlopodebrady.cz .
3. Kramerius [online]. 2018 [cit. 2018-26-2]. Dostupné online: www.kramerius.nkp.cz
4. Lázně Luhačovice [online]. 2018 Dostupné online: http://www.luhacovice.cz/1687-mineralni-prameny .
5. Lázně Poděbrady [online]. 2018 [cit. 2018-26-2]. Dostupné online: https://www.spa.cz/lazne-podebrady/?gclid=EAIaIQobChMI-P_-_I3E2QIVCDobCh3OKA58EAAYASAAEgL6CPD_BwE.
6. Lázně Poděbrady, a.s. [online]. 2018 [cit. 2018-4-3]. Dostupné online: http://www.lazne-podebrady.cz/ .
7. Město Poděbrady, [online]. 2018 [cit. 2018-4-3]. Dostupné online: https://www.facebook.com/mestopodebrady/ .
8. Sociologický časopis [online]. 1966 [cit. 2018-10-3]. Dostupné online: http://sreview.soc.cas.cz .
9. Soukromé muzeum Poděbrady - http://www.muzeumpodebrady.cz/
10. Soundtrack Poděbrady - oficiální tisková zpráva. [online]. 2017 [cit. 2018-3-3]. Dostupné online: https://www.lazne-podebrady.cz/aktualita/379 .
11. Sdružení historických sídel Čech, Moravy a Slezska [online]. 2018 [cit. 2018-26-2]. Dostupné online: http://www.historickasidla.cz/dr-cs/477-podebrady.html.

12. Ústav zdravotnických informací a statistiky ČR [online]. 2015 [cit. 2017-1-8]. Dostupné online: http://www.uzis.cz/publikace/lazenska-pece-2015.
13. Sociologický časopis [online]. Dumazedier Joffre, *Volný čas*, 1966 [cit. 2018-10-3]. Dostupné online: http://sreview.soc.cas.cz/uploads/85d4c642302e727780a1d4699a03f6a427337973_Volny%20cas.pdf .
14. Svaz léčebných lázní České republiky, Lázně Poděbrady, [online]. 2018 [cit. 2018-2-4]. Dostupné online: http://www.lecebnelazne.cz/profiles/54-lazne-podebrady-a-s .
15. Kramerius, Bohumil Bouček, [online]. 2018 [cit. 2018-26-2]. http://kramerius4.nkp.cz/search/i.jsp?pid=uuid:12596820-99ad-11e6-9325-005056827e52#monograph-page_uuid:8d5bb4b0-b34d-11e6-8c54-5ef3fc9ae867 .
16. Poděbradské noviny*, O poděbradském tekutém „zlatu" v kostce*, [online]. 2018 [cit. 2018-2-4]. Dostupné online: http://podebradskenoviny.cz/z-mesta/o-podebradskem-tekutem-zlatu-v-kostce .
17. Vyhláška č. 55/2014 Sb., [online]. 2014 [cit. 2018-10-3]. Dostupné online: https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2014-55 .
18. Výroční zpráva za rok 2012, Lázně Poděbrady, a.s., [online]. 2018 [cit. 2018-4-4]. Dostupné online: http://www.rmsystem.cz/docs/clanky/Lazne_Podebrady_-_Vyrocni_zprava2012.pdf .
19. Zámecký biograf, Poděbrady, [online]. 2018 [cit. 2018-4-4]. Dostupné online: http://www.kinopodebrady.cz .

Další zdroje

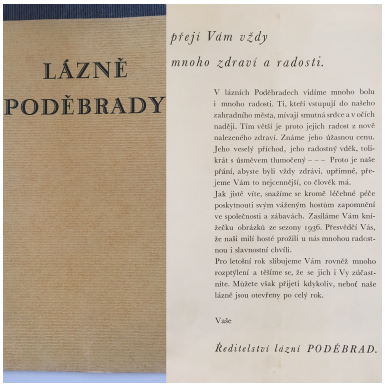
Materiály ze stálé výstavy:

Z dějin železnice, Vlastivědné muzeum Nymburk

Počátky průmyslu v Poděbradech, Polabské muzeum Poděbrady

Přílohy

Příloha č. 1



LÁZNĚ
PODĚBRADY

přeji Vám vždy
mnoho zdraví a radosti.

V lázních Poděbradech vidíme mnoho bolu i mnoho radosti. Ti, kteří vstupují do našeho zahradního města, nivají smutná srdce a v očích naději. Tím větší je proto jejich radost z nově nalezeného zdraví. Známe jeho úžasnou cenu. Jeho veselý příchod, jeho radostný věk, tolikrát s úsměvem tlumočený – – – Proto je naše přání, abyste byli vždy zdrávi, upřímně, přejeme Vám to nejcennější, co člověk má.
Jak jistě víte, snažíme se kromě léčebné péče poskytnouti svým váženým hostům zapomnění ve společnosti a zábavách. Zasíláme Vám knížečku obrázků ze sezony 1936. Přesvědčí Vás, že naši milí hosté prožili u nás mnohou radostnou i slavnostní chvíli.
Pro letošní rok slibujeme Vám rovněž mnoho rozptýlení a těšíme se, že se jich i Vy zúčastníte. Můžete však přijeti kdykoliv, neboť naše lázně jsou otevřeny po celý rok.

Vaše

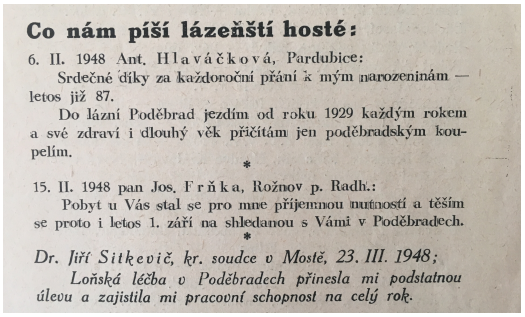
Ředitelství lázní PODĚBRAD.

Zdroj 12: Vlastní archiv

Příloha č. 2

Zdroj 13: Vlastní archiv

Příloha č. 3



Co nám píší lázeňští hosté:

6. II. 1948 Ant. Hlaváčková, Pardubice:
Srdečné díky za každoroční přání k mým narozeninám — letos již 87.
Do lázní Poděbrad jezdím od roku 1929 každým rokem a své zdraví i dlouhý věk přičítám jen poděbradským koupelím.

*

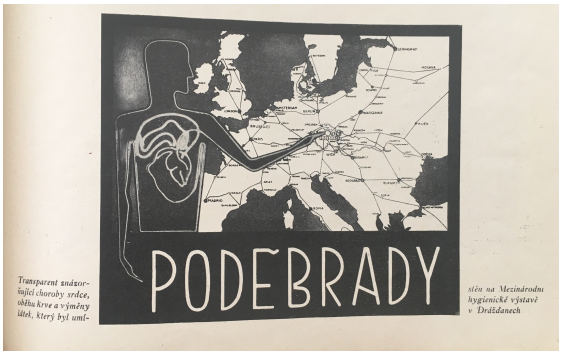
15. II. 1948 pan Jos. Frňka, Rožnov p. Radh.:
Pobyt u Vás stal se pro mne příjemnou nutností a těším se proto i letos 1. září na shledanou s Vámi v Poděbradech.

*

Dr. Jiří Sitkevič, kr. soudce v Mostě, 23. III. 1948;
Loňská léčba v Poděbradech přinesla mi podstatnou úlevu a zajistila mi pracovní schopnost na celý rok.

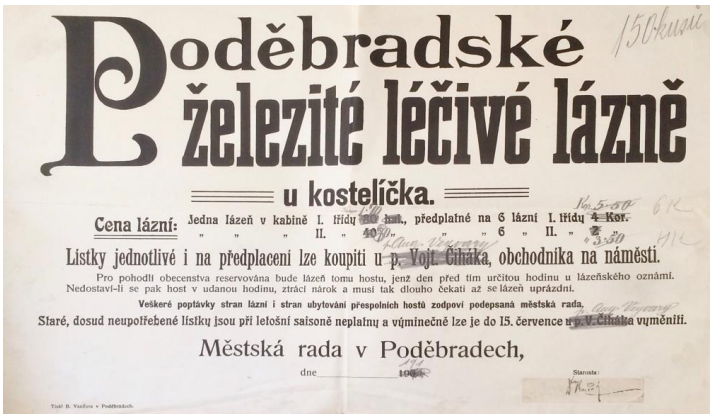
Zdroj 14: Vlastní archiv

Příloha č. 4



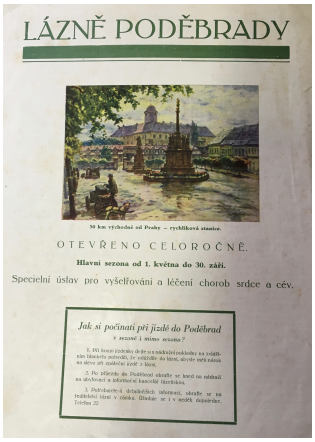
Zdroj 15: Vlastní archiv

Příloha č. 5


Poděbradské
železité léčivé lázně
u kostelíčka.
Cena lázní: Jedna lázeň v kabině I. třídy [illegible] kr., předplatné na 6 lázní I. třídy 4 Kor.
" " " II. " 40 " " " 6 " II. " 3 Kor. 30
Lístky jednotlivé i na předplacení lze koupiti u p. Vojt. Čiháka, obchodníka na náměstí.
Pro pohodlí obecenstva reservována bude lázeň tomu hostu, jenž den před tím určitou hodinu u lázeňského oznámí. Nedostaví-li se pak host v udanou hodinu, ztrácí nárok a musí tak dlouho čekati až se lázeň uprázdní.
Veškeré poptávky stran lázní i stran ubytování přespolních hostů zodpoví podepsaná městská rada.
Staré, dosud neupotřebené lístky jsou při letošní saisoně neplatný a výměnečně lze je do 15. července u p. V. Čiháka vyměniti.
Městská rada v Poděbradech,
dne [illegible] 1905
Starosta:

Zdroj 16: Polabské muzeum

Příloha č. 6



Zdroj 17: Polabské muzeum

Příloha č. 7

Zdroj 18: https://www.lazne-podebrady.cz