

Seznam příloh

Příloha č. 1: Rozhovor s generálním sekretářem klubu FK Pardubice Lukášem
Ouředníkem

Příloha č. 2: Rozhovor s PR a media manažerem klubu SK Dynamo České Budějovice
Ing. Alešem Strouhou

Příloha č. 3: Informovaný souhlas Ing. Aleše Strouhy

Příloha č. 4: Informovaný souhlas Lukáše Ouředníka

Příloha č. 1: Rozhovor s generálním sekretářem klubu FK Pardubice Lukášem Ouředníkem

Jak samotná organizace začíná, jak brzy před zápasem se začínáte chystat na ten zápas?

Prvotně to začíná losem, když víme půl roku dopředu a sepisujeme dohody s policií na půlrok dopředu. Máme je zde spřátelené a komunikaci máme velmi dobře vymyšlenou. Nicméně přímo na ten zápas začínáme pondělkem jako z ostra. Jako pořadatelská služba chodí pořád stejní chlapi, ti taky znají los dlouho dopředu. Security máme také dohodu, že pokud přijede například Třinec bez fanoušků hostů tak přijdou 4, dnes hrajeme s Brnem a máme jich tu 12. Hasiči to rovněž vědí s předstihem, ale týden před zápasem se ladí počty, nějaké přesné informace co víme o soupeři, například třeba kolik nahlásí fanoušků hostů. Dnes jich nahlásili 200 nakonec jich přijelo víc, ale to nevádí. Dále to pokračuje až do pátku nebo do soboty večer a pak až do samotného zápasu.

Máte nějaký standardní postup, popřípadě papír s úkoly, které se musí splnit?

Nemáme, děláme to ve 3 lidech, já jako sekretář, Dan Balaščík jako manažer bezpečnosti a ticketingu a tiskový mluvčí, který má na starost média, presskonference, články a komunikaci s fanoušky. Ve 3 lidech tu organizujeme druhou ligu už 9.rok ve stejné sestavě. Nic napsané nemáme, protože to máme zautomatizované. První rok jsme se učili, jezdili jsme na zápasy ven, abychom viděli, jak to funguje jinde.

Inspirovali jste se tedy v zahraničí nebo v jiných městech z druhé ligy?

Když jsme postoupili do 2. ligy tak ji ještě hrála Čáslav a tam máme přátelské vztahy a na schůzce nám řekli co bude potřeba a co a jak udělat. Skočili jsme do toho z amatérského fotbalu bez nějakých zkušeností a poznáváním jiných zápasů a po nějakých konzultacích a pak samozřejmě vlastním programem jsme na to přišli. Je samozřejmě rozdíl, když přijede Brno, Dukla, nebo Baník nebo v pohárech zápasy se Spartou nebo Slavií to je úplně jiný režim, je to mnohem náročnější. Když jsou průměrné druholigové zápasy tak je to pro nás jednodušší práce, ale takové základní věci musí proběhnout vždycky.

V tom týmu 3 lidí si myslíte, že si vystačíte nebo je toho na vás mnoho?

Určitě nestačí.

Proč vás tedy není více? Je to kvůli nedostatku prostředků nebo je těžké někoho do týmu najít?

My bychom určitě někoho sehnali. Naše vedení si myslí, že to stačí, že to děláme dobře, a že do doby, než budeme mít nový stadion se to nikam nepohne. Až bude letní stadion, tak tam bude více prostorů, místností, press konference místností a budeme tam muset nabrat lidi na brigády či poloviční úvazky. V současnosti si myslím, že to ani není o penězích, my bychom toho člověka zaplatili, ale vedení prostě nechce nikoho a prý to stačí. V jiných klubech to, co děláme my tak v první lize dělá 9-10 lidí například na Dukle nebo na Bohemce což nejsou top kluby, ale kluby podobně fungující.

Dále by mně zajímal ten konkrétní zápasový den, jak vypadá?

V pátek je toho nejvíc, a pak samozřejmě ta sobota.

V ten pátek se chystá co?

Chystáme VIP prostory a press místnost.

Co konkrétně tam chystáte?

Všechno, vybavení, catering, věci do lednice, nákupy. Dále máme firmu, která zde provozuje bufety a ta nám vozí ty tácy, sestavuje pekárny. Pak aby se vše uklidilo a bylo připravené a já chystám místnost pro rozhodčí, pro delegáty, na poradě a pak v podstatě všechny vjezdy, VIPky pro soupeře, lístky.

Zápasy hrajete dopoledne. Kdybyste hráli večer, chystali byste všechno ten den, nebo také den předem?

Asi ten den. (Ne, bylo by to pořád den předem. – kolega Palaščák) Průběžně chodí požadavky od Brna přibližně do čtvrtka. Počet VIP, press vstupenky, do kabiny vstupenky a pak píší i trenéři prvoligových týmů, kteří jezdí sledovat hráče. Na to funguje takový protokol, kdy profesionální prvoligoví a druholigoví na to mají nárok, navzájem si dávají VIP lístky. Já, když chci jet na Spartu, tak zavolám Katce Novákové, co dělá asistentku sportovního ředitele a nechá je tam v obálce jako já jsem dneska nechal Zítkovi. Dle povahy zápasu se to liší, někdy těch VIP je pár. Dnes je to maximum, že jsem vytiskl 200 volných na tzv. VIP stání, protože nezbyvají místa na sezení. Ještě Danovi píšou nějaký partneři, kteří mají nějaké permanentky na celou

sezonu za sponzoring, ale na velké zápasy jich chtějí víc nebo někoho vzít s sebou, takže my jim vycházíme vstříc. Pak nějakí agenti, třeba dnes je tu pan Paska dokonce. Včera jsme tady byli na hokeji, byli jsme v krajském skyboxu a v průběhu toho volal sportovní ředitel a předseda představenstva a další partneři z Prahy. Pak ještě ráno dopisují ten guestlist pro nás abychom věděli na ten vjezd na parkoviště. Sejdeme se v 8 hodin, Dan je tu dřív aby to ještě doladil a pak od těch 8 až do začátku zápasu je to hektické.

Máte nějaké schůzky před zápasem s těmi delegáty a security a tak?

Ano, v 9 hodin, jednu hodinu a patnáct minut před zápasem je bezpečnostní porada, kde je hlavní rozhodčí, 2 delegáti, zástupce policie, bezpečnostní manažer – Dan, hlavní pořadatel pan Kovánik já a vedoucí obou mužstev. Technický delegát LFA to vede a řeší se co se může stát, kolik je fanoušků, barvy dresů, jak bude probíhat střídání komunikace rozhodčí-hlasatel-pořadatel. Jak probíhá zabezpečení, kolik je příslušníků policie, pořadatelská služba, bezpečnostní agentura. To je zhruba na 15 minut. Já poté vytisknu veškeré zápisy pro soupeře, do VIPky, rozhodčím, delegátům asi 150 zápisů. Mezitím různě pobíhám támhleten chce tam s tím mluvit, televize potřebuje támhleto, organizační a manažerská práce, která spěje k tomu, aby to všechno v 10:15 začalo.

Některé vaše zápasy přenáší televize. Je to pro vás nebo pro někoho z týmu nějaká změna?

Pro mě ne, ale zařizuje to tiskový mluvčí, ale Česká televize je soběstačná a nenáročná a tam, kde už jednou byli už to znají. Přijedou den předem postaví si nad tribunu konstrukci pro hlavní kameru, pod tím sedí komentátoři. Vůbec po nás nic nechtějí, elektřinu si natáhnou, mají generátory. Jen zpřístupnit areál den předem, co není problém, jelikož správce tu chystá hřiště. Někdy jezdí o týden dřív a natočí si něco s hráči, aby měli co o přestávce vysílat. Trenéři vědí, že mají před a po zápase rozhovor do televize, to vše ladí tiskový mluvčí s produkcí ČT.

Co se děje po zápase? Zápas skončí a?

Zápas skončí, lidé jdou domů přibližně 12:10-12:15. Já odcházím tak ve 14 hodin. Tady v tom našem polo VIP probíhá tisková konference. Ten se z půlky zavře, udělá se tam zástěna a udělá se tiskovka. Já s rozhodčím, s pořadatelem a s delegátem mám nějaké vyhodnocení zápasu. Když je nějaký průšvih jako pyro, bordel od fanoušků, přerušení

zápasu a tak, tak se to sepisuje. Rozhodčí do zprávy napíše chování diváků a pořadatelské služby viz zpráva delegáta LFA. Ten píše svou zprávu bokem. U toho jsme, abychom věděli, co po tom. Bude zahájeno disciplinární řízení, tak abychom věděli, co on tam píše, abychom na to mohli reagovat nebo se k tomu vyjadřovat.

Dále probíhá úklid po rozhodčích, když někdo potřebuje něco nakopírovat nebo napsat, tak tu člověk pobíhá, všude pozamykat. Já mám ještě na starost hlasatele onlajnistu, který sedí nahoře na tribuně. První roky jsem to dělal já, že jsem hlásil a psal onlajny, a to pak bylo náročnější, když se dole stal nějaký průšvih nebo bylo třeba něco řešit, tak už jsem tam byl zapíkaný. Postupem času se mi to podařilo nahradit nějakými lidmi. Někdy se ale stane že nepřijde, takže musím zaskočit, třeba zápas s Duklou jsem byl hlasatel.

Kde všude se objevují reklamy na vaše zápasy, kam to dáváte, do jakých informačních prostředků?

Samozřejmě na našem webu, sociální sítě všechny. Po městě máme citilighity na zastávkách nebo i bokem po městě, máme billboardy, v novinách jako je Pardubický deník, MF dnes východočeská a místní týdeník Pernštejn, který vychází každé pondělí. Občas v rádiu, kde jsme to řešili formou barteru a také nám po městě jezdí showcar od spřátelené firmy od které máme LED panely u hřiště.

Připravujete na nějaké zápasy doprovodný program pro fanoušky?

Ne. Dělali jsme, ale na tomto stadionu s takovým ozvučením to ztrácí smysl při takovém počtu lidí. Dělali jsme ze začátku s pivovarem nějaké akce, ale nešlo to. Ten stadion není náš. My jsme tady v pronájmu od Tesly, proto tady nemůžeme ani nechce nijak investovat, zvláště když to směřujeme všechno do dvou let do nového stadionu.

Jak moc se zvýšila návštěvnost na zápasy v letošní sezoně, když se Vám daří?

Výrazně. Ať je to, jak je to, to postavení v tabulce a pěkný fotbal si to lidi řeknou a ty návštěvy jsou výrazně vyšší i na zápasy s horšími celky, kdy dříve chodilo 500-700 lidí tak dnes to nejde pod 1000 a takové zápasy s Duklou, Hradcem ne s Brnem to je 2000 lidí minimálně. Chodí více lidí celkově. Ta tabulka na to má pochopitelně vliv.

Sbíráte nějakou zpětnou vazbu od fanoušků?

Komunikujeme s nimi velice intenzivně. Oni nám také ve spoustě věcech pomohli třeba na sítích, dobře fandí, my jsme jim platili autobusy do Jihlavy, na Vyšehrad, abychom od nich měli podporu a oni chtěli jet. Samozřejmě když má někdo nějaký podnět tak mi napíše SMS nebo na sociální sítě, a to řeší kolegové.

Jak se diváci dostavují na stadion?

Parkoviště má omezenou kapacitu a je spíše pro VIP, není to pro běžné fanoušky. Ostatní parkují u obchodního domu nebo někde okolo. Místní jezdí MHD, na kole, nebo chodí pěšky. Není o daleko od centra. Tím, jak stadion není náš, tak nemáme, jak to udělat lepší.

Máte vliv na nabídku občerstvení?

Na to máme firmu a přílehlá hospoda si to jede po svém. Mohlo by to být lepší, ale jsme omezení prostorem a podmínkami.

Příloha č. 2: Rozhovor s PR a media manažerem klubu SK Dynamo České Budějovice Ing. Alešem Strouhou

Jak organizace začíná?

Když je to první zápas před sezonou, nebo první zápas sezony tak samozřejmě ta příprava je daleko delší potom v průběhu sezony se to odvíjí od posledního domácího zápasu. Většinou je to tak že máme 14 dní času. Je to v podstatě o tom, že jakmile se odehraje domácí zápas tak se to následující pondělí chystáme na další domácí zápas a vždycky to souvisí s obdobím té sezony. Když je začátek sezony tak ty přípravy jsou nejen pro ten konkrétní zápas ale pro celou sezonu.

Jaké jsou konkrétní kroky? Máte nějaký standardní postup nebo plán přípravy co je nutné před zápasem udělat? Někaký checklist?

Checklist nemáme. Spíše je to o tom, že tady v kancelářích je 10-15 lidí a každý má svoje povinnosti. Je to určitý stereotyp a každý člověk ví co má dělat. Když se blíží ten domácí zápas tak máme pravidelně my tomu říkáme porada vedení, kde se sejdeme my, kteří organizujeme ten zápas. Náš šéf Martin Vozábal si jen prověří, jestli je všechno v běhu. Já mám na starost zápasový bulletin, světelnou tabuli a další takové věci, takže on se ujistí, že všechno běží, jak má

Kolik tedy lidí se na organizaci podílí?

To je těžký říct. Pokud se bavíme i o fotbale nebo jen o produkci zápasu?

Čistě ta produkce.

Tak ta produkce zápasu nedokážu říct, ale asi 8-10 lidí. Věřím, že když se podíváte na Spartu tak tam ten počet bude diametrálně odlišný. My se pořád snažíme to nějak posouvat, ale furt máme takový ten pozůstatek druhé ligy. Ještě loni jsme hráli druhou ligu a ono to nejde tak, aby člověk řekl „Tak a teď jsme postoupili do 1.ligy a místo abychom to dělali v 5 lidech tak najednou nás bude 20“. Takové finanční možnosti ty kluby nemají. Takže člověk se snaží, že do nějaký sekce přibereme člověka navíc, který ve 2.lize nebyl, protože to z nějakého důvodu nebyl třeba. Ve 2.lize jsme nemuseli řešit nějaký ticketing, protože jsme měli pár permanentek a na pokladnách jsme prodali pár vstupenek, bylo tady 500 lidí. Pak najednou přišla nová sezona a my jsme tady za červenec srpen a září 3x vyprodáno. Potom opravdu čelíte obrovskému tlaku ze strany

těch fanoušků. My jsme prodávali vstupenky na Slavii a měli jsme za 20 minut vyprodáno, protože jsme to spustili na internetu a zároveň na pokladnách. To byla věc, kterou jsme tu z předešlých let neznali. Já tady jako pracuji relativně dlouho tak ani ani z té minulosti Když jsme hráli první ligu Tak takový zájem nebyl tak ten boom byl prostě pro nás úplně obrovský a taky jsme jako viděli jako že toho máme plné zuby těžko se nám to zvládalo, ale zároveň jsme věděli že to pomine a že jo že si odehrajeme zápasy ty krásný zápasy s tou Spartou Slavií a pak přijdou takový ty míň atraktivní zápasy s Příbramí a je nesmysl aby jsme tady měli 20 zaměstnanců který se starají o produkci zápasu se Spartou protože potom jako je nevyužijeme jo takže Samozřejmě že potom je nějaký zvýšený tlak se to řeší třeba nějakýma jako brigádníkama, kteří pomůžou jednorázově ale co se týká vyloženě zaměstnanců tak si myslím že opravdu na té produkci se podílí 8-10 lidí.

Dokázal byste shrnout a pojmenovat ty jednotlivé sekce, které mají ti lidé na starost?

Tak jako samozřejmě jak jsem říkal pro nás třeba úplná novinka oproti těm předešlým létům byl ten ticketing. To byla věc, která se vůbec nemusela řešit tak už a když to byl prodej permanentek, tak hlavně potom když potom Přišly ty velké zápasy prodej vstupenek tak to jsme prostě v podstatě neměli, že bychom vždycky přišla pokladní Dali jsme jí pokladničku Ona šla ke kase a tam prostě tiskla vstupenky a nemusel si nic řešit. Teď byl ten tlak diametrálně odlišný a obrovský.

Ticketing má tedy na starost jeden člověk?

Má to na starost jeden člověk. Pak když budu střílet od boku tak samozřejmě bezpečnost stadionu. Jeden člověk m na starost jednání s bezpečnostní agenturou, jednání s Policií České republiky. Já sám za sebe mám na starost všechno okolo médií. Měl bych být v podstatě i PR manažer, ale při těch zápasech 1.ligy je ten zájem i ze strany médií tak velký, že se soustředím jenom na ty média. Jakmile se blíží velký zápas se Spartou, tak neřeším nic jiného než novináře a zajištění servisu pro ně.

Spíše by mě zajímaly ty zápasy klasické, nikoli ty výjimečné proti Spartě, Slavii a Plzni.

Jasně. Třeba já mám běžně při zápasech novináře, obsahové zajištění světelné tabule a zápasový bulletin. Ten rozptyl mých činností je docela velký. Pak jsou dva až tři lidi,

kteří zajišťují VIP pro partnery, pro významný hosty at' už co se týká cateringu, tak co se týká té organizace, protože jsou tam pásky na ruku, seznamy, před zápasem posíláme osobní pozvánky lidem z města, takže shromažďování těch pozvánek a tak. Pak už nevím přesně. Jde o ten ticketing, o bezpečnost, o média, o VIP prostory a o práci s fanouškama. Samozřejmě když už tady jsou na zápase, tak se snažíme s nimi komunikovat i během toho zápasu.

To je i moje další otázka. Jak probíhá ten zápasový den? Jak to vypadá už od rána až do začátku zápasu?

Ikdyž je to víkend, tak se tady začneme scházet během dopoledne. Každý to má individuální. Každý má nastavený svoje postupy a co ten den bude dělat. Někdo sem přijde na poslední chvíli, protože mu zbývá pár činností, někdo chce mít klid a chce tu být od 8 i když se hraje v 6 večer a chce si to tu v poklidu připravovat. Postupně se tu sejdeme, ale není to o tom, že bychom tu spolu komunikovali a něco tu řešili. Každý si jede to svoje, každý má svoje povinnosti a ty si postupně zařizuje a taky ví, kolik mu to zabere času. Třeba pan sekretář, který má na starost tu bezpečnost na stadionu, tak ví, že tu nemusí být v 8 ráno, protože bezpečnostní agentura mu dorazí třeba 4 hodiny před zápasem. Policie ČR taky přijde v nějaký čas, takže je zbytečné, aby tu byl v 8 hodin ráno, když by tu neměl co dělat. Popisuje se to hrozně těžko. Vždycky se to směřuje k začátku toho zápasu. Od toho se odvíjí, kdy se otevřou turnikety. Když se otevřou turnikety 2 hodiny před výkopem tak to znamená, že minimálně 3 nebo 4 hodiny před výkopem se otevírají pokladny, aby si lidi mohli koupit vstupenky. Vždycky se to odvíjí od času výkopu. Když se hraje ve 3 hodiny tak je to jiné, než když se hraje v 6. Podle mě v den toho zápasu ti lidi moc práce nemají. Já třeba za sebe toho mývám hodně, protože ta moje činnost souvisí s tím předzápasem. Když ten zápas začne tak mám „volno“, nemám tolik starostí, ale po zápase, když začne tisková konference, rozhovory s hráčema tak už ta práce přibývá.

Když to hodně zjednoduším, tak je důležité, aby bylo připravené hřiště. Ty trávničkáři tu na tom pracují intenzivně každý den. Pak když přijde ten zápas tak musí hřiště nalajnovat, musí to dokonale všechno připravit. Já, když sem dorazím, tak si jedu ty svoje věci, co se týká těch médií. Opravdu se to popisuje hrozně těžko. Kolega, který má na starost VIP tak mu sem v určitý čas začne jezdit ten catering, pak mu sem dorazí hostesky a obsluha toho VIP. Tomu, kdo má na starost bezpečnost sem začne jezdit

bezpečnostní agentura 4 hodiny před výkopem aby 2 hodiny před začátkem, kdy se otvírají turnikety byli na svých místech. On na to dohlíží. Já se starám o to, že přes týden dělám ten zápasový bulletin, takže musím netrpělivě očekávat, než je přivezou. Jakmile je přivezou tak zajišťuju distribuci. Do toho finalizuju obsah světelné tabule, protože jsou tam věci, které tam nemůžu dát dopředu. Ty věci tam vkládám až v den toho zápasu. Pak když se blíží ten zápas tak se uvolní hodinu před výkopem zápis o utkání, takže 150 kopií zápisů a zase to rozdistribuuji na ty konkrétní místa, kde je to potřeba od rozhodčích přes ty VIP zóny po novináře a všechny, kdo to potřebují. Když už se opravdu blíží ten zápas, tak se zaměřuji, i když na to mám pomocníky kolegy co se starají o web a o sociální sítě tak hodinu do výkopu hrozně často a rád chodím na hrací plochu a natáčíme různé shoty na sociální sítě. Dohlížím na ty kluky, co sem chodí psát textovou on-line reportáž, redaktory webu, aby dělali, co mají. Každý má tu svoji rutinu. My jsme sice byli 4 roky ve 2.lize, ale díky tomu, že jsme velký město s ligovou historií, tak se ten klub pořád snaží udržet prvoligový standard, aby se nestalo, že postoupíme zpátky do 1. ligy budeme koukat, že jsme spoustu věcí přestali dělat a nemáme na to kapacity. Pořád jsme se snažili působit jako prvoligový klub, i když to bylo těžký. Byly doby, kdy sem chodilo 500 lidí a bylo to fakt tristní. Teď si to užíváme.

Řekl byste, že je vás na tu organizaci dostatek?

Myslím si, že není. To by vám potvrdil i Martin Vozábal, jako generální ředitel.

Je to proto, že se vám to nevyplatí finančně? Nebo nemůžete najít správné lidi?

Myslím si, že je to o finančních možnostech klubu. Máte nějaký rozpočet ve 2.lize. To, že postoupíte do 1.ligy znamená, že se vám ten rozpočet nějakým způsobem navýší, ale nemáte ten prostor přivést 4 nové zaměstnance, nikoli brigádníky. To bohužel nejde. Je to pak o tom mít nějakého klubového partnera, který vám sem nasype jednotky až desítky milionů korun. Potom můžete začít uvažovat, že přiberete nějakého nového zaměstnance. Je to vždy o těch penězích. Není to nic špatného vůči klubu, že ta personální kapacita není naplněna. Když přijdou velké zápasy tak tu lítáme jako blázni a pak si říkáme: „Tyjo tohle by bylo potřeba ještě taky udělat“, ale už na to nemáme kapacitu. Pak už jen doufáme, že ten zápas proběhne bez průšvihů.

Co potom samotný zápas? Vy jste říkal že osobně máte klid.

Myslím si, že se to přelévá u těch jednotlivých lidí, podle toho, na jaký pracují pozici. Já opravdu v průběhu toho zápasu můžu říct, že mám relativně klid, že občas si můžu sednout na půl hodiny a sledovat fotbal bez toho, aby mi někdo volal. Pak se blíží poločasová přestávka. Já vím že musím dolů k hrací ploše, protože tam bude probíhat nějaký rozhovor. Pak když se blíží konec zápasu tak mám těch starostí víc. Takhle to mají i ti kolegové co mají na starosti ty VIP prostory. Největší tlak na catering a na tu obsluhu je před zápasem, o poločase a po zápase. V samotném průběhu hry všichni sedí na tribuně a koukají se. Naopak náš bezpečnostní manažer ví, že 10 minut před výkopem a pak celý zápas a 10 minut po zápase je na něj ten největší tlak. On čelí tomu, co tady ti fanoušci vyvedou. Když tam začnou něco házet, tak musí komunikovat s bezpečnostní agenturou, pokud je to vyhrocenější tak musí komunikovat s Policií ČR. Někdo má zkrátka víc starostí před zápasem a při zápase volněji a někdo naopak.

Když jsme u toho zápasu, zajímal by mě nějaký program pro fanoušky, co se týče buď o poločase, nebo po zápase nebo před zápasem. Na zápasech, které jsem navštívil jste prodávali šály za minimální cenu, po zápase pak následoval přípitek s hráči a fanoušky.

Vždycky je to o té náladě, co si budeme povídat. Když prožíváte dobrou sezonu, ty lidi vám fandí a přejí, tak se ty akce dělají krásně. Pak když hrajete 2.ligu někde na chvostu, tak ty lidi na vás většinou nadávají těžko se s nimi pracuje. Vy máte pocit, že nemáte takovou tu fanouškovskou základnu, pro kterou ty akce můžete dělat. My jsme se díky bohu letos dostali do té situace, že ti fanoušci za námi stojí. Pak se jim ten klub samozřejmě snaží vyjít vstříc a udělá nějaký akce, protože vím, že to ocení. Když víte, že ti fanoušci na vás nadávají tak nemáte chuť ty akce dělat. Teď ta druhá polovina podzimu byla fakt skvělá. Tím, že sem přišli Tomáš Sivok s Jardou Drobným změnili to myšlení těch lidí a ti na ten fotbal chodili rádi. Vždycky před každým zápasem se dlouhodobě snažíme vymyslet něco, čím bychom ty fanoušky potěšili a čím bychom zvýšili ten jejich zájem a důvod, aby šli na ten zápas. Kolega z marketingu má nějaký plán a kalendář, kde má vypsaný ty zápasy. Ke každému zápasu navrhuje, co by se ten zápas mohlo udělat. Někdy je to akce pro fanoušky, někdy je to třeba ta charita. Dlouhodobě spolupracujeme s Centrem Bazalka a jeden zápas za sezonu je věnován Bazalce. Ono se to potom prolne i s tou akcí pro fanoušky. Ti fanoušci si můžou třeba

vydražit dres, nebo děláme tombolu. Vy přijdete, vhodíte 20 korun do kasičky a za to dostanete lísteček s číslem a po zápase se vylosuje číslo. Ten, kdo je vylosovaný dostane dres od hráče. Nemyslím si, že bychom v tom byli mistři, co se týká akcí pro fanoušky. Když člověk vidí ty velké kluby Sparta, Slavia, Plzeň, tak ta práce s fanouškama je tam úplně jiná, ale zase je to o té personální kapacitě. Vždycky se snažíme něco vymyslet. Vždy se dá vymyslet něco s relativně malým úsilím a pak to má velký efekt. Není to tak, že bychom tu měli 5 lidí z marketingu a vymýšleli před zápasem jakou uděláme akci. Ale kolega z marketingu přijde a řekne: „Dneska je například 15. dubna to je významný den z nějakého důvodu, tak pojďme udělat tuhle akci. Třeba běžně podporujeme složky integrovaného záchranného systému, a to taky nabalujeme na ty fanoušky, že se tím zvýší kapacita stadionu.“

Vzpomněl byste si na nějakou konkrétní akci, abych věděl, o čem je řeč?

Pro ty složky integrovaného záchranného systému je to za málo peněz hodně muziky. Když víme že bude zápas, o který není úplně obří zájem ze strany fanoušků, tak my si můžeme snadno říct, že vezmeme 1000 vstupenek a dáme je sboru dobrovolných hasičů nebo do nemocnice. Oni si to tam mezi sebou dokážou krásně rozdat. Ze začátku jsme měli obavu, že když takhle vezmeme těch 1000 vstupenek, bude to, jak bychom je hodili do koše, že si to někdo strčí do šuplíku a ani se to nerozdistribuuje. Ale pak jsme zjistili, že to opravdu funguje. To jsou akce, že ve finále těch lidí přijde ještě víc, než kolik těch vstupenek rozdáme. My nezískáme peníze ze vstupenek, ale víme, že nám vykoupí fanshop, že utržíme víc na stáncích s občerstvením. A hlavně, co by vám řekl trenér, je tady na stadionu o 1000 víc fanoušků, a to je to co tým potřebuje. My tady neustále bojujeme s Davidem Horejšem, který by tady nejradši měl pořád plno za každou cenu. Jde ale o to, že není potřeba za těmi akcemi hledat peníze nebo nějaký zisk, ale je třeba přemýšlet nad širšími souvislostmi. Když uděláte jednu dobrou akci, na který neutřítte nic na první pohled, pak zjistíte, že v nemocnici o vás mluví primáři a primář se vám sám od sebe ozve, jestli byste mu nemohli zajistit dres s podpisem Tomáše Sivoka, a že by se s ním chtěl vyfotit. To je proč to děláme. Když jsme hráli pohár se Spartou, tak Martin Kuba, známý lékař a politik a podnikatel, se stal fanouškem Dynama a jeho nápad byl s těmi šálami. My jsme to pak mohli prodávat za tu nízkou podnákladovou cenu, protože on na to přispěl. V říjnu při pohárovém zápase se Spartou tu udělal přes celou tribunu choreo se zvedáním papírů. Když máme nápad a

je to v našich možnostech realizovatelný, tak do toho jdeme. Nemáme tu samostatné oddělení pro akce pro fanoušky. Dělán to já a kolega Radek Papáček.

Když jsem tu byl na zápase, o poločase tu hráli fotbal nějaké děti.

To je taková tradice asi 10 let. Říká se tomu zavádění, že když jdou hráči na hrací plochu, tak si každý hráč vede toho malého fotbalistu. V minulosti byli ti malí fotbalisti z naší akademie. Ale oni pak často nemůžou a když se to opakuje každých 14 dní, tak ani není chuť. Tak tenkrát někdo přišel s myšlenkou, že to zavádění budou dělat malí fotbalisti z různých klubů v kraji. My jsme nabídli na webu, i když teď už to není potřeba, protože už to jde samospádem, že jestli nějaký klub chce, aby jeho malí kluci zaváděli zápas, ať se ozvou Petru Benátovi, šéfovi naší akademie, a domluvíte se. Teď se stává, že opravdu každý domácí zápas si hráči vedou ty malý hráče, pro které je to zážitek. Když má přijet Sparta, tak by se ty kluby pobily o to, kdo bude zavádět Spartu. My se těm dětičkám snažíme udělat takový zážitkový den, že když přijdou 2 hodiny před zápasem se svým trenérem, tak pokud to dovolují možnosti toho zápasu, ukážeme jim kabinu. Provedeme je tady, ukážeme jim to tu a pak v rámci toho zavádění si jdou o poločase zahrát ten fotbálek. Nechceme, aby to bylo jen že se oblečou, zavedou a jdou domu. Jsou tu třeba 3 nebo 4 hodiny a mají hezký den. Získalo to oblibu a ty kluby o to mají zájem. Není to prvoplánově vymyšlený, ale když už tady ty děti jsou, tak jim to ukážeme. Zároveň věříme tomu, že i z toho dokážeme rekrutovat fanoušky do budoucna. Mají vztah k fotbalu a když jim uděláme takový hezký den, tak věřím, že minimálně část z nich řekne rodičům ať je zase vezmou na Dynamo. Jinak to asi ani nejde. To publikum stále stárne. Permanentkáři jsou starší a starší, i když se nám to letos změnilo. Prodali jsme obrovský množství permanentek oproti předešlým letům a bylo tam hodně mladých lidí. Když vezmu ty poslední roky ve 2.lize, tak permanentek bylo pár stovek a všechno to byli důchodci starší než 65 let. Ta doba je taková, že lidi mají jiný zájmy a jiný starosti a ten fotbal už není na prvním místě jako tomu bývalo dřív.

Zápas skončí, pískne se konec. Jak to vypadá po zápase?

U mě už jsem to popisoval. Já musím obsloužit ty média a novináře, ať už jsou to televize, když je přímý přenos na O2TV nebo na ČT SPORT tak je to ještě dvakrát náročnější. Takže zařizují rozhovory na hrací ploše, v mix zóně a na tiskové konferenci. Sedím tu pak ještě 2 hodiny potom, protože fotograf mi dá fotky ze zápasu a chci je dát

co nejdřív na internet a na sociální sítě. Kolegové píšou články, tak tam postupně ládujeme ty informace pro fanoušky. Odjíždím odsud třeba 3 hodiny po zápase a kolikrát přijedu domů a pokračuju v činnosti. Bezpečnostní manažer hlídá, aby fanoušci v poklidu odešli, aby nevznikl žádný konflikt. Kolegové z ticketingu nic neřeší. Pokladní přinesou pokladničky a ještě tu 2 hodiny počítá. Holky z fanshopů přinesou peníze a musí se udělat vyúčtování a EET. Kolegové, co mají na starost VIP prostory udělají takový ten základní úklid společně s obsluhou, aby tam neshnilo jídlo. Naběhnou klasický uklízečky, který začnou uklízet kabiny po hráčích. Je to taková rutina. Spousta lidí taky třeba dvě hodiny po zápase zůstává.

To bychom měli zápas jako takový. Pak by mě zajímalo, kde všude propagujete vaše zápasy?

V tuhle chvíli je internet fenomén. Kdyby to bylo v našich finančních možnostech, já sám za sebe bych byl šťastný, kdybych si mohl na Facebooku platit placený reklamy, kde vím, že ten dosah je obrovský. Na to ale nejsou ty možnosti. Jen když přijde něco mimořádného, tak můžu tu reklamu zaplatit. Pak máme různé partnery, ať už na internetu různé weby jako budejickadrbna.cz, kde se objevují informace o tom, že hrajeme zápas. Pak se snažíme komunikovat s tištěnými médii s Mladou frontou, s Deníkem. Našimi partnery jsou i rádia, takže se snažíme, aby s o nás mluvilo na rádiu Faktor. Tam je složité, že naším mediálním partnerem, stejně jako mediálním partnerem celé ligy, je rádio Impuls. Do rádia Impuls si necháme nahrát spoty od Standy Zikmunda, který se tam v týdenním předstihu pouští v jihočeském kraji. Rádio Faktor z tohoto důvodu, že máme rádio Impuls, nechce naše spoty pouštět. My se ale dobře známe s těmi redaktory, kteří o nás hezky mluví. Máme po městě taky billboardy. Snažíme se na to upozorňovat. Překvapuje mě, že o tom ale spousta lidí neví. My máme pocit, jak jsme v tom prostředí, že všichni musí vědět, že hraje Dynamo a oni to ty lidi neví. Třeba by řekli že půjdou. My si myslíme, že se snažíme všemi různými kanály je informovat a ke spoustě lidí se ty informace nedostanou. To jsou taky přesně ty personální rezervy. Kdybychom měli v marketingu víc lidí, tak můžeme vyčlenit jednoho člověka, který se bude zabývat jen tou propagací zápasu.

To je tedy vše?

Ještě vlastně Jihočeská televize je naším partnerem. To stojí za zmínku, protože tam je Kamil Jáša, který má pořad Studio Z a tam si občas bere naše hosty. A ať už na základě

nějakého barteru nebo že nám jen chtějí vyjít vstříc, tak sem ta Jihočeská televize jezdí. Ne na ty zápasy, ale jezdí před zápasem udělat reportáž. Když byly ty akce pro fanoušky se šálami, nebo připravené choreo, tak se o tom udělala reportáž. Nestojí moc o povídání od trenéra, ale spíš, co je připraveno pro fanoušky.

Když jsme se bavili o programu pro fanoušky, děláte někdy třeba v týdnu nebo úplně mimo sezónu nějakou akci s hráči jako je autogramiáda nebo nějaké setkání?

Děláme, ale musím říct, že většinou tím, že hrajeme první ligu, tak už není potřeba abychom si my sami řekli, že zorganizujeme nějakou akci. Je to o tom, že jsme na ty akce pozvaní. Například centrum Bazalka si běžně dělá den otevřených dveří nebo beachvolejbalový turnaj. Na tyto akce nás pozvou, aby si tam hráči přišli zahrát beachvolejbal a pak udělali autogramiádu. Hodně se to odvíjí od našich klubových partnerů. Naším partnerem je i pivovar Samson a ten má také nějaké dny Samsona a chtějí, aby tam naši kluci přišli. Spolupracujeme s dětskou psychiatrickou léčebnou v Opařanech a tam, když jsme hráli druhou ligu, hráči pravidelně každých 14 dní jezdili a hráli tam s nimi fotbal. Máme nějaké portfolio těch našich klubových partnerů a oni se nám sami ozývají. Třeba Auto Future, že mají den otevřených dveří a bylo by super, kdyby tam ti naši hráči přišli. Udělají jim tam branku, zakopou si tam udělají autogramiádu a fotky, které se dají k nim i k nám na Facebook a všichni jsou spokojení. Když byl naším partnerem Lion Sport, tak když měli nějakou akci v IGY centru, tak my jim tam pošleme hráče. V tomhle máme výhodu, že nemusíme vymýšlet nějaké akce, v tuhle chvíli to není potřeba. V té druhé lize ten mediální a fanouškovský zájem není skoro žádný, hlavně ten mediální. V první lize se okolo nás všichni točí, takže je to snazší.

Zvýšila se návštěvnost vzhledem k předváděným výkonům?

Je to vtipný. Začali jsme sezonu a v prvním kole jsme hráli s Opavou. Pak jsme ale měli doma Spartu, Slavii, Jablonec a Plzeň, což byly první 4 týmy loňské sezony. A bylo léto, začátek sezony a lidi byli natěšení, takže jsme měli z těch prvních 4 zápasů 3 vyprodané. Přitom fotbalově jsme neměli takovou kvalitu. Sice jsme tedy měli třikrát vyprodáno, ale v tabulce jsme byli dole. Pak ale přišel Jaroslav Drobný a Tomáš Sivok a tabulkou jsme se začali zvedat nahoru. Ale už jsme tady zase neměli ty atraktivní soupeře. Na naše poměry super, když sem přišlo na Bohemku 4000 diváků, ale

v porovnání s tím startem sezony jsme neměli šanci to překonat. Obecně je ten zájem o fotbal tady v Budějovicích obrovský. Když porovnáme druhou ligu a první, tak je to diametrálně odlišný. Když jsme tady postupovali z té druhé ligy, tak ať už to byl ten zápas, ve kterém se rozhodlo, že postupujeme a následující zápas jsme přebírali ten pohár pro vítěze ligy a na stadionu bylo třeba 1000 diváků. Všichni z ligové asociace říkali, co se děje. Mysleli si, že bude vyprodáno. Teď začalo to léto, rozložila se liga a my jsme 21.září hráli s Plzní a ta uzavírala tu sérii těch zápasů. Nám se tady od 10.července do 21.září za tyhle 2 měsíce vystřídaly tyhle top kluby, který tu 4 roky nebyly. Takže co se týkalo prodeje permanentek, co se týkalo prodeje vstupenek na tyhle zápasy, lidi se mohli pomínout. Já jsem tady dlouho a to nepamatuju, co se tady opravdu dělo. To bylo fakt krásný. Ale jakmile se odehrály tyhle zápasy, tak my jsme začali klesat tou tabulkou až skoro na dno. Ti fanoušci to samozřejmě vidí, že od každého dostaneme 4 góly. A pak přišli Sivok s Drobným a hezky se to nastartovalo a začalo se dařit. Do toho přišel ten Martin Kuba s těma šálama a s těma akcema a ten závěr podzimu byl euforii. Ale jak říkám, euforie myšleno tím, že tu byly 4000 diváků, což je na naše poměry skvělý počín.

To je věčné téma marketingových pracovníků nebo lidí, kteří v tomhle oboru se pohybují, ale já říkám, že je to region od regionu. Já říkám, že když fotbalová Sparta už několik let nezískala titul, přesto dokáže mít průměrnou návštěvnost 10000 diváků, protože s těma divákama pracuje skvěle. Jsem přesvědčen, že my, kdybychom byli na chvostu tabulky a pracovali s fanoušky skvěle jako Sparta, tak ti fanoušci tu prostě nebudou. Ty lidi tady chtějí jít na ten hezký fotbal, na hezký zápas. To, že jste Spart'an, je něco jiného, než když jste fanoušek fotbalu v Budějovicích.

Jak se diváci dostávají na stadion? Autem, pěšky, MHD?

To je skoro na nějakou analýzu. Asi budu střílet od boku. Věřím, že ta dopravní situace v Budějovicích je dobrá a ti lidé jezdí autama. Máte mnoho stadionů po republice a široko daleko nezaparkujete. Tady si myslím, že ty parkovací místa jsou relativně slušný. Samozřejmě když je vyprodáno, tak je blázelec. Ale na ty normální zápasy lidi zaparkují. Ale že bychom měli udělanou analýzu, jak se sem lidi dopravují, tak to nemáme.

Mě třeba zajímá i dostupnost hromadné dopravy.

Je a myslím si, že ji lidé využívají, protože když přijde ten velký zápas, tak občas se stane, že nám přijde mail od rozhořčeného fanouška, který se rozčiluje, jak je možné, že máme vyprodaný stadion a nemáme posílené MHD. To jsou věci, které tady nikoho nenapadnou, že když se hraje zápas v neděli večer, že bychom měli volat do dopravního podniku, že bude asi vyprodáno, tak jestli by mohli jezdit víc. To podle mě není úplně téma, ale je to signál, že to ti lidé využívají. Nemyslím si, že by tady vyloženě kolabovala doprava, nebo že MHD nestíhají, myslím, že ti lidé se sem dostanou v pohodě.

Sbíráte zpětnou vazbu od fanoušků? Na sociálních sítích nebo pomocí průzkumu?

Jo, snažíme se s těma fanouškama komunikovat, akorát samozřejmě co se týká komunikace na Facebooku, tak ta je hodně jednostranná. Tam vám lidi prostě nadávají. Vyčítají vám, že někde něco nefunguje, že je dlouhá fronta u klobás. To je ta zpětná vazba od fanoušků. My se jim to snažíme nějak vysvětlit, omluvíme se, ale musí to brát tak, že na té tribuně je 2000 diváků a 3 stánky s občerstvením a o poločase se 1000 lidí nahrne ke stánku s občerstvením. Ta fronta tam prostě vznikne. Pak začne klasický dohadování ať to rozšíříme, ať je stánků víc. A to je věčný boj. Ti fanoušci vás ale nikdy nebudou chválit, nikdo si nedá tu práci, aby napsal, že to děláme dobře. Vždycky je to nějaká výtku. Já ale za sebe si tohle vždycky беру jako tu zpětnou vazbu. Když přijde třeba to s tím občerstvením, nebo problém u turniketů že je tam fronta, že nefungují, nebo že ta obsluha je nějaká, nebo že někde byla otevřená brána někdo chodil turniketama a někdo někde otevřel bránu a lidi chodili tou bránou. Jsou to drobnosti, ale já si to vždycky píšu nebo to přepisuju do mailu na nějaký námět pro naši poradu a jakmile přijde nějaký podnět, tak se snažím na to reagovat. Zprv se těm lidem pak nemůžeme podívat do očí, i když to oni myslí ve zlým a někdy to i přehání, tak pak si to neobhájíte. Když nám napíšou, že jsou někde fronty a za 14 dní jsou tam zase, tak oni ví, že jsme nic neudělali. Jsou věci, se kterýma nehne a řekneme, že to prostě líp nezvládneme.

Sledujete pro inspiraci zápasy jiných týmů případně i v jiných zemích?

V české lize jezdím na všechny venkovní zápasy, takže to prostředí a ten způsob, jak oni to dělají poznám tam. Z televize nebo z nějakého streamu nepoznám, jak to tam dělají. Pro mě jsou nejlepší zkušenosti a netajím se tím, že když vidím, že i taková

Příbram něco nějak dělá a líbí se mi to, tak se to snažím implementovat tady u nás. V televizi se dívám jen jako fanoušek. Pokud se budeme bavit o zahraničí, tak já fandím Realu Madrid a v televizi se dívám na jejich zápasy, ale je to jen o fandění.

A jel jste třeba někdy do zahraničí se fyzicky podívat na zápasy? třeba do Německa?

Ano, ale vždycky je to na bázi toho fanouška. Nejedu tam pracovně nebo na nějakou stáž. Byl jsem v Německu na zápasech, byl jsem i v tom Madridu, byl jsem v Římě na zápasech. Sice se tam jedu dívat na fotbal, ale když už tam chodím, tak se snažím nakukovat do zákulisí co mi možnosti dovolí. V Madridu jsem si dal i prohlídku stadionu, ale to se nemusíme bavit jaké mají možnosti oni a my. Ale je hezké to tam sledovat. Pro mě jako čerpání inspirace, zajímavostí a vědomostí jsou ty venkovní zápasy tady v Čechách. Opravdu to dělám dlouho a projel jsem tady vlastně v první a druhé lize všechny stadiony a opravdu to tam znám. Jak to tam člověk zná, tak se nemusím dívat kam mám zrovna jít a bloudit a mám čas se dívat na ty další věci.

Liší se organizace, když jde o televizní zápas? I když vaše zápasy jsou již všechny televizní, případně jak se to liší mezi O2 Sport a ČT Sport.

Určitě se to liší obrovsky. Ten video přenos nebo streamovanéj internetovej přenos nás neomezí nijak. Přijede sem malinký televizní štáb asi 7 lidí z toho 3 kameramani, 2 technici, 1 komentátor a tak. Ti nás neomezí ničím, nic po nás nechtějí, nenatáčejí rozhovory, 3-4 hodiny před zápasem si rozmístí kamery a pak zmizí. Při zápase si komentátor sedne ke stolečku, kameramani za kamery a zbytek sedí v přenosovém voze a nevíme o nich. Zatímco když je to velký televizní přenos tak je to blázeňec největší, co může být. To není o 7 lidech, ale o 40 lidech. Jsou tady den předem a začnou si stavět takové ty lešení a musíme je neustále hlídat a courají, kde nemají co dělat. Staví si tu ty obří kamery, pak sem najede štáb. Není to o jednom komentátorovi. Většinou je to jeden komentátor a jeden nějaký odborník. Většinou mají i svoje studio na stadionu, což je zase dalších pět lidí. Oni se s námi snaží nějakým způsobem komunikovat. Chodí za námi ti komentátoři a snaží se z nás dostat nějaký zajímavý informace. Pak když se blíží ten zápas, tak oni chtějí si nahrávat hlasy trenérů. Je nepsaná domluva, že hodinu před zápasem přivedu trenéra na hrací plochu, oni si ho nahrajou, nahrajou si hostujícího trenéra a pak tam probíhá nějaké klábosení. Kameramani chodí do kabin týmů a tam si

natáčí připravenou kabinu, takže kustodi tam musí uklízet. Opravdu je to organizačně náročné.

Co se týká toho rozdílu, tak to bych se nerad dotkl České televize, ale to jsou prostě rutiněři, kteří to dělají 30 let tyhle přenosy. To jsou mistři. Pro ně nic není problém, nemusí se přeci s nikým domlouvat kde si postaví lešení. Postaví si lešení tam, kde sedí diváci, kde mají koupené permanentky. Oni na to řeknou, že to tak staví vždycky. Tak jim musím říct, že dneska to tady stavět nebudou. Oni třeba ani nemají tendenci se nahlásit dopředu.

O2 televize se skládá z mladých lidí, má to na starosti David Sobišek, od kterého chodí maily před zápasem a ta komunikace je výborná. V týdnu si občas zavoláme, co a jak je třeba. Oni mají i produkční, která vždy zavolá předem a v pohodě všechno vykomunikujeme.

Máte vliv na nabídku občerstvení?

Máme provozovatele, který platí nájem a ty stánky si tady provozuje sám. Ta základní nabídka je na něm, my mu do toho nezasahujeme. Ale když přijde třeba stížnost, že tam máme jen klobásy, proč neděláme třeba hranolky, tak my mu to předneseme a pokud to má opodstatnění a není to úplná hloupost a my řekneme, že tohle by tady mohlo být, tak se ten pan Polák snaží vyjít vstříc. Je pravda, že na celý stadion je tady jeden provozovatel, který má na starost všechny stánky a samozřejmě pro něj je to kšeft dobrý. On platí nájem, který je odstupňovaný tak, že do 3000 fanoušků platí relativně malou částku. Když je to nad 3000 fanoušků tak platí větší částku. Je to spočítané tak, že on na tom vydělá. My víme, že stánky s občerstvením nás nespasí, neuživí nás to. Pro nás je důležitější to, aby byly spokojení ti lidé, protože my jsme tady historicky bojovali s tím, že nám tu lidi za to nadávali. Dřív tady byl jiný provozovatel, takový starší pán a lidi nadávali na fronty, studený párky a teplé pivo. Opravdu jsme čelili velkému tlaku. Po těch zkušenostech jsme zkusili najít jiného provozovatele a ty stížnosti ustaly. Když třeba přijede Sparta a víme, že bude vyprodáno, tak on nejen že navýší obsluhu, ale i přidá nějaký mobilní stánek. On se snaží, protože pro něj je to kšeft. My víme, že jestli tady bude vyprodáno a nebo 4000 lidí, tak máme ty stejné peníze, takže je to o něm. Jestli je dobrý obchodník tak mu dojde, že je lepší tu mít o 10 lidí víc a o 3 stánky víc, protože a tom daleko víc utrží. On se netají tím, že je spokojený, snaží se, a jakmile přijde nějaký podnět nebo připomínka tak to s ním komunikujeme a myslím, že to funguje dobře.

Příloha č. 3: Informovaný souhlas Ing. Aleš Strouha

Univerzita Karlova
Fakulta tělesné výchovy a sportu
Josef Martího 31, 16252 Praha 6 – Veveřín

INFORMOVANÝ SOUHLAS

Vážený pane inženýre,

v souladu se Všeobecnou deklarací lidských práv, zákonem č. 101/2000 SB., o ochraně osobních údajů a o změně některých zákonů, ve znění pozdějších předpisů a dalšími obecně závaznými právními předpisy, Vás žádám o souhlas s Vaší účastí ve výzkumném projektu v rámci bakalářské práce s názvem Porovnání organizace fotbalových utkání klubů první a druhé české ligy prováděné na Fakultě tělesné výchovy a sportu Univerzity Karlovy.

Data budou shromážděna prostřednictvím interview s jednotlivými zástupci vybraných klubů. Interview bude realizováno v podobě osobní schůzky a rozhovor bude pro potřeby analýzy nahráván a následně přepsán do textové podoby, a to beze změny. Nahrávání může být na Vaši žádost kdykoli přerušeno.

V maximální možné míře zajistím, aby získaná data nebyla zneužita.

Řešitel projektu: Adam Růžička

Podpis: .....

Prohlašuji a svým níže uvedeným vlastnoručním podpisem potvrzuji, že dobrovolně souhlasím s účastí ve výše uvedeném projektu a že jsem měl možnost si řádně a v dostatečném čase zvážit všechny relevantní informace o výzkumu, zeptat se na vše podstatné týkající se účasti vy výzkumu, a že jsem dostal jasné a srozumitelné odpovědi na své dotazy. Byl jsem poučen o právu odmítnout účast ve výzkumném projektu nebo svůj souhlas odvolat bez represí.

Zároveň dobrovolně souhlasím s uvedením identifikačních údajů (jméno a příjmení) v bakalářské práci.

V Českých Budějovicích,

dne 27. května 2020

Jméno a příjmení účastníka: Ing. Aleš Strouha

Podpis: .....

Příloha č. 4: Informovaný souhlas Lukáš Ouředník

Univerzita Karlova
Fakulta tělesné výchovy a sportu
Josef Martího 31, 16252 Praha 6 – Veveřín

INFORMOVANÝ SOUHLAS

Vážený pane Ouředníku,

v souladu se Všeobecnou deklarací lidských práv, zákonem č. 101/2000 SB., o ochraně osobních údajů a o změně některých zákonů, ve znění pozdějších předpisů a dalšími obecně závaznými právními předpisy, Vás žádám o souhlas s Vaší účastí ve výzkumném projektu v rámci bakalářské práce s názvem Porovnání organizace fotbalových utkání klubů první a druhé české ligy prováděné na Fakultě tělesné výchovy a sportu Univerzity Karlovy.

Data budou shromážděna prostřednictvím interview s jednotlivými zástupci vybraných klubů. Interview bude realizováno v podobě osobní schůzky a rozhovor bude pro potřeby analýzy nahráván a následně přepsán do textové podoby, a to beze změny. Nahrávání může být na Vaši žádost kdykoli přerušeno.

V maximální možné míře zajistím, aby získaná data nebyla zneužita.

Řešitel projektu: Adam Růžička

Podpis: 

Prohlašuji a svým níže uvedeným vlastnoručním podpisem potvrzuji, že dobrovolně souhlasím s účastí ve výše uvedeném projektu a že jsem měl možnost si řádně a v dostatečném čase zvážit všechny relevantní informace o výzkumu, zeptat se na vše podstatné týkající se účasti ve výzkumu, a že jsem dostal jasné a srozumitelné odpovědi na své dotazy. Byl jsem poučen o právu odmítnout účast ve výzkumném projektu nebo svůj souhlas odvolat bez represí.

Zároveň dobrovolně souhlasím s uvedením identifikačních údajů (jméno a příjmení) v bakalářské práci.

V Pardubicích,

dne 23.11.2019

Jméno a příjmení účastníka: Lukáš Ouředník

Podpis: 