

Technická univerzita v Liberci

FAKULTA PŘÍRODOVĚDNĚ-HUMANITNÍ A PEDAGOGICKÁ

Katedra: Tělesné výchovy

Studijní program: Ekonomika a management

Studijní obor (kombinace): Management sportovní

**POPULARITA A DIVÁCKÁ NÁVŠTĚVNOST
NA VYBRANÝCH SPORTECH
V ÚSTÍ NAD LABEM**

**THE POPULARITY AND THE SPECTATOR
ATTENDANCE AT THE SELECTED SPORTS IN
THE CITY OF ÚSTÍ NAD LABEM**

Bakalářská práce: 09-FP-KTV-319

Autor:

Martin SUCHÁNEK

Podpis:

Adresa:

Kmochova 3144/9
400 11, Ústí nad Labem

Vedoucí práce: Mgr. Helena Rjabcová

Počet

stran	grafů	obrázků	tabulek	pramenů	příloh
76	18	1	15	28	8

V Liberci dne: 18. 05. 2009

Prohlášení

Byl(a) jsem seznámen(a) s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, zejména § 60 – školní dílo.

Beru na vědomí, že Technická univerzita v Liberci (TUL) nezasahuje do mých autorských práv užitím mé bakalářské práce pro vnitřní potřebu TUL.

Užiji-li bakalářskou práci nebo poskytnu-li licenci k jejímu využití, jsem si vědom(a) povinnosti informovat o této skutečnosti TUL; v tomto případě má TUL právo ode mne požadovat úhradu nákladů, které vynaložila na vytvoření díla, až do jejich skutečné výše.

Bakalářskou práci jsem vypracoval(a) samostatně s použitím uvedené literatury a na základě konzultací s vedoucím bakalářské práce a konzultantem.

V Liberci dne: 18. 05. 2009

Martin Suchánek

Poděkování

Na tomto místě bych chtěl poděkovat Všem, bez kterých by bakalářská práce na toto téma nemohla vzniknout. Na prvním místě děkuji Mgr. Heleně Rjabcové za trpělivost, názory, rady a připomínky, které daly moji práci ten správný směr a formu. Dále děkuji zástupcům jednotlivých sportovních klubů - Přemyslu Zemanovi, Tomáši Holešovskému, Petru Doubkovi a Petru Javůrkovi - za unikátní informace a důležité postřehy z prostředí jejich klubů, jež mi byly přínosem nejen pro tuto práci. Za zajímavé a doplňující informace, především z fotbalového prostředí, děkuji také Františku Pličkovi. V neposlední řadě pak děkuji celé rodině a přátelům za jejich podporu a pomoc nejen v průběhu psaní této práce, ale po celou dobu studia.

ANOTACE

Hlavním podnětem k napsání bakalářské práce na toto téma byl stále se snižující zájem o návštěvu sportovního utkání diváky. Tuto problematiku práce osvětuje na příkladu ledního hokeje, basketbalu, fotbalu a volejbalu v oblasti Ústí nad Labem. Zjišťuje a rozebírá faktory, jež tento stav mohou mít na svědomí. Potřebné informace získává, kromě standardních literárních pramenů, z anketního šetření, statistických dat a z rozhovorů se zástupci jednotlivých sportovních klubů. Práce odhalila úzkou souvislost mezi popularitou a diváckou návštěvností, přednosti a slabiny jednotlivých sportovních klubů a možné problémy práce sportovního klubu s diváky.

Klíčová slova: popularita, divácká návštěvnost, sport, management, Ústí nad Labem

ANNOTATION

The main purpose of writing this Bachelor thesis, the theme whereby we were inspired, was the continuous decreasing beholders interest in attending sports competitions. We will attempt to exemplify this specific challenge with ice-hockey, basketball, football and volleyball in Ústí nad Labem territory. We will find out and analyze all the factors, which can nowadays influence that status. The information needed will be brought out, not only from standard literary source-books, but also from public inquiry, statistic data and, lastly, from interviews with the representatives of particular sports clubs. Thesis revealed close relation between popularity and spectators' attendance, current strengths and weaknesses of sports clubs and potential problems of working sports clubs with the spectators.

Key words: popularity, spectators' attendance, sport, management, Ústí nad Labem.

ANNOTATION

Der Grund, warum wir unsere Bachelorarbeit geschrieben haben, war das immer sinkende Interesse an Besuch der Sportveranstaltung. Diese Problematik versuchen wir an einem Beispiel des Eishockeys, Basketballs, Fußballs und Volleyballs in Aussig an der Elbe zu erklären. Wir stellen fest und analysieren die Faktoren, die diesen Stand verursachen können. Nötige Informationen bekommen wir nicht nur aus literarischen Standardquellen, sondern auch aus der Umfrageanalyse, statistischen Daten und aus den Interviews mit Vertretern einzelner Sportclubs. Die Arbeit hat den engen Zusammenhang zwischen die Popularität und die zuschauerliche Besuchshäufigkeit, Stärken und Schwächen einzelner Sportclubs und mögliche Arbeitsprobleme des Sportclubs mit Zuschauern entdeckt.

Die Schlüsselwörter: die Popularität, die zuschauerliche Besuchshäufigkeit, der Sport, das Management, Aussig an der Elbe

SEZNAM ZKRATEK	10
ÚVOD.....	11
1 CÍLE PRÁCE	16
1.1 Hlavní cíl.....	16
1.2 Dílčí úkoly a cíle	16
2 METODIKA.....	17
2.1 Použité metody	17
2.2 Charakteristika souboru	18
3 HISTORIE, VÝVOJ A SOUČASNÁ SITUACE	19
3.1 Lední hokej	19
3.2 Basketbal.....	23
3.3 Fotbal	26
3.4 Volejbal.....	28
4 POPULARITA A DIVÁCKÁ NÁVŠTĚVNOST	30
4.1 Popularita	30
4.1.1 Popularita vybraných sportů dle ankety	30
4.1.2 Nejdůležitější faktory ovlivňující popularitu	31
4.1.3 Vztah popularity a aktivního sportování	32
4.2 Divácká návštěvnost	34
4.2.1 Divácká návštěvnost vybraných sportů dle statistických dat	34
4.2.2 Divácká návštěvnost vybraných sportů dle ankety	38
4.2.3 Nejdůležitější faktory ovlivňující divákou návštěvnost	39
4.3 Vzájemný vztah popularity a divácké návštěvnosti	40

5 FAKTORY OVLIVŇUJÍCÍ DIVÁCKOU NÁVŠTĚVNOST	42
5.1 Zázemí	42
5.1.1 Lední hokej.....	43
5.1.2 Basketbal	45
5.1.3 Fotbal.....	47
5.1.4 Volejbal	49
5.1.5 Hodnocení	49
5.2 Aspekty sportovního prožitku.....	50
5.2.1 Úroveň soutěže.....	50
5.2.2 Výsledky a umístění týmu.....	51
5.2.3 Soupeř	52
5.2.4 Fáze soutěže a důležitost utkání	54
5.2.5 Hodnocení	55
5.3 Termín utkání.....	55
5.3.1 Lední hokej.....	57
5.3.2 Basketbal	58
5.3.3 Fotbal.....	59
5.3.4 Volejbal	59
5.3.5 Hodnocení	59
5.4 Vstupné	59
5.4.1 Lední hokej.....	60
5.4.2 Basketbal	61
5.4.3 Fotbal	62
5.4.4 Volejbal.....	62

5.4.5	Hodnocení	63
5.5	Propagace utkání	63
5.5.1	Lední hokej.....	64
5.5.2	Basketbal	64
5.5.3	Fotbal.....	65
5.5.4	Volejbal	65
5.5.5	Hodnocení	65
5.6	Management.....	67
5.6.1	Lední hokej.....	67
5.6.2	Basketbal	68
5.6.3	Fotbal.....	68
5.6.4	Volejbal	68
5.6.5	Hodnocení	69
5.7	Členská základna	69
5.7.1	Lední hokej.....	69
5.7.2	Basketbal	70
5.7.3	Fotbal.....	70
5.7.4	Volejbal	70
5.7.5	Hodnocení	71
6	ZÁVĚR.....	72
7	LITERATURA	74
8	PŘÍLOHY	76

SEZNAM ZKRATEK

AVL	-	Amatérská volejbalová liga
BK	-	basketbalový klub
ČFL	-	Česká fotbalová liga
ČL	-	Český Lev
ČNL	-	Česká národní liga
ČSTV	-	Český svaz tělesné výchovy
DSO	-	Dobrovolná sportovní organizace
FK	-	fotbalový klub
MF	-	Mladá Fronta
MFK	-	Městský (Mládežnický) fotbalový klub
NBL	-	Národní basketbalová liga
NHL	-	National Hockey League
NHL	-	Národní hokejová liga (I. NHL/II. NHL)
ODS	-	Občanská demokratická strana
SK	-	sportovní klub
SPMG	-	Sportovní management
TJ	-	tělovýchovná jednota
TUL	-	Technická univerzita v Liberci
ÚV	-	Ústřední výbor
VK	-	volejbalový klub

ÚVOD

Sportovní diváctví

Sport je dnes jednou z oblastí, která získává stále větší celospolečenskou důležitost. Prostupuje skrze ekonomiku, výchovu, umění, ale především je prostředkem hromadné zábavy a získává stále větší podíl na výplni našeho volného času. V posledním století vzrostl význam zejména sportovních her. Právě z nich se totiž stala důležitá masová podívaná a hromadná zábava. Hovoříme-li ovšem o významu sportovních her, nemíníme tím pouze aktivní účast na utkáních. Jen menší část populace se sportu věnuje na profesionální, či alespoň na výkonnostní, úrovni a tak u převážné většiny lidí dostává kontakt se sportem diváckou podobu. Ve větším měřítku, než budeme sledovat, můžeme uvést, že významná (například mezistátní) utkání se stávají „celonárodní“ záležitostí, u které sportovní diváci vytvářejí velká shromáždění jedinců, bez nichž si zvláště vrcholový sport dnes již nedovedeme dost dobře představit. Sport dnes tedy plní důležitou roli ve výplni našeho volného času – jednak jako aktivní složka pro sportovce, také ale jako pasivní složka pro diváky.

Aktivní sportování má svůj nepopiratelný význam jak pro naše tělo, tak i svým způsobem pro naši mysl. Stejně tak ale i sportovní diváctví plní řadu pozitivních a důležitých funkcí. Slouží jako zábava, způsob odreagování, uvolnění po pracovním dni, poskytuje emocionální a estetické prožitky. Pro sport jako takový má ovšem zdaleka největší význam vytváření atmosféry během zápasu. Možnost ovlivnit průběh či výsledek zápasu fanděním a vytvořením potřebné kulisy bývá často největším lákadlem pro návštěvu zápasu. Přitom pravidelná návštěva sportovních klání s sebou přináší i zvýšení povědomí o daném sportovním odvětví a růst celkového přehledu o sportovním dění (SLEPIČKA, 1990).

SEKOT (2006, s. 247) uvádí: „ Pojem fanoušek je geneticky provázán i s koncepty jako publikum, obecenstvo či diváci a odráží jeden z důležitých aspektů kulturní produkce. V případě sportovního publika jde ve zvýšené míře i o iniciátory takového procesu: Fandové totiž vytvářením atmosféry sportovních událostí rozhodují mnohdy o jejich ekonomické úspěšnosti či dokonce o samotné existenci. Výrazně se podílejí na procesech utváření sportovních idolů, propůjčují sportu mírou své podpory v mnoha ohledech jeho ekonomický, kulturní a sociální význam.“

Za další pozitivum sportovního diváctví lze označit jeho vliv na rozšiřování sportovní základny aktivně sportujících jedinců. SLEPIČKA (1990, s. 6) uvádí: „Empiricky je ověřeno, že významné sportovní a tělovýchovné podniky, které jsou divácky atraktivní, přivedou ke sportu nové aktivní zájemce, zejména z řad dětí a mládeže.“

Počátky sportovního diváctví sahají stejně tak hluboko jako kořeny samotného sportování a závodění. Přinejmenším soutěžní a závodní formy sportovních činností člověka nebyly nikdy prováděny jen k ovlivnění tělesného rozvoje účastníků, nýbrž byly, ve větší či menší míře, orientovány i na diváky. Některé sportovní soutěže se dokonce konaly pouze za účelem pobavení širokého sportovního obecenstva.

Na přelomu 19. a 20. století se díky vzniku nových sportovních odvětví, rychlejšímu šíření informací a rozvoji dopravy dostalo sportu velké popularity a silné divácké základny. I v naší oblasti se začal moderní sport rychle šířit, zvyšoval se počet soutěží, soutěžících, závodů a také diváků. Soutěže a závody byly stále více propagovány tiskem a časopisy se sportovní tématikou se staly nezbytnou součástí každého novinového stánku.

Sport si dnes, alespoň na té výkonnostní a vrcholové úrovni, nedokážeme bez diváků představit, spoluvytvářejí specifickou atmosféru na utkáních a často jsou dokonce označováni i jako „další hráč na hřišti“ (SLEPIČKA, 1990).

Kdo chodí na sportovní utkání

Divácké publikum nelze brát jako jeden homogenní celek. Každý sport si vytváří svou vlastní fanouškovskou základnu. Sportovní diváci těchto odvětví se liší podle předmětu svého zájmu, intenzitou tohoto zájmu a s tím spojeným stupněm vědomosti a znalostí o něm. Liší se také ve způsobu projevu svých prožitků. Jiný je ve svých projevech, prožitcích i zájmu fotbalový divák, jiný divák basketbalový, atletický či tenisový. Sportovní diváci mají však společnou přinejmenším jednu věc. Chuť strávit alespoň část svého volného času sportem, i když jen pasivním. Sportovní podívaná jim poskytuje možnosti vzdálit se starostem všedního dne.

Jednotlivá odvětví kladou odlišné nároky na odborné znalosti svých diváků. Jsou sportovní odvětví, která si může „vychutnat“ jen opravdu zasvěcený divák, jenž se tomuto odvětví například dříve věnoval. Jedná se především o technicky náročná odvětví jako golf, některé atletické či gymnastické disciplíny. Druhou takovou skupinou jsou sporty méně známé a tudíž pro mnohé s nejasnými pravidly. Za tyto sporty bych pro ČR jmenoval

například v jiných státech velmi populární rugby. Jiná sportovní odvětví takové nároky nekladou. Každý v hledišti se cítí povolaným „odborníkem“. To je dán všeobecným povědomím o daném sportu, či silnou tradicí daného sportovního odvětví a širokou oblibou i v aktivním pojetí. Divák těchto sportovních odvětví je více vtahován do dění na hřišti, více ho porovnává se svými představami, bouřlivěji reaguje a celkově je jeho zážitek ze zápasu položen spíše na emočních, než estetických, základech. Typickým představitelem takového sportovního odvětví je bezesporu kopaná. I proto mají tyto sporty předpoklad k většímu diváckému zájmu a všeobecné popularitě.

Sportovní diváky si můžeme rozdělit na dvě menší skupiny. Diváky pravidelné a nepravidelné. Možná to bude znít nespravedlivě, ale na pravidelné diváky se naše pozornost příliš ubírat nebude. Jsou to lidé, kteří již mají vypěstovaný vztah ke klubu, sportu či osobnosti sportovce a návštěva utkání je pro ně v podstatě samozřejmostí. Naopak nepravidelní návštěvníci viceméně rozhodují o tom, zda se bude utkání odehrávat před zaplněným či poloprázdným hledištěm. O jejich osobní návštěvě utkání, vysílá-li ho například i televize, rozhoduje celá řada okolností. Právě faktory jako pohodlí diváka, prostředí či přestávkový program mohou být rozhodující pro výslednou atmosféru na utkání a tím i pro konečný výsledek (SLEPIČKA, 1990).

Proč diváků ubývá

V minulosti vedla člověka k návštěvě sportovního utkání, kromě touhy podpořit své družstvo a vidět na vlastní oči krásné sportovní momenty, především potřeba vzdálit se starostem všedního dne, odreagovat se, uvolnit, popřípadě sejít se s přáteli. Tyto a podobné motivy platí i dnes. Markantní rozdíl je ovšem v nabízených možnostech jejich uspokojování. Šíře nabídky sportovní podívané výrazně převyšuje její poptávku. Jednou z hlavních příčin tohoto jevu je bezesporu televize. Televizní sportovní přenosy nabízejí zajímavou, napínavou a často i kvalitnější podívanou přímo do bytu. Umožňují sledovat významné soutěže a důležitá utkání, ať už z geograficky či finančně, nedosažitelných míst. Zcela jistě i starší diváci ocení možnost nabídky sportovní podívané, bez nutnosti kamkoli za ní cestovat (SLEPIČKA, 1990).

V případě, že se přesto sportovní divák chce osobně zúčastnit sportovního klání, má na výběr z celé řady odvětví. Nejdříve se pouze o tradiční sporty jako volejbal, fotbal, hokej a basketbal, ale o diváckou přízeň se nově hlásí i sporty, jež u nás dříve postrádaly kvalitu, v posledních letech se ale těší stále větší oblibě. Za všechna tato odvětví zmiňme především

florbal, který o své zvyšující se popularitě přesvědčil na nedávném Mistrovství světa, jež se konalo právě v České republice.

V dnešní době je také určitým trendem, či módní záležitostí, sport pěstovat aktivně. Vzhledem k rostoucímu množství tzv. sedacích zaměstnání, je to jev zcela pochopitelný. Pro ženy dnes existuje široká nabídka hodin jógy, spinningu, aerobicu, ale i jiných, zdraví prospěšných aktivit. Pro mužskou část sportující populace dnes není problém pronájem haly na oblíbený fotbal či nohejbal. Pro všechny pak další bezpočet velmi různorodých aktivit za přijatelné ceny. Na tuto problematiku poukazuje i SEKOT (2006, s. 377): „Povaha budoucího společenského vývoje s jeho rozšiřující se paletou možností trávení volnočasových aktivit, bohatosti tržní nabídky zboží a služeb a pestrosti způsobů trávení dovolené přinese rozvoj nových forem sportu, z nichž mnohé budou včleněny do současných rekreačních, zážitkových a alternativních sportů. Budeme tedy – v kontextu s očekávanými změnami v hodnotovém směrování na půdě životního stylu – svědky silicího důrazu na relaxaci, zdraví, společenské kontakty, tělesnou zdatnost, dobrodružství a touhy po výjimečném prožitku. Staneme se – zejména v bohatých zemích Severní Ameriky a Evropy – zřejmě svědky růstu fitness center, silicího zájmu seniorů o sportovní aktivity, větší účast žen na sportovním poli a lze zejména předpokládat vysokou popularitu alternativních sportů. Sport mimo rámec jeho výkonnostních forem tedy přinese v budoucím vývoji zejména rozšiřování vlivu a popularity.“

- rekreačního sportu,
- péče o kontroly zdravotního stavu a tělesné kondice,
- rostoucího zájmu o aktivní sport mezi seniory,
- rozšíření možností pro sportování žen,
- vzestup spektra forem a možností využití alternativních sportů,
- zvýšení možností pro sportovní aktivity tělesně a mentálně postižených.“

Opusťme-li na okamžik rámec čistě sportovní, je nutno zmínit, že vyplnění volného času člověka může mít nebývale pestrou skladbu. V dnešní době se typickému obyvateli krajského města nabízí bezpočet kulturních a společenských událostí, jež stojí za to navštívit. V případě slabší nabídky u odlehlejších míst, je dnes zcela běžné za kulturou cestovat.

Z výše uvedeného výčtu je, myslím si, zcela jasné, že dnes kluby musí vyvíjet daleko více snahy k přilákání diváků na své haly a stadiony než v minulosti. Musí využívat nejrůznějších marketingových a komunikačních strategií a co možná nejvíce poukázat na

příležitosti a přednosti osobní návštěvy utkání. Přilákání diváka do ochozů je ovšem jen půl úspěchu. Hlavní prioritou klubu by totiž v této oblasti mělo být udržení diváka. Je známá pravda, že získání nového diváka je složitější než udržení diváka starého. Cílem by tudiž mělo být zajištění určité stálé divácké základny, obce. Nejideálnějším stavem je pak přeměna diváka nepravidelného na diváka stálého, pravidelného. Předpokladem dosažení tohoto stavu je zejména celkový pocit, který si divák z návštěvy odnáší s sebou domů. Tím není myšlena jen vazba na konečný výsledek či předvedený výkon, nýbrž komplexní dojem, který je zpravidla odrazem celkové péče o diváka. Právě kvalitní péče o diváka, jako celá škála služeb a aktivit, je dnes hlavním předpokladem k úspěchu na poli sportovního diváctví.

1 CÍLE PRÁCE

1.1 Hlavní cíl

Objasnit příčiny a hlavní vlivy na změnu divácké návštěvnosti a popularity vybraných sportů v Ústí nad Labem.

1.2 Dílčí úkoly a cíle

- 1.) Seznámení s tradicí, historií, vývojem, ale především současným postavením jednotlivých sportů v daném regionu. Vytyčení a zmapování nejzásadnějších změn v každém ze sportů během posledních 10 let.
- 2.) Pro každý klub zvlášť zjistit informace, jež by mohly mít přímou návaznost na diváckou návštěvnost a popularitu na vybraných sportech v Ústí nad Labem. To znamená především sledovat chování, přístup, schopnosti a možnosti klubů na poli sportovního diváctví jako například práci managementu, propagaci zápasů, spolupráci s médií, velikost členské základny, kvalitu zázemí atd.
- 3.) Dle možností zjistit a porovnat statistická data návštěvnosti na domácích zápasech všech čtyř vybraných klubů.
- 4.) Vyhodnotit a interpretovat zjištěná statistická data. Zaměřit se ale zejména na výkyvy v divácké návštěvnosti individuálně – to znamená klub po klubu. Sledovat hybatele vnější i vnitřní s důrazem na ty nejmarkantnější a tudíž také klíčové.
- 5.) Pomocí anketního šetření zjistit popularitu jednotlivých sportů a další podrobnosti týkající se vlivů na návštěvnost a oblíbenost jednotlivých sportů v Ústí nad Labem. Prozkoumat vzájemné vztahy mezi popularitou a diváckou návštěvností, aktivním a pasivním pěstováním toho kterého sportu a další.
- 6.) Závěrem pak vytyčit silné a slabé stránky sledovaných klubů. Jako doporučení pro praxi zesumarizovat a vypichnout nejdůležitější faktory ovlivňující diváckou návštěvnost a popularitu.

2 METODIKA

2.1 Použité metody

Pro zjišťování většiny důležitých dat jsme použili tři základní zdroje, ze kterých jsme dále vycházeli. Jednalo se o anketní šetření (viz příloha č. 8), statistická data a strukturované rozhovory se zástupci jednotlivých klubů.

Cílem ankety bylo zjistit popularitu a divácký zájem dotazovaných o vybrané sporty v Ústí nad Labem. Pomocí doplňujících otázek se dále dopátrat přičin a postojů, které k jejich počinání vedou. Mezi vybrané sporty byl zařazen hokej, basketbal, fotbal a volejbal. Dané sporty jsou zastoupeny v Ústí nad Labem nejvýznamnějšími kluby na území města (viz příloha č. 2):

Lední hokej – HC Slovan Ústečtí lvi

Basketbal - BK Ústí nad Labem

Fotbal - FK Ústí nad Labem

Volejbal - SK Volejbal Ústí nad Labem

Statistická data jsme získávali především z internetových statistických databází sportovních svazů jednotlivých sportovních odvětví. Nesnažili jsme se dopátrat pouze počtu diváků na utkání, nýbrž také dalších okolností jako např. termín utkání, soupeř a jeho kvalita, fáze soutěže, výsledek utkání atp. Vzhledem k naší závislosti na vedení statistik svazy, či kluby, jsme byli rozdílně úspěšní. U každého sportovního odvětví jsme se ovšem dopátrali reprezentativních dat, která nám pomohla v další práci.

Pro zjištění potřebných informací o jednotlivých klubech, jsme použili nejjednodušší možný způsob. Na tyto informace jsme se zeptali přímo jich, respektive jejich zástupců. Těmito zástupci byly vždy odpovědné osoby, většinou se jednalo o manažery. Rozhovor měl vždy připravenou strukturu v podobě sestavení okruhů, které by mohly být přínosem pro celou práci a které nám mohli nejlépe osvětlit právě tito zástupci klubů.

HC Slovan Ústečtí lvi – Přemysl Zeman (marketingový asistent)

BK Ústí nad Labem – Tomáš Holešovský (manažer)

FK Ústí nad Labem – Petr Doubek (sekretář)

SK Volejbal Ústí nad Labem - Petr Javůrek (sportovní manažer)

2.2 Charakteristika souboru

Pro potřeby výzkumu měnění veřejnosti byla využita forma anonymní ankety, která dohromady čítala 12 otázek (viz příloha č. 8). V anketě jsme využili uzavřené a škálové otázky. Distribuce byla zahájena na začátku měsíce února a probíhala dvěma základními způsoby. Jedním z nich byla elektronická forma ankety, tudíž prostřednictvím internetu. Druhá forma byla osobní, tudíž písemná, a probíhala z velké části na území Magistrátu města Ústí nad Labem, středních a základních školách a také mezi četnými sportovními kruhy. Cílem bylo obsáhnout respondenty všech věkových kategorií bez rozdílu pohlaví. Smyslem nebylo rozdávat anketu na basketbalových či fotbalových utkáních, což by lehce mohlo vést k jistému zkreslení výsledků ve prospěch těchto sportů, nýbrž dosáhnout širšího záběru a za respondenty dosadit fanoušky fotbalu, hokeje, basketbalu, volejbalu, stejně tak jako aktivní sportovce ve zmíněných odvětvích, profesionální pracovníky a zástupce klubů až po skupinu lidí, jež si za normálních okolností na sport v jakékoli podobě čas spíše nenajde. Vzhledem k, pro tyto účely, velice vhodnému prostředí Magistrátu města Ústí nad Labem, se podařilo do ankety zahrnout všechny plánovaně smýšlené skupiny v dostačujícím reprezentativním množství (viz příloha č. 3). Řečí čísel to znamenalo 200 distribuovaných anket, z nichž bylo navráceno a korektně vyplněno 161. Sběr vyplněných anket probíhal celý měsíc a byl uzavřen koncem měsíce února.

3 HISTORIE, VÝVOJ A SOUČASNÁ SITUACE

3.1 Lední hokej

Hokej neměl z počátku na severu Čech příliš velkou tradici. Po válce tu hrála ligu jen Dukla Litoměřice a právě až ke konci II. světové války se datují začátky ledního hokeje v samotném Ústí nad Labem. Jako již tradičně, vše začalo u sportovních nadšenců, kteří se dali dohromady v roce 1945. V čele s Jaroslavem Kropáčkem pak v roce 1946 založila tato skupina klub ledního hokeje Sokol Ústí nad Labem. Po několika měsících došlo, po vzoru pražského jmenovce, ke změně názvu a založení klubu LTC (1946 - 1948). Pravidelná soutěž se začala hrát posléze – po přihlášení do Západočeské župy zimních sportů. Název se v dalších letech měnil ještě několikrát. Mezi lety 1949 a 1959 klub nastupoval pod názvem ZSJ Armaturka, od roku 1959 pak přešel pod TJ Chemička. V roce 1963 však TJ Chemička ukončila pro finanční potíže činnost hokejového klubu. Následovalo mnoho jednání s městskými orgány o budoucnosti ústeckého hokeje. Nakonec bylo rozhodnuto nedopustit skončení hokeje ve městě. Východiskem se nakonec poněkud překvapivě stala tehdy malá jednota TJ Slovan Národní výbory, která se rozhodla provozovat hokej jako hlavní odvětví své činnosti (ZDVOŘÁČEK, 2005).

Od roku 1966 do roku 1972 hrálo mužstvo TJ Slovan tehdejší II. ligu. Po sezóně 1971/72 došlo k reorganizaci soutěží a byla vytvořena I. Národní hokejová liga. Klub se přes náročnou kvalifikaci, ve které obsadil 2. pozici, dostal do I. ČNHL (České Národní Hokejové Ligy) a pravidelně ji hrál po 16 sezón. Toto období bylo pro klub v mnoha ohledech velmi úspěšné. Dvakrát se dokonce srdnatě pral o postup do I. ligy. Poprvé v sezóně 1979/80 ho po vyhrané skupině „A“ I. ČNHL zastavil až v kvalifikaci o postup do 1. ligy exligový TJ Gottwaldov. Podruhé byl Slovan blízko 1. ligy hned v následující sezóně. Svojí skupinu opět vyhrál, ve finálové desetičlenné skupině obsadil ale „až“ 3. místo za Zetorem (postoupil do 1. ligy) a Ingstavem Brno (ZDVOŘÁČEK, 1993; ZDVOŘÁČEK, 2005).

Chudší období si Slovan začal vybírat od sezóny 1986/87. Tento rok se ještě zachránil, v sezóně následující už ale hrozbu neodvrátil a sestoupil do II. NHL (ZDVOŘÁČEK, 1993). Hned v následující sezóně 1988/89 však prokázal velkou snahu o rychlý návrat a vyhrál suverénně s náskokem 16 bodů svoji skupinu. Zdálo se, že o jeho návratu do I. NHL není pochyb, ale kvalifikace se vůbec nevydařila a Slovan musel čekat na návrat do této soutěže až do roku 1993. Návrat to byl ovšem famózní. Jako nováček se v sezóně 1993/94 po základní a

nadstavbové části umístil na 5. místě a jeho tažení zastavil až v semifinále Vsetín, který tehdy neohroženě kráčel do Extraligy a stal se šestinásobným mistrem. Po sezóně 1996/97 byl nucen finančně vyžímaný klub soutěž prodat do Chomutova a v následující sezóně se zachránil jen těsně před pádem do oblastního přeboru (ve II. lize obsadil 12. příčku). Tato sezóna představuje dodnes dno, od kterého se v budoucnu Slovan odrazil k lepším výsledkům (ZDVOŘÁČEK, 2005).

V další sezóně došlo k diametrální změně, když se Slovanu podařilo vyhrát základní část své skupiny „A“. V této sezóně se ještě nepodařil toužený návrat do I. ligy, když tým neprošel baráží. Nasbírané zkušenosti však tým zúročil o rok později a mohl slavit po třech letech postup do druhé nejvyšší republikové soutěže.

Cíle pro nadcházející sezónu byly jednoznačné a realistické – udržení soutěže a stabilizace kádra. Celé sezóna probíhala v tradičním nováčkovském duchu. Povedený vstup do soutěže, mohutná divácká podpora (5722 diváků na utkání s Prostějovem) a počáteční entuziasmus byl po čtvrtině soutěže vystřídán útlumem, nervozitou a častým střídáním na pozici trenéra. Přes velké trápení Slovan sezónu přežil a v I. lize se usadil. Mezi tehdejší tahouny družstva patřili především stálíce Vlastimil Patzenhauer, Daniel a Martin Tvrzníkové.

Sezóny 2001/2002 a 2002/2003 byly velmi podobné. V obou mužstvo prokázalo zlepšenou výkonnost a podařilo se mu ze šesté pozice proklouznout do play-off. V něm tým ze severu Čech dvakrát za sebou narazil na velmi silného soupeře, kterého vždy dokázal značně potrápit. V play-off 2002 se ústečtí hokejisté srdnatě rvali se slavnou Duklou Jihlava. Pozdějšímu účastníkovi play-off nakonec po boji podlehli 4:2 na zápasy.

Pro sezónu 2002/2003 došlo v klubu ke změně vedení, na post generálního manažera byl obsazen David Šaffer. Výsledkově se týmu dařilo především v první polovině soutěže, druhá část byla bodově chudší. V play-off došlo na tradiční severočeské derby. Čtvrtfinálová série s Chomutovem se protáhla na maximální počet utkání a Slovanu uteklo semifinále o chloupek po porážce 3:2 na zápasy.

Silnější, s obrovskými kádrovými změnami a podporou města jako majoritního akcionáře se Slovan představil v následující sezóně. Celou ji strávil na předních pozicích a po základní části obsadil čtvrté místo. Po dvou čtvrtfinálových nezdarech se konečně podařilo projít do semifinále. V něm sice již tým nestačil na Beroun, ovšem opět se o kousek přiblížil vytouženému cíli – postupu do Extraligy.

2004/2005, sezóna výluky NHL. Zřejmě nejkvalitnější a nejkrásnější základní část I. ligy vůbec. V I. lize se objevilo spoustu hráčů extraligových kvalit, kteří se nevešli na soupisky extraligových týmů. Nechyběli ale také hvězdy světové úrovně. Za Ústí se představil mistr světa Martin Štěpánek a Jan Čaloun. Za České Budějovice zářil Václav Prospal, Radek Dvořák, Václav Neckář či v brance Roman Turek. Tým z jihu Čech se po překvapivém sestupu stal jasným favoritem I. ligy. Jediný tým, který byl schopen s ním po téměř celou základní část držet krok, byl právě ústecký Slovan. Ozdobou celého ročníku byly především vzájemná střetnutí obou nejlepších celků soutěže. První jejich střetnutí na ledě Lvů vidělo na rekonstruovaném ústeckém zimním stadionu neuvěřitelných 6400 diváků. V průběhu základní části se oba týmy průběžně střídaly ve vedení a ostatní družstva nechávaly daleko za sebou. V závěru sice ztratili Lvi bezprostřední kontakt s Českými Budějovicemi, na třetí Hradec Králové si však vybudovali neuvěřitelný náskok 33 bodů!

V play-off se tým z Ústí nad Labem dostal do finále I. ligy poprvé od roku 1980. Před sezónou si tým stanovil za cíl další postupnou metu – finále. Samozřejmě ale také pokukoval po barážové účasti. Ve finále I. ligy se potvrdili papírové předpoklady a, hlavně díky výborné formě brankáře Romana Turka, České Budějovice vyhrály finále 3:0 na zápasy. Po vyhrané baráži s Duklou Jihlava pak mohly po roce slavit návrat mezi extraligovou smetánku (ZDVOŘÁČEK, 2005).

Motivování výborným výsledkem z loňské sezóny naskočili svěřenci Pavla Hynka do ročníku 2005/2006. Vzhledem k hierarchii výsledků z posledních let (viz příloha č. 5) – čtvrtfinále, semifinále, finále – myslel tento rok každý na vítězství v I. lize a následnou baráž. Přes nečekaně váhavý a pomalý start se po polovině soutěže usadilo družstvo na vedoucí pozici a zbytek základní soutěže se nesl spíše v očekávání play-off. Družstvo táhl nový kapitán – extraligový slávistický veterán a srdcař Milan Antoš. Na play-off se podařilo získat na hostování zkušeného Romana Málka na pozici brankářské jedničky.

Play-off se Lvům vydařilo, postupně udolalo Olomouc, Hradec Králové a Mladou Boleslav a stalo se poprvé ve své historii králem I. ligy. Na ústecký tým nyní čekala baráž o postup do Extraligy s jasné posledním týmem nejvyšší soutěže – Vsetínem.

Ústečtí do série vstoupili vítězně a z Valašska si odváželi nadějný stav 1:1 na sérii. Doma však také jednou zaváhali a na pátý zápas odjížděli do Vsetína za stavu 2:2. Ze stadionu šestinásobného republikového mistra přijeli s nepořízenou a doma potřebovali nutně vyhrát pro udržení se v boji o postup. To se především díky střelecké impotenci nepodařilo,

Slovan na domácím stadionu prohrál 0:1 a Vsetín se mohl ponořit do víru oslav (FILAS : *Cesta z pekla až do nebe, seriál o historii – díl 6. Sezona 2005 – 2006, 2007*).

V sezóně 2006/2007 se otevřela výjimečná možnost pro vítěze I. ligy – přímý postup do Extraligy bez nutnosti absolvování baráže (díky nucenému odstoupení Vsetína).

Rok po neúspěšné baráži se Vsetínem se tedy tým Ústeckých Lvů snažil obhájit titul vítěze I. ligy. Základní části sice nedominoval jako před rokem, o to víc se však soustředil na klíčové play-off. Na čele tentokrát nikdo výrazně neodskočil a tak se vytvořila velmi silná skupina spolufavoritů. Kromě Ústí nad Labem ještě Chomutov, Brno, Hradec Králové a Mladá Boleslav. Ostatní týmy již výrazně zaostávaly.

Na přelomu roku se Lvi usadili na první příčce a tu si drželi i po Novém roce. Poté přišla čtyřzápasová šňůra neúspěchů, díky které se náskok vedoucího týmu značně ztenčil, přesto však stále vedl. Vedení týmu sáhlo k nečekané volbě, když odvolalo dosavadního hlavního trenéra Pavla Hynka a dosadilo za něj tehdejšího asistenta Vladimíra Evana. Ten nakonec tým dovedl do play-off na druhém místě.

V nadstavbové části přešel Slovan nejprve ve čtvrtfinále lehce přes Duklu Jihlava. V semifinále na něj čekala velmi silná a nabuzená Mladá Boleslav. Přesto tým Vladimíra Evana vydřel důležitý postup již ve třech zápasech. Ve finále Ústečtí narazili na tradičního soka – Chomutov. Oběma týmům se podařilo urvat jeden zápas na hřišti soupeře a tak se celá série stěhovala na rozhodující pátý zápas do Ústí nad Labem. Domácí veledůležité utkání zvládli, vyhráli 4:1, a poprvé v historii slavili postup do Extraligy (FILAS : *Cesta z pekla až do nebe, seriál o historii – díl 7. Sezona 2006 – 2007, 2007*).

Na extraligové mapě se však krajské město objevovalo pouze po dobu jedné sezony. Do poloviny soutěže se sice drželo od sestupové pozice, druhou část soutěže i díky smolným prohrám stráвило na posledním místě a nevyhnulo se baráži. V boji o uchování extraligové příslušnosti se tým utkal s ambiciózní Mladou Boleslaví, na kterou nestačil a po roce stráveném mezi extraligovou smetánkou se opět vrátil do první ligy.

Klub během svého účinkování na hokejové mapě vychoval řadu špičkových hokejistů, dokonce i některé reprezentanty. Za všechny hráče, jež za Slovan kdy nastupovali, zmiňme aspoň ty nejznámější, jsou jimi především Milan Hejduk, Petr Rosol, Radek Kampf, Radek Hamr, Jan Čaloun, Martin Štěpánek (FILAS, 2003-2009).

3.2 Basketbal

Počátky basketbalu v Ústí nad Labem sahají do poloviny roku 1946 a o jeho rozvoj se zasloužil především mladý středoškolský profesor tělovýchovy Květoslav Soukup. Tento rodák ze Strakonicka začal vyučovat na Obchodní akademii (OA) v Pařížské ulici. Byl velkým vyznavačem košíkové a v Ústí nad Labem se setkal s několika chlapci ze Strakonicka. Spolu založili první družstvo košíkové v Ústí nad Labem jako družstvo OA a přihlásili se do jednoty Sokol Ústí nad Labem. Tyto nadšence posléze následovali i další sportovci z ostatních středních škol, což ve výsledku znamenalo uspořádání historicky prvního turnaje mládežnických družstev koncem roku 1946 pod názvem „Akademický pohár“.

Dne 9. března 1947 byla z organizačních důvodů v Ústí nad Labem založena Severočeská župa košíkové v rámci České obce sokolské. Severočeská župa se poté přičinila o uspořádání 1. ročníku turnaje mužů v Ústí nad Labem, a to pod názvem Tyršův pohár. K roku 1947 se rovněž datuje vznik prvního družstva žen v rámci Sokola Ústí n. L.

Významným milníkem pro další rozvoj košíkové bylo utkání mezi družstvem mužů Sokola Ústí nad Labem a družstvem Latter Day Saints z Utahu (američtí vysokoškoláci – misionáři mormonské církve). Utkání se hrálo v pondělí 21. února 1949 v Tyršově domě.

Kvůli násilnému zrušení Sokola cestovali košíkáři pod TJ Slovan, následně nesli jméno Železničáři Ústí n. L., až nakonec na dlouhou dobu zakotvili zásluhou profesora Soukupa pod TJ Lokomotiva Ústí nad Labem.

Polovina padesátých let znamenala zakládání sportovních škol dorostu (dívčích i chlapeckých), jež se později staly základním pilířem a zdrojem nových hráčů a hráček (BERAN, 2005; ZUBÍK, 2006).

Mezi lety 1971 – 1984 nebylo pro oddíl košíkové TJ Lokomotiva mnoho důvodů ke slavení. Ve zkratce:

1972 - sestup družstva žen z 1. ligy po třinácti letech

1974 - úplný konec ženské složky v oddíle

1984 - sestup „A“ družstva mužů z národní (II.) ligy

Pozitivně lze z tohoto období označit pouze umístění mládežnických družstev v republikových soutěžích. Družstvo starších žáků v sezóně 1984-85 získalo pod vedením

trenéra Jana Šedivého titul přeborníka republiky. Stejný tým se poté v sezóně 1986 – 87 stal vicemistrem Československa (BERAN, 2005).

V roce 1991 se bývalý oddíl košíkové TJ Lokomotiva transformoval na samostatný právní subjekt Basketbalový klub Lokomotiva 91 Ústí n. L. (BKL 91). Bylo zvoleno nové vedení, které opustil zakladatel Květoslav Soukup. Nové vedení připadlo ing. Janu Bejčkovi. Po dvou letech se podařilo, poprvé v historii ústeckého mužského basketbalu, postoupit do nejvyšší soutěže. Účinkování to však bylo jen krátké – po dvou sezónách tým z nejvyšší soutěže nečekaně sestoupil. V sezóně 1995/96 se ovšem po dvou vítězných barážových utkáních podařilo opět po roce postoupit do nejvyšší soutěže – hlavní měrou se o to zasloužil nový sponzor - Spolek pro chemickou a hutní výrobu, a.s. Ústí nad Labem (Spolchemie), který otevřel klubu nové možnosti na poli ekonomiky a také nové vedení - trenér Jan Šedivý st., bývalý dlouholetý úspěšný trenér mládežnických družstev našeho klubu (BERAN, 2005; ZUBÍK, 2006).

Od této doby se hrála nejvyšší basketbalová soutěž v Ústí nad Labem nepřetržitě až do sezony 2007/2008. V letech 1991 – 1996 zaznamenala úspěchy družstva mládeže ve finále přeborů ČR, kdy se družstvo žáků stalo v dvouletém cyklu mistry České republiky mladších a následně starších žáků (BERAN, 2005).

Od sezony 1993/1994 se začala měnit také klubová politika. A to konkrétně v angažování zahraničních hráčů ze zemí bývalého Sovětského Svazu, Jugoslávie a do budoucna především z USA. Jednalo se především o vysoké hráče, pivoty, kterých je na českém trhu pomálu. Tato strategie se setkávala se střídavými úspěchy, někteří hráči se uplatnili a přinesli do týmu potřebnou kvalitu, jiní odehráli dva, tři zápasy a putovali zpět domů. Přestože se mnozí z takto angažovaných hráčů osvědčili a byli často oporami týmu, málokdo z nich vydržel déle než jednu sezonu. Ve výsledku se tak ukázalo, že tato strategii je účinná jen v krátkodobém měřítku, výhledově je však zcela neperspektivní a „nikam nevede“ (ZUBÍK, 2006).

V roce 1996 byl Valnou hromadou ustanoven sedmičlenný výkonný výbor klubu a v srpnu téhož roku vzniká, se vstupem generálního partnera Spolku pro chemickou a hutní výrobu, a.s., BK Spolchemie, a.s. Významnou úlohu ovšem nadále zastávají jako partneři občanské sdružení BK 91 Ústí n. L., Severočeská plynárenská, a.s. a město Ústí nad Labem. Hlavním cílem nově vytvořené akciové společnosti je zajistit stálé postavení družstva v 1 lize

mužů a navázat na úspěšnou mládežnickou základnu klubu, která v minulosti vychovala např. čs. reprezentantku Marii Soukupovou – Záhoříkovou, dlouholetého reprezentanta, internacionála Kamila Brabence či oporu národního družstva Pavla Bečku (BERAN, 2005).

V roce 1999 změnil klub, s příchodem nového hlavního sponzora Severočeskou plynárenskou, svůj název na „BK SČP Ústí nad Labem“. Díky finanční politice se podařilo sehnat i dalšího – tentokrát zahraničního investora - německý Verbundnetz Gas, A.G. Stálou podporu má basketbal od města Ústí nad Labem a BK 91. Cílem pro nadcházející sezony je opět stabilizace působení v 1. lize mužů. V tomto období přichází i změna hracích prostor. Klub se ze stísněných prostor haly TJ Slavoj Severotuk na Střekově přestěhoval do současného stánku nejlepšího ústeckého basketbalu - do příjemného prostředí větší haly TJ Chemička v centrální ústecké čtvrti Kliše (ZUBÍK, 2006).

Od roku 1999 se v družstvu vystřídalo několik trenérů a klub se neustále pohyboval ve spodní části ligové tabulky bez úspěchu alespoň v podobě postupu do play-off. To se podařilo po dlouhých pěti letech a teprve potřetí v historii v sezóně 2004/2005 omlazenému týmu pod vedením „ústečáka“ Jana Šedivého (BERAN, 2005).

V sezóně 2005/06 odstoupil od spolupráce generální sponzor Severočeská plynárenská. Na výsledcích družstva se to ale naštěstí negativně neodrazilo. Naopak se mu v 7. místem podařilo vyrovnat historicky nejlepší umístění ze sezóny 1993/94. Přesto ztráta sponzora, který dodával do klubu ročně 4,5 milionu korun, byla citelná a pro klub to znamenalo omezení rozpočtu o polovinu! To samozřejmě vyvolalo kádrové změny. Talent a tahoun Pavel Houška odešel do sousedního Děčína, smlouvou ukončil Pavel Kubálek a Američan Thomas, hostování skončilo pivotu Chánovi (BK ÚSTÍ NAD LABEM, 2006).

Nejen vynucené kádrové změny měly nakonec za důsledek sestup z nejvyšší basketbalové soutěže u nás v ročníku 2007/2008. Tento pád paradoxně znamenal, doufejme, začátek nové éry ústeckého basketbalu. Po sestupové sezoně došlo k návratu hned několika opor z let minulých a klub začal pracovat víceméně od nuly. Prioritou se nestal nutně okamžitý návrat do Mattoni NBL, ale spíše stabilizace klubu, práce s mládeží a její zapracovávání do „A“ mužstva, rekonstrukce zázemí a přilákání basketbalových fanoušků zpět do hledišť. V posledních zápasech sestupové sezony se jich totiž často sešlo sotva na 100, což je, nejen na nejvyšší soutěž, návštěva ostudná. (viz příloha č. 4) Pro momentálně probíhající sezonu nastalo pár důležitých změn na vedoucích manažerských a trenérských

pozicích, společnost Sluneta koupila Halu TJ Chemička a odstartovala její rozsáhlou rekonstrukci, pro práci s diváky se začal uplatňovat zcela jiný přístup a zdá se, že je jen otázkou času, kdy si Ústečané přivyknou chodit na zápasy místního BK (PŘIBYL, 2008).

3.3 Fotbal

První zmínky o klubu se datují k roku 1927, konkrétnější záznamy se objevují ale teprve po ukončení II. světové války. Roku 1945 byl založen klub SK Ústí nad Labem, který zahájil svoje účinkování v Předlicích a působil v I. B třídě. V roce 1948 klub změnil název i domácí prostředí. Původní SK Ústí nad Labem se začlenil do Sokola a tak vznikla Závodní Sokolská jednota Armaturka Ústí nad Labem, která své domácí zápasy hrála již na nynějším Městském stadionu. Stále více se zlepšující klub postupoval v soutěžní hierarchii výše a výše, v roce 1952 pronikl dokonce až do 1. ligy, nepovedlo se mu však udržet a po roce putoval znova zpět do zemské ligy. Po této sezóně došlo k další reorganizaci a oddíl začal nosit nové jméno: Spartak Ústí nad Labem. Jméno závodu Armaturka (zkráceně „Arma“) však zůstalo v podvědomí ústeckých fotbalových fanoušků dodnes. Historický úspěch z roku 1952 se podařilo ještě jednou zopakovat v roce 1958. Zopakovat se ho podařilo bohužel doslova, protože nejvyšší soutěž se v Ústí nad Labem hrála opět pouze jednu sezónu. Přesto je třeba upozornit, že oddíl patřil spolu s Tatranem Teplice k nejlepším v celém Severočeském kraji a jeho dres oblékali i někteří členové československé reprezentace. Při nynějších, leckdy i netisícových, návštěvách si lze jen obtížně představit, že v období mezi lety 1950 a 1960 fandilo domácím „modrobílým“ na deset tisíc fanoušků. Mnoho věrných příznivců tehdejší „Army“ cestovalo pravidelně i na venkovní zápasy a zájem o ústecký fotbal byl vůbec největší v jeho dosavadní historii. Následující, o něco klidnější, desetiletí se nesla ve znamení střídavého působení ve druhé a třetí nejvyšší republikové soutěži (EHNERT, 2006; FK ÚSTÍ NAD LABEM, 2006).

90. léta 20. století byla pro ústecký fotbal temným obdobím. Tehdejší Spartak Ústí n. L. v sezoně 1988/1989 sestoupil do II. ČNL, ze které byl následující sezonu dokonce vyloučen za účast v úplatkářské aféře. V sezóně 1990/1991 hrál tedy tým krajský přebor, toho času až pátou nejvyšší soutěž, což se pochopitelně negativně odrazilo i ve výši diváckého zájmu. Za ryze amatérských podmínek se podařilo soutěž vyhrát a postoupit do divize. Rokem 1992 začíná éra podnikatele a mecenáše Oldřicha Suchánka. Především díky jeho finanční podpoře se podařilo klubu v sezoně 1992/1993 postoupit do ČFL a o sezonu později dokonce do II. ligy. Zvýšená fotbalová kvalita znamenala logicky i příval diváckého zájmu. Návštěvy

na domácích zápasech Armaturky se pohybovaly v této době okolo 3000 diváků. Zhruba od roku 1995 se hlavní sponzor začal dostávat do složité finanční situace, následovali rozporu uvnitř klubu, neplacení faktur a nutný exil na hřišti v Lovosicích. To vše vyvrcholilo v sezóně 1997/1998, kdy FK Ústí odehrálo pouze polovinu soutěže. Vedení města odmítlo poskytnout finančně vyžádanému klubu peněžní pomoc a ten do druhé poloviny soutěže již nenastoupil. Následující ročník se tím ani nepřihlásil do soutěže a tato odmlka má zcela jistě výrazný vliv i na současnou pozici fotbalu mezi ústeckými sporty. Lidé na fotbal do jisté míry zanevřeli a od této doby jeho divácká základna víceméně stagnuje (Soukromý archiv Františka Pličky).

V sezóně 1999/2000 došlo ke spojení s předměstským FK NRC Všebořice, který hrál I. A třídu, z čehož vznikl nový oddíl MFK Ústí nad Labem. Nově založený klub ukončil ročník na 4. místě a vybojoval postup do divize, kterou hrál po tří sezony. Finanční výpomoc přišla po velmi dlouhé době i z městské pokladny a vzkříšení ústeckého fotbalu dokonal vstup podnikatele Václava Mušílka. Ten se stává sportovním ředitelem klubu a uzavírá spolupráci s FK Teplice. (BIČIŠTĚ, 2002) Především proto klub dvakrát za sebou postupuje – nejprve v roce 2003 do ČFL a o rok později do II. ligy. Sezona, kdy hrál tím na špičce ČFL, vyvolala po dlouhé době také zvýšený zájem publika. Návštěvnost vzrostla zhruba o 600 diváků na zápas a celosezónní průměr se zastavil na hodnotě 900 diváků. Od sezony 2004/2005 se klub stává trvalým účastníkem 2. ligy. Postup do vyšší soutěže znamenal potřebu rekonstrukce zázemí a tak hrálo po celý ročník ústecké mužstvo svá domácí utkání v exilu na teplických „Stínadlech“. Přes zajištěnou dopravu, fotbalovější prostředí a kvalitnější soutěž spadla, z logických důvodů, průměrná návštěvnost na polovinu (Soukromý archiv Františka Pličky).

V roce 2005 vzniká akciová společnost Fotbalový klub Ústí nad Labem, jejíž akcionáři jsou Město Ústí nad Labem (51%) a FK Teplice (49%). Hlavním cílem pak udržení 2. ligy, přestavba stadionu a zkvalitnění práce s mládeží (GEBERT, 2005).

V současnosti hraje klub svou pátou sezonu v druhé nejvyšší republikové soutěži. Uplynulé čtyři absolvoval se střídavými úspěchy, nejlépe 3. a nejhůře 12. místo toho důkazem (Soukromý archiv Františka Pličky).

Klub disponuje širokou mládežnickou základnou, má čtyři dorostenecká a čtyři žákovská družstva a úzce spolupracuje s FK Ravel junior Ústí nad Labem (klub zaměřený na „přípravky“) a FK ČL Neštěmice (FK ÚSTÍ NAD LABEM, 2006).

3.4 Volejbal

Z dostupných zdrojů bohužel nemůžeme určit přesný rok vzniku, přesto však víme, že se volejbal v Ústí nad Labem poprvé začal objevovat ve třicátých letech 20. století (NOVOTNÝ, 2006).

V tomto období se organizovaný volejbal v Ústí nad Labem soustředil pod hlavičkou Sokola Ústí nad Labem. Mezi tehdejší průkopníky ústeckého volejbalu patřily jména jako Pavláček, prof. Šťoviček, Tichý, Štěpánek, Šosvald a Aschenbrull. Historicky první doložený turnaj se odehrál v Trmicích roku 1938 u příležitosti slavností Čechů a Němců. Po konci druhé světové války byla od roku 1947 obnovena volejbalová aktivita ve třech klubech: Sokol, Lokomotiva a Zaměstnanci města Ústí nad Labem. Do téhož roku se také datuje historicky první mezinárodní utkání. Odehrálo se na stadionu 1. máje a nastoupily v něm proti sobě družstva Sokol Ústí nad Labem a Francie. Sokol Ústí nad Labem se mohl radovat z cenného vítězství 3:2. Další roky se nesly ve znamení výkonnostního růstu a popularizaci ústeckého volejbalu, což vyvrcholilo založením Sportovní školy dorostu v roce 1952, kterou z pověření tehdejšího ÚV ČSTV vedl Václav Hajný. Absolventi této školy se stali nepostradatelným zdrojem hrácké základny ligových družstev v pozdějších letech. V mužském volejbale se jednalo zejména o volejbalový oddíl, který nesl nejdříve název Jednota (1948-1952), později DSO Jiskra (1953-1960) a od roku 1961 Chemička Ústí nad Labem. Toto družstvo slavilo v roce 1953 postup do celostátní soutěže a o pět let později poprvé hrálo mistrovství ČSR. V roce 1983 dosáhli volejbalisté tohoto oddílu největšího úspěchu, když vybojovali třetí místo v mistrovství ČSSR. Velmi úspěšný byl pro klub také rok 1994, ve kterém obsadil druhé místo v lize a vyhrál Český pohár.

Zřejmě nejvýraznějším zlomem v historii ústeckého volejbalu byl v roce 1994 vstup silného ekonomického partnera, společnosti Setuza a.s., se kterým byly po dalších pět let spojovány největší úspěchy a sláva volejbalu v Ústí nad Labem. Mezi lety 1995-1999 se hráči VK Setuza stali třikrát Mistry ČR (viz příloha č. 5), vyhráli třikrát Český pohár a startovali tři sezóny v prestižním Evropském poháru - Lize mistrů. Bohužel, tato nejúspěšnější éra ústeckého volejbalu vzala za své v roce 1999, když odstoupila Setuza a.s. od sponzorování volejbalu. Klub VK Setuza ekonomicky zkrachoval a ústecká volejbalová pevnost na čtyři roky zmizela z mapy špičkového volejbalu v ČR. Je potřeba zmínit, že se jednalo o bezpochyby nejslavnější období volejbalu na Ústecku, ve kterém se hala „TJ Chemička“ plnila skvělými fanoušky na každý domácí zápas až „po okraj“. Netřeba se tomu také dlouho divit, když zmínime třeba jen některé z bývalých hráčů VK Setuza, jež se později stali

oporami ve svých, domácích i zahraničních, klubech, či dokonce v reprezentaci ČR. Byli to hráči jako Přemysl Bláha, Michal Nekola, Martin Lébl, Jakub Novotný, Jiří Novák, Petr Brom, Luděk Černoušek, Přemysl Kubala, Michal Palinek a další.

Za dlouhou dobu účinkování „Chemičky“ na volejbalové mapě se v ní vystřídalo mnoho hráčů, za všechny jmenujme proto aspoň ty, kteří nejvíce šířili slávu nejen ústeckého, ale i československého volejbalu. Zde tedy jsou hráči, kteří v různém časovém horizontu reprezentovali Československo (později i ČR). Jan Veselý, Jaroslav Hálek, Jiří Šumný, Miroslav Slanec, Rudoslav Šimek, Karel Jeřábek, Josef Pick, Milan Šlambor, Ladislav Petlák, Milan Hadrava, Přemysl Bláha, Michal Nekola, Martin Lébl, Jakub Novotný, Petr Brom, Luděk Černoušek, Přemysl Kubala, Jiří Novák (SK VOLEJBAL ÚSTÍ NAD LABEM, 2009).

Vzhledem k odchodu hlavního sponzora a krachu oddílu se další roky potýkal volejbal v Ústí nad Labem s těžkou krizí. Naštěstí se podařilo uchovat alespoň mládežnická družstva, která si pod křídla vzal oddíl TJ Spartak a umožnil jim provozovat svoji činnost ve své sportovní hale. Jen díky „Spartaku“ a „Zlaté volejbalové“ se podařilo přežít hubenější léta a zachovat solidní výkonnost mládežnických týmů, což, jak se později ukázalo, byl i odrazový můstek ke znovuvzkříšení mužského seniorského volejbalu.

Obrat k lepšímu nastal po komunálních volbách v roce 2003, kdy město Ústí nad Labem poskytlo finanční prostředky na projekt „Návrat vrcholového volejbalu do Ústí nad Labem“, podařilo se najít nové sponzory a byl založen nový klub pod názvem SK Volejbal Ústí nad Labem. Prioritním cílem se stalo sjednocení roztríštěného volejbalového hnutí v Ústí nad Labem, profesionalizace práce s mládeží a do tří let postup do extraligy mužů. Původní plán se povedlo dokonce překročit, když se po dvou letech usilovné práce podařilo „A“ mužstvu postoupit do extraligy. Po třech odehraných letech se dá konstatovat, že se klubu i přes nevýraznou podporu města daří hrát vyrovnaná utkání s nejlepšími mužstvy v republice a pohybovat se na hranici play-off. Svou politikou se ze všech 4 sledovaných sportovních odvětví nejvíce opírá o výkony svých odchovanců a také mladých hráčů. Možná i z tohoto důvodu se stal volejbal, po sestupu hokejistů a basketbalistů, v právě ukončené sezóně 2008/2009 jediným zástupcem ústeckého sportu v nejvyšší republikové soutěži (z námi sledovaných sportovních odvětví). V mládežnické kategorii v současnosti klub plně funguje od oddílů přípravky, přes žáky, extraligové kadety až po extraligové juniory. Na ZŠ Rabasova 3 byly zavedeny speciální sportovní třídy se specializací na volejbal. Tyto třídy by měly do budoucna plnit roli zásobárny talenty pro „A“ mužstva žen a mužů (BIČIŠTĚ, 2003; SK VOLEJBAL ÚSTÍ NAD LABEM, 2009).

4 POPULARITA A DIVÁCKÁ NÁVŠTĚVNOST

SEKOT (2006, s. 247) uvádí: „ Pokud se zaměříme na základní typy sportovních fanoušků, pak můžeme bez zvláštních obtíží odlišit především „přímé“ a „nepřímé“ konzumenty sportu. V prvním případě se jedná o „přímou konzumaci“ živé sportovní události, zatímco ve druhém případě běží o sledování sportu prostřednictvím médií.“ Dle tohoto rozdělení sportovních fanoušků by se dalo soudit, že divácká návštěvnost je rovna počtu „přímých“ sportovních fanoušků, oproti tomu popularita je sjednocením množiny „přímých“ a „nepřímých“ sportovních fanoušků (myšleno v pasivním smyslu slova sport). Snahou každého klubu by tedy, logicky, mělo být co největší vzájemné překrytí uvedených množin. Jako ideální stav, z hlediska sportovního klubu, pak můžeme označit absolutní rovnost obou dvou množin (nebereme-li v potaz návštěvy „náhodných“ diváků, kteří se ve skutečnosti o daný sport nezajímají, nejsou tedy zahrnuti do popularity daného sportu, ale ocitli se na sportovním utkání shodou okolností, či z nějakých sekundárních důvodů) Tohoto ideálního stavu je ale z celé řady přičin nemožné docílit. Co možná nejvíce se mu přiblížit, by ale mělo být jednou z hlavních priorit každého sportovního klubu. Popularita a divácká návštěvnost jsou tedy dva sportovní ukazatele, jež spolu úzce souvisí, avšak vyjádřeno čiselně, mohou být značně rozdílné.

Oba dva ukazatele jsou ovlivněny celou řadou okolností a faktorů. Z námi provedené ankety (viz příloha č. 8) jsme se snažili zjistit ty nejvýznamnější.

4.1 Popularita

4.1.1 Popularita vybraných sportů dle ankety

Popularity námi sledovaných sportů jsme se snažili dopátrat pomocí ankety (viz příloha č. 8), konkrétně především otázkou č. 3, ze které vzešla následující tabulka.

Tabulka č. 1: Popularita vybraných sportů v Ústí nad Labem

Lední hokej	2,71
Basketbal	3,81
Fotbal	3,43
Volejbal	3,32

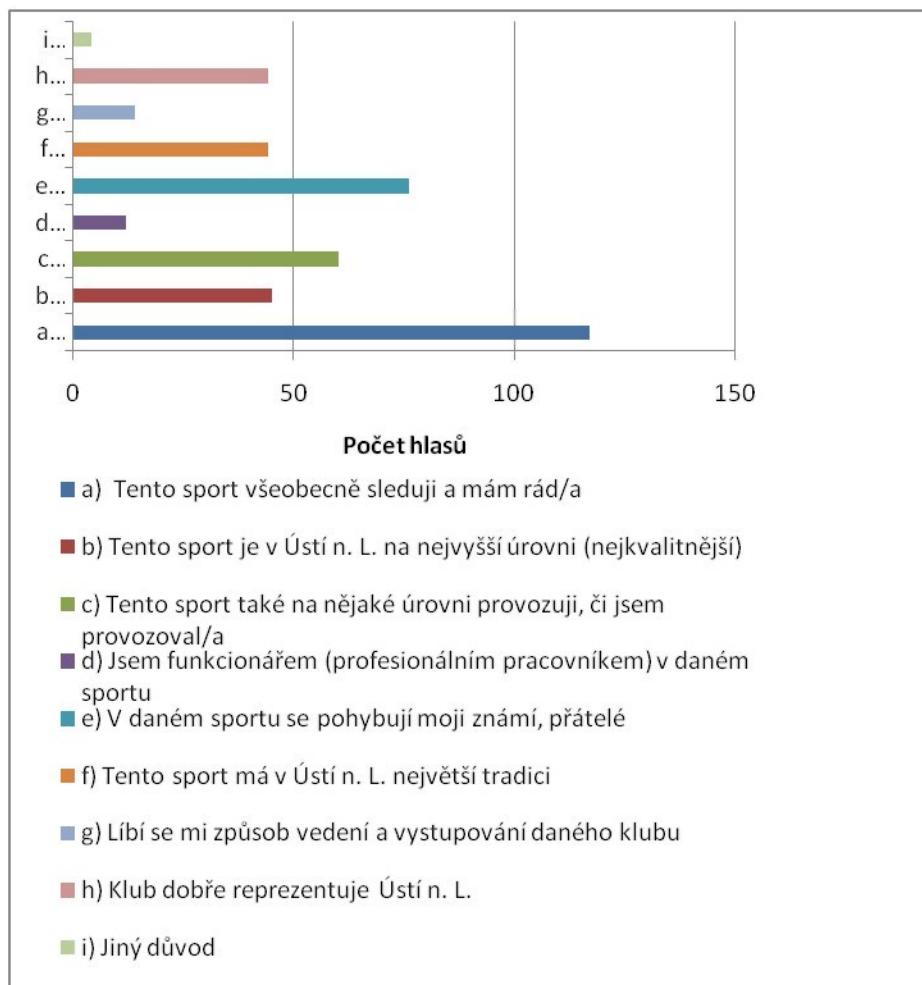
Číselné hodnoty u jednotlivých sportů vyjadřují průměrnou známku, která jim byla udělena respondenty. Hodnotící škála byla stanovena od jedné do pěti a to na stejném principu

jako známkování školní. V našem případě znamenalo ohodnocení sportovního odvětví známkou 1 – sleduji velmi, na druhé straně stupnice známka 5 vyjadřovala – nesleduji vůbec. Dotazovaní vybírali známky na základě četnosti, s jakou daný sport, utkání, rozhovory, články, výsledky, sledují.

Z tabulky je vidět značná převaha ledního hokeje, který, přestože se ve městě nehráje na nejvyšší možné úrovni, je s náskokem nejpopulárnější. Následován je volejbalem a fotbalem, nejhůře z našeho šetření vyšel basketbal.

4.1.2 Nejdůležitější faktory ovlivňující popularitu

Příčiny míry popularity toho kterého sportu jsme zjišťovali dále v anketě (viz příloha č. 8) otázkou číslo 4. Její vyhodnocení interpretuje následující graf.

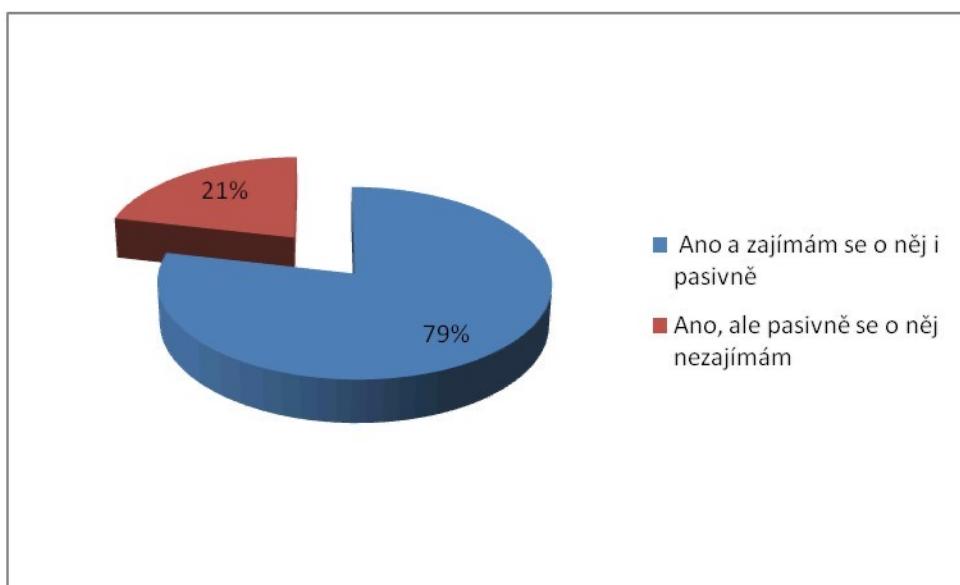


Graf č. 1: Faktory ovlivňující popularitu vybraných sportů v Ústí nad Labem

Z grafu č. 1 vyplývá, že nejdůležitější příčinou sledování daného sportu je jeho všeobecná oblíbenost, čili nevázaná jen na město Ústí nad Labem. Spojíme-li tento údaj s faktum, že lední hokej patří spolu s fotbalem v České republice k nejpopulárnějším sportům, jsou výsledky v tabulce č. 1 logickým vyústěním současné situace. Další dva faktory, které dostaly přes 50 hlasů, mají jistou souvislost s velikostí sportovní základny. Jedná se o vlastní aktivní provozování daného sportu a vystupování známých či přátel v daném sportu. I zde lední hokej, který disponuje hokejovými třídami na nedaleké základní škole, dominuje. Ostatní faktory jako tradice, kvalita a reprezentování města obdržely nezanedbatelný počet hlasů, avšak, jak se zdá, nikoli klíčový. Jako překvapivý se dá označit velmi nízký počet hlasů pro způsob vedení a vystupování daného klubu, což by znamenalo jeho minimální vliv na popularitu daného sportu. Nutno ale dodat, že dosažený výsledek může být zapříčiněn i nedostatečnou informovaností dotazovaných, popřípadě veřejnosti, o politice klubů.

4.1.3 Vztah popularity a aktivního sportování

Popularita a oblíbenost některých sportovních odvětví roste a úzce souvisí s jeho aktivním provozováním. Do jaké míry je toto tvrzení platné a jakých sportovních odvětví se nejvíce týká, jsme zjišťovali v anketní otázce č. 12 (viz příloha č. 8) a zanesli do grafu č. 2.

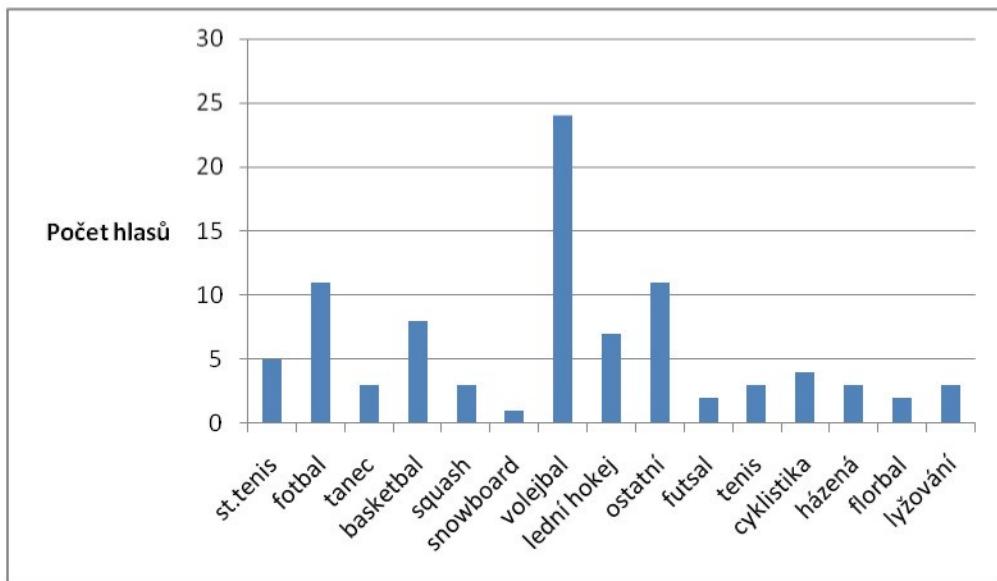


Graf č. 2: Vztah popularity a aktivního sportu

68 % respondentů odpovědělo na dotaz, zda aktivně provozuje nějaký sport, kladně. Tuto skupinu aktivně sportujících jsme dále rozdělili dle vztahu, jaký k uvedenému sportu mají v jeho pasivní podobě, zda se o něj zajímají i pasivně. Výsledkem je přesvědčivá převaha

aktivně sportujících, kteří se o sport zajímají i pasivně. Z čehož můžeme usuzovat na poměrně silnou vazbu mezi popularitou a aktivním sportováním.

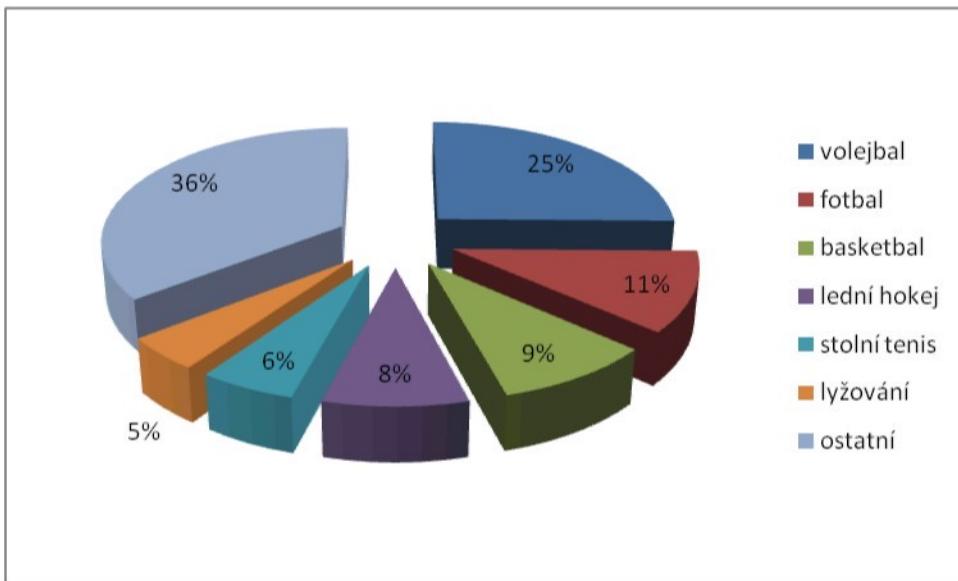
Tato vazba však není u každého sportu stejně silná, jak vyplývá z doplňující části anketní otázky číslo 12 (viz příloha č. 8), kde respondenti dostali prostor na uvedení sportů, které aktivně pěstují a zajímají/nezajímají se o ně pasivně.



Graf č. 3: Nejčastěji aktivně i pasivně pěstovaná sportovní odvětví

Jako jednoznačně nejsilnější sportovní odvětví ve vazbě aktivního a pasivního pojetí se ukázal být volejbal. Druhým nejčastěji zmiňovaným byl fotbal, dále pak s menším odstupem basketbal a lední hokej. Při zjišťování, zda je pro nějaké sportovní odvětví typická velice úzká, či téměř žádná, souvislost mezi jeho aktivní a pasivní formou, se nám žádná taková teorie nepotvrdila. 21 % respondentů, kteří aktivně pěstují nějaký sport, ale pasivně je nezajímá (viz graf č. 2), zmiňovali široké spektrum sportovních odvětví, avšak žádné se neobjevilo v celkovém souhrnu více než třikrát.

Jako shrnutí a uzavření 12. anketní otázky uvádíme přehled o nejčastěji aktivně provozovaných sportech v Ústí nad Labem tak, jak o nich rozhodli respondenti.



Graf č. 4: Nejčastěji aktivně provozovaná sportovní odvětví v Ústí nad Labem

Do skupiny označené jako „ostatní“ byly zařazeny ty sporty, jež dostaly pod 5 % z celkového počtu hlasů. Jako nejpopulárnější sport v kategorii aktivního provozování označili dotazovaní volejbal. Fotbal zaostal o 14 %, basketbal o 16 % a lední hokej o procent 17. Nejsilnější postavení volejbalu můžeme, krom jiného, odůvodnit především již zavedenou, propracovanou a širokou základnou amatérských družstev sdruženou pod štítkem AVL, finanční a technickou nenáročností tohoto sportu, dostačným množstvím hracích prostor a také, např. oproti fotbalu, podobně velkou oblibou u obou pohlaví.

4.2 Divácká návštěvnost

4.2.1 Divácká návštěvnost vybraných sportů dle statistických dat

Diváckou návštěvnost jsme na všech námi vybraných sportech sledovali v horizontu několika posledních let. Tento horizont není u všech sportů stejně dlouhý vzhledem k rozdílným systémům a kvalitě uchovávání dat, proto jsme také byli u každého sportu jinak úspěšní. Nejpřehlednější a nejvalidnější data jsme získali z basketbalu, kde, kromě počtu diváků na každý zápas, známe i čas a den konání utkání, fázi soutěže, soupeře a jeho případnou atraktivitu vyjádřenou konečným umístěním uvedeného soupeře. Všechny tyto informace po celých devět sezón. U volejbalu máme všechny tyto informace také, avšak bohužel jen po dvě poslední sezony. Srovnání navzájem mezi jednotlivými sporty je, již minimálně z tohoto důvodu, značně obtížné a dosti zkreslující. Alespoň nějakou vypovídající hodnotu však má a poslouží nám především k vytvoření určité představy o současné situaci na poli sportovního diváctví v Ústí nad Labem. Ke zvýšení názornosti a také pravdivosti

srovnání použijeme hned tří jeho varianty. Nejdříve budeme u všech čtyř sportů srovnávat stejnou sezonu. Tov sezonou bude ročník 2007/2008, pro který máme u všech sportů potřebná data. Druhé srovnání bude probíhat na základě zprůměrování dat ze všech námi známých sezon u jednotlivých sportů a porovnání mezi sporty navzájem. Poslední, doufajme nejvíce vypovídající, srovnání bude založeno na výběru jedné typické sezony pro každý sport a porovnání divácké návštěvnosti v nich.

Tabulka č. 2: Divácká návštěvnost na vybraných sportech v Ústí n. L. v sezoně 2007/2008

Lední hokej	4558
Basketbal	340
Fotbal	620
Volejbal	430

Číselné hodnoty ve druhém sloupci vyjadřují průměrný počet diváků na zápas za základní část. Z tabulky můžeme vidět jasnou převahu ledního hokeje, který je následován řádově stejně početnými návštěvami na zápasech ostatních sportů. Průměrná návštěvnost ledního hokeje v této sezoně je navýšena o fakt, že tým HC Slovan Ústečtí Lvi tuto sezonu odehrál, jako vůbec svou zatím jedinou, v nejvyšší tuzemské soutěži (viz kap. 3.1). Přesto tato tabulka dobře dokumentuje fakt, že lední hokej disponuje v Ústí nad Labem početnou diváckou základnou, na kterou ostatní sporty, minimálně posledních 10 let, nenalézají přiměřenou odpověď. Výše uvedená tabulka je ovšem také významně ovlivněna některými specifiky sledovaného ročníku 2007/2008. Zástupce ledního hokeje, HC Slovan Ústečtí Lvi, jak jsme již zmínili, odehrál svou první sezonu v Extralize a přesto, že se celý ročník pohyboval na chvostu tabulky a nakonec naši nejvyšší soutěž opustil, na divácké návštěvnosti se to projevilo kladným způsobem (viz příloha č. 6). Pro basketbal a klub BK Ústí nad Labem byl minulý ročník také sestupový, avšak v lecčem od hokeje rozdílný. Nejvyšší soutěž se zde hrála, s různými úspěchy, nepřetržitě 11 let. Před sestupovou sezonou došlo k výraznému oslabení týmu a v průběhu nevydařené sezony ztrácel důvěru domácích diváků (viz kap. 3.2). Pouhá 3 domácí vítězství, poslední v 16. kole z odehraných 44, znamenala ve výsledku nejhorší sezonu pro ústecký basketbal minimálně za posledních 11 let. 85 platicích diváků na předposledním domácím utkání sezony je toho výstižným důkazem (viz příloha č. 4). Pro FK Ústí nad Labem byla sezona 2007/2008 čtvrtou v řadě v 2. nejvyšší fotbalové soutěži a skončila pro něj 12. místem. Za poslední čtyři roky se jedná sice o nejhorší výsledné umístění, divácká návštěvnost z této sezony však dobře vypovídá o situaci posledních několika let (viz

kap. 3.3). Ve volejbale jsme mohli být za posledních 15 let svědky velkých výkonnostních rozdílů, od tří titulů Mistra republiky až po průměrná umístění ve 2. lize. Je tudíž velmi těžké posoudit, co vlastně je taková průměrná volejbalová sezona v Ústí nad Labem. Místní SK Volejbal však nyní hraje již po tři roky Extraligu a pohybuje se vždy na pomezí play-off, výjimkou nebyla ani sezona 2007/2008, a tak můžeme konstatovat, že průměrná návštěvnost 430 diváků na zápas je dostatečně vypovídající (viz kap. 3.4).

Tabulka č. 3: Průměrná divácká návštěvnost na vybraných sportech v Ústí nad Labem

Lední hokej	2969
Basketbal	586
Fotbal	847
Volejbal	418

Uvedené hodnoty v tabulce č. 3 představují průměrný počet diváků na utkání za několik uplynulých sezón. Vzhledem k tomu, že máme u každého ze sportů rozdílné množství statistických informací, je tento počet sezón v každém ze sportů odlišný. Vždy ale představuje průměrný počet diváků na utkání pouze během základní části soutěže. V ledním hokeji je výsledné číslo souhrnem posledních osmi let a potvrzuje výše zmíněný fakt, že extraligová sezona byla divácky nadprůměrně navštěvovaná. I tak ale musíme konstatovat, že je lední hokej, i v tomto širším měřítku, výrazně divácky nad ostatními sporty. Výsledné číslo u basketbalu je obrázkem posledních devíti let a také potvrzuje fakt, který jsme zmínili již u komentáře tabulky č. 2. Sestupová sezona 2007/2008 byla, jak výsledkově tak diváckými návštěvami, jednoznačně nejslabší. Výsledný souhrnný průměr je tak o více než 240 diváků vyšší oproti sestupové sezóně. Fotbalové statistiky, které máme k dispozici, sahají až do sezony 1990/1991. Přesto, že se jedná o data ze sedmnácti sezón, výsledný průměr se příliš oproti sezóně 2007/2008 nezměnil. Mírně vyšší výsledné číslo je tak způsobeno především silnými sezony v polovině 90. let. Volejbal si, vzhledem k pouhým dvěma statisticky zmapovaným sezónám, drží průměrnou návštěvnost lehce nad hranicí 400 diváků na utkání.

Tabulka č. 4: Průměrná divácká návštěvnost ve vybraných sezónách

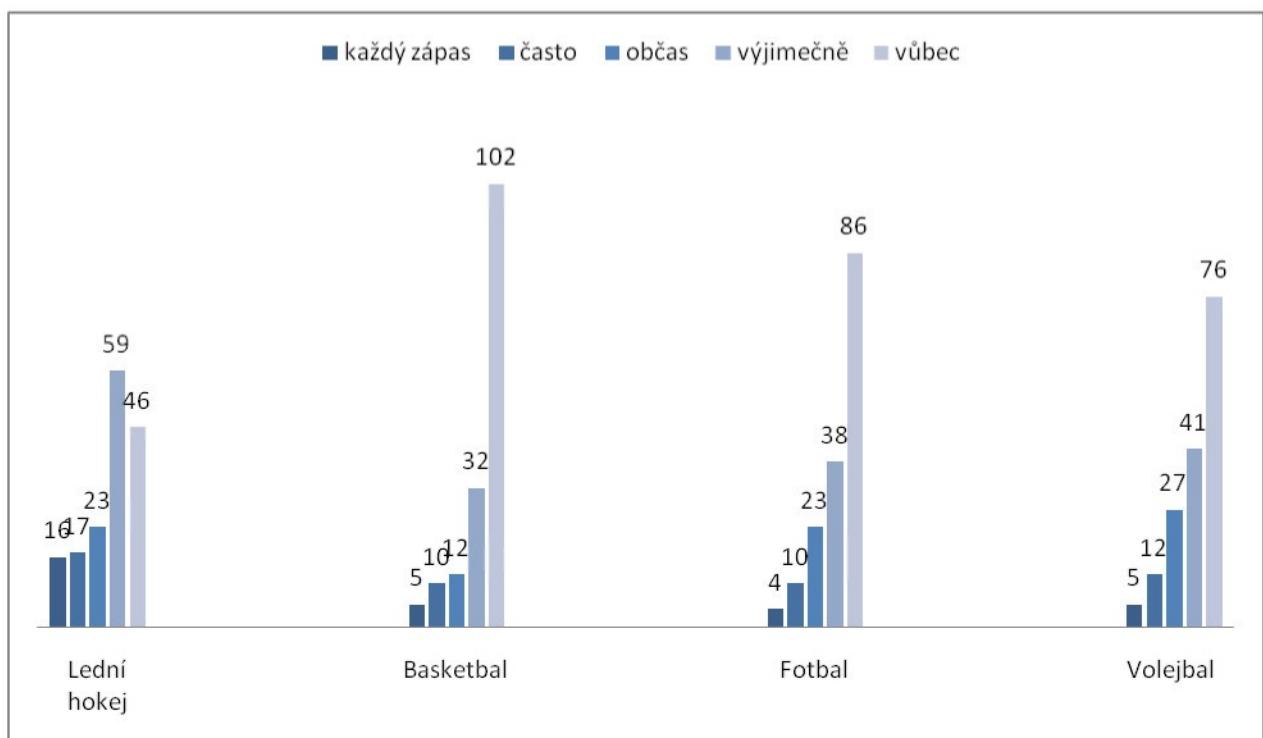
Lední hokej	1. liga	2005/2006	2414
Basketbal	1. liga	2002/2003	627
Fotbal	2. liga	2006/2007	554
Volejbal	Extraliga	2007/2008	430

Tabulka č. 4 nám ukazuje průměrnou diváckou návštěvnost v jednotlivých sportech v Ústí nad Labem bez nutnosti zachování stejného časového období. Hlavním cílem bylo totiž uvést statistiky v sezonách pro každý sport typické, tzn. bez větších anomalií a výkyvů, at' už způsobených výstavbou stadionu či tristními výsledky. Těmto zvláštnostem se budeme podrobně věnovat v dalších kapitolách. Vzhledem k absenci play-off ve fotbalových soutěžích jsme průměrovali zápasy pouze základní části soutěží. Lední hokej, sezona 2005/2006, 2. nejvyšší hokejová soutěž v ČR. Pro tým HC Slovan Ústečtí Lvi ročník víceméně úspěšný. Po pomalejším startu do sezony se tým po polovině soutěže dostal na vedoucí pozici, kde už základní část také v poklidu dohrál. Ve srovnání s ostatními ročníky, poměrně malou diváckou návštěvnost přisuzujeme především nedostižně atraktivní sezoně předcházející, a to sezoně výluky NHL. (viz kap. 3.1). Basketbalový klub Ústí nad Labem odehrál základní část nejvyšší tuzemské soutěže v sezoně 2002/2003 na hranici play-off. Postup do play off byl v tomto období každoročním cílem, tentokrát se ho nepovedlo naplnit, když místní BK zakončil základní část na 9. místě, což se mu za posledních 9 sezon povedlo hned pětkrát (viz kap. 3.2). Ročník 2006/2007 byl pro FK Ústí nad Labem třetím v 2. nejvyšší fotbalové soutěži a obsadil v něm konečné 9. místo. Přestože se jednalo o umístění ve druhé polovině tabulky, na svém domácím hřišti tým odváděl výborné výkony a jen čtyřikrát zde padl. Pro potřeby volejbalu využijeme data ze sezony 2007/2008, obdobně jako v tabulce č. 2. Druhá sezona v nejvyšší soutěži strávená opět na pomezí play off vystihuje dobře současnou pozici volejbalu na poli diváckého zájmu.

Ve srovnání s dvěma předchozími tabulkami můžeme především zaznamenat zvyšující se trend návštěvnosti basketbalu. Nebýt sestupové sezony, pohybovaly by se návštěvy na stejně hladině jako u fotbalu. U něj naopak můžeme sledovat spíše klesající návštěvnost v průběhu doby. Je způsobena zřejmě více faktory najednou. Teplickým azylem v době přestavby fotbalového stadionu, finančním krachem a nepřihlášením soutěže v ročníku 1998/1999 či stále ještě neodpovídajícím zázemím (viz kap. 3.3). Vezmeme-li v úvahu, že ročník 2008/2009 odehrál, z námi sledovaných sportů, v nejvyšší republikové soutěži pouze volejbal, pak průměrné návštěvy kolem 400 diváků na utkání musíme označit za neúspěch. Problém zřejmě tkví pouze v krátké historii extraligového volejbalu. Po letech tápání se ústecký volejbal vrátil na extraligovou mapu, avšak tři sezony stále ještě nestačily k tomu, aby si na něj našli cestu minimálně všichni jeho dřívější příznivci. U ledního hokeje je podprůměrné číslo způsobeno především velkou atraktivitou ostatních sezon. Zejména sezonou extraligovou a sezonou výluky NHL.

4.2.2 Divácká návštěvnost vybraných sportů dle ankety

Pro prezentaci míry divácké návštěvnosti na vybraných sportech v Ústí nad Labem jsme se nespolehlali pouze na statistická data, nýbrž jsme se na ni dotazovali i v anketě, konkrétně v otázce č. 8 (viz příloha č. 8). Ze sesbíraných dat jsme vytvořili následující graf.



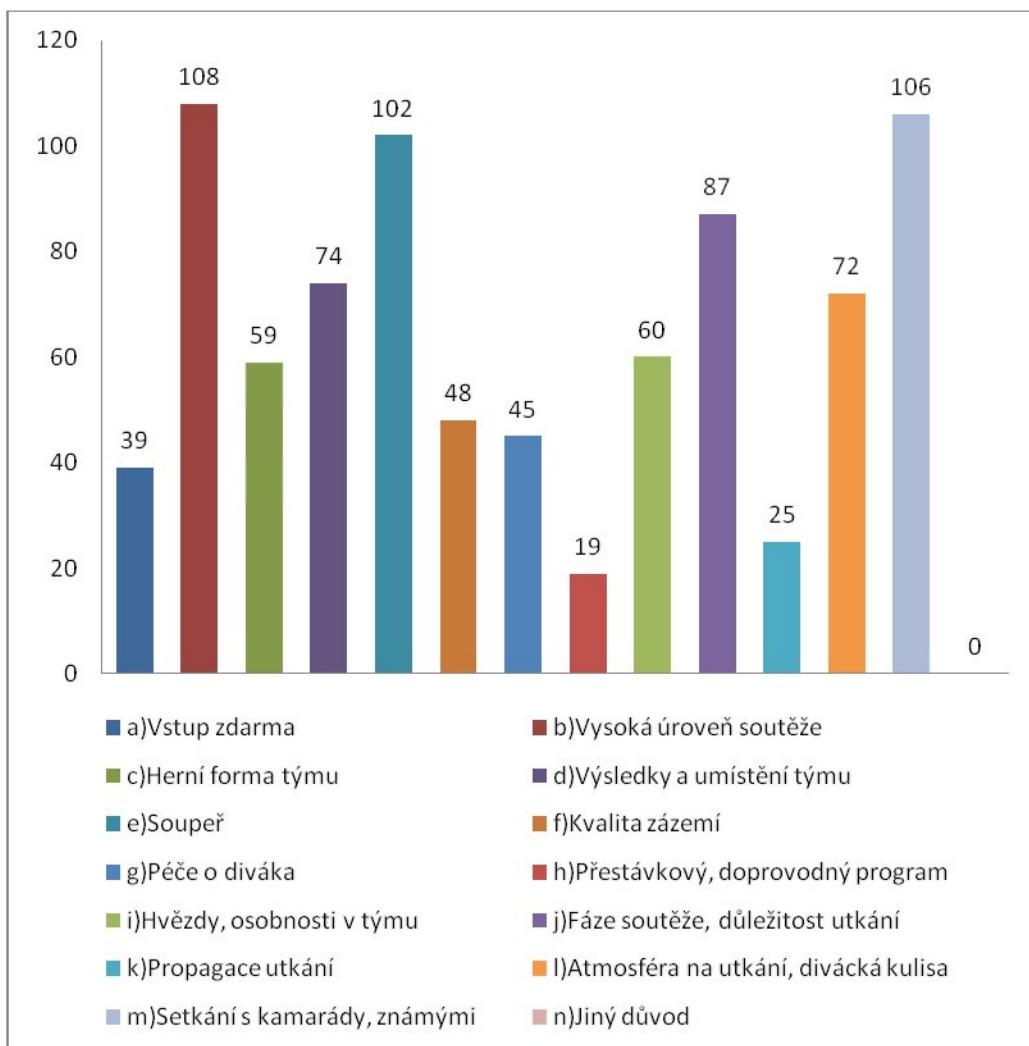
Graf č. 5: Divácká návštěvnost na vybraných sportech v Ústí nad Labem dle ankety

Respondenti měli za úkol na pětistupňové škále popsat, jak často každý z uvedených sportů osobně navštěvují na soutěžních utkáních. Vezmeme-li v potaz počet obyvatel v Ústí nad Labem lehce pod 100 000 obyvateli a průměrné návštěvy na sportovních utkáních, až na výjimky, nepřesahující 5000 diváků, pak je logickým vyústěním fakt, že celkově nejčastěji dotazovaní označovali odpověď „vůbec“. I přes tuto skutečnost můžeme z grafu č. 5 vyčíst hledané informace. Jediným sportem, u kterého respondenti označili jinou variantu než „vůbec“, se stal lední hokej. Zápasy týmu HC Slovan Ústečtí Lvi navštěvuje „výjimečně“ 59 dotazovaných. I ostatní varianty odpovědí z kategorie častějších diváckých návštěv (konkrétně „každý zápas“ a „občas“) označilo u ledního hokeje v porovnání s ostatními sporty nejvíce dotazovaných. Výsledky anketního šetření tak odpovídají statistickým údajům uvedeným v tabulkách č. 2, 3, 4 a potvrzují pozici lídra ledního hokeje na poli divácké návštěvnosti v Ústí nad Labem. Na opačné pozici se dle vyhodnocení anketní otázky č. 8 ocitl basketbal, u kterého hned 63 % dotazovaných odpovědělo „vůbec“. Spolu s nízkou četností odpovědí z kategorie častějších diváckých návštěv byl tedy respondenty basketbal označen

jako nejméně divácky navštěvovaný sport v Ústí nad Labem, a to i přesto, že například v tabulkách č. 3 a 4 figuroval před volejbalem, respektive fotbalem. Zbylé dva sledované sporty, fotbal a volejbal, respondenti hodnotili přibližně stejně. Mírně lepší hodnocení divácké návštěvnosti obdržel volejbal.

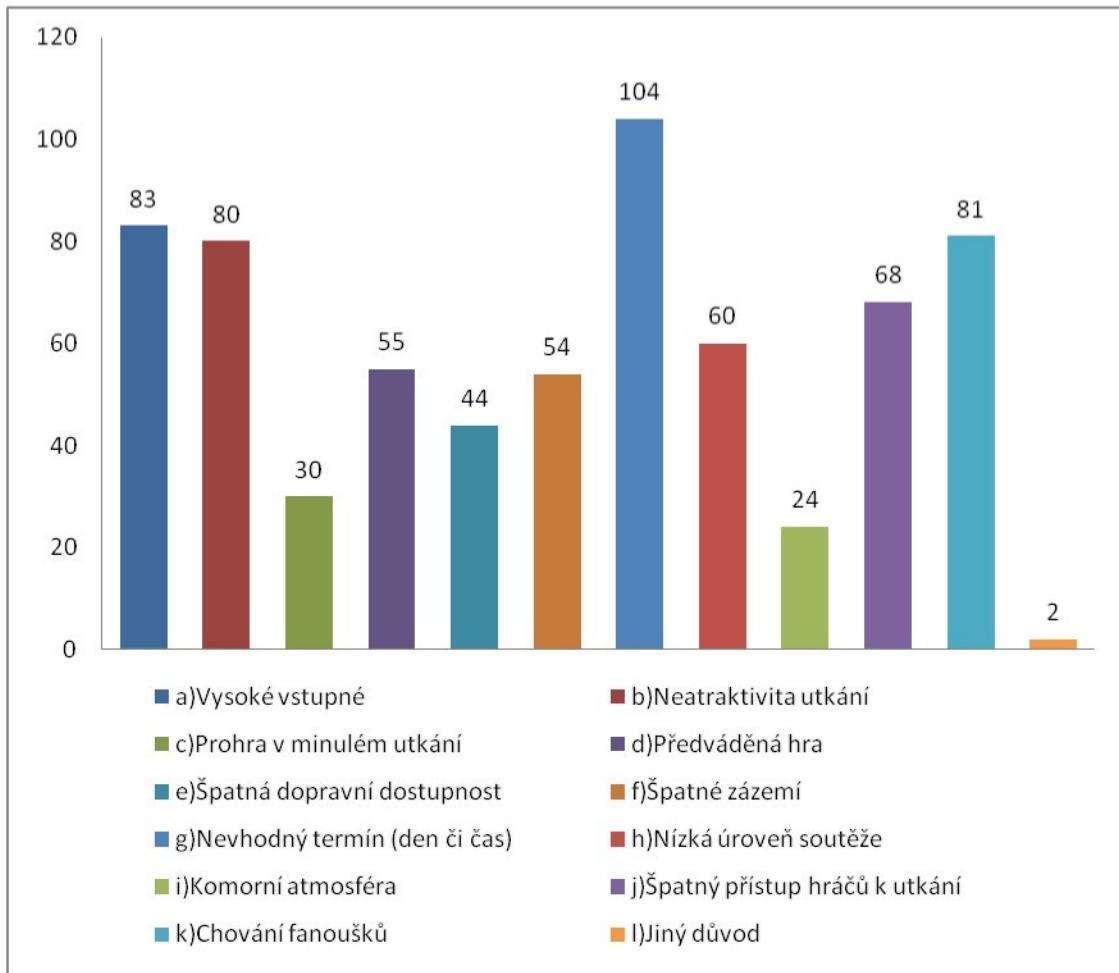
4.2.3 Nejdůležitější faktory ovlivňující diváckou návštěvnost

Po zjištění a objasnění situace divácké návštěvnosti na všech námi sledovaných sportovních odvětvích jsme se snažili dopátrat nejdůležitějších faktorů, jež by mohli mít přímý vliv na tyto statistické hodnoty. K dohledání těchto veličin jsme použili dvě doplňující otázky z ankety. Jednalo se o otázku č. 10, kde jsme zjišťovali, co dokáže respondenty do hlediště přilákat a o otázku č. 11, kde jsme se naopak ptali, co je dokáže od osobní návštěvy utkání odradit (viz příloha č. 8). Vyhodnocení obou otázek zachycují následující grafy.



Graf č. 6: Faktory zvyšující zájem o osobní návštěvu utkání

Na dotaz, co dokáže respondenty přilákat k osobní návštěvě sportovního utkání, byly nejvíce zastoupeny odpovědi „Vysoká úroveň soutěže“, „Setkání s kamarády, známými“ a „Soupeř“. V ideálném případě tedy utkání nejvyšší republikové soutěže, ve sportu, o který se zajímá i naše okolí, proti atraktivnímu (výkonnostně či geograficky) soupeři.



Graf č. 7: Faktory snižující zájem o osobní návštěvu utkání

Počet hlasů, uvedených nad jednotlivými sloupci, představuje sílu faktoru ve smyslu jeho schopnosti odradit potencionálního diváka od osobní účasti na utkání. Podle výsledků ankety (viz příloha č. 8) má největší sílu, vedoucí ke zmaření osobní návštěvy utkání, nevhodný termín a čas. Další faktory jsou s menším počtem hlasů a těm významnějším se budeme věnovat v dalších kapitolách.

4.3 Vzájemný vztah popularity a divácké návštěvnosti

Souvislost mezi oběma zmíněnými můžeme jednoduše sledovat na srovnání tabulky č. 1 (viz kap. 4.1.1), tabulek č. 2 – 4 (viz kap. 4.2.1) a grafu č. 5 (viz kap. 4.2.2). Na první

pohled můžeme vidět, a musíme konstatovat, že se hodnoty obou parametrů diametrálně neliší. Uvědomíme-li si, že tabulka č. 1 týkající se popularity a graf č. 5 zobrazující diváckou návštěvnost, vychází z ankety, pak musíme uvést, že respondenti nečinili velký rozdíl mezi popularitou a diváckou návštěvností. Hladina hodnot popularity se sice pohybovala řádově výše, avšak bylo zachováno pořadí, které platilo jak zde, tak u divácké návštěvnosti. Sestupně uvedeno, lední hokej, volejbal, fotbal, basketbal. U tabulek č. 2 – 4, které vycházejí ze statistik, sice vidíme, že takovéto pořadí není neměnné, ale nejedná se o difference výrazné či dokonce propastné.

Popularita a divácká návštěvnost spolu tedy úzce souvisí a jsou velmi často v přímém úměře. Přesto nemůžeme zaručit, že na populární sportovní odvětví budou chodit vždy tisícové návštěvy a stadiony, haly nepopulárních sportů budou zít prázdnou. Divácká návštěvnost tedy rozhodně není jen odrazem popularity sportu, nýbrž výslednicí mnoha dalších okolností. Z hlediska klubů je nepochybně jednodušší zvyšovat diváckou návštěvnost než působit na celkovou popularitu sportu a tak budeme v další kapitole sledovat faktory a vlivy pro tyto účely rozhodující.

5 FAKTORY OVLIVŇUJÍCÍ DIVÁCKOU NÁVŠTĚVNOST

V této kapitole se zaměříme na rozbor některých důležitých hybatelů divácké návštěvnosti. Vycházet při tom budeme z kapitoly 4.2.3. Vymezíme určitý faktor, nastíníme jeho důležitost dle výsledků ankety, uvedeme úroveň, na které se daný faktor nachází v jednotlivých klubech a jeho význam budeme prezentovat za pomoci statistických údajů divácké návštěvnosti. Vycházet přitom nebudeme jen ze standardních pramenů, nýbrž především z informací od zástupců (profesionálních pracovníků) jednotlivých klubů (viz kap. 2.1). Jsme si vědomi, že většina těchto faktorů má úzkou souvislost s rozpočtem klubu a jeho výši. Naším plánem původně bylo zaměřit se i na tuto stránku věci a rozebrat ji, avšak vzhledem k neprůhlednosti, neprůkaznosti a možnému zkreslení některých informací, potažmo i jejich neposkytnutí některými kluby, jsme od tohoto záměru museli, v zájmu zachování validity práce, upustit. Uvést však můžeme alespoň to, že až donedávna byl zcela jistě nejlépe finančně zajištěn klub HC Slovan Ústečtí Lvi. Postup tohoto klubu do Extraligy se stal totiž jedním z klíčových bodů volebního programu ODS a ta podle toho také v průběhu několika let nakládala s městskými financemi. Zbylé tři kluby byly o to více ochuzeny a odkázány na vlastní zdroje a schopnosti. To nakonec do jisté míry vyvrcholilo sestupem BK Ústí nad Labem z nejvyšší soutěže.

5.1 Zázemí

Do kategorie zázemí nebudeme pro naše potřeby započítávat pouze stav a úroveň jednotlivých stadionů a hal, ale zahrneme pod ní i např. dopravní dostupnost, či parkovací kapacity. Z grafů č. 6 a 7 (viz kap. 4.2.3) můžeme vyčíst důležitost tohoto faktoru. 6 % dotazovaných souhlasilo, že kvalitní zázemí je dokáže přilákat k osobní návštěvě utkání a dalších 5 % to samé potvrdilo pro vysokou úroveň péče o diváka. Naopak hned celých 8 % respondentů dokáže špatná úroveň zázemí od osobní návštěvy odradit. Stejně tak negativně může působit, pro 6 % dotazovaných, i špatná dopravní dostupnost na místo konání utkání. Pro lepší představu o jednotlivých halách a stadionech jsou jejich fotografie umístěny v příloze č. 1.

5.1.1 Lední hokej

Název	Zlatopramen Aréna
Rok výstavby	1956 (2004-2010 rekonstrukce)
Kapacita	6500
Sezení x stání	4400 míst k sezení
Doplňkové služby	Bufet, stánky s občerstvením
Využití	Lední hokej, krasobruslení, kulturní akce
Spojení	MHD: linky 11, 54, 56 – 9 minut z centra
Parkování	Parkoviště před zimním stadionem
Výhody	Dopravní dostupnost, poloha, komfort, TV kostka
Nevýhody	Parkovací kapacity, nezrekonstruovaný vnějšek

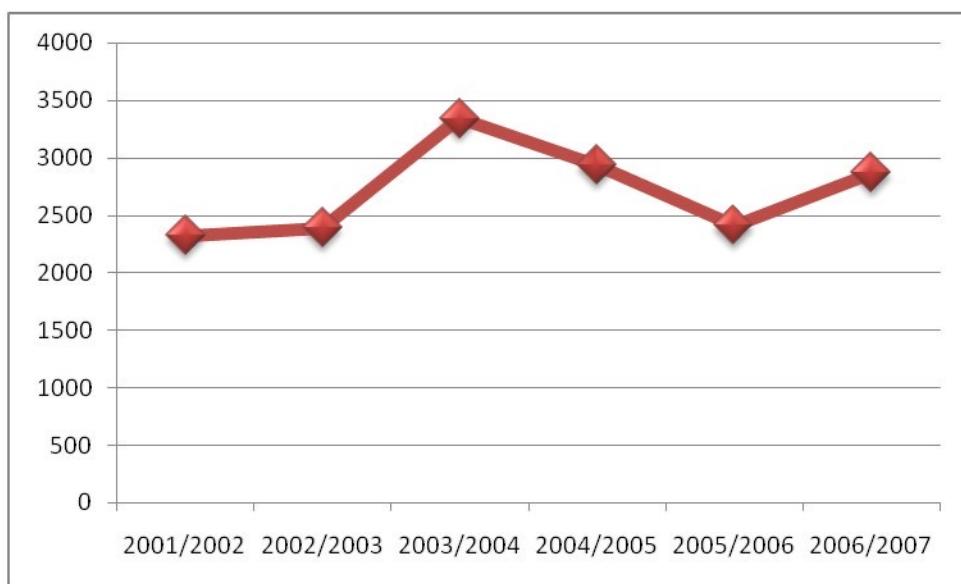
O myšlence na výstavbu vlastní ledové plochy se poprvé začalo mluvit v roce 1954. O dva roky později se plány na vlastní zimní stadion staly reálnými a v listopadu roku 1956 sledovalo jeho slavnostní otevření 7000 nadšených diváků. Provoz stadionu byl zpočátku těžký, obzvlášť když v roce 1959 byly pro nedostatek financí přerušeny dokončovací práce. Hokejový stadion přesto sloužil svému účelu a mezi lety 1969 a 1971 došlo k jeho zastřešení (ZDVOŘÁČEK, 1993; ZDVOŘÁČEK, 2005).

Po dlouhých více než třiceti letech pozvolného chátrání odstartovala v dubnu r. 2004 jeho generální rekonstrukce. Tato zásadní a rozsáhlá rekonstrukce byla rozdělena na několik fází. První z nich zahrnovala výměnu chlazení, položení nové ledové plochy, výměnu mantinelů a plexiskel, renovaci střídaček, trestních lavic a kabin rozhodčích. Samostatnou kapitolou se pak stala kompletní výměna sedaček pro diváky. Druhá etapa zahrnovala vybudování nového zázemí pro hráče všech věkových kategorií. Třetí etapa měla dva klíčové body: opravu střechy a instalaci obří mediální a informační kostky. V plánu je výhledově především celková vnější úprava zimního stadionu (HADAŠOVÁ, 2004).

Chceme-li pro přehlednost zhodnotit výše uvedená fakta, pak musíme začít hned rokem výstavby. Stáří zimního stadionu je přes 50 let, to však vzhledem k provedené rekonstrukci nepobírá zase tak velkou váhu. I přes to, že vnější jeho část má stále vzhled zanedbané stavby, kompletní vnitřní prostory jsou na nejlepší úrovni a to můžeme považovat za důležitější. Kapacita 6500 míst je dostatečná, stejně tak jako vysoké procento míst k sezení.

Péči o diváka můžeme dále rozdělit. Jednou z kategorií je nabídka občerstvení. Ta je zajištěná velmi dobře. V okolí zimního stadionu se během utkání nachází bezpočet stánků

s pestrým sortimentem pití i jídla. Dále je to dopravní dostupnost. Zimní stadion se nachází přibližně 3 kilometry od centra a je lehce dosažitelný prostřednictvím spojů MHD. Jako velké plus musíme uvést i posilové spoje, které čekají u zimního stadionu po skončení utkání v případě větších diváckých návštěv. Problémovější je situace v případě návštěvy zimního stadionu vlastní dopravou, to jest automobilem. Tím problémem je nedostatečná kapacita parkovacích míst na přilehlém parkovišti. Spousta diváků musí své automobily nechávat zaparkované v přilehlých ulicích a ani ty již často nestačí. Tento nedostatek se zdá být největším současným negativem zázemí klubu HC Slovan Ústečtí Lvi. Do péče o diváka máme zajisté za povinnost zařadit také jeho bezpečí. Ta je během utkání zajištěna pořadatelskou službou, jež bývá v napjatých zápasech s očekávanou početnou návštěvou hostujících fanoušků doplněna o policejní dozor. Ten bývá nejčastěji naštěstí víceméně psychologickým prvkem a k potyčkám v hledišti dochází spíše výjimečně (ZEMAN, 2009).



Graf č. 8: Divácká návštěvnost na ledním hokeji

Graf č. 8 znázorňuje průměrnou návštěvnost v šesti po sobě následujících sezónách klubu HC Slovan Ústečtí Lvi v 1. lize. Generální rekonstrukce probíhala mezi sezónami 2003/2004 a 2004/2005. Přestože nejvyšších hodnot dosahovala v průměru divácká návštěvnost v sezóně před rekonstrukcí, na grafu můžeme sledovat celkově zvýšenou hladinu návštěvnosti v sezónách po rekonstrukci. Především zvýšení divácké návštěvnosti oproti sezónám 2001/2002 a 2002/2003 je znatelné. Přesto tímto grafickým zpracováním statistických údajů nemůžeme zajistit prokazatelný vliv rekonstrukce zimního stadionu na průměrnou návštěvnost vzhledem k mnoha dalším změnám, které se v klubu po tuto dobu udaly. Nicméně se můžeme alespoň opřít o tvrzení marketingového asistenta klubu HC

Slovan Ústečtí Lvi Přemysla Zemana, který potvrdil zvýšený divácký zájem v utkáních hraných bezprostředně po rekonstrukci.

5.1.2 Basketbal

Název	Sportcentrum Sluneta (dříve hala TJ Chemička)
Rok výstavby	1972-1974 (momentálně probíhá rekonstrukce)
Kapacita	2000 míst
Sezení x stání	1200 míst k sezení, 800 míst ke stání
Doplňkové služby	Bufet, dětský koutek
Využití	Basketbal, volejbal, další sportovní turnaje, kulturní akce
Spojení	MHD: linky 17, 52, 58, 59 – 10 minut z centra
Parkování	Zadní vchod – cca 50 aut
Výhody	Tradice, bezprostřední kontakt s publikem, výhodná poloha
Nevýhody	Zastaralost, špatné technické zázemí

Do roku 1999 sloužila pro účely prvoligových basketbalových utkání hala spolku TJ Slavoj Severotuk na Střekově. Prostředí to bylo sice dostačující, přesto v mnoha ohledech nevyhovující. Jednak kvůli určité stísněnosti prostředí, horší dopravní dostupnosti a také umístěním vně Severočeských tukových závodů. V roce 2000 tudíž přišlo vítané stěhování do městské čtvrti Klíše, konkrétně do haly „TJ Chemička“. Hala, v minulosti sloužící především volejbalu a házené, se tedy stala sídlem dalšího ústeckého sportu. Hned v témež roce nechali basketbalisté vystavět nový dřevěný hrací povrch a zdálo se, že zde našli příznivější prostředí. Od roku 2005 se o domácí prostředí dělí s klubem SK Volejbal Ústí nad Labem (ZUBÍK, 2006; BERAN, 2005).

Mezi největší přednosti haly patří zejména výhodná poloha v atraktivní městské části (těsně vedle areálu koupaliště), sousedství univerzitních kolejí, nepochybná tradice, dobrá dopravní dostupnost a také bezprostřední kontakt diváků s děním na palubovce (ZUBÍK, 2006; BERAN, 2005).

Po roce 1999 a již zmíněném stěhování se konečně dostavila očekávaná reakce divácké obce. Lepší zázemí a ligové výsledky přinesly, oproti předcházejícímu období, nárůst ze strany veřejnosti. Průměrná návštěvnost se v tomto období pohybovala mezi 500 a 1000 diváků. Hala sama měla a má, bohužel, i své negativní stránky, které se pomalu, ale jistě začaly drát na povrch. Jedná se v prvé řadě o technické zázemí, na kterém je cítit letopočet vybudování haly spadající hluboko do sedmdesátých let (ZUBÍK, 2006).

Potřeba generální rekonstrukce začala mít reálnou podobu v říjnu roku 2008. Stalo se tak zejména díky změně majitele. Dosavadní majitel, TJ Chemička Ústí, neměl na její provoz dostatek financí a navíc ji pro vlastní sportovní aktivity nepotřeboval, hala tak rok od roku více a více chátrala. Zájemců o halu se objevilo více, přednost přede všemi ovšem dostala firma Sluneta. Stalo se tak především proto, že její prioritou je sportovní činnost – zejména basketbal – jehož se stala i generálním partnerem (BÍLEK, 2008).

Prioritou společnosti se stala modernizace haly, což se ovšem ukázalo, vzhledem k jejímu stáří, jako dlouhodobější cíl. Úpravy vyžaduje kompletní zázemí, toalety, topení či osvětlení. Snahou je toto sportovní zařízení zrevitalizovat tak, aby bylo ozdobou města a splňovalo požadavky na konání především sportovních, ale i společenských a kulturních akcí v 21. století (BÍLEK, 2008; SPORTCENTRUM SLUNETA).

Pro diváky je k dispozici jeden bufet, který již prošel rekonstrukcí a je minimálně pro potřeby basketbalu dostačující. Sportcentrum Sluneta se nachází přibližně dva kilometry od centra města, spojení MHD je k němu sice o něco málo horší než v případě zimního a fotbalového stadionu, přesto ho lze označit jako bezproblémové. Pro návštěvníky, kteří se rozhodnou navštívit Sportcentrum Sluneta automobilem, je k dispozici parkoviště s poměrně nízkou kapacitou, avšak k problémům s parkováním nedochází. Divákům, kteří se rozhodnou navštívit utkání BK Ústí nad Labem s dětmi, jsou k dispozici dětské koutky, kde se o jejich ratolesti postarají členky Basta Cheerleaders. Vzhledem k charakteru obou sportů není potřeba pořadatelské služby. Během basketbalových utkání čas od času dojde k nervózním momentům, k čemuž přispívá i bezprostřední blízkost tribun s palubovkou, ale vše se vždy odehrává spíše na úrovni výměny slovních názorů (HOLEŠOVSKÝ, 2009)

Kromě celkového stáří nemá hala výrazných slabin. Vzhledem k tomu, že do budoucna je naplánovaná rekonstrukce zázemí pro sportovce, sedaček, topení, rozvodů vody a podíváme-li se ještě dále, není vyloučeno vybudování ubytovny, restaurace, fitness centra, sauny a rehabilitačních prostor, pak můžeme doufat, že se rodí, vedle Zlatopramen arény, další kvalitní a komplexní sportovní zařízení (HOLEŠOVSKÝ, 2009)

5.1.3 Fotbal

Název	Městský stadion
Rok výstavby	1945 (2005-2010 rekonstrukce)
Kapacita	v současné době se jako kapacita uvádí součet míst k sezení na hlavní a malé tribuně - 1170
Zastřešeno	všechna místa k sezení
Doplňkové služby	2 stánky s občerstvením
Využití	fotbal, atletika, kulturní akce
Majitel	město Ústí nad Labem
Spojení	MHD: linky 11, 54, 56 – 9 minut z centra
Parkování	oficiálně nemá vlastní parkoviště
Výhody	Dopravní dostupnost, poloha, kvalitní hrací plocha
Nevýhody	Atletické prostředí, zastaralost

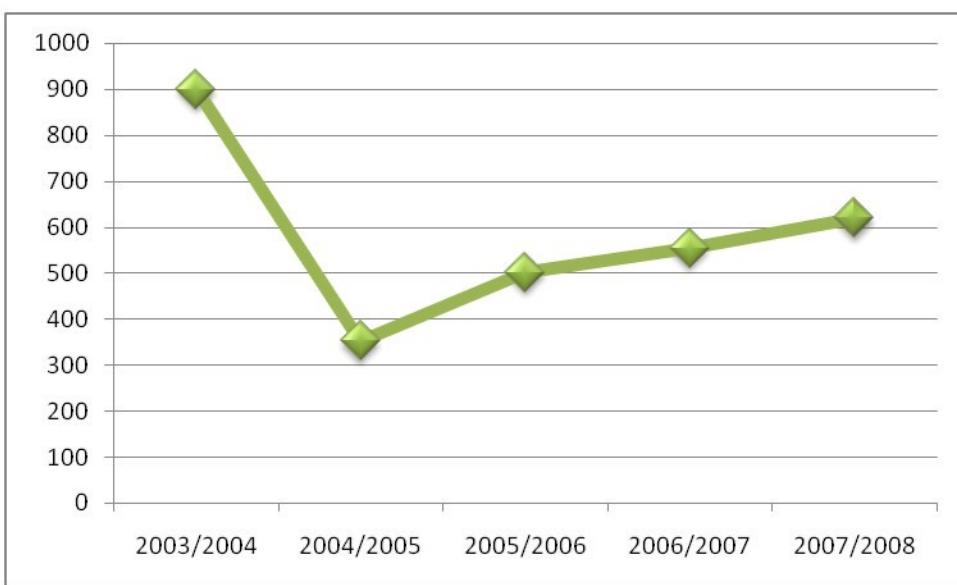
Městský stadion v současnosti prochází kompletní rekonstrukcí. Dvě etapy, dohromady za 65 milionů korun, jsou již hotovy. To v praxi znamenalo vybudování nové atletické dráhy, malé tribuny a opravu části diváckých ochozů. Dokončit zbývá především hlavní tribunu, a to plánovitě do roku 2010. Vzhledem k jejímu plánovanému zkrácení ubude zázemí pro mládež, které by se mělo přestěhovat do areálu na Klíši. Po dokončení veškerých naplánovaných prací by stadion měl odpovídat parametrům naší 2. i 1. nejvyšší soutěže (BÍLEK, 2008).

Rok výstavby a stáří např. hlavní tribuny je citelně znát a nedostatečný komfort na stadionu je jedním z největších minusů místního FK. Naplánované rekonstrukce by měly tento problém odstranit, avšak vytvoření odpovídajícího fotbalového „stánku“ tím zaručeno není. I přes skutečnost, že by se postavila nová hlavní tribuna a diváci i hráči by našli potřebné kvalitní zázemí, zůstane Městský stadion minimálně z poloviny atletickým a vytvoření potřebné domácí kulisy bude vždy obtížnější díky velké vzdálenosti diváckých ochozů od hrací plochy. Na stadionu najdeme však také nejedno pozitivum. Například zastřešení všech míst k sezení a nové sedačky musí diváci ocenit. Celkový dojem zlepšuje také kvalitní nový trávník (DOUBEK, 2009).

Městský stadion se nachází na výhodném místě v sousedství zimního stadionu, tudíž také cca 3 kilometry od centra města. Doprava místním MHD bezproblémová. Klub

nedisponuje vlastním parkovištěm vyhrazeným pro fotbalové příznivce, avšak s parkováním poblíž stadionu nebývají problémy. V areálu stadionu slouží k občerstvení 2 stánky a o bezpečí diváků se stará pořadatelská služba (DOUBEK, 2009).

V sezoně 2004/2005 nastala pro tým FK Ústí nad Labem specifická situace vzhledem k zahájení rekonstrukce městského stadionu. Celou sezonu odehrál tým v azylu, kterým se stal stadion „Na Stínadlech“ v nedalekých Teplicích. Přestože se jednalo o první ročník ve 2. lize po postupu z ČFL, Teplický stadion (viz příloha č. 7) nabízí daleko větší komfort jak pro hráče, tak pro diváky a vedení klubu byla na každý zápas zajištěna autobusová doprava zdarma, na diváckých návštěvách se to odrazilo negativním způsobem, jak můžeme vidět z následujícího grafu (DOUBEK, 2009).



Graf č. 9: Divácká návštěvnost na fotbale

Grafické znázornění průměrné divácké návštěvnosti na fotbalových utkáních ukazuje prokazatelný vliv dopravní dostupnosti na celkový počet fanoušků na utkání. Mezi sezonou 2003/2004 a 2004/2005 můžeme sledovat prudký pokles diváckého zájmu, který můžeme odůvodnit především velkou vzdáleností místa konání utkání od samotného města. Třebaže se jednalo pouze o vzdálenost cca 20 kilometrů, doprava byla klubem zajištěna a stadion nabízel perfektní fotbalové prostředí, spadl divácký zájem téměř o třetinu a jak můžeme vidět, od této sezony se opět pomalu zvedá a získává své fanoušky zpět. Problém znamenalo toto stěhování totiž nejen pro onu inkriminovanou sezonu, ale i do budoucna. Mnoho fanoušků si odvyklo na fotbal chodit a v dalších sezonách pak bylo cílem, aby se opět naučili navštěvovat Městský stadion na fotbalových utkáních.

5.1.4 Volejbal

Název	Sportcentrum Sluneta (dříve hala TJ Chemička)
Rok výstavby	1972-1974 (momentálně probíhá rekonstrukce)
Kapacita	2000 míst
Sezení x stání	1200 míst k sezení, 800 míst ke stání
Doplňkové služby	Bučet
Využití	Volejbal, basketbal, další sportovní turnaje, kulturní akce
Spojení	MHD: linky 17, 52, 58, 59 – 10 minut z centra
Parkování	Zadní vchod – cca 50 aut
Výhody	Tradice, bezprostřední kontakt s publikem, výhodná poloha
Nevýhody	Zastaralost, špatné technické zázemí, v pronájmu

Volejbal nacházel útočiště v hale „TJ Chemička“ za dřívějších časů, a to i například během mistrovského tažení ústecké „Setuzy“ v 90. letech. Počítáme-li však novou éru, je dnešní „Sportcentrum Sluneta“ jeho domácím prostředím od roku 2005 (JAVŮREK, 2009).

Zhodnocení samotného zázemí jsme provedli již v rámci basketbalu (viz kap. 5.1.2). Poloha, dopravní dostupnost atp. jsou tedy stejné, avšak najdeme i pár odlišností. Zřejmě ta nejmarkantnější je, že basketbal je v současnosti majitelem haly a volejbalový SK je zde v pronájmu. Přes tuto skutečnost však spolupráce probíhá bezproblémově a v podstatě nikoho příliš neomezuje. Dalším rozdílem je např. i absence dětského koutku na volejbalových zápasech (JAVŮREK, 2009)

5.1.5 Hodnocení

Po provedené generální rekonstrukci se dá objektivně konstatovat, že kvalitní zázemí je momentálně jednou z největších deviz ústeckého hokeje a v tomto směru zatím nenachází u ostatních ústeckých sportů důstojnou konkurenci.

Jak již bylo zmíněno výše, největším minusem zázemí pro basketbal a volejbal (Sportcentrum Sluneta) byla, a stále ještě je, jeho celková zastaralost a opotřebování. Vzhledem k probíhajícím a naplánovaným rekonstrukcím by se toto však mělo v dohledné době zlepšit. Kapacita haly je pro potřeby basketbalu i volejbalu dostačující a pro vytvoření dobré atmosféry ideální. Příznivý je i poměr míst k sezení. V horším stavu už jsou samotné sedačky, které je v plánu nahradit.

Jako nejhorší zázemí musíme označit Městský stadion, který slouží jako domácí prostředí týmu FK Ústí nad Labem. I přesto, že proběhly již některé rekonstrukční práce a

mnoho jich je ještě naplánováno, stadion není příliš nakloněný opravdovému fotbalovému prostředí díky své atletické povaze.

5.2 Aspekty sportovního prožitku

Atraktivní soupeř, ofenzivní taktika ani klíčový zápas nemohou zaručit perfektní sportovní podívanou, avšak dokážou přinejmenším pravděpodobnost tohoto předpokladu podstatně zvýšit. Čím vyšší je tato pravděpodobnost, tím úměrně také stoupá očekávání fanoušků a s tím spojená divácká návštěva na utkání. V naší anketě jsme zjišťovali sílu těchto faktorů v otázce č. 10 a 11 (viz graf č. 6 a 7). Souhrnně jsme tento faktor označili jako aspekty sportovního prožitku, pro naše účely ho však, i dle toho, jak jsme se dotazovali v anketě, rozdělíme na dílčí části.

5.2.1 Úroveň soutěže

Celých 13 % dotazovaných v anketní otázce č. 10 uvedlo, že vysoká úroveň soutěže je dokáže přilákat k osobní návštěvě utkání (viz graf č. 6). Opačná situace, tedy nízká úroveň soutěže, dokáže potenciální diváky také odradit, a to přesně 9 % z nich (viz graf č. 7). V tomto ohledu má momentálně nejlepší pozici tým SK Volejbal Ústí nad Labem, který jako jediný ze sledovaných klubů hraje v nejvyšší republikové soutěži. Zbylé tři kluby nastupují, aspoň pro sezonu 2008/2009, v druhých nejvyšších soutěžích. Srovnávat v tomto faktoru jednotlivé sporty mezi sebou by bylo zkreslující a zavádějící, na každém se totiž pohybuje divácká návštěvnost na jiné hladině. Pro demonstraci významu úrovně soutěže tak budeme srovnávat sezony strávené jedním klubem v různě kvalitních soutěžích. Zaměříme se především na lední hokej, fotbal a basketbal, ve kterých během posledních deseti let proběhly změny, ať už v podobě postupů, či sestupů.

Tabulka č. 5: Divácká návštěvnost na ledním hokeji v posledních čtyřech sezónách

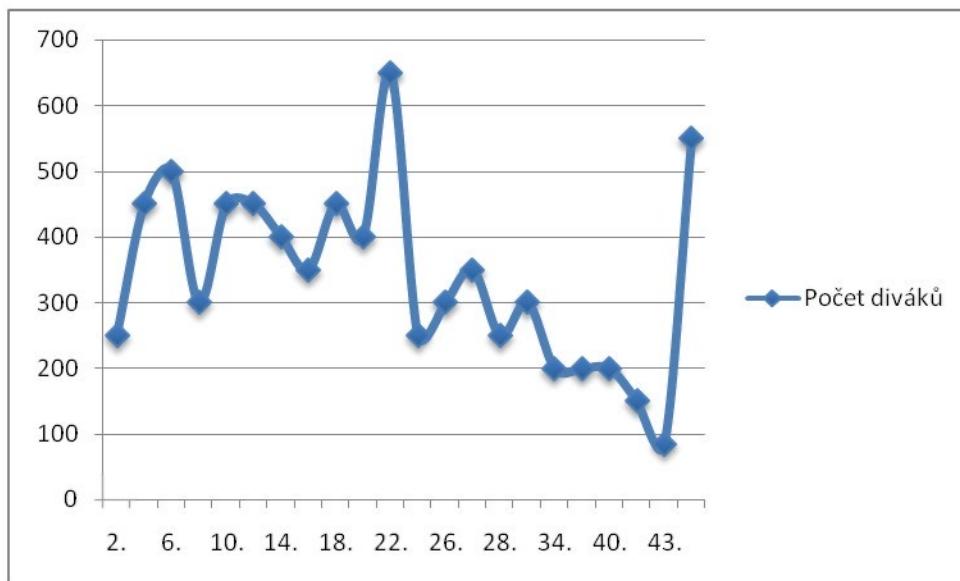
1. liga	2005/2006	2414
1. liga	2006/2007	2869
Extraliga	2007/2008	4558
1. liga	2008/2009	2687

V prvním sloupci tabulky uvádíme soutěž, ve které tým HC Slovan Ústečtí Lvi nastupoval. Druhý určuje, o který ročník se jedná, a ve třetím sloupci jsou hodnoty průměrné divácké návštěvnosti na domácích utkáních za základní část soutěže. Tabulka č. 5 demonstriuje obrovskou váhu, jež tento faktor má. Ta je v případě ledního hokeje ještě

umocněna celkovou oblíbeností tohoto sportu, s tím spojeným častým výskytem ve veřejných médiích a vysokém povědomí fanoušků o „hvězdách“, které v extraligových klubech nastupují. Ve spojení se známými hráči, či osobnostmi, musíme zmínit i jejich vliv na zaplněnost tribun během utkání. Dle ankety dokážou tito hráči přilákat do hlediště 6 % respondentů, což ve spojení se samotným faktorem nejkvalitnější republikové soutěže, může značně zahýbat poměrem mezi prázdnými a obsazenými místy (viz graf č. 8). Zvýšení dlouhodobého průměru o téměř 2 tisíce diváků na utkání je obrovské a nelze se domnívat, že by důvodem byl jiný faktor.

5.2.2 Výsledky a umístění týmu

Vítězné šňůry, série proher, pozice na čele, či poslední místo mají také vliv na diváckou návštěvnost. 9 % dotazovaných sleduje aktuální výsledky týmu a v případě, že jsou dobré, tak se u nich zvyšuje šance na osobní návštěvu utkání. Na špatné výsledky, či prohru v minulém utkání, nejsou diváci tolík citliví. Jen 4 % dotazovaných uvedly, že je tato skutečnost dokáže odradit od návštěvy sportovní podívané. Následující graf zaznamenává trend počtu diváků na utkání během sezony v případě špatných výsledků.



Graf č. 10: Divácká návštěvnost na basketbalu v sezoně 2007/2008

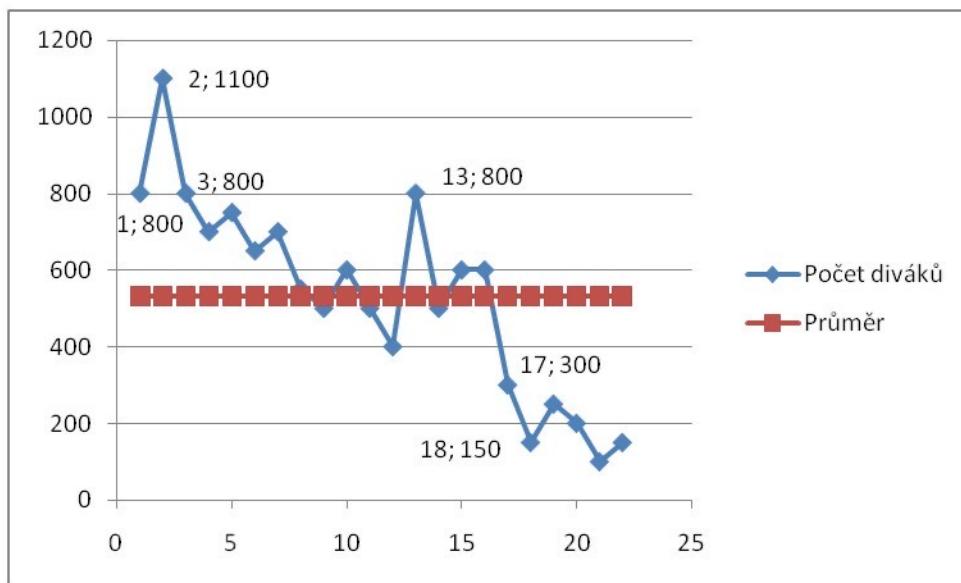
Graf č. 10 sleduje počet diváků na domácích zápasech týmu BK Ústí nad Labem v sestupové sezoně 2007/2008 (viz příloha č. 4). Na svislé ose se nachází počet diváků, na ose vodorovné je průběh sezony zachycený označením hracích kol. Tým se víceméně od začátku sezony pohyboval na spodních příčkách, doma ukořistil pouhé tři výhry a nakonec z Mattoni NBL sestoupil. Na grafu můžeme sledovat v průběhu času jednoznačně klesající tendenci,

kterou narušují pouze dva body, jež představují „derby“ utkání se sousedním Děčínem. V první čtvrtině soutěže ještě doma tým místního BK vybojoval tři výhry a návštěvnost se pohybovala lehce pod 500 diváků v průměru. Po zbytek sezony už doma žádné vítězství nezaznamenal a to se nepopiratelně odrazilo do klesajícího zájmu diváků.

S výsledky a umístěním týmu může souviset i jeho herní forma. Ta je však prakticky statisticky nezachytitelná a relativní, proto se jí věnovat jako faktoru více nebudeme.

5.2.3 Soupeř

V dnešní době poměrně velká část fanoušků navštěvuje utkání pouze za předpokladu, že se dá čekat zajímavé a atraktivní utkání, k čemuž přispěje právě hostující tým. Jedná-li se o prestižní a kvalitní tým plný hvězd, odvěkého rivala, nebo tým ze sousedního města, pak dokáže do hlediště přilákat na utkání celých 12 % dotazovaných (viz graf č. 6). Naopak zdánlivá neutraktivita utkání v podobě nezajímavého soupeře jich dokáže 12 % odradit (viz graf č. 7).



Graf č. 11: Výkyvy divácké návštěvnosti na basketbalových utkáních

Graf č. 11 ukazuje diváckou návštěvnost na každém domácím utkání týmu BK Ústí nad Labem v sezoně 2006/2007. Na svislé ose se nachází počet diváků, horizontální znázorňuje chronologicky průběh sezony. Červená linie představuje průměrnou návštěvnost v sezoně, modrá každé z utkání zvlášť. Pravidelně nejnavštěvovanější bývá na ústecké palubovce „derby“ se sousedním BK Děčín. Tyto utkání jsou na grafu znázorněny body č. 2 a č. 13. Vysoký počet diváků (1100, 800) je výslednicí hned několika příčin. Na tyto zápasy

dojíždějí i fanoušci hostujícího Děčína, na utkání bývá bouřlivější atmosféra, za hostující tým nastupují i někteří ústečtí odchovanci a tradicí a prestiž tohoto duelu dokáží přilákat do hlediště i více fanoušků domácího BK. Další vysoká návštěva je pod bodem č. 1, který představuje utkání s BK Nymburk. BK Nymburk je tým, který posledních několik sezon patří k ligové špičce a i v této sezoně získal mistrovský titul. V tomto případě je vysoká návštěva jednoznačně odrazem kvality soupeře a z části možná i faktum, že se jednalo o první domácí utkání sezony. Třetí vysoká návštěva s počtem diváků 800 byla zaznamenána na domácím zápase č. 3 proti USK Praha. Přestože se nejedná o tým z předních pozic, býval USK častým sokem ústeckého BK v boji o play-off a sousedem v tabulce, tudíž se jednalo o vyrovnávané utkání. Na opačném pólu divácké návštěvnosti zmiňme dvě utkání. Pokročilá fáze soutěže a dva týmy z chvostu tabulky za sebou znamenaly ve výsledku 300, respektive 150 přihlížejících diváků.

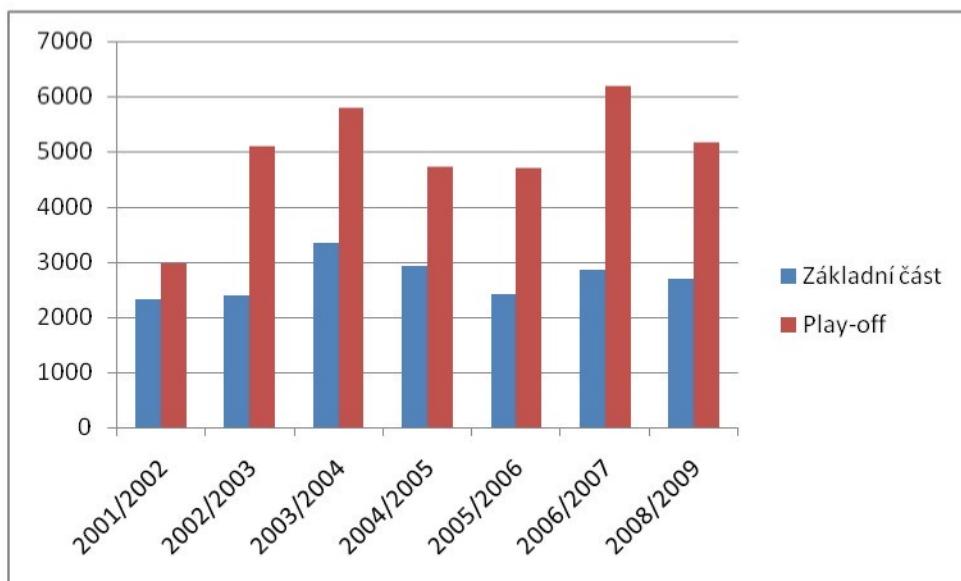
Tabulka č. 6: Výkyvy divácké návštěvnosti na fotbalových utkáních

kolо	soupeř	umístění	diváků
2.	Hradec Králové	7.	728
4.	Opava	4.	487
5.	Dosta Bystrc	16.	356
7.	HFK Olomouc	3.	348
9.	Vítkovice	12.	256
11.	Třinec	13.	288
13.	Čáslav	10.	320
15.	Sigma Olomouc "B"	15.	238
16.	Jihlava	5.	628
18.	Sokolov	6.	582
21.	Viktoria Žižkov	1.	865
23.	Hlučín	14.	420
25.	Jakubčovice	11.	424
27.	Bohemians 1905	2.	1820
Průměrná návštěvnost v sezoně			554

Tabulka nám ukazuje přehled všech domácích utkání týmu FK Ústí nad Labem v sezoně 2006/2007. V tomto přehledu se zaměřujeme především na konečné umístění jednotlivých soupeřů. Zeleně jsou označeny první dva týmy, červeně dva poslední. Z posledního sloupce, ve kterém uvádíme počet diváků přítomných na utkání, je vidět výrazný vliv atraktivity soupeře na diváckou obec.

5.2.4 Fáze soutěže a důležitost utkání

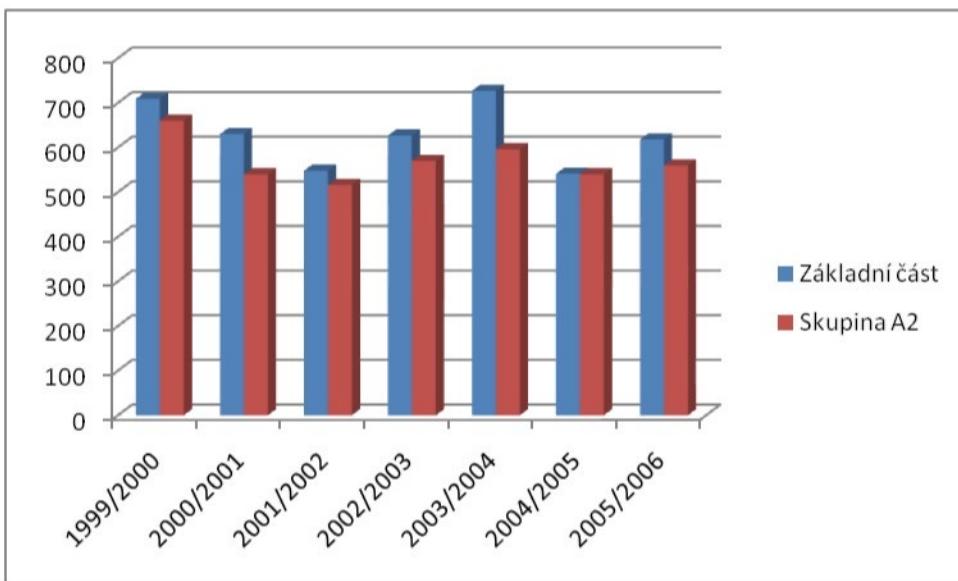
Pod fází soutěže v tomto případě máme na mysli rozdělení na základní část, nadstavbovou část, play-off, finálové utkání, barážová série apod. 10 % dotazovaných dokáže, právě nějakým z těchto způsobů, zajímavý duel přilákat do hlediště (viz graf č. 6). Jako opak můžeme uvést již výše zmíněnou neutraktivitu utkání (kapitola 5.2.3). V nedůležitých utkání můžeme spekulovat i o snížené motivaci hráčů a z toho vyplívajícího špatného přístupu k nim, což dle ankety dokáže odradit 10 % respondentů (viz graf č. 7)



Graf č. 12: Divácká návštěvnost v rozdílných fázích soutěže na hokejových utkáních

Na grafu č. 12 můžeme vyzdvíhat, že pro návštěvy na domácích utkáních týmu HC Slovan Ústečtí Lvi je účast v play-off důležitým oživovacím prvkem, který pravidelně zvedá průměrnou návštěvnost i o více jak 2000 diváků.

Průměrná návštěvnost však nemusí být vždy nejnižší v základní části soutěže. V basketbalové Mattoni NBL se dříve praktikoval herní systém, ve kterém byly týmy po odehrání dvou kol každého s každým rozděleny na lepší a horší polovinu. BK Ústí nad Labem se ve všech námi sledovaných sezonách dostal do horší ze skupin. Přestože se v této skupině bojovalo ještě o dvě volná postupová místa do play-off, divácký zájem tomu neodpovídal, jak ukazuje následující graf.



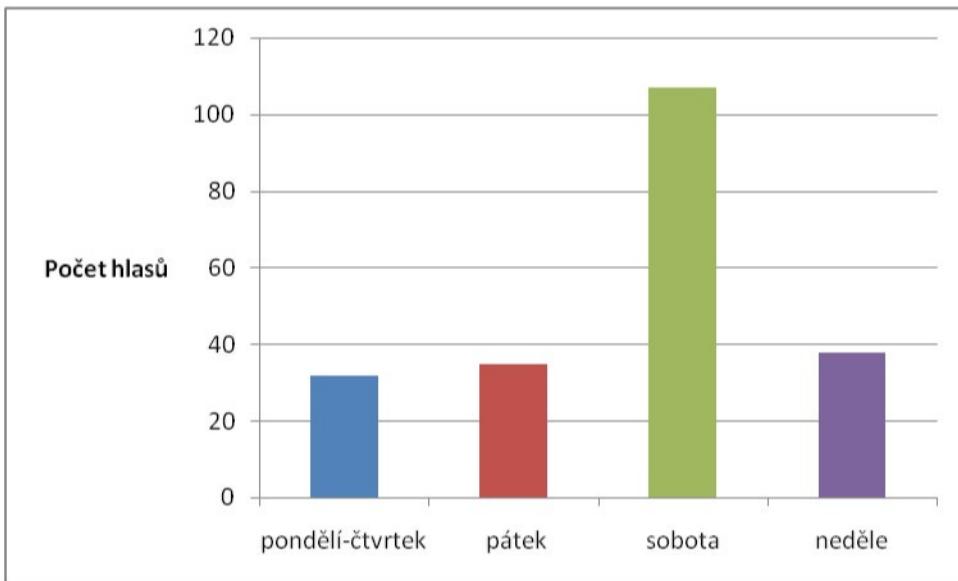
Graf č. 13: Divácká návštěvnost v rozdílných fázích soutěže na basketbalových utkáních

5.2.5 Hodnocení

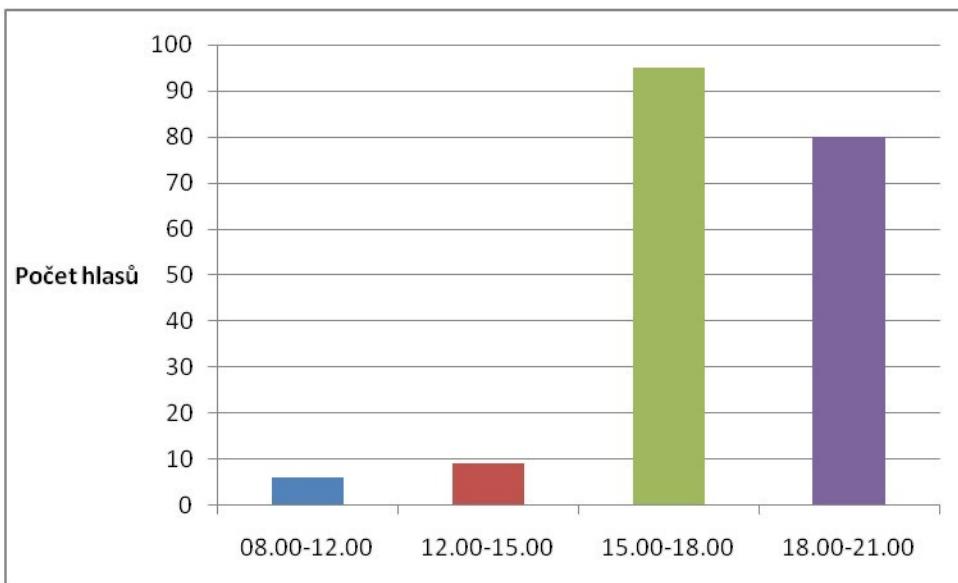
Jsme si vědomi, že aspekty sportovního prožitku jsou specifickým faktorem, jelikož nejsou odrazem práce managementu klubu, nýbrž souhrnem sportovních okolností. Jejich důležitost je ovšem natolik vysoká, že bylo naší povinností zmínit ty nejdůležitější a upozornit na možné dopady na diváckou návštěvnost. Snahou managementu klubu by pak v případě extrémně pozitivních aspektů měla být maximalizace dopadu na diváckou návštěvnost. V opačném případě by měl být management především připraven a schopen negativní dopady na diváckou návštěvnost neutralizovat.

5.3 Termín utkání

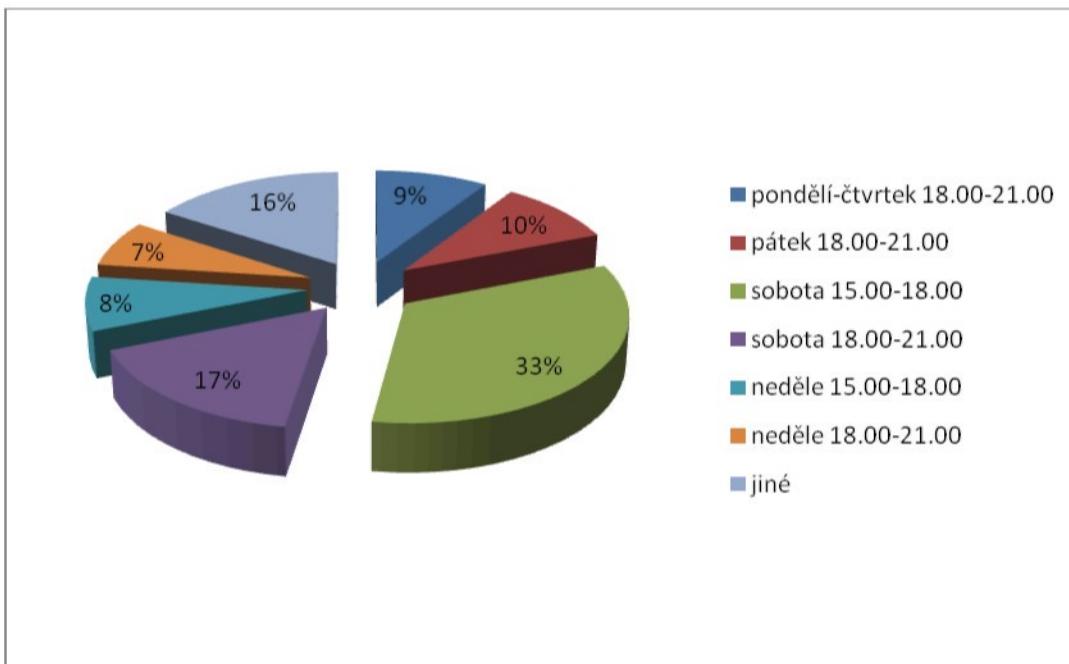
Pod termínem utkání máme na mysli především den a čas jeho konání. Na nejvhodnější termín pro návštěvu sportovního klání jsme se dotazovali respondentů v anketní otázce číslo 9 (viz příloha č. 8). Zjišťovali jsme nejvhodnější čas, nejvhodnější den a nakonec jejich nejlepší kombinace.



Graf č. 14: Vhodnost dnů pro návštěvu sportovního utkání



Graf č. 15: Vhodnost časových intervalů pro návštěvu sportovního utkání



Graf č. 16: Nevhodnější kombinace dne a času

Do grafu č. 16 byly zaneseny konkrétně jen ty časové kombinace, jež zmínilo více jak 5 % dotázaných. Časové kombinace, které tuto podmínu nesplnily, jsme v obrázku shrnuli pod označení „ostatní“.

S výše vykreslenými grafy č. 14 – 16 budeme pracovat v dalších podkapitolách, kde zmíníme stanovené hrací termíny v námi sledovaných klubech. Ty budeme porovnávat s optimem stanoveným anketou a uvedeme i příklady z praxe.

5.3.1 Lední hokej

Tým HC Slovan Ústečtí Lvi disponuje třemi pevnými hracími termíny, které znázorňuje následující tabulka.

Tabulka č. 7: Hrací termíny HC Slovan Ústečtí Lvi

Den	Čas
Pondělí	18.00
Středa	18.00
Sobota	17.30

Středeční a sobotní termíny jsou pravidelné, pondělní utkání bývají méně častá. Tyto hrací termíny jsou v klubu již zavedené a v podstatě, až na extraligový ročník 2007/2008 , neměnné. Začátky utkání ve všední dny jsou posunuty o půl hodiny na 18.00, což by, jak

můžeme vidět na obr. č. 16, ocenilo hned 9 % respondentů. Tímto tahem se všechny tři hrací termíny objevují mezi nejvhodnějšími kombinacemi dne a času (viz graf č. 16), což se dá považovat za velké pozitivum. Právě stabilita a určitá tradice těchto termínů, spolu s posunutím začátku utkání na 18.00 ve všední dny, mají za výsledek minimální rozdíly mezi diváckou návštěvností o víkendu a v pracovní dny.

5.3.2 Basketbal

V Ústí nad Labem byli místní obyvatelé zvyklí navštěvovat utkání Mattoni NBL každou středu a sobotu večer. Po loňském sestupu do 1. ligy se však tato skutečnost značně změnila. 1. liga nabízí vcelku nevhodný hrací systém. Na domácí palubovce se mužstvo představí vždy jen jednou za 14 dní o víkendu a to hned dvakrát za sobotu - v sobotu večer (18.00) a v neděli dopoledne. Jak můžeme vidět z obr. č. 14 a 15, sobotní utkání by měla teoreticky být lépe navštěvována. Tento poznatek potvrzuje i manažer klubu Tomáš Holešovský a doplňuje, že sobotní termíny jsou sice atraktivnější a vhodnější, ale vzhledem k systému dva zápasy za víkend, se objevuje prostor pro propojení obou utkání různými motivačními prvky. Především jde o snahu posílit divácký zájem o nedělní dopolední utkání různými akcemi (v případě, že v sobotu BK Ústí n. L. vyhraje, dostane každý divák v neděli klobásu zadarmo atd.). Na závěr se budeme pokoušet zjistit, zda v minulých sezónách existoval rozdíl mezi diváckými návštěvami na sobotních a středečních utkáních, respektive tedy, jestli hrací termín vůbec měl nějaký vliv na divácký zájem.

Tabulka č. 8: Divácká návštěvnost na basketbalových utkáních v sezoně 2000/2001

Den	Diváků
středa	600
sobota	600

Pro naše srovnání jsme zvolili ročník 2000/2001, jelikož se v něm odehrála všechna utkání právě v sobotu a ve středu. Průměrný počet diváků na středečních a sobotních utkáních, vyšel, navzdory anketě (viz graf č. 14), naprostě stejně. V tomto případě se nám tedy nepodařilo prokázat význam hracího termínu jako faktoru změny divácké návštěvnosti. V podstatě nulový rozdíl mezi hracími dny můžeme připsat zajisté také šikovně stanoveným hracím časům, které nebyly pro diváky překážkou v návštěvě utkání.

5.3.3 Fotbal

Klub FK Ústí nad Labem má pro svá domácí utkání vyhrazenou neděli. Termín je to pevný, avšak s pohyblivým časem začátku, který je odvísly především od ročního období (DOUBEK, 2009). Tato časová nezávaznost a flexibilita je určitě výhodou, ačkoliv najdou se tací fanoušci, jež mají rádi pevný řád a pohyblivost začátku jím nemusí vyhovovat.

5.3.4 Volejbal

Hrací termíny domácích utkání SK Volejbal Ústí n. L. jsou čtvrtek 18.00 a sobota 17.00. Tyto termíny jsou již zavedené a diváci jsou na ně zvyklí (JAVŮREK, 2009). Stejně tak jako v případě ledního hokeje, či basketbalu byl začátek utkání ve všední dny posunut až na 18.00, což přispělo k vyrovnanosti průměrných návštěv ve srovnání sobotních a čtvrtičních utkání, jak vidíme v tabulce č. 9.

Tabulka č. 9: Divácká návštěvnost na volejbalových utkáních v sezóně 2008/2009

Den	Diváků
sobota	408
čtvrtek	400

5.3.5 Hodnocení

Přestože jsme zjistili velký vliv nevhodného termínu dle ankety (viz kap. 4.2.3), kluby jsou si tohoto faktu většinou vědomy a podle toho se také zařizují a snaží se vyjít divákům vstříč minimálně stanovenými začátky utkání. Rezervy představuje v podstatě nulová spolupráce mezi jednotlivými sporty v podobě navázání začátků svých utkání vzhledem k blízkosti jednotlivých sportovních areálů. Pozitivně musíme tedy zhodnotit alespoň to, že se jednotlivá utkání časově nepřekrývají. Závěrem je potřeba říct že termín utkání je faktor, na kterém se nedá nijak výrazně v divácké návštěvnosti získat, ale dá se na něm velké procento diváků ztratit.

5.4 Vstupné

Vstupné na utkání nás bude zajímat hned v několika podobách. Na sledovaných sportech budeme zjišťovat výši jednorázového vstupné, nabídku různých balíčků a také možnost zakoupení permanentního vstupné. Z anketního šetření jsme zjistili, že diváci jsou ochotni za návštěvu sportovního utkání zaplatit, neboť jen 5 % respondentů by přilákal do hlediště vstup zdarma (viz graf č. 6). Avšak problém se zdá být především ve vhodně

nastavené výši vstupného. 12 % dotazovaných by totiž v případě vysoké ceny vstupného osobně utkání nenavštívilo (viz graf č. 7).

5.4.1 Lední hokej

Tabulka č. 10: Vstupné na lední hokej

Kategorie	Sektory	Cena
Dospělí	B3,B4,D5,D6	90,- Kč
Dospělí	ostatní sedadla	70,- Kč
Děti a studenti (do 26 let)		50,- Kč
Děti do 130 cm	(bez nároku na sedadlo)	ZDARMA
Držitelé průkazu ZTP		ZDARMA
Důchodci		50,- Kč
Stání	A4	50,- Kč

Zdroj: HC SLOVAN ÚSTÍ (2003-2009)

Tab. č. 10 ukazuje poměrně propracovaný systém jednorázového vstupné na utkání týmu HC Slovan Útečtí Lvi. Vstupenka je vždy na konkrétní místo. Klub nabízí celou řadu slev a dokonce jako rodinné vstupné tzv. „Balíčky vstupenek“, jejichž přehled můžeme vidět na následujícím obrázku.

Balíčky vstupenek – rodinné vstupné (dospělý+dítě)					
1+1	1+2	1+3	2+1	2+2	2+3
95,- Kč	135,- Kč	175,- Kč	150,- Kč	190,- Kč	230,- Kč

Obrázek č. 1: Rodinné vstupné

Zdroj: HC SLOVAN ÚSTÍ (2003-2009)

Vstupné je během sezony stabilní, jeho zvýšení klub provádí až v případě klíčových duelů v play-off. V posledních letech byla stabilita vstupného ovlivněna především generální

rekonstrukcí zimního stadionu a postupem do Extraligy. V obou případech došlo k jeho zvýšení, avšak nutno podotknout, že zcela oprávněně a odpovídajícím způsobem. Vstupenku je možno zakoupit na pokladnách vždy hodinu před utkáním a k dispozici je i prodej prostřednictvím internetu (ZEMAN, 2009).

Klub nabízí i možnost zakoupení permanentních vstupenek s platností po celou sezonu. Součástí permanentní vstupenky je i výběr a zarezervování vlastního místa na stadionu. Na sezonu 2008/2009 bylo prodáno cca 1000 permanentních vstupenek, což je sice o polovinu méně než v extraligové sezoně 2007/2008, celkově ovšem o tento druh vstupného roste zájem. Do budoucna má klub v plánu cenovou hladinu vstupného zvýšit, avšak s úmyslem za vyšší cenu nabídnout více (ZEMAN, 2009).

5.4.2 Basketbal

Tabulka č. 11: Vstupné na basketbal

Kategorie	Cena
Dospělí	30,- Kč
Děti a studenti (do 26 let)	15,- Kč
Děti do 130 cm	ZDARMA
Držitelé průkazu ZTP/P	15,- Kč
Důchodci	15,- Kč

Tab. č. 11 zobrazuje přehled základního jednorázového vstupné na domácí utkání týmu BK Ústí nad Labem v sezoně 2008/2009. Vstupenka není určena pro konkrétní místo či sektor. Kromě těchto základních cen začal od letošní sezony klub zavádět zajímavé divácké akce. V podstatě na každý domácí zápas (či dvojzápas) je připraveno něco jiného a tak se můžeme setkat se vstupem zdarma pro studenty či pro barevně sladěné fanoušky, skupinovými výhodami atd. Výše vstupného je dlouhodobě konstantní a vstupenky lze zakoupit vždy před utkáním na pokladnách Sportcentra Sluneta (HOLEŠOVSKÝ, 2009).

Po dlouhé době se klub v sezoně 2008/2009 odhodlal nabídnout fanouškům možnost zakoupení permanentních vstupenek. Jejich cena byla 200 Kč na celou sezonu s možností výběru oblíbeného místa v hledišti. Ke koupi permanentní vstupenky navíc každý obdržel

dárek v podobě lahve vína a klubové šály. Na tuto sezonu jich bylo prodáno cca 60 (HOLEŠOVSKÝ, 2009).

5.4.3 Fotbal

Tabulka č. 12: Vstupné na fotbal

Kategorie	Cena
Dospělí	40,- Kč
Děti do 15-ti let	ZDARMA
Ženy	ZDARMA

Tab. č. 12 zobrazuje přehled základního jednorázového vstupné na domácí utkání týmu FK Ústí nad Labem v sezoně 2008/2009. Vstupenka není určena pro konkrétní místo či sektor. Vstupenky lze zakoupit vždy před utkáním na pokladnách Městského stadionu (DOUBEK, 2009).

Také ústecký FK po delší době zavedl pro sezonu 2008/2009 možnost zakoupení permanentní vstupenky. Její cena byla stanovena na 500 Kč a její platnost byla omezena ligovými zápasy. V tomto případě se ovšem bohužel nedá mluvit o úspěchu, jelikož se prodalo pouhých osm kusů (DOUBEK, 2009).

5.4.4 Volejbal

Tabulka č. 13: Vstupné na volejbal

Kategorie	Cena
Dospělí	40,- Kč
Studenti (do 26 let)	20,- Kč
Děti do 15-ti let a důchodci	ZDARMA

Tab. č. 13 udává přehled základního jednorázového vstupné na domácí utkání týmu SK Volejbal Ústí nad Labem pro sezonu 2008/2009. Vstupenka není určena pro konkrétní místo či sektor. Výše vstupného je konstantní od doby, kdy se tým probojoval do Extraligy

(viz kap. 4.4). Vstupenky lze zakoupit vždy před utkáním na pokladnách Sportcentra Sluneta (JAVŮREK, 2009).

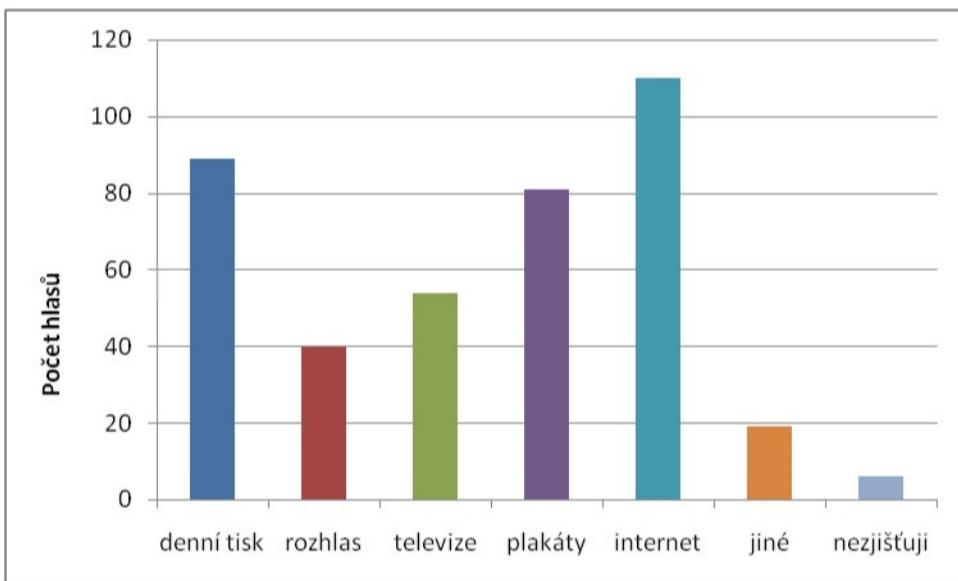
Permanentní vstupenky, jako jediný z námi sledovaných klubů, SK Volejbal pro sezonu 2008/2009 nenabízel a tuto myšlenku necholal ani výhledově realizovat. Klub se domnívá, i vzhledem k dřívějším zkušenostem, že by se nepodařilo prodat dostatečné množství tohoto druhu vstupenek (JAVŮREK, 2009).

5.4.5 Hodnocení

Nejvýše stanovenou cenovou hladinu vstupného má tým HC Slovan Ústečtí Lvi. A to jak vzhledem k ostatním námi sledovaným klubům, tak v porovnání s ostatními kluby 1. hokejové ligy. Avšak disponuje nejpracovanějším systémem jednorázového vstupné, velkým počtem prodaných permanentních vstupenek, rodinnými balíčky, vstupenkami přímo na místo a možností zakoupení vstupenek přes internet. Díky tomuto výčtu přednosti si určitě může dovolit nasadit mírně nadprůměrnou cenu. Od sezony 2008/2009 se také BK Ústí nad Labem začal více věnovat divákům a primát mu patří především v množství akčních nabídek, které se týkají vstupného. Ústečtí BK a SK Volejbal spoléhají především na nízko stanovenou cenu jednorázového vstupné, což už ovšem často nemusí být v dnešní době dostačující.

5.5 Propagace utkání

Propagace utkání sice nebyla zmiňována respondenty v anketě příliš často jako důležitý faktor (viz graf č. 6), který by je přilákal k návštěvě utkání, přesto je nezbytná jako způsob komunikace klubu s fanoušky a pracuje také ve prospěch zvýšení povědomí o klubu. Každý fanoušek se před osobní návštěvou utkání musí dozvědět o samotném jeho konání, termínu, soupeři, výši vstupného, případně o dalších doplňujících informacích. Kde nejčastěji lidé tyto informace získávají, jsme se zeptali respondentů v anketní otázce číslo 7 (viz příloha č. 8). Její výsledky znázorňuje následující graf.



Graf č. 17: Zdroje informací o konání sportovních utkání

V případě označení odpovědi „jiné“ byl respondentům poskytnut prostor k vypsání konkrétních dalších možností. Nejčastěji zmiňováno bylo v tomto případě získávání informací od přátel a známých.

5.5.1 Lední hokej

Tým HC Slovan Ústečtí Lvi využívá k propagaci svých domácích utkání především internet, televizní vysílání a rozhlas. Upoutávka na utkání se objevuje vždy na stránkách klubu www.hcusti.cz. Plakátovací plochy a denní tisk klub nevyužívá, přestože dříve tyto formy propagace podporoval. Klub spolupracuje s regionální televizí, na které běží jeho spot. Stejně tak spolupracuje s místní rádiovou stanicí Fajn North Music, která vysílá upoutávku na utkání vždy cca 4 dny předem. Během nadstavbové části play-off bývá propagace posilněna o billboardy a automobil s vyvoláváním, který jezdí po městě (ZEMAN, 2009).

5.5.2 Basketbal

V rámci internetu využívá BK Ústí nad Labem k informacím o utkáních klubového webu (www.bkusti.cz) a webových stránek svých partnerů. Na místní regionální televizi běží o zápasech zmínka v rubrice „Co o víkendu“. V menší míře se objevují upoutávky i v rozhlasu na stanicích Český rozhlas a Fajn North Music. Klub využívá i plakátovacích ploch a denního tisku. V Ústeckém deníku jsou informace o zápasech zmiňovány formou rozhovorů s hráči atd. Na spolupráci s médií se, dle klubu, negativně projevil sestup z nejvyšší basketbalové soutěže (HOLEŠOVSKÝ, 2009).

5.5.3 Fotbal

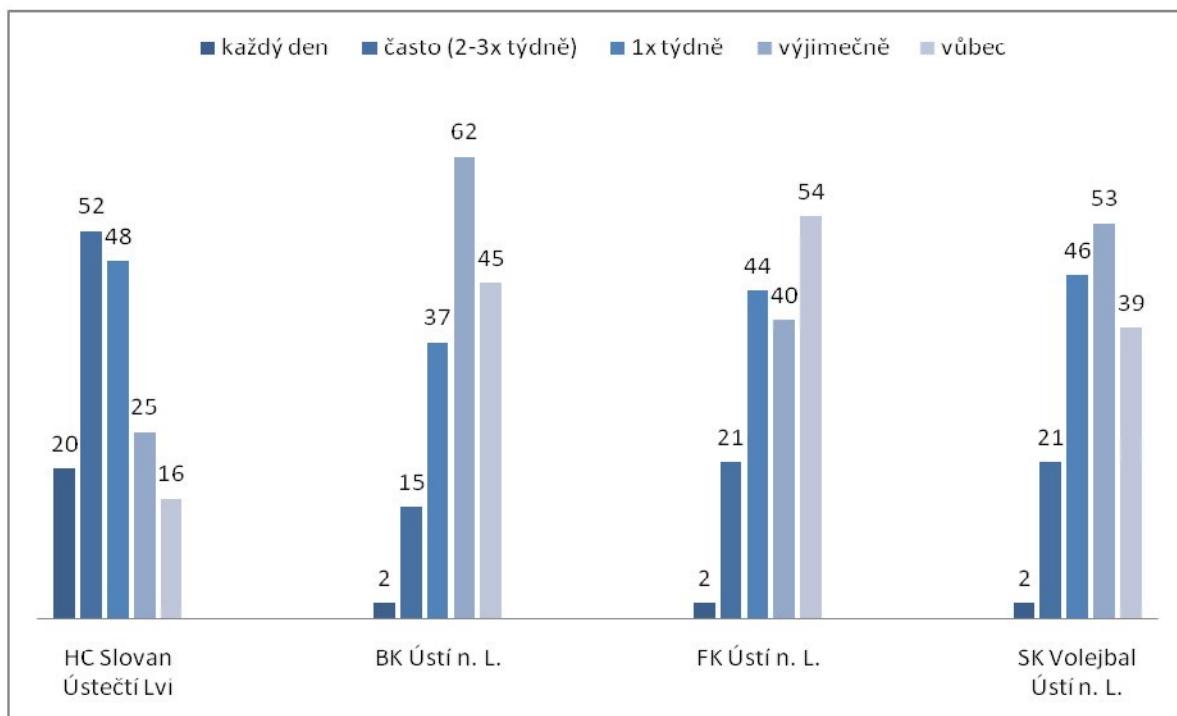
Upoutávky na domácí utkání týmu FK Ústí nad Labem se objevují na jeho oficiálních internetových stránkách (www.fkusti.cz), v Ústeckém deníku a také na vyhrazené ploše u městského stadionu. Klub spolupracuje s rozhlasovou stanicí Fajn North Music, kde běží upoutávky na nedělní utkání vždy od středy do soboty. Naopak nevyužívá možnosti plakátovacích ploch a televizního vysílání (DOUBEK, 2009).

5.5.4 Volejbal

Pozvánky na utkání týmu SK Volejbal Ústí nad Labem se objevují na oficiálních internetových stránkách klubu (www.skvolejbal.cz) a v místní regionální televizi. Klub využívá plakátovacích ploch v nákladu 40 plakátů na zápas (140 je možné maximum). Spolupracuje také s MF Dnes a Ústeckým deníkem. Rozhlasová forma pozvánky se v současnosti příliš nevyužívá, dříve však probíhala spolupráce s rádiem Fajn North Music (JAVŮREK, 2009).

5.5.5 Hodnocení

Pro zhodnocení kategorie propagace utkání použijeme výsledky dvou anketních otázek, které se právě propagace týkaly. V obou se nejednalo konkrétně o propagaci utkání, nýbrž spíše o celkovou propagaci sportovního odvětví, přesto spolu tyto problematiky úzce souvisí.



Graf č. 18: Četnost informací o/z klubu ve veřejných mediích

Graf č. 18 zobrazuje vyhodnocení anketní otázky č. 5 (viz příloha č. 8), ve které jsme zjišťovali, jak často respondenti registrují zmínky o uvedených klubech ve veřejných médiích. Nejčastěji registrují respondenti zmínky ve veřejných médiích o klubu HC Slovan Ústečtí Lvi. Méně pak o SK Volejbal Ústí nad Labem a nejméně pak o místním FK a BK.

Tabulka č. 14: Propagace sportovních odvětví v Ústí nad Labem

Lední hokej	1,89
Basketbal	3,44
Fotbal	3,01
Volejbal	3,28

Číselné hodnoty u jednotlivých sportů vyjadřují průměrnou známku, která jim byla udělena respondenty. Hodnotící škála byla stanovena od jedné do pěti a to na stejném principu jako známkování školní. V našem případě znamenalo ohodnocení sportovního odvětví známkou 1 – propagace je bezchybná, na druhé straně stupnice známka 5 vyjadřovala – propagace je naprosto nedostatečná. Dotazovaní vybírali známky na základě mínění o úrovni propagace jednotlivých sportovních odvětví.

Tabulka č. 15: Přehled využití základních druhů propagace utkání

	Denní tisk	Rozhlas	Televize	Plakáty	Internet
HC Slovan Ústečtí Lvi	NE	ANO	ANO	NE	ANO
BK Ústí n. L.	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO
FK Ústí n. L.	ANO	ANO	NE	NE	ANO
SK Volejbal Ústí n. L.	ANO	NE	ANO	ANO	ANO

Konfrontujeme-li tabulku č. 15 s informacemi z grafu č. 17, musíme uvést, že největším pokrytím propagace utkání disponuje v současnosti BK Ústí nad Labem, který využívá všech jejich základních typů. SK Volejbal Ústí n. L. mírně zaostává díky nevyužívání rozhlasu, který však není diváky tolik vyhledáván ke sběru informací (viz graf č. 17). Ostatní dva kluby využívají jen tři z pěti možných komunikačních kanálů k propagaci utkání. Jako největší minus bychom uvedli absenci plákatů u obou sportů a nevyužití denního tisku klubem HC Slovan Ústečtí Lvi.

Přes tato fakta musíme zmínit, že propagace utkání se v tomto případě neshoduje s úrovní celkové propagace sportovního odvětví a s četností, s jakou se informace o klubech objevují ve veřejných médiích (viz tab. č. 14, graf č. 18).

5.6 Management

ČÁSLAVOVÁ (2000, s. 11) uvádí: „Pojem sportovní management ev. management sportu lze chápat jako způsob uceleného řízení tělovýchovných a sportovních svazů, spolků, klubů, tělovýchovných jednot, družstev, které alespoň zčásti akcentují podnikatelsky orientované chování.“ Přestože managementem rozumíme rozsáhlé pole činností a působnosti včetně aktivit, které jsme rozebírali v předchozích kapitolách (5.3, 5.4, 5.5), tak v této kapitole se pro naše účely budeme zabývat spíše jen vedlejšími a doplňkovými činnostmi. Třebaže se nemusí jednat o hlavní pracovní náplň některých manažerů, z hlediska sportovního diváka nemůžeme opomenout aktivity jako komunikace s fanoušky, tvorba přestávkového programu či nabídka klubových suvenýrů.

I když je zřejmé a správné, že diváci chodí na utkání především kvůli sportovní stránce věci, péče o diváka a doprovodný program jsou nezbytnou součástí celkového dojmu z návštěvy utkání a je třeba se jimi zabývat. Z anketního šetření (viz příloha č. 8) jsme zjistili, že 2 % diváků dokáže přilákat na utkání již samotný doprovodný program (viz graf č. 6). Péče o diváka se ukázala být ještě přesvědčivější, a to v podobě 5 % respondentů, jež by kvalita tohoto aspektu dokázala přilákat do hlediště (viz graf č. 6).

5.6.1 Lední hokej

Komunikace klubu HC Slovan Ústečtí Lvi s fanoušky probíhá na bázi rubriky „Ptejte se“ na oficiálních stránkách klubu (www.hcusti.cz). Během základní části soutěže a mimosezonního období jsou pořádány doprovodné akce jako setkání s hráči a autogramiády. Klub spolupracuje s oficiálním fanklubem „Lion Patriots“, který má v současnosti kolem 100 členů. Fanklub je veden jako občanské sdružení, má vlastní stanovy a povinnosti jako např. účast na zápasech, choreografiích, schůzích, placení členských příspěvků. Klub činnost fanklubu finančně podporuje, propůjčuje mu bubny a jeho členové mají např. nárok na slevu ve fanshopu.

Klub nabízí poměrně širokou paletu suvenýrů (puky, klíčenka, vlajka, dres, čepice, trubky...). V loňském extraligovém ročníku klub investoval do suvenýrů 500 000 Kč a zájem o ně byl opravdu obrovský. V 1. lize je nabídka sice o něco málo chudší, přesto je

možnost si veškeré zboží vybrat a objednat přes e-shop, nebo osobně navštívit kamenný obchod v prostorách zimního stadionu.

Přestávky mezi třtinami při utkáních jsou pravidelně vyplňeny diváckými soutěžemi a reklamní „přehlídka“ automobilů na ledové ploše (ZEMAN, 2009).

5.6.2 Basketbal

Komunikace klubu BK Ústí nad Labem s fanoušky probíhá prostřednictvím on-line otázek na oficiálních stránkách klubu (www.bkusti.cz). Dále jsou zařazeny během sezony doprovodné akce jako např. účast na tréninku v rámci přestávkových soutěží. Klub nemá oficiální fanklub.

Ze suvenýrů BK Ústí n. L. zmiňme repliky dresů, šály a hrnečky. V minulosti se klub pokoušel o rozšíření sortimentu, tento tah se ovšem nesetkal s úspěchem.

Přestávkový program je velmi pestrý a bohatý. V této sezoně mohli diváci vidět na vlastní oči barmanskou show, módní přehlídky značkového oblečení, zápasy žáčků, či tradiční vystoupení roztleskávaček. Kromě toho jsou pořádány přestávkové soutěže o atraktivní ceny, kterým vévodí zájezd v hodnotě 30 000 Kč (HOLEŠOVSKÝ, 2009).

5.6.3 Fotbal

Komunikace klubu FK Ústí nad Labem s fanoušky probíhá prostřednictvím „Diskuze“ na oficiálních stránkách klubu (www.fkusti.cz). Během sezony nejsou pravidlem doprovodné akce pro fanoušky. Na stránkách klubu nalezneme odkaz na oficiální fanklub. Ten v současnosti skýtá cca 15 členů především z řad mladých hráčů.

Klubové suvenýry jsou pouze triko v bílém či modré provedení a šála. Přestávkový program neexistuje (DOUBEK, 2009).

5.6.4 Volejbal

Na oficiálních stránkách klubu SK Volejbal Ústí n. L. nenalezneme žádnou rubriku, která by sloužila k zodpovídání dotazů diváků. Komunikace tedy funguje v podstatě jen prostřednictvím e-mailu či telefonu. Během sezony nejsou obvyklé doprovodné akce pro fanoušky. Oficiální fanklub neexistuje.

Ze suvenýrů může klub v současné chvíli nabídnout pouze plakáty. V minulosti byla snaha o rozšíření sortimentu, ta se ovšem nesetkala s potřebnou odevzrou. Přestávkový

program, také vzhledem k atypickým krátkým pauzám ve volejbale, neexistuje. Divácká soutěž probíhá pouze formou losování vstupenek (JAVŮREK, 2009).

5.6.5 Hodnocení

Ve zhodnocení faktoru managementu se zaměříme na každou jeho část zvlášť. V oblasti komunikace s fanoušky, doprovodných akcí a především fanklubu se ukázal v nejlepším světle HC Slovan Ústečtí Lvi. Zlepšení a krok správným směrem udělal v sezoně 2008/2009 také BK Ústí nad Labem, vyjma absence fanklubu.

V oblasti suvenýrů se zdá být zřejmě největší rozdíl mezi klubem HC Slovan Ústečtí Lvi a ostatními. Klub jasně převyšuje ostatní v šíři sortimentu i v možnostech jeho nákupu.

Přestávkový a doprovodný program během utkání je v současnosti nejzajímavější a nejlépe propracovaný na zápasech BK Ústí nad Labem. Stejně tak je tomu i v oblasti diváckých soutěží.

Kategorie managementu by se tak dala shrnout vcelku jednoduchým způsobem, a to rozdelením na dobrou a špatnou práci managementu. Do první skupiny můžeme zařadit HC Slovan Ústečtí Lvi a BK Ústí n. L., do druhé pak FK Ústí n. L. a SK Volejbal Ústí n. L.

5.7 Členská základna

Členská základna a množství lidí, kteří aktivně provozují daný sport, ovlivňuje diváckou návštěvnost nepřímo – skrze popularitu. Vazbu mezi aktivním provozováním a popularitou sportovního odvětví jsme zkoumali již v kapitole 4.1.3, kde jsme na grafu č. 2 dokázali jejich silnou vazbu. V grafu č. 1 jsme také poukázali na fakt, že hned dva faktory ovlivňující popularitu, které dostaly přes 50 hlasů, mají jistou souvislost s velikostí sportovní základny. Jedná se o vlastní aktivní provozování daného sportu a vystupování známých či přátel v daném sportu. Tyto dva faktory jsou také častými motivy k osobní návštěvě utkání, tudíž ovlivňují diváckou návštěvnost. Dalších 13 % respondentů uvedlo jako důvod osobní návštěvy utkání setkání se známými a kamarády (viz graf č. 6), které velmi často znají právě ze společného aktivního provozování daného sportu.

5.7.1 Lední hokej

HC Slovan Ústečtí Lvi má celkem 13 oddílů. Žactvo od 2. do 9. třídy, dorost a juniory (celkem cca 300 členů). Kromě „A“ mužstva dospělých má i „B“ tým, který hraje na čistě

amatérské bázi regionální přebor. Dalším týmem je „OLD TIMERS“ sestavený z hráčů, kteří v minulosti za Slovan hráli.

Klub spolupracuje s nedalekou ZŠ Vinařská, kde je od 3. do 9. třídy vždy jedna ze tříd v ročníku hokejová. Noví hráči se oslovují během zápasů, v rámci náboru dětí probíhá také bruslení školek. Každoročně začíná cca od pěti let 60-70 dětí, což je poměrně solidní počet, větší problémy jsou pak s udržením dostatečných stavů (ZEMAN, 2009).

5.7.2 Basketbal

BK Ústí n. L. má celkem 11 týmů - 9 mládežnických, „A“ mužstvo a „B“ mužstvo (celkem cca 150 členů). Klub spolupracuje se ZŠ Mírová a dvěma MŠ. Do budoucna má vizi o navýšení ve smyslu spolupráce se střední školou.

Nábor dětí probíhá formou letáku v autobusech, na utkáních a po základních školách. Klub má problémy s malým množstvím zájemců z řad dětí, a to také z důvodu určitého nezájmu rodičů a velké konkurence ostatních sportovních odvětví. S cílem zvýšení zájmu dětí o basketbal byl odstartován projekt „Basketbal do škol“. V jeho rámci klub spolupracoval s pěti ZŠ, mezi nimiž proběhla 4 setkání ve sportovních hrách (konkrétně se jednalo o děti od 1. do 3. třídy). Celé zakončení proběhlo jako 5. setkání na hale s hráči BK Ústí n. L. (HOLEŠOVSKÝ, 2009).

5.7.3 Fotbal

FK Ústí nad Labem disponuje dohromady devíti týmy. Jedná se o „A“ družstvo, 4 dorostenecká družstva a 4 žákovská družstva. Klub spolupracuje se ZŠ Mírová, kde jsou 3 fotbalové třídy.

Nábor dětí klub nepořádá, jelikož spolupracuje v rámci mládeže s klubem FK Ravel Junior Ústí n. L. (DOUBEK, 2009).

5.7.4 Volejbal

SK Volejbal Ústí n. L. má členskou základnu o velikosti cca 100 členů a spolupracuje se ZŠ Rabasova, kde má od 6. do 9. třídy vždy po jedné volejbalové třídě v ročníku.

Nábor dětí se potýká s problémy především z důvodu lenosti dětí a také z důvodu velkého boje o ně mezi různými sporty. Děti klub právě z tohoto důvodu nabírá již od 1. třídy základní školy. Upoutávky na nábor dětí jsou uvedeny v programu na utkání (JAVŮREK, 2009).

5.7.5 Hodnocení

Velikostí členské základny předčí ostatní kluby HC Slovan Ústečtí Lvi, stejně tak je předčí v počátečním počtu nabíraných dětí díky spolupráci se školami. Problémy v oblasti náboru dětí nemá FK Ústí n. L. díky spolupráci s FK Ravel Junior. BK Ústí n. L. se sice potýká s malým zájmem o nábor dětí, avšak akce typu „Basketbal do škol“ by tuto skutečnost v budoucnu mohly změnit. V největších potížích se ocítá SK Volejbal Ústí n. L., který nemá dostatečný počet kompetentních lidí pro oslovení většího počtu zájemců o volejbal. Velkou nevýhodou volejbalu je také jeho poměrně velká technická náročnost, kterou nejsou schopny děti předškolního věku zvládnout.

6 ZÁVĚR

Především díky vhodně zvoleným metodám sběru dat, anketnímu šetření, statistickým záznamům a rozhovorům se zástupci klubů, se nám podařilo zjistit aktuální situaci popularity a divácké návštěvnosti a získat údaje o hlavních hybatelích zejména divácké návštěvnosti. Lední hokej dominuje, přinejmenším posledních deset let, jak popularitě, tak divácké návštěvnosti v Ústí nad Labem. Zbylé tři sporty se nacházejí s odstupem za ním a střídají období silnějšího a slabšího diváckého zájmu. Nejsilnějšími faktory, jež působí na popularitu jednotlivých sportů na území města, se ukázaly být všeobecná popularita daného sportu, velikost členské základny a vysoká kvalita soutěže. Jako další pak můžeme zmínit také tradici sportovního odvětví, dobrou reprezentaci města a aktivní pěstování daného sportu. Dle konfrontace výše zmíněných zdrojů, jsme zjistili, že nejvíce ovlivňují diváckou návštěvnost stále ještě sportovní aspekty samotného utkání jako jeho atraktivita, soupeř a fáze soutěže. Častým motivem osobní návštěvy bývá také setkání se známými a přáteli během sportovního utkání. Naopak odrazujícím způsobem působí vysoké vstupné, nevhodný termín a chování fanoušků. Přestože jsme zjistili největší sílu faktorů spojených se sportovní stránkou utkání, více než dříve získává na významu také stránka managementu a zázemí. Vzhledem ke zjištěné míře důležitosti faktorů jsme zkoumali úroveň, na jaké se nacházejí v jednotlivých klubech a podle toho mohli určit jejich slabiny a přednosti.

Lední hokej těží především z kvalitního zázemí, zavedeného systému permanentních vstupenek (a tím pádem z vysokého počtu věrných fanoušků), početného fanklubu, všeobecné oblíbenosti sportu a větší finanční podpory od města (především v období, kdy se postup do Extraligy stal jedním z bodů politického programu ODS). Rezervy jsme pak objevili především ve formách propagace utkání, přestávkovém programu a parkovacích kapacitách u stadionu. Jako minus můžeme zmínit i menší počet amatérských a rekreačních hráčů vzhledem k vysoké prostorové a výbavové náročnosti.

Basketbal se především od sezony 2008/2009 opírá o kvalitní práci managementu, propracovaný a pestrý přestávkový program, širokou paletu forem propagace utkání a celkovou péči o diváka. Minimálně z hlediska atraktivity soupeřů a méně vhodných hracích termínů je minusem sestup z Mattoni NBL v sezoně předcházející a globálně pak menší oblíbenost tohoto sportu v porovnání např. s ledním hokejem či fotbalem.

Největší předností ústeckého fotbalu se zdá být jeho bohatá historie, velikost členské základny, celková popularita sportu a nízká materiální náročnost jeho aktivního provozování.

Fotbal má v současnosti velké rezervy v práci s fanoušky, propagaci utkání a určitou malou mírou ztotožnění se fanoušků s klubem. Jako další slabou stránku musíme zmínit i současnou kvalitu zázemí.

Za největší příležitost volejbalu považujeme vysoký počet rekreačních a amatérských hráčů s vysokou vazbou na pasivní zájem o tento sport. Dalšími plusy jsou také velké úspěchy na republikové scéně v nedávné minulosti a pozice nejkvalitnějšího sportovního odvětví z hlediska úrovně soutěže. Jako největší slabinu musíme zmínit nedostatečnou velikost, a s tím související práci, managementu se vším, co k tomu patří.

Za doporučení jednotlivým klubům, na co se zaměřit, co zlepšit, tak můžeme považovat výše uvedený přehled slabých stránek. Podíváme-li se však na všechny sledované sportovní kluby v širším měřítku, zjistíme, že mezi nimi v podstatě probíhá souboj o sportovního fanouška a jakási snaha o jeho získání pro daný sport. Určitým řešením by mohl být pokus o větší spolupráci mezi kluby a podělení se o fanoušky. Spolupráce by mohla probíhat zpočátku pouze na bázi vzájemných upoutávek na utkání a např. jejich časové návaznosti. V případě osvědčení by pak spolupráce mohla nabývat větších rozměrů dle potřeb jednotlivých klubů.

Na téma divácké návštěvnosti a faktorů, jež ji ovlivňují, pak máme připravenou poměrně jednoduchou obecnou rovnici. V případě, že klub nedisponuje hvězdami v týmu, nehráje nejvyšší soutěž, nedostává se do finálových soubojů a nehráje atraktivním stylem, by se měl o to více zaměřit na práci managementu, propagaci utkání, komunikaci s fanoušky, zvolení vhodných termínů utkání a cen vstupného, doprovodný a přestávkový program a vůbec celkovou péčí o diváka s cílem neutralizování negativních dopadů těchto sportovních „nedostatků“ na diváckou návštěvnost. To však neznamená, že v klubech s vysokými hodnotami aspektů sportovní hry, by měla být tato práce nějak více zanedbána či zcela vypuštěna, ale spíše by měla přispívat k maximalizaci dopadu na diváckou návštěvnost a měla by nerušeně plynout ruku v ruce s kvalitními sportovními výkony. Právě podcenění těchto parametrů a činností může mít za následek znehodnocení celého sportovního prožitku a vést k odlivu diváků ze stadionů a hal.

7 LITERATURA

1. BERAN, P. Historie klubu. *Ústecký basketbal*, 2005, roč. 2005-2006, s. 4-5.
2. BIČIŠTĚ, O. MFK jde do boje o postup. *Ústecký deník*, 2002, roč. 10, č. 297, s. 19.
3. BIČIŠTĚ, O. SK Volejbal chce vychovávat talenty pro vysněnou extraligu. *Ústecký deník*, 2003, roč. 11, č. 189, s. 18.
4. BÍLEK, P. [online]. Ústí nad Labem : Mladá Fronta DNES – severní Čechy, 30.7.2008. [cit. 2008-12-04]. Dostupné na World Wide Web: <<http://www.bkusti.cz/archiv.php?type=ampsali>>.
5. BK ÚSTÍ NAD LABEM. *Ústecký basket čeká velká zkouška* [online]. 19.4.2006. [cit. 2008-12-04]. Dostupné na World Wide Web: <http://www.bkusti.cz/ampsali_detail.php?id=554>.
6. ČÁSLAVOVÁ, E. *Management sportu*. Praha : East West Publishing Company a East publishing Praha, 2000. ISBN 80-7219-010-5.
7. DOUBEK, P. *FK Ústí nad Labem*. 11.2.2009. Osobní komunikace
8. EHNERT, S. *Arma do toho!* Ústí nad Labem : Město Ústí nad Labem, 2006. ISBN 80-86646-14-9.
9. FILAS, K. *Cesta z pekla až do nebe, seriál o historii – dil 6. Sezona 2005 - 2006* [online]. Ústí nad Labem : HC Slovan Ústečtí Lvi, 28.7.2007. [cit. 2008-10-18]. Dostupné na World Wide Web: <<http://www.hcusti.cz/clanek.asp?id=1689>>.
10. FILAS, K. *Cesta z pekla až do nebe, seriál o historii – dil 7. Sezona 2006 - 2007* [online]. Ústí nad Labem : HC Slovan Ústečtí Lvi, 30.7.2007. [cit. 2008-10-18]. Dostupné na World Wide Web: <<http://www.hcusti.cz/clanek.asp?id=1690>>.
11. FILAS, K. *Historie* [online]. c2003-2009, [cit. 2008-10-18]. Dostupné na World Wide Web: <<http://www.hcusti.cz/zobraz.asp?t=historie>>.
12. FK ÚSTÍ NAD LABEM. *Historie klubu FK Ústí nad Labem* [online]. c2006, [cit. 2008-12-04]. Dostupné na World Wide Web: <<http://www.fkusti.cz/historie.html>>.
13. GEBERT, T. *Ústí požádá o výjimku, chce hrát doma*. [online]. Ústí nad Labem : MF DNES, 12.7.2005 [cit. 2008-02-24]. Dostupné na World Wide Web: <http://fotbal.idnes.cz/fot_dsouteze.asp?r=fot_dsouteze&c=A050712_110603_fot_dso_uteze_no>.
14. HADAŠOVÁ, J. Zimní stadion polyká miliony. *Ústecký deník*, 2004, roč. 12, č. 155, s. 15.
15. HC SLOVAN ÚSTÍ. *Jednotlivé vstupné na domácí utkání* [online]. c2003-2009, [cit. 2009-04-08]. Dostupné na World Wide Web: <<http://www.hcusti.cz/zobraz.asp?t=vstupne>>.

16. HOLEŠOVSKÝ, T. *BK Ústí nad Labem*. 23.2.2009. Osobní komunikace.
17. JAVŮREK, P. *SK Volejbal Ústí nad Labem*. 16.2.2009. Osobní komunikace.
18. NOVOTNÝ, F. *Stručný přehled dějin tělesné výchovy a sportu*. Skripta KTV. Ústí nad Labem : UJEP, 2006. 94 s. ISBN 80-7044-833-4.
19. PŘIBYL, P. *Ústecký basketbal mění tvář. K lepšímu!* [online]. Ústí nad Labem : Ústecký deník, 26.8.2008. [cit. 2008-12-04]. Dostupné na World Wide Web: <http://ustecky.denik.cz/ostatni_region/20080825_pp_basketbal_meni_tvar.html>.
20. SEKOT, A. *Sociologie sportu*. Brno : Paido, 2006. ISBN 80-7315-132-4.
21. SK VOLEJBAL ÚSTÍ NAD LABEM. *Historie ústeckého volejballu* [online]. [cit. 2009-01-12]. Dostupné na World Wide Web: <<http://www.skvolejbal.cz/element.aspx?WebMenuSelect=1>>
22. SLEPIČKA, P. *Sportovní diváctví*. 1. vyd. Praha : Olympia, 1990. ISBN 80-7033-012-0.
23. SPORTCENTRUM SLUNETA. *Historie* [online]. c2009, [cit. 2009-02-04]. Dostupné na World Wide Web: <<http://www.sportcentrumsluneta.cz/historie>>.
24. ZDVOŘÁČEK, J. *60 let ústeckého hokeje 1945-2005*. Ústí nad Labem : HC Slovan Ústečtí Lvi a.s., 2005.
25. ZDVOŘÁČEK, J. *HC Slovan Ústí nad Labem : kvalifikace o postup do I. NHL - 1992/1993*. Ústí nad Labem : HC Slovan, 1993.
26. ZEMAN, P. *HC Slovan Ústečtí Lvi*. 26.2.2009. Osobní komunikace.
27. ZUBÍK, M. *Tradice basketbalu v Ústí nad Labem: 1946-2006*. Ústí nad Labem : Město Ústí nad Labem, 2006. ISBN 80-86646-17-3.
28. Soukromý archiv Františka Pličky.

8 PŘÍLOHY

Příloha č. 1: Ústecké stadiony a haly

Obr. č. 1: Zimní stadion v Ústí nad Labem – „Zlatopramen arena“

Obr. č. 2: Sportcentrum Sluneta

Obr. č. 3: Městský stadion v Ústí nad Labem

Příloha č. 2: Znaky ústeckých klubů

Obr. č. 4: Znak klubu HC Slovan Ústečtí Lvi

Obr. č. 5: Znak klubu BK Ústí nad Labem

Obr. č. 6: Znak klubu FK Ústí nad Labem

Obr. č. 7: Znak klubu SK Volejbal Ústí nad Labem

Příloha č. 3: Grafické vyhodnocení zbylých anketních otázek

Graf č. 1: Složení respondentů dle pohlaví

Graf č. 2: Věková skladba respondentů

Příloha č. 4: Tabulky divácké návštěvnosti

Tab. č. 1: Domácí utkání BK Ústí nad Labem v sezoně 2007/2008

Příloha č. 5: Tabulky konečných umístění

Tab. č. 2: Umístění týmu SK Volejbal Ústí n. L. v minulých sezonách

Tab. č. 3: Umístění týmu HC Slovan Ústečtí Lvi v minulých sezonách

Příloha č. 6: Divácká návštěvnost na Extralize ledního hokeje

Obr. č. 8: Statistika návštěvnosti základní části extraligy v sezoně 2007/2008

Příloha č. 7: Ostatní stadiony

Obr. č. 9: Stadion FK Teplice „Na Stínadlech“

Příloha č. 8: Anketa „Sport v Ústí nad Labem“

Příloha č. 1: Ústecké stadiony a haly



Obr. č. 1: Zimní stadion v Ústí nad Labem – „Zlatopramen arena“

HC SLOVAN ÚSTÍ. *Zimní stadion v Ústí nad Labem – „Zlatopramen arena“* [online]. c1998-2009, [cit. 2009-04-08]. Dostupné na World Wide Web: <<http://www.hokej.cz/index.php?lng=CZ&webid=399&id=33138&idk=126&view=klub>>.



Obr. č. 2: Sportcentrum Sluneta

SPORTCENTRUM SLUNETA. *Sportcentrum Sluneta* [online]. c2009, [cit. 2009-04-08]. Dostupné na World Wide Web: <<http://www.sportcentrumsluneta.cz/album/fotogalerie/#scs-hraci-plocha-2-jpg>>.



Obr. č. 3: Městský stadion v Ústí nad Labem

FK ÚSTÍ NAD LABEM. *Městský stadion* [online]. c2005, [cit. 2009-04-08]. Dostupné na World Wide Web: <<http://mfk.webpark.cz/stadion/stadion.html>>.

Příloha č. 2: Znaky ústeckých klubů



Obr. č. 4: Znak klubu HC Slovan Ústečtí Lvi

HC SLOVAN ÚSTÍ. *Znak HC Slovan Ústečtí Lvi* [online]. c1998-2009, [cit. 2009-04-08]. Dostupné na World Wide Web: <<http://www.hokej.cz/index.php?lng=CZ&webid=399&id=33138&idk=126&view=klub>>.



Obr. č. 5: Znak klubu BK Ústí nad Labem

BK ÚSTÍ NAD LABEM. *Znak BK Ústí nad Labem* [online]. c2008, [cit. 2009-04-08]. Dostupné na World Wide Web: <<http://www.bkusti.cz>>.



Obr. č. 6: Znak klubu FK Ústí nad Labem

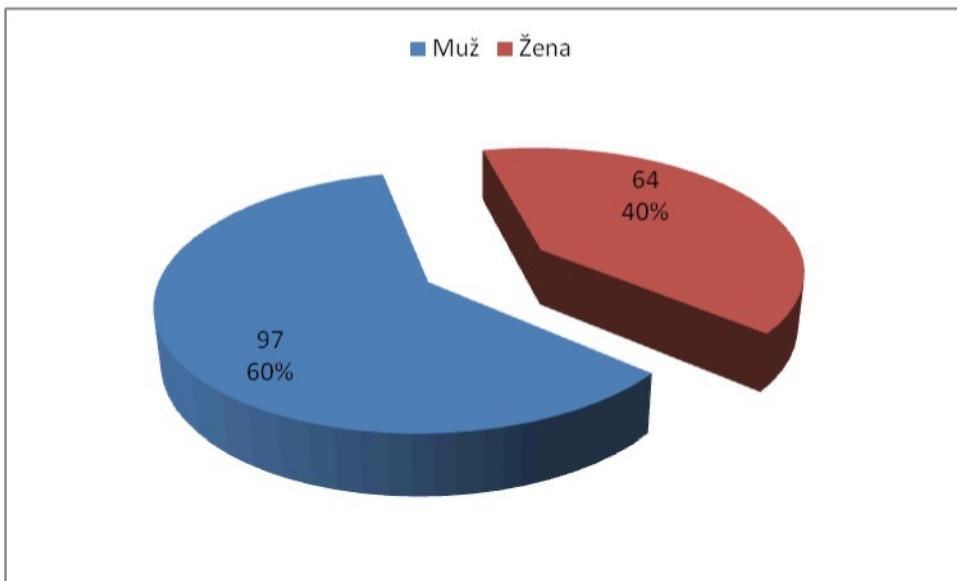
FK ÚSTÍ NAD LABEM. *Znak FK Ústí nad Labem* [online]. c2006, [cit. 2009-04-08]. Dostupné na World Wide Web: <<http://www.fkusti.cz/znak.html>>.



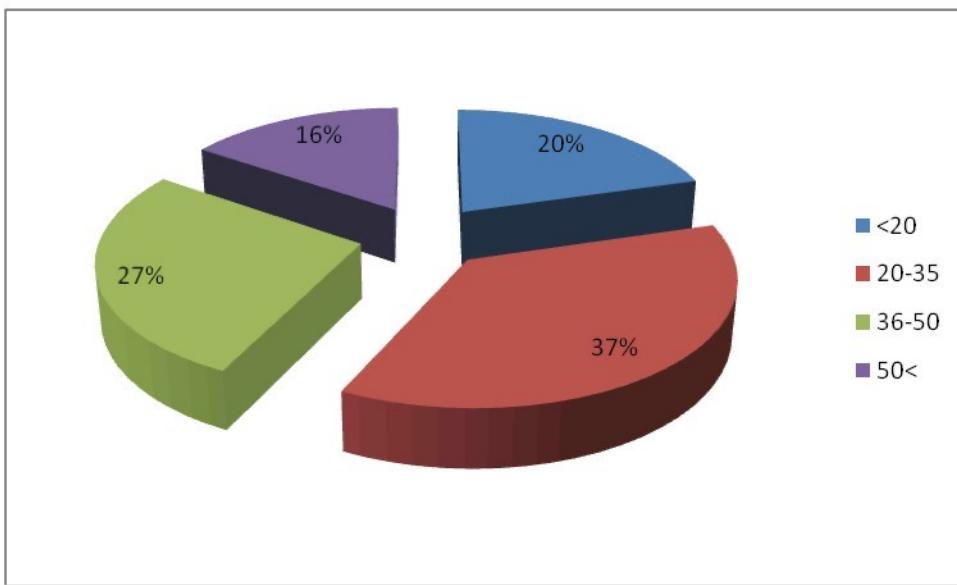
Obr. č. 7: Znak klubu SK Volejbal Ústí nad Labem

SK VOLEJBAL ÚSTÍ NAD LABEM. *Znak SK Volejbal Ústí nad Labem* [online]. c2005-7, [cit. 2009-04-08]. Dostupné na World Wide Web: <<http://www.cvf.cz/soubory/233/usti.jpg>>.

Příloha č. 3: Grafické vyhodnocení zbylých anketních otázek



Graf č. 1: Složení respondentů dle pohlaví



Graf č. 2: Věková skladba respondentů

Příloha č. 4: Tabulky divácké návštěvnosti

Tab. č. 1: Domácí utkání BK Ústí nad Labem v sezoně 2007/2008

kolо	soupeř	umístění	výsledek	čas zápasu	den zápasu	diváků
2.	Geofin Nový Jičín	2.	71:79	18:00	pátek	250
4.	BK Nymburk	1.	51:97	16:00	sobota	450
6.	BK Prostějov	3.	91:97	16:00	sobota	500
8.	A Plus ŽS Brno	8.	70:82	16:00	sobota	300
10.	BK Kondor Liberec	10.	79:78	17:50	neděle	450
12.	BK Pardubice	5.	72:75	16:00	sobota	450
14.	BK Sadská	9.	77:67	17:00	pátek	400
16.	USK Praha	7.	78:73	16:00	sobota	350
18.	BC Kolín	11.	67:71	16:00	sobota	450
20.	NH Ostrava	6.	82:89	16:00	neděle	400
22.	BK Děčín	4.	67:91	16:00	sobota	650
24.	Geofin Nový Jičín	2.	74:100	18:00	úterý	250
26.	BK Nymburk	1.	75:97	18:00	středa	300
27.	USK Praha	7.	84:91	16:00	sobota	350
28.	BK Prostějov	3.	62:91	18:00	středa	250
30.	A Plus ŽS Brno	8.	76:84	16:00	sobota	300
34.	BK Pardubice	5.	75:85	18:00	středa	200
36.	BK Sadská	9.	81:99	18:00	středa	200
40.	BC Kolín	11.	74:77	16:00	sobota	200
42.	NH Ostrava	6.	74:83	16:00	sobota	150
43.	BK Kondor Liberec	10.	62:83	18:00	středa	85
44.	BK Děčín	4.	73:81	16:00	sobota	550
Průměrná návštěvnost za sezonu						340,2273

Příloha č. 5: Tabulky konečných umístění

Tab. č. 2: Umístění týmu SK Volejbal Ústí n. L. v minulých sezonách

rok	umístění
1994	2. místo (1. liga)
1995	1. místo (1. liga)
1996	2. místo (1. liga)
1997	1. místo (1. liga)
1998	1. místo (extraliga)
1999	4. místo (extraliga)
2000	7. místo (2. liga, sk. A)
2001	5. místo (2. liga, sk. A)
2002	3. místo (2. liga, sk. A)
2003	4. místo (2. liga, sk. A)
2004	1. místo (1. liga)
2005	1. místo (1. liga)
2006	6. místo (extraliga)
2007	7. místo (extraliga)
2008	9. místo (extraliga)

SK VOLEJBAL ÚSTÍ NAD LABEM. *Naše úspěchy* [online]. [cit. 2009-04-08]. Dostupné na World Wide Web: <<http://www.skvolejbal.cz/element.aspx?WebMenuSelect=3>>.

Tab. č. 3: Umístění týmu HC Slovan Ústečtí Lvi v minulých sezonách

sezona	umístění
1997/1998	12. místo (II. Liga-skupina A)
1998/1999	1. místo (II. Liga-skupina A)
1999/2000	2. místo (II. Liga-skupina A) - postup
2000/2001	12. místo (I. liga)
2001/2002	6. místo (I. liga)
2002/2003	6. místo (I. liga)
2003/2004	4. místo (I. liga)
2004/2005	2. místo (I. liga)
2005/2006	1. místo (I. liga)
2006/2007	2. místo (I. liga) – postup
2007/2008	14. místo (Extraliga) - sestup

Příloha č. 6: Divácká návštěvnost na Extralize ledního hokeje



Obr. č. 8: Statistika návštěvnosti základní části extraligy v sezoně 2007/2008

HRABAL, J. *Statistika návštěvnosti základní části extraligy v sezoně 2007/2008* [online]. Pardubice : HC Moeller Pardubice, 18.7.2008. [cit. 2009-02-06]. Dostupné na World Wide Web: <<http://www.hcpce.cz/clanek.asp?id=1630>>.

Příloha č. 7: Ostatní stadiony



Obr. č. 9: Stadion FK Teplice „Na Stínadlech“

Na Stínadlech [online]. c2005, [cit. 2009-04-08]. Dostupné na World Wide Web: <<http://mfk.webpark.cz/stadion/stadion.html>>.

Příloha č. 8: Anketa „Sport v Ústí nad Labem“

Sport v Ústí nad Labem

Vážený/Vážená,

prosim Vás o vyplnění následujících několika anketních otázek. Vaše odpovědi budou zcela anonýmní a budou sloužit pouze k účelům mé bakalářské práce. Anketa je zaměřena na čtyři divácky nejnavštěvovanější sportovní odvětví v Ústí nad Labem a jejich největší zástupce v tomto regionu:

Lední hokej - HC Slovan Ústečtí Lvi

Basketbal - BK Ústí nad Labem

Fotbal - FK Ústí nad Labem

Volejbal - SK Volejbal Ústí nad Labem

Pokyny k odpovědím jsou uvedeny zvlášť u zadání každé z otázek.

Děkuji za vyjádření Vašeho názoru, za Váš čas a ochotu při vyplňování.

Martin Suchánek

Technická univerzita v Liberci

Sportovní management

1. Jste: (zakroužkujte)

Muž Žena

2. Kolik Vám je let? (zakroužkujte)

<20	20-35
36-50	50<

3. Jak často sledujete daný sport v Ústí nad Labem? (tím je myšleno např. sledování utkání, výsledků, rozhovorů, novinových článků apod.)

(oznámkujte do rámečků jako ve škole na stupnici 1 až 5 kde: 1=sleduji velmi, 5=nesleduji vůbec)

Lední hokej

Basketbal

Fotbal

Volejbal

4. V případě, že se o některý/é z výše uvedených sportů zajímáte, uveďte důvod/y. (zakřížkujte neomezený počet variant)

- Tento sport všeobecně sleduji a mám rád/a
- Tento sport je v Ústí n. L. na nejvyšší úrovni (nejkvalitnější)
- Tento sport také na nějaké úrovni provozuji, či jsem provozoval/a
- Jsem funkcionářem (profesionálním pracovníkem) v daném sportu
- V daném sportu se pohybují moji známí, přátelé
- Tento sport má v Ústí n. L. největší tradici
- Libí se mi způsob vedení a vystupování daného klubu
- Klub dobře reprezentuje Ústí n. L.
- Jiný důvod – (vypište) - _____

5. Jak často registrujete zmínky ve veřejných médiích či na plakátech o daném klubu? (zakroužkujte pro každý sport jednu variantu)

HC Slovan ÚL	<i>každý den</i>	<i>často (2-3x týdně)</i>	<i>1x týdně</i>	<i>výjimečně</i>	<i>vůbec</i>
BK Ústí n. L.	<i>každý den</i>	<i>často (2-3x týdně)</i>	<i>1x týdně</i>	<i>výjimečně</i>	<i>vůbec</i>
FK Ústí n. L.	<i>každý den</i>	<i>často (2-3x týdně)</i>	<i>1x týdně</i>	<i>výjimečně</i>	<i>vůbec</i>
SK Volejbal ÚL	<i>každý den</i>	<i>často (2-3x týdně)</i>	<i>1x týdně</i>	<i>výjimečně</i>	<i>vůbec</i>

6. Je dle Vašeho názoru propagace daného sportovního odvětví v Ústí nad Labem dostatečná? (oznámujte do rámečků jako ve škole na stupnici 1 až 5 kde:

1=bezchybná, 5=naprosto nedostatečná)

Lední hokej	<input type="checkbox"/>
Basketbal	<input type="checkbox"/>
Fotbal	<input type="checkbox"/>
Volejbal	<input type="checkbox"/>

7. Kde zjištujete informace o konání sportovních utkání (akcí)?

(zakřížkujte neomezený počet variant)

- denní tisk
- rozhlas
- televize
- plakátovací plochy
- internet
- jiné (uveďte) - _____
- nezjišťuji

8. Navštěvujete některý z uvedených sportů v Ústí nad Labem jako divák?

(zakroužkujte pro každý sport jednu variantu)

Lední hokej	<i>každý zápas</i>	<i>často (2-3x/měsíc)</i>	<i>občas (1x/měsíc)</i>	<i>výjimečně</i>	<i>vůbec</i>
Basketbal	<i>každý zápas</i>	<i>často (2-3x/měsíc)</i>	<i>občas (1x/měsíc)</i>	<i>výjimečně</i>	<i>vůbec</i>
Fotbal	<i>každý zápas</i>	<i>často (2-3x/měsíc)</i>	<i>občas (1x/měsíc)</i>	<i>výjimečně</i>	<i>vůbec</i>
Volejbal	<i>každý zápas</i>	<i>často (2-3x/měsíc)</i>	<i>občas (1x/měsíc)</i>	<i>výjimečně</i>	<i>vůbec</i>

9. Jaký termín (den a čas) je pro Vás nevhodnější pro návštěvu sportovního utkání (akce)? (nakombinujte [spojte či vypište] pro Vás nejpřijatelnější variantu/y – např. neděle 12.00-15.00)

pondělí-čtvrtok	08.00-12.00
pátek	12.00-15.00
sobota	15.00-18.00
neděle	18.00-21.00

10. Co Vás zejména dokáže přilákat k osobní návštěvě utkání?

(zakřížkujte neomezený počet variant)

- Vstup zdarma
- Vysoká úroveň soutěže (např. extraliga)
- Herní forma týmu
- Výsledky a umístění týmu
- Soupeř (kvalita, derby,...)
- Kvalita zázemí (hala, stadion)
- Péče o diváka (např. široká nabídka občerstvení)
- Přestávkový, doprovodný program
- Hvězdy, osobnosti v týmu
- Fáze soutěže, důležitost utkání (play-off, finále, utkání o postup,...)
- Propagace utkání
- Atmosféra na utkání, divácká kulisa
- Setkání s kamarády, známými
- Jiný důvod – (vypište) - _____

11. Co Vás dokáže naopak odradit od osobní návštěvy utkání?

(zakřížkujte neomezený počet variant)

- Vysoké vstupné
- Neatraktivita utkání
- Prohra v minulém utkání, špatné výsledky
- Předváděná hra (např. „hlavně nedostat gólu“)
- Špatná dopravní dostupnost na místo
- Špatné zázemí (málo míst k sezení, zima, absence stánku s občerstvením apod.)
- Nevhodný termín (den či čas)
- Nízká úroveň soutěže
- Komorní atmosféra
- Špatný přístup hráčů k utkání (nehrají na 100%)
- Chování fanoušků (vulgářismus, výtržnosti,...)
- Jiný důvod – (vypište) - _____

12. Provozujete aktivně nějaký sport?

(zakřížkujte, popřípadě vypište slovy, o který/é se jedná)

- Ano a zajímám se o něj i pasivně (jako divák, fanoušek)-_____
- Ano, ale pasivně (jako divák, fanoušek) se o něj nezajímám-_____
- Ne