

Výročná správa OOCR Visit Košice

OOCR Visit Košice 2024

ZÁKLADNÉ ÚDAJE O ORGANIZÁCI

Visit Košice je oblastná organizácia cestovného ruchu založená na základe Zákona č. 91/2010 o podpore cestovného ruchu zapísaná v registri OOCR Ministerstva cestovného ruchu a športu SR, sekcia *destinačného manažmentu a podpory cestovného ruchu* 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 Restaurant	Reštaurácie, vinotéky, bary, kaviarne
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	7
Poskytovatelia reštauračných služieb	11
Vinotéky, bary, kaviarne	4
Atraktivity a podujatia	35
Dopravcovia	2
Incomingové cestovné kancelárie a agentúry	2
Medzisektorové spolupráce a iné	8
Aktuálny počet členov OOCR Visit Košice	70

1. Projekty a administratíva

1.1. Štátna dotácia z Ministerstva cestovného ruchu a športu SR

Vyúčtovanie projektu Štátnej dotácie a účtovná uzávierka s auditom

Dňa 13. februára 2024 sme odoslali vyúčtovanie projektu Štátnej dotácie s názvom *Košice Živé Mesto 2023*, ako aj vyúčtovanie kapitálových výdavkov k projektu. Zároveň sme zaslali aj disk s plneniami za jednotlivé podaktivity. Dotáciu, ktorá nám bola schválená v oboch projektoch, sme celkovo vyčerpali.

Ku koncu mesiaca február sme ukončili účtovnú uzávierku za rok 2023 spolu s jej auditom.

Podanie projektu Štátnej dotácie na rok 2024

V mesiaci marec sme podali projekt Štátnej dotácie pre rok 2024 **v celkovej výške 296 550€**. Projekt nám bol schválený v plnej výške.

1.2. Projekty

EÚ ERASMUS+ Projekt Off the beaten Track

Projektové stretnutie a záverečná konferencia k projektu Off the Beaten Track

Tím Visit Košice sa v polke januára zúčastnil **záverečného projektového stretnutia projektu Off the beaten Track** v meste jedného z partnerov, a to v Tallinne. Projekt sme ukončili záverečnou konferenciou, ktorá niesla názov *Culture and Creativity: Women Powering Tourism Transformation*.

EÚ COSME Projekt CulTourData

Projektové stretnutie a záverečná konferencia projektu CulTourData

Začiatkom januára vyvrcholila naša dvojročná cesta s projektom CulTourData, ktorú zavŕšila dvojdňová odborná konferencia zameraná na EHMK a zbere dát v nemeckom meste Chemnitz. Na konferenciu sme za Slovensko prizvali dvoch odborníkov. Iveta Niňajová, uznávaná autorita v oblasti cestovného ruchu na Slovensku, sa podelila o neoceniteľné postrehy z pohľadu Visit Košice a EHMK Košice 2013. Druhým odborníkom, ktorého sme na konferenciu prizvali, bol Branislav Kršák, odborný garant projektu a odborník na zber dát v cestovnom ruchu. Jeho rozsiahle znalosti a nasadenie boli kľúčové pri usmerňovaní celej iniciatívy CulTourData.

Koncom mesiaca január sme všetkým 14 úspešným slovenským projektom vyplatili sľúbený grant vo výške 7 000€.



Vyúčtovanie EÚ projektov CulTourData a Off the beaten Track

Ku koncu januára 2024 sme ukončili aktivity oboch EÚ projektov, ktorých bola organizácia Visit Košice partnerom. Počas februára sme pripravovali finančné aj obsahové vyúčtovanie, ktoré sme ku koncu mesiaca úspešne odovzdali.

Workshop Crisis Management and Governance in Tourism

Visit Košice malo zastúpenie v účasti na projekte Krízový manažment a riadenie v cestovnom ruchu vďaka organizácii a financovaniu EISMEA. 55 vybraných príjemcov služieb z 21 krajín dostalo poradenskú podporu a vypracovalo akčné plány na zvýšenie svojej odolnosti a pripravenosti na krízy. Medzi týchto príjemcov patrili organizácie cestovného ruchu na rôznych úrovniach - národnej, regionálnej a miestnej - od národných orgánov cestovného ruchu až po organizácie destinačného manažmentu a priemyselné združenia, pričom každá z nich mala jedinečný profil a zodpovednosť.

Tím Visit Košice sa zúčastnil na seminári zameranom na **krízový manažment a riadenie v cestovnom ruchu**, ktorého cieľom bolo zlepšiť riadenie ekosystému cestovného ruchu EÚ tým, že sa stane odolnejším a lepšie pripraveným na odolávanie krízam, ich riadenie a zmierňovanie. Workshop viedol Tomáš Gajdošek z Univerzity Mateja Bela. Aktívna účasť nášho tímu na tomto transformačnom seminári odráža **náš záväzok zostať na čele najlepších postupov v odvetví**. Získané poznatky nepochybne zvýšili a aj naďalej budú zvyšovať našu schopnosť orientovať sa vo výzvach a prispievať k odolnosti tohto dynamického odvetvia.

V rámci projektu bolo zverejnených niekoľko výstupov užitočných pre zainteresované strany a tvorcov politík v oblasti cestovného ruchu.

Podanie EÚ projektu O-CITY

V mesiaci február sme s konzorciom partnerov po druhýkrát podali medzinárodný projekt v schéme Erasmus+ s názvom O-CITY ACADEMY, ktorý v prvom termíne neprešiel. 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 či manažmentu dát (big data, analýza, integrácia, interoperabilita a i.).

Podanie projektu Interreg Central Europe

V priebehu decembra 2024 sme spolu s medzinárodnými partnermi z Česka, Poľska a Rakúska podali projekt Interreg CE s názvom ***Tourism Data Space for Regional Innovation and Sustainability***.

Projekt rieši výzvy cestovného ruchu prostredníctvom bezpečných digitálnych platforiem, ktoré integrujú dáta z turizmu, mobility a regionálneho rozvoja. Projekt podporuje medziodvetvovú spoluprácu a participatívnu správu pre udržateľné a inkluzívne riešenia.

Hlavné inovácie:

Cezhraničná správa dát: Bezpečné zdieľanie dát a spolupráca.

Monitorovanie turistických tokov: Lepšie riadenie návštevníkov a efektívne využitie zdrojov.

Prediktívne analýzy: Prispôsobenie verejných služieb turistickému dopytu.

Dátové priestory: Bezpečné rámce na zdieľanie a integráciu dát medzi organizáciami.

Cieľové skupiny:

Samosprávy: Nástroje na rozhodovanie a plánovanie.

Turistické organizácie: Lepší manažment a trhové analýzy.

Komunity: Vyvážený rozvoj a zlepšenie služieb.

Regionálni aktéri: Posilnenie spolupráce a zdieľania dát.

Prínos pre Visit Košice a partnerov:

Projekt prináša moderné nástroje na riadenie turizmu, zlepšuje udržateľnosť a podporuje cezhraničnú spoluprácu. Členovia organizácie získajú prístup k inováciám, ktoré zvýšia ich efektivitu a posilnia partnerstvá. Projekt pomôže Visit Košice reagovať na výzvy cestovného ruchu a zlepšiť služby pre návštevníkov aj miestnych obyvateľov.

2. Spolupráce

2.1. Podujatie Prínosy cestovného ruchu v Košiciach

Na podnet Predstavenstva Visit Košice s ohľadom na situáciu nášho členského subjektu mesta Košice, sme 19. februára zorganizovali podujatie **Prínosy cestovného ruchu v Košiciach**, ktoré bolo určené predovšetkým poslancom mestského zastupiteľstva. Cieľom podujatia bolo vytvoriť **príležitosť na priamu komunikáciu poslania OOCR Visit Košice a jej členov**.

Toto stretnutie poskytlo platformu pre prezentáciu a vzájomnú výmenu informácií týkajúcich sa našich kolektívnych úspechov v oblasti zvyšovania návštevnosti, informovanosti návštevníkov a domácich obyvateľov o diverzite a príležitostiach, ktoré mesto Košice ponúka. Zároveň bolo príležitosťou k prezentácii ekonomického prínosu našej organizácie a k detailnému predstaveniu našej členskej základne a jej úloh v rámci stratégií propagácie mesta Košice.

2.2. Spolupráca so Slovenskou asociáciou cestovných kancelárií a agentúr

Podujatie KICK SACKA a fam trip pre členov SACKA

Počas februára sa v Košiciach organizovalo podujatie KICK SACKA, stretnutie a workshop inomingových touroperátorov. Organizácia Visit Košice sa stala hrdým partnerom podujatia a v prvý deň pripravila program pre **networkingový večer**, kde mali možnosť svoje aktivity odprezentovať aj členovia Visit Košice. Druhý deň pokračoval aj významným stretnutím členov SACKA spolu s predstaviteľmi novovzniknutého Ministerstva cestovného ruchu a športu, SLOVAKIA TRAVEL a zástupcami AOCR. Počas posledného dňa programu zástupcovia týchto profesijných združení slávnostne podpísali **Memorandum o spolupráci**. Dvojdňové podujatie bolo zavŕšené **fam tripom pre slovenské inomingové agentúry**, kde sme v priebehu pol dňa odprezentovali to najlepšie z Košíc. Spätná väzba ukázala, že podujatie aj fam trip dopadli na výbornú a Košice sa odprezentovali vo veľmi dobrom svetle.



2.3. Spolupráca s Ministerstvom cestovného ruchu a športu SR

Stretnutie členov Zväzu cestovného ruchu SR

Dňa 12. marca sa konalo prvé **pracovné rokovanie so zástupcami profesijných zväzov a asociácií s Ministerstvom cestovného ruchu a športu Slovenskej republiky** za prítomnosti ministra a štátneho tajomníka pre cestovný ruch. Predstavený bol **zámer Fondu na podporu cestovného ruchu**. AOOCR zastupovala výkonná riaditeľka Visit Košice, Michaela Podoláková.

Odborné stretnutia Ministerstva cestovného ruchu a športu SR

Koncom roka sme sa zúčastnili dvoch pracovných odborných stretnutí Ministerstva cestovného ruchu a športu SR.

II. ročník odbornej konferencie o cestovnom ruchu s podtitulom: **OOOCR A KOOCR AKO ZDROJE FINANCOVANIA A ROZVOJA CESTOVNÉHO RUCHU V REGIÓNOCH** sa konal v Smrdákoch. Následne sa ďalšie stretnutie organizovalo v Liptovskom Mikuláši. Obe stretnutia boli zamerané prioritne na tému usmernenia k vyúčtovaniu štátnej dotácie za rok 2024 a tému podávania kooperačných projektov štátnej dotácie na rok 2025.

2.4. Spolupráca so SLOVAKIA TRAVEL

Prezentácia Košíc na národnej úrovni vďaka SLOVAKIA TRAVEL

Vďaka organizácii SLOVAKIA TRAVEL a jej aktívnej účasti na veľtrhoch a B2B prezentáciách v zahraničí boli Košice v roku 2024 stále spomínané a prezentované tam, kde organizácia Visit Košice nemala možnosť účastniť sa fyzicky. Zástupcovia SLOVAKIA TRAVEL v prvých mesiacoch roka odprezentovali okrem iných aj destináciu Košice na **veľtrhu cestovného ruchu v Dubline, na MCE Central & Eastern Europe v Salzburgu a na podujatí Conventa v Ľubľane**.

S organizáciou SLOVAKIA TRAVEL úzko spolupracujeme, a to aj pri prípravách samotných podkladov k prezentáciám na daných trhoch.

Prezentácia pre novinárov v Budapešti

Začiatkom apríla sme v Slovenskom inštitúte v Budapešti predstavili maďarským médiám destináciu Košice. Pridali sa k nám aj zástupcovia z Košice Región Turizmus, vďaka čomu sme predstavili komplexnú ponuku našich destinácií na nadchádzajúcu sezónu. Návštevníkov z Maďarska sme touto prezentáciou plnou novinek a konkrétnych tipov motivovali k návšteve mesta prostrdníctvom ponuky kultúrnych Košíc a aktivít, ktoré s touto témou súvisia.



Prezentácia pre novinárov vo Varšave

Prezentáciu plnú tipov, ako si užiť čas strávený v Košiciach, sme 22. mája odprezentovali aj poľským novinárom, a to počas podujatia organizovanom agentúrou SLOVAKIA TRAVEL na Slovenskom inštitúte vo Varšave, v srdci Starého mesta. Prezentácie sa zúčastnilo **viac ako 25 novinárov** a okrem nás svoje destinácie odprezentovali aj Vysoké Tatry, Liptov, Gemer, Levočská dolina a Asociácia slovenských kúpeľov. Po oficiálnych prezentáciách nasledoval živý networking s poľskými novinármi.

Účasť na vzdelávacom webinári SLOVAKIA TRAVEL

Pracovníci Visit Košice sa počas apríla zúčastnili online vzdelávacieho webinára SLOVAKIA TRAVEL na tému **Produkt cestovného ruchu a príklady dobrej praxe zo Slovenska a zahraničia**, ktorý prispel k rozširovaniu obzorov v rámci aktivít cestovného ruchu na Slovensku.

Workshop s nemeckými touroperátormi v Berlíne

Vďaka SLOVAKIA TRAVEL sme mali možnosť stretnúť sa s **nemeckými touroperátormi a odprezentovať im jednotlivé destinácie na Slovensku**. Príjemný večer, formou one-to-one stretnutí sa konal na Slovenskej ambasáde v Berlíne. Podujatie bolo doplnené slovenským jedlom a degustáciou slovenských vín. Večer bol ukončený tombolou zaujímavých cien, ktoré poskytli jednotlivé destinácie.

Košice ako destinácia zaujali väčšinu touroperátorov, vďaka čomu mnohí z nich zvažujú organizáciu inšpekčnej cesty. Nemecký trh je pre nás ako destináciu zaujímavý, aj napriek chýbajúcej priamej leteckej linky do Nemecka. Počet návštevníkov má však stúpajúcu tendenciu a stále patrí do prvej päťice krajín podľa návštevnosti.

Celoslovenská konferencia cestovného ruchu v Šamoríne

12. a 13. septembra sme sa zúčastnili **Celoslovenského stretnutia cestovného ruchu v Šamoríne**, ktoré bolo organizované národnou organizáciou cestovného ruchu **SLOVAKIA TRAVEL**. Stretnutia sa zúčastnilo **Ministerstvo cestovného ruchu a športu SR, Asociácia organizácií cestovného ruchu, Asociácia hotelov a reštaurácií Slovenska, Slovenská asociácia cestovných kancelárií a cestovných agentúr a zástupcovia krajských a oblastných organizácií cestovného ruchu**.

Prioritou stretnutia bola prezentácia aktivít všetkých oddelení SLOVAKIA TRAVEL, prezentácia zmien pri vyúčtovaní aj podávaní projektu štátnej dotácie pre budúci rok, a samozrejme nechýbali ani príklady dobrej praxe z jednotlivých KOČR a OOCR. Neodmysliteľnou súčasťou bola aj diskusia s odborníkmi, kde Asociáciu organizácií cestovného ruchu zastúpila výkonná riaditeľka Visit Košice, Michaela Podoláková. Nechýbal ani dôležitý networking všetkých zúčastnených stakeholderov cestovného ruchu na Slovensku.



Fam trip zahraničných touroperátorov

Touroperátori z celej Európy v septembri navštívili východné Slovensko, pričom dva a pól dňa zo svojej návštevy strávili práve v Košiciach. Fam trip pre touroperátorov z Dánska, Veľkej Británie, Írska, Litvy, Lotyšska a Českej republiky zorganizovala organizácia **SLOVAKIA TRAVEL**. Vďaka tejto spolupráci sme destináciu odprezentovali podľa potrieb danej klientely a veríme, že Košice zanechali pozitívny dojem, vďaka ktorému sa Košice a ostatné časti východného Slovenska zaradia do ponuky týchto touroperátorov.

Natáčanie relácie Tajomstvá Slovenska

Aj v roku 2024 sa Košice stali hlavnou témou jednej z epizód relácie Tajomstvá Slovenska, ktorú už druhý rok pripravila **televízia TA3 v spolupráci s organizáciou SLOVAKIA TRAVEL**. Tentokrát sme sa rozhodli v relácii odprezentovať overený **produkt Košický detský pas** a vďaka tomuto nástroju ukázať divákovi, ako si vedú prakticky a efektívne vyskladať návštevu Košíc. Do Košíc zavítal realizačný tím opäť spolu s moderátorkou Simonou Frantovou, a za zástupcov SLOVAKIA TRAVEL sa natáčania zúčastnili pani Daniela Bezáková a Zuzana Eliášová.

Relácia Prekvapivé Košice a Dolný Zemplín mala **premiéru dňa 22. októbra** a následne bola vysielaná **v až štyroch reprízach**. Premiéra relácie bola odprezentovaná aj tlačovou správou, ktorú vydala agentúra SLOVAKIA TRAVEL a priniesla informácie aj o **návštevnosti Košíc počas letnej sezóny**.



B2B workshopy v zahraničí

Posledný novembrový týždeň sa v spolupráci so zahraničným zastupiteľstvom SLOVAKIA TRAVEL v Maďarsku konali **dva B2B workshopy s touroperátormi**. Prvé stretnutie sa konalo v Budapešti a druhé v rumunskom Kluži. **Na workshopoch našu destináciu zastupovali naši členovia**, subjekty Villa Sandy Resort, Kongres Hotel Roca a touroperátor John the B tour. Zároveň v tom čase našu destináciu zastupoval člen, Kongres hotel Roca aj na B2B workshope v Paríži, ktorý taktiež spoluorganizovala organizácia SLOVAKIA TRAVEL. V Paríži sa Slovensko prezentovalo pod hlavičkou V4 krajín.

2.5. Členstvo v City Destination Alliance

City DNA CEO Meeting v Bruseli

CEO Meeting v Bruseli, podujatie organizované medzinárodnou sieťou City Destination Alliance, na ktorom sme sa zúčastnili v dňoch od **29. do 30. januára 2024** a diskutovali množstvo odborných tém so zástupcami tých najväčších európskych destinácií, keďže na toto podujatie sú pozvaní výhradne len riaditelia významných organizácií cestovného ruchu. Mali sme tak príležitosť aktívne zapájať sa do diskusií a prezentovať silné postavenie nášho mesta, aj napriek tomu, že patríme k tým menším destináciám oproti prísediacemu Amsterdamu či Madridu.

City DNA EÚ Dialog

Toto podujatie organizované medzinárodnou sieťou City Destination Alliance, ktorej sme členom, sa konalo **od 16. do 17. apríla v Bruseli**. Toto podujatie ponúklo príležitosť nahliadnúť do tvorby politik a pripomenkovať nadchádzajúce plány Európskej únie v tvorbe schém na podporu rozvoja cestovného ruchu. Ako už napovedá názov podujatia, išlo predovšetkým o nastavenie dialógu medzi organizáciami odborne pôsobiacimi v cestovnom ruchu a zástupcami EÚ. Účasť na tomto podujatí nám tiež umožnila opakovane stretúť sa s Eurokomisármi, ktorí sú na vedúcich pozíciách týchto výziev.

City DNA konferencia v Bologni

Dňa 24. apríla 2024, počas **medzinárodnej konferencie a valného zhromaždenia City Destinations Alliance (CityDNA) v Bologni**, na ktorej sa zišlo **225 medzinárodných odborníkov z oblasti cestovného ruchu a mestského marketingu**, zvolili členovia združenia nových členov riadiacich orgánov aliancie. **Za členku predstavenstva** tejto významnej medzinárodnej siete bola zvolená aj **výkonná riaditeľka OOCR Visit Košice, Michaela Podoláková**.

Pre Košice je nesmierna pocta, že aj napriek nižšej poznateľnosti destinácie v porovnaní s konkurenciou na európskom trhu, a napriek tomu, že do aliancie sme vstúpili len v minulom roku, naša angažovanosť na doterajších stretnutiach aliancie, ako aj výsledky doterajších aktivít, nám pomohli osloviť hlasujúcich členov natoľko, aby nám zverili dôveru pri rozhodovaní o ďalších krokoch tejto **významnej siete združujúcej 112 mestských destinácií**.

Ako členovia predstavenstva CityDNA budeme naďalej presadzovať spoluprácu a inovácie v rámci destinačného marketingu, podporovať silné partnerstvá a stimulovať príležitosti na rast európskych miest. Prostredníctvom CityDNA spája Visit Košice sily s ďalšími destinačnými organizáciami, kongresovými kancelárkami a mestskými marketingovými organizáciami v celej Európe, čo napĺňa naše poslanie pozdvihnúť profil Košíc a rozvíjať destináciu Košice pre návštevníkov aj ich obyvateľov.



City Card expert meeting v Tallinne

City Card expert meeting v Tallinne, ktoré sa konalo v termíne **od 5. do 7. júna 2024**, sme sa zúčastnili za účelom bližšieho preskúmania fungovania mestských kariet v iných Európskych destináciách. Cieľom bolo nielen sa inšpirovať, ale z dlhodobého hľadiska nájsť najviac vyhovujúci model pre našu mestskú destináciu, ktorý by mohol mať prínos ako pre návštevníkov, tak aj pre obyvateľov Košíc. Súčasťou stretnutia bolo mnoho zaujímavých prezentácií dobrých príkladov z praxe. Stretnutia sme sa zúčastnili ako člen CITY DNA Board, nakoľko mesto Košice ešte nemá aktívnu mestskú kartu.

City Destination Alliance jesenná konferencia v Bruggách

V polovici októbra prezentovala riaditeľka OOCR Visit Košice, Michaela Podoláková, destináciu Košice na **jesennej konferencii a zasadnutí predstavenstva City Destinations Alliance | CityDNA v Bruggách**. Na odbornej konferencii sa zišlo viac ako 270 odborníkov z odvetvia a inovátorov zo 125 destinácií a spoločností. Pod inšpiratívnou témou *Let Pigs Fly* sa konferencia zamerala na riešenie najťažších výziev v odvetví cestovného ruchu prostredníctvom kreativity, odvážneho myslenia a spolupráce.

Konferencia Visitor Experience Expert Meeting

V dňoch **21. až 22. novembra 2024** sa v belgických Antverpách uskutočnilo 11. stretnutie odborníkov na návštevnícku skúsenosť, organizované alianciou City Destinations Alliance (CityDNA). Podujatie sa konalo v historickej budove Het Steen a zúčastnilo sa ho približne 90 odborníkov z oblasti cestovného ruchu z celej Európy. Stretnutie ponúklo účastníkom jedinečnú príležitosť na nadviazanie kontaktov s európskymi kolegami pracujúcimi v turistických informačných centrách (TIC), zdieľanie poznatkov a náhľadov na najnovšie trendy a predvídanie

potrieb návštevníkov. Program zahŕňal panelové diskusie, workshopy a prezentácie zamerané na udržateľný rozvoj mestského turizmu, digitálnu transformáciu a inovatívne prístupy k zlepšeniu návštevníckej skúsenosti. Účasť na tomto podujatí bola pre slovenských zástupcov významnou príležitosťou na získanie nových poznatkov a inšpirácií pre zlepšenie služieb v oblasti cestovného ruchu na Slovensku. Získané skúsenosti a nadviazané kontakty prispievajú k ďalšiemu rozvoju a skvalitneniu návštevníckych služieb v našich mestách.

2.6. Spolupráca s Americkou obchodnou komorou

Účasť na podujatí *Mapovanie potenciálu východného Slovenska*

Dňa 10. apríla sme boli pozvaní na pokračovanie podujatia *Mapovanie potenciálu východného Slovenska*, organizované Americkou obchodnou komorou (AmCham). Podujatie bolo venované jednej zo zásadných tém vybranej z pozičného dokumentu, ktorý sformulovala americká komora, a ktorý bol prezentovaný začiatkom roka 2024. Toto podujatie bolo venované téme ***Soft Landing Institution: Smoothing the Journey for Talent from Abroad***.

Na podujatí odznali viaceré prezentácie odborníkov z rôznych oblastí, ktoré boli ukončené panelovou diskusiou k téme vytvorenia tzv. soft-landing inštitúcie pre zatriktívnenie východoslovenského trhu práce v zahraničí, získavanie informácií o možnostiach práce, bývania a verejných službách, ale aj manažovanie príchodu a adaptácie talentu a pracovnej sily zo zahraničia. Prezentujúcimi boli zástupca spoločnosti Manpower, riaditeľ ÚPSVAR či zástupca organizácie Business Košice, ktorí priniesli zaujímavý odborný vstup k danej problematike. Cieľom podujatia bolo **prepojiť relevantné inštitúcie na jednej platforme a podporiť ich budúcu spoluprácu s ohľadom na potreby trhu práce**.

2.7. Spolupráca s Technickou univerzitou Košice

Ulyseus Summer school

V júli 2024 sme využili príležitosť byť súčasťou **Summer school Technickej univerzity v Košiciach** – týždňa plného inšpirácií a stretnutí s odborníkmi z oblasti urbanizmu a mestského rozvoja. **Podujatie do Košíc prinieslo významných a uznávaných odborníkov z celého sveta**, medzi nimi Carlosa Morena, tvorca koncepcie 15-minútového mesta. Okrem účasti na odbornej konferencii, na workshopoch a prezentáciách sa zástupcovia Visit Košice stali mentormi skupiny zahraničných študentov, ktorí pracovali na jednom z piatich odborných zadaní. Zadanie, ktorému sme venovali pozornosť nieslo názov *Living city*. Skupine študentov sme pripravili program v meste, počas ktorého mohli lepšie navnímať destináciu.

Výsledkom Summer school bola **záverečná prezentácia výstupov jednotlivých pracovných skupín**.

2.8. Spolupráca s Univerzitou Mateja Bela v Banskej Bystrici

Ocenenie katedry cestovného ruchu UMB v Banskej Bystrici

Počas konferencie pri príležitosti 60. výročia založenia katedry cestovného ruchu na Univerzite Mateja Bela bolo OOCR Visit Košice udelené ocenenie katedry cestovného ruchu Univerzity Mateja Bela v Banskej Bystrici, ktoré riaditeľke Michaele Podolákovej udelila vedúca katedry, prof. Ing. Vanda Maráková, PhD. **za spoluprácu a príklad dobrej praxe v manažmente cieľového miesta na Slovensku.**

3. Starostlivosť o členskú základňu

Členom Visit Košice sme aj naďalej v roku 2024 poskytovali členské benefity, prioritne **marketingovú podporu vrátane možnosti zabezpečenia fotografa v teréne** na vopred nahlásené podujatia či účasť na vzdelávacích a networkingových aktivitách. Zároveň členom v spolupráci s DPMK naďalej poskytujeme 50% zľavu na reklamné plochy v DPMK.

V tomto roku sme pre členov vytvorili možnosť vzdelávania sa v ich potrebných oblastiach. Výber tém a lektorov vzdelávacích aktivít bol vytvorený na mieru, na základe potrieb členskej základne. V priebehu roka sme zabezpečili sériu školení a workshopov, ktoré videli kvalitní a renomovaní rečníci a školitelia.

3.1. Vzdelávanie členov

Organizácia Visit Košice organizuje pravidelné vzdelávacie semináre, ktoré pomáhajú členom a partnerom organizácie rozširovať vedomosti a zvyšovať kvalitu svojich služieb, čím zabezpečujeme, aby boli návštevníkom Košíc aj naďalej poskytované zážitky na najvyššej kvalitatívnej úrovni.

Udržateľnosť v praxi cestovného ruchu

Seminár, ktorý viedla Alexandra Madrová z Planet Lover, sa zameral na **udržateľnosť v praxi cestovného ruchu** a ponúkol cenné poznatky o tom, ako môžu aktéri v CR prispieť k zodpovednejšiemu a ekologicky uvedomelejšiemu spôsobu cestovania. Účastníci sa oboznámili s konkrétnymi príkladmi a odporúčaniami, ktoré môžu uplatniť v každodennej praxi.

Ako správne predávať svoje služby

Ďalšie zo série školení viedol Michal Naď, odborník z odvetvia s bohatými **skúsenosťami v hotelierstve a MICE sektore**. Michal sa s účastníkmi podelil o praktické odporúčania a návody ako zvýšiť kvalitu služieb v týchto odvetviach.



Využitie sociálnej siete LinkedIn v praxi cestovného ruchu

V novembri sme zorganizovali ďalší vzdelávací seminár o **efektívnom využívaní sociálnej siete LinkedIn v praxi cestovného ruchu**. Sociálne médiá sa stali základným nástrojom na nadväzovanie kontaktov s publikom a sieť LinkedIn ponúka jedinečné príležitosti na vytváranie sietí, budovanie značky a zdieľanie pôsobivých príbehov v odvetví cestovného ruchu. Seminár sme pre našich členov pripravili v spolupráci s Martinom Volekom zo spoločnosti Volis, uznávaným odborníkom v tejto oblasti.

Využitie umelej inteligencie v praxi cestovného ruchu

Vďaka odborným znalostiam agentúry Volis sme na záverečnom zo štvorice seminárov preskúmali jednu z najdiskutovanejších tém súčasnosti – **využitie umelej inteligencie v praxi cestovného ruchu**. Interaktívny seminár poskytol cenné poznatky o tom, ako môže umelá inteligencia zlepšiť zážitky zákazníkov, zefektívniť prevádzku a podporiť inovácie v odvetví cestovného ruchu.



4. Marketingové aktivity

4.1. Marketingový plán pre rok 2024

Zámerom marketingových aktivít OOCR Visit Košice bolo v uplynulom roku **kontinuálne nadviazať na úspechy z predchádzajúcich rokov a ďalej systematicky a so strategicky riadeným prístupom rozvíjať ich potenciál**. Pokračovali sme v tvorbe zastrešujúceho marketingu, koordinovanej a jednotnej komunikácii voči vybraným cieľovým skupinám, ako aj na podpore komplexných a dlhodobo udržateľných produktov cestovného ruchu. Súčasne sme pracovali na strategických a koncepcných riešeniach pre posilnenie pozície Košíc na konkurenčných trhoch a v úzkej spolupráci s členmi, partnermi organizácie a odborníkmi z rôznych oblastí sme monitorovali vývoj a identifikovali príležitosti pre ďalší rozvoj destinačného marketingu.

Propagačné aktivity sme aj v tomto roku podkladali vždy aktuálnymi dátami, a prepájaním rôznych oblastí, tém a formátov sme vytvárali konzistentné kampane s cieľom naďalej odbúravať mentálne bariéry potenciálnych návštevníkov a podporiť poznateľnosť destinačnej ponuky Košíc. Efektívne prepájanie širokej ponuky a dátovo riadený prístup sa premietli do reálnych výsledkov – opakovaného zvýšenia počtu návštevníkov a predĺženia ich pobytu, čo potvrdili aj štatistiky návštevnosti za rok 2024.

V rámci odpovede na výsledky z prieskumu trhu z roku 2023 a aktuálne výzvy sme výrazne zintenzívnili online komunikáciu – najmä prostredníctvom aktivačných kampaní, a portfólio tematických komunikačných línií sme posilnili o kampaň prioritne zameranú na výletné páry. Prostredníctvom online a offline kampaní, PR výstupov, infociest či účastiach na veľtrhoch a prezentáciách sme pokračovali v budovaní nadnárodne rozpoznateľnej značky Košíc s imidžom živého mesta na domácom aj zahraničných trhoch.

4.2. Rozširovanie destinačnej obsahovej banky

Aj v roku 2024 sme pokračovali v dopĺňaní zdieľanej obsahovej banky. Produkciou nových foto a video materiálov v tomto roku sme reagovali na vznik novej a rozširujúcej sa ponuky či živé dianie v meste, vďaka čomu sme počas roka zabezpečili prezentáciu Košíc prostredníctvom vždy aktuálnych informácií a podnetov pre návštevníka. Každému členovi Visit Košice bola tiež ponúknutá **možnosť využiť služby Fotografa v teréne pre tvorbu foto reportu z vlastného podujatia**, ktorú bolo možné v priebehu roka využiť 2-krát. **Za rok 2024 tak bolo profesionálne nafotených až 275 podujatí, 152 subjektov a tém v destinácii Košice, a vytvorených 38 video výstupov.**

275

podujatí

152

subjektov

38

video výstupov

Vytvorený obsah si zachovával motivačný charakter, pričom sme sa v tomto roku zamerali na cieľovú skupinu **páry a skupiny priateľov so záujmom o relax, aktívne trávenie voľného času a zážitkovú ponuku destinácie**. Naďalej sme tiež vytvárali vizuálne výstupy, ktoré motivovali k návšteve Košíc rodiny s deťmi, a to napríklad formou kampaňového video spotu. Ten dosiahol **vysoký počet zhladnutí a bol vyhodnotený ako najefektívnejší z reklamných formátov danej kampane**.

V zmysle udržateľného prístupu k produkcii marketingového obsahu sme tiež pokračovali v recyklácii a cielenej úprave existujúcich foto a video materiálov. Vďaka systematickej organizácii a triedeniu obsahu v obsahovej banke sme mohli efektívne poskytovať materiály členom organizácie, KOČR, SLOVAKIA TRAVEL a ďalším partnerom, a posilňovať tak jednotnú vizuálnu identitu Košíc aj prostredníctvom týchto partnerov a im vlastných marketingových kanálov.



4.3. Online marketing

4.3.1. Redakčný plán



Počas celého roka nepretržite sme aj v roku 2024 v rámci redakčného plánu cielene budovali **viditeľnosť destinácie Košice** na sociálnych sieťach Facebook a Instagram, tvorbou a cieleňou distribúciou motivačne ladeného obsahu. Obsah sme aj naďalej rozdeľovali prostredníctvom **okruhov záujmu u jednotlivých cieľových skupín** či typu kampane – predovšetkým na aktívnu a udržiavaciu. Naďalej sme pokračovali aj so **zmyslupnou recykláciou existujúceho obsahu** či **distribučnou logikou**, ktorá nám umožňovala pripomínať kľúčové posolstvá destinácie online publiku v relevantných časoch. Redakčný plán sme počas celého roka tvorili s ohľadom na **dôležitosť prezentácie nových aj existujúcich aktivít členských subjektov** organizácie a ich propagáciu v dostatočnom časovom predstihu.

Spolu **529 publikovaných príspevkov** tak **zasiahlo vyše 841 000 používateľov**, pričom **celkový počet ich zobrazení** presiahol **3 962 865**. Vysoká miera zapojenia publika sa odzrkadlila v počte **195 000 interakcií** a **viac než 108 000 kliknutí na odkazy**. 171 príspevkov na oboch platformách bolo venovaných práve podujatiam a živému obsahu v meste.

Napriek obmedzeniam aktivít Informačného centra sa nám podarilo udržať kontinuitu v komunikácii aj vďaka zdieľaniu autentického, živého obsahu priamo z destinácie. Pravidelná prítomnosť v digitálnom priestore tak výrazne prispela k udržiavaniu povedomia o Košiciach ako atraktívnej celoročnej destinácii s výnimočnou atmosférou, najmä počas letných mesiacov a sviatočných období.

841 tisíc **4 milióny** **195 tisíc**

dosah na používateľov

počet zobrazení reklamy

interakcií

108 tisíc

kliknutí na odkazy

529

publikovaných príspevkov

4.3.2. Online kampane

Kampaň Košická noc múzeí a galérií 2024



8. apríla sme v online priestore a na sociálnych sieťach spustili kampaň na podporu podujatia Košická noc múzeí a galérií, ktorá trvala až do 18. mája. Jej hlavným cieľom bolo rozšíriť povedomie o podujatí a programe medzi široké publikum na východnom a strednom Slovensku a podporiť tak samotnú návštevnosť. Pre zasiahnutie čo najširšej skupiny potenciálnych návštevníkov sme využili dáta z minulých ročníkov a do kampane sme zapojili aj efektívne video formáty. Unikátnou novinkou pre jubilejný 20. ročník Košickej noci múzeí a galérií bolo **zapojenie gastro komory do programu**, a to formou špeciálnej večernej ponuky jedál a nápojov pri príležitosti samotného podujatia. Sprievodné online formáty sme tento rok oživilí aj **video pozvánkami** od sprievodcu mestom, Milana Kolcuna, a bývalého prezidenta Slovenskej republiky, Rudolfa Schustera.

Online kampaň dosiahla **11 280 zobrazení programu** prostredníctvom web stránky Visit Košice, dosah na **194 291 používateľov**, **724 991 zobrazení reklamy** celkovo a **8 282 preklikov**.

V spolupráci s Mestom Košice sme podujatie propagovali aj **v mestských novinách V skratke**, pričom noviny boli vydané v apríli ako súčasť bulletinov k Oslavám Dňa mesta Košice. Marketingová kampaň prebiehala aj v MHD, prostredníctvom **200ks plagátov vylepených v prostriedkoch mestskej hromadnej dopravy** po dobu 2 týždňov, a prostredníctvom **19 citylightových plôch**.

6 222

predaných lístkov

11 280

zobrazení online programu

194 tisíc

dosah na publikum

725 tisíc

zobrazení reklamných príspevkov

8 282

preklikov z reklamy

V rámci reklamných formátov sme pre propagáciu podujatia vytvorili **7 000 ks programových bulletinov s mapou** zapojených subjektov, nálepky s QR kódom smerujúcim na digitálnu verziu programu, **personalizované plagáty** s programom jednotlivých subjektov, **plagáty so všeobecným programom podujatia a desiatky digitálnych formátov** pre zapojené kultúrne, umelecké a gastro subjekty. V neposlednom rade sme zabezpečili aj tvorbu audiovizuálnych výstupov vo forme **rozsiahleho foto reportu a krátkeho videa**.

K podujatiu sme vytvorili tlačovú správu, ktorú sme odoslali na Slovenský syndikát novinárov, TASR, Fijet Slovakia a zoznam novinárov, ktorý obsahoval kontakty na rádia, televízie, redakcie, reportérov, novinárov a spravodajstvá. Týmto sme docielili zverejnenie tlačovej správy až na **54 online magazínoch a platformách**. **Rozhovory** sme poskytli Rádiu Šírava, Rádiu Devín a Rádiožurnálu RTVS. Priamo na mieste spracovali **reportáž** aj redaktori TV KOŠICE. Reportáž z Košickej noci múzeí a galérií bola zároveň odvysielaná na portáloch TVNOVINY.sk a NOVINY.sk, čím sme dosiahli širší mediálny zásah.

Vďaka tejto kampani sa nám podarilo dosiahnuť **4 590 predaných lístkov pre dospelého a 1 632 predaných lístkov pre detského návštevníka**.

11 862, 20€

Náklady OOCR Visit Košice spolu

233€

Zárobok Visit Košice Infopointu

Kampaň na podporu medzinárodného podujatia IFF Art Film 2024

Pri príležitosti konania jubilejného 30. ročníka medzinárodného filmového festivalu IFF Art Film v Košiciach sme počas júna v spolupráci s Mestom Košice a organizátormi festivalu spustili **kampaň na podporu návštevnosti samotného podujatia aj Košíc ako cestovateľskej destinácie**.

Súčasťou podporných formátov na platforme META bola aj propagácia destinačného webu www.visitkosice.org, ktorého účelom je prinášať praktické informácie a tipy na ďalšie aktivity a dianie v meste nielen návštevníkom, ale aj samotným Košičanom. Kampaňou sme teda cielili aj na obyvateľov Košického regiónu, ktorí sú aktívnymi návštevníkmi domácich podujatí a prirodzenými ambasádormi Košíc. Cieľom kampane bolo touto cestou zabezpečiť zvýšenú návštevnosť filmového festivalu IFF Art Film, zvýšenú návštevnosť destinácie mesto Košice a

zvýšiť povedomie o destinačnej web stránke ako o najaktuálnejšom zdroji informácií o dianí v meste.



V rámci kampane bolo na platforme META zverejnených **13 reklamných príspevkov**, ktoré dosiahli celkový **zásah viac než 152 900 používateľov**. **Video reklamy** zaznamenali viac ako **11 280 zhladnutí**. Vďaka kampani navštívilo stránku s prehľadom podujatí v Košiciach vyše **14 320 používateľov** a podstránku s informáciami o festivale IFF Art Film 2024 viac než **1 300 návštevníkov**. Reklamy zároveň vygenerovali **1 635 preklikov**, čo potvrdzuje ich efektívnosť v rámci digitálnej podpory podujatí.

Destinácia Košice bola počas festivalu prezentovaná aj prostredníctvom viacerých **vizuálnych a komunikačných kanálov organizátora**. Získala samostatný prezentačný priestor vo festivalovom katalógu, na digitálnych obrazovkách, DS paneloch, veľkej LED obrazovke, ako aj na oficiálnej webovej stránke festivalu. Súčasťou propagácie bola aj distribúcia tlačených destinačných materiálov medzi hostí a návštevníkov podujatia, a samostatná kampaň na sociálnych sieťach organizátora, čím sa podarilo výrazne rozšíriť zásah a viditeľnosť destinácie.

153 tisíc

dosah na publikum

11 280

zhladnutí video reklamy

14 320

návštevníkov webstránky

13

reklamných príspevkov

1 635

preklikov

Počas festivalu zároveň organizácia Visit Košice aktívne zabezpečovala **tvorbu živého a aktuálneho obsahu** pre vlastné sociálne siete a realizovala **profesionálny fotografický a video report** s cieľom spätnej aj budúcej propagácie mesta v kontexte kultúrneho turizmu.

Kampaň Košický detský pas

V úvode roka sa nám podarilo úspešne **rozšíriť kampaňovú web stránku www.kosickydetskypas.sk o novú blogovú sekciu *Bukiho blog***, do ktorej sme postupne pridávali tematické články s cieľom pripraviť živý a atraktívny obsah pre spustenie letnej destinačnej kampane. **Každoročnú digitálnu kampaň sme spustili 1. júna**. Výkonnostná agentúra pripravila na základe nášho zadania stratégiu a media plán kampane, pričom prvú fázu, pre podporu značky a poznateľnosti, sme spustili na Medzinárodný deň detí. Druhou fázou bola Veľká letná súťaž s Košickým detským pasom, do ktorej formou zberu kontaktov sme tento rok zapájali **predovšetkým členské ubytovacie zariadenia**. Súťaž trvala do 15. septembra, po tomto dátume sme vyžrebovali 10 náhodných výhercov, ktorí sa počas trvania súťaže ubytovali v ktoromkoľvek zapojenom hoteli.

Online kampaň od svojho spustenia v júni dosahovala mimoriadne dobré výsledky. **Na platforme META** zasiahla **728 706 unikátnych užívateľov** a **20 802 preklikov** na stránku www.kosickydetskypas.sk. Na platforme **Google** sme zasiahli vyše **610 130 unikátnych užívateľov** a **107 822 preklikov** na kampaňovú stránku Košického detského pasu. YouTube kampaň dosiahla **191 659 zhliadnutí videa** (minimálne 30s).

6,6 milióna

zobrazení reklám

610 tisíc

dosah na unikátnych užívateľov Google

729 tisíc

dosah na unikátnych užívateľov META

128 tisíc

preklikov z kampaní

Celkovo kampaň dosiahla **6 648 328 zobrazení reklám** a náš web navštívilo takmer **90 000 unikátnych návštevníkov**. Priemerný čas strávený používateľom na stránke bol **3m 42s**, čo značí o **vysokej relevancii obsahu**. Počas obdobia 1.6.2024 až 15.9.2024 evidujeme **2 365 preklikov zo stránky kosickydetskypas.sk na web stránky zapojených členov**. Visit Košice Infopoint zaevidoval **743 objednávok Košických detských pasov na adresy mimo Košíc**.

18. septembra sme oficiálne uzatvorili a vyhodnotili aj **Veľkú letnú súťaž s Košickým detským pasom**, ktorá naplno prebiehala v členských hoteloch. Návštevníci, ktorí sa počas trvania kampane ubytovali v ktoromkoľvek zo zapojených hotelov mali automaticky možnosť zapojiť do súťaže o 10 vecných cien prostredníctvom žrebovacích kartičiek. Záujemcovia boli limitovaní vekom (do 18 rokov) a adresou trvalého pobytu, ktorá musela byť mimo Košíc. Cieľom tejto aktivity bola **podpora nielen samotného produktu, ale predovšetkým zvýšenie počtu prenocovaní priamo v zapojených hoteloch**, a tým pádom aj predĺženie pobytu návštevníkov

v Košiciach. Z celkového počtu zapojených účastníkov, ktorí sa do losovania zapájali v ôsmich ubytovacích zariadeniach, sme vyžrebovali **10 výhercov**. Tí sa mohli tešiť z hodnotných vecných cien ako kolobežka, dve trampolíny či detské skladačky LEGO.

90 tisíc

unikátnych návštevníkov webu

2 365

preklikov na webstránky členov

743

nových objednávok pasu

Aj napriek tomu, že bola kampaň veľmi úspešná, negatívom bolo obmedzenie otváracích hodín Visit Košice Infopointu. Sťažnosti sme registrovali zo strany rodičov detí kvôli obmedzenej možnosti vyzdvihovať odmeny za vyzbierané pečiatky v Košickom detskom pase.



Kampaň Kalendár podujatí

Destinačná **Kampaň Kalendár podujatí**, ktorú sme spustili v úvode augusta, bola kampaňou zameranou na podporu návštevnosti lokálnych podujatí a živého diania v meste. Vychádzajúc z výsledkov prieskumu trhu z roku 2023 sme kampaňovými formátmi **cielili na celé Slovensko, predovšetkým však na domáce publikum** – Košický a Prešovský región.



Reklama propagovala vybrané podujatia na týždennej báze (tipy na program na sociálnych sieťach) a na dvojtýždňovej báze Google a META reklamné formáty. Kampaň **Kalendár podujatí**, ktorej obsah láka k návšteve rôznorodých živých akcií v meste predovšetkým publikum z Košického a Prešovského kraja, dosiahla skvelé výsledky. Na platforme META zasiahla **330 116 unikátnych užívateľov**, dosiahla 33 768 všetkých kliknutí, **vyše 330 000 zobrazení web stránky a vyše 1 360 registrácií do newslettera**. S **1m 24s priemerne stráveným časom** na web stránke vykázal publikovaný obsah vysokú relevanciu. **Celkový počet zobrazení reklám** sa vyšplhal na **2 014 471**.

2 milióna

zobrazení reklám

330 tisíc

zobrazení webu

330 tisíc

dosah na unikátnych užívateľov META

1 360

registrácií do newslettera

Kampaň Zaži Košice

Kampaň Zaži Košice spájala témy, záujem o ktoré sa výrazne prejavil aj v spomínanom prieskume trhu z minulého roka. Spája v sebe oblasti **kultúra a umenie, architektúra, história, zážitky či sakrálné pamiatky**. K tejto kampani sme v úvode roka pripravili samostatnú web stránku www.zazikosice.sk v slovenskej a anglickej verzii, ktorá okrem praktickej virtuálnej mapy predstavovala aj kuratovaný výber zážitkov pre dvojice či zoznam praktických itinerárov a materiálov na stiahnutie. Kampaň na podporu zviditeľnenia destinácie a členských subjektov bola rovnako podporená primárne cez platformy META a Google Ads, cielila však na celé Slovensko.

META reklamy zasiahli počas trvania kampane **482 957 unikátnych užívateľov** a reklamy na Google zaznamenali dosah na ďalších **viac ako 450 000 unikátnych užívateľov**. Celkovo sa

reklamy **zobrazili 4 539 366-krát** a dosiahli **21 935 preklikov na webstránku**. Youtube kampaň zaznamenala **18 153 prehratí prezentačného videa** v plnej dĺžke.

Úspech zaznamenala aj nová web stránka, ktorú počas kampane navštívilo viac ako **47 000 unikátnych užívateľov**, pričom priemerný čas strávený na stránke presiahol **30 sekúnd**. Stránka sa celkovo **zobrazila** používateľom počas kampane **68 100-krát**.

483 tisíc

dosah na unikátnych užívateľov META

450 tisíc

unikátnych užívateľov Google

4,5 milióna

zobrazení reklám

22 tisíc

preklikov na webstránku



Kampaň kačacie a husacie hody

Počas októbra a novembra prebiehala v online priestore aj kampaň na podporu sezóny kačacích hodov v Košiciach. Článok na našom blogu #namapKE, v ktorom sme predstavili bohatú ponuku košických reštaurácií, sme distribuovali prostredníctvom portálu SITA – CestujSi, odkiaľ ho prebralo ďalších **31 online denníkov**. **Priemerne strávený čas užívateľov v článku** na našej webovej stránke dosiahla **2m a 25s**, čo dokazuje, že ponuka čitateľov naozaj zaujímala. Kampaň

sme podporili aj prostredníctvom online formátov, vďaka čomu sme oslovili takmer **10 000 užívateľov**.

Vianočná kampaň



Vianočná kampaň 2024 nadviazala na každoročnú tradíciu prezentácie mesta ako **výnimočnej zimnej destinácie s cieľom zvýšiť návštevnosť Košíc, predĺžiť dĺžku pobytov a posilniť ich imidž v povedomí domácich i zahraničných návštevníkov**. Kampaň bola zameraná najmä na publikum zo stredného a východného Slovenska, pričom mimoriadny **dôraz bol venovaný aj poľskému trhu**, ktorý podľa dostupných dát vykazuje dlhodobu najväčšiu záujem o cestovanie do Košíc.

Komunikačný mix pozostával z online aj offline nástrojov. Súčasťou kampane boli platené a redakčné výstupy na sociálnych sieťach, články, bannery, OOH reklama, ako aj cielené newslettery. **Po prvý raz sme zapojili vlastnú e-mailovú databázu**, do ktorej sme zaslali newsletter s odporúčaniami na originálne darčeky a vianočné itineráre. Celkovo bolo odoslaných **2 621 newsletterov**, ktoré zaznamenali mieru otvorenia 54,2 % a mieru preklikov 9,1 %.

Paralelne prebiehala aj **spolupráca s leteckou spoločnosťou LOT**, ktorá šírila vianočnú ponuku Košíc prostredníctvom vlastnej databázy a kanálov. Výsledkom tejto kampane, ktorá bola distribuovaná prostredníctvom **emailovej databázy a sociálnych sietí leteckej spoločnosti** bol zásah **327 460 používateľov na sociálnych sieťach, 54 766 zhladnutí videa, 186 720 doručených newsletterov** a približne **2 000 preklikov na webstránku** s ponukou programu.

327 tisíc

dosah na sledovateľov LOT

187 tisíc

doručených newsletterov LOT

2 tisíc

preklikov na webstránku

Digitálne výstupy kampane v rámci platformy META (Facebook a Instagram) zasiahli **293 198 používateľov prostredníctvom platenej reklamy** a ďalších **197 917 používateľov prostredníctvom 35 príspevkov v rámci redakčného plánu**. Kampaňové video zaznamenalo **22 137 videní** a reklamy vygenerovali spolu **7 684 preklikov**. Obsah s vianočnou tematikou na webových stránkach zaznamenal celkovo **84 916 zobrazení**. Súčasťou online obsahu boli aj **tri články publikované na blogu #namapKE**, ktoré si prečítalo **viac než 5 264 používateľov**, pričom priemerný čas čítania bol 1 minúta a 16 sekúnd.

V oblasti PR sa podarilo zabezpečiť publikovanie tematických článkov v **32 online magazínoch vrátane portálu SITA–CestujSi** a výstupov v tlačených médiách ako **SME Ženy a Kilátó**.

Vizuálna prítomnosť kampane bola zabezpečená aj prostredníctvom vizuálov na digitálnych obrazovkách vo Visit Košice Infopointe.

491 tisíc

dosah na publikum

22 tisíc

videní kampaňového videa

7 684

preklikov na webstránku

85 tisíc

zobrazení webstránky

5 264

čitateľov vianočného blogu

Zimnú atmosféru sme zároveň prepojili s propagáciou športového podujatia Turné trofeje – súvisiaceho s blížiacimi sa **Majstrovstvami sveta UEFA U21 2025**. Príspevky k tomuto podujatiu, zverejnené na Facebooku a Instagrame v rámci redakčného plánu, dosiahli ďalší zásah na úrovni viac ako 35 000 používateľov. Dôležitou súčasťou kampane bola aj profesionálna foto a video dokumentácia, ktorú plánujeme využívať aj v budúcich sezónach.



4.4. Citylightové a OOH kampane

Pri príležitosti znovuoživenia zrekonštruovanej Spievajúcej fontány – ikonického prvku historického centra Košíc – sme **v spolupráci s Mestom Košice v prvej polovici roka pripravili sériu tematických bannerov**. Cieľom **36 plôch** bolo priblížiť návštevníkom **históriu Spievajúcej fontány, Severnej veže Dómu sv. Alžbety a Urbanovej veže**. Inštalované boli na

oplotení Urbanovej veže za účelom vizuálneho zatriktívnenia priestoru počas rekonštrukcie pamiatky.

Tento formát prezentácie sme plynulo prepojili s **propagáciou témy *Sakrálne poklady Košíc***, a to prostredníctvom praktickej mapy, pozvánky na virtuálnu video prehliadku a užitočných QR kódov. Vybrané plochy sme zároveň využili na **prezentáciu štyroch kľúčových podujatí**, pričom ich vizuály sme prispôbovali aktuálnej sezóne. Jedna z bannerových plôch bola tiež venovaná komunikačnej línii *Zaži Košice*, ktorá cieľi na výletnícke páry a prostredníctvom konkrétnych tipov predstavuje **ponuku mesta v oblastiach gastronómie, kultúry, umenia, architektúry a zábavy**. Tieto prezentačné plochy budú v priestore osadené aj v budúcom roku, pričom pokračujeme v ich obmieňaní s ohľadom na aktuálne potreby.



Outdoorové formáty sme využili aj na **propagáciu podujatia *Košická noc múzeí a galérií***, kde sme v spolupráci s mestom umiestnili prezentáciu podujatia a jeho program na **19 citylightových plochách** v širšom centre mesta.

V rámci propagácie prostredníctvom OOH reklamných plôch sme počas celého roka aktívne prezentovali aktuálne dianie v meste prostredníctvom statických a video formátov umiestnených na **digitálnej obrazovke vo Visit Košice Infopointe**, s cieľom zaujať návštevníka infocentra priamo na mieste, kde mu pracovníci dokážu obratom sprostredkovať všetky potrebné informácie o podujatiach. Počas roka sa tak na tejto obrazovke vystriedalo **takmer 2 000 pozvánok na podujatia v meste**.

4.5. Propagačné materiály

V rámci širokej škály marketingových aktivít a prevažujúcich online aktivítach nezabúdame 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 2024 vznikla 1 nová tlačovina, sprievodné tlačoviny k podujatiu *Košická noc múzeí a galérií* a 3 existujúce osvedčené formáty sme aktualizovali a doplnili jazykové mutácie.

Spolu s novou mapou Ikon košickej architektúry, programovým bulletinom Košickej noci múzeí a galérií, s aktualizovanou trhacou mapou, letákom TOP 7 zážitkov v Košiciach a dotlačou slovenskej verzie Košického detského pasu sme v minulom roku vytlačili **49 000 tlačných propagačných materiálov**.



49 tisíc
tlačných propagačných materiálov

Mapa Ikon košickej architektúry

V nadväznosti na kampaň Ikon košickej architektúry, ktorú sme spustili v roku 2023 a ktorá mala u vybraných cieľových skupín v online priestore veľmi pozitívne ohlasy, sme **vytvorili tlačnú sprievodnú mapu s označeniami jednotlivých architektonických bodov záujmu**, krátkym popisom a praktickými prvkami ako QR kódom, ktorý užívateľov presmerúva na digitálne sídlo kampane Zaži Košice.

Spolu sme v tomto roku vytlačili **6 000 ks slovenskej verzie mapy**.

Prezentačné priestorové prvky

Počas roka sme pripravili prezentačné priestorové prvky pre zástupcov Dómu sv. Alžbety, konkrétne slnečník a informačnú tabuľu, ktoré boli počas sezóny umiestnené pri vstupe na severnú Žigmundovu vežu. Ich cieľom bolo zrozumiteľne informovať návštevníkov o význame tejto výnimočnej historickej pamiatky.

Vizuálne spracovanie prvkov v priestore sme navyše koncipovali v duchu **jednotnej tematickej identity kampane *Sakrálne poklady Košíc***, čím sme nadviazali na vizuálne riešenia použité pri oplatení Urbanovej veže, ako aj pri ďalších online a offline výstupoch súvisiacich s katedrálou. Výsledkom je konzistentná prezentácia témy sakrálneho dedičstva v centre mesta.

Ocenenie propagačných materiálov v súťaži TURIST PROPAG

V úvode roka sme získali **tri prestížne ocenenia na súťaži Turistpropag 2024 v Českej republike**.

Na prvom mieste v kategórii PR materiály sa umiestnil bedeker *Visit Košice*, ktorý zhmotňuje naše odhodlania tvoriť praktický a vizuálne atraktívny propagačný obsah, vystihujúci podstatu živej destinácie. Naše úsilie v starostlivosti o rodiny a deti bolo ocenené **d ďalším prvenstvom za tlačeného sprievodcu *Košický detský pas* v kategórii Propagačné materiály pre rodiny a deti**, čo posilňuje náš záväzok vytvárať inkluzívne a pútavé zážitky pre všetkých cestujúcich. Okrem toho sme hrdí, že sme získali **druhé miesto v kategórii Propagačný spot za destinačný spot *Zaži živé Košice***. Tento úspech podčiarkuje našu schopnosť efektívne komunikovať jedinečný pôvab mesta prostredníctvom podmanivého vizuálneho rozprávania.

Tieto ocenenia podporujú správnosť našej dlhodobej vízie a strategického prístupu, a zároveň nás inšpirujú k ďalšiemu posúvaniu hraníc a stanoveniu nových kritérií v oblasti destinačného marketingu.

Košický detský pas

Kategória Propagačné materiály pre rodiny s deťmi – **1. miesto**

Bedeker Visit Košice

Kategória PR materiály – **1. miesto**

Destinačný spot

Kategória Propagačný spot – **2. miesto**

4.5. PR aktivity

V roku 2024 sme destináciu promovali formou PR výstupov v online ale aj v tlačenej verzii v aktuálnom počte **382 PR výstupov a článkov zverejnených a prebratých médiami a 56 zverejnených mediálnych výstupov na základe našich tlačových správ**. Tieto výsledky sa nám podarilo dosiahnuť aj vďaka spolupráci s agentúrou Slovakia Travel a tlačovou agentúrou SITA. Všetky výstupy nájdete v zdieľanej obsahovej banke.

382

PR výstupov zverejnených spolu

56

Mediálnych výstupov z našich TS

4.5.1. PR výstupy

Obsahová kampaň

Počas roka sme vo vlastnej réžii vytvorili a distribuovali **25 tematicky zameraných článkov** ako súčasť dlhodobej obsahovej kampane. Tieto články boli postavené na autentickom obsahu a zamerané na zviditeľnenie členov organizácie a ich ponuky. Reflektovali aktuálne potreby návštevníkov, reagovali na prebiehajúce kampane a zohľadňovali sezónnosť. Prioritou boli témy ako živé mestské dianie, gastronomické tipy, kultúrne a historické zaujímavosti či zážitky pre rodiny s deťmi.

Publikované boli primárne na vlastných platformách, konkrétne na blogu *#namapKE* a *Bukiho blogu*, ktoré predstavujú stabilné komunikačné kanály určené na dlhodobé budovanie povedomia o Košiciach ako zážitkovej destinácii. Distribúcia obsahu prebiehala **cielene prostredníctvom sociálnych sietí** s dôrazom na vizuálnu príťažlivosť a výzvy k akcii, čo umožnilo osloviť široké spektrum publika aj bez využitia dodatočného mediálneho rozpočtu. Najväčší úspech v zobrazeniach pritom zaznamenal článok ***V kreatívnej metropole východu ožívajú príbehy*** – článok na podporu podujatia Košická noc múzeí a galérií a článok ***Zavítajte do Košíc a vyhrajte skvelé ceny vo Veľkej letnej súťaži!***, ktorý čitateľom sprostredkoval informácie o Veľkej letnej súťaži aj aktivitách Košického detského pasu.

V priebehu roka sme taktiež vytvorili **tri články na mieru pre organizáciu SLOVAKIA TRAVEL**, ktorá nás oslovila pri príprave obsahu pre blog *Krížom-krážom krajmi*. Tieto výstupy prispeli k viditeľnosti destinácie Košice aj na národnej úrovni a rozšírili našu prítomnosť v rámci oficiálnej komunikačnej platformy celoslovenského cestovného ruchu. Veľkú časť článkov sme distribuovali aj **prostredníctvom portálu SITA – CestujSi**, a to práve vďaka spolupráci s agentúrou SLOVAKIA TRAVEL.

Distribučný dosah cez vlastné siete, opakované zdieľania a prirodzený záujem fanúšikov dokazuje, že kvalitný, konzistentný a tematicky atraktívny obsah zostáva dôležitou súčasťou našej stratégie v oblasti digitálnej komunikácie.

Články na portáli SITA – CestujSi počas celého roka 2024

Začiatkom roka 2024 organizácia SLOVAKIA TRAVEL oslovila všetky organizácie cestovného ruchu s možnosťou uverejnenia vybraných článkov na portáli agentúry SITA – CestujSi. Túto možnosť sme sa pri príležitosti propagácie nadchádzajúcej sezóny rozhodli naplno využiť a aktívne sme článkami a informáciami prispievali počas celého roka.

V marci sme zaslali **článok zameraný na kultúrne Košice**, kde sme dali priestor aj podujatiu Košická noc múzeí a galérií či propagácii prehliadok sakrálnych pamiatok v meste. Článok bol už v úvode apríla uverejnený na webovej stránke SITA, odkiaľ ho prebralo až **38 ďalších informačných portálov**, vďaka čomu sa nám podarilo informácie o novinkách v Košiciach distribuovať medzi široké publikum čitateľov.

Počas mája sme využili možnosť uverejniť články o živom dianí v Košiciach, a do redakcie agentúry SLOVAKIA TRAVEL sme zaslali dva články, z ktorých boli oba uverejnené a preberané ďalšími médiami. Výzvu k návšteve Balónovej fiesty v Košiciach s titulkom **Zažite unikátnu jazdu v oblakoch** prebralo až **34 informačných portálov**. Rovnako silnú mediálnu odozvu zaznamenala aj **správa o podujatí Košická noc múzeí a galérií 2024**, ktorá návštevníkom predstavila pestrý program a bola zdieľaná na ďalších **34 spravodajských a tematických weboch**. Oba výstupy významne prispeli k zviditeľneniu ponuky mesta v digitálnom prostredí.

V závere mesiaca máj sme zároveň prispeli osahom do článku ku Medzinárodnému dňu detí, ktorého autorom bola agentúra SLOVAKIA TRAVEL. V rámci článku **Na Deň detí môžu rodiny zažiť výnimočný program naprieč celým Slovenskom** sa tak propagácia Košického detského pasu či fotografie zážitkov pre rodiny s deťmi z Košíc opäť objavili na **30 informačných portáloch**.

Počas augusta sme do redakcie agentúry SLOVAKIA TRAVEL zaslali články **Užite si prázdniny s deťmi v Košiciach a súťažte o skvelé ceny**, Článok, ktorý predstavoval úvod do kampane s Košickým detským pasom prevzalo **30 ďalších informačných portálov**. Druhý článok s témou **Naplánujte si prehliadku TOP 10 sakrálnych pamiatok v Košiciach** prevzalo následne **31 portálov**.

V októbri sa nám podarilo publikovať až 5 ďalších článkov o destinácii na blogu SITA – Cestuj si, odkiaľ ho preberali ďalšie desiatky slovenských online médií. Články našej obsahovej kampane sa tematicky venovali predovšetkým aktuálne prebiehajúcim kampaniam Zaži Košice, teda ako si vychutnať živé mesto vo dvojici, a populárnej sezóne kačacích hodov v košických gastro podnikoch.

Podporný článok ku kampani Zaži Košice s názvom **Objavujte Košice: Itinerár na 5 nezabudnuteľných dní** oslovil široké publikum a objavil sa okrem portálu SITA na ďalších **31 spravodajských web stránkach**. Rovnako silnú čitateľskú odozvu zaznamenali aj tematické výzvy **Dámska jazda v jesenných Košiciach**, **Pánska jazda v meste nevidaných možností a Výletný program pre dvojice**, z ktorých každý prebralo **30 až 31 online portálov**. Jesennú sezónu sme zároveň podporili článkom v téme gastronómie **Vychutnajte si sezónu kačacích hodov v Košiciach dosýtosť**, ktorý sa taktiež objavil na **31 spravodajských weboch**. Tieto mediálne výstupy významne prispeli k prezentácii Košíc ako destinácie s bohatou a rôznorodou ponukou počas celého roka.

PR výstupy z infociest a prezentácií pre média

Zo zrealizovaných infociest a prezentácií pre zahraničných novinárov evidujeme vyše 40 výstupov v televízii, online a offline médiách na Slovensku aj v zahraničí. Na niektoré výstupy ešte čakáme, keďže ich publikácia je dohodnutá až na neskoršie obdobie.

PR článok v časopise Evita

V spolupráci s agentúrou SLOVAKIA TRAVEL sme v máji mohli pripraviť propagačný článok do letnej City Break kampane, ktorý bol v letných mesiacoch publikovaný v **printových médiách na slovenskom, maďarskom, poľskom a českom trhu**. Ústrednou témou článku bolo **Leto v Košiciach** a tipy na predĺžený víkend počas dámskej jazdy, a článok bol určený čitateľkám periodík určeným pre ženy na všetkých spomínaných trhoch.

Advertoriál

Letný víkend v Košiciach

K DÁMSKEJ JAZDE NEOMYSLITELNE PATRÍ DOBRÉ JEDLO, UMENIE, KULTÚRA, HISTÓRIA A NEZABUDNUTEĽNÉ ZÁŽITKY. METROPOLA VÝCHODU VÁM TO VŠETKO SPLNÍ DO BODKY.

Košice sú našim nielen najväčšou susedskou stávkou na Slovensku, najväčším mamičím v Európe či členom v Ráde Krasovných miest UNESCO. Ale aj tým, že nech ich narušíva te kedýkoľvek, vždy sa tam deje niečo zaujímavé. Počas leta vás zabavia každodenné živé podujatia plné tance, mnohých hudobných žánrov, dobrého jedla, divadla aj športu. Prvé kúcky naamerajte do informačného centra Visit Košice. Informáciám, mapami a overenými tipmi na program. Počas sústredenej informácie vás poteší aj prvý unikátny zážitok Košice a dosiaľ nedostupných ubytov.

SOLEVAJÚCA FOUNTAINA | VISITKOŠICE.ORG

POĎTE DO DIVADLA
Práve sa do kľučka elegantní šaty? V Košiciach sa oplatí zablúdiť aj do Národného divadla Košice. Mesto sa pyší šesťdesiatročnou divadelnou tradíciou. V súčasnom interieru vzácnou historickou budovou, priamo v centre Košice, strávite príjemné chvíle na opere, operetu, činohre či baletu. Divadelné predstavenia si tamo môžete vychutnať aj na vodnej clone výtvarnej Sprievádzajúcej fondácii. Usadte sa v malom parku vedľa Dómu sv. Alžbety a nechajte sa uniesť jedinečným audiovizuálnym zážitkom. Kultúrny večor zakončíte večerou v susednej z restaurácii na košickom korze. Na letnej terase si dočíta vychutnáte autentickú živú atmosféru, takú typickú pre Košice.

KULTÚRA VÁS PREKVAPÍ V TOVÁRNI I V BAZÉNE
Košice umenia a kultúry doslova padajú. Návštevu Tabacký kultúrny festival, hýbateľ tabackovej továrne a súčasného multimedijného verejného priestoru plného súčasného umenia a dejaka rozličných podujatí, rozhodne neostopete vedľa. Umením sa pokochajte aj vo Východoslovenskej galérii či prelopaňo – na plávajúci. Košičania bazény krytej plavárne 3,50 a na 60 rokov nainštalované otvorené. Prevenili na Kaniškale, tuhu plno umenia, v ktorých si môžete vychutnať galéria súčasného umenia či prišliť losové podujatia. Smešné a šesťdesiatym poscom, kde objavíte jedinečnú multimediálnu plávajúcu fontánu. Podobní budobno-suteľnia tou vraj inde na svete nenájdete.

HEDONIZMUS NA TANIERI
Ak dobré jedlo používate za zážitok, Košice sú pre vás tou správnou destináciou. Čiňte si v nich špeciálny regionálny a svetovej kuchyne a aj lokálny street food sú. Reálne oslavy a festivaly „pouličného jedla“ sa pravidelne konajú napríklad na námestí pred košickými. Kánon Úsmes, multimedijným priestorom, ktorý zastrejuje zaujímavé akcie, prednášky a vankérovacie podujatia. Zážitkový fine dining v podobe miestneho koktejlého menu, pripravového pod záštitou viacnásobne oceneného šéfkuchára, váš úžitek v Mottikom parku. Reštaurácia SEVEN spojená s kavárňou sa nachádza v nádhernej, zrekonštruovanej secesnej vile z roku 1909. Je súčasťou nového päťhviezdičkového VILLA SANDY City Park Resort spolu s ďalšími trendovými podnikmi. Po elegantnej večeri sa vydajte objavovať nočný život plný hudby, tance a lahodných drinkov. Navštívte napríklad El Nacional, vzhliadajte nečedé dve minúty od Dómu sv. Alžbety. Okrem autentických kábalských občerstvení a koktejlů zažite každý víkend žné hudobné vystúpenie – nezabudnite si domia tanečnú topánky.

RESTAURACIA SEVEN | VISITKOŠICE.ORG

CESTUJTE DO STREDOVEKU
Prežite sa s energickým moderného mesta do stredoveku. Očarujúca ulička renesančnej drahou a malými remeselnými domčekmi v neprostejnej blízkosti centra je celkom má než to, čo ste v Košiciach dosiaľ videli. Zastarte sa vo vnútornej pekarňi, v rezbárskej dielni, o košickú, bratrstva alebo hraciaru. Dojte si poradiť ohľadne živých bytlinek od majstra bytlinekára a doprajte si šálku ležby v Hobbita Gallery. Okrem nákupe remeselných suvenírov si môžete spomienku na Košice aj vyvolať. Po hraciaru v Ruinách s Hozopricka navštívte do veľkého obdiera hračiar Igora Masacka a uštie si kreativne doplniť pri tvorbe keramiky.

Viac tipov na víkend v slovenských mestách nájdete na www.slovakia.travel.

94 evita júl 2024 95

Spolupráca na publikácii DOBRO/DRUH

Na jeseň roku 2024 sme sa z vlastnej iniciatívy zapojili do tvorby nového vydania **cestovateľského sprievodcu DOBRO/DRUH**, ktorý pripravilo združenie Bystriny. K tvorbe publikácie sme prispeli **obsahovými tipmi na najpopulárnejšie atraktivity Košíc**, ktorých výber sme čerpali z dát z prieskumu trhu 2muse a z dát online kampaní. Nový sprievodca je už vytlačený a pripravený na predaj. Pred pár dňami bola jedna publikácia doručená aj nám, k nahliadnutiu v našej kancelárii .

Na 292 stranách nájdete vyše 900 cestovateľských aktuálne overených tipov priamo od ľudí z regiónov a zaujímavé články a rozhovory – zážitky z ciest, festivaly, gastronómia. Tento sprievodca je rozdelený do viacerých podsekcí, kde majú Košice vždy bohaté zastúpenie.

Momentálne je možné sprievodcu DOBRO/DRUH kúpiť v sieti kníhkupectiev Martinus a Artforum.

Petit Press

Počas roka sme tiež využili možnosť inzercie v **regionálnych novinách MY, v špeciálnom vydaní Úspešné mestá na Slovensku**. Priestor sme venovali širokej ponuke živého diania v meste a to prostredníctvom priamej propagácie Kalendára podujatí na našom webe.

V závere roka sme túto inzerciu zopakovali ešte jeden krát, tentokrát už vo vianočne ladenom tóne. V špeciále s názvom **Slovenské Vianoce** sme čitateľov lákali na bohatú ponuku vianočného programu v meste. Noviny boli distribuované v rámci Západného, Stredného a Východného Slovenska v celkovom náklade **65 000 výtlačkov na jedno vydanie**, a obsah bol zároveň zdieľaný aj prostredníctvom vlastných distribučných sietí *Petit Press*.

Vďaka **visitkosice.org** máte prehľad aktuálnych podujatí v Košiciach vždy poruke!

Nascanujte QR kód pomocou svojho telefónu a naplánujte si čas plný živého programu!

Košické vianočné trhy
1.-23.12.2024
Hlavná ulica

Košické rozprávkové Vianoce
1.-31.12.2024
Centrum mesta

ŽIVÉ MESTO Košice

VISIT KOŠICE

MINISTERSTVO CESTOVNÉHO RUCHU & ŠPORTU SLOVENSKEJ REPUBLIKY

DOVOLENKA NA SLOVENSKÚ DOBRÝ NÁPAD
www.dovolenka.travel

KOŠICE

Projekt realizovaný s Finančnou podporou Ministerstva cestovného ruchu a športu Slovenskej republiky

4.6. Infocesty, fam a press tripy

Infocesta pre české médiá

Počas účasti na veľtrhu Holiday World v Prahe vznikla myšlienka usporiadania infocesty pre české médiá za účelom podpory a propagácie hlavne leteckej linky Praha – Košice. Organizácia infocesty netrvala dlho a už koncom apríla sme v Košiciach privítali českú delegáciu.

Veľmi nás teší, že sme krásy našej destinácie mali možnosť ukázať českým novinárom, ktorí do Košíc prileteli priamym spojením z Prahy. **Piati novinári spolu so zástupcom SLOVAKIA TRAVEL pre český trh, pani Martou Kučerovou, strávili v Košiciach necelé 3 dni**. Jeden extra samostatný deň strávili v Košickom regióne, konkrétne v regióne Tokaj. Itinerár infocesty bol zameraný na kultúrne Košice, kde sme novinárom okrem histórie a kultúry v Košiciach

ukázali napríklad aj zrekonštruovanú Spievajúcu fontánu či jedinečný rezort VILLA SANDY. **Za spoluprácu na tejto infoceste ďakujeme SLOVAKIA TRAVEL a organizácii Košice región turizmus.**



Infocesta pre holandského novinára

S novinármi z portálu Railtripping sme strávili necelé tri dni v Košiciach plné zaujímavého programu a stretnutí s odborníkmi vo svojich oblastiach. Novinár Bart Giepmans sa zaujíma o udržateľnosť a destinácie, ktoré sú prístupné vlakovou dopravou. Košice sa aj vďaka tejto návšteve stanú súčasťou pripravovanej knižnej publikácie autora.

Infocesta Farmár hľadá ženu (HU)

Štáb maďarskej televízie si vybral mesto Košice ako miesto natáčania jednej z častí relácie "Farmár hľadá ženu" a organizácia Visit Košice bola v tomto nápomocná. Historické centrum Košíc poskytlo reportáži úžasné kulisy, vďaka čomu bolo natáčanie ešte výnimočnejšie. TV štáb sa stravoval a bol ubytovaný v jedinečnom hoteli Slávia priamo na pešej zóne, v samom srdci mesta.

Počas necelého jedného dňa natáčania sa stihol farmár so svojou možno budúcou nastávajúcou prejsť po Hlavnej ulici, navštíviť Dóm sv. Alžbety, prejsť sa po parkoch centra mesta, vidieť

zrekonštruovanú Spievajúcu fontánu, ochutnať jedinečné lokálne čokoládové bonbóny či vychutnať si tradičnú košickú kaviarenskú atmosféru.

Infocesta pre novinárov z Veľkej Británie a Írska

V Košiciach sme privítali novinárov z popredných médií z Írska a Veľkej Británie, konkrétne **Irish daily mail a Summer slopes**. Počas poldňového presstripu sme im ukázali to najlepšie z Košíc. Mesto ich veľmi oslovilo a plánujeme ďalšiu spoluprácu do budúcnosti. Novinári na Slovensku navštívili Vysoké Tatry, Liptov, Spiš a na záver Košice. Novinárov v Košiciach sprevádzal Ramy Shalameh, dlhoročný ambasádor Košíc.

Infocesta Pavol Croft – historik na cestách

Začiatkom augusta sme mali tú česť zorganizovať infocestu pre slovenského propagátora histórie Pavla Crofta. Po minuloročnej úspešnej spolupráci sme sa Pavlovi rozhodli ukázať to, čo minulý rok nestihol navštíviť. Pavol Croft – historik na cestách svoju prácu zameriava na starovek a stredovek a tak bola koncipovaný aj program tejto tematickej infocesty.

Počas svojho trojdňového výletu v Košiciach influencerský tím vytvorili spolu 10 krátkych videí propagujúcich miesta Košíc plné histórie, legiend a príbehov. Prvých 5 videí, ktoré boli online publiku prezentované v závere leta a v úvode jesene, spolu kombinovane dosiahli **viac ako 130 000 zhladnutí** na sociálnych sieťach. Vďaka vzájomnej online spolupráci Instagramových účtov a sérii príbehov sme výrazne rozšírili dosah propagovaného obsahu aj priame zapojenie publika, čím sme opäť posilnili viditeľnosť destinačnej ponuky v digitálnom priestore. Séria ďalších výstupov bola prezentovaná na jar 2025.

10 **130 tisíc**
videí zhladnutí

Infocesta s influencerkou Denisou Vyšňovskou

V termíne 8. až 12. októbra sme mali príležitosť spolupracovať s jednou z **najsledovanejších influenceriek a tvorkýň zábavného obsahu na sociálnych sieťach na Slovensku, Denisou Vyšňovskou**. Denisa Košice navštívila v rámci vopred pripravenej infocesty. Počas svojej návštevy preskúmala rôzne fascinujúce miesta a podniky v Košiciach a svojím objektívom zachytila jedinečné čaro mesta. Výsledkom bola séria pútavých videí, príbehov a fotografií na sociálnych sieťach Instagram, YouTube a TikTok, ktoré spolu zaznamenali **takmer 1,2 milióna videní**.

Obzvlášť úspešná bola séria Instagram príbehov priamo v čase Denisinej návštevy, ktorá dosiahla v priemere viac ako 10 000 pozretí na príbeh pri celkovej počte 32 príbehov. Populárnym bolo aj video reels, ktoré na sociálnych sieťach Instagram, Facebook, YouTube a TikTok spolu dokázali užívateľov zaujať **viac ako 825 000-krát**, a vďaka ktorým mali používatelia

jednoduchú možnosť prekliknúť sa na ponuku destinácie či priamo na stránky propagovaných subjektov, ktoré boli súčasťou infocesty.

825 tisíc

videní videa z infocesty

1,2 milióna

videní obsahu spolu

Infocesta pre maďarské médiá

Počas krásneho babieho leta sme v spolupráci so SLOVAKIA TRAVEL mali tú česť zorganizovať v Košiciach **press trip pre maďarské médiá**. Na tomto špeciálnom podujatí sa stretli štyri novinárky a dva televízne štáby, aby spoznali a zažili, čo naša destinácia ponúka. Boli sme obzvlášť poctení, že sa k nám pridala aj generálna riaditeľka SLOVAKIA TRAVEL, pani Ivana Vala Magátová. Spoločne sme si užili bohatý program kombinujúci osvedčené aktivity aj nové vzrušujúce zážitky v regióne.

Máme radosť, že bola táto **novinárska cesta veľmi úspešná**, a tešíme sa veľkému počtu výstupov v onlinových aj offlinových médiách a aj v televízii.



Infocesta pre rumunských influencerov

V spolupráci s OOCR Región Vysoké Tatry sme sa podieľali na infoceste pre rumunských influencerov, ktorými boli známe osobnosti s veľkým dosahom na sociálnych sieťach. Rumunskí influenceri trávili čas prioritne vo Vysokých a Nízkych Tatrách, avšak jedno poobedie a večer strávili v našej destinácii. Program sme zamerali na vianočné Košice, vďaka čomu si skupina cestovateľov mala možnosť zblízka obzrieť vianočné trhy v centre mesta, vychutnať si kultúrny program a večeru v rezorte Villa Sandy.

4.7. Účasť na veľtrhoch cestovného ruchu

Veľtrh Utazás Budapešť

V termíne od 22. do 25. februára 2024 sme sa ako spoluvystavovateľ v spolupráci s národnou agentúrou pre cestovný ruch SLOVAKIA TRAVEL zúčastnili **veľtrhu cestovného ruchu HungExpo Budapešť 2024, ktorý niesol názov 46. UTAZÁS KIÁLLÍTÁS**. Veľtrh HungExpo Budapešť je jedna z najväčších a najúspešnejších cestovateľských výstav posledných rokov a jeho organizátorom je HungExpo. Na tomto veľtrhu sa prezentujú ponuky cestovných kancelárií a ponuky národných turistických centrál. Tento rok sa veľtrh konal súbežne s výstavami FOR CARAVAN a FOR BOAT, E-Bike Test&Show. Prvý deň veľtrhu patril odbornej verejnosti a zvyšné dni boli otvorené širokej verejnosti. Na tomto ročníku sa zúčastnilo **viac ako 200 vystavovateľov**, čo je výrazne viac ako minulý rok.

V rámci našej výstavnej plochy sme poskytli priestor členovi Pivovar Hostinec, ktorý návštevníkom ponúkal remeselné pivo a informoval ich o nadchádzajúcom pivnom festivale.



Veľtrh Holiday World Praha

V dňoch od 14. do 17.3.2024 sme sa v spolupráci so SLOVAKIA TRAVEL zúčastnili na 31. ročníku veľtrhu cestovného ruchu **Holiday World a Region World Praha 2024**. Veľtrh Holiday World & Region World Praha je jednou z najvýznamnejších udalostí svojho druhu v odvetví cestovného ruchu v strednej Európe.

Veľtrh v Zabrze

V termíne od 5. do 6. apríla sme sa zúčastnili **výstavy cestovného ruchu v poľskom mestečku Zabrze**. Tohto veľtrhu sme sa zúčastnili na pozvanie SLOVAKIA TRAVEL, ako náhrady za plánovaný veľtrh v Katowiciach. Lokálnym návštevníkom sme odprezentovali ponuku našej destinácie aj všetky novinky, ktoré Košice na letnú turistickú sezónu pripravili. Poľský trh stále vnímame ako jeden z kľúčových, keďže sa nám aj na tomto veľtrhu potvrdilo, že poľskí turisti majú záujem o Slovensko, konkrétne aj o Košice. Prioritný záujem bol o *Košický detský pas* a o propagačný materiál *Citybreak v Košiciach*.

Veľtrh ITTF Varšava

V dňoch 21. až 23. novembra sme mali možnosť byť súčasťou **International Tourism and Travel Fair ako spoluvystavovateľ na stánku Slovenska pod záštitou SLOVAKIA TRAVEL**. Počas veľtrhu sme zaznamenali obrovský záujem o produkt *Košický detský pas*, ktorý očaril poľské rodiny i odborníkov.

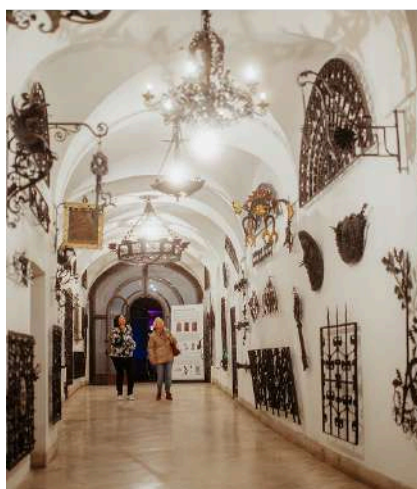
Počas prvého dňa sme na stánku predstavili poľským médiám novinky pre nadchádzajúcu zimnú sezónu a plány na rok 2024 formou spoločnej prezentácie SLOVAKIA TRAVEL. Teší nás, že Košice dokázali zaujať v medzinárodnom meradle a prispieť k pozitívnemu obrazu Slovenska ako turistickej destinácie.

5. Podujatia

5.1. Košická noc múzeí a galérií

V tomto roku sme sa opäť ako organizátor podieľali na 20. ročníku tradičného májového podujatia **Košická noc múzeí a galérií**, ktorý dopadol veľmi úspešne, a to nielen na základe predaných vstupov, ale aj na základe partnerských ohlasov. Aj z výsledkov marketingových online kampaní sa ukázalo, že podujatie je vysokozáujmové pre veľké množstvo návštevníkov. Obzvlášť úspešné sa ukázali videopozvánky na Košickú noc múzeí a galérií od sprievodcu Košicami, Milana Kolcuna, a bývalého prezidenta Slovenskej republiky, Rudolfa Schustera. Tento rok sa do podujatia zapojilo **19 kultúrnych a umeleckých inštitúcií** a výnimočným oživením bolo aj **zapojenie gastro subjektov**, ktoré si pri príležitosti konania podujatia pripravili pre návštevníkov špeciálnu ponuku nápojov a jedál.

Aj vďaka podporným marketingovým aktivitám organizácie a zapojených členov sa v roku 2024 podarilo zaznamenať **6 222 predaných vstupeniek na podujatie**.



6. Visit Košice Infopoint

6.1. Dôvodová správa k fungovaniu Visit Košice Infopoint

Jedným z negatívnych dopadov dlhodobého rozpočtového provizória mesta Košice počas roka 2024, ktorý vzhľadom na výšku členského príspevku mal priamy dopad na rozpočet a finančný tok v OOCR Visit Košice, bolo **obmedzenie prevádzky informačného centra v Historickej radnici** v priebehu roka. V dôsledku nedostatku finančných prostriedkov, ktoré nemajú krytie v projekte štátnej dotácie, sme boli nútení k výraznému zníženiu počtu zamestnancov v Infopointe, obmedzeniu otváracích hodín a redukcii minuloročných aktivít. V uplynulom roku tak došlo k negatívne mu vnímaniu poskytovaných služieb a tým znižovaním imidžu samotnej destinácie, nakoľko len v mesiaci apríl došlo k **poklesu takmer 90% návštevníkov** oproti roku 2023.

Na základe spätných väzieb musíme skonštatovať, že pretrvávaním tejto situácie aj napriek začiatku sezóny a zvýšeniu pohybu návštevníkov historického centra, **dochádzalo k poškodzovaniu mena destinácie Košice**, nakoľko je nevídané, aby podobne veľké destinácie, nemali otvorené informačné centrá cez víkend a sviatky a fungovali so svojimi službami v obmedzenom režime počas hlavnej sezóny. Z uvedeného dôvodu sme požiadali mesto Košice o návrh riešenia vzniknutej situácie, nakoľko dochádza k ohrozovaniu činnosti organizácie, ktorá je viazaná aj záväzkami štátnej dotácie, medzinárodnými projektmi a pri týchto podmienkach nedokázalo naďalej naplňať stanovené ciele pri rozvoji mesta Košice.

Sme veľmi hrdí, že sa nám dlhodobo darí navyšovať počet prenocovaní, rovnako ako šíriť dobré meno o Košiciach a zbierať ako destinácia uznania zo strany štátnych orgánov, odborných inštitúcií ale aj medzinárodných aliancií. **Naším spoločným cieľom je, aby Košice využívali svoj plný potenciál.**

6.2. Živý obsah na sociálnej sieti Instagram

Počas prvého polroka 2024 sme náš účet na sociálnej sieti Instagram plnili živým obsahom z diania na Hlavnej ulici a z organizovaných podujatí v našej destinácii. Tento obsah vytvárali **pracovníci Visit Košice Infopoint**, ktorí boli pod odborným vedením manažérky infocentra a Fotografa v teréne.

11 780

návštev profilu @visitkosice

48 700

prehratí Instagram videí

Okrem tejto aktivity sme počas hlavnej turistickej sezóny dopĺňali živý obsah o kvalitne spracované krátke videá z destinácie, kde sme prihliadali na vhodné načasovanie a propagáciu trendujúcich tém. **Vďaka tejto aktivite sme v priebehu letnej sezóny zaznamenali 11 780 návštev profilu Visit Košice či 48 700 prehratí krátkych videí.**

6.3. Štatistické vyhodnotenie dát z Visit Košice Infopoint

6.4. 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. Košický detský pas sa väčšinou posiela na vyžiadanie priamo na adresy záujemcov, ďalej si ho môžu návštevníci vyzdvihnúť priamo v našom Infopointe alebo ho prezentujeme aj na veľtrhoch cestovného ruchu v zahraničí, na čo nám slúžia aj jazykové mutácie brožúry.

Najviac pasov bolo odovzdaných v jazyku SK (2400), nasledované HU (460), PL (320) a nakoniec EN (50).

6.5. Propagácia a podpora miestnych umelcov

V rámci našich aktivít sme venovali 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.

Medzi návštevníkmi sme zaznamenali najväčší záujem o suveníry Košické kinderko, Magnetky Koshitse a Hodiny Prior.

Tieto unikátne suveníry sme s radosťou rozdávali aj ako reprezentačné darčeky pre našich B2B partnerov a novinárov, ktorí navštívili našu destináciu.

6.6. Multimediálna miestnosť

Multimediálna miestnosť v informačnom centre Visit Košice Infopoint naďalej slúži ako platforma pre prezentáciu umeleckých diel a kreatívnych projektov. V závere roka 2023 sme v tomto priestore sprístupnili návštevníkom **virtuálnu video prehliadku *Sakrálnych pokladov Košíc***. V roku 2024 sme túto prezentáciu **obohatili o interaktívne textové prvky**, ktoré sme do videí implementovali prostredníctvom špeciálnej trackovacej technológie. Tento doplnok nielenže zvyšuje informatívnu hodnotu, ale zároveň vytvára vizuálne pútavý a moderný zážitok, ktorý reflektuje titul Košíc ako Mesta kreatívneho mediálneho umenia UNESCO.

Počas jedného z našich významných podujatí, Biela noc, sme mali tú česť v našej Multimediálnej miestnosti predstaviť interaktívny objekt *Dancing with myself, dancing with my cells*, ktorý patril medzi najzaujímavejšie diela počas Bielej noci 2024.



7. Vzdelávanie členov tímu

7.1. Nation and City Branding masterclass so Simonom Anholtom

Zúčastnili sme sa jedinečného **Nation and City Branding masterclass Competitive identity**, ktorý sa konal pod vedením dvoch medzinárodných kapacít s dlhoročnou praxou v brandingu krajín, a to Simonom Anholtom a Robertom Goversom. Podujatie bolo organizované občianskym združením Brand Slovensko 30 pod záštitou Ministerstva cestovného ruchu a športu Slovenskej republiky. Tento jedinečný masterclass sa po prvýkrát uskutočnil v strednej a východnej Európe. Jeho cieľom bolo **priniesť najmodernejšie poznatky a skúsenosti v oblasti riadenia reputácie do miest, regiónov a krajín strednej a východnej Európy a Balkánu**. Dlhodobou ambíciou je pomáhať pri budovaní stratégií národných a mestských značiek v celom regióne.

V panelovej diskusii *Slovak Republic, tourism, and the brand of the country* vystúpila výkonná riaditeľka Visit Košice, ktorá reprezentovala Asociáciu oblastných organizácií cestovného ruchu na Slovensku.



7.2. Účasť na Summer school City DNA

Posledný týždeň leta sme strávili na **Letnej škole City Destination Alliance v moravskom meste Brno**. Tento edukačný program zameraný na **MICE turizmus** priniesol prehľadný sumár tém, ktoré sú neodmysliteľnou súčasťou tohto business sektora. Veľká vďaka patrí všetkým zahraničným odborným školiteľom, ktorí nás všetkých 34 "študentov" previedli zaujímavými workshopmi, prednáškami a ukážkami good practices posadených do najaktuálnejších tém v tomto sektore.

Za realizáciou incentívneho programu stálo Brno Convention Bureau, čo nám prinieslo vzhľad aj do tejto témy. Tento intenzívny týždeň nám priniesol veľké množstvo insightov do našej práce. Veríme, že ich budeme môcť čo najskôr implementovať do aktivít našej organizácie Visit Košice.



7.3. Kurz anglického jazyka

V poslednej štvrtine roka bolo internému tímu ponúknutý individuálny kurz anglického jazyka. Pre tento účel sme vysúťažili firmu Onlinelessons, ktorá zabezpečuje **na mieru šité lekcie pre rôznu úroveň angličtiny našich zamestnancov**. Keďže anglický jazyk je druhým komunikačným jazykom našej organizácie, považujeme tento kurz za kľúčový pre rozvoj a skvalitnenie našej organizácie.

8. Produkty cestovného ruchu

8.1. Konzultácia k tvorbe produktových línií

Počas mája sme absolvovali strategicky orientovanú konzultáciu k téme tvorby nových produktov cestovného ruchu. Za účasti nášho dlhoročného spolupracovníka a tvorcu komunikačnej stratégie Martina Jenču a zástupkyne prieskumnej agentúry 2muse, ktorá vypracovala aj náš posledný prieskum trhu, sme rozanalyzovali východziu situáciu, v ktorej sa Visit Košice nachádza. Prebrali a vyhodnotili sme výsledky prieskumu aj aktuálne témy a produkty, ktoré majú potenciál naďalej sa rozvíjať.

Výstupom z konzultácie bolo **odporúčanie nevyvíjať nový produkt a kapacity organizácie sústrediť na rozvoj a propagáciu existujúcej ponuky CR.**

9. Kongresový turizmus

9.1. Inšpekčná cesta zameraná na MICE

V dňoch 21. a 22. marca sme do Košíc na inšpekčnú cestu pozvali expertku na MICE turizmus, Ninu Ernecker. V rámci 2-dňového pobytu v Košiciach sme sa stretli s **najdôležitejšími stakeholdermi z tohto odvetvia a prešli sme si všetky možnosti, ktoré Košice ponúkajú**. Táto inšpekčná cesta bola prvým krokom k budúcej práci na stratégii a koncepte kongresového turizmu pre destináciu Košice.

9.2. Online call pre rozvoj kongresového turizmu v destinácii a úvodný zber dát

V prvom polroku sme zrealizovali online call, v ktorom sme predstavili všetkým stakeholderom v destinácii naše úmysly pre rozvoj segmentu MICE (kongresový turizmus) v destinácii Košice. Začali sme s tzv. mapovaním partnerov a ich infraštruktúry, ktoré sú pre tento účel vhodné a potenciálne konkurencieschopné. V priebehu roka sa nám podarilo vyzbierať dáta od kľúčových stakeholderov, ktorí sú prepojení s destináciou.

9.3. Vypracovanie stratégie pre kongresový turizmus

V spolupráci s odbornou garantkou kongresového turizmu Ninou Ernecker sme vypracovali strategický dokument ku kongresovému turizmu pre destináciu Košice. Dokument obsahuje zhodnotenia súčasného stavu a budúcich potrieb MICE odvetvia v destinácii Košice, návrh riešení a akčného plánu pre destináciu pre rok 2024, návrh štruktúry pre budúcu destinačnú MICE stratégiu na 3 až 5 rokov a návrh formátu a obsahu vzdelávacích formátov pre lokálnych stakeholdrov.

9.4. MICE Business Day Budapešť

MICE Business Day, ktorý organizovala spoločnosť Tourism Ltd., spojil takmer 700 účastníkov a viac ako 120 vystavovateľov, ktorí sa stretli s domácim a medzinárodným odvetvím obchodného cestovného ruchu v Budapešti. Visit Košice bolo vďaka zahraničnému zastupiteľstvu SLOVAKIA TRAVEL v Budapešti súčasťou vystavovateľov.

V spolupráci s našim novým členom VILLA SANDY City Park Resort, ktorý je zaujímavý aj pre maďarský trh, sme absolvovali **deň plný rôznorodých B2B stretnutí**. Zúčastnili sme sa aj úvodných prednášok, ktoré priniesli zaujímavé insighty do business turizmu v Budapešti a Maďarsku celkovo.



9.5. Prieskum MICE s 2muse

Jedným z hlavných úvodných aktivít v segmente kongresového turizmu v priebehu roku 2024 bola realizácia **cieleného prieskumu zameraného na vnímanie Košíc ako destinácie vhodnej na organizovanie biznisových podujatí**, ako sú konferencie, kongresy či odborné školenia. Prieskum bol realizovaný výlučne na slovenskom trhu.

Zber dát poskytol komplexný obraz o príležitostiach a bariérach, ktoré vnímajú potenciálni organizátori týchto podujatí. Výsledky potvrdili, že Košice sú v tomto segmente vnímané pozitívne, avšak najmä zo strany firiem pôsobiacich vo východnej časti Slovenska. Kľúčovou prekážkou zostáva vnímaná vzdialenosť a časová náročnosť dopravy, čo sa prejavuje najmä pri firmách zo západného Slovenska. Na druhej strane sa ako perspektívna cieľová skupina ukázali firmy z Nitrianskeho, Trenčianskeho a Žilinského kraja, ktoré majú vyššiu ochotu cestovať a disponujú priaznivejšími rozpočtami.

Prieskum bude v budúcom období doplnený o dáta zo zahraničných cieľových trhov. Výsledky analýzy na lokálnom trhu poukázali na **potrebu zjednodušenia procesu organizácie podujatí, podporu full-servisového prístupu a zlepšenie komunikácie dopravných možností**. Preto aj

tieto aspekty tvoria základ pripravovanej stratégie pre rozvoj Košíc ako destinácie vhodnej pre biznisový cestovný ruch.

9.6. Manuál pre realizáciu kľúčových destinačných kampaní

V minulom roku sme v zmysle koncepčného rozvoja organizácie vytvorili strategický marketingový manuál, ktorý slúži ako dokument pre realizáciu a koordináciu destinačných kampaní mesta Košice. Cieľom bolo **podporiť dlhodobú kontinuitu, profesionalitu a udržateľnosť marketingových aktivít prostredníctvom jasne definovaných princípov a odporúčaní.**

Dokument zosumarizoval osvedčené prístupy, ktoré organizácia Visit Košice využívala pri plánovaní a implementácii kampaní v predchádzajúcich rokoch, a zároveň ich prepojil s aktuálnymi poznatkami z prieskumov trhu, analytických výstupov a trendov v cestovnom ruchu. Manuál tak predstavuje dôležitý nástroj na uchopenie kampaní v celoročnom kontexte, ktorý umožňuje aj naďalej konzistentne pracovať s rôznymi cieľovými skupinami podľa ich potrieb, správania a očakávaní.

10. Štatistické údaje o návštevnosti destinácie

V roku 2024 Košice systematicky nadviazali na predchádzajúce úspechy a skúsenosti v oblasti CR, čím ďalej upevnili svoju pozíciu ako významná a dynamicky sa rozvíjajúca destinácia. Ako vyhľadávaná lokalita, atraktívna najmä pre rodiny s deťmi, výletné páry a skupiny priateľov, Košice zaznamenali medziročný nárast návštevnosti o viac ako 7 %, pričom najvyššia návštevnosť a dĺžka pobytov bola zaznamenaná počas mesiacov jún, júl a august. Dáta o návštevnosti zo ŠÚ SR tiež preukázali výrazný podiel návštevníkov z krajín V4, najmä z Česka a Poľska. Už tretí rok po sebe sa tak Košice ukázali ako populárna dovolenková destinácia, ktorá ponúka jedinečné zážitky s bohatou kultúrnou a historickou ponukou.