

Výročná správa OOCR Visit Košice

OOCR Visit Košice 2023

ZÁKLADNÉ ÚDAJE O ORGANIZÁCIÍ

Visit Košice je oblasťná organizácia cestovného ruchu založená na základe Zákona č. 91/2010 o podpore cestovného ruchu zapísaná v registri OCR Ministerstva dopravy a výstavby SR pod číslom 09668/2012/SCR dňa 28.2.2012.

Adresa: Hlavná 59, 040 01 Košice

IČO: 42247632

DIČ: 2023458745

Bankové spojenie: Prima Banka Slovensko

ORGÁNY ORGANIZÁCIE

- Predstavenstvo
- Dozorná rada
- Valné zhromaždenie

PREDSTAVENSTVO

Zástupca		Názov komory
Mgr. Marcel Gibóda predseda predstavenstva	Mesto Košice	Obec
Ing. Tomáš Jančuš, PhD. podpredseda predstavenstva	Letisko Košice	Dopravcovia
Miroslav Šrámek	Congress Hotel Centrum	Ubytovacie zariadenia
Peter Škripko	Pivovar Hostinec a Camelot	Reštaurácie, vinotéky, bary, kaviarne

Zástupca		Názov komory
Mgr. Igor Holéczy	Detská železnica Košice	Atraktivity a podujatia
Ľuboš Grajcár	John the B tour	Incomingové CK a agentúry
Ing. arch Michal Hladký, ArtD.	Creative Industry Košice	Medzisektorové spolupráce a iné

DOZORNÁ RADA

- Mgr. Ján Melich - predseda
- PhDr. Róbert Schwarcz - člen
- Mgr. Anna Súkeníková - člen
- Ing. Erik Horváth - člen

VALNÉ ZHROMAŽDENIE

Názov komory	Počet členov v komore
Mesto Košice	1
Ubytovacie zariadenia	6
Poskytovatelia reštauračných služieb	10
Vinotéky, bary, kaviarne	2
Atraktivity a podujatia	39
Dopravcovia	2
Incomingové cestovné kancelárie a agentúry	2
Mezisektorové spolupráce a iné	5
Aktuálny počet členov OOCR Visit Košice	67

1. Projekty a administratíva

1.1. Štátna dotácia MD SR

Vyúčtovanie projektu Štátnej dotácie a príprava účtovnej uzávierky

V mesiacoch január a február sme pripravovali vyúčtovanie projektu Štátnej dotácie. Samotná dotácia bola v predošlom roku vyčerpaná v zmysle podaného projektu v plnej výške, využili sme aj možnosť čiastočného krytia prevádzkových nákladov.

Prebehla už aj kontrola zo strany Ministerstva dopravy SR, so záverom bez pochybení. Boli dodatočne vyžiadané dokumentácie s použitím loga a povinných prvkov, keďže sa výrazne sprísnila kontrola zo strany MD SR.

V prvom kvartáli roka taktiež prebiehla príprava účtovnej uzávierky za rok 2022, spolu s jej kontrolou audítorskou spoločnosťou.

Podanie projektu Štátnej dotácie na rok 2023

V mesiaci marec sme podali projekt Štátnej dotácie pre rok 2023 v žiadanej dotácii od Ministerstva dopravy SR **v celkovej výške 296 550,00 €**. Výsledky úspešnosti projektu boli známe v letných mesiacoch roka 2023, kedy sme dostali pri osobnom stretnutí s generálnym riaditeľom MD SR Tomášom Ondrčkom spätnú väzbu, že aj týmto rokom sa jedná o jeden z najkvalitnejších projektov, ktorý budú uvádzať ako vzorový príklad prístupu k destinačnému manažmentu a efektívnemu využívaniu verejných zdrojov.

Metodické stretnutie Ministerstva dopravy v Žiline

Dňa 13.6.2023 sa v Žiline uskutočnilo metodické stretnutie Ministerstva dopravy Slovenskej republiky. Témou stretnutia bola Územná spolupráca a rozvoj cestovného ruchu. Hlavným programom bola konferencia rozdelená do troch blokov v týchto okruhoch: Spolupráca v území, Daň z ubytovania, Produkt cestovného ruchu.

Na stretnutie boli prizvaní aj primátori a starostovia miest a obcí - ktorí ešte nie sú členmi OCR – za účelom informovať ich o výhodách členstva v týchto organizáciách. Jedným z hlavných benefitov vstupu do organizácie cestovného ruchu je to, že daň za ubytovanie, ktorú platí každý, kto prenocuje v našich hoteloch či penziónoch, sa znásobí a vráti späť do regiónu cez podporu rozvojových aktivít OCR, ktoré následne môžu prilákať ďalších návštevníkov. Na základe členstva v OCR je možné združovať sily a prostriedky viacerých subjektov – napr. samosprávy či podnikateľov. Ďalšou výhodou členstva je aj poskytnutie odbornej pomoci pri zvyšovaní návštevnosti atrakcií a ich manažmente v obci či v meste, pri zvyšovaní počtu prenocovaní a pri využití a rozvoji ďalších služieb ako sú gastronómické zariadenia či lokálne remeslá.

Súčasťou programu bol aj podpis zmluvy o poskytnutí dotácie z rozpočtovej kapitoly Ministerstva dopravy Slovenskej republiky na rok 2023 pre bežné výdavky. Podpísané boli

zmluvy s 8 Krajskými organizáciami cestovného ruchu a 39 oblastnými organizáciami cestovného ruchu.

1.2. EÚ ERASMUS+: Projekt Off the beaten Track

Projektové stretnutie a školenie facilitátorov

V rámci medzinárodného projektu Off the beaten Track, ktorého sme partnerom, sa koncom januára realizovalo projektové stretnutie a školenie v Barcelone. Prioritou stretnutia bolo budovanie kapacít a tréning nášho tímu pre následný workshop konaný v Košiciach.

OTBT Local mentoring circle

Hneď v prvý deň mesiaca jún sme organizovali workshop žien podnikateliek, ktoré pracujú v cestovnom ruchu a kreatívnom priemysle, a ktoré sa prihlásili do projektu Off the beaten Track. Podujatie bolo oficiálne nazvané Local mentoring circle a jeho cieľom bolo vytvoriť priestor pre networking medzi ženami – podnikateľkami v Košiciach a blízkom okolí. Na workshop sme prizvali aj tzv. changemakera, ktorým bola pani Marcela Lauková z Agritours Slovakia, ktorá odpredentovala dobré príklady zo svojej praxe a podnikania. Výstupom workshopu bolo vytvorenie produktov cestovného ruchu pre Košice s vysokým potenciálom osloviť návštevníkov mesta.

Vzdelávacie semináre na platforme Akadémia Off the beaten Track

V rámci projektu Off the beaten Track sme s ďalšími partnermi projektu pripravili v mesiacoch jún až september vzdelávaciu akadémiu pre prihlásené účastníčky v online platforme. Každý z partnerov pripravil dve vzdelávacie aktivity na vopred vybrané témy. Keďže je Visit Košice partnerom z oblasti turizmu, našimi témami na hodinových online webinároch boli: “Get to know your visitor” a “Creation of the tourism product.”

EÚ mentoring circle v Matere

Začiatkom októbra sme spolu so štyrmi jedinečnými ženami zo Slovenska z oblasti cestovného ruchu a kreatívneho priemyslu absolvovali pracovnú stáž v talianskom meste Matera.

Tri pracovné dni boli zamerané na rozvoj soft skills, prepájanie a podporu žien pracujúcich v týchto oblastiach. Tento vzdelávací pobyt bol jedným z kľúčových bodov projektu Off the beaten track.

1.3. EÚ COSME: Projekt CulTourData

3-dňové školenie Training Programme

V rámci projektu CulTourData sme začiatkom mesiaca február v spolupráci s garantom projektu doc. Branislavom Kršákom pripravili 3-dňovú konferenciu zameranú na prácu s dátami, digitalizáciou a na projekt CulTourData. Program bol bohatý na zaujímavých speakrov a bolo na ňu veľa pozitívnych reakcií.

Zverejnená výzva projektu

V rámci európskeho projektu CulTourData bola začiatkom marca zverejnená výzva na podávanie žiadosti o získanie grantu pre malé a stredné podniky v oblasti cestovného ruchu. Grant vo výške 7000 EUR má za úlohu pomôcť MSP k lepšiemu využívaniu údajov s využitím kreatívnych prístupov k zákazníkom a nových technológií. Výzva projektu je zverejnená pre tieto NACE kódy: I5510, I5520, I5530, N79.

Hodnotenie projektov a vyhlásenie víťazných projektov počas pracovného stretnutia v Holandsku

11. a 12. júla sa konalo projektového stretnutia partnerov projektu CulTourData v krásnom Holandskom meste Leeuwarden. Okrem bežnej kontroly priebehu a jednotlivých aktivít projektu sme s partnermi uzavreli vyhodnotenie grantovej výzvy pre malé a stredné podniky v sektore cestovného ruchu. Výsledky boli každému podávateľovi žiadosti zaslané e-mailom. Visit Košice sa môže pochváliť najlepšie vyhodnotením podaným projektom v celom konzorciu a najviac finančne ohodnotenými projektami. Pôvodne malo byť ohodnotených 10 projektov, vo výsledku ich bolo 13. Všetkým úspešným projektom srdečne blahoželáme a tešíme sa na ich realizáciu, ktorá bude prebiehať v najbližších mesiacoch.

Kick off meeting projektu CulTourData

Dňa 2. augusta sme zrealizovali kick off stretnutie všetkých subjektov, ktorých projekty boli finančne ohodnotené cez projekt CulTourData. Do krásnych priestorov podniku Macielo Prosecco bar sme pozvali všetkých 13 úspešných žiadateľov o finančný grant, kde im boli poskytnuté informácie o ďalších krokoch v realizácii projektov.

Zároveň sme na tomto projekte natočili video, kde odborný garant projektu, Branislav Kršák, veľmi pekne zhrnul priebeh celej výzvy projektu CulTourData. Video bolo hodnotené ako prínosné pre celý projekt CulTourData.

Finálne vyhodnotenie projektov

Po uzavretí druhého kola žiadostí o grant bol úspešne vyhodnotený ďalší úspešný projekt zo Slovenska. Tým pádom nám za Slovensko bolo finančne ohodnotených 14 úspešných projektov miesto pôvodných 10. Je to najviac z celého partnerského konzorcia.

Reportáž o projekte CulTourData v telKE

“Cestovný ruch v Košiciach sa stáva digitálnejším” aj vďaka projektu CulTourData, ktorého je Visit Košice partnerom. V reportáži pre lokálnu TV telKE sme predstavili projekt CulTourData a 14 vybraných projektov, ktoré sme vďaka tomuto projektu podporili finančným grantom na rozvoj v oblasti zberu dát a digitalizácie. Najlepšie hodnotený projekt z celého projektu CulTourData bol predstavený aj v tejto reportáži.

1.4. Smart Tourism Destinations

Projekt Smart Tourism Destinations sa zameriava na podporu ekosystému cestovného ruchu v EÚ, aby proaktívne čelil súčasným a budúcim výzvam, pričom podporuje prijímanie nových technológií a zavádzanie inovatívnych digitálnych riešení. Prijatím prístupov založených na údajoch sa podporí rozhodovanie a uvoľní sa plný potenciál odvetvia cestovného ruchu EÚ, čím sa zabezpečí budúca konkurencieschopnosť, zvýši sa udržateľnosť a dostupnosť a podporia sa nové formy zamestnania a zhodnotenie miestneho kultúrneho dedičstva.

Košice boli v rámci výzvy pre manažérov destinácií EÚ vybraté medzi 50 destinácií. Vybrané destinácie majú absolvujú Destination's Journey šitú na mieru, aby zlepšili využívanie dát pre cestovný ruch a stali sa súčasťou komunity praxe európskych destinácií v oblasti inteligentného cestovného ruchu.

Jedným z cieľov projektu, ktorý je iniciatívou Európskej komisie, je udržať a podporiť rozvoj komunity založenej na údajoch, ktorá je aktívna v sektore cestovného ruchu v Európskej únii, kde sa zástupcovia turistických destinácií, odborníci a ďalšie zainteresované strany môžu stretávať a zdieľať svoje znalosti, skúsenosti a riešenia.

Kroky Destination's Journey zahŕňajú okrem iného 5 webinárov venovaných 5 pilierom Smart Tourism Destinations Toolkit. V priebehu roka sme absolvovali množstvo webinárov a peer to peer learningu, ktoré sme zdieľali aj s našimi členmi.

1.5. EÚ ERASMUS+: O CITY ACADEMY

Začiatkom mája sme podali ďalší medzinárodný projekt v schéme Erasmus+ s názvom O-CITY ACADEMY. Projekt má celkový rozpočet vo výške 1,5 milióna so spolufinancovaním vo výške 15 % v paušálnej sume. V medzinárodnom konzorciu sme spolu s partnermi z Talianska, Španielska, Fínska, Belgicka a dokonca aj Ekvádoru.

O-CITY ACADEMY sa zameriava na vytvorenie simulačného prostredia v oblasti SMART Turizmu. Projekt prinesie vzdelávacie aktivity a uľahčí získavanie znalostí v oblasti: projektového manažmentu a auditu, základnej výpočtovej techniky a databáz, manažmentu cestovného ruchu, kultúry, dedičstva a prírody, marketingu, komunikácie a multimédií, manažmentu dát (big data, analýza, integrácia, interoperabilita, a i.).

O-CITY ACADEMY sa tiež zameriava na podporu:

- toku podnikateľských zručností a vedomostí medzi vysokoškolským vzdelávaním, OVP a spoločnosťami a inštitúciami z rôznych sektorov v oblasti inteligentného cestovného ruchu;
- digitálny inventár dedičstva, kultúry, tradícií a povahy európskych miest na ich propagáciu a zveľaďovanie;

- hodnoty sociálnej a environmentálnej udržateľnosti v oblasti cestovného ruchu. Viditeľnosť nášho vlastného dedičstva a prírody ako zdroja identity a bohatstva;
- hodnoty spolupráce s inými krajinami a/alebo kultúrami pri riešení projektov spolupráce medzi kultúrami.

1.6. EÚ projekt: Crisis Management and Governance in Tourism

Visit Košice sa stalo súčasťou nového EÚ projektu. Cieľom projektu programu jednotného trhu "Crisis Management and Governance in Tourism" je zlepšiť riadenie ekosystému cestovného ruchu EÚ tým, že sa stane odolnejším a lepšie pripraveným na odolávanie krízam, ich riadenie a zmierňovanie.

Koncom novembra sa uskutočnilo prvé úvodné stretnutie všetkých zapojených subjektov a s ďalšími aktivitami budeme pokračovať v najbližších mesiacoch. Výstupom bude na mieru zhotovený plán pre našu destináciu, ako pružne reagovať na krízové situácie v globálnom ale aj lokálnom rozmere.

2. Spolupráce

2.1. Spolupráca so SACKA a účasť na 1. KICK workshope v Kúpeľoch Brusno

Hneď začiatkom februára sa konalo stretnutie členov SACKA v Kúpeľoch Brusno. Workshop bol primárne zameraný na rozvoj spolupráce s incomingovými cestovnými kanceláriami s cieľom zvýšiť počet zahraničných návštevníkov v našich regiónoch i v kraji. Okrem odborných panelových diskusií sa vytvoril priestor na osobné stretnutia a rozhovory s jednotlivými zástupcami CK, počas ktorých sme si vymenili vzácné rady, tipy a hľadali vzájomné prieniky ako spoločnými silami naše regióny, kraj a krajinu zviditeľniť na zahraničnom trhu.

Na naše pozvanie, ďalšie stretnutie SACKA a Klubu incomingových agentúr (KICK) sa bude konať začiatkom roka 2024 v Košiciach.

2.2. Účasť na pracovnej misii s Košice IT Valley a SAPIE

Pod vedením štátneho tajomníka Ministerstva hospodárstva SR Petra Šveca sme sa spolu s Košice IT Valley a 50 slovenskými inovátormi vydali na trojdňovú misiu (30.1. – 1.2.) s bohatým a pestrým programom. Izrael ponúka nevyčerateľnú studnicu inšpirácie v rámci inovačného ekosystému. Spolu so slovenským veľvyslanectvom v Izraeli, spoločnosťou CIVITTA a Slovenskou alianciou pre inovačnú ekonomiku navštívila túto krajinu 50-členná

delegácia, aby sa oboznámila s jej inováciami, aktivitami miestnej univerzity a startupových centier.

Hlavným zámerom našej účasti bola B2B prezentácia destinácie, lepšie porozumenie možností propagácie Košíc cez ich inovačný ekosystém (na príklade Izraela), ale aj vytvorenie spoluprác na projekte CulTourData, a rozvoj ďalšej spolupráce za účelom digitalizácie ponuky cestovného ruchu.

2.3. Predsedníctvo v Asociácii organizácii cestovného ruchu a úspechy Visit Košice

Na poslednom zasadnutí valného zhromaždenia AOOCR si zvolili členské organizácie cestovného ruchu za novú predsedníčku tohto odborného združenia výkonnú riaditeľku Michaelu Podolákovú s účinnosťou ku dňu 11.4.2023 na obdobie dvoch rokov. Pre Visit Košice ide o veľký úspech, nakoľko v združení sú aj väčšie destinácie, akými sú napríklad Bratislava či Liptov. Je to akési potvrdenie dobre vykonávanej práce v destinácii, kde jedným z hlavných cieľov pri rozvoji cestovného ruchu je koncepcnosť a strategické riadenie.

Veľmi nás teší, že sa nám darí zvyšovať rozpoznateľnosť a tvoriť spolupráce, v prostredí v ktorom pôsobíme, a že naša práca je dlhodobo pozitívne hodnotená aj sekciou cestovného ruchu Ministerstva dopravy SR a národnej agentúry SLOVAKIA TRAVEL. S pokračujúcim trendom rastu počtu prenocovaní (mesiac január a február 2023 boli historicky najsilnejšie!), všetky tieto úspechy spolu so spokojnosťou členskej základne sú nám energiou do ďalších aktivít.

2.4. Stretnutie členov AOOCR v Košiciach

V zmysle predsedníctva našej organizácie v Asociácii OCR sme pozvali jej členov, teda ostatné slovenské destinácie, do Košíc. Stretnutie sa konalo v hybridnej forme, nakoľko polovica členov nemohla pricestovať osobne. Medzi témy rokovania patrila prezentácia novej stratégie AOOCR Liptov, ako dobrého príkladu z praxe, ale aj diskutovanie o pripravovanej novele zákona, spolupráce so SLOVAKIA TRAVEL a téme eTurista. Po pracovnom rokovaní nasledoval destinačný program. Osobitná vďaka patrí Tabačke Kulturfabrik, Smokehouse Košice, Pivovaru Hostinec a Petrovi Škripkovi.

2.5. HORECA konferencia a okrúhly stôl k téme eVisitor

V dňoch 15. až 17.mája sa v košických Kasárňach/Kulturparku uskutočnila celoslovenská konferencia HORECA digit@l s témou Technológie budúcnosti a riešenia pre rozvoj sektora. Počas 2. dňa konferencie bola do 2 diskusných panelov prizvaná aj riaditeľka Visit Košice Michaela Podoláková.

Témou 1.panelu bolo "Ako sa digitalizácia prejavuje na zmene v práci hotelového manažmentu, zručnostiach, stratégiach a komunikácií firiem voči rôznym cieľovým skupinám?" a témou 2.panelu bolo "eTurista - využitie dát pre stakeholderov v cestovnom ruchu".

Záver z okrúhleho stola 2.panelu: Zástupcovia pozvaných inštitúcií podporujú zámer vytvorenia a realizácie projektu eTurista. Za hlavné prínosy považujú: výrazné zjednodušenie a zrýchlenie procesov spracovania povinných dát, zefektívnenie evidencie,

výpočtu a výberu dane za ubytovanie a ostatných poplatkov, využitie povinných ale aj iných dát o turistoch v reálnom čase pre potreby samospráv, destinačného manažmentu a marketingu na všetkých úrovniach. Prítomní účastníci sa zhodli na potrebe opakovaného prizvania zástupcov príslušných rezortov a samospráv, a rozvíjaní odbornej debaty k príprave zadania pre projekt. Súhlasili s návrhom na prípravu memoranda o spolupráci medzi stakeholdermi, ktoré vytvorí základ pre formalizovanú pracovnú skupinu, ktorá sa bude podieľať na príprave projektového zámeru.

2.6. Pracovný workshop s AmCham Slovakia

Tento rok sa v Univerzitnom parku Technicom konalo stretnutie "Mapping the Current State of Eastern Slovakia's Potential", organizované AmCham Slovakia, ktoré prebiehalo v dvoch fázach. Zástupcovia popredných lokálnych inštitúcií pracovali v 6 skupinách. Organizácia Visit Košice bola prizvaná do pracovnej skupiny "Attractivity&Visibility of Eastern Slovakia". Tohto stretnutia sa za Visit Košice účastnila Ivana Kavulič a v druhom kole Michaela Vančíková.

Hlavným zámerom stretnutia bolo zmapovať aktuálny stav východného Slovenska z pohľadu potenciálu, ktorý ponúka a výziev, ktorým čelí. Výstupom 1. stretnutia bol stručný dokument postavený na bohatých profesionálnych skúsenostiach. Následne, sa v októbri konalo druhé stretnutie, ktorého cieľom bolo nájsť a pomenovať riešenia k výzvam naformulovaným vo fáze 1. a formulovanie odporúčaní pre zodpovedných tvorcov politík a relevantných stakeholderov, ako na miestnej, tak aj na národnej úrovni. Vo finálnej prezentácii sa hlasovalo o navrhovaných riešeniach ktoré sa pretavia do silného pozičného dokumentu regionálneho piliera, ktorý bude Americká obchodná komora v SR advokovať v nasledujúcom období v rámci svojej činnosti.

2.7. Prezentácia Visit Košice na podujatí Kultúrny klaster

Dňa 19.5. sa uskutočnila prezentácia nového projektu Creative Industry Košice, Kultúrny klaster. OOCR Visit Košice bola prizvaná k prezentácii ako dobrý príklad z praxe, fungujúci klaster na území Košíc. Dôležité informácie, ktoré boli prezentované, a ďalšie dokumenty o kultúrnom klasteri nájdete v odkaze nižšie. V odkaze Vám zasielame na vyplnenie krátky dotazník, ktorý overuje a dopĺňa výsledky prvej fázy výskumu o kultúrnom klasteri v Košiciach. Vaše odpovede pomôžu definovať poslanie klastra a proces jeho vzniku.

2.8. Tvorba produktov v destináciách

V polovici mesiaca apríl nás v Košiciach navštívila produktová manažérka SLOVAKIA TRAVEL Iveta Szeghyová, ktorej sme na stretnutí odprezentovali produkty cestovného ruchu v Košiciach a našu ďalšiu plánovanú aktivitu v tejto oblasti. Nastavili sme si aj ďalšie kroky a formu spolupráce na nasledujúce obdobie. Zároveň so zástupcami SLOVAKIA TRAVEL sme sa stretli aj na veľtrhu cestovného ruchu ITF Bratislava, kde sme diskutovali o možnostiach propagácie Košíc na vzdialenejších trhoch. Na samotnom veľtrhu naše materiály o destinácii prezentovala krajská organizácia cestovného ruchu, ktorá pre tento veľtrh ako hlavnú tematiku stánku zvolila možnosti kempingu v Košickom kraji. Počas jesene a zimy tohto roka tiež opäť spolupracujeme na vydaní blogového seriálu Krížom-krážom krajmi, ktorý je od septembra publikovaný na webe www.slovakia.travel. V novembri a decembri tak k obsahu

prispejeme dvoma článkami propagujúcimi destináciu Košice v témach “Naštartujte kreativitu” a “Vianočné inšpirácie”.

2.9. Prezentácia destinácie Košice pre OOCR Stredné Slovensko

Oblasťná organizácia cestovného ruchu Stredné Slovensko nás ako zástupcov Visit Košice pozvala na ich neformálne pracovné stretnutie s členskou základňou a novými potenciálnymi členmi. Našou úlohou bolo odprezentovať im naše skúsenosti a prácu na prepájaní a podpory členov Visit Košice. Na podujatí sme odprezentovali históriu našej podpory členov vo Visit Košice a následne ako príklad dobrej praxe produkt Košický detský pas. Okrem Visit Košice si takúto prezentáciu pripravila aj OOCR Visit Horehronie. Následne prebiehala diskusia a neformálny networking.

2.10. Členstvo v prestížnej medzinárodnej sieti City Destination Alliance

Začiatkom októbra OOCR Visit Košice bola súčasťou GDS-Fóra a jesennej konferencie City Destination Alliance vo Valencii. Tento rok sme dosiahli významný míľnik, keď sme sa stali členom váženej medzinárodnej siete City Destination Alliance. Naša cesta sa začala cennými výmenami skúseností a skúmaním najnovších trendov v rozvoji mestských destinácií.

Cieľom GDS-Forum 2023 bolo predefinovať rozvoj cestovného ruchu cez podnietenie zmeny myslenia z pohľadu trvalo udržateľného rozvoja a podporou spolupráce a inovácií. V priebehu niekoľkých dní sme sa spojili s globálnymi lídrami v oblasti trvalo udržateľného rozvoja destinácií, diskutovali sme o stratégiách a zdieľali najlepšie postupy. Spoločne sme sa vydali na cestu spoluvytvárania nových prístupov a iniciatív, a to všetko s cieľom regeneratívne riadiť naše destinácie.

Konferencia CityDNA skúmala témy 'Destination Positive'. Inšpiratívni rečníci ponúkli nové perspektívy a podnietili našu vášeň pre rozvoj cestovného ruchu. Skúmali sme témy, ako je vytváranie inovatívnych produktov a podujatí, udržiavanie harmonického spoluzití medzi obyvateľmi a návštevníkmi a dôležitá rola dát v riadení rozvoja destinácie.

Dietrovi Hardt-Stremayrovi, výkonný riaditeľ turistickej kancelárie v Grazi, bol pre našu organizáciu podporou pre networkingu a nadväzovaniu nových spoluprác. Mesto Graz je zároveň naším “benchmark city”.

Naša prítomnosť v medzinárodnej sieti City Destination Alliance tak dáva nový rozmer pre získavanie inšpirácii, vytváranie spoluprác na medzinárodnej úrovni a tým prezentácie mesta Košice.

2.10.10. Study tour v Grazi

Tím Visit Košice mal v decembri príležitosť spoznať pulzujúce **mesto Graz, našu benchmark destináciu**. Vďaka láskavému pozvaniu od Graz Tourismu sme zorganizovali študijnú cestu. Počas našej návštevy sme mali tu česť spojiť sa s viacerými členmi tímu

Graz Tourismus, vymeniť si poznatky a podeliť sa o skúsenosti z dynamického sveta mestského cestovného ruchu.

2.11. Starostlivosť o členskú základňu

Členom Visit Košice naďalej aj v tomto roku poskytujeme prioritne marketingovú podporu ich aktivít vrátane možnosti zabezpečenia fotografa v teréne na vopred nahlásené podujatia ich subjektu. Zároveň členom v spolupráci s DPMK naďalej poskytujeme 50% zľavu na reklamné plochy v DPMK.

V spolupráci s produktom Košický detský pas členom poskytujeme možnosť zabezpečenia návštevy maskota Bukiho v rámci Bukiho roadshow. Veľmi vítame aktivitu členov, ktorí nám včas vopred nahlasujú ich plánované aktivity.

V tomto roku pre členov poskytujeme možnosť vzdelávania sa v ich potrebných oblastiach. Vzdelávačky pripravujeme na mieru na základe potreby členskej základne. Snažíme sa zabezpečovať kvalitných a renomovaných speakrov a školiteľov.

Stretnutia komôr

Na jeseň sme začali s avizovanými stretnutiami komôr, na ktorých prebiehali rokovania o aktuálnych témach a návrhoch aktivít pre rok 2024. Ako prvé sa stretli komory Poskytovatelia reštauračných služieb a Vinotéky, bary a kaviarne. Ďalšou bola komora Ubytovacích zariadení. Následne sa konalo stretnutie Komory Atraktivity a podujatia.

Vzdelávanie členov: Eastern design konferencia

V dňoch 6. a 7. októbra 2023 sa v košickej Tabačke uskutočnil štvrtý ročník Eastern design conference. Konferencia, ktorá otvára tému spojenia globálneho dizajnu s lokálnym kontextom opäť predstavila kvalitný výber rečníčok a rečníkov, ktorých mená rezonujú aj za hranicami Európy. Organizátori podujatia pozvali do Košíc úspešných produktových a grafických dizajnérov, animátorov, celosvetovo známe dizajnérské štúdiá, ale aj výrazné osobnosti spoza hraníc sveta dizajnu.

Všetkým našim členom sme ponúkli možnosť preplatenia účasti na tejto konferencii. Túto možnosť využili 4 členské subjekty a veríme, že počas dvoch dní na spolu 13 prezentáciách nazbierali inšpirácie a nové kontakty.

Vzdelávanie členov: Art&Tech days

Festival mediálneho umenia, technológií a digitálnej kultúry Art&Tech days sa uskutoční v dňoch 16. – 20.októbra, ktorý organizuje už šiestym rokom náš člen, Creative Industry Košice. Rovnako ako pri konferencii Eastern design sme našim členom ponúkli možnosť účasti na workshopoch a na konferencii.

Vzdelávanie členov: Someliersky kurz

Pre členov Visit Košice, konkrétne Komoru reštaurácií, barov a vinární a Komoru hotelov, sme v novembri zorganizovali someliérsky kurz s názvom "Základy someliérstva, vína a vinárstva na Slovensku". Kurz viedla odborníčka z Vinárskeho inštitútu Beáta Vlnková.

Vzdelávanie členov: Mystery shopping

V mesiaci november sme zrealizovali mystery shopping pre tri naše členské subjekty. Mystery shopping bol následne doplnený o relevantné školenie personálu. Veríme, že aj vďaka takýmto maličkostiam sa nám darí zlepšovať služby v destinácii Košice.

3. Inofecesty, PRESS a FAM tripy

3.1. Prezentácia pre novinárov v Budapešti

Dňa 27.4. sa v Slovenskom inštitúte v Budapešti konala prezentácia pre maďarské médiá, podujatie bolo organizované maďarským zastupiteľstvom SLOVAKIA TRAVEL. Témou prezentácie bola destinácia Košice a Košice región. Za destináciu Košice sme odprezentovali nový produkt cestovného ruchu pre maďarský trh Košický detský pas. Prezentácie sa zúčastnil aj maskot Buki. Na prezentácii sa zúčastnilo 60 novinárov. Vďaka tejto prezentácii vzniklo viacero výstupov v maďarských médiach.

3.2. Infocesta pre poľské médiá

V prvej polovici mája sme v Košiciach hostili 5 poľských novinárov, ktorí sa účastnili press tripu s témou City break. Hlavnou úlohou press tripu bolo podporiť letecké spojenie Warszawa - Košice s leteckou spoločnosťou LOT. Novinárom sme v priebehu 4 dní ukázali rôznorodé produkty cestovného ruchu, ktoré môže zahraničný návštevník v Košiciach vidieť a objavovať.

Túto infocestu sme pripravili v spolupráci so SLOVAKIA TRAVEL, LOT, Letiska Košice a Košice Región Turizmus. Ďakujeme všetkým členom a partnerom, ktorí nám pomohli výborne odprezentovať našu destináciu.

Mediálne výstupy s Vami zazdieľame v nasledujúcich newslettroch.

3.3. Infocesta pre maďarské médiá

Hneď začiatkom júla sme zorganizovali trojdňový presstrip pre maďarské médiá, zúčastnili sa ho štyria novinári a jeden TV štáb. Pre novinárov sme pripravili program založený na prezentácii Košického detského pasu, ako náväznosť na jeho maďarskú verziu.

Novinári sa tešili na stretnutie s naším maskotom Buki a na zbieranie pečiatok do Košického detského pasu.

Press trip bol organizovaný v spolupráci so SLOVAKIA TRAVEL a Košice Región Turizmus. Už v priebehu mesiaca júl sme získali početné množstvo výstup z tejto infocesty.

3.4. Infocesta pre slovenské média

Posledný týždeň júla sme pre slovenské média zrealizovali infocestu, kde boli zastúpené nasledujúce média: aktuality.sk, pravda.sk, topky/zoznam, Pravda – Varecha, Rytmus života/Chvilka pre Teba. Novinári sa v Košiciach zdržali 3 dni, ktoré sme im zaplnili bohatým program zameraným na gastronómiu, históriu a atraktivity. Týmto by sme sa radi poďakovali všetkým zapojeným subjektom za ich ústretovosť a čas, pretože to dotváralo celkový vynikajúci dojem z Košíc ako turistickej destinácie. Získali sme už prvé výstupy o Plávajúcej fontáne a o Botanickej záhrade, ktoré nájdete po prekliku na odkazy pod príspevkom.

3.5. Infocesta pre rodiny a páry s Vladimírom Kobielskym

V rámci propagácie mesta a produktu Košický detský pas sme v spolupráci s agentúrou Media central pripravili infocestu pre mediálne známeho herca Vladimíra Kobielskeho spolu s jeho rodinou. Infocesta sa konala v termíne 19. – 20. júl. 4-člennej rodine sme pripravili bohatý program na zážitky aj spoznávanie mesta cez Košický detský pas. Vladimír Kobielsky nám bol odporúčaný agentúrou na spoluprácu kvôli jeho vysokému číslu sledovateľov na sociálnych sieťach, konkrétne je to vyše 100 tisíc na Instagrame. Zhrnutie výstupov pána Kobielskeho z infocesty si viete pozrieť na IG profile Visit Košice.

3.6. Infocesta Dámska jazda v Košiciach

Košice sme odprezentovali ako city breakovú destináciu. Do Košíc sme na necelé 3 dni pozvali dve známe slovenské osobnosti, herečky Zuzanu Vačkovú a Andreu Karnasovú, ktoré Košiciam urobili úžasnú reklamu a ešte si ich aj úprimne poriadne užili. Bohatý program obsahoval kultúru, históriu, gastronómiu aj šport. Takto naše hosťky svojim followerom na sociálnych sieťach ukázali, čo všetko sa dá v Košiciach zažiť, ochutnať aj vidieť.

V náväznosti na infocestu nám v mesiaci september v spolupráci s agentúrou Media Central vyšli platené články na portáloch evita.sk a pluska.sk s témou city breaku v destinácii Košice, zamerané na ženské publikum. Články boli vytvorené v náväznosti na košickú infocestu dvoch influenceriek a herečiek, Zuzany Vačkovej a Andrey Karnasovej. Články nájdete v podkapitole 5.3.

3.7. Infocesta pre thajské média

Thajská televízia Travel Nomad natáčala v Košiciach dokumentárny film. Tento televízny štáb navštívil Košice ako prvú zastávku počas týždňovej cesty po Slovensku, kde zbieral materiál pre svoj cestovateľský dokument. V Košiciach si užili krásne počasie, centrum mesta, miestnu gastronómiu a ochutnávku piva. Ich ďalšia cesta pokračovala na Tokaj, Spiš, do Vysokých Tatier a Bratislavy. Infocestu sme realizovali na odporúčanie thajského konzula.

Za spoluprácu na tejto ceste ďakujeme Košice Región Turizmus, Región Vysoké Tatry a Bratislava tourist board.

3.8. Infocesta Pavol Croft – Historik na cestách

O spoluprácu nás požiadal slovenský influencer Pavol Croft, cestovateľský historik, ktorý svoj IG profil plní obsahom bohatým na zaujímavosti z histórie, sústreďujúce sa na stredovek. V Košiciach strávil 3 dni, počas ktorých sme ho prepojili s viacerými košickými odborníkmi na históriu a z tejto infocesty vznikol bohatý obsah, ktorým plní svoje sociálne siete. Z obsahu sme v príbehoch Instagram účtu @visitkosice vytvorili historický seriál o meste.

3.9. Fam trip pre amerických touroperátorov

V polovici septembra organizovala agentúra SLOVAKIA TRAVEL fam trip pre 12 amerických touroperátorov. V rámci svojho programu na Slovensku navštívili aj Košice. Na naše odporúčanie touroperátori vyskúšali mestskú hru, navštívili Dolnú bránu, vyskúšali si workshop vo Východoslovenskej galérii a večer zažili koncert v Starej synagóge.

3.10. Fam trip švédski touroperátori

V novembri sme v Košiciach privítali skupinku švédskych touroperátorov zo Štokholmu a Göteborgu, ktorých sprevádzal zástupca švédskej sekcie leteckej spoločnosti LOT. V Košiciach strávili necelý jeden deň, počas ktorého sme ich pohostili miestnymi znamenitými jedlami, vínom a pivom, ukázali im to najlepšie, čo máme v centre mesta, a samozrejme im ukázali špičkové hotely a jedinečné priestory na organizovanie podujatí.

Ďalšie dni pokračoval fam trip v regióne Tokaj a vo Vysokých Tatrách. Fam trip bol realizovaný v nadväznosti na našu júnovú prezentáciu destinácie vo švédskom Göteborgu, ktorú sme realizovali vďaka aktivitám Medzinárodného letiska Košice.

3.11. Infocesta pre maďarské médiá

Koncom novembra a začiatok decembra sme v spolupráci so SLOVAKIA TRAVEL pripravili infocestu pre maďarských novinárov s témou **Obdobie vianočných trhov**.

V Košiciach strávili 4 novinárky, 1 cestovná agentúra a jeden TV štáb necelé tri dni. Program sme koncipovali tak, aby sme novinárom ukázali program prepojený s vianočným časom a novinky, ktoré sú relevantné pre maďarský trh.

Pod príspevkom nájdete dva výstupy. Jeden z nich bol vytvorený ako tlačené médium a druhý ako článok uverejnený na webe. Výstupy vyšli následne po infoceste.

4. Účasť na veľtrhoch cestovného ruchu

4.1. Veľtrh v Tel Avive

V dňoch 13. - 15.2. sa konal veľtrh cestovného ruchu v Tel Avive, kde dominoval stánok SLOVAKIA.TRAVEL. Visit Košice na veľtrhu reprezentovala pani riaditeľka Michaela Podoláková a podpredseda predstavenstva Visit Košice Tomáš Jančuš. Hlavným cieľom bolo rozvoj spolupráce a apelácia na obnovenie leteckej linky. Samotnú prezentáciu destinácie na stánku, zabezpečili kolegovia z Košice Región Turizmus.

4.2. AllinTOO2023

Začiatkom mesiaca február sme sa zúčastnili B2B workshopu AllinTOO2023 s poľskými tour operátormi vo Vroclavi, kde sme získali veľa relevantných kontaktov. Organizáciu na tomto workshope zastúpil predseda komory cestovných kancelárií a agentúr Ľuboš Grajcár.

4.3. Veľtrh v Budapešti

Výstava Utazás Budapešť sa konala od 23. do 26. februára v najväčšom, 20 000 m² pavilóne Kongresového a výstavného centra HUNGEXPO Budapešť, kde sa prezentovalo takmer 100 vystavovateľov z 34 krajín. Počas týchto 4 dní sme rozdali 1 000 Košických detských pasov v maďarskom jazyku, 2 500 letákov TOP 7 v Košiciach a samozrejme materiály, ktoré propagujú nie len Košice ale aj samotný Košický kraj. Košický detský pas mal veľký úspech u návštevníkov výstaviska, dokonca bol prezentovaný aj v živom vstupe v maďarskej televízii DUNA TV, kde bol predstavený spoločne s maskotom Bukim, ktorý sa počas všetkých dní pohyboval po výstavisku a prezentoval Košice a jeho atraktivity.

4.4. Veľtrh ITB Berlín

V dňoch 7. až 9. marca sme sa zúčastnili medzinárodného veľtrhu ITB Berlin 2023, ktorý je zameraný predovšetkým na odbornú verejnosť. Veľtrhu sa zúčastnilo viac ako 90 000 účastníkov zo 180 krajín, z čoho samotných 5 500 vystavovateľov bolo zo 160 krajín. My sme sa veľtrhu účastnili ako spoluvystavovateľ na stánku SLOVAKIA TRAVEL. Organizáciu na tomto workshope zastúpil predseda komory cestovných kancelárií a agentúr Ľuboš Grajcár.

Počas vzdelávacích aktivít, ktoré sa na tohtoročnom ITB Berlín venovali predovšetkým téme Future of Travel and Tourism, boli najčastejšie skloňovanými výrazmi práve “zber dát”, “digitalizácia”, “automatizácia” a “udržateľnosť”. Na vzdelávacích aktivitách nás zastúpila kreatívna manažérka Lýdia Vilková.

4.5. Veľtrh Holiday World Praha

V dňoch 18. až 20. marca sme sa zúčastnili v spolupráci so SLOVAKIA TRAVEL na 31. ročníku veľtrhu cestovného ruchu Holiday World a Region World Praha 2023. Veľký úspech Košíc ako aj minulý rok aj tento, patril Košickému detskému pasu, prilákal nielen rodiny s deťmi ale aj staršie generácie či tínedžerov.

4.6. Prezentácia destinácie na veľtrhu IMEX vo Frankfurte

V spolupráci so SLOVAKIA TRAVEL sme pripravili prezentáciu destinácie Košice pre medzinárodný veľtrh kongresového cestovného ruchu IMEX 2023 vo Frankfurte, jednom z najvýznamnejších veľtrhov v Európe pre oblasť MICE a eventov, ktorý sa koná vo forme B2B stretnutí. Na veľtrhu boli odprezentované tri hlavné MICE destinácie - Bratislava, Košice a Vysoké Tatry. Prezentácie si získali obrovský úspech a vyvolali veľký záujem zahraničných partnerov o Slovensko ako vynikajúcu destináciu pre usporiadanie kongresov, konferencií a podujatí.

4.7. Prezentácia destinácie Košice vo švédskom Göteborgu

Dňa 21.6.2023 sme na podujatí "Tourism Inspiration from Eastern Slovakia" lokálnym švédskym tour operátorom v meste Göteborg predstavili silný potenciál cestovného ruchu na východnom Slovensku.

Spolu s Košice región, Región Vysoké Tatry, SLOVAKIA TRAVEL a leteckou spoločnosťou LOT sme otvorili nové možnosti prepojenia Göteborgu a východného Slovenska.

Túto prezentáciu vnímame ako jeden z dôležitých krokov pre možné rozširovanie priamej leteckej linky Göteborg – Košice.

4.8. Prezentácia destinačného videa Košice na medzinárodnej súťaži ART&TUR v Portugalsku

27. októbra sa konalo slávnostné odovzdávanie ocenení medzinárodného festivalu filmov ART&TUR fest v portugalskom meste Caldas da Rainha, ktorého sa zúčastnil náš tvorca foto a video obsahu Ján Varchola. Na 16.ročníku festivalu získal destinačný spot Visit Košice 1.cenu v kategórii "Young tourism generation". Porota festivalu pozostávala zo 44 členov z 22 krajín sveta. Prihlásených do súťaže bolo viac ako 400 filmov z celého sveta.

5. Marketing

Hlavné komunikačné výzvy

- Ako zvýšiť poznateľnosť hlavných posolstiev Košíc ako destinácie?
- Ako odpromovať kvalitu a šírku ponuky atrakcií Košíc ako destinácie pre potenciálnych návštevníkov
- Ako efektívne tvoriť zaujímavý engaging obsah?
- Intenzívna podpora podujatí

Marketingový plán pre rok 2023

Tvorba komunikačnej stratégie pre rok 2023 prebiehala v dvoch fázach: analýza predošlých aktivít na základe dostupných dát a vypracovanie samotnej komunikačnej stratégie. Analytická časť ukázala, že správnym nastavením tonality komunikácie v našich kampaniach dosahujeme oslovenie relevantnej skupiny, čo má za následok zvýšenie povedomia o našich aktivitách a posilnenie vybraných komunikačných posolstiev. V tomto roku sme sa sústredili na zvýšenie intenzity postovania, centralizovanie komunikačných aktivít na web a tvorbu autentického obsahu.

Už v prvých mesiacoch sme dosahovali čísla, ktoré reflektujú správnosť prijatej stratégie. Celkovo sme za viac ako 180 príspevkov na META platforme, z čoho 81 bolo platených kampaní, dosiahli 376 826 impresií. Kampaňami sme na sociálnych sieťach aj v prvom polroku stále dosahovali efektívneho pomeru 0,01 – 0,3 EUR/klik, oslovili sme 260 116 účtov a celkovo priniesli 2 517 preklikov na web stránky. Podľa analytiky vieme, že 41% užívateľov prichádzajúcich na web stránky visitkosice.org je z Košíc.

Dosahujeme tak vyššie čísla organického dosahu a lepšie ukazovatele preklikovosti. Viac autentického obsahu naštartovalo organický algoritmus čím rastie naša poznateľnosť a pozornosť väčšieho počtu užívateľov smerovaná na naše aktivity na sociálnych sieťach.

5.1. Citylightové kampane

V tomto roku sme spúšťali tri tematické outdoorové kampane: Košický detský pas, Košická noc múzeí a galérií a Kalendár podujatí. Ide opäť o spoluprácu s mestom Košice, kedy sme náklady na kampaň hradili len v podobe tvorby vizuálu a tlače, citylightové plochy nám boli poskytnuté bezplatne. Súbežne s outdoorovou reklamou prebiehali online kampane. Kampaň na kalendár podujatí a podujatia v meste sme vizuálne podporili aj billboardovou kampaňou na území Košíc.

5.2. Košický detský pas

Košický detský pas funguje skvele a postupne sa etabloval ako kvalitný a udržateľný produkt cestovného ruchu, ktorý zarezonoval ako príklad dobrej praxe aj v ostatných organizáciách cestovného ruchu. Každým rokom zatraktívňujeme produkt Košický detský pas a posúvame ho na vyššiu úroveň. V tomto roku bolo hlavným cieľom zapojiť do aktivít členské ubytovacie

zariadenia o čosi intenzívnejšie, a to formou zvýhodnenia ubytovaných hostí počas veľkej letnej súťaže. Súťažou sme motivovali deti aj k tomu, aby absolvovali bonusové aktivity. Pre komoru poskytovateľov reštauračných služieb sme v reakcii na iniciatívu členských subjektov pripravili tlačенú omaľovánku pre ich detských návštevníkov.

Po dvoch úspešných sezónach Košického detského pasu na Slovensku sme v tomto roku rozšírili jazykové mutácie zo slovenskej a anglickej verzie na jazyky poľský a maďarský, čo umožnilo spustenie propagácie na okolitých zahraničných trhoch, ktorú sme prepojili aj účasťou na tohtoročných veľtrhoch cestovného ruchu. Všetky pasy sú očíslované, čo významne uľahčuje a zefektívňuje zber dát o správaní sa navštevníkov s pasom.

Lovci pokladov – letná kampaň Košický detský pas

Letná kampaň pre Košický detský pas bola postavená na zvyšovaní poznateľnosti tohto produktu, zvýšení počtu po prvý krát prichádzajúcich záujemcov o produkt a zvýšení počtu vracajúcich sa návštevníkov vo Visit Košice Infopointe. Do mechaniky konceptu letnej kampane boli prvý krát aktívne zapojené aj členské hotely či ubytovacie zariadenia.

Súťaž, ktorá štartovala v polovici júna a končila v septembri, tvorila hlavnú náplň letnej kampane. V nej boli návštevníci motivovaní, aby na uvedených zastávkach vyskúšali bonusové aktivity, za ktoré získali zlaté poukazy. Zlaté poukazy bolo možné získať aj za prenocovanie detského návštevníka alebo za kúpu tematických suvenírov vo Visit Košice Infopointe. Každý zlatý voucher predstavoval šancu k otvorení trezoru, ktorý bol umiestnený v Infopointe, a v ktorom bolo pripravených až 150 výhier. Stačilo správne uhádnuť 3-miestnu číselnú kombináciu. Kampaň sa počas leta tešila veľkému záujmu, a tak sme počet výhier zvýšili zo 150 na 200.

V rámci online kampane sme prostredníctvom Google Ads platformy počas leta získali viac ako **5 miliónov impresií** a vyše **49 500 preklikov na web** www.kosickydetskypas.sk. Priemerný náklad za preklik na úrovni 5 centov reflektuje správne nastavenie kampaní a vysoký záujem o produkt medzi primárnou cieľovou skupinou – rodiny s deťmi. Prostredníctvom aktivít na platforme META sme získali **d'alších viac ako 1 400 000 impresií s dosahom viac ako 465 000 užívateľov**. Úspech sme zaznamenali aj prostredníctvom nárastu záujmu o newsletter Košického detského pasu, pričom organický záujem o novinky prejavilo takmer 350 používateľov.

Nášmu online publiku sme okrem iného predstavili aj vynovenú verziu web stránky www.kosickydetskypas.sk, ktorá okrem kampaňových informácií a online verzií pasov v anglickom, poľskom a maďarskom jazyku prináša aj viacero nových elementov, ktorými podporujeme vyššiu mieru zapojenia publika a zároveň lepšiu merateľnosť dát. Webstránka zároveň predstavila nový, užívateľsky prijateľný formát online formulára pre objednávanie pasov zadarmo domov, vďaka čomu sme zlepšili užívateľský zážitok a zároveň vytvorili priestor na presnejšie meranie dát o správaní používateľov.

Prezentácia Košického detského pasu v Teleráne

V piatok 7. júla sme sa odprezentovali v obľúbenej relácii TV Markíza Teleráno, kde sme spolu s naším maskotom Bukim predstavili produkt Košický detský pas. Účasť v Teleráne

sme naplánovali na začiatok letných prázdnin, aby sme podchytili záujem rodičov s deťmi pricestovať za zážitkami do Košíc.

Košický detský pas na Instagrame

Košický detský pas je náš nosný produkt a preto sme mu tento rok vytvorili vlastný komunikačný kanál na sociálnej sieti Instagram, ktorý si už za prvé 2 mesiace získal priazeň viac ako 300 sledovateľov. Obsah, ktorý tvoríme, doručil už vyše **580 000 impresií s dosahom viac ako 216 000 užívateľov** z našej cieľovej skupiny.

5.3. PR aktivity

V roku 2023 sme destináciu promovali formou PR výstupov v online ale aj v tlačenej verzii v aktuálnom počte 46 výstupov. Všetky výstupy nájdete v zdieľanej obsahovej banke.

6 platených výstupov bolo realizovaných v hlavnej sezóne a 1 v zimnej sezóne v spolupráci s agentúrou Media Central:

- Vieme, aké miesto v Košiciach najviac navštevujú turisti. Tipnete si? / www.cas.sk
- Poznáte top miesta, kam sa oplatí vyraziť s deťmi v Košiciach? Tu je našich 5 tipov / casprezeny.pluska.sk
- Počet turistov v Košiciach narástol o tretinu. Tieto top miesta navštevujú najčastejšie / www.startitup.sk
- Počet turistov v Košiciach narástol o tretinu. Tieto top miesta navštevujú najčastejšie / Sme ženy – príloha
- Slovenské herečky si užili dámsku jazdu v Košiciach! Ktoré miesta sa oplatí navštíviť? / Svet Evity
- Adrenalín na vode aj kubánske rytmy! To všetko zažili slávne herečky v Košiciach / pluska.sk

Naše 3 tlačové správy, tematicky venované úspešnosti sezóny 2022, propagácii podujatia Košická noc múzeí a galérií a úspešnosti letnej sezóny 2023 sa objavili na 16 online portáloch.

Počas realizovaného letného press tripu sme nadviazali spoluprácu s piatimi slovenskými novinármi zastupujúcimi širokú škálu médií od gastru cez cestovateľské portály, až po lifestyle médiá. Výsledkom je 11 PR výstupov:

- Ako chutia Košice / pravda.varecha - print
- Botanická záhrada v Košiciach sa otvorila umeniu, obdivovať v nej okrem rastlín možno aj maľby/ aktuality.sk
- Babie leto či vianočné trhy – Košice sú krásne v každom období. Pohostinnosť aj história lákajú celý rok / zena.pravda.sk
- Košické Rodošto odкрýva život a smrť Františka II. Rákocziho. Najväčším lákadlom je orientálne ladená jedáleň / aktuality.sk
- Košice sú skvelou destináciou, zatienia aj mnohé európske metropoly / zoznam.sk
- Temperamentné Košice / Noviny do pohody - print

- Temperamentné Košice / Rytmus života - print
- Divoké Košice / Chvilka pre Teba - print
- Spoznajcie Košice a zažite ich energiu: Tipy, čo vidieť v metropole východu aj za víkend / aktuality.sk
- Plávajúca fontána v Košiciach teší miestnych aj turistov. Spotreba energie sa vyrovná rýchlovarnej kanvici / aktuality.sk
- Motýle, kaktusy aj slovenské umenie - botanická záhrada v Košiciach je lákadlo pre malých aj veľkých a perfektné miesto na letnú návštevu / pravda.sk
- Klasický aj moderný štýl v metropole východu/ Varecha - print

Zo zahraničných propagácií sa v roku 2023 v rámci prezentácie v Budapešti promoval Košický detský pas formou PR článkov na 7 maďarských online portáloch.

Z dvoch maďarských infociest, ktoré sa v roku 2023 organizovali máme spolu 9 mediálnych výstupov v printových, onlinových médiach aj TV výstupy.

Z poľskej infocesty máme zverejnených 6 článkov s tematikou City Break.

V českej televízii na ČT ŠPORT bol odvysielaný diel o Košických trailoch, ktorý produkčne vznikol na prelome 2022 a 2023 v spolupráci s ABOND.

"Magické a prekvapivé Košice", s takýmto názvom vyšiel 11. diel relácie **Tajomstvá Slovenska**, ktorú sme natáčali v spolupráci so SLOVAKIA TRAVEL a TA3 začiatkom novembra. Relácia bola vysielaná v premiére 21.novembra a v následných dvoch reprízach. Ak ste diel o Košiciach a Košickom regióne nestihli vidieť v televízii, prinášame Vám odkaz na archív televízie TA3.

5.4. Propagačné materiály

V rámci širokej škály marketingových aktivít a prevažujúcich online aktivítach nezapúdame ani na tlačene verzie letákov, brožúr a máp, ktoré sú neoddeliteľnou súčasťou komunikácie s návštevníkmi v Infopointe, na absolvovaných stretnutiach, veľtrhoch, výstavách a prezentáciách, ale aj skvelou formou propagácie a distribúcie priamo v členských subjektoch. V roku 2023 vzniklo niekoľko nových tlačovín, ale aj jazykových mutácií už existujúcich a osvedčených formátov. Tematicky sme sa zamerali na tlačoviny k produktu Košický detský pas a City Break, vo forme letákov a brožúr.

- | | |
|---|-------------------|
| • Košický detský pas v maďarskom jazyku | v počte 3 000 ks |
| • Košický detský pas v poľskom jazyku | v počte 3 000 ks |
| • Omaľovánka Košický detský pas | v počte 10 000 ks |
| • Bulletin Košická noc múzeí a galérií | v počte 10 000 ks |
| • TOP 7 leták v poľskom jazyku | v počte 15 000 ks |
| • Leták Košický detský pas | v počte 10 000 ks |
| • Navštívte Košice / City Break SK | v počte 15 000 ks |
| • Navštívte Košice / City Break EN | v počte 15 000 ks |
| • Navštívte Košice / City Break PL | v počte 15 000 ks |

5.5. Newslettre pre 2 cieľové skupiny: rodiny s deťmi a páry

Aby sme ešte viac priblížili rozmanitú ponuku mesta potenciálnym návštevníkom z publika našich členov a zvýšili tak záujem o návštevu Košíc, pripravili sme pre členskú základňu dva digitálne informačné letáky s praktickými informáciami a ponukou programu v Košiciach. Obsah letákov sme prispôbili najčastejšie kladeným otázkam a požiadavkám návštevníkov Visit Košice Infopointu, vďaka čomu, veríme, že materiály dokážu osloviť širokú škálu odberateľov a sledovateľov.

Digitálne pdf s témami City break a Košický detský pas je možné priložiť do členských pravidelných newsletterov, či pripojiť ako prílohy k mailovej komunikácii.

5.6. SEO článok

V zmysle rozšírenia posolstva Košíc ako živého mesta a zlepšovania zážitku z návštevy aj naďalej zapracúvame užívateľské riešenia na web www.visitkosice.org. Dôležitou súčasťou zvyšovania relevancie web stránky je tzv. SEO optimalizácia, vďaka ktorej sa pri vyhľadávaní kľúčových slov v prehliadačoch zobrazia informácie z nášho webu medzi prvými.

Pripravili sme pre členov všeobecný článok o destinácii Košice, ktorého umiestnením na členských webových stránkach pomôžeme spoločne návštevníkom a užívateľom na webe dostať sa k vyhľadávaným informáciám o Košiciach rýchlo a jednoducho.

6. Podujatia

6.1. Košická noc múzeí a galérií

Už tradične sa druhú májovú sobotu konalo podujatie Košická noc múzeí a galérií, ktorú marketingovo podporila organizácia Visit Košice. Podujatie malo opäť výbornú návštevnosť, **počet predaných lístkov bol 6 591.**

Vďaka dobre nastavenej komunikačnej kampani sme spolu s marketingovou agentúrou naplnili všetky nastavené ciele. Na sociálnej sieti sme prostredníctvom Facebook podujatia priamo oslovili celkovo 3 100 ľudí, čo je 141% nárast oproti minulému roku. Na stránky s programom podujatia sme prilákali 5 441 unikátnych užívateľov, a celkovo sme zasiahli našou komunikáciou **155 632 užívateľov**, čo je o 259% viac, ako sme mali nastavený cieľ.

Súčasťou kampane bola aj tematická infocesta, ktorú sme realizovali s influencerkou Ema Fajnor (49 500+ sledovateľov), ktorá svojimi príbehmi pokrývala celý priebeh podujatia. Jej príbehy mali dosah cez **8 000 užívateľov** prevažne z Bratislavy a Prahy. Video formát, ktorý v jednej minúte zhrnul Emine zážitky a atmosféru podujatia mal už 48 hodín po zverejnení **viac ako 42 500 videní**. Bez ďalšej platenej propagácie je to naše historicky tretie najúspešnejšie video na Instagrame.

Podujatie sme okrem onlinových aktivít doplnili aj o praktickú tlačенú verziu programového bulletinu.

6.2. Zasadnutie pracovnej komisie pre podporu kľúčových podujatí

Dňa 17. mája sa uskutočnilo prvé stretnutie Pracovnej komisie pre podporu kľúčových podujatí. Na stretnutie boli pozvaní viacerí zásadní organizátori podujatí a účastníci cestovného ruchu v Košiciach.

Prioritným programom stretnutia bolo predstavenie Scorecardu pre prerozdelenie prioritizácie podujatí a Zoznamu parametrov hodnotení podujatí.

6.3. Kampaň 3 medzinárodné podujatia

Visit Košice podpísala začiatkom júla 2023 zmluvy s organizátormi 3 nosných podujatí, ktoré bude organizácia podporovať za účelom zvýšenia atraktivity daných podujatí a podpory návštevnosti a turizmu v meste Košice. Jedná sa o podujatie Medzinárodný maratón mieru vo výške 96 000,00€, Medzinárodné cyklistické preteky Okolo Slovenska vo výške 48 000,00€ a Majstrovstvá sveta v orientačnom behu veteránov WMOC vo výške 57 600,00€. Tieto finančné zdroje sme získali na základe uznesenia Mestského zastupiteľstva v Košiciach, ktoré sa konalo dňa 27.4.2023, kedy bol schválený programový rozpočet na rok 2023. V rámci tohto rozpočtu bolo pre našu organizáciu schválených 201 600,00€.

Pri príležitosti podpory týchto podujatí a v rámci propagácie kalendára podujatí na web stránkach visitkosice.org sme okrem onlinovej pripravili aj outdoorovú kampaň na území Košíc. Cieľom bolo odprezentovať kalendár podujatí ako hlavný informačný kanál o tom, čo sa v meste deje. Od 27.6.2023 sme spustili reklamu na citilightových plochách, a od 1.7.2023 sme spustili aj billboardovú kampaň. Nadväzovala rádiová kampaň a, samozrejme, online kampaň podporená kreditom.

Online kampaň zasahovala celé Slovensko, výrazne sme sa však zamerali na podporu cielenia na Košičanov. Kampaňové aktivity sme spustili 1. júla a na základe ich úspešnosti v nich pokračujeme doteraz. K 30. septembru na META platforme evidujeme viac ako **560 000 impresií, viac ako 3 500 preklikov na web**. V rámci Google Display Network kampaní sme dosiahli takmer **4 milióny impresií** a viac ako **21 000 preklikov na web** s priemernou cenou za preklik 0,05€, čo hovorí o vysokej efektívite využitia finančných prostriedkov.

6.4. Online kampaň Slavia Praha

Kampaň „Slavia Praha“ predstavuje nový formát kampaní, ktoré by sme radi implementovali do našich marketingových aktivít. Samotné plánovanie sa síce môže javiť ako problematické, keďže ide o ad hoc aktivity, ktoré nám v priebehu roka prihrávajú rôzne okolnosti. Tentokrát bol takouto príležitosťou zápas SC Dnipro-1 a Slavia Praha. Ku kampani sme vytvorili 3 rôzne reklamné formáty, ktoré sme zacieleni na Prahu na tri rôzne cieľové skupiny. Komunikovali sme aké možnosti v Košiciach fanúšikovia majú, aby vedeli svoj čas

využiť čo najefektívnejšie. Za 5 dní nám kampaň priniesla celkovo takmer 200 000 impresií, 116 000 unikátnych oslovených a 1 617 preklikov na web www.visitkosice.org.

6.5. Video a online kampaň Ikony košickej architektúry

Od októbra v Prahe prebiehajú oslavy 30. výročia vzniku samostatných republík. Mesto Košice nás na jar tohto roka oslovilo s príležitosťou spolupodieľať sa na výstave s názvom *Česká a slovenská architektúra*, ktorá je súčasťou osláv, a na ktorej dostali Košice samostatný priestor. Spoluprácu sme prijali vo forme spolufinancovania prezentačného videa o modernej košickej architektúre. Výstava sa uskutočnila od 10. októbra do 30. novembra v Jízdárni Pražského hradu.

Pri tejto príležitosti sme v čase trvania výstavy spustili samostatnú kampaň s názvom Ikony košickej architektúry, cielenú práve na Prahu a okolie, ktorou sme pozývali potenciálnych návštevníkov do Košíc. Kampaň podporuje letecké spojenie Praha – Košice.

V rámci kreatívy sme vytvorili statické i dynamické vizuály, ktoré komunikovali naše architektonické ikony ako OD Urban, Kasárne/ Kulturpark, Dom Umenia a ďalšie. Video, popis lokalít a mapu architektonických stavieb (v slovenskom, českom a anglickom jazyku) nájdete v odkaze nižšie.

Vďaka správne mu cieleniu a vhodne zvoleným formátom sme dosiahli 10 038 návštev na webe zazikosice.sk (KPI 5000) a 1 574 755 impresií (KPI 1 000 000). Kampaň popri zvyšovaní poznateľnosti nášho mesta ako vhodnej destinácie pre turistické ciele Pražákov, linkovala záujemcov priamo na website Ryanairu, na nákup leteniek Praha - Košice.

6.6. Prezentácia hodnotiaceho systému podujatí

Téme podujatí sa venujeme nielen v zmysle online kampaní ale aj strategických krokov. Okrem práve prebiehajúceho prieskumu trhu, v ktorom zisťujeme potenciál či poznateľnosť kľúčových podujatí v meste, sme sa pred niekoľkými týždňami zúčastnili stretnutia s predstaviteľmi mesta Košice, kde sme odprezentovali nami pripravený systém hodnotenia malých a stredných podujatí.

Tento systém má za cieľ objektívne vyhodnocovať potenciál a výšku marketingovej podpory pre malé a stredné podujatia. Jeho prvú verziu si aj s popisom môžete prezrieť kliknutím na tlačidlo nižšie. V ostrej prevádzke budeme tento systém testovať už v budúcom roku a postupne tak upravovať a vylepšovať jeho jednotlivé časti.

6.7. Citylightová kampaň

V spolupráci s mestom sa nám opäť podarilo zrealizovať citylightovú kampaň v mesiaci december, kedy nám sprístupnili na propagáciu 21 city lightových plôch na obdobie dvoch týždňov. Tentoraz bola kampaň zameraná na propagáciu Kalendára podujatí na našej webovej stránke v kontexte vianočného mesta.

6.8. Vianočná kampaň na sociálnych sieťach

V spolupráci s mestom sa nám opäť podarilo zrelizovať citylighttovú kampaň v mesiaci december, kedy nám sprístupnili na propagáciu 21 city lightových plôch na obdobie dvoch týždňov. Tentoraz bola kampaň zameraná na propagáciu Kalendára podujatí na našej webovej stránke v kontexte vianočného mesta.

7. Visit Košice Infopoint

V priebehu predchádzajúcich kalendárnych mesiacov sme v rámci Visit Košice Infopointu zaznamenali významný prírval návštevníkov, ktorý bol charakterizovaný rôznorodým a aktívnym záujmom o mesto. Za sledované obdobie sme dosiahli **celkový počet 20 432 návštevníkov**, pričom najčastejšími návštevníkmi boli malé skupiny a rodiny. **Zahraničných návštevníkov bolo 5 524**. Tento významný počet návštevníkov Infopoint Visit Košice jednoznačne odzrkadľuje postupný vzostup Košíc ako atraktívnej turistickej destinácie, a to nielen pre návštevníkov zo Slovenskej republiky, ale aj pre cestovateľov z rôznych kútov sveta.

Významným aspektom tejto návštevnosti je jej medzinárodný charakter, pretože približne štvrtina všetkých príchodých pochádza zo širokej medzinárodnej škály. Tento fakt jasne potvrdzuje, že Košice dokážu zaujať cestovateľov, ktorí sú ochotní objavovať kultúrne, estetické a historické krásy tohto unikátneho mesta.

Čo sa týka Košického detského pasu, návštevnosť ukázala, že najväčší záujem oň bol u návštevníkov vo veku od 4 do 10 rokov, ale zároveň sme si všimli záujem aj starších návštevníkov.

7.1. Štatistické vyhodnotenie dát z Visit Košice Infopoint

V sledovanom období roka 2023 sme identifikovali rôzne typy návštevníckych skupín. Najpočetnejšou skupinou boli "Skupiny" s 7 818 návštevníkmi nasledované "Rodinami" s 5 117 návštevníkmi. Pohlavie hralo tiež významnú úlohu, pričom sme v tomto období zaznamenali výrazne viac ženských návštevníkov - celkovo 11 481, v porovnaní s počtom mužov, ktorých bolo 8 951.

Zaujímavé sú aj vekové kategórie návštevníkov. Najväčší počet návštevníkov patrí do vekovej kategórie do 40 rokov. Veková kategória do 20 rokov má zastúpenie 4 452 návštevníkov, pričom časť z nich mala alebo si vyzdvihla Košický detský pas. Ďalšie vekové kategórie zahŕňajú 3 351 návštevníkov vo veku do 30 rokov, 4 360 návštevníkov vo veku do 40 rokov, 3 712 návštevníkov vo veku do 50 rokov a 4 557 návštevníkov nad 50 rokov.

Celkovo sme za sledované obdobie zaznamenali najväčšiu návštevnosť z Košického kraja. Okrem toho sme boli svedkami zvýšeného záujmu o mesto aj zo strany návštevníkov z Bratislavského, Prešovského, Žilinského a Banskobystrického kraja. Toto štatistické vyhodnotenie poskytuje cenné informácie o profile návštevníkov a pomáha nám lepšie porozumieť ich preferenciám a potrebám pri plánovaní a prispôbovaní našich služieb a aktivít v Infopointe Visit Košice.

7.2. Košické detské pasy podľa jazykových mutácií

Detské pasy v jazykoch SK, EN, PL a HU nám pomáhajú zvyšovať povedomie o našom meste medzi návštevníkmi z rôznych krajín. Pomocou týchto pasov môžeme ponúknuť návštevníkom rôzne jazykové možnosti, čo zlepšuje ich celkový zážitok z návštevy Košíc. Taktiež tento materiál slúži ako edukačný materiál.

Najviac pasov bolo odovzdaných v jazyku SK (4 009), nasledované EN (1 078), PL (1207) a nakoniec HU (124). Detský pas v jazyku HU má teda najnižšie zastúpenie, aj z dôvodu stiahnutia tejto jazykovej mutácie z Infopointu Visit Košice z dôvodu chýb v preklade. Ohľadne slovenských Košických detských pasov a celkového čísla, je v ňom zahrnuté aj odovzdávanie Košického detského pasu na školy ako edukačný materiál o Košiciach mimo Košíc, pre naše členské subjekty a to hlavne v hoteloch a atrakciách.

7.3. Propagácia a podpora miestnych umelcov

V rámci našich aktivít sme venujeme osobitnú pozornosť propagácii a podpore miestnych umelcov v Košiciach. Naším cieľom nie je len ponúkať návštevníkom jedinečné suveníry a artefakty, ale aj aktívne podporovať miestny tvorivý priemysel a zvýšiť povedomie o umelcoch, ktorí prispievajú k bohatej kultúrnej scéne mesta.

Sme jediným miestom v Košiciach, ktoré aktívne podporuje a predáva diela umelcov a remeselníkov z tohto mesta. Naša snaha je zameraná na posilnenie miestneho tvorivého priemyslu a kultúrneho dedičstva tým, že ponúkame návštevníkom jedinečnú príležitosť spoznať a zakúpiť si diela miestnych umelcov a umeleckých remeselníkov, ktorí prispievajú k bohatej kultúrnej scéne Košíc.

Celkovo sme predali 808 suvenírov, čím sme výrazne podporili miestny tvorivý priemysel. Naša ponuka zahŕňala suveníry od viacerých miestnych umelcov, ktorí svojimi výrobkami prispeli k oživeniu tradičných remesiel a umenia v Košiciach.

Medzi návštevníkmi sme zaznamenali najväčší záujem o suveníry od umelcov ako pán Šomšák, pani Digoňová, pán Slovinský, pani Palejová a kolektív. Ich originálne diela predstavovali pre návštevníkov výraz miestnej kreativity a remeselného umenia, ktoré ich zaujalo a umožnilo im zakúpiť si unikátne suveníry spojené s Košicami.

Osobitnú pozornosť si zaslúžia aj umelci pán Macák a pani Čepišáková, ktorí sa špecializujú na hrnčiarske umenie. Ich suveníry reprezentovali tradičnú remeselnú zručnosť a kvalitu a prispeli k zachovaniu a oživeniu tradičného remesla v Košiciach.

Celkovo sme sa snažili prostredníctvom predaja miestnych suvenírov podporiť umelcov a remeselníkov v Košiciach a zvýšiť povedomie o ich tvorivosti. Týmto spôsobom sme prispeli k oživeniu miestneho kultúrneho života a umožnili návštevníkom odniesť si domov unikátne kúsky spojené s touto krásnou slovenskou destináciou.

7.4. Multimediálna miestnosť

V rámci Infopointu Visit Košice aj naďalej prevádzkujeme multimediálnu miestnosť, ktorá slúži ako platforma na prezentáciu umeleckých diel a kreatívnych projektov. Počas jedného z našich významných podujatí, Biela noc, sme mali tú česť predstaviť dielo od talentovaného autora Richarda Kittu v roku 2022. V roku 2023 počas Biela noci bola prezentácia diela s názvom "O ľuďoch a o Zemi" od umelca Kriss Sagan. Toto dielo nás prenieslo do fascinujúcej ríše umeleckého vyjadrenia a hlbokých myšlienok. Bola to

príležitosť pre návštevníkov ponoriť sa do umeleckého myslenia a reflektovať nad témami spojenými s ľuďmi a našou planétou. Multimediálna miestnosť v Infopointe Visit Košice zostáva platformou pre umelecké inovácie a diskusie o umení, ktoré zdôrazňujú dôležitosť kreativity v našom meste.

7.5. Koncepcie interaktívnej video inštalácie

V spolupráci so spoločnosťou Oficina pripravujeme novú imerzívnu virtuálnu prehliadku Košických atraktivít, atraktívne interaktívne dielo s väzbou na Košice v koncepcnej alebo vizuálnej rovine v priestoroch Visit Košice Infopoint. Toto dielo bude poskytovať možnosť presahu výstavného priestoru formou interakcie cez qr-kódy s cieľom komunikácie/propagácie návštevy inštalácie.

7.6. Aktivity Infopoint Visit Košice

Začiatkom roka sme začali intenzívne pracovať na príprave letnej turistickej sezóny v Košiciach. Po dôkladnom výskume sme identifikovali, že zahraniční návštevníci, najmä z Českej republiky, Maďarska, Veľkej Británie a Nemecka, prejavujú zvýšený záujem o turistické atrakcie mesta. Preto sme sa rozhodli aktívne propagovať Košický detský pas a jeho jedinečné výhody pre deti a rodiny. Súčasťou na prípravu bola aj snaha o ďalšie jazykové variácie Košického detského pasu a momentálne ich máme 4. Teda slovenský, poľský, anglický a maďarský jazyk.

S cieľom zvýšiť povedomie o Košickom detskom pase a lákať návštevníkov, sme ho prezentovali na viacerých veľtrhoch cestovného ruchu, čím sme dosiahli väčšiu expozíciu a záujem o pas.

Počas roku 2023 sme spolu s kolegami z Infopointu a maskotom Bukim vytvorili niekoľko videí a fotografií na rôzne témy. Vytvorili sme príbeh a natočili video o tom, ako maskot Buki posielal deťom domov Košický detský pas. Zároveň vyzval deti, aby čítali knihy v Knižnici pre mládež, ktorá oslavovala svoje 10. výročie a boli sme toho súčasťou. Buki navštívil aj niektoré členské subjekty, ako napríklad Historickú detskú železničku, a zúčastnil sa podujatí konajúcich sa na Hlavnej ulici - polmaratón, Okolo Slovenska alebo Medzinárodné majstrovstvá v orientačnom behu veteránov. V rámci ďalších športových aktivít sme spolu s Bukim korčuľovali na mestskom klzisku, lyžovali na Jahodnej a splavovali Hornád spoločne s Rozlomitami a Splavujeme.sk. Pripravili sme tiež vianočnú pozvánku a spoločne s maskotom Bukim sme pozvali deti do Košíc na Vianočné trhy, aby si mohli vychutnať krásy mesta Košice aj v zime.

Počas sezóny sa maskot Buki pohyboval po Hlavnej ulici, kde sa s ním deti fotili. Pozýval ich do rôznych subjektov, kde sa môžu vzdelávať, hrať alebo športovať.

Naši kolegovia z Infopoint Visit Košice taktiež vytvárali obsah pre "príbehy" na Instagrame, zamerané na „živé mesto“ Košice. Aktívne sme informovali návštevníkov aj domácich obyvateľov o aktuálnom dianí na Hlavnej ulici, ako aj v divadlách, múzeách, športoviskách a ďalších miestach poskytujúcich služby pre návštevníkov.

