

VYSOKÁ ŠKOLA OBCHODNÍ A HOTELOVÁ

Gastronómia a Cestovný ruch

Emma Mladá

Koncentračné tábory a cestovný ruch

Concentrationcamps and tourism

BAKALÁRSKA PRÁCA

Vedúci bakalárskej práce: Ing. Zdeněk Málek, Ph.D.

Brno, rok 2021

# VYSOKÁ ŠKOLA OBCHODNÍ A HOTELOVÁ

Katedra cestovního ruchu a odborných předmětů

Akademický rok: 2020/2021

## ZADANIE BAKALÁRSKEJ PRÁCE

Meno a priezvisko študenta: Emma Mladá

Osobné číslo: 14632757

Študijný program: Gastronomie, hotelnictví a turismus (B6503)

Študijný odbor: Gastronomie, hotelnictví a cestovní ruch (6501R028)

TÉMA PRÁCE: KONCENTRAČNÉ TÁBORY A CESTOVNÝ RUCH

TÉMA PRÁCE V AJ: CONCENTRATION CAMPS AND TOURISM

### Cieľ stanovený pre vypracovanie BP

1. Teoretická část BP:

- V teoretické části bakalářské práce pojednejte o koncentračních táborech, jejich historii, místu a účelu s důrazem na cestovní aktivity, které jsou s nimi v současnosti spojené.

2. Praktická část BP:

- Analytická část:

V praktické části si vyberte cestovní kancelář, která se zabývá organizací zájezdů do míst koncentračních táborů. Na základě získaných informací od cestovní kanceláře analyzujte podíl uvedených aktivit na portfoliu CK, systém marketingu, kterým jsou uvedené aktivity nabízeny klientům, míru poptávky, podmínky a možnosti realizace.

- Návrhová část:

Navrhněte, jakým způsobem by bylo možné zkvalitnit současně realizované marketingové aktivity cestovní kanceláře s cílem lepšího poznání historie a funkce koncentračních táborů a jejich smutné historie v dějinách jako potřebu poznávání hrůz, kterými lidstvo prošlo a poučení se z historie.

Meno a priezvisko autora: Emma Mladá  
Názov bakalárskej práce: Koncentračné tábory a cestovný ruch  
Názov bakalárskej práce v AJ: Concentration camps and tourism  
Študijný odbor: Gastronomie, hotelníctví a cestovní ruch  
Vedúci bakalárskej práce: Ing. Zdeněk Málek, Ph.D.  
Rok obhajoby: 2021

Anotácia: Predmetom bakalárskej práce „Koncentračné tábory a cestovný ruch“ je v teoretickej časti stručná história holokaustu so zameraním na koncentračné tábory a cestovný ruch spojený s koncentračnými tábormi. V praktickej časti sa zaoberáme analýzou návštevnosti koncentračných táborov, marketingom ponúkaných zájazdov do koncentračných táborov s cieľom zvýšiť záujem o tieto zájazdy a nájsť vhodný spôsob s ohľadom na etiku, komunikáciu a problematiku holokaustu.

Annotation: The subject Bachelor thesis „Concentration camps and tourism“ is in the theoretical part a brief history of the Holocaust with a focus on concentration camps and tourism associated with concentration camps. In the practical part we deal analysis attendance concentration camps, marketing of offered trips to concentration camps in order to increase interest in these trips and find a suitable way with regard to ethics, communication, issues of the Holocaust.

Kľúčové slová: koncentračné tábory, „darktourism“, cestovný ruch, cestovné kancelárie, výlety do koncentračných táborov

Keywords: concentrationcamps, darktourism, tourism, travelagencies, trips to concentrationcamps

Prehlasujem, že som bakalársku prácu Koncentračné tábory a cestovný ruch vypracovala samostatne pod vedením Ing. Zdeněk Málek, Ph.D. a uviedla všetky použité literatúry a iné odborné zdroje v súlade s aktuálnymi platnými právnymi predpismi a vnútornými predpismi Vysokej školy obchodnej a hotelovej.

V Brne dňa 15.4.2021

vlastnoruční podpis autora

Na tomto mieste by som sa rada poďakovala svojmu školiteľovi Ing. Zdeněk Málek, Ph.D za odbornú pomoc užitočné pripomienky, ochotu a usmernenie pri písaní bakalárskej práce.

# OBSAH

Obsah .....	5
Úvod .....	8
I. Teoretická časť .....	10
1 Koncentračné tábory .....	11
1.1 História koncentračných táborov.....	11
1.1.1 Holokaust .....	12
1.1.2 Koncentračné tábory a ich účel .....	14
1.1.3 Miesta koncentračných táborov .....	18
1.2 Koncentračné tábory ako turistická destinácia v Európe .....	22
2 Cestovný ruch a koncentračné tábory .....	24
2.1 „Dark tourism“ .....	24
2.1.1 Cestovný ruch spojený s holokaustom .....	26
2.1.2 Návštevníci miest holokaustu.....	28
2.2 Cestovné kancelárie a ich význam v spojení s destináciami holokaustu .....	29
II. Praktická časť .....	31
3 Analýza návštevnosti koncentračných táborov a marketingu ponúkaných zájazdov do koncentračných táborov .....	32
3.1 Analýza a komparácia ponuky zájazdov do koncentračných táborov .....	32
3.1.1 Analýza ponuky vybraných cestovných kancelárií .....	33
3.1.2 Komparácia ponuky vybraných cestovných kancelárií.....	36

3.1.3	Komparácia marketingovej komunikácie vybraných cestovných kancelárií ..	38
3.2	Analýza návštevnosti koncentračných táborov .....	40
3.2.1	Návštevnosť Osvienčimu .....	41
3.2.2	Návštevnosť Majdanek.....	43
3.3	Zhrnutie analýzy so zameraním na hodnotenie marketingu vybraných cestovných kancelárií poskytujúcich zájazdy do koncentračných táborov .....	46
4	Návrhová časť .....	49
	Záver .....	53
	Použité zdroje .....	55
	Zoznam obrázkov, grafov a tabuliek .....	59
	Zoznam skratiek .....	60
	Prílohy .....	<b>Chyba! Záložka není definována.</b>

## ÚVOD

Aj keď by mnohí považovali návštevu koncentračného tábora za extrémne desivú, výskyt fenoménu temnej turistiky alebo tzv. „darktourism“ je nepopierateľný a veľmi často sa vyskytujúci. Analýza miest koncentračných táborov ako turistických destinácií, či atrakcií načrtáva určité problémy vyplývajúce z etickosti celej problematiky. Rovnako na to nadväzujú rôzne problémy a dilemy, ako úctyhodne a správne komunikovať s verejnosťou v rámci napríklad marketingu miest spojených s holokaustom a koncentračných táborov. Na jednej strane sú turisti a príjem z turizmu dôležitým aspektom financovania uchovávaného dedičstva, udržiavania týchto miest histórie ako pamiatky, respektíve v niektorých prípadoch aj cintorína. Na strane druhej medzi turistami nie sú len pamätníci a potomkovia, ktorí chcú vzdať hold pamiatke zosnulých, sú medzi nimi rovnako obyčajní turisti, ktorí sa nemajú problém odfotiť v miniatúrnych celách, či na koľajniciach smerujúcich do plynových komôr s neprimeranými výrazmi tváre, ktoré skôr dehonestujú ako oslavujú tieto miesta utrpenia mnohých ľudí. Hranica medzi tým, čo ľudia pokladajú za etické a neetické v tomto kontexte je individuálna. Aj na základe toho je pomerne problematické spracovať takú marketingovú stratégiu cestovných kancelárií, aby oslovila a chytila ľudí za srdce s cieľom návštevy koncentračného tábora ako vyjadrenia určitej úcty voči obetiam.

Predkladaná bakalárska práca sa venuje koncentračným táborom a cestovnému ruchu v nich realizovanému, pričom sa detailnejšie zameriava na význam cestovných kancelárií v spojení s destináciami cestovného ruchu spojeného s holokaustom.

Cieľ bakalárskej práce bol stanovený ako analýza návštevnosti vybraných koncentračných táborov a vykonať prieskum v oblasti marketingu cestovných kancelárií ponúkajúcich zájazdy do koncentračných táborov. Následne spracovať návrhy ako skvalitniť komunikáciu cestovných kancelárií voči verejnosti o zájazdoch s tematikou návštevy koncentračných táborov.

Formálne sa bakalárska práca člení na štyri kapitoly zamerané na teoretickú časť, praktickú časť a návrhy. Práca poskytuje v teoretickej časti stručný exkurz do histórie holokaustu so zameraním na koncentračné tábory. Rovnako predkladá všeobecný pohľad na perspektívy cestovného ruchu a najmä turistických atrakcií spojených s holokaustom.



Význam cestovných kancelárií ozrejmuje najmä na účely pochopenia podstaty toho, prečo cestovné kancelárie často krátko poskytujú aj ponuky na zájazdy do koncentračných táborov.

Praktická časť práce je analytickým spracovaním komparácie prieskumu ponuky a marketingu vybraných slovenských a českých cestovných kancelárií ponúkajúcich zájazdy do koncentračných táborov. Následne je analyzovaná návštevnosť vybraných koncentračných táborov, ktorých návštevu poskytujú analyzované cestovné kancelárie.

Návrhová časť obsahuje syntézu poznatkov, pričom predkladá možnosti a odporúčania pre cestovné kancelárie ako by bolo možné docieľiť zvýšenie záujmu o ich zájazdy s cieľom zvýšiť záujem o tieto zájazdy a nájsť vhodný spôsob s ohľadom na etiku, komunikáciu a problematiku.

## **I. TEORETICKÁ ČÁST**

# 1 KONCENTRAČNÉ TÁBORY

V rokoch 1933 až 1945 nacistické Nemecko a jeho spojenci založili viac ako 44 000 táborov a ďalších väzenských miest (vrátane get). Zakladatelia tieto miesta využívali na rôzne účely vrátane nútenej práce, zadržiavania ľudí považovaných za nepriateľov štátu a najmä najhoršieho účelu, hromadného vraždenia. História vzniku koncentračných táborov je spojené a holokaustom a temnou minulosťou, ktorá zasiahla celú Európu.<sup>1</sup>

V prvej kapitole bakalárskej práce sa budeme venovať práve koncentračným táborom v kontexte ich historického významu a pamiatky, ktorá sa v súčasnosti spája so značným záujmom verejnosti, čo smeruje k rozvoju cestovného ruchu na miestach, kde boli koncentračné tábory situované.

## 1.1 História koncentračných táborov

Koncentračné tábory sú širokým pojmom. V rámci bakalárskej práce sa budeme venovať konkrétne, ako bolo naznačené v úvode kapitoly, nacistickým koncentračným táborom založených medzi rokmi 1933 až 1945. Tie vznikli spočiatku v rámci snahy o dosiahnutie „životného priestoru“ pre árijskú nadradenú rasu v Európe, avšak neskôr prešli do masového vyvražďovania, tzv. konečného riešenia židovskej otázky – skrátene konečného riešenia – „*Endlösung*“.<sup>2</sup>

Snyder hovorí o tom, že Hitlerovi šlo v konečnom dôsledku v rámci tohto konania o to, aby prostredníctvom vyhladenia najmä Židov, podradenej rasy, získal pre Nemcov, nevyhnutné zdroje, vydobyl si ako nadradený druh moc a obnovil tak rovnováhu na planéte. V rámci zdrojov šlo najmä o územie, čiže viedol tzv. koloniálnu vojnu, avšak v oblastiach, kde došlo k bezpolitickosti v dôsledku práve obsadzovania utrpela židovská populácia

---

<sup>1</sup>WACHSMANN, Nikolaus. *A History of the Nazi Concentration Camps*. Farrar, Strauss and Giroux. ISBN 978-0-374-11825-9.

<sup>2</sup>CUSSANS, Thomas. *Holokaust. Vznik, dejiny a dôsledky: 1920–1945*. Ikar. 2020. 144 s. ISBN 978-80-5517-475-4. s.13

najväčšie straty, takmer likvidačné.<sup>3</sup> Vzhľadom na tak rozsiahle plánované vyvražďovanie, zohrávali veľmi dôležitú úlohu počas holokaustu práve koncentračné tábory.

### 1.1.1 Holokaust

Holokaust, nacisticko-nemecké zničenie európskeho židovstva počas II. svetovej vojny, je pravdepodobne jednou z najničivejších a vražedných udalostí v histórii ľudskej civilizácie.<sup>4</sup> Holokaust (hebrejsky šoa) bol genocídou najmä európskych Židov v rokoch 1941 až 1945, kedy nacistické Nemecko a jeho spolupracovníci v Nemecku okupovanej Európe systematicky vyvraždili asi 11 mil. ľudí<sup>5</sup>, pričom celkovo išlo o 6 mil. Židov, čo sú asi 2/3 európskeho židovského obyvateľstva. Holokaust vyhladil celé spoločenstvá Židov, Rómov a ďalších skupín obyvateľstva. Dôsledkom tak komplexného vyhladenia spoločenstiev bolo ich opätovné neobnovenie po vojne, čiže úplne zanikli spolu so svojou históriou a kultúrou.<sup>6</sup> Vraždy sa uskutočňovali pogrommi a masovými strelbami, politikou vyhladzovania prostredníctvom práce v koncentračných táboroch, v plynových komorách a dodávkach s plynom v nemeckých vyhladzovacích táboroch (koncentračných táboroch), hlavne v Osvienčime, Bežci, Chełmne, Majdaneku, Sobibórea Treblinkev okupovanom Poľsku.<sup>7</sup>

Holokaustu predchádzali viaceré udalosti, ktoré ovplyvnili celú situáciu v Európe. Snyder uvádza, že nacisti si v roku 1938 uvedomili : „*najefektívnejší spôsob ako oddeliť Židov od ochrany štátu, je zničiť štát samotný. Akákoľvek legislatívna diskriminácia mohla byť skomplikovaná nepredvídateľnými dôsledkami pre iné aspekty práva a byrokratickej praxe.... Bezštátnosť otvorila okno príležitosti pre tých, ktorí boli pripravení páchať násilie a lupiť.*“<sup>8</sup> Nemecko pochopilo ešte v rovnakom roku, že nemôže nechať túto situáciu tak, lebo

---

<sup>3</sup>SNYDER, Thomas. *Čierna zem. Holokaust ako história a varovanie*. Premedia 2019. 432 s. ISBN 978-80-8159-696-4.

<sup>4</sup>STONE, Lewi. Quantifying the Holocaust: Hyperintense kill rates during the Nazi genocide. In: *Science advances*. 2019. ISSN 2375-2548.

<sup>5</sup>CUSSANS, Thomas. *Holokaust. Vznik, dejiny a dôsledky: 1920 – 1945*. Ikar. 2020. ISBN 978-80-5517-475-4

<sup>6</sup>ROSE, Jonathan. *The Holocaust and the Book: Destruction and Preservation* (Studies in Print Culture and the History of the Book). 328 s. ISBN 978-1558496439.

<sup>7</sup>Encyclopedia.ushmm.org. Killing centers: an overview. [online]. United States Holocaust Memorial Museum. © 2021. [Cit. 18.11.2020]. Dostupné z: [https://encyclopedia.ushmm.org/content/en/article/killing-centers-an-](https://encyclopedia.ushmm.org/content/en/article/killing-centers-an)

<sup>8</sup>SNYDER, Thomas. *Čierna zem. Holokaust ako história a varovanie*. Premedia 2019. 432 s. ISBN 978-80-159-

anarchia, ktorá nastala, nevyhovovala jeho predstavám, avšak toto bolo prvé obdobie, kedy sa nacisti a ľudia ovplyvnení nacistickou propagandou voči Židom a iným vybraným skupinám obyvateľstva „druhého rádu“, mohli verejne prejavovať a spôsobovať bolesť, ponižovať, prenasledovať a celkovo prejavovať nadradenosť.<sup>9</sup> V tab. sme spracovali míľniky holokaustu.

Tabuľka 1 Míľniky holokaustu<sup>10</sup>

1933	Nacisti prebrali moc, Hitler sa stáva kancelárom. Nacisti „dočasne“ pozastavili občianske slobody a založili prvý koncentračný tábor v Dachau. Prvými väzňami je 200 komunistov. Knihy odporujúce nacizmu sú spálené.
1934	Hitler spája pozície kancelára a prezidenta, aby sa stal „Führerom“ alebo vodcom Nemecka. Židovské noviny sa už v uliciach nemôžu predávať.
1935	Židia sú pozbavení občianstva a ďalších základných práv.
1936	Nacisti bojkotovali podnikanie vlastnené Židmi. Židia už nemajú volebné právo.
1938	Nemecké vojská anektovali Rakúsko Počas Krištáľovej noci, nacisti terorizovali Židov v celom Nemecku a Rakúsku, kde bolo uväznených 30 000 Židov. Židia musia mať pri sebe občianske preukazy a židovské pasy sú označené písmenom „J“. Židia už viac nepodnikajú, nemôžu chodiť do divadla a pod., ich deti musia chodiť len do židovských škôl, nemôžu šoférovať a mať autá, cennosti a rovnako musia dodržiavať inštrukcie, kde a kedy majú byť.
1939	Nemecko ovládlo Česko-Slovensko a napadlo Poľsko. II. svetová vojna sa začína vyhlásením Británie a Francúzska Nemecku. Hitler nariaďuje, aby Židia museli dodržiavať zákaz vychádzania, Židia musia nosiť žlté Dávidove hviezdy.
1940	Začína sa deportovanie nemeckých Židov do Poľska a do koncentračných táborov. Nacisti začínajú prvé masové vraždenie Židov v Poľsku.
1941	Nemecko napáda Sovietsky zväz. Židia v celej západnej Európe sú nútení do get, nesmú opustiť svoje domy bez povolenia polície, či používať verejné telefóny.
1942	Nacisti rokujú s vládnymi úradníkmi o „konečnom riešení“. Židia majú zakázané noviny, chovať zvieratá, mať elektrické vybavenie vrátane písacích strojov, vlastné bicykle, kúpiť mäso, vajcia a pod., používať verejnú dopravu, či navštevovať školu.
1943	Február: zomrelo 80% až 85% z celkového počtu zavraždených Židov.
1944	Hitler sa zmocňuje Maďarska a každý deň začína deportovať 12 000 maďarských Židov do Osvienčimu, kde sú zavraždení.
1945	Hitler je porazený a v Európe sa končí II. svetová vojna. Holokaust skončil a tábory smrti sú vyprázdnené.

696-4. s. 94

<sup>9</sup>Tamtiež.

<sup>10</sup>GIGLIOTTI, Simone. EARL, Hilary. *The Holocaust as Genocide. Milestones in the Historiographical Discourse*. John Wiley & Sons Ltd. 688 s. ISBN 978-11-1897-049-2.

Po roku 1945 sa mnoho pozostalých z koncentračných táborov presídlilo do zariadení pre vysídlené osoby. Hrôzy holokaustu boli riešené na medzinárodnej pôde. Veľká Británia, Francúzsko, USA a Sovietsky zväz vytvorili v roku 1946 medzinárodný vojenský tribunál, kde v Norimbergu je uvedené súdne zhromaždenie súdené s nacistickými vodcami za vojnové zločiny. Vďaka medzinárodnej podpore sa v roku 1947 podarilo OSN založiť židovskú domovinu v Britmi ovládanej Palestíne, ktorá sa v roku 1948 stala Izraelským štátom. Cussans však poukazuje na paradox, ktorý stojí za vznikom Izraelského štátu. Židov presídlili do tejto oblasti ako akt nevidanej snahy o zachovanie židovského národa napriek hrôzostrašným okolnostiam. Na strane druhej, presídlenie Židov bolo vykonané na úkor Arabov z Palestíny, čo do súčasnosti spôsobuje arabsko-izraelské konflikty a občasné nepokoje a prejavy násilia.<sup>11</sup>

Napriek tejto snahe o vrátenie strateného najmä pre Židov, je možné konštatovať, že holokaust ako taký, zanechal nevyliciteľnú jazvu na židovskej kultúre a jeho dopady ovplyvnili a ovplyvňujú vývoj celkovej kultúry v súčasnosti. Obdobie holokaustu je reprezentované viacerými kľúčovými elementami, ktoré sa zachovali do súčasnosti a pripomínajú hrôzy, ku ktorým došlo. Medzi nich patria najmä koncentračné tábory, ktoré už svojím usporiadaním, veľkosťou ciel, „vybavením“ a ďalšími pozostatkami nacistického vládnutia, evokujú historické trápenie páchané na veľkej časti populácie najmä strednej Európy.

### **1.1.2 Koncentračné tábory a ich účel**

Koncentračný tábor je internačné centrum pre politických väzňov a príslušníkov národnostných alebo menšinových skupín, ktorí sú uväznení z dôvodov štátnej bezpečnosti, vykorisťovania alebo trestu, zvyčajne výkonným dekrétom alebo vojenským príkazom. Osoby sú do týchto táborov umiestňované často na základe identifikácie s konkrétnou etnickou alebo politickou skupinou, a nie ako jednotlivci, a to bez výhody obžaloby alebo spravodlivého procesu. Koncentračné tábory je potrebné odlišiť od väzníc zadržavajúcich osoby právoplatne odsúdené za občianske zločiny a od vojnových zajateckých táborov, v ktorých sú

---

<sup>11</sup>CUSSANS, Thomas. *Holokaust. Vznik, dejiny a dôsledky: 1920 – 1945*. Ikar. 2020. 144 s. ISBN 978-80-5517-475-4. s. 124-126

zadržiavajú vojenský pracovníci, zadržiavajú podľa vojnových zákonov. Je tiež potrebné ich odlíšiť od utečeneckých táborov alebo stredísk zaistenia a presídlenia na dočasné ubytovanie veľkého počtu vysídlených osôb.<sup>12</sup>

Koncentračné tábory je pojem, ktorý zastrešuje nie len tie koncentračné tábory, ktoré vznikali počas II. svetovej vojny a boli zakladané Nemeckom, čiže nacistické koncentračné tábory, ale ide o široký pojem, ktorý je označením pre typ oploteného väzenia, či zaradením, kde boli ľudia jednoducho izolovaní z rôznych príčin s cieľom úmyselnej záhuby. Koncentračné tábory nacistického Nemecka, ktoré sa taktiež označujú ako vyhladzovacie tábory, sú najhorším typom. Veľká časť práve vyhladzovacích táborov vznikala v Poľsku, pričom pojem koncentračný tábor sa s nimi stotožnil. V súčasnosti je názov koncentračný tábor považovaný za eufemizmus a ako synonymum je používané vyhladzovací tábor, pretože tábory vykonávali genocídu. Napriek tomu možno hovoriť o určitej typológii koncentračných táborov, kde možno vymedziť koncentračné tábory (Obr. 1), ktoré prevažne slúžili na účely koncentrovania a väznenia ľudí bez právnej opory súdu. Chovanci koncentračných táborov boli zvyčajne vykorisťovaní kvôli svojej práci a držaní v drsných podmienkach.

Obrázok 1 Prvý koncentračný tábor Dachau (1933)<sup>13</sup>



<sup>12</sup>Britannica.com. *Concentration camp*. [online]. Encyclopædia Britannica, Inc. © 2021. [Cit. 20.11.2020].  
Dostupné z: <https://www.britannica.com/topic/concentration-camp>

<sup>13</sup>Theholocaustexplained.org. *Types of camps* [online]. The Wiener holocaust history © 2021. [Cit. 20.11.2020].  
Dostupné z: <https://www.theholocaustexplained.org/the-camps/types-of-camps/concentration-camps/>

Druhým typom koncentračných táborov boli pracovné tábory (Obr. 2). Nacisti začali používať nútené práce krátko po svojom nástupe k moci. Založili konkrétne Arbeitslager (pracovné tábory). Boli oddelené od koncentračných táborov prevádzkovaných SS, kde boli väzni tiež nútení vykonávať práce. Využitie nútenej práce začalo prvýkrát významne rásť v roku 1937, pretože prezbrojenie spôsobilo nedostatok pracovných síl. Po vypuknutí II. svetovej vojny sa použitie pracovných síl opäť prudko zvýšilo. Rovnako ako vo väčšine nacistických táborov boli podmienky v táboroch nútených prác neprimerané. Väzni boli považovaní iba za dočasných a podľa nacistického pohľadu ich bolo vždy možné nahradiť inými. Dochádzalo k úplnému ignorovaniu zdravia väzňov. Počas dlhých pracovných hodín boli vystavení nedostatkom potravín, vybavenia, liekov a oblečenia. Na oddych alebo prestávky nebol čas alebo vôbec nebol čas. V dôsledku týchto podmienok bola úmrtnosť v pracovných táboroch veľká. Do roku 1945 bolo v sieti stoviek táborov nútenej práce, ktorá sa tiahla celou nacistami okupovanou Európou, vykorisťovaných viac ako štrnásť miliónov ľudí.<sup>14</sup>

Obrázok 2 Skupina nútených pracovníkov pri práci v tábore Krakov-Płaszów<sup>15</sup>



<sup>14</sup>HERBERT, Ulrich. Forced Laborers in the Third Reich: An Overview. In: *International Labor and Working-Class History*. No. 58. Fall 2000. s. 192–218. ISSN 1471-6445. s.192-193

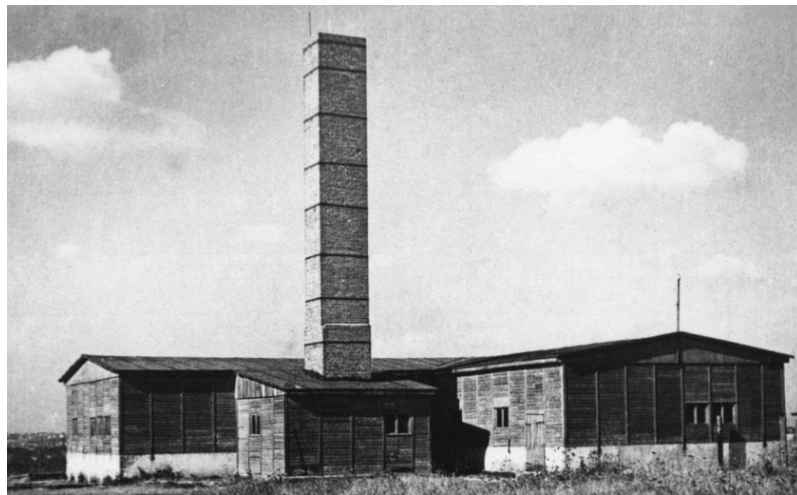
<sup>15</sup>Theholocaustexplained.org. *Types of camps* [online]. The Wiener holocaust history © 2021. [Cit. 20.11.2020]. Dostupné z: <https://www.theholocaustexplained.org/the-camps/types-of-camps/concentration-camps/>



Najhorším typom koncentračných táborov boli tábory určené na termináciu života (Obr. 3), čiže vyhladzovacie tábory. Koncentračné tábory typu pracovné tábory, boli určitým spôsobom zajateckými tábormi, avšak tie vyhladzovacie, tie sa negatívne preslávili práve rôznymi spôsobmi, akými tam boli vraždení ľudia. Väčšina koncentračných táborov mala v rámci svojho umiestnenia okrem cieľa smrti a ďalších možností na vykonanie popravy aj krematórium. Na implementáciu „konečného riešenia“ nacisti založili šesť účelových vyhladzovacích táborov na poľskej pôde:

- Chełmno (v prevádzke december 1941 - január 1945)
- Bežec (v prevádzke marec-december 1942)
- Sobibór (v prevádzke máj - júl 1942 a október 1942 - október 1943)
- Treblinka (v prevádzke júl 1942 - august 1943)
- Majdanek (v prevádzke september 1942 - júl 1944)
- Osvienčim-Birkenau (v prevádzke marec 1942 - január 1945).<sup>16</sup>

Obrázok 3 Krematórium vo vyhladzovacom tábore Majdanek<sup>17</sup>



---

<sup>16</sup>Theholocaustexplained.org. *Typesofcamps* [online]. TheWiener holocaust history © 2021. [Cit. 20.11.2020].  
Dostupné z: <https://www.theholocaustexplained.org/the-camps/types-of-camps/concentration-camps/>

<sup>17</sup>Tamtiež

Na základe vyššie uvedeného a na základe skutočných príbehov z rôznych zdrojov<sup>18</sup> možno hovoriť o tom, že účely nacistických koncentračných táborov boli nasledovné:

- dočasná, no najmä trvalá izolácia osôb,
- nútená a do veľkej miery otrocká práca,
- zbedačovanie, fyzické a psychické týranie,
- vysielanie jasného signálu strachu a teroru,
- pokusy na živých osobách aj za cenu ich života,
- fyzická likvidácia, čiže ukončenie života rôznymi spôsobmi od vystrelania po masové zabíjanie plynovými komorami ako prostriedok na realizáciu „konečného plánu“.

V rámci snahy o využitie Židov a ich väznenia v koncentračných táboroch existovali aj nacistickí stúpenci, ktorí sa snažili navrhnuť využívanie intelektuálnych židovských zdrojov (čiže vzdelaných Židov), avšak táto snaha bola postupne eliminovaná, nemecké vedenie nechcelo pripustiť zachovanie takýchto osôb so vzdelaním. Prioritou bolo vyhladenie bez ohľadu na praktickosť alebo zabezpečenie zdrojov.<sup>19</sup>

### 1.1.3 Miesta koncentračných táborov

Miesta koncentračných táborov sú situované v rámci niekdajšej Veľkonemeckej ríše (1941-1944), pričom najznámejšie vyhladzovacie koncentračné tábory sú prevažne na území súčasného Poľska, ako sme spomínali. Aj na základe toho sa v niektorých menej odborných článkoch a publikáciách označujú ako „poľské“ vyhladzovacie alebo koncentračné tábory, čo nie je celkom správna formulácia. Ich umiestnenie možno vidieť na obr. 4.

---

<sup>18</sup>ZULLO, Allan., BOVSUN, Mara. *Deti holokaustu*. Motýľ. 196 s. ISBN 978-80-8164-156-5.

<sup>19</sup>CUSSANS, Thomas. *Holokaust. Vznik, dejiny a dôsledky: 1920 – 1945*. Ikar. 2020. 144 s. ISBN 978-80-5517-475-4. s. 87

Hitler sa vyznačoval tým, že pokladal za problém vykonania „konečného plánu“ nie morálku alebo etické otázky, ale logistiku. Rozvoj železníc bol kľúčovým pre umiestnenie koncentračných táborov, nakoľko preprava ľudí sa realizovala prostredníctvom nákladných vagónov, kde boli ľudia bez vody a jedla natlačení po tisícoch a približne 20% z nich cestu ani neprežilo. V niektorých miestach koncentračných táborov boli rozdelení podľa účelu a v niektorých priamo vedení na smrť.<sup>20</sup>

Obrázok 4 Najdôležitejšie miesta koncentračných táborov<sup>21</sup>



<sup>20</sup>CUSSANS, Thomas. *Holokaust. Vznik, dejiny a dôsledky: 1920 – 1945*. Ikar. 2020. 144 s. ISBN 978-80-5517-475-4. s. 74-76

<sup>21</sup>KALBARCZYK, Sławomir. V mene historickej pravdy. [online]. [cit. 20-11-2020]. Dostupné z: <https://sk.truthaboutcamps.eu/th/misja-strony/15710,V-mene-historickej-pravdy.html>

Dôležitosť koncentračných táborov a ich význam z historického hľadiska je založený na počte obetí, ktoré padli v jednotlivých z nich počas holokaustu. Výpočet počtu osôb zabitých v dôsledku nacistickej politiky je ťažké vzhľadom na to, že je len málo oficiálnych dokumentov, z ktorých je možné vychádzať. Navyše neexistuje jediný vojnový dokument vytvorený nacistickými úradníkmi, ktorý by objasňoval, koľko ľudí bolo reálne zabitých počas holokaustu alebo druhej svetovej vojny. Vedci, židovské organizácie a vládne agentúry od 40. rokov 20. storočia sa pri zostavovaní štatistík ohľadom rozsahu ľudských strát spoliehali na rôzne záznamy, ako sú správy zo sčítania ľudu zachytené nemeckými archívami a archívami Aliancie Axis. Rovnako dôležitým aspektom bolo povojnové vyšetrovanie a jeho výsledky. Je možné, že v budúcnosti, keď sa sprístupnia alebo získajú viaceré dokumenty vedci dospejú k presnejším číslam. Avšak najdôležitejšou vecou, ktorú treba mať na pamäti pri pokuse o zdokumentovanie počtu obetí holokaustu, je to, že nikde na svete neexistuje nijaký hlavný zoznam tých, ktorí zahynuli. Nasledujúce súčasné odhady civilistov a zajatých vojakov zabitých nacistickým režimom a jeho spolupracovníkmi sú vypočítané na základe dokumentov tých, ktorí realizovali nacistickú populačnú politiku, a z povojnových demografických štúdií o strate obyvateľstva počas druhej svetovej vojny.<sup>22</sup>

Tabuľka 2 Odhadovaný počet úmrtí holokaustu

<b>Odhadovaný počet úmrtí</b>	
<b>Židia</b>	6 mil.
<b>Sovietski civilisti</b>	Okolo 7 mil. (vrátane 1,3 sovietskych židovských civilistov, ktorí sú zahrnutí do 6 miliónov pre židov)
<b>Sovietski vojnoví zajatci</b>	Okolo 3 mil. (vrátane asi 50 tis. Židovských vojakov)
<b>Nežidovskí poľskí civilisti</b>	Okolo 1,8 mil. (vrátane 50 tis. Až 100 tis. Príslušníkov poľských elít)
<b>Srbskí civilisti (na území Chorvátska, Bosny a Hercegoviny)</b>	312 tis.
<b>Ľudia so zdravotným postihnutím žijúci v ústavoch</b>	Okolo 250 tis.
<b>Rómovia</b>	Okolo 250 tis.
<b>Svedkovia Jehovovi</b>	Okolo 1,9 tis.
<b>Opakovaní zločinci a takzvaní asociáli</b>	Min. 70 tis.

<sup>22</sup>Encyclopedia.ushmm.org. Documenting numbers of victims of the holocaust and nazi persecution. [online]. United States Holocaust Memorial Museum. © 2021. [Cit. 20.11.2020]. Dostupné z: <https://encyclopedia.ushmm.org/content/en/article/documenting-numbers-of-victims-of-the-holocaust-and-nazi-persecution>

<b>Nemeckí politickí oponenti</b>	Nie je známe
<b>Homosexuáli</b>	Stovky až tisíce (možno sa to počítalo aj čiastočne pod 70 000 opakovaných zločincov a takzvaných asociálov uvedených vyššie)

Tabuľka 3 Odhadovaný počet židovských úmrtí podľa miesta <sup>23</sup>

<b>Miesto úmrtia</b>	<b>Odhadovaný počet obetí</b>
<b>Osvienčimský komplex (vrátane Birkenau, Monowitzu a podtáborov)</b>	Okolo 1,1 mil.
<b>Treblinka</b>	Okolo 925 tis.
<b>Belzec</b>	Okolo 434 tis.
<b>Sobibor</b>	Minimálne 167 tis.
<b>Chelmno</b>	156 – 172 tis.
<b>Strelecké operácie na rôznych miestach v strednom a južnom Nemecku - okupovanom Poľsku</b>	Minimálne 200 tis.
<b>Strelecké operácie v západnom Poľsku pripojenom k Nemecku (okres Wartheland)</b>	Minimálne 20 tis.
<b>Úmrtia v iných zariadeniach, ktoré Nemci označili za koncentračné tábory</b>	150 tis.
<b>Strelecké operácie a plynové vagóny na stovkách miest v Nemeckom okupovanom Sovietskom zväze</b>	Minimálne 1,3 mil.
<b>Strelecké operácie v Sovietskom zväze (nemeckí, rakúski, českí židia deportovaní do sovietskeho zväzu)</b>	Okolo 55 tis.
<b>Strelecké operácie a plynové vagóny v Srbsku</b>	Minimálne 15 tis.
<b>Zastrelení alebo umučení v Chorvátsku za Ustašovho režimu</b>	23 – 25 tis.
<b>Úmrtia v getách</b>	Minimálne 800 tis.
<b>Ostatné</b>	Minimálne 500 tis.

<sup>23</sup>Encyclopedia.ushmm.org. Documenting numbers of victims of the holocaust and nazi persecution. [online]. United States Holocaust Memorial Museum. © 2021. [Cit. 20.11.2020]. Dostupné z: <https://encyclopedia.ushmm.org/content/en/article/documenting-numbers-of-victims-of-the-holocaust-and-nazi-persecution>

Najznámejším miestom koncentračného tábora je **Osvienčim** a to najmä kvôli počtu obetí (Tab. 3) a svojej veľkosti. Odhaduje sa, že v rokoch 1940 až 1945 deportovali SS a policajti do tábora v Osvienčime najmenej 1,3 mil. ľudí. Z týchto deportovaných bolo zavraždených približne 1,1 mil. ľudí. Počas holokaustu dostali väzni koncentračných táborov tetovanie iba na jednom mieste, v Osvienčime. Prichádzajúcim väzňom bolo pridelené sériové číslo tábora, ktoré bolo prišité k ich väzenským uniformám. Iba tí väzni, ktorí boli vybraní do práce, dostali sériové čísla. Ostatní boli poslaní priamo do plynových komôr.

## 1.2 Koncentračné tábory ako turistické destinácia v Európe

Už v období bezprostredne po skončení II. svetovej vojny existoval určitý dopyt medzi pozostalými, príbuznými obetí a zainteresovanou verejnosťou navštíviť miesta zverstiev spáchaných v koncentračných, nútených a vyhladzovacích táboroch. Niektoré z koncentračných táborov boli sprístupnené verejnosti len pár rokov po ich oslobodení. Osvienčim bol otvorený ako „pamiatka“ už v roku 1947, aj keď to vyvolalo značný spor, nakoľko existovalo množstvo iniciatív na finálne zničenie tohto miesta vzhľadom na teror a počet úmrtí, ktorý reprezentovalo.<sup>24</sup>

Ostatné koncentračné tábory boli verejne sprístupnené neskôr, lebo väčšinou slúžili na iný účel. Napríklad Dachau bol používaný na uväznenie členov SS vedúcich k procesom v Dachau. Následne slúžil pre „vysídencov“ a riadila ho bavorská vláda. Otvorený pre verejnosť ako pamätné miesto bol až v roku 1965. Sachsenhausen bol používaný ako tábor Sovietskeho zväzu do roku 1950. Od roku 1961 otvorili malú časť areálu ako pamätník so zameraním na odpor proti fašizmu až do konca Nemeckej demokratickej republiky v roku 1990. Znovu sa otvoril pre verejnosť v roku 1993. Ostatné tábory boli nacistami úplne zničené a miesto bolo neskôr označené jednoduchým pamätníkom (napr. Treblinka).<sup>25</sup>

Koncentračné tábory možno taktiež považovať za určitý prvok vzdelávania alebo záujmu o históriu, čo sa pokladá za jeden z faktorov, ktorý pozitívne ovplyvnil zachovanie

---

<sup>24</sup>BENTON, Tim. *Understanding Heritage and Memory*. Manchester: Manchester University Press. 2010. s. 328. ISBN 978-0-7190-8153-8. s.127-128

<sup>25</sup>HODGKINSON, Sarah. The concentration camp as a site of 'dark tourism'. In: *Témoigner. Entre histoire et mémoire*. 2013. s. 22-32. ISSN 2031-4183. s. 22

týchto miest. Vďaka zisteniu, ako prebiehala skutočná hrôza na týchto miestach je možné sa poučiť do budúcnosti a brať to ako varovanie pred možným opakujúcim sa scenárom.<sup>26</sup>

V súvislosti so zachovanými koncentračnými táborami existoval a existuje prvok zaujímavosti a zvedavosti z hľadiska preskúmania tohto miesta, územia. Hodgkinson uvádza, že pri jej výskume narazila na správy z 50. rokov 20. storočia, ktoré jasne svedčia o tom, že ľudia si chodili fotografovať komíny v Osvienčime. Časom vzrástol záujem o tieto miesta nie len z hľadiska zvrätneho voyeurského záujmu, ale najmä kvôli pozostalým a ľuďom, ktorí si chceli uctiť pamiatku zosnulých, zavraždených, či utýraných zajatcov nacistického Nemecka. Následný vývoj a záujem o koncentračné tábory ako destináciu cestovného ruchu viedol k tomu, že sa ním začalo zaoberať čoraz viac akademikov, ale aj napríklad televízny priemysel. Televízne vysielanie s Eichmannovým procesom v roku 1961, film Stevena Spielberga : Schindlerov zoznam, v roku 1995 a ďalšie udalosti spôsobili, že koncentračné tábory a cestovný ruch spojený v holokaustom má svoje definície a výskumy na neho zamerané.<sup>27</sup>

---

<sup>26</sup>SNYDER, Thomas. *Čierna zem. Holokaust ako história a varovanie*. Premedia 2019. 432 s. ISBN 978-80-8159-696-4.

<sup>27</sup>HODGKINSON, Sarah. The concentration camp as a site of 'dark tourism'. In: *Témoigner. Entre histoire et mémoire*. 2013. s. 22-32. ISSN 2031-4183. s. 23

## 2 CESTOVNÝ RUCH A KONCENTRAČNÉ TÁBORY

Koncentračné tábory, ktoré sa zachovali, sú v podstate jedinou fyzickou pozostalosťou obdobia holokaustu, ktorú možno plnohodnotne navštíviť. Vzhľadom na existujúci dopyt po tomto type cestovania je s nimi spojený cestovný ruch, ktorý sa v súčasnosti vďaka výskumu vyvinul až do podoby samostatnej kategórie cestovného ruchu, spojeného s miestami koncentračných táborov, ktorú nazývame „darktourism“ a v rámci nej podkategóriu „holocausttourism“.

### 2.1 „Darktourism“

Pojem „temný cestovný ruch“ zaviedli v roku 2000 John Lennon a Malcolm Foley a popisoval rastúci záujem turistov o návštevu miest nedávnej smrti alebo katastrofy. Temný cestovný ruch sa taktiež označuje ako cestovný ruch Thana, čierny cestovný ruch, morbidný cestovný ruch alebo smútočný cestovný ruch. Ide o cestovný ruch zahŕňajúci cestovanie na miesta, ktoré boli historicky spojené so smrťou a tragédiou.<sup>28</sup>

Podobne definuje čierny cestovný ruch Tarlow ako: „*návštevy miest kde došlo k tragédiám alebo historicky pozoruhodnej smrti a ktorá naďalej ovplyvňuje naše životy.*“<sup>29</sup>

Medzi niektorými akademikmi pri definovaní pojmu temný turizmus, prevláda názor, že je potrebné sa pri charakteristike zamerať nie len na atribúty destinácie, lokality, miesta, ale aj na samotné pohnútky, motívy a dôvody, ktoré vedú návštevníka k tomu, aby navštívil miesta tragédií. Návšteva samotného miesta nemusí urobiť z návštevníka temného turistu. Hlavným lákadlom pre destinácie temného cestovného ruchu je skôr ich historická hodnota ako asociácia so smrťou a utrpením.<sup>30</sup> Je však potrebné povedať, že definícií, ktoré

---

<sup>28</sup>HODGKINSON, Sarah. The concentration camp as a site of ‘darktourism’. In: *Témoigner. Entre histoire et mémoire*. 2013. s. 22-32. ISSN 2031-4183. s. 24

<sup>29</sup>TARLOW, Peter. Dark Tourism: The appealing ‘darkside’ of tourism and more. In: Novelli Marina (ed.): *Niche Tourism – Contemporary Issues, Trends and Cases*. Oxford: Butterworth-Heinemann. 2005. s. 47-58. ISBN 978-0-7506-6133-1. s. 47

<sup>30</sup>ISAAC, Khalil Rami, ÇAKMAK, Erdinc. Understanding visitor's motivation at sites of death and disaster: the case of former transit camp Westerbork, the Netherlands. In: *Current Issues in Tourism*. Vol. 14. 2014. s. 164-179. ISSN 1747-7603. s. 164



poukazujú aj na pohnútky a motívy je skutočne oveľa menej. Väčšina autorov sa prikláňa k tomu, že temný cestovný ruch je oblasť cestovného ruchu zameraná na miesta spájané s historicky významnými negatívnymi udalosťami typu vraždenie, týranie, vykorisťovanie a smrť.

Záujem o túto problematiku medzi akademikmi vychádza z jeho dopytu medzi ľuďmi. Stone poukazuje na nie veľmi šťastné pomenovanie tohto typu turizmu ako temný, avšak o jeho existencii nepochybuje. Zaoberá sa skôr otázkou, či je možné definovať škálu „temnoty“ v rámci ktorej sa temný cestovný ruch prejavuje. Jeho článok sa zamerával v tejto oblasti na množstvo foriem temného turizmu od návštev na bojiskách, miest atentátov, miest katastrof, miest bývalých väznic a azylových domov a miest genocídy. Stone vytvoril typológiu temného turizmu, ktorá zachytila škálu jednotlivých miest spadajúcich do tohto termínu, a tiež škálu od miest zameraných viac na zábavu až po tie so závažnejšími a vzdelávacími účelmi. Škála obsahuje sedem stupňov temného cestovného ruchu. Najtemnejší je charakterizovaný nasledujúcimi prvkami: orientácia na vzdelanie, historické pozadie, autenticita polohy z hľadiska relikvií a obmedzená infraštruktúra cestovného ruchu. Na základe tejto škály „temné tábory genocídy“, čiže vyhladzovacie koncentračné tábory holokaustu, predstavujú najautentickejšiu aj najtemnejšiu formu temného turizmu, pričom Osvienčim-Birkenau je najtemnejší z hľadiska vplyvu.<sup>31</sup>

Stone taktiež poukazuje na to, že cestovný ruch spojený s holokaustom je v médiách často používaný ako referenčný pojem pre temný cestovný ruch, čím sa určitým spôsobom akoby zanedbávali iné, historicky významné miesta spojené so smrťou a utrpením, ktoré na svete existujú, napríklad vražedné polia v Kambodži, ktoré sú v podstate oveľa „čerstvejšie“ ako miesta holokaustu. Aj na základe toho je nutné detailne chápať pojmom temný cestovný ruch a cestovný ruch spojený s holokaustom, aby sa neskresľoval širší význam temného cestovného ruchu a tak zabúdalo aj na iné, historicky významné miesta.<sup>32</sup>

---

<sup>31</sup>STONE, Philip. A DarkTourismSpectrum: Towards a typology of death and macabrerelatedtouristsites, attractions and exhibitions. In: *Tourism: AnInterdisciplinary International Journal*. 2006. s. 145-160. ISSN 1790-8418. s. 157-158

<sup>32</sup>Tamtiež, s. 158

### 2.1.1 Cestovný ruch spojený s holokaustom

Cestovný ruch spojený s holokaustom obsahuje aspekty tak temného turizmu, ako aj dedičstva.<sup>33</sup>Cestovný ruch spojený s holokaustom sa označuje ako tzv. „holocausttourism“. Heřmanová a Abrhám uvádzajú, že niektorí autori spájajú začiatok záujmu o cestovný ruch holokaustu s filmom Schindlerov zoznam, ktorý získal Cenu Akadémie Stevena Spielberga, iní viac fakticky a v širších súvislostiach naznačujú, že všeobecný záujem o miesta tragédie, smrti, ľudské utrpenie a biedu, teda temný cestovný ruch, existoval v spoločnosti stále, a že ide o súčasť ľudskej prirodzenosti, ktorá bola v minulosti napriek tomu regulovaná rôznymi kultúrnymi tabu. V súčasnosti komerčne podmieneným prejavom záujmu o túto kontroverziu môžu byť buď praktiky bulvárnych médií (paparazzi), praktiky masmédií a ich správy prinášajúce takmer doslova „živú smrť“ (dopravné nehody, vyhrážky, teroristické útoky, priame prenosy z vojny, živé popravy atď.) alebo nedávna produkcia filmového priemyslu ponúkajúca temné filmy, horory, trilery a podobne.<sup>34</sup>

Počiatky cestovného ruchu spojeného s holokaustom sú nám známe, čiastočne sa stotožňujú s počiatkami temného turizmu, nakoľko cestovný ruch spojený s holokaustom je jeho integrálnou súčasťou. Cestovný ruch spojený s holokaustom značí cestovanie do destinácií spojených s vyhľadzovaním Židov počas holokaustu v II. svetovej vojne, vrátane návštev miest židovského trápenia, ako sú bývalé nacistické tábory smrti a koncentračné tábory, ktoré sa zmenili väčšinou na múzeá. Isaac a Çakmak spomínajú, že tento typ cestovného ruchu možno zaradiť aj medzi typ cestovného ruchu zameraný na spoznávanie svojich koreňov a predkov.<sup>35</sup>

Medzi obvyklé ciele cestovného ruchu holokaustu patria aj miesta spojené s týmito zločinmi nepriamo, t.j. nielen koncentračné (pracovné a vyhľadzovacie) tábory a židovské getá, ktoré slúžili ako internačné (zadržovacie) tábory alebo „prestupné stanice“ (holandský

---

<sup>33</sup>ISAAC, Khalil Rami, ÇAKMAK, Erdinc. Understanding visitor's motivation at sites of death and disaster: the case of former transit camp Westerbork, the Netherlands. In: *Current Issues in Tourism*. Vol. 14. 2014. s. 164-179. ISSN 1747-7603. s. 164

<sup>34</sup>HEŘMANOVÁ, Eva, ABRHÁM, Josef. Holocaust tourism as a part of the dark tourism. In *Czech journal of social sciences, business and economics*. 4. s. 16-33. 2015. ISSN 1805-6830. s. 16-17

<sup>35</sup>ISAAC, Khalil Rami, ÇAKMAK, Erdinc. Understanding visitor's motivation at sites of death and disaster: the case of former transit camp Westerbork, the Netherlands. In: *Current Issues in Tourism*. Vol. 14. 2014. s. 164-179. ISSN 1747-7603.

Westerbork, Drancy vo Francúzsku, Varšava v Poľsku, Theresienstadt v Protektoráte Čechy a Morava), ale aj múzeá venované tejto téme (Pamätné múzeum holokaustu USA vo Washingtone, DC), židovské múzeá vo viacerých mestách (Praha, Amsterdam, Berlín, Brusel, Londýn, Miami, Paríž, Varšava, New York, Casablanca), ako aj pamätníky obetí holokaustu, ktoré boli upálené alebo zavraždené, a prízemných dedín (napr. valašské dediny Prlov, Ploština, Leskovec, Vařákovy Paseky, slovenská dedina Kaliste a mnohé ďalšie, ba čo viac s históriou a objektmi súvisiacimi s holokaustom) (napr. jeden dom v Amsterdame, kde sa počas vojny skrývala židovská rodina Anny Frankovej). Medzi motívy účasti na cestovnom ruchu holokaustu môžeme zaradiť jednak zvedavosť, záujem o históriu, samo vzdelávanie a odbornú prípravu, ale aj hľadanie rodinných koreňov, predkov alebo príbuzných, nostalgiu preživších, možnosť pripomínať si zosnulých alebo dokonca potreba osobnej katarzie a osobného „reštartu“.<sup>36</sup>

Pamätné miesta holokaustu, najmä tie, ktoré sa nachádzajú na mieste bývalých koncentračných táborov, majú tendenciu vidieť svoj účel, skôr smerom k vzdelávaniu a pamiatke z hľadiska dedičstva. Avšak kvôli prirodzenej zvedavosti turistov navštíviť tieto miesta historického významu sa stávajú súčasťou bežného turistického chodníka, ktorý má nevyhnutný vplyv na pamätné miesto a neďaleké mestá.<sup>37</sup>

Aj tu by sa dalo hovoriť o tom, že je vhodné zohľadniť pohnútky návštevníkov pri návšteve, aby sa správne odhalilo, koľko turistov sa reálne zaujíma o tieto miesta. Aj kvôli masovej návštevности miest zameraných na holokaust v Poľsku, existujú kritici tohto cestovného ruchu. Poľsko-židovský novinár Konstanty Gebert poukazuje na to, že ľudia si chodia pripomínať tragédiu židovského národa, avšak vôbec sa nespomína na židovskú kultúru, ktorá bola vytvorená pred holokaustom a akoby sa viac spomínalo na hrôzy ako na význam židovského národa ako takého. Napriek tomu, že židovská prítomnosť v Poľsku sa začala pred viac ako tisícročím a hrala v poľských dejinách významnú úlohu, väčšina židovských pamätníkov (podľa počtu štátu viac ako 2100, čo je viac ako ktorákoľvek iná európska krajina) sa snaží uchovať si pamiatku holokaustu a pritom zaostávajú iné dimenzie

---

<sup>36</sup>HEŘMANOVÁ, Eva, ABRHÁM, Josef. Holocaust tourism as a part of the dark tourism. In *Czech journal of social sciences, business and economics*. 4. s. 16-33. 2015. ISSN 1805-6830. s. 19

<sup>37</sup>HODGKINSON, Sarah. The concentration camp as a site of 'dark tourism'. In: *Témoigner. Entre histoire et mémoire*. 2013. s. 22-32. ISSN 2031-4183. s. 26

poľskej židovskej komunity. Poľský turistický priemysel nasleduje trendy, zameriava sa prevažne na miesta holokaustu, no už menej na súčasnú interakciu alebo dialóg s miestnou živou židovskou komunitou a kultúrou. Na základe toho sa okrem zamerania na holokaust vzniklo vo Varšave ďalšie múzeum zamerané však na židovskú kultúru mimo holokaustu.<sup>38</sup>

### 2.1.2 Návštevníci miest holokaustu

Hodgkinsonová hovorí o tom, že návštevníkov alebo účastníkov cestovného ruchu spojeného s holokaustom možno klasifikovať na tri základné skupiny:<sup>39</sup>

- Prvú skupinu tvoria tí, ktorí prichádzajú uctiť si pamiatku obetí a to priatelia, príbuzní a predkovia obetí. Pre nich je skúsenosť a motivácia porovnateľná s modernou púťou. Do tejto kategórie možno zaradiť aj tie osoby, ktoré sa nejakým spôsobom stotožňujú so skupinami obetí, napríklad na základe národného, či náboženského vzťahu a súvisu. Do tejto skupiny môžete tiež zahrnúť samotných pozostalých, ktorí tam prichádzajú tráviť svoj čas, premýšľať a často sa podeliť o svoje skúsenosti. Napríklad v Dachau úzko spolupracujú s pozostalými a rodinami obetí a organizujú špeciálne udalosti, kde sa pozostalí zúčastňujú seminárov na mieste alebo navštevujú školy. Majú však pocit, že rodiny pozostalých a obetí tvoria iba veľmi malú časť celkových návštevníkov. S pribúdajúcim časom klesá podiel návštevníkov s osobným vzťahom k holokaustu.
- Druhou skupinou návštevníkov sú tí, ktorí navštevujú v rámci vzdelávacieho výletu, napríklad školáci na organizovanej návšteve školy. To nepochybne tvorí veľké percento návštevníkov bývalých koncentračných táborov. Pamätné miesta považuje výučbu histórie za kľúčovú súčasť. Aby sme sa mohli poučiť zo zverstva, musíme o týchto temnejších častiach histórie poučiť ďalšie generácie. (Na tomto bazíruje vo svojom diele najmä Snyder)<sup>40</sup> Ak vezmeme príklad Dachau, je povinnou súčasťou

---

<sup>38</sup>JANKOWSKA, Aleksandra., MULLER-POHL Simone, STREET, Ella. *A Kosher Shrimp?* [online]. 2009. The New Museum in the Context of Holocaust Tourism in Poland. [Cit. 24.11.2020]. Dostupné z: [https://www.humanityinaction.org/knowledge\\_detail/a-kosher-shrimp-the-new-museum-in-the-context-of-holocaust-tourism-in-poland/](https://www.humanityinaction.org/knowledge_detail/a-kosher-shrimp-the-new-museum-in-the-context-of-holocaust-tourism-in-poland/)

<sup>39</sup>HODGKINSON, Sarah. The concentration camp as a site of 'dark tourism'. In: *Témoigner. Entre histoire et mémoire*. 2013. s. 22-32. ISSN 2031-4183. s. 26

<sup>40</sup>SNYDER, Thomas. *Čierna zem. Holokaust ako história a varovanie*. Premedia 2019. 432 s. ISBN 978-80-

národného vzdelávacieho programu v Nemecku navštíviť miesto bývalého koncentračného tábora. Pretože Dachau sa stal kľúčovým symbolom II. svetovej vojny v Nemecku, je to najnavštevovanejší tábor nemeckých škôl (a samozrejme ho navštevujú aj školy z celej Európy). V ich prieskume z roku 2007 tvorili 32% návštevníkov skupiny detí na organizovaných školských návštevách. Súčasťou vzdelávacích návštev môžu byť aj dospelí, ktorí navštevujú napríklad vzdelávacie výlety, organizované prostredníctvom historických spoločností. Mnoho ľudí, o ktorých sa domnievame, že sú náhodní alebo „temní turisti“, môže byť tiež motivovaných záujmom o históriu a túžbou učiť sa.

- Tretia skupina sú príležitostní turisti, ktorí spravidla nemajú žiadne osobné spojenie s holokaustom alebo samotným táborom. Môže ísť o ľudí, ktorí navštevujú konkrétny tábor v rámci širšej prehliadky príbuzných miest spojených s II. svetovou vojnou, národným socializmom alebo holokaustom. Niektoré organizované skupinové zájazdy sa špecializujú na tieto výlety, mnohé sa zameriavajú na „tematické“ výlety po Európe pre amerických turistov. Môžu to byť návštevníci na dovolenke v okolí, ktorí majú záujem alebo dokonca povinnosť navštíviť bývalý tábor ako ďalšiu zastávku na svojej trase. Pri týchto návštevníkoch je veľmi ťažké určiť akú majú motiváciu. Práve týmto spôsobom sa špecializovaný cestovný ruch spojený s holokaustom čoraz viac začleňuje do širšieho cestovného ruchu ako takého.

## **2.2 Cestovné kancelárie a ich význam v spojení s destináciami holokaustu**

Cestovné kancelárie prirodzene využívajú záujem spotrebiteľov a reagujú na dopyt po návštevách historických miest spojených s holokaustom, pričom najviac zájazdov je ponúkaných do koncentračného tábora Osvienčim. Do Osvienčimu sa je možné dostať rôznymi spôsobmi – autom, autobusom, vlakom a podobne. Doprava autom patrí k najpreferovanejšiemu, avšak ide o pomerne dlhú cestu, či už zo Slovenska alebo z Českej republiky. Cestovné kancelárie zvyčajne pripravujú poznávacie zájazdy autobusom, čo je pomerne pohodlný spôsob dopravy a cenovo sú pomerne dostupné.

Cestovné kancelárie zvyčajne poskytujú ponuku 1-dňových návštev Osvienčimu, prípadne v kombinácii s prehliadkou časti Auschwitz-Birkenau z hľadiska miesta koncentračných táborov. Je však pravdou, že zvyčajne do balíčka patrí aj niečo menej psychicky náročné ako vyváženie relatívne negatívneho zážitku. Väčšinou ide o prehliadku Krakova v rámci jednodňových zájazdov a Krakova v spojení so soľnou baňou Wieliczka alebo Bochnia v rámci dvojdňového zájazdu. Niektoré školské zájazdy obsahujú aj návštevu zámku Pszczyna. Cenovo sa zájazdy rôznia, avšak v priemere na základe internetového prieskumu sú ceny na osobu nasledovné: <sup>41</sup>

- 1-dňový zájazd do Osvienčimu: cena približne 25-50 eur/osoba podľa sezóny, pričom v cene je poistenie v znení zákona 170/2018 Zb. z., prehliadka so sprievodcom a doprava luxusným klimatizovaným autobusom,
- 2-dňový zájazd do Osvienčimu: cena približne 60-150 eur/osoba podľa sezóny, pričom v cene je poistenie v znení zákona 170/2018 Zb. z., prehliadka so sprievodcom ako v Osvienčime, tak aj v Krakove a v bani Wieliczka, doprava luxusným klimatizovaným autobusom, noc v hoteli s vlastným sociálnym zariadením a sprchou, raňajky v hoteli.

Okrem vyššie uvedeného je nutné, aby si návštevníci sami zaplatili vstupné na všetky miesta, ktoré sú v programe, o čom ich informujú v podmienkach zájazdov. Bližšie sa ponuke konkrétnych cestovných kancelárii budeme venovať v praktickej časti.

---

<sup>41</sup>prieskum na internete na základe CK Daka, CK Waldtour, Fajntour

## **II. PRAKTICKÁ ČÁST**

### **3 ANALÝZA NÁVŠTEVNOSTI KONCENTRAČNÝCH TÁBOROV A MARKETINGU PONUKANÝCH ZÁJAZDOV DO KONCENTRAČNÝCH TÁBOROV**

Zamerali sme sa na koncentračný tábor Osvienčim a Majdanek vzhľadom na dostupnosť dát o tomto koncentračnom tábore a aktuálne obmedzené možnosti zdrojov počas písania bakalárskej práce vzhľadom na situáciu s COVID-19.

V prvom rade kapitola obsahuje výsledky prieskumu ponuky cestovných kancelárií do koncentračného tábora Osvienčim, kde bola vykonaná komparácia CK (päť slovenských a päť českých) poskytujúcich zájazdy do koncentračných táborov. Komparácia bola vykonaná v dvoch ohľadoch a to komparácia ponuky CK a komparácia marketingovej komunikácie ohľadom ponúkaných zájazdov.

V druhom rade sme pristúpili k výsledkom analýzy návštevnosti koncentračných táborov, konkrétne vybraného koncentračného tábora Osvienčim a koncentračného tábora Majdanek, kde sme sa zaoberali jednak štatistikami návštevnosti, návštevnosťou podľa národnosti, no rovnako i dostupnými službami v oblasti vzdelávania o histórii holokaustu a koncentračných táboroch.

#### **3.1 Analýza a komparácia ponuky zájazdov do koncentračných táborov**

Analýza ponuky vybraných cestovných kancelárií je zameraná na prezentáciu výsledkov prieskumu realizovaného počas písania bakalárskej práce na internete, nakoľko vzhľadom na aktuálnu situáciu s COVID-19, nebolo možné realizovať osobnú spoluprácu a cestovné kancelárie boli zatvorené. Vybrali sme 10 cestovných kancelárií, ktoré sa zameriavajú na zájazdy do koncentračných táborov, konkrétne do koncentračného tábora Osvienčim.



### 3.1.1 Analýza ponuky vybraných cestovných kancelárií

Pri výbere cestovných kancelárií, ktorých ponuky sme spracovali, sme vychádzali z toho, aby cestovná kancelária poskytovala zájazdy do koncentračných táborov, a aby jej webová stránka fungovala. Vybrali sme päť českých a päť slovenských cestovných kancelárií (Tab. 4).

Tabuľka 4 Sumár vybraných slovenských a českých CK <sup>42</sup>

Slovenské CK	České CK
PaxTravel	BohemianTour
AčkoTravel	Metal
Zumikra	CK2
BartoTravel	Geops
Daka	Školnízajezdy.eu

PaxTravel je cestovná kancelária, ktorá sa špecializuje na zájazdy individuálneho charakteru, pričom poskytuje množstvo zájazdov. Zájazdy do koncentračného tábora Osvienčim nie sú jej hlavnou náplňou práce, ide len o jeden z vyše 200 typov zájazdov, ktoré poskytuje (vrátane leteckých dovolení). Na základe toho sa nevenuje ani špeciálne marketingu a komunikácií týchto zájazdov voči verejnosti. Skôr je možné vidieť jej reklamy na iné destinácie. Na rok 2021 ešte nemá vypísané zájazdy, avšak cenové porovnania sme vytvorili na základe zájazdov z predošlého roka. PaxTravel poskytuje jediný typ produktu do koncentračných táborov a to víkendový zájazd Osvienčim - Krakov –Wieliczka od 119 eur/osoba, dopravu autobusom, pričom cena nezahŕňa poplatky spojené so vstupmi do jednotlivých destinácií počas zájazdu. <sup>43</sup>

AčkoTravel je cestovná kancelária, ktorá sa podobne ako PaxTravel zameriava primárne na zájazdy všeobecného charakteru a jednodňový poznávací zájazd Osvienčim a Brezinka má vo svojom portfóliu ako možnosť, avšak nie je nejakým výrazným spôsobom marketingovo komunikovaný, respektíve je potrebné pomerne náročne vyhľadať aj túto

<sup>42</sup>Vlastné spracovanie

<sup>43</sup>Paxtravel.sk. *Osvienčim - Krakov – Wieliczka*. [online]. Pax Travel s.r.o. © 2012. [Cit. 20.12.2020]. Dostupné z: <https://www.paxtravel.sk/zajazd/osviencim-krakov-wieliczka>

možnosť v ich portfóliu. Popis zájazdu je skôr vecný a zahŕňa možnosť návštevy nákupného strediska pred návštevou táborov, čo z nášho pohľadu určitým spôsobom jemne znevažuje tento zájazd a nekomunikuje odkaz poznávania histórie tak, akoby bolo patričné.<sup>44</sup>

Zumikra je cestovná kancelária, zameraná na poskytovanie zájazdov do exotiky, dovolenky, letenky, lyžovačky a podobne. Do jej širokého portfólia patria aj školské výlety Osvienčim – Krakow, ktorých popis je na stránke, avšak ich ponuka je individuálne tvorená na základe požiadaviek škôl. V rámci zájazdov do koncentračných táborov má CK v ponuke 2-dňový poznávací zájazd do Osvienčimu a Krakova, Krakov za víkend (obsahujúci aj návštevu Osvienčimu), Poklady Krakova a okolia (obsahujúci aj návštevu Osvienčimu), Poznávací zájazd do Osvienčimu a Krakova, ktorý je vlastne v rámci školských výletov vypísaný ako vhodný pre školský výlet. Všetky typy zájazdov má CK naplánované od februára do novembra 2021, čo je hlavná sezóna, v ktorej tieto zájazdy poskytuje. Čo sa týka marketingu, CK nemá špeciálne vyhradený typ marketingu zameraný na tieto služby, avšak sezónne kontaktuje letákmi školy, aby s nimi dohodla prípadnú spoluprácu napríklad prostredníctvom letákov.<sup>45</sup>

BartoTravel je jedinou cestovnou kanceláriou, ktorá má v ponuke nie len koncentračný tábor Osvienčim a Brezinku, ale aj návštevu koncentračného tábora Majdanek, ktorý je najautentickejší zo všetkých koncentračných táborov, keďže je najvýchodnejší a ruská fronta sa už blížila a fašisti nemali čas zlikvidovať takmer nič. Táto návšteva je však zahrnutá v rámci poznávacieho zájazdu Poľsko – kultúrne a prírodné bohatstvá UNESCO, ktorý trvá 5 dní. Okrem toho BartoTravel poskytuje zájazd špeciálne len do Osvienčimu a Brezinky, ktorý je jednodňový.<sup>46</sup>

Daka je cestovná kancelária, ktorá poskytuje rovnaký typ zájazdov do Osvienčimu ako Zumikra, dokonca používa rovnaké vizuály. Je pravdepodobné, že existuje spolupráca medzi

---

<sup>44</sup>Acko-dovolenka.sk. *Poznávací zájazd Osvienčim a Brezinka*. [online]. Ačko - travel.sk cestovná agentúra. © 2021. [Cit. 18.12.2020]. Dostupné z: [http://www.acko-dovolenka.sk/Zajazd/poznavaci-zajazd-osviencim-a-brezinka/id-25318.aspx#\\$\\$#replaceA&](http://www.acko-dovolenka.sk/Zajazd/poznavaci-zajazd-osviencim-a-brezinka/id-25318.aspx#$$#replaceA&)

<sup>45</sup>Dovolenka123.sk. *Zájazdy Osvienčim*. [online]. Zumikra, s.r.o © 2008. [Cit. 18.12.2020]. Dostupné z: [https://www.dovolenka123.sk/Vyhľadavanie/Polsko/Malopolske-vojvodstvo/Oswiencim/?id\\_Oblast=1022&id\\_Stat=148&id\\_Stredisko=5450](https://www.dovolenka123.sk/Vyhľadavanie/Polsko/Malopolske-vojvodstvo/Oswiencim/?id_Oblast=1022&id_Stat=148&id_Stredisko=5450)

<sup>46</sup>Bartotravel.sk. *Pol'sko – kultúrne a prírodné bohatstvá UNESCO*. [online]. © 2021. [Cit. 18.12.2020]. Dostupné z: <https://www.bartotravel.sk/zajazd/polsko-kulturne-a-prirodne-bohatstva-unesca>.

týmito CK, nakoľko aj termíny a ceny, v ktorých sa uskutočňujú jednodňové a dvojdňové zájazdy sú totožné. Daka však prezentuje napríklad ceny týchto zájazdov ako zlacnené na polovicu (očividne len ako marketingový ťah vzhľadom na to, že ide skutočne o totožné zájazdy, ktoré ponúkajú). Vo všeobecnosti ani táto CK nie je špecializovaná na zájazdy len do koncentračných táborov. Tieto zájazdy je možné nájsť na stránke CK v rámci zájazdov do Poľska.<sup>47</sup>

BohemianTour je CK zameraná najmä na výlety v rámci Českej republiky, no rovnako poskytuje aj zájazdy do okolitých zaujímavých miest. Jednou z ponúk je poznávací jednodňový zájazd do Osvienčimu a Brezinky. V popise tohto výletu je niekoľko historických faktov, avšak podobne ako pri slovenských CK, aj tu je skôr popis marketingovo ladený. V súčasnosti má CK v ponuke len jeden termín zájazdu a to v apríli 2021, avšak z cenového hľadiska ide o jeden z najlacnejších zájazdov.<sup>48</sup>

Metal CK poskytuje jednodňový poznávací zájazd do oblasti Osvienčim -Brezinka z Českej republiky. Ide o jediný zájazd tejto kategórie, ktorý sa vyskytuje v jej ponuke, pričom je zameraný najmä pre školy, nakoľko CK poskytuje cenové zľavy pre 14 a viac osôb. Doprava je zabezpečovaná autobusom. Z hľadiska rétoriky opisu zájazdu je popis skôr edukačného charakteru, menej marketingového, čo vnímame pozitívne. Predpokladáme, že dôvodom je zámer osloviť školy a zaradiť tejto zájazd medzi exkurzie spojené s vyučovaním.<sup>49</sup>

CK2 je zameraná na poskytovanie zájazdov zameraných na spoznávanie pre školy, pre rodičov s deťmi na ponuky detských táborov a podobne. Napriek zameraniu na túto cieľovú skupinu sú zájazdy cenovo drahšie ako u iných CK, avšak ponuka je dosť rozsiahla z hľadiska termínov. CK nemá špeciálne zameraný marketing na vzdelávanie a históriu

---

<sup>47</sup> Cestovnakancelariadaka.sk. *2-dňový poznávací zájazd do Osvienčimu a Krakowa*. [online]. Cestovná kancelária DAKA, s.r.o. © 2013–2020. [Cit. 18.11.2020]. Dostupné z: <https://cestovnakancelariadaka.sk/produkt/19-2-dnovy-poznavaci-zajezd-do-osviencimu-a-krakowa>.

<sup>48</sup> Bohemian-tour.cz. *Osvětím a Březinka*. [online]. CK Bohemian tour s.r.o. © 2009 – 2021. [Cit. 18.12.2020]. Dostupné z: [https://www.bohemian-tour.cz/cs/polsko/osvetim/osvetim-a-brezinka-404/2021-2172/?transport\\_id=98](https://www.bohemian-tour.cz/cs/polsko/osvetim/osvetim-a-brezinka-404/2021-2172/?transport_id=98)

<sup>49</sup> Ckmetal.cz. *Jednodenní návštěva tábora Auschwitz - Birkenau v Osvětími*. [online]. CK Metal. © 2018. [Cit. 23.12.2020]. Dostupné z: <https://www.ckmetal.cz/poznavaci-zajezdy/polsko/osvetim/jednodenni-navsteva-taboru-auschwitz-birkenau-v-osvetimi-1?idTerminu=53701>

o koncentračných táboroch, avšak oslovujú školy na spoluprácu podobne ako iné CK tohto druhu.<sup>50</sup>

Geops CK ponúka niekoľko typov zájazdov zameraných na spoznávanie Osvienčimu a jeho okolia. Avšak tieto zájazdy nie sú priamo len do Osvienčimu a typovo jednodňové, ide o zájazdy viacdňového charakteru ako dovolenka, ktoré v programe obsahujú aj návštevu koncentračných táborov v rámci spoznávania histórie. Ide zvyčajne o trojdňové a štvordňové zájazdy spojené s návštevou Krakówa, Wieliczky, pamiatok UNESCO a vybraných českých miest. Marketing CK nie je iný ako pri ostatných zájazdoch, čiže je skôr klasicky ladený, neobsahuje známky content marketingu, či snahy o vzdelávanie v oblasti histórie.<sup>51</sup>

Školní zájezdy.eu je stránka CK zameraná na poskytovanie školských zájazdov, pričom pre destináciu Osvienčim je vypísaný jeden typ zájazdu a to jednodňový do Osvienčimu a Brezinky. Okrem toho je možné vytvorenie zájazdu na mieru predĺžením tohto jednodňového o ďalší deň, pričom druhý deň môže byť venovaný soľnej bani Wieliczka alebo návšteve Krakówa. Oceňujeme, že pri popise zájazdu je aspoň načrtnutá história koncentračného tábora v rozsahu dlhšom ako marketingový popis.<sup>52</sup>

### 3.1.2 Komparácia ponuky vybraných cestovných kancelárií

Na základe analýzy a popisov vybraných CK sme spracovali do tabuliek porovnanie zájazdov a výletov, ktoré poskytujú jednotlivé CK na miesta koncentračných táborov. Na základe porovnania (Tab. 5) sme zistili, že existujú výrazné rozdiely medzi cenami a cenovou politikou zájazdov ako na Slovensku, tak i v Českej republike, nakoľko v oboch krajinách možno nájsť zájazdy do 30 eur, no aj také, kde je cena dvojnásobná, avšak obsah a program zájazdu takmer totožný.

---

<sup>50</sup>Ck2.cz. *Osvětím a Březinka*. [online]. CESTOVNÍ KANCELÁŘ CK2 © 2021. [Cit. 23.12.2020]. Dostupné z: <https://www.ck2.cz/pro-verejnost/poznavaci-zajezdy/polsko/osvetim-a-brezinka/934.php>

<sup>51</sup>Geops.cz. *Osvětím - sezóna 2020, 2021*. [online]. GEOPS-CESTOVNÍ KANCELÁŘ, s.r.o. © 2021. [Cit. 24.12.2020]. Dostupné z: <https://geops.cz/zajezdy/detail-lokality/osvetim/>

<sup>52</sup>Skolnizajezdy.eu. *Osvětím*. [online]. Copyright © 2012 – 2020. [Cit. 24.12.2020]. Dostupné z: <http://skolnizajezdy.eu/skolnivylety/skolni-zajezd-do-osvetimi/>

Iba jedna cestovná kancelária z vybraných umožňuje návštevu aj iného koncentračného tábora ako Osvienčim a Brezinska a to BartoTravel, ktorý má v ponuke aj návštevu koncentračného tábora Majdanek, avšak len v rámci 5-dňového zájazdu.

Tabuľka 5 Porovnanie ponúk CK v rámci zájazdov do koncentračných táborov<sup>53</sup>

Názov	Typ zájazdu	Jednodňový	Dvojdňový	Iné	Sprievodný program
<b>PaxTravel</b>	Individuálne víkendové	-	od 119 eur		Kraków, Wieliczka
<b>AčkoTravel</b>	Individuálne jednodňové, školské	od 29eur	-		Osvienčim, nákupné centrum BialskoBiale
<b>Zumikra</b>	Individuálne jedno aj viacdňové	od 25 eur	od 79 eur	od 159 eur (3dni, zameraný aj na iné destinácie)	Krakov, Osvienčim, Varšava, Wieliczka a pod.
<b>BartoTravel</b>	Individuálne jedno aj viacdňové	od 45 eur	-	od 219 eur (5dni zameraný na Poľsko a pamiatky UNESCO)	Kraków, Wieliczka, Majdanek, Wieliczka, kultúrne pamiatky UNESCO
<b>Daka</b>	Individuálne jedno aj viacdňové	od 25 eur	od 79 eur	-	Krakov, Osvienčim, Wieliczka a pod.
<b>BohemianTour</b>	Individuálne jedno aj viacdňové	od 22eur	-	-	Osvienčim, Brezinka
<b>Metal</b>	Individuálne jedno aj viacdňové	od 29 eur	-	-	Osvienčim, Brezinka
<b>CK2</b>	Individuálne a školské	od 61 eur	-	-	Osvienčim, Brezinka
<b>Geops</b>	Individuálne jedno aj viacdňové	-	-	od 224,96 eur (3 a 4 dni, zamerané na pamiatky)	Krakov, Osvienčim, Wieliczka, iné mestá v ČR, pamiatky

<sup>53</sup>Vlastné spracovanie podľa webových stránok vybraných CK

					UNESCO v PL
školnízajezdy.eu	Školské zájazdy	od 42eur	individuálne	-	Osvienčim, Brezinka

### 3.1.3 Komparácia marketingovej komunikácie vybraných cestovných kancelárií

Tabuľka 6 Porovnanie ponúk CK v rámci zájazdov do koncentračných táborov<sup>54</sup>

CK	Zameranie marketingu
<b>PaxTravel</b>	CK nemá špeciálne komunikovaný marketing týchto zájazdov. Popis zájazdov je vecný, zameraný na históriu a spoznávanie historických miest a pamätihodností.
<b>AčkoTravel</b>	CK nemá vypracovaný marketing zameraný na zájazdy do Osvienčimu, jej marketing je všeobecne zameraný a tejto zájazd pôsobí len ako doplnenie k iným.
<b>Zumikra</b>	CK síce má portfólio zájazdov s tematikou koncentračných táborov, avšak nie je na to priamo zameraná. Občasne poskytuje svoje zájazdy cez zľavové portály a rovnako sa angažuje v oslovovaní škôl kvôli školským zájazdom do Osvienčimu.
<b>BartoTravel</b>	CK má v portfóliu množstvo zájazdov, nemá marketing zameraný len na koncentračné tábory, no jeho popisky zájazdov majú úctyhodný nádych voči historickým masakrom v koncentračných táboroch.
<b>Daka</b>	CK nemá špeciálne zameranie na poskytovanie a marketing cestovného ruchu za pamiatkami holokaustu. Zájazdy poskytuje rovnako ako hociktoré iné, pričom na marketingové účely využíva zľavy uverejnené na stránke, kde uvádza, že zájazdy sú za polovicu, avšak tie isté zájazdy ponúka Zumikra za rovnaké ceny, čiže ide len o marketingový ťah.
<b>BohemianTour</b>	CK poskytuje len jeden typ zájazdu do Osvienčimu, ktorý je jednodňový a jeho marketing nie je špeciálne zameraný na vzdelávanie. Ide skôr o marketing klasického charakteru, ako pri iných zájazdoch.
<b>Metal</b>	CK je zameraná na zájazd v rámci ponuky najmä pre školy, no poskytuje aj individuálnu možnosť prihlásenia sa. Popis zájazdu má skôr edukačný charakter, čiže je vzdelávací, čo vnímame pozitívne.
<b>CK2</b>	CK nemá špeciálne zameraný marketing zameraný na vzdelávanie o histórii alebo nejakú formu content marketingu. V rámci marketingu oslovuje ciele školy podobne ako iné CK tohto charakteru.

<sup>54</sup>Vlastné spracovanie podľa webových stránok vybraných CK

<b>Geops</b>	Marketing CK nie je iný ako pri ostatných zájazdoch, čiže je skôr klasicky ladený, neobsahuje známky content marketingu, či snahy o vzdelávanie v oblasti histórie.
<b>školnízajezdy.eu</b>	CK je zameraná na poskytovanie a tvorbu školských výletov, na základe toho je tomu prispôsobený aj marketing a popis udalostí spojených s návštevou miest koncentračných táborov.

Zistili sme, že väčšinou sa zájazdy do koncentračných táborov vyskytujú v sekcii zájazdov do Poľska alebo poznávacích zájazdov, čiže v rámci marketingového mixu a zaradenia produktu tieto ponuky nemajú samostatné kategórie v žiadnej CK. Kľúčovými slovami je vyhľadávanie buď prostredníctvom „poznávacie zájazdy“ alebo „Poľsko“. Na stránkach niektorých CK, ktoré majú implementovaný „tagy“ je možné nájsť tieto ponuky v rámci „tagov“ Osvienčim. Domnievame sa, že toto zaradenie ponúk je formulované takto z toho dôvodu, že sú tak rozšírenými destináciami a CK predpokladajú, že ak sa niekto zaujíma o tieto destinácie, vyhľadáva ich s jasným cieľom. Zistili sme taktiež, že väčšina z CK využíva na marketing reklamy na sociálnych sieťach, no dosť často uverejňovanie zájazdov na portáloch ako Zľavomat a podobne. Ani jedna z cestovných kancelárií nemá na stránkach napríklad blog zameraný na históriu koncentračných táborov, či články o týchto miestach vzdelávacieho charakteru. Niektoré stránky poskytujú však aspoň základný exkurz do histórie pri popise miest destinácie. Väčšinou ide o pár riadkov.

Na základe nášho prieskumu sme zistili, že CK, ktoré poskytujú možnosti školských výletov využívajú v rámci marketingu oslovenie škôl, kde poskytujú letáčky ako reklamný materiál. CK, ktoré majú tieto výlety ako individuálne zájazdy (väčšinou jednodňové), využívajú portál Zľavomat na marketingové účely. Málokteré z nich využívajú sociálne siete, kde pridávajú príspevky s fotkami účastníkov zájazdov, iba napríklad BartoTravel.

Obrázok 5 Post uverejnený na FB stránke BartoTravel<sup>55</sup>



Z celkového pohľadu marketing CK ponúkajúcich zájazdy do koncentračných táborov nie je nejakým zvláštnym spôsobom inak komunikovaný ako pri výletoch na iné miesta. Uverejňovanie skupinových fotiek, aj keď so smutným textom, vnímame rozpoltene, nakoľko presne tento typ turizmu teória pokladá za skôr turistický ako cestovanie po stopách histórie. Domnievame sa, že táto skutočnosť je spôsobená tým, že väčšinu účastníkov zájazdov tvoria dve skupiny turistov a to príležitostní turisti a školskí turisti, ktorí majú návštevu koncentračných táborov ako školský výlet.

### 3.2 Analýza návštevnosti koncentračných táborov

Nami vykonaná analýza návštevnosti skúma množstvo návštev v koncentračných táboroch na základe ročných reportov jednotlivých táborov zverejnených na oficiálnych stránkach múzeí koncentračných táborov. Okrem toho sme sa zamerali aj na národnostné charakteristiky návštevníkov a formovanie koncentračného tábora ako miesta destinácie cestovného ruchu z hľadiska osvetu a komunikácie tematiky holokaustu.

---

<sup>55</sup>Vlastný archív



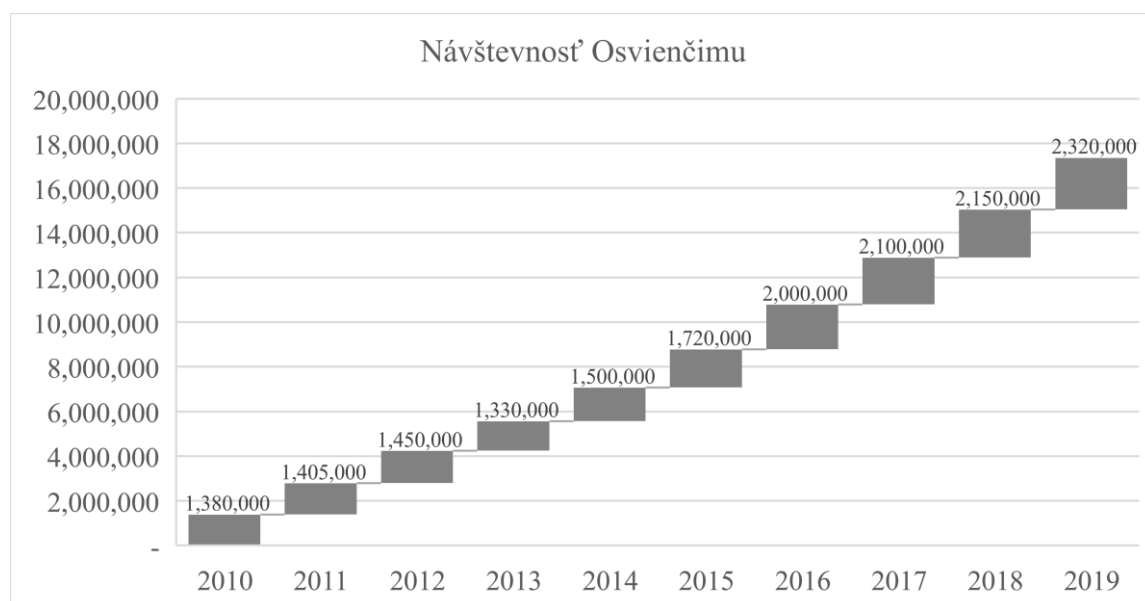
### 3.2.1 Návštevnosť Osvienčimu

Múzeum v Osvienčime je výnimočné vo viacerých aspektoch. Jeho prínos pre históriu a vzdelávanie o histórii nespočíva len v samotnom poskytovaní možnosti prehliadok priestoru, kde stál koncentračný tábor. Zistili sme, že poskytuje široké spektrum služieb zameraných na edukačné účely. Takmer 300 licencovaných sprievodcov a pedagógov, špeciálne vyškolených na tento účel Medzinárodným strediskom pre vzdelávanie o Osvienčime a holokauste, ktorí hovoria celkovo 19 jazykmi, pomáha návštevníkom spoznať históriu Osvienčimu.

Za prvých 10 rokov otvorenia Osvienčimu navštívili múzeum viac ako 2 milióny ľudí. V roku 1947 ich bolo 170 tisíc a v rokoch 1948 - 1951 ich bolo približne 200 až 225 tisíc. V roku 1953 počet klesol na 127 tisíc, čo bolo spôsobené najmä zmenami spojenými s výstavami. Potom to v nasledujúcich dvoch rokoch opäť stúplo na 166 tisíc a následne na 414 tisíc. V tomto období však nebola otvorená celá výstava a postupne sa začalo pracovať na tom, aby sa otvorili ďalšie časti. Počas niekoľkých desaťročí následne bývalý koncentračný tábor ročne navštívilo približne 500 - 600 tis. návštevníkov. Od začiatku 21. storočia tento počet začal rapídnejšie narastať. Ako sme spomínali v teoretickej časti, nárast bol spojený s rôznymi faktormi na trhu. Rozvoj záujmu o darktourism a cestovný ruch spojený s holokaustom sú rozhodne jednými z nich. V roku 2007 presiahla po prvýkrát v histórii návštevnosť Osvienčimu 1 mil. návštevníkov a počet každoročne stúpa. Návštevnosť prekročila v roku 2016 až 2 mil. Návštevníci sú z celého sveta, pričom štatistiky sa zisťujú zaznamenávajú za prvých 10 národností s najväčším počtom návštevníkov. Detailnejšie štatistiky návštevnosti za posledných 10 rokov sme spracovali do nasledovného grafu (Obr. 6).

Na obr. 6 možno vidieť, že z roka na rok dosahuje návštevnosť historické maximum. Každoročne teda navštíví Osvienčim viac a viac ľudí. Posledných 10 rokov možno označiť za obdobie najväčšieho rastu návštevnosti z hľadiska pomeru a trendu oproti skorším obdobiam. Dôvodom je dostupnosť cestovania do tohto miesta, ale i samotná reakcia poskytovateľov zájazdov, napríklad cestovné kancelárie, do koncentračných táborov. Z hľadiska návštevnosti je taktiež potrebné povedať, že Osvienčim posledné roky zaviedol systém, kedy každý návštevník musí byť vopred identifikovaný na základe mena, priezviska a ďalších údajov, ktoré sú na vstupenke napísané. Nie je možné zakúpiť vstupenku len tak bez identifikačných údajov. Napriek tomu však počet návštevníkov neklesá.

Obrázok 6 Vývoj návštevnosti Osvienčimu 2010-2019<sup>56</sup>



V Tab. 7 sme spracovali návštevnosť podľa národnosti návštevníka, pričom sme pracovali s TOP 10 krajinami návštevníkov za sledované obdobie.

Tabuľka 7 Počty návštevníkov podľa krajín TOP 10 (v tis.)<sup>57</sup>

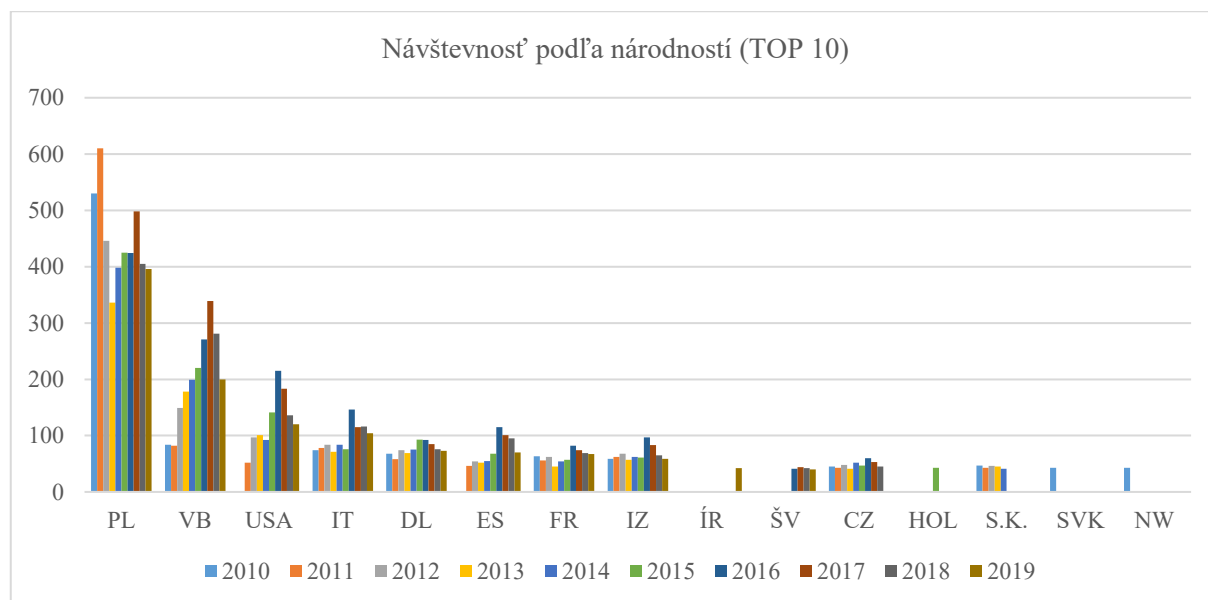
	PL	VB	USA	IT	DL	ES	FR	IZ	ÍR	ŠV	CZ	HOL	S.K.	SVK	NW
<b>2010</b>	530	84		74	68		63	59			45		47	43	43
<b>2011</b>	610	82	52	78	58	46	56	62			43		43		
<b>2012</b>	446	149	97	84	74	54	62	68			48		46		
<b>2013</b>	336	178	101	71	69	52	45	57			41		45		
<b>2014</b>	398	199	92	84	75	55	54	62			52		41		
<b>2015</b>	425	220	141	76	93	68	57	61			47	43			
<b>2016</b>	424	271	215	146	92	115	82	97		41	60				
<b>2017</b>	498	339	183	115	85	101	74	83		44	53				
<b>2018</b>	405	281	136	116	76	95	69	65		42	45				
<b>2019</b>	396	200	120	104	73	70	67	59	42	40					

<sup>56</sup>Vlastné spracovanie podľa Auschwitz.org. News. [online]. Auschwitz-Birkenau State Museum © 2020. [Cit. 28.12.2020]. Dostupné z: <http://auschwitz.org/en/museum/news/>, reporty 2010-2019

<sup>57</sup>Vlastné spracovanie podľa Auschwitz.org. News. [online]. Auschwitz-Birkenau State Museum © 2020. [Cit. 28.12.2020]. Dostupné z: <http://auschwitz.org/en/museum/news/>, reporty 2010-2019

Na základe údajov z Tab. 7 sme zistili, že Poliaci tvoria najväčší podiel na celkovej návštevnosti Osvienčimu, čo je pochopiteľné. Na druhom mieste sú v každom sledovanom období návštevníci z Veľkej Británie. Od roku 2011 tvoria tretí najväčší podiel návštevníci zo Spojených štátov amerických. Ďalšie krajiny a ich podiely sa menia v jednotlivých rokoch, pričom stálymi národnosťami, ktoré si držia vysoký podiel na návštevníkoch sú Taliani, Nemci, Francúzi, Španieli, Izraelčania a Česi. Slováci sa väčšinou v rámci podielu držia okolo 15. teho miesta, len v roku 2010 patril ich podiel medzi TOP 10 krajín. Na obr. 7 sme spracovali vizualizáciu návštevnosti podľa národnosti (TOP 10).

Obrázok 7 Vývoj návštevnosti Osvienčimu podľa národnosti (TOP 10)<sup>58</sup>



### 3.2.2 Návštevnosť Majdanek

Nakoľko v rámci analyzovaných ponúk cestovných kancelárií sa objavila v prípade jednej ponuky aj možnosť navštíviť koncentračný tábor Majdanek, spracovali sme základné informácie návštevnosti aj o ňom. Štátne múzeum v Majdanku bolo založené v novembri 1944 na pôde bývalého nemeckého koncentračného tábora. Je to inštitúcia priamo podriadená Ministerstvu kultúry a národného dedičstva. Okrem organizovania výstav v múzeu prebiehajú

<sup>58</sup>Vlastné spracovanie podľa Auschwitz.org. News. [online]. Auschwitz-Birkenau State Museum © 2020. [Cit. 28.12.2020]. Dostupné z: <http://auschwitz.org/en/museum/news/>, reporty 2010-2019

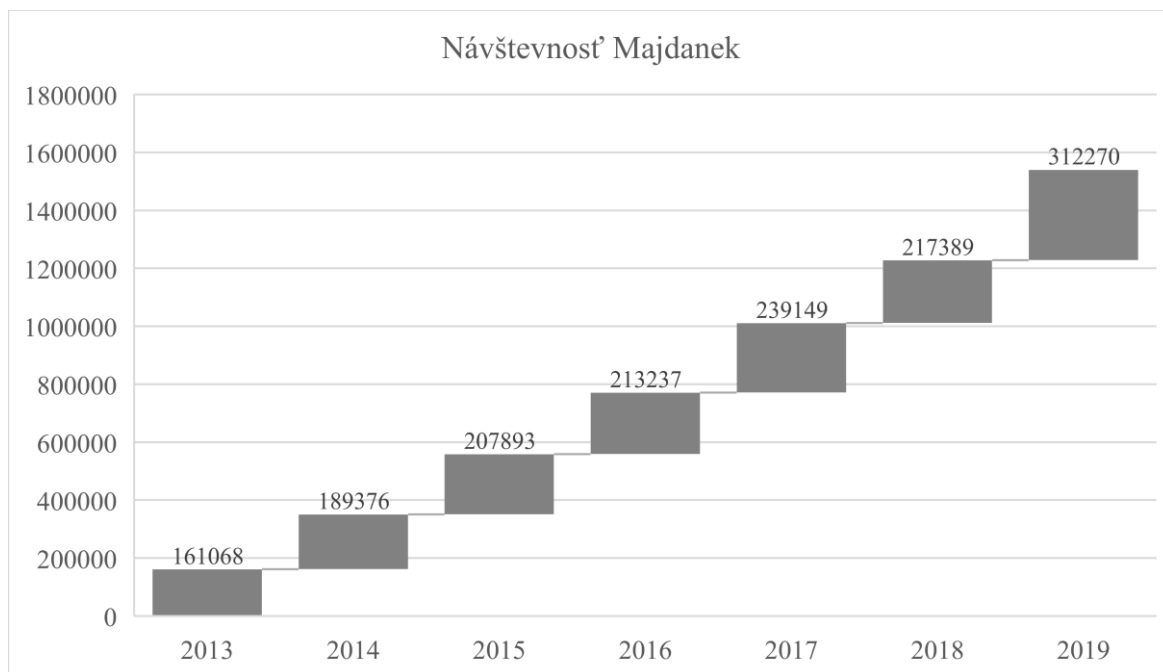
aj vzdelávacie a akademické aktivity. Od roku 2004 tiež existuje nelokálna pobočka Majdanku - Múzeum a pamätné miesto v Bełzci a od roku 2012 - Múzeum a pamätné miesto v Sobibore. V prvých rokoch fungovania sa úsilie múzea zameriavalo na konzerváciu a rekonštrukciu historických predmetov, ako aj na lokalizáciu a katalogizáciu dochovanej dokumentácie tábora. V roku 1945 bola otvorená prvá stála expozícia. 50. roky sa niesli v znamení intenzívneho popularizačného úsilia, ktoré zahŕňalo množstvo prednášok a putovných výstav. V 70. a 80. rokoch sa často organizovali stretnutia venované histórii tábora a nemeckej okupácii Lublinu. V tom čase boli zaznamenané aj prvé záznamy svedkov. 90. roky sa začali vydaním monografie tábora s názvom „Majdanek 1941–1944“. V posledných rokoch boli snahy múzea poznačené najmä prácami súvisiacimi s modernizáciou a rozšírením jeho súčasných vonkajších expozícií, ako aj s renováciou návštevníckej infraštruktúry. Za 70 rokov svojej existencie, navštívilo múzeum viac ako 10 miliónov ľudí. Múzeum sa značnou mierou snaží komunikovať históriu holokaustu a nie fungovať len ako turistické destinácia. Evidentná je snaha o kooperáciu na výskumoch naprieč desaťročiami svojho fungovania. Múzeum Majdanek rovnako ako to Osvienčimské sa snažia o osvetu v rámci tematiky holokaustu.

Obrázok 8 predstavuje spracovanie vývoja návštevnosti koncentračného tábora Majdanek. Na základe tohto vývoja sme zistili, že každoročne sa počet návštevníkov zvyšuje, podobne ako to bolo v prípade Osvienčimu. Rovnako je však potrebné poukázať na to, že návštevnosť Majdaneku je podstatne nižšia v porovnaní s Osvienčimom. Domnievame sa, že dôvodom je najmä to, že múzeum v Osvienčime je oveľa väčšie a rovnako je bližšie pri hraniciach, čím je dostupnejšie z okolitých krajín, ktorých turisti podstatnou mierou prispievajú k návštevnosti Osvienčimu (Česi, Slováci a podobne).

Obrázok 8 Vývoj návštevnosti tábora Majdanek 2013-2019<sup>59</sup>

---

<sup>59</sup>Vlastné spracovanie podľa Majdanek.eu. Annual reports. Reports on the museum activities. The State Museum



Z hľadiska rozloženia návštevníkov podľa národnosti sme na základe reportov zistili, aké bolo rozloženie domácich a zahraničných návštevníkov a taktiež TOP národnosti. Aj v prípade Majdaneku tvoria majoritnú návštevnosť domáci turisti z Poľska. Za rok 2019 navštívilo Majdanek 162 335 Poliakov a 50 502 Poliakov v skupinách, čiže ako skupinový zájazd. Zo zahraničia prišlo 13 008 individuálnych turistov a 86 425 turistov v skupinách, čo je pochopiteľné, nakoľko zahraničných turistov tvorili najmä Izraelčania (67 358), Američania (6419), Nemci (3551), Ukrajinci (3153) a Kanadčania (1761). Približne rovnaké rozloženie sa každoročne opakuje v rámci návštevnosti podľa národností.<sup>60</sup>

---

atMajdanek. © All rights reserved. [Cit. 24.12.2020]. Dostupné z:  
[http://www.majdanek.eu/en/page/annual\\_reports/167](http://www.majdanek.eu/en/page/annual_reports/167), reporty 2013-2019

<sup>60</sup>Majdanek.eu. Annual reports. Reports on themuseumactivities. TheState Museum atMajdanek. © All rights reserved. [Cit. 24.12.2020]. Dostupné z: [http://www.majdanek.eu/en/page/annual\\_reports/167](http://www.majdanek.eu/en/page/annual_reports/167)

### **3.3 Zhrnutie analýzy so zameraním na hodnotenie marketingu vybraných cestovných kancelárií poskytujúcich zájazdy do koncentračných táborov**

Cestovným kanceláriám poskytujúcim zájazdy do koncentračných táborov značne pomáha prirodzený záujem ľudí o temnejšie témy a problematiku holokaustu, ktorá zaujala aj globálny svet najmä kvôli tzv. Eichmannovmu súdu. Ľudia nie len v Európe, ktorých sa holokaust priamo dotýkal, sa dozvedeli o nacistoch a koncentračných táboroch, čo vyústilo k vlne záujmu. Neskoršie, ako sme spomínali, boli tieto témy predmetom filmov, čo taktiež prispelo k formovaniu akéhosi prirodzeného záujmu a určitej miery vedomostí o tejto historickej tragédii. Cestovné kancelárie zvyčajne využívajú vedomosti, ktoré ľudia majú. Na základe analýzy jednotlivých marketingových textov na webe každej z nich, možno povedať, že žiadna nekladie dôraz na ozrejenie toho, prečo je návšteva koncentračného tábora dôležitá alebo nepredkladá historické udalosti v rámci určitej formy vzdelávania.

Zistili sme, že tvorba ponuky zájazdov nie je motivovaná snahou o osvetu v rámci tematiky holokaustu a koncentračných táborov, je výsledkom existujúceho dopytu na trhu. Dopyt po týchto zájazdoch je tvorený implementáciou návštevy miest koncentračných táborov ako súčasť výuky v škole. Holokaust je oprávnene ústrednou súčasťou štúdia dvadsiateho storočia a školský výlet do Osvienčimu je zrejším spôsobom, ako upevniť výučbu v učebni na túto tému tak v histórii, ako aj v náboženských štúdiách. Neďaleký Krakov je plný pripomienok tejto temnej kapitoly v dejinách ľudstva, najmä v štvrti Kazimierz, ktorej súčasťou je aj bývalé židovské geto. Osvienčim je zapísaný na zozname svetového dedičstva UNESCO. Školské skupiny absolvujú tri a pol hodinovú prehliadku táborov I a II so sprievodcom, ktorá zahŕňa vstup do mnohých väzenských blokov, kde sú exponáty vrátane osobných artefaktov patriacich väzňom. Osvienčim je miestom smútku a spomienky a môže byť emocionálne znepokojujúcou návštevou, najmä pre študentov. Odporúča sa, aby túto exkurziu navštívili iba skupiny starších detí (od 15 rokov), ktorá sa veľmi odporúča pre prehliadky histórie a náboženskej výchovy.

Druhým hnacím motorom dopytu bez snahy cestovných kancelárií je spätosť židovskej komunity a potomkov usmrtených, či ich známych. V tomto prípade je návšteva

koncentračných táborov však realizovaná skôr individuálne, avšak toto prispieva k návštevnosti zvyšuje koncentračným táborom na popularite.

Ako tretí hnací motor možno označiť prirodzenú empatiu a snahu o uctenie si pamiatky, či prispieť svojou troškou na účely zachovania a udržiavania miest koncentračných táborov.

Cestovné kancelárie tak prirodzene nemusia vynakladať vysokú mieru sofistikovanosti, aby dosiahli svoj zisk. Cestovné kancelárie holokaust a koncentračné tábory skôr „komodizujú“, čiže z toho robia komoditu, produkt, ktorý sa snažia predat'. Nesústredujú sa na proklamáciu negatívnych udalostí, ale na vyzdvihnutie slov ako význam, či pamiatka v rámci komunikácie zájazdov. Snažia sa tak vytvoriť dojem, že zájazd by mohol byť príjemným spestrením dovolenky človeka a podobne.

Na základe obsahovej analýzy vzorky desiatich slovenských a českých webových stránok cestovných kancelárií a agentúr sme zistili nasledovné. Vo väčšine z cestovných kancelárií zaradených do vzorky dominoval prístup tvrdého predaja zameraný na cenu, pohodlie a dodatočné súčasti zájazdov ako návšteva Krakówa, či iných miest. Cestovné kancelárie poskytujú skutočne nízku mieru informácií o samotných koncentračných táboroch, pričom niektoré z nich sa snažia navodiť pocit, že ide o zážitok, ktorý by mal zažiť každý. Marketing cestovných kancelárií sa tak javí ako málo etický. Domnievame sa, že pri jeho tvorbe absentujú morálne úvahy o propagácii koncentračných táborov. Takáto komunikácia, ktorá zanedbáva podstatu histórie a robí z koncentračných táborov len ďalšie vhodné destinácie na „pochválenie sa na instagrame“ alebo iných sociálnych sieťach, dehonestuje pamiatku a prispieva k tomu, aby bol historický pohľad a odkaz pre súčasné generácie komplexne zanedbaný. Zjednodušenie tejto problematiky v rétorike cestovných kancelárií je evidentné, či už ide o cielenú snahu alebo prirodzené zameranie sa len na marketingové techniky a nástroje bez obsahového analyzovania. Na druhej strane si uvedomujeme, že celkom zjavné presvedčenie, že si pamätné miesta koncentračných táborov zaslúžia osobitnú pozornosť a opatrnosť pri formulovaní marketingových odkazov, sa však musí prispôbiť spoločenským a psychologickým generačným zmenám. Súčasná podoba marketingu a komunikácie s verejnosťou o problematike ako je holokaust a koncentračné tábory závisí nie len na ideovej pamäti, ale aj na tlaku moderných populárnych a atraktívnych metód. Táto skutočnosť platí najmä v rámci marketingu. Je faktom, že celkové odvetvie propagácie holokaustu a s ním súvisiace podniky ako cestovné kancelárie balansujú na veľmi tenkej

hranici primeranosti a etickosti v rámci svojej komunikácie. Vzhľadom na to sa dosť často môže javiť, že idú cez hranice prípustnosti, avšak stále je to dosť subjektívne hodnotenie.



## 4 NÁVRHOVÁ ČASŤ

Praktická časť a teoretická časť bakalárskej práce poskytli množstvo informácií o tom, čo predstavuje cestovný ruch spojený s holokaustom, aká je segmentácia návštevníkov miest koncentračných táborov, či reálna návštevnosť vybraných z nich. Dôležité pre návrhovú časť je však zhodnotenie marketingu vybraných cestovných kancelárií, ktoré ponúkajú zájazdy do koncentračných táborov s cieľom identifikovať slabé miesta a následnými návrhmi ich eliminovať, odstrániť a skvalitniť celkovú marketingovú komunikáciu cestovných kancelárií v rámci predaja zájazdov do miest koncentračných táborov.

Predtým ako pristúpime k formulovaniu návrhov a nápadov na skvalitnenie marketingovej komunikácie cestovných kancelárií v rámci ponuky zájazdov do koncentračných táborov, je potrebné sa zamyslieť nad niekoľkými aspektami odkazu, ktorý by mala marketingová stratégia cestovných kancelárií brať do úvahy. V prvom rade je dôležité zodpovedať na otázku ako si treba pamätať na holokaust, respektíve ako prezentovať túto udalosť pred novými generáciami a či vôbec existujú nejaký vhodný a slušný spôsob ako si tieto hrôzy minulosti osvojiť a uchovať ich v pamäti ako odkaz pre ďalšie generácie a zároveň výstrahu pred určitým sprvoti na oko neškodným správaním.

Akékoľvek predstavenie holokaustu nikdy nemôže adekvátne vyjadriť realitu prežitého zážitku, rovnako ako nemožno očakávať, že cestovné kancelárie budú využívať marketing, ktorý skôr vydesí ako motivuje k tomu, aby ľudia koncentračné tábory navštívili.

Aby sa nedehtonostovali miesta obscénnymi fotografiami uverejňovanými na sociálnych sieťach a internete je dôležité komunikovať dôvod, prečo by daná osoba mala navštíviť koncentračný tábor. V súčasnosti existuje množstvo trendov zameraných na udržateľnosť inštitúcií ako sú múzeá a podobne. Mladá generácia žije tým, že podporuje hlboké myšlienky, no na strane druhej všetko zdieľa, žije na sociálnych sieťach, niektorí v dobrom a pozitívnom primeranom duchu, avšak niektorí nie. Je veľmi ťažké marketingovo a eticky zaujať desivým miestom. Ak by sme zvolili rétoriku pritiahnutie turistov na základe zdesenia, bolo by to neetické. Ak by sme hovorili o určitom spôsobe prezdieľania a prežitia si ich utrpenia z rozprávania, aby pocítili na vlastnej koži určitú dávku hrôz histórie, ktoré si nedokážu ani predstaviť, bolo by to z hľadiska marketingu priveľmi úprimné a málo efektívne.

Komunikácia cestovných kancelárií ohľadom dôvodu návštevy by mala spočívať v jednoduchom prezentovaní toho, že ide o uctenie si pamiatky a najmä zachovanie tejto pamiatky do budúcnosti, aby sa nezabudlo a návštevník by tak bol ďalším nositeľom výpovede o historických udalostiach. Toto je spôsob, ako urobiť z návštevníka určitého „hrdinu“ svojej doby, ktorý podstúpi návštevu za cenu vrytia desivých spomienok do pamäti (ak má dostatok historického kontextu), avšak jeho výsadou bude to, že tieto skutočnosti bude vidieť na vlastné oči.

Nemožno opomenúť, že v rámci obsahovej analýzy sa na weboch cestovných kancelárií nachádzalo častokrát viac informácií napríklad o soľnej bani v okolí koncentračného tábora, alebo o mestách v jeho okolí, ako o samotnom tábore. Miestami to pôsobilo, akoby sa cestovná kancelária hanbila alebo cielene nepodávala informácie o historických skutočnostiach. V tomto smere je našim návrhom doplnenie informácií o koncentračnom tábore priamo na webovej stránke. Nie je nutné sa zamerať na vykreslenie prítomnosti výstavy obuvi, či šatstva usmrtených, avšak historický exkurz do významu udalostí holokaustu je podľa nášho názoru nutnou súčasťou základných informácií. Naším návrhom je zapracovanie spracovania histórie prostredníctvom tzv. content marketingu a blogu na stránkach cestovných kancelárií. Content marketing je považovaný za strategický marketingový prístup zameraný na vytváranie a distribúciu hodnotného, relevantného a konzistentného obsahu s cieľom prilákať a udržať si jasne definované publikum. Cestovné kancelárie by dokázali prostredníctvom spracovania takýchto informácií prilákať záujem najmä školákov, ale aj ľudí, ktorých zaujíma história, ktorí sú cieľovým segmentom každej cestovnej kancelárie. Z hľadiska nákladov, ktoré by blog predstavoval pre samotné cestovné kancelárie sme pracovali s nasledovnými nákladovými kalkuláciami. Cestovným kanceláriami navrhujeme, aby pridávali jeden blog týždenne, ktorý by mohol taktiež chodiť v rámci newslettera danej CK v rámci emailového marketingu. Prepočty sme vykonali na základe prieskumu na internete, kde sme ceny normostrán určovali na základe ponúk copywriterov. Ich ceny sa líšia v závislosti na tom, či ide o originál copywritera z povolania (ponuka za 20 eur) alebo amatérskeho poskytovateľa služieb napríklad zo stránky [jaspravim.sk](http://jaspravim.sk). Vzhľadom na to, že predpokladáme, že CK má napríklad sprievodcu, v kalkulácií uvádzame aj možnosť, že dané články bude riešiť táto osoba, čím sme taxu na jeden článku znížili, keďže pôjde o osobu, ktorá danú oblasť bude dôkladne poznať a rovnako

bude mať skúsenosti priamo z miesta. Na základe toho odporúčame CK, aby v prípade, že majú takéhoto pracovníka, zverili činnosť písania článkov jemu. Ak by CK mala záujem o riešenie externým človekom, navrhujeme nechať si vypracovať po jednom alebo dvoch „testovacích článkoch“ z tých lacnejších, porovnať ich kvalitu s drahším a na základe reálnych článkov sa rozhodnúť, nakoľko je možné, že aj daný „amatérsky“ autor bude v problematike znalý, čo výrazne zníži náklady CK.

Tabuľka 8 Cenová kalkulácia pre blog

Počet článkov týždenne	Dĺžka článku	Cena normostrany	Výsledná cena mesačne
1	1 normostrana	20 eur <sup>61</sup>	80 eur
1	1 normostrana	6 eur <sup>62</sup>	24 eur
1	1 normostrana	10 eur <sup>63</sup>	40
1	1 normostrana	5 eur <sup>64</sup>	20 eur
1	1 normostrana	interný zamestnanec 10 eur	40 eur

Využitie návrhu v blogom a spracovania informácií v holokauste a koncentračných táboroch vidíme aj v rámci realizácie prednášok na školách, či už offline, reálne na mieste alebo online alebo prostredníctvom videokonferencie. Skúsený sprievodcovia, ktorých cestovné kancelárie využívajú by sa tak mohli dostať do pozície priameho predajcu na škole – poskytnúť ponuku skupinových zájazdov pre študentov a ako pridanú hodnotu predstaviť toto miesto z historického hľadiska, inými slovami ako bežný učiteľ. Rovnako navrhujeme, aby sa do prednášok z hľadiska marketingu, no stále v rámci medzí etiky, zakomponovali aj skúsenosti sprievodcov priamo z miesta. Vnímame ako veľmi dôležité, že takto si dokáže

<sup>61</sup>Cenník podľa <https://andymoravek.sk/cennik-copywritera/>

<sup>62</sup>Cenník podľa <https://www.jaspravim.sk/alexandrax/napisem-clanky-na-web-182955>

<sup>63</sup>Cenník podľa <https://www.jaspravim.sk/michelle10/ja-spravim-clanok-pre-vas-web-ci-blog-181520>

<sup>64</sup>Cenník podľa <https://www.jaspravim.sk/dominkooo/kreativne-pisanie-clankov-do-blogu-172017>

sprievodca vopred vytvorit' vzťah so svojimi potenciálnymi poslucháčmi na zájazde, čo môže v konečnom dôsledku vyústiť k efektívnejšiemu zážitku a viac emotívnemu. Taktiež poznanie sprievodcu vopred môže navodiť vyššiu mieru rešpektu a následne komunikácií napríklad o vhodných alebo nevhodných záveroch na internet.

Ako marketingový ťah a zároveň snahu o akúsi rekapituláciu v duši samotného návštevníka, navrhujeme cestovným kanceláriam, aby uviedli aktivitu, v ktorej žiaci opíšu emócie, ktoré mali po návšteve tábora. Aktivita nemusí mať rámec len textovej formy, môže ísť o kreatívnu vizualizáciu, fotografiu s popisom a podobne. Cestovná kancelária následne môže tieto výtvory vyhodnotiť a napríklad venovať ako darček danému žiakovi preplatenie výletu, či inú formu odmeny.

Okrem zamerania sa na študentov, odporúčame vykonávanie event marketingu alebo zúčastňovanie sa podujatiach, kde môže cestovná kancelária dostať priestor na rozpravu o niektorých aspektoch formovania histórie spojených s koncentračnými tábormi. Touto osvetou a účasťou na eventoch historického charakteru tak môže jednak dopomôcť k zvyšovaniu povedomia, ale aj skvalitniť svoje aktivity a zvýšiť mieru etickosti svojho podnikania v rámci holokaustu.

## ZÁVĚR

Koncentračné tábory boli miesta, ktoré v histórii zohrávali nepopierateľne významnú úlohu, avšak nie pozitívneho charakteru. Napriek tomu si k nim účastníci cestovného ruchu našli cestu a tak sa cestovný ruch spojený s holokaustom a koncentračnými tábormi rokmi rozvíja, čo bolo možné vidieť na základe štatistík návštevnosti koncentračných táborov Osvienčim a Majdanek uvedených v práci.

Holokaustový cestovný ruch je súčasťou kultúrneho kognitívneho, ale aj temného cestovného ruchu. Neposkytuje v porovnaní s inými kultúrnymi zaujímavosťami alebo udalosťami iba jeden emotívny zážitok, ale presahuje aj našu každodennú existenciu. Navyše, pretože väčšina ľudí vníma základné ľudské hodnoty ako nevyhnutnú súčasť života, ich skúsenosti s návštevami koncentračných táborov a miest spojených s holokaustom sú následne veľmi citlivou témou.

Niet pochyb o tom, že cestovný ruch spojený s holokaustom má svojich fanúšikov a segmenty ľudí, ktoré oslovuje každoročne. Vzniká dopyt po zájazdoch do koncentračných táborov, ktorý cestovné kancelárie prirodzene využívajú, aj napriek tomu, že sme nezistili existenciu na Slovensku alebo Česku takej cestovnej kancelárie, ktorá by poskytovala len zájazdy do koncentračných táborov. Je však mnoho takých, ktoré vo svojom portfóliu ponúkaných produktov tieto zájazdy majú a to v niekoľkých variantoch. Marketing cestovných kancelárií je však nie je v rámci komunikácie s verejnosťou zameraný na propagáciu týchto druhov zájazdov alebo tvorbu pridanej hodnoty vo forme vzdelávania alebo osvety. Na základe obsahovej analýzy webových stránok vybraných 10 cestovných kancelárií na Slovensku a v Českej republike sme dospeli k záveru, že dominuje tvrdý predaj zameraný na cenu, pohodlie, či sekundárne výlety ako je výlet do Krakówa a podobne. Cestovné kancelárie poskytujú málo informácií o samotných koncentračných táborech. Marketing cestovných kancelárií sa tak javí ako málo etický. Domnievame sa, že pri jeho tvorbe absentujú morálne úvahy o propagácii koncentračných táborov. Takáto komunikácia zanedbáva podstatu histórie a prispieva k tomu, aby bol historický odkaz pre súčasné generácie komplexne zanedbaný. Zjednodušenie tejto problematiky v rétorike cestovných kancelárií je evidentné. Na druhej strane si uvedomujeme, že celkom zjavné presvedčenie, že si pamätné miesta koncentračných táborov zaslúžia osobitnú pozornosť a opatrnosť pri

formulovaní marketingových odkazov, sa musí prispôbiť spoločenským a psychologickým generačným zmenám. Tieto skutočnosti sme mali na pamäti pri tvorbe návrhov na skvalitnenie obsahu marketingovej komunikácie cestovných kancelárií v rámci marketingu zájazdov do koncentračných táborov.

Pri tvorbe návrhov sme sa zamerali na dve základné veci a to na komunikáciu s potenciálnym návštevníkom o tom, prečo by mal koncentračný tábor navštíviť. Navrhli sme, aby komunikácia spočívala v jednoduchom prezentovaní toho, že ide o uctenie si pamiatky a najmä zachovanie tejto pamiatky do budúcnosti, aby sa nezabudlo a návštevník by tak bol ďalším nositeľom výpovede o historických udalostiach. Druhým bodom bolo implementovanie nástrojov na zvýšenie informovanosti a osvety o koncentračných táboroch a holokauste ako formu pridanej hodnoty cestovnej kancelárie. Navrhli sme realizáciu prednášok pre školy, tvorbu content marketingového blogu a taktiež účasť na podujatiach, kde je možné prednášať podobne ako na školách len pred iným publikom. Ak niektorá cestovná kancelária bude poskytovať uvedené služby, či možnosti, sme presvedčení o tom, že je možné, aby sa odlišila na trhu a získala si fanúšikov ako staršej, tak i mladej generácie.

Cieľ práce, ktorý bol stanovený v prvom rade ako analýza návštevnosti vybraných koncentračných táborov a prieskum v oblasti marketingu cestovných kancelárií ponúkajúcich zájazdy do koncentračných táborov sme napĺňali v rámci praktickej časti, kde sme zhromaždili štatistiky a výsledky vlastného prieskumu o marketingových nástrojoch vybraných cestovných kancelárií. Tie sme následne spracovali pomocou grafov a tabuliek, porovnávali a interpretovali. Nadväzujúcim cieľom bolo spracovať návrhy ako skvalitniť komunikáciu cestovných kancelárií voči verejnosti o zájazdoch s tematikou návštevy koncentračných táborov, čo sme realizovali vo štvrtej kapitole.

Máme za to, že na trhu existuje potreba zlepšenia komunikácie ohľadom problematiky cestovného ruchu spojeného s holokaustom zo strany cestovných kancelárií, čo bolo možné vidieť aj na základe výsledkov nášho prieskumu. Najmä táto časť je využiteľná pre cestovné kancelárie ponúkajúce zájazdy do koncentračných táborov. Nie len pre vybrané analyzované, ale aj všeobecne.

## POUŽITÉ ZDROJE

### Knihy

BENTON, Tim. *Understanding Heritage and Memory*. Manchester: Manchester University Press. 2010. s. 328. ISBN 978-0-7190-8153-8.

CUSSANS, Thomas. *Holokaust. Vznik, dejiny a dôsledky: 1920 – 1945*. Ikar. 2020. 144 s. ISBN 978-80-5517-475-4

GIGLIOTTI, Simone. EARL, Hilary. *The Holocaust as Genocide. Milestones in the Historiographical Discourse*. John Wiley & Sons Ltd. 688 s. ISBN 978-11-1897-049-2.

ROSE, Jonathan. *The Holocaust and the Book: Destruction and Preservation (Studies in Print Culture and the History of the Book)*. 328 s. ISBN 978-1558496439.

SNYDER, Thomas. *Čierna zem. Holokaust ako história a varovanie*. Premedia 2019. 432 s. ISBN 978-80-8159-696-4

WACHSMANN, Nikolaus. *A History of the Nazi Concentration Camps*. Farrar, Strauss and Giroux. ISBN 978-0-374-11825-9.

ZULLO, Allan., BOVSUN, Mara. *Deti holokaustu. Motýľ*. 196 s. ISBN 978-80-8164-156-5

### Článok

GILLEN, Jamie. *It begins with the bombs: Operationalizing violence at a Vietnamese dark tourism site*. In: *Cultural Geographies*. 2018. s. 1-18. ISSN 1477-0881

HERBERT, Ulrich. *Forced Laborers in the Third Reich: An Overview*. In: *International Labor and Working-Class History*. No. 58. Fall 2000. s. 192-218. ISSN 1471-6445

HEŘMANOVÁ, Eva, ABRHÁM, Josef. *Holocaust tourism as a part of the dark tourism*. In *Czech journal of social sciences, business and economics*. 4. s. 16-33. 2015. ISSN 1805-6830

- HODGKINSON, Sarah. Theconcentrationcamp as a site of ‘darktourism’. *In: Témoigner. Entrehistoire et mémoire.* 2013. s. 22-32. ISSN 2031-4183
- ISAAC, KhalilRami, ÇAKMAK, Erdinc. Understandingvisitor'smotivation at sites of death and disaster: thecase of formertransitcampWesterbork, theNetherlands. *In:CurrentIssues in Tourism.* Vol. 14. 2014. s. 164-179. ISSN 1747-7603
- MILLER, De MondShondell, GONZALEZ, Christopher., HUTTER. Mark. Phoenix tourismwithindarktourism: Rebirth, rebuilding and rebranding of touristdestinationsfollowingdisasters.*In:WorldwideHospitality and TourismThemes.* 2017. s. 196–215. ISSN 1755-4217
- SEATON, Anthony. War and thanatourism: Waterloo 1815–1914. *In: Annals of TourismResearch.* 1999. s.130–158. ISSN 0160-7383
- STONE,Lewi. QuantifyingtheHolocaust: HyperintensekillratesduringtheNazigenocide. *In: Scienceadvances.*2019. ISSN 2375-2548.
- STONE, Philip. A DarkTourismSpectrum: Towards a typology of death and macabrerelatedtouristsites, attractions and exhibitions. *In: Tourism: AnInterdisciplinary International Journal.* 2006. s. 145-160. ISSN 1790-8418
- TARLOW, Peter. DarkTourism: Theappealing ‘darkside’ of tourism and more. *In:Novelli Marina (ed.): NicheTourism – ContemporaryIssues, Trends and Cases.*Oxford: ButterworthHeinemann. 2005. s. 47-58. ISBN 978-0-7506-6133-1

### **Elektronické informačné zdroje**

- Acko-dovolenka.sk. Poznávací zájazd Osvienčim a Brezinka. [online].Ačko - travel.sk cestovná agentúra. © 2021. [Cit. 18.12.2020].Dostupné z:[http://www.acko-dovolenka.sk/Zajazd/poznavaci-zajazd-osviencim-a-brezinka/id-25318.aspx#\\$\\$replaceA&](http://www.acko-dovolenka.sk/Zajazd/poznavaci-zajazd-osviencim-a-brezinka/id-25318.aspx#$$replaceA&)
- Auschwitz.org. News. [online].Auschwitz-Birkenau State Museum © 2020. [Cit. 28.12.2020]. Dostupné z: <http://auschwitz.org/en/museum/news/>



Bartotravel.sk. *Poľsko – kultúrne a prírodné bohatstvá UNESCO*. [online].© 2021. [Cit. 18.12.2020].Dostupné z: <https://www.bartotravel.sk/zajazd/polsko-kulturne-a-prirodne-bohatstva-unesca>

Bohemian-tour.cz. Osvětím a Březinka. [online].CK Bohemiantours.r.o.© 2009 – 2021. [Cit. 18.12.2020].Dostupné z: [https://www.bohemian-tour.cz/cs/polsko/osvetim/osvetim-a-brezinka-404/2021-2172/?transport\\_id=98](https://www.bohemian-tour.cz/cs/polsko/osvetim/osvetim-a-brezinka-404/2021-2172/?transport_id=98)

Britannica.com. *Concentrationcamp*. [online].EncyclopædiaBritannica, Inc. ©2021. [Cit. 20.11.2020].Dostupné z:<https://www.britannica.com/topic/concentration-camp>

Cestovnakancelariadaka.sk. *2-dňový poznávací zájazd do Osvienčimu a Krakowa*. [online]. Cestovná kancelária DAKA, s.r.o. © 2013– 2020. [Cit. 18.11.2020].Dostupné z: <https://cestovnakancelariadaka.sk/produkt/19-2-dnovy-poznavaci-zajazd-do-osviencimu-a-krakowa>

Ck2.cz. Osvětím a Březinka. [online].CESTOVNÍ KANCELÁŘ CK2 © 2021. [Cit. 23.12.2020].Dostupné z:<https://www.ck2.cz/pro-verejnost/poznavaci-zajezdy/polsko/osvetim-a-brezinka/934.php>

Ckmetal.cz. *Jednodenní návštěvatáborůAuschwitz - Birkenau v Osvětími*. [online].CK Metal. © 2018.[Cit. 23.12.2020].Dostupné z:<https://www.ckmetal.cz/poznavaci-zajezdy/polsko/osvetim/jednodenni-navsteva-taboru-auschwitz-birkenau-v-osvetimi-1?idTerminu=53701>

Dovolenka123.sk. *Zájazdy Osvienčim*. [online].Zumikra, s.r.o © 2008.[Cit. 18.12.2020].Dostupné z: [https://www.dovolenka123.sk/Vyhľadavanie/Polsko/Malopolske-vojvodstvo/Oswiencim/?id\\_Oblast=1022&id\\_Stat=148&id\\_Stredisko=5450](https://www.dovolenka123.sk/Vyhľadavanie/Polsko/Malopolske-vojvodstvo/Oswiencim/?id_Oblast=1022&id_Stat=148&id_Stredisko=5450)

Encyclopedia.ushmm.org.*Documentingnumbers of victims of theholocaust and nazipersecution*. [online]. United StatesHolocaustMemorialMuseum. © 2021. [Cit. 20.11.2020].Dostupné z:<https://encyclopedia.ushmm.org/content/en/article/documenting-numbers-of-victims-of-the-holocaust-and-nazi-persecution>

Encyclopedia.ushmm.org. *Killingcenters: anoverview*. [online]. United StatesHolocaustMemorialMuseum. © 2021. [Cit. 18.11.2020].Dostupné z:<https://encyclopedia.ushmm.org/content/en/article/killing-centers-an-overview>

Geops.cz. Osvětim - sezóna 2020, 2021. [online]. GEOPS-CESTOVNÍ KANCELÁŘ, s.r.o. © 2021. [Cit. 24.12.2020].Dostupné z:<https://geops.cz/zajezdy/detail-lokality/osvetim/>

JANKOWSKA,Aleksandra., MULLER-POHL Simone, STREET,Ella. *A KosherShrimp?* [online]. 2009. The New Museum in theContext of HolocaustTourism in Poland. [Cit. 24.11.2020].Dostupné z:[https://www.humanityinaction.org/knowledge\\_detail/a-kosher-shrimp-the-new-museum-in-the-context-of-holocaust-tourism-in-poland/](https://www.humanityinaction.org/knowledge_detail/a-kosher-shrimp-the-new-museum-in-the-context-of-holocaust-tourism-in-poland/)

KALBARCZYK, Sławomir.*V mene historickej pravdy.*[online]. [cit. 20-11-2020]. Dostupné z: <https://sk.truthaboutcamps.eu/th/misja-strony/15710,V-mene-historickej-pravdy.html>

Majdanek.eu. *Annual reports. Reports on themuseumactivities.* The State Museum at Majdanek. © Allrightsreserved.[Cit. 24.12.2020].Dostupné z: [http://www.majdanek.eu/en/page/annual\\_reports/167](http://www.majdanek.eu/en/page/annual_reports/167)

Paxtravel.sk. *Osvienčim - Krakov – Wieliczka.*[online].PaxTravels.r.o. © 2012. [Cit. 20.12.2020].Dostupné z:<https://www.paxtravel.sk/zajazd/osviencim-krakov-wieliczka>

Skolnizajezdy.eu. *Osvětim.*[online]. Copyright © 2012 – 2020. [Cit. 24.12.2020].Dostupné z: <http://skolnizajezdy.eu/skolnivylety/skolni-zajezd-do-osvetimi/>

Theholocaustexplained.org. *Types of camps* [online]. The Wiener holocausthistory©2021. [Cit. 20.11.2020].Dostupné z:<https://www.theholocaustexplained.org/the-camps/types-of-camps/concentration-camps/>

## **ZOZNAM OBRÁZKOV, GRAFOV A TABULIEK**

Obrázok 1 Prvý koncentračný tábor Dachau (1933) .....	15
Obrázok 2 Skupina nútených pracovníkov pri práci v tábore Krakov-Płaszów.....	16
Obrázok 3 Krematórium vo vyhladzovacom tábore Majdanek.....	17
Obrázok 4 Najdôležitejšie miesta koncentračných táborov.....	19
Obrázok 5 Post uverejnený na FB stránke BartoTravel .....	40
Obrázok 6 Vývoj návštevnosti Osvienčimu 2010-2019 .....	42
Obrázok 7 Vývoj návštevnosti Osvienčimu podľa národnosti (TOP 10).....	43
Obrázok 8 Vývoj návštevnosti tábora Majdanek 2013-2019 .....	44
Tabuľka 1 Míľniky holokaustu .....	13
Tabuľka 2 Odhadovaný počet úmrtí holokaustu .....	20
Tabuľka 3 Odhadovaný počet židovských úmrtí podľa miesta .....	21
Tabuľka 4 Sumár vybraných slovenských a českých CK .....	33
Tabuľka 5 Porovnanie ponúk CK v rámci zájazdov do koncentračných táborov .....	37
Tabuľka 6 Porovnanie ponúk CK v rámci zájazdov do koncentračných táborov .....	38
Tabuľka 7 Počty návštevníkov podľa krajín TOP 10 (v tis.).....	42
Tabuľka 8 Cenová kalkulácia pre blog .....	51

## ZOZNAM SKRATIEK

CK	cestovná kancelária
CZ	Česká republika
DL	Nemecko
ES	Španielsko
FB	Facebook
FR	Francúzsko
HOL	Holandsko
ÍR	Írsko
IT	Taliansko
IZ	Izrael
NW	Nórsko
PL	Poľsko
S.K.	Severná Kórea
SVK	Slovensko
ŠV	Švédsko
USA	Spojené štáty americké
VB	Veľká Británia