



# VÝROČNÁ SPRÁVA

2025

VISIT  
KOŠICE

# Výročná správa

## OOCR Visit Košice 2025

# 01

## POSLANIE A ČINNOSŤ ORGANIZÁCIE

Oblasťná organizácia cestovného ruchu Visit Košice je dobrovoľnou, nezávislou, nepolitickou, neštatnou, záujmovou a odbornou organizáciou s pôsobnosťou na území mesta Košice aj okresu Košice-okolie ako turistickej destinácie.

Činnosť Visit Košice sa zameriava na tvorbu a implementáciu rozvojových stratégií v oblasti MICE a leisure turizmu, vytváranie priestoru pre partnerstvá a spolupráce s potenciálom dlhodobého rozvoja destinácie, ako aj na zvyšovanie kvality poskytovaných služieb v destinácii či rozvoj a popularizáciu produktovej ponuky prostredníctvom cielených marketingových aktivít. Organizácia združuje kľúčových aktérov cestovného ruchu s cieľom budovania silnej destinačnej značky a strategickú pozíciu destinácie na domácom a zahraničných trhoch.

Merateľným ukazovateľom naplňovania tohto cieľa je rast počtu prenocovaní v destinácii, ktorý sa premieta do vyšších príjmov z dane za ubytovanie v mestskom rozpočte, čím dochádza k podpore ekonomického rastu subjektov pôsobiacich v cestovnom ruchu. Prostredníctvom koncepčného prístupu a systematickej komunikácie prepája verejný a súkromný sektor s cieľom dosahovať spoločné rozvojové priority, čím prispieva aj k zvyšovaniu kvality života obyvateľov v regióne.

# Základné údaje o organizácii

ÚDAJ	HODNOTA
Názov	Oblasťná organizácia cestovného ruchu Visit Košice
Právny základ	Zákon č. 91/2010 Z. z. o podpore cestovného ruchu
Registrácia	Register OCR, Ministerstvo dopravy a výstavby SR, č. 09668/2012/SCR, dňa 28. 2. 2012
Adresa	Hlavná 59, 040 01 Košice
IČO	42247632
DIČ	2023458745
Bankové spojenie	Prima Banka Slovensko

## Orgány organizácie

Orgánmi organizácie sú predstavenstvo, dozorná rada a valné zhromaždenie.

## Predstavenstvo

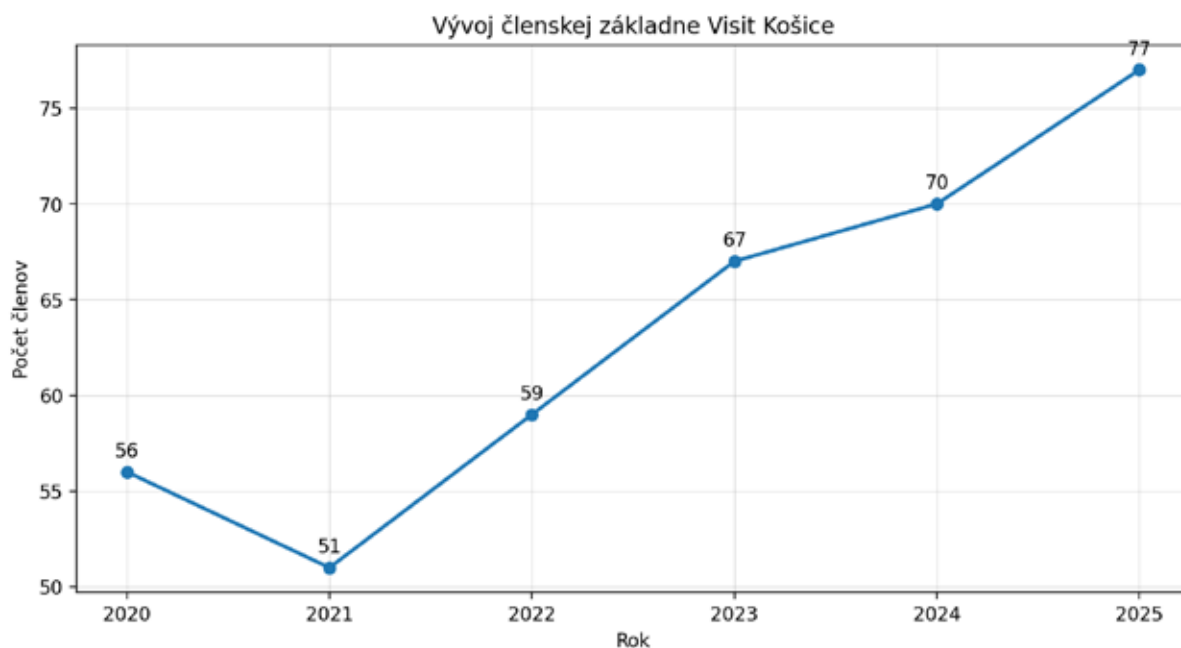
ZÁSTUPCA	SUBJEKT	KOMORA
Mgr. Marcel Gibóda, predseda predstavenstva	Mesto Košice	Obec
Ing. Tomáš Jančuš, PhD., podpredseda predstavenstva	Letisko Košice	Dopravcovia
Miroslav Šrámek (do 10. 6. 2025); Ing. Adela Zakarová (od 11. 06. 2025)	Congress Hotel Centrum; Hotel DoubleTree by Hilton	Ubytovacie zariadenia
Peter Škripko	Pivovar Hostinec a Camelot	Reštaurácie, vinotéky, bary, kaviarne
Mgr. Igor Holéczy (do 30. 12. 2025); Mgr. art. Dorota Kenderová ArtD. (od 31. 12. 2025)	Detská železnica Košice; Východoslovenská galéria	Atraktivity a podujatia
Luboš Grajcár	John the B tour	Incomingové CK a agentúry
Ing. arch. Michal Hladký, ArtD. (do 10. 6. 2025); Mgr. Ing. Martin Dani (od 11. 6. 2025)	Creative Industry Košice; K13	Medzisektorové spolupráce a iné

# Dozorná rada

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

# Valné zhromaždenie a členská základňa

NÁZOV KOMORY	POČET ČLENOV
Mesto Košice	1
Ubytovacie zariadenia	8
Reštauračné služby	11
Vinotéky, bary, kaviarne	5
Atraktivity a podujatia	38
Dopravcovia	2
Incomingové CK a agentúry	3
Medzisektorové spolupráce a iné	9
Aktuálny počet členov OOCR Visit Košice	77



# 02

## VISIT KOŠICE V ČÍSLACH

Rok 2025 priniesol rozsiahle aktivity v marketingu, destinačnom manažmente, prezentačných podujatiach, rozvoji členskej základne, informačných službách aj vzdelávaní.

<b>77</b> členov OOCR Visit Košice	<b>2</b> schválené projekty štátnej dotácie	<b>793 275 €</b> rozpočet dvoch projektov štátnej dotácie
<b>2</b> nové komunikačné línie	<b>1772</b> nových prvkov komunikačnej identity	<b>7 442</b> nových fotografických výstupov
<b>43</b> video výstupov	<b>241 061</b> vytlačených propagačných materiálov	<b>38</b> nových propagačných materiálov
<b>7</b> destinačných marketingových kampaní	<b>7,4 mil.+</b> dosah online kampaní	<b>44 mil.+</b> zobrazení kampaňových formátov
<b>37</b> účastí na veľtrhoch, výstavách a prezentáciách	<b>11</b> vzdelávacích aktivít	<b>15</b> nových suvenírov od lokálnych umelcov

# 03

# AKTIVITY VISIT KOŠICE

## Prehľad projektov a rozpočtov

PROJEKT	ZAMERANIE	ROZPOČET / DOTÁCIA
Košice 2025: Smart Turizmus	Leisure aktivity, produkty CR, dáta, vzdelávanie, obsah a kampane	528 850,00 €
Rozvoj subdestinácie Slanské vrchy a posilnenie MICE turizmu – Spolupráca prináša výsledky	Kooperačný projekt s OOCR Región Šariš a OOCR Horný Zemplín	264 425,00 €

# Vyúčtovanie projektu Štátnej dotácie Ministerstva cestovného ruchu a športu SR 2024

Dňa 13. februára 2025 sme odoslali vyúčtovanie štátnej dotácie projektu s názvom „Košice Živé Mesto 2024“. Zároveň sme zaslali aj disk s plneniami za jednotlivé podaktivity. Dotáciu, ktorá nám bola v roku 2024 schválená, sme **vyčerpali v plnom rozsahu**.

## Projekt Košice 2025: Smart Turizmus

Prvý projekt zameraný na **leisure aktivity OOCR Visit Košice** počas plynúceho roka 2025. Tento projekt nesie názov „Košice 2025: Smart Turizmus“ a žiadali sme naň dotáciu vo výške 528 850,00€.

V nadväznosti na strategický prístup k rozvoju cestovného ruchu sme sa v tomto projekte zamerali na aktivity nadväzujúce na úspechy marketingu v minulých rokoch a na pokračovanie v rozvoji udržateľných produktov CR, akými sú Košický detský pas či Živé Košice. Sústredili sme sa aj na zber a vyhodnocovanie hodnotných dát, vzdelávanie členov a aktérov CR a budovanie interných kapacít. Rozvíjali sme aj novú komunikačnú líniu Športové Košice, ktorou reagujeme na rozvoj športovej infraštruktúry v meste, či spolupráce s organizátormi kľúčových podujatí.

## Kooperačný projekt v spolupráci s OOCR Región Šariš a OOCR Horný Zemplín

Tento rok ministerstvo navyše ohlásilo aj novú výzvu, a to výzvu k predloženiu tzv. kooperačného projektu – teda projektu, na ktorom môžu súčasne participovať viaceré susediace organizácie cestovného ruchu. My ako Visit Košice sme podali **kooperačný projekt v spolupráci s OOCR Región Šariš a OOCR Horný Zemplín** s názvom „Rozvoj subdestinácie Slanské vrchy a posilnenie MICE turizmu – Spolupráca prináša výsledky“. Na tento projekt sme žiadali dotáciu vo výške 264 425,00€.

**Prepojenie a rozvoj prírodného a incentívneho turizmu s kongresovou destináciou Košice** vidíme ako kľúčové pre rozvoj MICE segmentu na našom území. Projekt reflektuje potrebu rozvoja turistickej infraštruktúry, rozšírenia ponuky CR, sieťovania aktérov a efektívnej marketingovej komunikácie.

Zámery oboch projektov boli schválené v plnej výške v mesiaci jún.

# Interreg Hungary – Slovakia: From Košice to Tokaj

Ku koncu januára 2025 sme spolu s medzinárodnými partnermi z Maďarska podali projekt Interreg Hungary – Slovakia s názvom „From Košice to Tokaj – development of active and cultural tourism“ s celkovým rozpočtom **5 009 776,27€**.

Hlavným cieľom akčného plánu je vytvoriť **atraktívnu, prepojenú a udržateľnú turistickú destináciu Košice – Tokaj**, ktorá spája kultúrne dedičstvo, prírodné krásy a vinárske tradície. Plán sa zameriava na zlepšenie infraštruktúry vodnej a cyklistickej infraštruktúry, rozšírenie ponuky zážitkových balíčkov, rozvoj turistických atrakcií a ich zapojenie do cezhraničnej siete s cieľom zvýšiť konkurencieschopnosť regiónu a prilákať domácich aj zahraničných turistov.

Projekt „From Košice to Tokaj – development of active and cultural tourism“ (#Kosice2Tokaj) bol oficiálne schválený v septembri v rámci programu Interreg Slovensko – Maďarsko, a prinesie viac než 2,5 milióna € na rozvoj spoločnej turistickej destinácie Košíc a Tokaja.

Pod vedením OOCR Visit Košice sa doň zapojí 10 partnerov zo Slovenska a Maďarska, pričom projekt sa zameria na rozvoj cyklistickej a vodnej infraštruktúry, prepojenie kultúrnych a prírodných atrakcií, digitalizáciu dedičstva, podporu festivalov a gastronómického turizmu, ako aj na spoločnú marketingovú kampaň.

Očakáva sa, že toto cezhraničné partnerstvo prinesie viac domácich i zahraničných turistov, nové pracovné príležitosti a posilní identitu regiónu, čím sa Košice stanú vstupnou bránou do Tokajskej vinohradníckej oblasti.

## Visit Košice ako súčasť programu D3HUB

Organizácia Visit Košice bola pre tento rok vybraná ako jedna zo 40 európskych destinácií (medzi nimi napr. aj Visit Bruges, či Ljubljana Tourism) do prestížneho vzdelávacieho programu D3HUB peer-learning programme. Projektovú žiadosť pre zapojenie do tohto programu sme podali ešte v priebehu predchádzajúceho roka.

Počas roka sme spolupracovali na hľadaní **inovatívnych a na údajoch založených riešení výziev destinačného manažmentu**, čím sme dostali možnosť pripraviť pôdu pre udržateľnejšiu budúcnosť cestovného ruchu v Košiciach. Za projektom stoja odborníci, ktorí

zostavujú dotačné výzvy pre EÚ, takže účasť nám okrem odborných príležitostí pre tím a našich členov, prinesol aj ďalšie príležitosti na zapojenie sa do projektových výziev.

Príležitosť participovať v tomto programe je úspechom, ktorý podčiarkuje našu prácu a výsledky na rozvoji cestovného ruchu v Košiciach, a naďalej posilňuje postavenie Košíc ako mesta rozvinutého na úrovni TOP európskych destinácií.

# Spolupráce

Visit Košice v roku 2025 rozvíjala spolupráce so SLOVAKIA TRAVEL, univerzitami, organizáciami cestovného ruchu, KOOCR, Medzinárodným letiskom Košice, Business Košice, mestom Košice, organizátormi kľúčových podujatí a zahraničnými zastupiteľstvami.

- **SLOVAKIA TRAVEL:** infocesta a natáčanie Chutné Slovensko, regionálne stretnutie, spolupráca so Slovak Ambassador, FAM trip Off the Beaten Path.
- **Univerzity:** prezentácie destinácie v spolupráci s TUKE, podpora konferencie Ulysseus, účasť na konferencii o udržateľnosti v cestovnom ruchu.
- **Iné OCR a KOOCR:** infocesty s OOCR Vysoké Tatry a Košice región turizmus, spoločné prezentácie na veľtrhoch.
- **Medzinárodné letisko Košice:** prezentácia destinácie pre kanadský trh v Toronte a Ottawe.
- **Business Košice a mesto Košice:** prezentácie aktivít a destinácie počas pracovných stretnutí a zahraničných delegácií.
- **Organizátori kľúčových podujatí:** spolupráca pri 13 kultúrnych, športových a spoločenských podujatiach.

## Spolupráca so SLOVAKIA TRAVEL

### INFOCESTA A NATÁČANIE RELÁCIE CHUTNÉ SLOVENSKO

Prestížne ocenenie Gault & Millau zaradilo reštauráciu SEVEN vo Villa Sandy Resort a Košice medzi najlepšie kulinárske destinácie na Slovensku. Len niekoľko dní po získaní tohto prestížneho titulu sme v Košiciach privítali realizačný štáb televíznej relácie Chutné Slovensko.

Náš tím odborníkov mal možnosť do natáčania vybrať dve výnimočné reštaurácie: Pivovar Hostinec, ako tradičný skvost sídliaci v najstaršej budove v Košiciach, ktorý vyrába aj vlastné remeselné pivo, a reštauráciu SEVEN - moderný kulinársky zážitok pod vedením Jozefa Hromjaka, šéfkuchára slovenského olympijského tímu v gastronómii. Táto epizóda relácie vznikla vďaka spolupráci s agentúrou SLOVAKIA TRAVEL.

### REGIONÁLNE STRETNUTIE SLOVAKIA TRAVEL SO ZÁSTUPCAMI KOOCR A OOCR V KOŠICKOM KRAJI

Začiatkom augusta sme boli prizvaní na pracovné výjazdové stretnutie SLOVAKIA TRAVEL v regiónoch Slovenska. Dvaja zástupcovia národnej agentúry pre cestovný ruch SLOVAKIA TRAVEL sa stretli so zástupcami Košice región turizmus a troch OOCR pod nich spadajúcich. Stretnutie bolo vedené v priateľskom duchu a venovalo sa spolupráci, aktivitám a prioritám daných regiónov voči SLOVAKIA TRAVEL.

## SPOLUPRÁCA S INFLUENCEROM SLOVAK AMBASSADOR

Koncom júna sme sa podieľali na prezentácii destinácie Košice pre anglického influenceru Zulfa Hyatt-Khana, ktorý vystupuje pod menom Slovak Ambassador. Na túto prezentáciu sme boli prizvaní národnou agentúrou SLOVAKIA TRAVEL, ktorá infocestu realizovala. Zulf prezentoval Košice ako živé, športové a historické mesto.

## FAM TRIP OFF THE BEATEN PATH

Košice privítali účastníkov medzinárodného FAM tripu, ktorý zorganizovala národná agentúra SLOVAKIA TRAVEL. Tour operátori zo Švédska, Nemecka, Rakúska, Francúzska, Írska a Spojeného kráľovstva počas týždňovej cesty po Slovensku strávili takmer 24 hodín aj v Košiciach. Mesto hostí zaujalo predovšetkým históriou, pamiatkami, gastronómiou a kvalitou služieb.

## Spolupráca s univerzitami

### PREZENTÁCIA DESTINÁCIE V SPOLUPRÁCI S TECHNICKOU UNIVERZITOU KOŠICE

OOCR Visit Košice dlhodobo spolupracuje s Technickou univerzitou v Košiciach, najmä s Baníckou a Ekonomickou fakultou. Na začiatku roka sme poskytli oficiálnu prezentáciu a destinačné video na propagačné účely destinácie počas zahraničných prezentácií TUKE.

Video o Košiciach bolo prezentované v rámci prezentácie TUKE a Košíc ako mobilitej destinácie pre študentov spoločného študijného programu UlyseusAI pätnástim študentom pochádzajúcim najmä z krajín mimo EÚ a pre 289 študentov na podujatí Ulyseus Virtual Mobility Fair, najmä z Čiernej Hory, Talianska, Francúzska a Fínska.

### PODPORA MEDZINÁRODNEJ KONFERENCIE ULYSSEUS

V spolupráci s Technickou univerzitou Košice sme si počas ich veľkej medzinárodnej konferencie „Ulyseus Košice week“ vyskúšali **formu podpory v rámci business events sektora**, kde sme účastníkom konferencie pripravili možnosť účasti na prehliadke mesta Košice. Počas tohto podujatia boli zrealizované **tri prehliadky mesta** v dĺžke trvania 1,5 hodiny. Takýto formát spolupráce hlavných organizátorov kongresových podujatí a lokálnych organizácií cestovného ruchu je vo väčších destináciách zameraných na business events bežný. Vďaka týmto možnostiam sa snažíme učiť a pripravovať pôdu pre rozvoj business events a podporiť zložky MICE segmentu v nej.

### ÚČASŤ NA ODBORNEJ KONFERENCII UDRŽATEĽNOSŤ V CESTOVNOM RUCHU

26. marca 2025 sa na Prešovskej univerzite konala konferencia venovaná udržateľnosti v cestovnom ruchu. Spoločne s odborníkmi zo SLOVAKIA TRAVEL, Planet Lover, Grand Hotel Kempinski, Prešovskej univerzity a Villa Sandy Rezort sme diskutovali o tom, **ako môže udržateľnosť priniesť ekonomické výhody, zvýšiť kvalitu služieb a posilniť konkurencieschopnosť**

**v turizme, hotelierstve a gastronómii.** Do diskusného panelu bola prizvaná aj Ivana Kavulič z OOCR Visit Košice, ktorá hovorila o udržateľnosti cestovného ruchu v praxi.

Konferencia „Cestovný ruch novej generácie“ ukázala, že udržateľnosť v turizme a gastronómii už nie je len trendom, ale nevyhnutnosťou. Diskutovali sme o reálnych opatreniach v hoteloch a reštauráciách, výzvach pri minimalizácii potravinového odpadu, nízkom počte certifikovaných hotelov a vplyve členstva SLOVAKIA TRAVEL v GSTC na konkurencieschopnosť slovenského cestovného ruchu. Zároveň sme zdôraznili význam vzdelávania a nových kariérnych príležitostí v oblasti udržateľnosti.

Udržateľnosť vnímame ako jednu z hlavných tém v rozvoji našej destinácie, preto sme radi súčasťou takýchto aktivít.

## Spolupráca s inými OCR a KOOCR

### INFOCESTY V SPOLUPRÁCI S OOCR VYSOKÉ TATRY A KOOCR KOŠICE REGIÓN TURIZMUS

Na základe dobrých vzťahov a prepojenia regiónov sme tento rok zrealizovali **dve infocesty v spolupráci s OOCR Vysoké Tatry a KOOCR Košice región turizmus**. Obe boli zamerané na novinárov a influencerov z destinácií, odkiaľ máme priame letecké spojenie a to konkrétne Írsko a Veľká Británia.

Dňa 15.decembra sme v našej destinácii privítali influencerov z Rumunska, ktorí sa prioritne zúčastnili infocesty vo Vysokých Tatrách. Vďaka dobrej spolupráci s OOCR Vysoké Tatry sme sa opäť mohli podieľať na prezentácii našej destinácie a ukázať tak možnosť prepojenia oboch destinácií, ktoré sú v blízkej vzdialenosti.

Influencerom sme ukázali zimné a vianočné Košice, a čo všetko v tomto období naša destinácia ponúka.

### VELTRHY

S organizáciou Košice región turizmus sme nadviazali na predchádzajúce roky a spoločne prezentovali destináciu na veľtrhoch v zahraničí. Vzhľadom na prepojenosť destinácie a jej vnímanie ako celku sme sa prezentovali na veľtrhoch cestovného ruchu pod záštitou SLOVAKIA TRAVEL na spoločných pultoch, a to na viacerých veľtrhoch pre B2C publikum aj na veľtrhoch pre B2B vo Frankfurte, Barcelone a Štokholme.

## Spolupráca s Medzinárodným letiskom Košice

### PREZENTÁCIA DESTINÁCIE PRE KANADSKÝ TRH

Začiatkom novembra sme na pozvanie Medzinárodného letiska Kosice v spolupráci s Košice región turizmus a cestovnou agentúrou Discover Slovakia pod vedením Marcely Laukovej mali možnosť podieľať sa na **dvoch prezentáciách destinácie a východného Slovenska v Kanade**. Jednalo sa o druhý ročník série prezentácií na severoamerickom kontinente.

Prvá prezentácia sa konala v meste Toronto pre slovenských krajanov, avšak highlightom bola prezentácia v meste Ottawa, kde sme na pôde Slovenskej ambasády Košice a Košický kraj **prezentovali pred vyše 40 cestovnými agentúrami z Kanady a USA**. Tento spôsob prezentácie vnímame ako prínosný aj vďaka leteckým spojeniam do Košíc zo Severnej Ameriky iba s jedným prestupom vo Varšave, Viedni alebo v Zürichu, a navyše momentálne začíname byť pre tento trh novou a zaujímavou cestovateľskou destináciou.

## Spolupráca s Business Košice

### PREZENTÁCIA AKTIVÍT VISIT KOŠICE V SPOLUPRÁCI S BUSINESS KOŠICE

Dňa 23. apríla 2025 sme boli súčasťou **prvého stretnutia novej platformy medzisektorového dialógu „TOWN HALL Košice“**, ktoré organizovala organizácia Business Košice.

Cieľom tejto iniciatívy bolo posilniť vzájomnú informovanosť a spoluprácu v rámci ekosystému – medzi verejným sektorom (vrátane najvyšších predstaviteľov vedenia mesta), akademickým prostredím, kľúčovými organizáciami, združeniami, klastrami, obchodnými komorami a ďalšími aktérmi v našom meste.

Na podujatí sme sa zamerali najmä na vzájomnú výmenu informácií o krátkodobých až strednodobých plánoch a projektoch s potenciálom prepojenia synergií naprieč sektormi. Na prezentáciu našich aktivít nám bol k dispozícii 10-minútový prezentačný priestor a následný krátky čas na zodpovedanie otázok. Podujatie bolo ukončené otvorenou diskusiou.

## Spolupráca s mestom Košice

### PREZENTÁCIA DESTINÁCIE POČAS NÁVŠTEV ZAHRANIČNÝCH DELEGÁCIÍ

Organizácia Visit Košice je často prizývaná na **prezentáciu destinácie Košice počas oficiálnych privítaní zahraničných delegácií** v Historickej radnici mesta Košice.

2. apríla, pred Veľkou nocou, sme v Košiciach spolu s viceprimátorom mesta prijali delegáciu z chorvátskej župy **Koprivničko – križevačka**, ktorá do Košíc priniesla unikátne nadrozmerne veľkonočné vajíčko zdobené symbolmi tejto župy a Košíc. Tradíciu tejto župy

je darovanie veľkonočného vajíčka partnerským mestám alebo mestám, s ktorými majú historické prepojenie.

Dňa 10. mája 2025 sme mali tú možnosť odprezentovať destináciu delegácii z partnerského nemeckého mesta **Cottbus**, konkrétne primátorovi Tobiasovi Schickovi s dvojčlennou delegáciou.

## Spolupráca s organizátormi kľúčových podujatí

V úvode tohto roka Predstavenstvo OOCR Visit Košice odsúhlasilo **spoluprácu s organizátormi vybraných podujatí s konaním v roku 2025**. Predmetom týchto spoluprác je finančné a marketingové plnenie, pričom cieľom je zabezpečiť vysoko efektívnu propagáciu a zviditeľnenie destinácie na miestach s prirodzene vysokým dosahom.

Na tejto aktivite počas roka pracujeme priebežne, a to komunikáciou s jednotlivými organizátormi, spoluprácou na tvorbe a distribúcii destinačných marketingových výstupov, prispôsobených individuálnym potrebám a charakteru podujatí, a priebežným vyhodnocovaním úspešnosti týchto spoluprác.

V roku 2025 organizácia Visit Košice spolupracovala s organizátormi týchto podujatí:

1. Športová osobnosť Košíc
2. UEFA Euro U21 2025
3. Nation Games - majstrovstvá v malom futbale
4. Balónová fiesta
5. Medzinárodný festival mládežníckych orchestrov a zborov Šengenský poludník
6. MFF Art Film Košice
7. Tennis Europe Junior Tour: TEJT 1 U12 - 2nd NTC Košice Cup U12 2025
8. Medzinárodný organový festival Ivana Sokola
9. Medzinárodné cyklistické preteky - Okolo Slovenska 2025
10. Medzinárodný maratón mieru
11. Biela Noc Košice
12. Koncert DJ Padre Guilherme
13. Ekotopfilm

# Marketing

<b>1</b> nová komunikačná línia	<b>1731</b> nových prvkov identity	<b>6913</b> fotografických výstupov
<b>39</b> propagačných videí	<b>38</b> nových propagačných materiálov	<b>241061</b> vytlačených propagačných materiálov

Marketing organizácie Visit Košice v roku 2025 nadviazal na úspešné aktivity z predchádzajúcich rokov a významne prispel k posilneniu pozície Košíc ako atraktívnej modernej mestskej destinácie. Na základe dôkladnej analýzy dát z minulých období sme pripravili marketingový plán, ktorý systematicky podporoval zvyšovanie návštevnosti, predlžovanie pobytov návštevníkov a zároveň prispieval k rozvoju kvalitného mestského prostredia a zážitkovej ponuky pre domácich obyvateľov.

Smerovanie marketingových aktivít vychádzalo zo strategického dokumentu **Košice – Živé mesto** a opieralo sa o aktuálne dátové poznatky, súčasné trendy v cestovnom ruchu, kvalitnú obsahovú produkciu a efektívne využívanie mediálneho mixu. Prostredníctvom cieľenej komunikácie na Slovensku a v krajinách V4, s osobitným dôrazom na poľský trh ako najperspektívnejší zdroj návštevníkov v rámci regiónu, sme systematicky posilňovali povedomie o Košiciach ako atraktívnej destinácii pre mestské pobyty. Významnú úlohu zohrávala kontinuálna tvorba textového, vizuálneho aj audiovizuálneho obsahu, ktorá umožnila prezentovať aktuálne dianie v meste a zároveň dlhodobo rozvíjať destinačnú identitu a obsahovú banku organizácie.

Dôležitou súčasťou marketingovej agendy bola aj systematická **podpora kľúčových podujatí v meste**, ktoré významne prispievajú k návštevnosti destinácie a zároveň obohacujú kultúrny a spoločenský život Košíc. Spoluprácou s organizátormi významných športových, kultúrnych a spoločenských podujatí sme dokázali cieľene osloviť špecifické skupiny návštevníkov a zároveň posilňovať vnímanie mesta ako živého centra zážitkov.

Rok 2025 priniesol aj nové komunikačné témy a formáty, ktoré rozšírili doterajší rámec marketingovej komunikácie. Významným momentom bolo predstavenie novej komunikačnej línie „**Košice – Ihrisko zážitkov**“, realizovanej v spolupráci s Mestom Košice. Táto línia reflektuje rastúci význam športových podujatí a športovej infraštruktúry v meste a umožňuje komunikovať Košice ako destináciu plnú aktívnych zážitkov pre fanúšikov aj návštevníkov z rôznych krajín Európy.

Marketingové aktivity počas roka zahŕňali široké spektrum nástrojov – od digitálnych kampaní, tvorby a lokalizácie destinačných materiálov, cez outdoorovú komunikáciu a tlačené propagačné materiály až po infocesty, press tripy, fam tripy a účasť na významných medzinárodných veľtrhoch cestovného ruchu. Tieto aktivity priniesli rozsiahle mediálne výstupy, po-

silnili spoluprácu s partnermi a touroperátormi a zároveň umožnili priamy kontakt s potenciálnymi návštevníkmi na kľúčových trhoch.

## Rozširovanie komunikačnej identity

### NOVÁ KOMUNIKAČNÁ LÍNIA KOŠICE: IHRISKO ZÁŽITKOV

V rámci marketingovej komunikácie pristupujeme k prezentácii destinácie koncepcne – prostredníctvom tematických komunikačných línií, ktoré reflektujú rôzne motivácie a potreby cieľových skupín. Ich cieľom je efektívnou formou osloviť špecifické cieľové skupiny ako rodiny s deťmi, skupiny priateľov, výletné páry a domáci obyvatelia a predstaviť im kurátorovaný výber z destinačnej ponuky. Medzi hlavné komunikačné línie patria Košický detský pas, Zaži Košice, Sakrálné Košice, Ikony košickej architektúry a Kalendár podujatí.

V apríli sme úspešne spustili novú komunikačnú líniu „Košice: Ihrisko zážitkov“, ktorá vznikla v spolupráci s Mestom Košice ako iniciatíva na podporu rastúcej športovej infraštruktúry mesta, a zároveň ako odpoveď na zvyšujúci sa počet významných športových podujatí, ktoré sa v Košiciach v roku 2025 a v nasledujúcich rokoch budú konať.

**Rozšírenie identity o nové vizuálne a textové prvky či príprava nového webu** prebiehali v úzkej spolupráci s referátom športu Mesta Košice, pričom pri ich vytváraní OOCR Visit Košice priamo reflektovala na už existujúcu vizualitu „Športové Košice“.

K tejto komunikačnej línii sme pripravili a zabezpečili aj **online destinačnú kampaň**. Cieľom kampane bolo predstaviť Košice nielen ako dejisko vrcholových športových udalostí, ale aj ako mesto s bohatou ponukou programu pre domácich aj zahraničných návštevníkov. Nová web stránka slúži pre športovcov a fanúšikov športu ako rozcestník zážitkov, ktorý návštevníkom pomôže zorientovať sa v dani a podporí ich rozhodnutie prísť do Košíc, predĺžiť si pobyt, alebo zažiť mesto novým spôsobom. Kľúčové sekcie ako kalendár športových podujatí, zoznam itinerárov (článkov) s tipmi na mestské zážitky a galéria športovísk s mapou majú za cieľ uľahčiť plánovanie návštevy mesta.

Pre potreby komunikačnej línie sme tiež vytvorili **nové tlačené propagačné materiály**, ktoré boli distribuované členom a organizátorom kľúčových športových podujatí, a tiež umiestnené na kľúčové miesta vstupu či zvýšeného pohybu návštevníkov v Košiciach. Tlačovina obsahuje okrem základných informácií pre dobrú orientáciu v meste aj itinerár s tipmi na trojdňový program v meste, prispôsobený tejto špecifickej cieľovej skupine.

Offline propagácia prebiehala aj prostredníctvom **dvoch bannerových plôch** – osadených pred vstupom do železničnej stanice a na oplotení Urbanovej veže. Umiestnenie plôch práve na týchto miestach uľahčilo návštevníkom orientáciu v meste aj v samotnom živom dani. Počas podujatia UEFA EURO U21 sme vizibilitu komunikačnej línie sprostredkovali aj formou bezplatnej **výstavy o histórii futbalu v Košiciach**, ktorá bola osadená na desiatich paneloch vo verejnom priestore, medzi Immaculatou (Morovým stĺpom) a parkom s fontánou znamení.

## ROZŠIROVANIE DESTINAČNEJ OBSAHOVEJ BANKY

V roku 2025 sme pokračovali v rozširovaní destinačnej obsahovej banky. Vznikali nové **PR články, blogové texty, grafické prvky aj profesionálne foto a video výstupy**, ktoré

naďalej rozvíjali hlavné komunikačné línie a reagovali na aktuálne potreby publika. Materiály vznikali v spolupráci s odborníkmi na dizajn, copywriting, preklady do cudzích jazykov a kreatívne služby s cieľom zabezpečiť vysokú kvalitu a jednotu vizuálneho aj obsahového prejavu. Súčasťou nových výstupov boli **dve nové vizuálne identity**, digitálna verzia **dvoch nových tematických máp** – Mapa Kultúrne Košice či Mapa umenia vo verejnom priestore Košíc, **stovky grafických formátov pre prezentáciu v online a offline kampaniach, päť dizajnov nových tlačovín, dve webstránky, 34 blogpostov, desiatky web textov** a množstvo ďalších prvkov, ktorým počas roka aktívne podporujeme rozpoznateľnosť destinácie a posilňujeme koordinovanú prezentáciu Košíc medzi partnermi.

Rovnako sme naďalej pokračovali s fotením živých podujatí a členských subjektov v rámci destinácie, tento rok okrem **živého mesta** navyše aj za účelom prezentácie Košíc ako **destinácie pre business events**. V roku 2025 sme spracovali fotografie z **21 subjektov a lokalít, 130 živých podujatí v meste, spracovali 39 krátkych prezentačných videí na rôzne účely** a popri tom spracovávali ďalšie audiovizuálne materiály pre potreby prezentácie mesta v médiách, na žiadosť partnerov organizácie i organizátorov podujatí.

Pri foteniach a natáčaní prezentačných materiálov využívame **služby profesionálneho komparzu**, čo nám okrem vysokej kvality výstupov zabezpečuje aj plnú právnu istotu pri ich ďalšom používaní. Vďaka tomu nevznikajú žiadne GDPR obmedzenia a výsledné fotografie a videá je možné využívať od marketingových kampaní a tlačových materiálov až po poskytovanie prezentačných materiálov tretím stranám.

## Online marketing a kampane

KAMPAŇ / KANÁL	VYBRANÉ VÝSLEDKY
<b>Redakčný plán</b>	463 publikovaných príspevkov, takmer 800 000 zasiahnutých používateľov, 3,3 mil.+ zobrazení, 4 800+ nových sledovateľov
<b>Podpora kľúčových podujatí</b>	13 podporených podujatí, 2,5 mil.+ zobrazení príspevkov s destinačným obsahom
<b>Košická noc múzeí a galérií</b>	545 000+ dosah, 19 428 unikátnych návštev webu s programom, 47 000+ zobrazení digitálneho programu
<b>Kalendár podujatí</b>	2,7 mil.+ zobrazení kampane, 670 000+ dosah, 33 000+ návštev webu z kampane, 115 000+ návštev Kalendára podujatí
<b>Košický detský pas</b>	4 mil.+ zobrazení obsahu, 78 600+ preklikov, takmer 700 objednávok, 1331 odoslaných pasov
<b>Zaži Košice</b>	10 mil.+ zobrazení na Google Ads, 3,2 mil.+ zobrazení na META, 229 000+ preklikov, 129 000+ návštev kampaňovej stránky

<b>Košice: Ihrisko zážitkov</b>	9,3 mil.+ zobrazení na Google Ads, 1,6 mil.+ zobrazení na META, 203 000+ preklikov, 100 000+ návštevníkov webu
<b>Košice: Žyve miasto</b>	3,25 mil.+ zobrazení, 532 000+ dosah, 21 600+ preklikov na web, 42 500+ preklikov z Google Ads
<b>Vianoce v Košiciach</b>	339 000+ používateľov oslovených platenou reklamou, 197 800+ organický dosah, 9 000+ preklikov, 27 000+ zhladnutí videa

## REDAKČNÝ PLÁN A PODPORA ČLENSKÝCH AKTIVÍT

Redakčný plán sme počas celého roka napĺňali pravidelnou komunikáciou na sociálnych sieťach Instagram a Facebook, pričom sme dbali na správne zacielenie obsahu pre jednotlivé platformy. Spolu sme v období január až október publikovali **463 príspevkov na sociálnych sieťach Facebook a Instagram**, pričom publikovaný obsah pružne reagoval na aktuálne dianie v meste a systematicky prepájal aktivity členskej základne s témami našich komunikačných línií. Tieto príspevky spolu s menšími kampaňovými formátmi prilákali na naše kanály viac ako **4 800 nových sledovateľov, zasiahli takmer 800 000 používateľov, vygenerovali viac ako 173 000 interakcií a spolu sa zobrazili viac ako 3,3 miliónkrát.**

V rámci menších podporných kampaní či postov s organickým dosahom sme pripravovali príspevky prezentujúce praktické tipy, tematické prehľady a jednoduché itineráre, ktoré návštevníkom uľahčovali orientáciu v širokej ponuke podujatí a zážitkov v Košiciach. Cieľom

bolo zachovať konzistentnú komunikáciu, zvyšovať organické zapojenie publika a zviditeľňovať produkty a prepojené aktivity partnerov destinácie.

## ONLINE PODPORA KLÚČOVÝCH PODUJATÍ V DESTINÁCIÍ

<b>13</b> podporených klúčových podujatí	<b>2,5 mil.+</b> zobrazení príspevkov s destinačným obsahom
---	--

V rámci marketingovej a online podpory organizácia Visit Košice počas roka spolupracuje s organizátormi viacerých kultúrnych, umeleckých a športových podujatí. Výsledky online podpory získavame od organizátorov priebežne. Z dodaných dát za obdobie **do októbra** vieme potvrdiť, že poskytnuté promo materiály efektívne zacieleni vybrané publiká a dosiahli vysokú mieru zásahu medzi návštevníkmi a záujemcami o tieto podujatia. Aj z čiastkových výstupov je zrejmé, že spoločná online propagácia zvyšuje dosah podujatí a oslovuje relevantné cieľové skupiny. V online prostredí sme do tohto obdobia zaznamenali na základe dodaných dát **viac ako 2,5 milióna zobrazení príspevkov s destinačným obsahom.**

V rámci redakčného plánu Visit Košice sme každé jedno z podujatí podporili minimálne 2x prostredníctvom zapojenia daného podujatia medzi pondelkové tipy z Kalendára podujatí a aspoň 1 samostatným príspevkov s tipmi na aktivity v meste počas konania daného podujatia, vybranými pre danú cieľovú skupinu.

## ONLINE KAMPAŇ KOŠICKÁ NOC MÚZEÍ A GALÉRIÍ

**545 000+**

dosah na používateľov

**19 428**

unikátnych návštev webu  
s programom

**47 000+**

zobrazení digitálneho programu

Online kampaň Košická noc múzeí a galérií 2025 priniesla výrazný nárast zásahu aj reálnych výsledkov naprieč všetkými komunikačnými kanálmi. Online propagácia, ktorá prebiehala od 11. apríla až do dňa podujatia, cielene zasiahla široké publikum na východnom a strednom Slovensku a využila efektívne formáty aj dáta z minulých ročníkov. Reklamné zostavy zasiahli viac než **545 tisíc používateľov** a generovali cez **923 tisíc zobrazení**, pričom kľúčovým ukazovateľom bol výrazný medziročný rast interakcií a preklikov – až **8 295 kliknutí** (+180 % oproti 2024). Záujem sa prejavil aj v podujatí na Facebooku, kde pribudlo **3 785 záujemcov** (+9 % oproti 2024). Program podujatia zaznamenal na webe **19 428 unikátnych návštev** a celkovo viac než **47 tisíc zobrazení**, čo potvrdzuje vysokú relevanciu obsahu (priemerný čas na stránke 4:35 min).

K podujatiu kreatívny tím Visit Košice vytvoril nový key vizuál a sadu personalizovaných grafík, ktoré posilnili jednotný vizuálny jazyk kampane. V rámci produkcie vzniklo rozsiahle množstvo tlačených materiálov a tradičnou súčasťou podujatia bola aj prítomnosť fotografa a kameramana, ktorí zdokumentovali program vo vybraných objektoch a vytvorili kvalitné výstupy pre ďalšiu propagáciu budúcich ročníkov. Online marketing navyše doplnila aj vizuálna prítomnosť kampane priamo v meste či ďalšie marketingové formáty.

## ONLINE KAMPAŇ KALENDÁR PODUJATÍ

**2,7 mil.+**

zobrazení kampane

**670 000+**

dosah na publikum

**33 000+**

návštev webu z kampane

**115 000+**

návštev Kalendára podujatí

Kampaň Kalendár podujatí priniesla v období júl až september výrazný zásah aj vysoký záujem o obsah. Reklamy na META (Facebook a Instagram) sa **zobrazili** viac než **2,7 milióna krát** a **oslovili vyše 670 tisíc ľudí**. Na web [visitkosice.org](http://visitkosice.org) prišlo z kampane viac ako **33 tisíc preklikov** a príspevky získali tisíce interakcií. Najlepšie sa darilo témam zameraným na **športové a kultúrne podujatia**, ktoré priniesli najvyšší objem preklikov.

Webová verzia Kalendára podujatí počas kampane zaznamenala vyše **115 tisíc návštevníkov**, pričom sekcia podujatí bola jednou z najnavštevovanejších častí – otvorená bola 35 tisíckrát a detail podujatí viac než 13 tisíckrát. Používatelia strávili na stránke v priemere **1 minútu a 18 sekúnd**, čo opäť potvrdzuje **vysokú relevanciu obsahu**.

Kampaň tak významne podporila orientáciu návštevníkov v dianí mesta a ukázala, že prehľad podujatí patrí k najvyhľadávanejším online službám, ktoré ako organizácia poskytujeme.

## ONLINE KAMPAŇ KOŠICKÝ DETSKÝ PAS

<b>4 mil.+</b> zobrazení kampaňového obsahu	<b>78 600+</b> preklikov na kampaňovú stránku
<b>59 900+</b> návštevníkov webu počas kampane	<b>1331</b> odoslaných pasov

Kampaň Košický detský pas 2025 priniesla počas letnej prázdninovej sezóny mimoriadne silné výsledky a potvrdila rastúci dopyt po produkte naprieč celým Slovenskom. Reklamy na platforme META Ads zabezpečili viac ako **2,08 milióna zobrazení**, pričom **zasiahli 528 tisíc unikátnych používateľov** a na web priviedli **15 665 návštevníkov**. Kreatívny na platforme Google Ads doplnili ďalších **1,9 milióna zobrazení** a **62 964 preklikov**, čím sme dokázali významne zvýšiť celkový dosah kampane. Súhrnne tak digitálne kanály vygenerovali takmer **4 milióny impresií** a spolu **78 629 preklikov** na kampaňovú stránku kosickydetskypas.sk.

Samotný web zaznamenal v období kampane **59 972 unikátnych návštevníkov**. Silný výkon podporil aj dlhší priemerný čas strávený na stránke, ktorý sa vyšplhal na **57 sekúnd**, čo potvrdilo relevanciu kampane aj atraktivnosť samotného produktu. Celkovo bolo zaevidovaných **695 vyplnených registračných formulárov s objednávkou na spolu 1331 Košických detských pasov**, a **915 nových záujemcov o odber newslettera**, čím kampaň výrazne prekročila plánované KPI.

Kampaň tak potvrdila, že Košický detský pas patrí medzi najsilnejšie destinčné produkty mesta – s vysokou schopnosťou generovať dlhodobý záujem cieľového publika, zapojenie do online aktivít, a v neposlednom rade aj samotnú návštevnosť.

## ONLINE KAMPAŇ ZAŽI KOŠICE

<b>10 mil.+</b> zobrazení kampane na Google Ads	<b>3,2 mil.+</b> zobrazení reklám na META
<b>229 000+</b> preklikov na kampaňový web	<b>129 000+</b> návštevníkov kampaňovej stránky

V závere októbra sme úspešne ukončili online kampaň Zaži Košice, ktorá v období júl–október dosiahla mimoriadne silné výsledky. Reklamy na platforme META (Facebook a Instagram) **zasiahli viac než 630 tisíc unikátnych používateľov** a **zobrazili sa spolu vyše 3,2 milióna krát**. Používatelia sa vyše **43 tisíckrát preklikli** na kampaňový web zazikosice.sk.

Na platforme Google Ads zaznamenala kampaň **viac než 10 miliónov zobrazení** a **vyše 186 tisíc preklikov**, pričom oslovila najmenej **1,3 milióna ľudí**. Video kampaň dosiahla **226 110 zhlíadnutí videa** (minimálne 30s), čo napomáha k ďalšiemu budovaniu povedomia v online priestore.

**Kampaňovú stránku** navštívilo takmer **129 tisíc unikátnych používateľov**, z ktorých väčšina prišla práve z platených kampaní. Najvyšší záujem bol o sekciu s tipmi na program a sťahovanie digitálnych brožúr v PDF verzii.

## ONLINE KAMPAŇ KOŠICE: IHRISKO ZÁŽITKOV

<b>9,3 mil.+</b> zobrazení kampane na Google Ads	<b>1,6 mil.+</b> zobrazení reklám na META
<b>203 000+</b> preklikov na kampaňovú stránku	<b>100 000+</b> návštevníkov webu počas kampane

Kampaň Ihrisko zážitkov priniesla od júna do októbra výrazný zásah a vysoký objem návštevnosti webu. Reklamy na platforme META **sa zobrazili viac než 1,6 milióna krát** a oslovili vyše **430 tisíc ľudí**, pričom priniesli **23 tisíc preklikov** na stránku sport.visitkosice.org.

Google Ads zabezpečili ešte väčší zásah – reklamy sa **zobrazili viac než 9,3 milióna krát**, oslovili minimálne milión ľudí a priviedli na web až **180 tisíc preklikov**. Video formáty zaznamenali viac než **214 tisíc zhladnutí**, čo výrazne podporilo povedomie o projekte.

Stránku počas kampaní navštívilo takmer **100 tisíc unikátnych používateľov**, pričom väčšina prišla práve z platených kampaní. Návštevníci predovšetkým sledovali kalendár športových podujatí, články aj zoznam športovísk. Najvyšší výkon dosiahli kreatívy zamerané na tipy v Košiciach popri športových podujatiach, venované fanúšikom športu.

## ONLINE KAMPAŇ KOŠICE: ŽYWE MIASTO

<b>3,25 mil.+</b> zobrazení reklám na META a Google Ads	<b>532 000+</b> dosah na publikum
<b>21 600+</b> preklikov na web	<b>42 500+</b> preklikov z Google Ads

Online kampaň Košice: Žywe miasto zameraná na poľský trh prebiehala počas jesene do konca novembra. V kontexte **podpory priamej leteckej linky Košice – Varšava** predstavovala mesto ako atraktívnu citybreakovú destináciu s bohatou ponukou kultúry, podujatí a zimnej atmosféry. Online formáty prirodzene nadväzovali na OOH kampaň vo Varšave a ponúkali detailnejší pohľad na zážitky v meste – historické centrum, kultúrne podujatia či adventnú atmosféru a program počas predvianočného obdobia.

Kampaň priniesla výrazný zásah aj návštevnosť destinačnej webstránky. Reklamy na platforme META zaznamenali **viac než 1,85 milióna zobrazení** a **oslovili vyše 532 tisíc používateľov**. Kampaň priniesla **viac než 21 tisíc preklikov na web Visit Košice** a spolu viac než 38 tisíc interakcií s reklamami.

Display a video reklamy v systéme Google Ads priniesli ďalší významný zásah – zaznamenali **viac než 1,4 milióna zobrazení** a viac než **42 tisíc preklikov**. Video formáty zároveň dosiahli takmer 20 tisíc zhliadnutí, čím podporili povedomie o ponuke mesta počas zimnej sezóny. Výsledky online kampane potvrdili vysoký záujem o destináciu na poľskom trhu.

## ONLINE KAMPAŇ VIANOCE V KOŠICIACH

<b>339 000+</b> používateľov oslovených platenou reklamou	<b>197 800+</b> organický dosah
<b>9 000+</b> preklikov z reklamy	<b>27 000+</b> zhliadnutí kampaňového videa

Vianočná destinačná kampaň bola realizovaná s cieľom sprostredkovať sviatočnú atmosféru Košíc a podporiť návštevnosť mesta počas zimného obdobia. Komunikácia predstavovala Košice ako atraktívnu destináciu pre zimné výlety a citybreaky s bohatým programom v centre mesta. Kampaň bola zameraná na **domáce publikum zo Slovenska**, a vďaka prebiehajúcej kampani Košice: Žywe miasto bola súčasťou komunikácie aj **propagácia na poľskom trhu**.

Nosným obsahom kampane bol tematický článok na blogu #namapKE, ktorý predstavoval zimný a vianočný program v meste. Tento obsah bol podporený bannerovou reklamou na domovskej stránke webu a online kampaňou na sociálnych sieťach. **Článok zaznamenal viac než 3 300 unikátnych návštevníkov** a spolu viac než 7 500 zobrazení, pričom priemerný čas strávený na stránke dosiahol 1 minútu a 24 sekúnd a používatelia si prečítali približne 80 % obsahu stránky.

Kampaň bola podporená aj ďalšími obsahovými výstupmi. Okrem nosného článku o vianočnej atmosfére v meste na destinačnom webe vznikol ďalší článok v rámci projektu Košický detský pas, predstavujúci kuratelovanú ponuku programu pre rodiny s deťmi, a tematický text k predvianočným Košiciam bol publikovaný aj na portáli Slovakia Travel. Tieto formáty pomohli predstaviť Košice ako mesto s bohatým sviatočným programom a zvýšiť dosah kampane v online prostredí.

Online reklamy na Facebooku **zasiahli vyše 339 000 používateľov**, pričom **ďalších takmer 198 000 predstavuje organický dosah**, ktorý sa nám podarilo docieľiť prostredníctvom 32 príspevkov redakčného plánu. Z platenej reklamy sa na kampaňový článok s programovou ponukou predvianočného mesta **prekliklo viac ako 9 000 používateľov**. Výrazný úspech zaznamenalo aj **vianočne ladené tematické video**, ktoré zaznamenalo viac ako **27 000 zhliadnutí**.

Komunikačné aktivity doplnila aj **offline propagácia**. Vianočné podujatia boli prezentované prostredníctvom **bannerovej reklamy na oplotení Urbanovej veže, digitálnej obrazovky vo Visit Košice Infopointe a reklamného okruhu tvoreného dvadsiatimi citylightmi v spolupráci s Mestom Košice**. Tieto plochy upozorňovali na vianočné podujatia a návštevníkom zároveň poskytovali prehľad o aktuálnom dianí v meste.

Komunikáciu doplnil aj vianočný newsletter rozoslaný na databázu odberateľov Visit Košice. Newsletter s prehľadom podujatí, tipmi na vianočný

program a odporúčaniami na darčeky v podobe košických suvenírov bol úspešne doručený **viac než 5 000 odberateľom**. Miera otvorenia dosiahla 28,4 % a miera prekliku 6,2 %, čo predstavuje nadpriemerný výsledok v rámci e-mailových kampaní.

## Destinačná web stránka

**342 000**

unikátnych návštevníkov

**1,3 mil.+**

zobrazení stránok

Webová stránka destinácie zaznamenala počas roka opätovný rast – **342 000 unikátnych návštevníkov, 1,3 milióna zobrazení stránok** a nízky **bounce rate 6 %**, čo potvrdzuje vysokú relevanciu obsahu. Najviac návštev prišlo z **organického vyhľadávania**, platených

kampaní a sociálnych sietí. Priebežne sme pracovali na vylepšení užívateľského zážitku, a to najmä prostredníctvom technických úprav ako vylepšenie vyhľadávacieho filtra, úprava dizajnov na základe výstupov z minuloročného užívateľského testovania, či výrazné zvýšenie výkonnosti webu týkajúce sa predovšetkým rýchlosti načítania dát.

Web sme tento rok zároveň podrobili **detailnej SEO a UX analýze**, ktorá odhalila konkrétne príležitosti na zlepšenie výkonu a viditeľnosti. Na základe odporúčaní sme okamžite začali zapracovávať optimalizačné úpravy. Súčasťou SEO aktivít bola aj **analýza kľúčových slov** a návrh redakčných tém pre články a obsahové kampane, ako aj odporúčania pre **linkbuilding** – teda získavanie kvalitných spätných odkazov z webov, ktoré podporujú relevanciu stránky. Na všetkých výstupoch zo SEO analýzy priebežne pracujeme a pokračovať v tejto činnosti budeme aj v budúcom roku.

Počas roka sme na web pravidelne dopĺňali podujatia a nové články, a webové sídlo sme rozšírili o **poľskú jazykovú verziu** s automatizovaným prekladom, čím sme zlepšili dostupnosť obsahu pre náš prioritný zahraničný trh.

## Newsletter Kalendár podujatí a Košický detský pas

**16**

newsletterov

**5 100+**

odberateľov obsahu

Počas roka sme pravidelne pripravovali a distribuovali newslettere zamerané najmä na **kultúrny a zážitkový program v meste, s využitím Kalendára podujatí**, čím sme udržiavali kontinuálny kontakt s narastajúcim publikom a poskytovali aktuálne tipy na trávenie voľného času v meste. Newslettere sa postupne stali dôležitým doplnkom našich kampaní – podporovali návštevnosť podujatí, zvyšovali prekliky na web a posilňovali opakovaný návrat

používateľov k obsahu. V období od marca do októbra sme odoslali spolu **16 newsletterov**, pričom počnúc augustom sme intenzitu zasielania newsletterov zvýšili na dvakrát mesačne. Databáza vďaka tejto aktivite a vďaka online kampaniam od januára **narástla o 2514 odberateľov** na aktuálnu veľkosť 5344 kontaktov.

Od októbra sme po vyhodnotení výsledkov letnej kampane komunikáciu rozšírili aj o **samostatnú databázu Košického detského pasu**, ktorá nám umožňuje cielene zasahovať rodiny s deťmi personalizovanými odporúčaniami na program v meste. Pilotný newsletter odoslaný na malú vzorku odberateľov zaznamenal uspokojivé výsledky a preto tento komunikačný kanál plánujeme rozvíjať aj naďalej.

## Podpora leteckej dostupnosti a návštevníkov cestujúcich letecky

Marketingové aktivity Visit Košice v roku 2025 boli cielene nastavené tak, aby podporovali príchodový dopyt najmä u návštevníkov s potenciálom cestovať letecky, a to predovšetkým formou komunikácie vhodnej pre citybreak segment (predĺžené víkendy, krátke pobyty, návšteva podujatí). Smerovanie marketingu vychádzalo zo strategického dokumentu „Košice – Živé mesto“ a opieralo sa o dátové poznatky, produkciu kvalitného obsahu a efektívnu prácu s mediálnym mixom. **Popri domácom trhu bola komunikácia zameraná na krajiny V4 s dôrazom na poľský trh**, kde sme budovali dôveryhodný a konzistentný imidž Košíc ako modernej mestskej destinácie a zároveň posilňovali motiváciu k návšteve v období celého roka.

Kľúčovým predpokladom rozvoja aktivít na poľskom trhu bola jazyková a obsahová pripravenosť destinácie. Preto sme realizovali **lokalizáciu destinačných materiálov do poľského jazyka**, vrátane tlačových výstupov, a zároveň sme implementovali riešenia pre **preklad digitálneho obsahu hlavného webového sídla** a kampaňových webových stránok. V offline komunikácii sme pripravili a využívali viacjazyčné propagačné materiály na podujatiach, veľtrhoch a prezentáciách, pričom pre poľské publikum bol k dispozícii aj citybreak itinerár v poľskom jazyku. Tieto kroky vytvorili základ pre efektívne zacielenie kampaní a zvýšenie konverzie u návštevníkov z Poľska, pre ktorých je letecká dostupnosť jedným z rozhodujúcich faktorov pri výbere destinácie.

Na podporu viditeľnosti Košíc v Poľsku sme zároveň realizovali výrazné mediálne a reklamné zásahy. Na jeseň prebehla **OOH kampaň na poľskom trhu** na dvoch prémiových reklamných plochách priamo v centre Varšavy (veľkoformátové digitálne obrazovky s vysokou frekvenciou zásahu), čím sme oslovili mestské publikum s vysokým potenciálom cestovať na krátke pobyty. **V online prostredí bola pripravená a realizovaná kampaň „Košice: Žywe miasto“**, ktorá podporovala viditeľnosť destinácie na poľskom trhu s explicitným dôrazom na oblasť Varšavy a okolitý región vzhľadom na letecké spojenie.

V závere roka sme reagovali aj na **spustenie pravidelného leteckého spojenia Bratislava – Košice**. Túto príležitosť sme využili na podporu návštevnosti mesta prostredníctvom **inzercie v palubnom magazíne leteckej spoločnosti Wizz Air** s vysokým zásahom medzi cestujúcimi. Komunikáciu doplnila aj online kampaň Vianoce v Košiciach, v ktorej sme prostredníctvom **príspevkov cielených na Bratislavu a okolie** pozývali vybrané cieľové skupiny na zážitkový program a sviatočnú atmosféru predvianočných Košíc.

# Propagácia v spolupráci s leteckými spoločnosťami

## INZERCIA V PALUBNÝCH MAGAZÍNOCH

V náväznosti na predchádzajúce aktivity, sme sa rozhodli tento rok osloviť pasažierov leteckej spoločnosti Smartwings a prilákať do destinácie viac návštevníkov. Preto sme pre rok 2025 pripravili **prezentáciu našej destinácie v palubnom magazíne My Wings** formou platenej inzercie. V období máj až júl 2025 sa naša inzercia objavila v palubnom magazíne na českom trhu, kde zasiahla približne **780 000 potenciálnych návštevníkov** a v období august až október 2025 v palubnom magazíne na poľskom trhu, kde je predpokladaný zásah **46 000 potenciálnych návštevníkov**. Veríme, že aj takáto offline reklama pomôže zviditeľniť destináciu a priláka návštevníkov, ktorý zvyknú cestovať na predĺžené víkendy do väčších miest v zahraničí.

Na jeseň v spolupráci s **Wizz Air**, najväčšou nízkonákladovou letecká spoločnosť v strednej a východnej Európe a zároveň jediným leteckým dopravcom, ktorý pravidelne prevádzkuje lety na trase Bratislava – Košice, sme pripravili **propagáciu destinácie v palubnom magazíne**. Každé číslo časopisu je distribuované v celej sieti Wizz Air a dosahuje okolo **12 miliónov cestovateľov**. Využili sme tak jedinečnú príležitosť komunikovať s publikom vo všetkých krajinách, kde Wizz Air lieta, a informovať cestovateľov o živých Košiciach.

Záverečnou aktivitou v spolupráci s leteckými spoločnosťami bola **marketingová kampaň realizovaná v decembri v spolupráci s LOT**, a to v dvoch digitálnych formátoch (priestor na oficiálnej webovej stránke a oficiálny newsletter)

DOPRAVCA	KANÁL	CIEĽOVÝ TRH A DOSAH	VÝZNAM AKTIVITY
<b>Smartwings</b>	Palubný magazín	Český trh: máj - júl 2025, cca 780 000 zásahov Poľský trh: august - október 2025, predpoklad 46 000 zásahov	Prezentácia Košíc ako ideálnej citybreak destinácie na prioritných zahraničných trhoch.
<b>Wizz Air</b>	Palubný magazín	Dosah 12 miliónov cestovateľov v celej sieti Wizz Air	Masový zásah leteckého publika naprieč krajinami a sekundárna podpora imidžu destinácie.
<b>LOT</b>	Digitálna spolupráca	Publikum v ekosystéme leteckej spoločnosti	Presne zacielená digitálna komunikácia s vysokou relevanciou pre podporu leteckých liniek.

# Citylightové, OOH a ostatné marketingové aktivity

## CITYLIGHTY

Tento rok sme v spolupráci s mestom Košice realizovali **citylightovú kampaň na podporu Košickej noci múzeí a galérií**. Aj vďaka mestu a partnerovi K13, ktorí nám bezplatne poskytli reklamné plochy, sa nám podarilo podujatie výrazne zviditeľniť a podporiť návštevnosť.

V mesiaci november sme dokončili dlhšie pripravovanú spoluprácu s mestom Košice a JCDecaux Slovakia, v rámci ktorej sme na **15 plochách v centre mesta umiestnili prehľadné aktuálne mapy** doplnené o zvýraznenie troch významných podujatí v meste. V spolupráci plánujeme pokračovať aj v budúcom roku – vizuály budeme pravidelne aktualizovať na štvrtročnej báze, aby vždy odrážali aktuálne dianie a podporovali kultúrny život v Košiciach.

Tento rok sme tiež v spolupráci s mestom Košice využili jeden reklamný okruh tvorený 20 citylightmi na podporu a **prezentáciu vianočnej kampane**, ktoré púťali a propagovali vianočné podujatia počas sviatkov.

## Podujatia: Košická noc múzeí a galérií

Dňa 17. mája 2025 sa Košice opäť zapojili do celosvetového kultúrneho podujatia Noc múzeí a galérií. Organizácia Visit Košice sa na participácii aj tento rok aktívne podieľala v oblasti **organizačnej prípravy, koordinácie partnerov a komplexnej marketingovej propagácie**. Naším cieľom bolo zvýšiť povedomie o podujatí, podporiť návštevnosť a prispieť k pozitívnemu kultúrnemu zážitku obyvateľov aj návštevníkov mesta. Intenzívna marketingová kampaň, efektívna komunikácia s verejnosťou, kvalitná grafická produkcia a spolupráca s kľúčovými partnermi pomohli zabezpečiť vysoké povedomie o podujatí a podporili jeho návštevnosť.

Marketingová kampaň bola postavená na kombinácii offline a online nástrojov, pričom dôraz bol kladený na jednotnú vizuálnu identitu a silnú prítomnosť v mestskom priestore. Marketingový tím Visit Košice zabezpečil kompletnú grafickú prípravu a produkciu kampane.

V rámci vizuálnej komunikácie vznikli:

VÝSTUP	POČET
Bulletin - mapa podujatia	4 500 ks
Vstupné pásky	12 580 ks
Nálepky s QR kódom	53 ks
Personalizované plagáty A3	59 ks
Plagáty A0	8 ks
Citylighty	42 ks
Visačky v MHD	1 500 ks

V spolupráci s Mestom Košice sme zabezpečili propagáciu v mestských novinách V skratKE, kde bol v aprílovom vydaní umiestnený reklamný formát 1/3 A4. Ďalším z komunikačných kanálov bol newsletter Živé Košice, ktorý bol rozposlaný tri týždne pred podujatím na databázu 3 138 užívateľov. Súčasťou propagácie bola aj mediálna komunikácia a distribúcia tlačovej správy. Tú organizácia Visit Košice zaslala na široký okruh médií a partnerských portálov vrátane Slovenského syndikátu novinárov, TASR, informácie o podujatí boli následne zverejnené v online portáloch ako kosicednes.sk, kosiceonline.sk, teraz.sk, kamdomesta.sk, artandhistorymagazine.eu, haravara.sk, ajdnes.sk, WomanMan, Fijet, bleskovky.zoznam.sk, news.sk, allevents.in, sdetmi.com, ssn.sk, eastmag.sk, zenyvmeste.sk, kosiceregion.com či na oficiálnej facebookovej stránke Noc múzeí a galérií.

Kampaň Košickej noci múzeí a galérií 2025 potvrdila význam koordinovanej a vizuálne jednotnej komunikácie pri mestských podujatiach. Kombinácia exteriérovej reklamy, tlačových výstupov, PR komunikácie, newslettera a online distribúcie informácií prispela k vysokej miere povedomia o podujatí a podporila návštevnosť zapojených inštitúcií. Podujatie zároveň posilnilo značku Košíc ako kultúrne aktívneho mesta s atraktívnym programom pre obyvateľov aj návštevníkov.

## Ostatné

V priebehu tohto roka sa nám podarilo zrealizovať viacero výrazných aktivít zameraných na zlepšenie prezentácie mesta a podporu návštevníckych služieb. Jednou z nich bol **nový imidž nášho cyklokiosku**, ktorý sme kompletne pripravili na novú sezónu v modernejšom a atraktívnejšom vizuále.

Pravidelne sme v priebehu roka aktualizovali prezentačné plochy na oplovení okolo Urbanovej veže, kde vzniklo 7 nových vizuálov bannerov. Grafické spracovanie pomohlo zmierniť vizuálny dopad prebiehajúcej rekonštrukcie v centre mesta a prispelo k tomu, aby verejný priestor nepôsobil zanedbane. Zároveň bannery poskytujú návštevníkom mesta základné informácie a zvyšujú informovanosť turistov. Téma vizuálneho smogu, funkčnosti a jednotnosti informačných tabúl sa venujeme dlhodobo a v roku 2026 plánujeme tieto aktivity ďalej rozšíriť.

Súčasťou tohtoročných aktivít v rámci verejného priestoru bola aj "**výstava o histórii futbalu v Košiciach**" s odkazom na kampaň Košice – Ihrisko zážitkov, umiestnená na 10 plochách pri Spievajúcej fontáne, ktorá doplnila celoročnú komunikáciu zameranú na aktívny život v meste.

V rámci rozšírenia našej viditeľnosti v partnerských tlačovinách sme zabezpečili **prezentačný priestor v turistickej mape Volovské vrchy – Košice**, čím sme posilnili oslovenie našej cieľovej skupiny.

# Destinačné tlačoviny

V roku 2025 sme pokračovali v systematickej produkcii a dopĺňaní destinačných tlačovín, ktoré predstavujú jeden z najdôležitejších nástrojov podpory návštevníckeho servisu. Portfólio tlačovín reflektuje potreby rôznych cieľových skupín – od citybreak návštevníkov, cez zahraničných turistov až po rodiny s deťmi. Sme si vedomí environmentálnej záťaže spojenej s tlačou, zároveň však evidujeme pretrvávajúci silný dopyt po tlačených materiáloch – najmä počas výstav, prezentácií a zahraničných workshopov, ale aj zo strany členských subjektov a organizátorov podujatí v destinácii, ktorí tieto materiály využívajú pri práci s návštevníkmi.

## Produkcia destinačných tlačovín

V rámci edičnej a propagačnej činnosti boli pripravené tlačené materiály zamerané na podporu domáceho aj zahraničného cestovného ruchu. Ich jazykové mutácie a tematické zameranie reflektovali potreby kľúčových cieľových skupín, ako aj charakter jednotlivých trhov.

Pre domáci trh a návštevníkov zo Slovenska boli určené materiály v slovenskom jazyku, ktoré tvorili stabilný základ distribúcie. Išlo o publikácie **lkony architektúry** v náklade **15 000 kusov**, **City Break itinerár** v náklade **30 000 kusov** a **Košický detský pas** v náklade **5 500 kusov**. Slovenská jazyková mutácia bola dôležitá najmä pri produktoch orientovaných na víkendové pobyty, rodinný segment a tematické spoznávanie mesta.

Pre medzinárodný trh a zahraničných návštevníkov boli pripravené materiály v anglickom jazyku. Publikácia **lkony architektúry** bola vydaná v náklade **15 000 kusov**, **City Break itinerár** v náklade **30 000 kusov** a **Sakrálna mapa** v náklade **15 000 kusov**. Anglická jazyková verzia predstavovala univerzálny komunikačný nástroj využiteľný naprieč viacerými zahraničnými trhmi. Zároveň bola kľúčová pre individuálnych turistov prichádzajúcich do destinácie letecky alebo v rámci citybreak segmentu.

Osobitná pozornosť bola venovaná aj prioritnému zahraničnému trhu, ktorým je Poľsko. Pre tento segment bol pripravený **City Break itinerár v poľskom jazyku** v náklade **30 000 kusov**. Poľská jazyková mutácia podporila systematickú komunikáciu na poľskom trhu a reagovala na rastúci záujem návštevníkov z Poľska. Formát citybreak je pre tento segment mimoriadne relevantný a zároveň vhodne dopĺňa už existujúce propagačné materiály v poľskom jazyku.

Najsilnejšie zastúpenie v tlači má City Break Itinerár, ktorý je kľúčovým produktom pre segment krátkodobých pobytov a zároveň efektívnym nástrojom podpory mestského turizmu. Jazykové mutácie (SK, EN, PL) umožňujú široké využitie materiálu v rámci zahraničnej propagácie aj pri práci s prichádzajúcimi návštevníkmi. Publikácia lkony Architektúry a Sakrálna mapa cieľia na kultúrne orientovaných návštevníkov a podporujú tematické spoznávanie mesta. Rodinný segment je systematicky podporovaný prostredníctvom Omaľovánok Buki a produktu Košický detský pas, ktoré posilňujú atraktivitu destinácie pre rodiny s deťmi a podporujú dlhší pobyt.

Všetky tlačoviny sú distribuované prostredníctvom členských subjektov, informačných centier, ubytovacích zariadení a partnerov destinácie, čím

zabezpečujeme ich efektívne využitie priamo v kontakte s návštevníkmi. Produkcia vo vyšších nákladoch zároveň umožňuje flexibilne reagovať na sezónne špičky a zvýšený dopyt počas významných podujatí.

NÁZOV TLAČOVINY	JAZYK	NÁKLAD
Ikony Architektúry	SK	15 000 ks
City Break Itinerár	SK	30 000 ks
Košický detský pas	SK	5 500 ks
Vydajte sa po stopách histórie Košíc	SK	30 000 ks
Ikony Architektúry	EN	15 000 ks
City Break Itinerár	EN	30 000 ks
Sakrálna mapa	EN	15 000 ks
Vydajte sa po stopách histórie Košíc	EN	30 000 ks
Reklamné stojany pre ubytovacie zariadenia	EN	30 000 ks
Citybreak itinerár	DE	5 000 ks
Sakrálna mapa Košíc	DE	1 000 ks
TOP 7 zážitkov v Košiciach	DE	15 000 ks
City Break Itinerár	PL	30 000 ks

## Reakcia na dopyt z nemecky hovoriacich trhov

V nadväznosti na priebežné vyhodnocovanie štatistických údajov o návštevnosti destinácie sme identifikovali rastúci záujem zo strany návštevníkov z nemecky hovoriacich krajín, najmä z Rakúska. V kombinácii s existujúcim leteckým spojením a potenciálom citybreak segmentu sme pristúpili k systematickému doplneniu jazykových mutácií kľúčových destinačných tlačovín do nemeckého jazyka. Cieľom tohto kroku bolo odstrániť jazykovú bariéru, zvýšiť komfort návštevníkov po príchode do destinácie a zároveň posilniť konverzný potenciál marketingových aktivít smerovaných na nemecky hovoriace trhy.

V roku 2025 sme preto realizovali preklad a tlač pripravené a vytlačené nasledovné materiály: **Citybreak itinerár** v náklade **5 000 kusov**, **Sakrálna mapa Košíc** v náklade **1 000 kusov** a **TOP 7 zážitkov v Košiciach** v náklade **15 000 kusov**.

Výber formátov reflektuje preferencie návštevníkov prichádzajúcich na krátkodobé pobyty – praktické itineráre, tematické prehľady a prehľad najatraktívnejších zážitkov patria medzi najvyhľadávanejšie informačné materiály v segmente mestského cestovného ruchu. Doplnenie nemeckej jazykovej mutácie zároveň podporuje prezentáciu Košíc ako profesionálne pripravenej a medzinárodne orientovanej destinácie, ktorá reaguje na vývoj dopytu a aktívne pracuje s dátami pri plánovaní marketingových a produktových aktivít.

## Nové formáty

V roku 2025 sme pripravili aj nové tlačené propagačné materiály, ktoré slúžili a budú slúžiť na podporu orientácie návštevníkov v ponuke mesta a zároveň na efektívnejšiu komunikáciu hlavných línií destinačnej identity.

**Mapa** Vydajte sa po stopách histórie Košíc (v slovenskej aj anglickej verzii) predstavuje návštevníkom historické pamiatky a príbehy mesta formou tematického sprievodcu a mapy. V digitálnej verzii taktiež vznikli Mapa umenia vo verejnom priestore či Kultúrna mapa Košíc, obe v slovenskom a anglickom jazyku.

Súčasťou nových tlačovín boli aj **itineráre pre športových fanúšikov** a **reklamné stojany**, ktoré sme vytvorili a distribuovali do ubytovacích zariadení v meste pri príležitosti zvýšenej návštevnosti Košíc počas UEFA šampionátu vo futbale hráčov do 21 rokov. Stojany upozorňovali hostí na destinačný web Visit Košice a na komunikačnú líniu Košice – Ihrisko zážitkov, pričom návštevníkom poskytovali rýchly prístup k tipom na program a zážitky v meste počas ich pobytu.

# Mediálne spolupráce a PR články

<b>3</b> zahraničné trhy	<b>29</b> mediálnych výstupov
<b>20+</b> médií publikovalo obsah o Košiciach	<b>12 mil.+</b> cestovateľov oslovených cez Wizz Air magazín
<b>826 000+</b> pasažierov oslovených cez Smartwings magazíny	

V roku 2025 sme dosiahli **výrazný nárast mediálnej viditeľnosti destinácie Košice na domácom aj zahraničných trhoch**. Mediálne výstupy vznikli kombináciou našich printových aktivít, prezentácií, infociest, zahraničných spoluprác a redakčného záujmu médií v rámci Slovenska, Poľska, Maďarska a medzinárodného MICE segmentu. Výstupy zahŕňajú televízne relácie, reportáže, online články, printové magazíny, odborné periodiká a tematické cestovateľské portály. Pokryté boli kľúčové oblasti: MICE, citybreak, kultúra, gastronómia, región, história aj príroda.

## Prezentácia produktu Košický detský pas v relácii Teleráno

29. júla sme boli súčasťou mediálnej prezentácie destinácie a produktu cestovného ruchu Košický detský pas, ktorý je venovaný hlavne rodinám s deťmi. Prezentácia sa konala počas **vysielania relácie Teleráno v komerčnej televízii Markíza**. Prezentáciu sme doplnili o šermiarov z Košického hradu a maskota Bukiho. Televízny výstup v Teleráne mal silný dosah – ako v rámci živého vysielania, tak aj v jeho archívnej forme, ktorá je dostupná divákovi kedykoľvek a opakovane.

Vďaka tomu, že sme našu účasť nastavili v rámci **špeciálneho cestovateľského vydania relácie**, sme cielene oslovili práve tých divákov, ktorých zaujíma domáci turizmus, tipy na výlety a nové rodinné zážitky. Tento typ televízneho mediálneho výstupu nám priniesol nielen viditeľnosť, ale aj dôveryhodnosť – čo sú dva zásadné faktory pri budovaní dlhodobého vzťahu s návštevníkmi.

## Premiéra relácie Chutné Slovensko z Košíc

Dňa 5. augusta sa odvysielala **premiéra relácie Chutné Slovensko na obrazovkách televízie TA3**, na ktorej prípravách spolupracuje aj agentúra SLOVAKIA TRAVEL. Tentoraz sme televízny štáb hostili my v Košiciach a televíznym divákovi ukázali chuť a dizajn

„michelinskej kuchyne“ vo Villa Sandy, aj tradičnú lokálnu kuchyňu v najstaršom fungujúcom hostinci s nepretržitou prevádzkou na Slovensku, v jednej

z najstarších budov v Košiciach – v Pivovari Hostinec.

S televíznymi kamerami boli predstavené aj tipy na výlety. Navštívili sme ikonu Košíc – Dóm sv. Alžbety a jeho vežu, z ktorej boli nádherné výhľady na metropolu východu. Košice sa neodmysliteľne spájajú s Medzinárodným maratónom mieru, preto sme nemohli obísť ani novootvorený Marathon-Point. Zavítali sme aj do Východoslovenského múzea na expozíciu Košický zlatý poklad.

## Publikovanie článkov na blogu Križom–krážom krajmi

V rámci spolupráce s agentúrou SLOVAKIA TRAVEL sme sa v roku 2025 opätovne zapojili do obsahovej kampane zameranej na online prezentáciu Slovenska doma aj v zahraničí. Na blog Križom-krážom krajmi, ktorý agentúra naplňa obsahom počas celého roka, sme prispeli **tvorbou piatich článkov zameraných na mestskú tematiku** a zážitky, ktoré najlepšie vystihujú charakter Košíc. Týmto spôsobom sme predstavili Košice ako živú mestskú destináciu plnú kultúry, podujatí a autentických zážitkov aj prostredníctvom národnej destinačnej komunikácie.

## Článok pre Visit Europe

V spolupráci so SLOVAKIA TRAVEL bol na portáli Visit Europe publikovaný článok „The quiet side of Slovakia's towns“, ktorý vznikol na **podporu mestského cestovného ruchu**. V článku mohli čitatelia nájsť **5 tipov na unikátne a pokojné oblasti väčších miest Slovenska**.

# Prehľad PR výstupov 2025

PR aktivity v roku 2025 boli postavené na kombinácii vlastnej obsahovej produkcie, národných mediálnych výstupov a cielenej komunikácie na zahraničných trhoch. Jednotlivé výstupy podporovali najmä prezentáciu Košíc ako atraktívnej citybreak destinácie, posilnenie povedomia o kultúrnom a historickom dedičstve mesta, rozvoj rodinného turizmu, propagáciu sezónnych podujatí a budovanie imidžu destinácie v medzinárodnom prostredí.

## Súhrn komunikačných oblastí

OBLASŤ	TYP VÝSTUPOV	HLAVNÉ KOMUNIKAČNÉ TÉMY
<b>Vlastná produkcia</b>	desiatky tematických článkov a sprievodcov	citybreak, šport, rodiny, história, kultúra, príroda, sviatky
<b>Slovensko</b>	TV, rádio, online a print	citybreak, gastro, lifestyle, kultúra, MICE
<b>Poľsko</b>	prioritný zahraničný trh	citybreak, blízkosť hraníc, kultúrne dedičstvo
<b>Maďarsko</b>	výstupy v spolupráci so SLOVAKIA TRAVEL	história, kultúra, regionálne prepojenia
<b>Medzinárodne</b>	MICE, letecké publikum a cestovateľské médiá	imidž destinácie a nové publikum

## Vlastná obsahová a PR produkcia

Prostredníctvom platformy #namapKE a Bukiho blogu sme počas roka publikovali desiatky tematických článkov a sprievodcov. Obsah bol zameraný na praktickú inšpiráciu pre návštevníkov, podporu plánovania pobytu a dlhodobé budovanie vzťahu s domácim aj zahraničným publikom.

- citybreak segment – itineráre, sezónne tipy, gastro a nočný život
- športové podujatia a futbalový šampionát
- rodinný turizmus a Košický detský pas
- históriu mesta vrátane seriálu História Košíc
- kultúrne dianie a sezónne podujatia
- prírodu a aktívny oddych v okolí Košíc
- zimnú a sviatočnú ponuku destinácie

## Národné PR výstupy – Slovensko

Na domácom trhu boli zabezpečené mediálne výstupy v televízii, online prostredí, printových médiách a prostredníctvom tlačových správ. Na miesto duplicitného výpočtu médií v texte sú všetky konkrétne výstupy uvedené v prehľadovej tabuľke.

KATEGÓRIA	MÉDIUM / KANÁL	NÁZOV VÝSTUPU
TV	TV Markíza – Teleráno	Teleráno
TV	STVR	Slovensko v obrazoch: Marathon Point / Synagóga
PR / online	SME	S tanečnicou Katarínou Jakeš na výlete v Košiciach
PR / online	Čas	Katka Jakeš vybehla na výlet do Košíc
PR / online	Trend	Košice majú všetky predpoklady stať sa novou kongresovou destináciou
PR / online	Strategie.hnonline	Stanú sa Košice novou kongresovou metropolou?
PR / online	Startup Biznis	Chystáš firemný event alebo retreat? Košice sa menia na nový hotspot pre biznis, networking aj zážitkové podujatia
PR / online	Interez.sk	Len 30 minút od obľúbeného mesta sme objavili skrytý raj Slovenska: Mnohí ani netušia, aké klenoty ukrýva
PR / online	Interez.sk	Našli sme najstaršiu slovenskú reštauráciu, po večeri sme ochutnali niečo nečakané
PR / online	Interez.sk	Navštívili sme slovenský unikát, ktorý je skrytý pod zemou: Za vstup dáte 14,50 eura, celá Európa nám ho môže závidieť
PR / online	Refresher.sk	Kde stráviť predĺžený víkend? City break v Košiciach ťa príjemne prekvapí
PR / online	Refresher.sk	Najlepšia degustácia vín či let ponad Dóm sv. Alžbety: Toto všetko zažiješ cez predĺžený víkend v Košiciach
PR / online	Aktuality.sk	Košice lákajú na svoju živú atmosféru. Metropola východu je skrytý klenot ideálny na víkendový city break
PR / online	Falstaff	Košice srdce východu
Print	Magazín GEO	Printová reportáž City break v Košiciach 09/2025
PR / online	slovakia.travel	TOP adrenalínové atrakcie na Slovensku
PR / online	slovakia.travel	Za kultúrou do mesta – najkrajšie slovenské city breaky
PR / online	slovakia.travel	Čaro remeselných Vianoc – darčeky s príbehom
Tlačová správa	Visit Košice	Košice počas hlavnej turistickej sezóny 2025 prilákali desaťtisíce návštevníkov – medzinárodné uznanie aj rastúci záujem potvrdzujú ich výnimočnosť
Tlačová správa	Visit Košice	Košická noc múzeí a galérií 2025: Cesta od zeme až k hviezdám

## Zahraničné PR aktivity

Zahraničná komunikácia bola koncentrovaná najmä na prioritné trhy Poľska a Maďarska. V Poľsku sa témy sústredili na citybreak, blízkosť hraníc, kultúrne dedičstvo a autentickú atmosféru mesta. V Maďarsku boli výstupy realizované v spolupráci so SLOVAKIA TRAVEL a komunikácia sa opierala najmä o historické témy, kultúru a regionálne prepojenia. Doplnkové medzinárodné výstupy podporili MICE segment, letecké publikum a viditeľnosť destinácie v zahraničných cestovateľských médiách.

KRAJINA / TRH	KATEGÓRIA	MÉDIUM / KANÁL	NÁZOV VÝSTUPU
Poľsko	PR / online	Businessstraveller.pl	Na city-break do Koszyc
Poľsko	PR / online	Wirtualna Polska Turystyka	Koszycy city break
Poľsko	PR / online	Kobieta / Gazeta.pl	Żadna Barcelona. To idealne miejsce na city break...
Poľsko	Tlačová správa	—	Planujesz weekendowy wypad? Odkryj Koszycy
Poľsko	PR / online	Wasa Turistika	Koszycy – city break blisko polskiej granicy
Poľsko	PR / online	Wasa Turistika	Koszycy – Brama Wschodniej Słowacji
Poľsko	PR / online	Mieczysław Pawłowicz	Ahoj! W tym miesiącu jeszcze na Słowacji nie był... A nie! Wróć!
Poľsko	PR / online	Mieczysław Pawłowicz	Ahoj! Od wczoraj w kioskach tygodnik „Świat i ludzie“ a tam mój Tokaj i Koszycy
Maďarsko	PR / online	turizmusonline.hu	Üzleti tárgyalás a síneken – különvonattal Kassára
Maďarsko	PR / online	toptura.hu	Különvonattal Kassán
Maďarsko	Print / magazín	First Class magazine	Nyári séták Kassán
Maďarsko	PR / online	ttghungary.hu	Látogasson a kassai régióba
Maďarsko	PR / online	azutazo.hu	Kassa közelebb van, mint hinnénk
Maďarsko	PR / online	Turizmusonline.hu	Rákóczi fejedelemmé választását ünnepli Kassa
Maďarsko	PR / online	Turizmusonline.hu	Kassai élmények a Rákócziak nyomában
Maďarsko	PR / online	sielok.hu	Nincs kedved négy órát vezetni? Utazz vasúton a Magas-Tátrába!
Maďarsko	Print / magazín	Kilato magazin	Háromszáz éves történelem
Maďarsko	Print / online	Nepszava – HU	Rákóczi – évfordulók

<b>Medzinárodné</b>	Newsletter	Conventa newsletter	MICE segment
<b>Medzinárodné</b>	Palubný ma- gazín	Wizz Air	Experience Košice (december)
<b>Medzinárodné</b>	Print / online	Irish Daily Mail	Slovakia reaches new HEIGHTS
<b>Medzinárodné</b>	Online	Local Nomad	Hidden Gems of Eastern Slovakia

# Účasť na veľtrhoch, výstavách cestovného ruchu, B2B workshopoch a prezentáciách destinácie

Účasť na veľtrhoch a prezentáciách zvyšovala povedomie o Košiciach a zároveň otvárala nové možnosti prezentácie destinácie na cieľových trhoch.

V priebehu prvého polroka 2025 sa organizácia Visit Košice aktívne zapojila do viacerých významných B2C veľtrhov cestovného ruchu a prezentačných podujatí na domácom aj zahraničných trhoch s cieľom posilniť povedomie o destinácii Košice, podporiť návštevnosť a rozvíjať spoluprácu s partnermi a médiami.

Celkovo možno konštatovať, že účasť na B2C veľtrhoch a prezentačných aktivitách v roku 2025 významne prispela k posilneniu povedomia o destinácii Košice na kľúčových zahraničných trhoch (Maďarsko, Česká republika, Poľsko) aj na domácom trhu. Zároveň sa potvrdil potenciál produktov zameraných na city break, rodiny s deťmi a aktívny cestovný ruch, ako aj význam dobrej dopravnej dostupnosti ako konkurenčnej výhody destinácie.

AKTIVITA	CHARAKTERISTIKA
ITF SlovakiaTour Bratislava	Účasť ako spoluvystavovateľ v stánku Východ pod hlavičkou KOČR Košice Región Turizmus a Severovýchod Slovenska.
Utazás Budapešť	Najväčší maďarský veľtrh cestovného ruchu, prezentácia v stánku SLOVAKIA TRAVEL, partnerskou krajinou bolo Slovensko.
Holiday World Praha	Prezentácia na najväčšom veľtrhu v Českej republike, dôležitá aj vďaka priamej leteckej linke Košice - Praha.
Tour Salon Poznaň	Prezentácia Košíc a Košického kraja ako turistickej destinácie s dôrazom na karavaning, rodinné cestovanie a aktívny oddych.
Târgul de Turism al României II, Bukurešť	Účasť v slovenskom stánku Slovakia Travel, stretnutia s cestovnými kancelárkami a individuálnymi záujemcami; Rumunsko ako potenciálny sekundárny trh.
III. workshop KICK SACKA	Workshop incomingových cestovných kancelárií a organizácií cestovného ruchu na Smolenickom zámku.
ALLinTOO 2025 Katowice	Medzinárodný B2B workshop v Poľsku, 13 stretnutí s kľúčovými hráčmi v leisure a MICE turizme.
B2B workshop Temešvár	Podujatie v spolupráci so SLOVAKIA TRAVEL zamerané na MICE aj leisure segment.

## B2C veľtrhy

B2C (business-to-consumer) veľtrhy sú výstavné podujatia, kde sa destinácie a poskytovatelia cestovných služieb prezentujú priamo konečným spotrebiteľom — potenciálnym návštevníkom.

Košice sa účastnia veľtrhov cestovného ruchu v zahraničí vždy ako spoluvystavovateľ v národnom stánku Slovensko pod hlavičkou SLOVAKIA TRAVEL. Účasť na veľtrhoch cestovného ruchu vyberá vždy na základe priamych dopravných spojení s danou krajinou, kde sa veľtrh koná.

## ÚČASŤ NA VEĽTRHU ITF V BRATISLAVE

Koncom januára sa v Bratislave konala najväčšia výstava cestovného ruchu na Slovensku ITF Slovakiatour. Bolo to podujatie, na ktorom sa zišli všetky kraje Slovenska a odprezentovali svoju ponuku na rok 2025. Organizácia Visit Košice sa podujatia zúčastnila ako spoluvystavovateľ v stánku Východ, pod hlavičkou dvoch krajských organizácií cestovného ruchu – Košice Región Turizmus a Severovýchod Slovenska. Spoločne sme prezentovali jedinečnú krásu, kultúru a príležitosti, ktoré tieto regióny ponúkajú cestovateľom z celého sveta.

Podujatie bolo vynikajúcou **príležitosťou na nadviazanie kontaktov s profesionálmi z odvetvia, propagáciu cestovného ruchu na východnom Slovensku a vyzdvihnutie rozmanitých zážitkov**, ktoré sú slovenským cestovateľom k dispozícii v Košickom aj Prešovskom kraji.

## ÚČASŤ NA VEĽTRHU UTAZÁS BUDAPEŠŤ

Od 20. do 23. februára mala organizácia Visit Košice tú česť zúčastniť sa ako spoluvystavovateľ na najväčšom maďarskom veľtrhu cestovného ruchu Utazás Budapešť. V rámci stánku SLOVAKIA TRAVEL sme prezentovali Košice ako destináciu, ktorú treba navštíviť, a **vyzdvihli sme kľúčové produkty cestovného ruchu prispôbené maďarskému trhu**.

Tohtoročný veľtrh mal osobitný význam, keďže partnerskou krajinou bolo Slovensko, čo nášmu stánku prinieslo ešte väčšiu pozornosť – prioritne médií. Boli sme nadšení, že sme mohli nadviazať kontakt s profesionálmi v oblasti cestovného ruchu, zainteresovanými stranami z odvetvia a návštevníkmi, ktorí túžili zistiť, čo naše mesto a región ponúkajú.

## VEĽTRH HOLIDAY WORLD PRAHA

V dňoch 14. – 16. marca 2025 sme sa zúčastnili najväčšieho veľtrhu v Českej republike, Holiday World & Region World v Prahe ako spoluvystavovateľ na stánku Slovenska, pod záštitou zahraničného zastúpenia SLOVAKIA TRAVEL v Českej republike.

Tento veľtrh bol pre nás mimoriadne dôležitý, keďže Košice a Prahu spája priama letecká linka, ktorá otvára nové príležitosti pre rozvoj cestovného ruchu a business events. Počas veľtrhu sme úspešne prezentovali Košice ako **atraktívnu destináciu pre turistov aj organizátorov MICE podujatí, nadviazali nové partnerstvá, získali cenné kontakty a inšpirovali sa aktuálnymi trendmi v destinačnom manažmente**.

Naším cieľom bolo posilniť povedomie o Košiciach na medzinárodnom trhu a využiť potenciál vynikajúcej dopravnej dostupnosti medzi Prahou a Košicami.

## VEL'TRH POZNAŇ

Slovensko sa predstavilo na prestížnom medzinárodnom veľtrhu cestovného ruchu Tour Salon v poľskej Poznani s novým dizajnom expozície a jasným cieľom – prilákať ešte viac poľských turistov. **Poľsko patrí medzi kľúčové zahraničné trhy Slovenska** a veľtrh je pre našu krajinu príležitosťou ukázať atraktívne regióny, pestrú ponuku a novinky, ktoré čakajú návštevníkov už v najbližšej sezóne.

Veľtrh s dôrazom na karavanning, rodinné cestovanie a aktívny oddych poskytol ideálny priestor na predstavenie Košíc a Košického kraja ako atraktívnej turistickej destinácie.

Zaznamenali sme výrazný **záujem najmä zo strany karavanistov a cestovateľov, ktorí chcú navštíviť hlavné atrakcie mesta a jeho okolia** v rámci kratšieho mestského pobytu alebo prechodnej cestovnej zastávky. Z ponúkaných propagačných materiálov mal najväčší úspech 3-dňový itinerár s prehľadnými tipmi a informáciami na jednom mieste, ktorý uľahčuje plánovanie pobytu. Rodiny s deťmi zaujal Košický detský pas, ktorý spája objavovanie mesta s hravou motiváciou.

Účasť na veľtrhu potvrdila rastúci dopyt po autentických mestských a prírodných zážitkoch mimo hlavných turistických trás – a Košice majú v tomto smere rozhodne čo ponúknuť.

## VEL'TRH V RUMUNSKU

Jesenná edícia Târgul de Turism al României II (Rumunský veľtrh cestovného ruchu) sa konala v termíne 20. – 23. novembra 2025 vo výstavnom centre ROMEXPO v Bukurešti.

Veľtrh privítal 103 vystavujúcich spoločností: cestovné kancelárie, touroperátori, hotely, ubytovacie zariadenia, letecké spoločnosti, rezervačné platformy, digitálne start-upy v cestovnom ruchu, národné turist boardy, regióny, kraje.

Veľkú časť tvorili domáce CK, ktoré majú pripravené „first moment“ balíčky na sezónu 2026.

Visit Košice bol súčasťou slovenského stánku Slovakia travel spolu s ďalšími piatimi slovenskými vystavovateľmi. Mali sme stretnutia s 10-timi CK, a množstvom individuálnych záujemcov, párov, rodín, dôchodcov o Košice, región, Slovensko. Podľa organizátorov sa výstavy zúčastnilo 12 000 návštevníkov.

Rumunsko sa môže stať zaujímavým sekundárnym trhom aj pre Košice a okolie.

## B2B workshopy a podujatia

B2B (business-to-business) workshop v cestovnom ruchu je organizované stretnutie, kde sa na jednom mieste stretávajú **dodávateľia** (destinácie, hotely, dopravci, atrakcie) s **odberateľmi** (touroperátori, cestovné agentúry, MICE organizátori, firemní travel manažéri) z konkrétneho trhu. Cieľom nie je predávať priamo turistom, ale budovať distribučné kanály cez profesionálov, ktorí predávajú destináciu ďalej.

### III. WORKSHOP KICK SACKA

V dňoch 5. – 6. februára 2025 sa na Smolenickom zámku uskutočnil **III. celoslovenský workshop inomingových cestovných kancelárií a organizácií cestovného ruchu**. Pod vedením Klubu inomingových cestovných kancelárií Slovenskej asociácie cestovných kancelárií a cestovných agentúr (SACKA) sa stretli odborníci z oblasti príjazdového cestovného ruchu, organizácie cestovného ruchu a hotelieri.

Na podujatí sa zúčastnili viaceré organizácie cestovného ruchu, medzi nimi aj OOCR Visit Košice, ktoré významne prispela k diskusiám o regionálnom inomingovom cestovnom ruchu a jeho ďalšom rozvoji. V prvý deň sa uskutočnil pracovný workshop medzi OCR a inomingovými touroperátormi. Destináciu Košice sme prezentovali spoločne s organizáciou Košice región turizmus.

### B2B WORKSHOP ALLINTOO 2025 V KATOVICIACH

V polovici marca sme sa zúčastnili medzinárodného B2B workshopu ALLINTOO 2025 v Katoviciach v Poľsku, ktorý spája odborníkov z oblasti leisure a MICE turizmu.

Spolu sme absolvovali **13 stretnutí s kľúčovými hráčmi v oblasti business events a touroperátormi**. Diskutovali sme o trendoch, možnostiach spolupráce a predstavili Košice ako atraktívnu destináciu pre konferencie a incentívne podujatia. Vnímali sme silný záujem o našu destináciu a celé východné Slovensko, nazbierali sme podnetné informácie na rozvoj marketingových aj destinačných aktivít.

### B2B WORKSHOP V RUMUNSKU

V spolupráci so SLOVAKIA TRAVEL, zahraničným zastúpením cestovného ruchu v Maďarsku, sme sa zúčastnili inšpiratívneho B2B workshopu v Temešvári (Rumunsko), ktorý sa konal 24. októbra 2025. Podujatie bolo zamerané na **spájanie profesionálov z oblasti cestovného ruchu – od segmentu MICE (meetings, incentives, conferences, events) až po leisure turizmus**.

Tento workshop vytvoril priestor na nové partnerstvá, prezentáciu slovenských destinácií a posilnenie povedomia o Slovensku ako atraktívnej krajine pre dovolenky, výlety aj profesionálne podujatia. Sme radi, že sme mohli byť súčasťou iniciatívy, ktorá podporuje spoluprácu medzi slovenskými a rumunskými odborníkmi v cestovnom ruchu. Temešvár je pre Slovensko významnou destináciou a zároveň vstupnou bránou k novým trhom, ktoré majú potenciál priniesť viac návštevníkov do nášho regiónu.

## Prezentácie destinácie

### PREZENTÁCIA PRE POĽSKÉ MÉDIA

Dňa 4. apríla sa na Slovenskom inštitúte vo Varšave uskutočnila **Prezentácia ponuky cestovného ruchu na Slovensku** pre nadchádzajúcu sezónu pre miestnych novinárov. Organizácia Visit Košice bola jedným z účastníkov, ktorí sa prezentovali na podujatí. Formou prezentácie a ukážkou tvorby krátkych videí sme prezentovali ponuku v našej destinácii a vyzdvihli jej pridanú hodnotu voči ostatným regiónom, čím je priama letecká linka s poľskou národnou spoločnosťou LOT.

Podujatie bolo organizované zahraničným zastupiteľstvom SLOVAKIA TRAVEL v Poľsku a bolo výborným formátom na odovzdanie dôležitých informácií relevantným médiám.

### PREZENTÁCIA PRE MAĎARSKÉ MÉDIA V BUDAPEŠTI

Tento rok sme sa opäť zúčastnili pozvania na **prezentáciu noviniek v destinácii pre maďarské médiá**, ktorú pre destinácie Košice a Košický región pripravilo zahraničné zastúpenie SLOVAKIA TRAVEL v Maďarsku. Podujatie sa uskutočnilo 11. júna v Slovenskom inštitúte v Budapešti.

Prezentáciu sme pripravili v spolupráci s Košice región turizmus, a podujatia sa zúčastnilo až okolo **40 novinárov a iných médií**. Našu prezentáciu Košíc ako ideálnej city breakovej destinácie sme doplnili o umelecké vystúpenie pianistu z Národného divadla v Košiciach.

### PREZENTÁCIA DESTINÁCIE NA PODUJATÍ FESTIVAL CESTOVANIA A ZÁŽITKOV KROKY 2025

Zástupcovia Visit Košice Infopointu sa spolu s naším cyklovozíkom zúčastnil Festivalu cestovania a zážitkov Kroky 2025, ktorý sa konal v sobotu, 14. júna 2025, vo vonkajšom areáli Kasárni/Kulturpark.

Visit Košice Infopoint na tomto podujatí prioritne **prezentoval produkt cestovného ruchu Košický detský pas**. Účasť na podujatí podporil aj maskot Buki. Návštevníkom sme rozdávali pasy s odznakmi a mapkami, a zároveň sme ich informovali o výhodách a možnostiach, ktoré tento produkt ponúka.

### PREZENTÁCIA DESTINÁCIE V MESTE LODŽ

Vďaka výbornej spolupráci s poľským zastupiteľstvom SLOVAKIA TRAVEL sme sa zúčastnili **prezentácie destinácie pre B2C publikum počas jedinečného podujatia Summer festival v poľskom meste Lodž**.

Prezentácia sa konala v priebehu dvoch dní posledného júlového víkendu. Účasť na tejto akcii považujeme za prínosnú, keďže o destináciu Košice bol prejavovaný značný záujem zo strany domáceho obyvateľstva a zároveň aj zo strany návštevníkov podujatia, ktorými boli predovšetkým Poliaci.

## PREZENTÁCIA DESTINÁCIE NA PODUJATÍ DEŇ SLOVENSKA V KRAKOVE

Počas úvodných augustových dní sme vďaka poľskému zastupiteľstvu SLOVAKIA TRAVEL mali možnosť prezentovať destináciu v poľskom Krakove počas podujatia Deň Slovenska. Podujatie sa pravidelne koná každý rok a je **zamerané prioritne na propagáciu tradičných remesiel**. Na prezentáciu sme preto prizvali aj keramikárku, ktorá počas podujatia maľovala rôzne keramické výrobky.

Prezentáciu v meste Krakov sme si zvolili hlavne z dôvodu podpory priamej autobusovej linky z blízkeho prihraničného mesta do Košíc. Podujatie a prezentácia však okrem lokálnych obyvateľov zasiahla aj zahraničných návštevníkov tejto poľskej destinácie.

# Infocesty

## Infocesty s cieľením na domáci trh

V roku 2025 realizovala organizácia Visit Košice sériu infociest zameraných na posilnenie mediálnej viditeľnosti a podporu kľúčových produktov na domácom aj zahraničných trhoch. Na domácom trhu sme v priamej spolupráci s médiami a agentúrou Mediacentral privítali influencerov a novinárov, ktorí predstavili Košice ako atraktívnu city break destináciu s kvalitnou gastronómiou, históriou a ponukou pre rodiny s deťmi. Osobitný dôraz sme kládli na produkt Košický detský pas, ktorý bol podporený silnými mediálnymi výstupmi (online články, Teleráno). Presstrip pre slovenské médiá priniesol viaceré publikácie a televízne reportáže, čím sa posilnil pozitívny imidž mesta na národnej úrovni.

Infocesty potvrdili, že autentický zážitok z destinácie je jedným z najefektívnejších nástrojov marketingu a významne prispieva k budovaniu povedomia o Košiciach doma aj v zahraničí.

## INFOCESTA V SPOLUPRÁCI S IFF ART FILM

V spolupráci s IFF Art Film sa nám podarilo zorganizovať infocestu dvoch slovenských influenceriek, Jany Vozár a Sonji Kopčánovej, ktoré predstavili Košice tesne pred začatím letnej sezóny ako **destináciu plnú kvalitnej gastronómie, histórie a zelene**. Vďaka tejto spolupráci sme mali možnosť osloviť inú vekovú aj obsahovú kategóriu na sociálnych sieťach.

## KOŠICKÝ DETSKÝ PAS V CENTRE LETNEJ POZORNOSTI

V spolupráci s marketingovou agentúrou Mediacentral sme v mesiaci júl realizovali **dve infocesty**. Prvou infocestou sme sa zamerali na cieľovú skupinu **rodiny s deťmi**. Účastníčkou bola influencerka Katka Jakeš, ktorá na svojich sociálnych sieťach autenticky odprezentovala produkt Košický detský pas a aktívny rodinný víkend v Košiciach. Infocesta bola podporená aj **troma silnými mediálnymi výstupmi** – dvoma PR článkami na sme.sk a cas.sk a vystúpením v Teleráne, kde sa nám podarilo odprezentovať v štedrom časovom rámci aj nášho člena Košický hrad.

Zástupkyňa Visit Košice Ivana Kavulič v Teleráne odprezentovala Košický detský pas spolu s maskotom Bukim. Táto mediálna aktivita zarezonovala aj na národnej úrovni – **agentúra SLOVAKIA TRAVEL o tom vo svojich interných mediálnych výstupoch informovala a evidovala našu regionálnu aktivitu ako príklad dobrej praxe**.

## INFOCESTA PRE SLOVENSKÉ MÉDIÁ

S cieľom predstaviť Košice ako atraktívnu destináciu pre aktívny city break sme s agentúrou Mediacentral pripravili presstrip pre slovenské médiá. Infocesty sa zúčastnila **pestrá paleta médií**, od Čarovného Slovenska, Nového času, Refresheru, Femme, Forbes až po magazín Geo, ktoré doplnila aj televízia STVR. Novinári z presstripu načerpali množstvo inšpirácie na články, ktoré publikovali počas jesene. Televízny štáb navyše pôvodný plán jednej reportáže rozšíril na tri a zároveň prejavil záujem o ďalšiu návštevu Košíc.

Organizovanie takýchto presstripov má zásadný význam, pretože novinári na vlastnej koži zažijú destináciu a následne ju **autenticky sprostredkujú čitateľom a divákovi**. Výstupy v rôznorodých médiách tak dokážu zasiahnuť široké publikum a dlhodobo budovať pozitívny imidž Košíc.

## Infocesty s cieľením na zahraničné trhy

### INFOCESTA NA PODPORU PREZENTÁCIE DESTINÁCIE NA POĽSKOM TRHU

Poľský trh vnímame ako mimoriadne perspektívny, preto sme v tomto roku pripravili viacero marketingových aktivít s cieľom osloviť poľských cestovateľov a lepšie porozumieť ich preferenciám. V spolupráci s agentúrou Mediacentral sme zorganizovali **infocestu pre mladý pár z Poľska, ktorý prišiel objaviť Košice z pohľadu adrenalínových zážitkov**.

Zaujímavé bolo sledovať ich spotrebiteľské správanie, návyky a požiadavky pri plánovaní city breaku. Preferovali nápoje „so sebou“ pred posedeniami v kaviarňach, hľadali krátke, no vizuálne atraktívne zážitky, história ich zaujímala skôr okrajovo. Zreteľný bol aj trend vyhýbania sa alkoholu u mladej generácie.

Na túto infocestu sme taktiež naviazali aj mediálne aktivity s cieľom sprostredkovať autentické výpovede našich influencerov, ktorými chceme osloviť ich generáciu (20 – 25 rokov). Išlo o veľmi **cennú skúsenosť s mimoriadne silným mediálnym dosahom** (jednou z účastníčok bola aj Monika Kociołek, ktorá má viac ako 1,5 milióna sledovateľov na sociálnych sieťach). Na základe vyhodnotenia mediálnych výstupov sme začali s prípravou ponuky špeciálne zacielenej na tento nový typ cestovateľov.

### INFOCESTA PRE ÍRSKE MÉDIÁ

Vďaka dobrej spolupráci s OOCR Vysoké Tatry sme mali možnosť podieľať sa na infoceste pre írskoho novinára Jamesa Balla, ktorý píše pre viaceré médiá. James v Košiciach strávil približne 24 hodín, ktoré sme sa snažili využiť na **efektívnu a rôznorodú prezentáciu našej destinácie**.

Táto infocesta nám priniesla aj značné pochopenie, že práca na prezentácii destinácie pre írsky trh je pre nás tiež potrebná a vidíme v nej potenciál, hlavne vďaka priamej leteckej linke z Dublinu.

### INFOCESTA PRE BRITSKÝCH INFLUENCEROV NA PODPORU PRIAMYCH LETECKÝCH SPOJENÍ

Ďalšou infocestou počas letnej sezóny v spolupráci s OOCR Vysoké Tatry bola krátka zastávka britských influencerov v našej destinácii. Keďže influenceri zameriavajú svoju aktivitu na sociálnych sieťach prioritne na **prírodné destinácie**, vyzdvihli sme takéto aktivity aj v našej destinácii.

## INFOCESTA PRE MAĎARSKÉ MÉDIÁ A RÁKOCZIHO HISTORICKÝ VLAK

Pri príležitosti podujatia osláv 320. výročia zvolenia Františka II. Rákocziho za kapitána kongregácie žúp, ktoré veľkolepo pripravilo Východoslovenské múzeum, sme zorganizovali v spolupráci s maďarským zastupiteľstvom SLOVAKIA TRAVEL **špeciálny výlet historickým vlakom pre 84 odborníkov z oblasti cestovného ruchu**. Vybraní zástupcovia médií sa okrem tohto podujatia zúčastnili aj 2-dňovej infocesty, ktorá bola zameraná prioritne na tému František II. Rákoczi v Košiciach a v Košickom regióne. Táto aktivita bola bohatá na online výstupy v maďarských médiách.

## FAM TRIP PRE USA TRH

Košice sa stali jednou zo zastávok USA tour operátorky Cherry Moore po strednej Európe vďaka aktívnej práci a iniciatíve CA Agritours. Aj keď v Košiciach strávila len jeden večer a následne doobedie, Košice ju očarili a už teraz **prpravuje ponuku pre svojich klientov v USA**.

Tieto výsledky prichádzajú vďaka konzistentnej práci na prezentácii destinácie, úzkou spoluprácou so Slovenskou asociáciou pre cestovné kancelárie a agentúry a hlavne vďaka práci našich členov a významných aktérov v cestovnom ruchu v Košiciach.

# Visit Košice Infopoint

<b>655</b> v infocentre vydaných Košických detských pasov	<b>40</b> dizajnérov v súťaži Suveníry z Košíc 2025
<b>100+</b> návrhov v súťaži Suveníry z Košíc 2025	<b>15</b> víťazných produktov <b>od 6 lokálnych dizajnérov</b> <b>vybraných odbornou porotou</b>
<b>7 480</b> návštevníkov Infopointu	

## Otváracia doba Visit Košice Infopoint

Počas prebiehajúcich zápasov šampionátu UEFA U21 2025 sme mali infocentrum Visit Košice Infopoint otvorené denne, a to aj vrátane víkendov, od 9:00 do 20:00. Vďaka takto upravenému otváraciemu času sme mohli pomáhať domácim aj zahraničným návštevníkom objavovať zážitky v našom meste. Týmto prístupom sa aj naďalej snažíme byť čo najviac k dispozícii návštevníkom a obyvateľom mesta, a poskytovať služby v čase, keď je o nich najväčší záujem.

Od 1. júla 2025 sme zároveň bežný prevádzkový čas infocentra upravili, Visit Košice Infopoint je tak otvorený každý deň od 9:00 do 17:00. Prevádzka Visit Košice Infopoint je plynulo zabezpečená brigádnikmi sedem dní v týždni od 9:00 do 17:00. Od začiatku októbra pribudla aj pracovná sila na pozícii manažer Infopointu.

## 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 (547), nasledované EN (53), HU (30) a nakoniec PL (25). Pasy sa zároveň rozdáajú aj na veľtrhoch cestovného ruchu doma aj v zahraničí.

## 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, keramické šálky, nástenné hodiny Prior a mnohé iné.

## Otvorená výzva na tvorbu spomienkových predmetov

Súťaž „Suveníry z Košíc 2025“, ktorá sa konala v novembri 2025 priniesla nové pohľady na lokálny dizajn a originálne spracovanie tradičných i moderných motívov mesta. Do súťaže sa zapojilo 40 dizajnérov s viac než stovkou produktov, ktoré reflektovali identitu mesta, jeho architektúru, kultúrne dedičstvo aj súčasný vizuálny jazyk.

Odborná porota pracovala v zložení: Dorota Kenderová, Michaela Spišáková Podoláková, Júlia Jeleňová, Martina Baníková, Igor Kupec, Marcel Gibóda a Roman Juhás. Porota hodnotila originalitu návrhov, kvalitu spracovania, funkčnosť, ekologický rozmer a potenciál reprezentovať mesto doma i v zahraničí.

Spomedzi prihlásených diel bolo vybraných 6 víťazných suveníristov s celkovo 15 produktmi. Ocenenie získala značka Odpadnesh s produktmi Taška „M“, Ruksak a Obal na karty. Filip Bácskai uspel s produktom Košické karty. Ján Vajsábel zaujal Porcelánovými náušnicami a Porcelánovou brošňou. Zuzana Palejová bodovala sériou Magnetiek s motívmi košických pamiatok, produktmi Košické piškvorky, Vianočná ozdoba a Košická električka. Igor Macák bol ocenený za kolekciu pozostávajúcu z tmavomodrej šálky na kávu, šálky s podšálkou, konvičky na mlieko a cukorničky. Katarína Rybnická uspela s produktom Bukiho tetovačky A6.

Víťzné suveníry budú postupne umiestňované do predaja v informačnom centre Infopoint Visit Košice na Hlavnej 59, kde odprezentujú aktuálnu podobu mestského dizajnu a podporia lokálnych tvorcov. Súťaž opätovne potvrdila vysokú úroveň kreatívnej scény v Košiciach a význam systematickej podpory kvalitného mestského suveníru ako nositeľa identity mesta.

Informáciu o spustení výzvy sme podporili aj prostredníctvom kreditom podporených príspevkov na sociálnych sieťach.

## Multimediálna miestnosť

V rámci Visit Košice Infopoint 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 talentovaných autorov Stanislava Kočana a Júliusa Predajnianskeho s názvom Exots. Multimediálna miestnosť v Infopointe Visit Košice zostáva platformou pre umelecké inovácie a diskusie o umení, ktoré zvyrazňujú dôležitosť kreativity v našom meste.

## Štatistiky návštevnosti Visit Košice Infopointu



V období roka 2025 sme identifikovali rôzne typy návštevníckych skupín. Najpočetnejšou skupinou boli „Skupiny“ s 2 417 návštevníkmi nasledované „Rodinami“ s 2 206 návštevníkmi. Pohlavie hralo tiež významnú úlohu, pričom sme v tomto období zaznamenali výrazne viac ženských návštevníkov – celkovo 4 327, v porovnaní s počtom mužov, ktorých bolo 3 153.

Zaujímavé boli aj vekové kategórie návštevníkov. Najväčší počet návštevníkov patrí do vekovej kategórie nad 50 rokov. Veková kategória do 20 rokov má zastúpenie 800 návštevníkov, pričom časť z nich mala alebo si vyzdvihla Košický detský pas. Ďalšie vekové kategórie zahŕňajú 611 návštevníkov vo

veku do 30 rokov, 897 návštevníkov vo veku do 40 rokov, 1250 návštevníkov vo veku do 50 rokov a 3923 návštevníkov nad 50 rokov.

Pomer celkovej návštevnosti bol v roku 2025 **60% domácich ku 40% zahraničných návštevníkov**. Celkovo bola najvyššia návštevnosť zaznamenaná práve z Košického kraja. Zvýšený záujem o mesto prejavili návštevníci z Bratislavského kraja (hlavne v mesiaci august), Prešovského, Banskobystrického a Žilinského kraja. Zo zahraničia našu destináciu navštívilo najviac **Čechov, Poliakov a obyvateľov Veľkej Británie**.

**Najnavštevovanejšími mesiacmi sa aj v roku 2025 stali mesiace máj, júl a august** a to aj vďaka dvom veľkým zásadným podujatiam, ktoré sa uskutočnili v mesiaci jún v Košiciach, konkrétne Medzinárodný filmový festival Art film a UEFA 21.

# Starostlivosť o členskú základňu a vzdelávanie

Visit Košice pokračuje v podpore členskej základne prostredníctvom vzdelávacích workshopov, fotografických služieb v teréne, možnosti zľavy na reklamné plochy DPMK a efektívnej distribúcie propagačných materiálov.

## Vzdelávacie semináre pre členskú základňu

### VZDELÁVACÍ WORKSHOP SYNERGIE V KOMUNIKÁCIÍ DESTINÁCIE A HOTELOVÉHO SEKTORA

Počas nášho tohtoročného prvého vzdelávacieho workshopu „Synergie v komunikácii destinácie a hotelového sektora“ sme spoločne s hoteliermi, marketingovými profesionálmi a zástupcami cestovného ruchu hľadali spôsoby, **ako prepojiť destinačný marketing s marketingovými aktivitami hotelov.**

Diskutovali sme o tom, ako môže spolupráca priniesť väčšiu návštevnosť, lepšiu ponuku pre hostí a prospech pre celý región. Osobitnú pozornosť sme venovali mimo sezónu – ako ju využiť ako príležitosť pre rozvoj cestovného ruchu v Košiciach.

## Služby fotografa v teréne

Fotograf v teréne bol aj v roku 2025 k dispozícii pre fotenia živých podujatí a členských subjektov v rámci destinácie. Každému členovi Visit Košice bola ponúknutá možnosť **objednaní si služieb fotografa na vlastné podujatie**, pričom využiť túto možnosť bolo možné až **2x za rok**. Fotografie boli následne k dispozícii priamo v našej fotobanke pre ďalšie využitie samotným subjektom a organizáciou Visit Košice.

## Podmienka uplatnenia zľavy na reklamné plochy v DPMK

Aj v roku 2025 mal každý člen Visit Košice možnosť získať **zľavu na reklamné plochy v DPMK vo výške 30%**. Zľavu je možné uplatniť na propagáciu, ktorá sa vzťahuje na aktivity destinačného charakteru a zľava sa poskytuje len na aktivity členských subjektov a nie sprostredkované tretím osobám.

## Rozvoz propagačných materiálov

Tento rok sme zefektívniili **distribúciu destinačných propagačných materiálov členským subjektom**. Rozvoz sme naplánovali do dvoch fáz, a to pred letnou sezónou a v úvode

mesiacu december. V prípade nedostatku destinačných materiálov v ostatnom období počas roka, ich dopĺňanie prebieha individuálne, na základe dohody s daným členským subjektom.

## Vzdelávanie interného tímu

Okrem šírenia povedomia o destinácii prináša účasť na podujatiach aj cenné príležitosti na nadväzovanie a udržiavanie vzťahov s odborníkmi a získavanie nových kontaktov pre budúcu spoluprácu. Ide najmä o expertov v cestovnom ruchu, mediálnych zástupcov, predstaviteľov leteckých spoločností, cestovných kancelárií a buyerov.

Významným prínosom je aj možnosť inšpirovať sa úspešnými stratégiami iných destinácií a zvyšovať odborné znalosti prostredníctvom konferencií a odborných programov zameraných na aktuálne trendy v destinačnom manažmente. Tieto poznatky aktívne využívame pri riadení organizácie, propagácii destinácie a zdieľaní informácií s našimi členmi.

Tento rok sme pokračovali v členstve v medzinárodnej asociácii City Destination Alliance, ktorá nám umožnila získavať cenné know-how, sledovať trendy v destinačnom manažmente a budovať spolupráce s významnými medzinárodnými organizáciami. Prostredníctvom tejto platformy sme prispeli k zviditeľneniu Košíc na európskej turistickej mape a zároveň šíreniu pozitívneho obrazu Slovenska ako atraktívnej destinácie. Vďaka členstvu v tejto aliancii sme sa dostali k informáciám o ďalších možnostiach odborných vzdelávacích programoch pre destinácie v Európe, ako napríklad celoročného vzdelávanie ohľadom práce s AI nástrojmi pre destinácie.

## VZDELÁVACÍ PROGRAM AI PRE TÍM VISIT KOŠICE

Tím Visit Košice bol vybraný do vzdelávacieho programu AI Opener for Destinations spolu s ďalšími 34 európskymi destináciami. Organizácia Group NAO reprezentovaná expertmi v oblasti AI vytvorila toto 12-mesačné vzdelávanie, aby pomohla destináciám **skúmať a zodpovedne implementovať AI riešenia do každodenných aktivít, riešiť zložitejšie výzvy a zároveň poskytnúť tipy a konzultácie k efektívnym použiteľným AI nástrojom na trhu pre destinácie**. Vzdelávanie počas celého roka prebiehalo na pravidelných online stretnutiach.

## ÚČASŤ NA PROJEKTE KRÍZOVÝ MANAŽMENT A RIADENIE V CESTOVNOM RUCHU

OOOR Visit Košice mala 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.

V rámci projektu bolo zverejnených niekoľko výstupov užitočných pre zainteresované strany a tvorcov politík v oblasti cestovného ruchu. Viac informácií o projekte nájdete na web stránke v prekliku pod príspevkom.

## KONFERENCIA CITY DESTINATION ALLIANCE V MONAKU

Naša riaditeľka Michaela Podoláková reprezentovala Visit Košice a Slovensko na tohtoročnom stretnutí generálnych riaditeľov City DNA v Monaku (27. – 28. januára 2025). Podujatie, na ktorom sa zišlo rekordných vyše 50 generálnych riaditeľov z celej Európy, bolo zamerané na tému: „Vedenie prostredníctvom transformácie: Riešenie kľúčových výziev pre DMO“.

Počas dvoch dní zasvätených diskusiám, výmene názorov a nadväzovaniu kontaktov sa lídri odvetvia zaoberali **organizačnou transformáciou, spoločnými výzvami a úlohou inovácií pri formovaní budúcnosti destinačného manažmentu**. Hlavným bodom programu bol hlboký ponor do hlavných priorít, príležitostí a dokonca aj neúspechov so zameraním na konkrétne opatrenia na ich účinné riešenie.

Stretnutie posilnilo význam spolupráce a prispôsobivosti pri budovaní odolných destinácií. Sme hrdí na to, že sme posilnili pozíciu Košíc na medzinárodnej scéne a prispeli k formovaniu budúcnosti európskeho cestovného ruchu!

## CITY DNA KONFERENCIA A CEO MEETING V BUDAPEŠTI

Začiatkom apríla sme sa zúčastnili odbornej konferencie City Destination Alliance v Budapešti, kde sa stretli všetci **stakeholderi pôsobiaci v mestskom cestovnom ruchu**. Highlightom konferencie bolo videoposolstvo od Apostolosa Tzitzikostasa, európskeho komisára pre udržateľnú dopravu a cestovný ruch, ktorého hlavným vyjadrením bolo, že **organizácie destinačného manažmentu sú pre Európsku komisiu kľúčovou prioritou pri tvorbe jej budúcej stratégie udržateľného cestovného ruchu**.

Kľúčové poznatky z jeho vystúpenia:

- DMO sú uznávané ako základné hnacie sily udržateľného cestovného ruchu na úrovni miest a regiónov.
- Pripravovaná európska stratégia udržateľného cestovného ruchu sa zameriava na:
- Posilnenie spolupráce s DMO a miestnymi/regionálnymi orgánmi a medzi nimi
- Podpora malých a stredných podnikov ako základov odvetvia cestovného ruchu
- Propagácia silnej značky „Destinácia Európa“ na rozvíjajúcich sa trhoch
- Medzi priority patrí zvyšovanie konkurencieschopnosti, odolnosť voči zmene klímy, digitálne inovácie, inteligentnejšie riadenie toku návštevníkov a zabezpečenie kvalifikovanej pracovnej sily.
- Jasný záväzok k spravodlivejšiemu cestovnému ruchu: lepšie pracovné podmienky, spravodlivá hospodárska súťaž, silnejšie miestne hodnotové reťazce a väčšie zapojenie komunit.
- Synergie medzi cestovným ruchom a dopravou sú nevyhnutné na to, aby bol cestovný ruch v celej Európe udržateľnejší a inkluzívnejší.

Tzitzikostas vyzval DMO a zainteresované strany v oblasti cestovného ruchu, aby aktívne prispeli svojimi nápismi a návrhmi k tvorbe tejto stratégie, pretože riešenia udržateľného cestovného ruchu sa začínajú v teréne – u tých, ktorí najlepšie poznajú svoje destinácie.

## ÚČASŤ NA CITY DESTINATION ALLIANCE VISITOR EXPERT MEETING

V dňoch 26. – 28. novembra 2025 sme sa zúčastnili na **12th CityDNA Visitor Experience Expert Meeting vo Vilniuse**. Podujatie bolo mimoriadne informatívne a inšpiratívne, nieslo sa v priateľskej, no zároveň profesionálnej atmosfére. Počas konferencie sme sa stretli s mnohými zaujímavými zástupcami informačných centier z celej Európy.

Prednášky priniesli reálne príbehy informačných centier ako napríklad transformácie po rekonštrukciách, implementáciu moderných technológií do informačných procesov, či originálne riešenia, ako napríklad zapojenie mestských policajtov do kontaktu s turistami – dokonca aj pri podávaní šálky kávy. Počas workshopov sme identifikovali naše silné stránky, diskutovali o ich uplatnení v praxi a zdieľali plány do budúcnosti. Budeme sa snažiť postupne implementovať tieto skúsenosti aj do práce v našom Infopointe.

**04**

# **KOOPERAČNÝ PROJEKT**

# **ROZVOJ SUBDESTINÁCIE SLANSKÉ VRCHY A POSILNENIE MICE TURIZMU**

# Plán aktivít pre ciele podporu business events v destinácii

V úvode roka sme pri príležitosti otvorenia výzvy na žiadosť o Štátnu dotáciu Ministerstva cestovného ruchu a športu SR pripravili v rámci kooperačného projektu s názvom „Rozvoj subdestinácie Slanské vrchy a posilnenie MICE turizmu – Spolupráca prináša výsledky“ komplexný ročný plán aktivít pre rozvoj business events v destinácii. Plán vychádzal z globálnych trendov a zistení z minuloročných analýz a inšpekčných ciest, zároveň nadviazal na predošlé aktivity destinácie. Tie potvrdili rastúci význam rozvoja MICE segmentu aj potrebu rozvoja incentívnej ponuky v ich blízkom okolí. Preto sme do strategického rámca začlenili systematickú prácu s príslušnými regiónmi, pričom ako **pilotnú lokalitu** sme zvolili **Slanské vrchy**. Potenciál sme podporili prostredníctvom tematickej infocesty s cieľom vytvoriť z tohto subregiónu **prirodené rozšírenie MICE produktov Košíc**.

Plán aktivít sme počas roka naplňali s dôrazom na strategické vstupy, odborné partnerstvá a profesionálny rozvoj. Naďalej sme pokračovali v **spolupráci s univerzitným sektorom, výskumnými agentúrami a zahraničnými odborníkmi**, ktorí nám pomáhajú správne nastaviť pozicioning Košíc a vytvárať strategické dokumenty založené na reálnych potrebách lokálnych stakeholderov aj buyerov.

Neoddeliteľnou súčasťou aktivít bola prezentácia na **prestížnych veľtrhoch, B2B workshopoch a tematických prezentáciách či organizácia infociest** pre zahraničných odborníkov a ambasádorov s dosahom na relevantné cieľové publiká. Zároveň aj naďalej rozvíjame **vzdelávacie aktivity a networking pre aktérov CR** v oblasti business events, keďže kvalitné služby a profesionálne partnerstvá sú nevyhnutné na budovanie konkurencieschopnej destinácie.

Rovnako dôležitým sa ukázalo aj členstvo v aliancii CityDNA, ktorej početné aktivity nám počas roka umožňujú prepájať sa s odborníkmi v oblasti MICE z ďalších destinácií v rámci Európy, čím podporujeme **budovanie kapacít tímu Visit Košice**.

Súčasťou tohtoročných aktivít bola aj príprava modernej vizuálnej komunikačnej základne pre celý MICE segment. Zamerali sme sa na tvorbu **novej obsahovej a vizuálnej identity**, ktorá má Košice prezentovať ako živú, inšpiratívnu, no zároveň spoľahlivú a profesionálnu destináciu pre konferencie a firemné podujatia. Postupne sme vytvárali kvalitné **textové, grafické, foto a video materiály**, ktoré distribuujeme cez **digitálne kanály, odborné médiá a PR výstupy**, aby sme podporili **konzistentnú a medzinárodne zrozumiteľnú prezentáciu mesta**.

# Prieskum trhu na zahraničných trhoch

V súlade so strategickým prístupom k rozvoju MICE segmentu v Košiciach sme v roku 2025 spustili rozsiahly zahraničný prieskum zameraný na vnímanie Košíc ako destinácie pre biznisové podujatia. Prieskum prebieha na trhoch **Nemecka, Rakúska, Švajčiarska, Švédska, Fínska a Poľska** a jeho cieľom je detailne zmapovať poznateľnosť a reputáciu mesta v kontexte konferencií, kongresov a odborných podujatí, pričom na projekte spolupracujeme aj s odborníkmi na MICE z **Bratislava Tourist Board**. Výsledky budú členom a partnerom organizácie prezentované v závere roka.

## Tvorba strategických materiálov

Globálne trendy v mestských destináciách ukazujú, že business events je jedným z hlavných motorov ekonomického rastu, zvyšuje priemerné výdavky návštevníkov a predlžuje ich pobyt v destinácii. V reakcii na tieto trendy Visit Košice systematicky rozvíjal tento segment a nadväzoval na minuloročné aktivity, ktoré potvrdili obrovský potenciál Košíc. Minuloročné inšpekčné cesty a analýzy východiskovej situácie odhalili potrebu rozvoja incentívneho turizmu v okolí Košíc a priľahlých regiónoch. Preto sme sa zamerali na atraktívne lokality v blízkosti mesta, ktoré ponúkajú unikátne príležitosti na rozšírenie ponuky MICE produktov. Ako pilotný projekt sme vybrali Slanské vrchy, kde sme spustili spoločnú komunikačnú kampaň a analyzovali ďalšie možnosti rozvoja.

Efektívny rozvoj business events si vyžaduje systematický prístup založený na kvalitných dátach, analýzach a strategickom plánovaní. Preto sme nadviazali spoluprácu s univerzitným sektorom, profesionálnymi agentúrami na zber a vyhodnocovanie dát a zahraničnými odborníkmi na tvorbu strategických materiálov a rozvoji destinácie v segmente MICE. Do Košíc sme pozvali renomovaných zahraničných expertov, ktorí nám pomohli správne uchopiť aktuálnu MICE ponuku Košíc, aby sme ju v najbližších rokoch kvalitne prezentovali, rozvíjali a premenili na konkrétne konverzie buyerov.

Cieľom je priniesť dlhodobý ekonomický prínos pre región aj celé Slovensko, posilniť postavenie Košíc ako kľúčovej MICE destinácie v strednej Európe a zabezpečiť, aby mesto a jeho okolie naplno využilo potenciál business events a incentívneho turizmu. Tento strategický a udržateľný prístup nám umožní posilniť pozíciu Košíc na globálnej MICE scéne a prilákať významné podujatia, ktoré podporia miestnu ekonomiku a zvýšia medzinárodnú prestíž mesta, regiónu a Slovenska.

## Spolupráca so zahraničnou spoločnosťou Enited

Na základe konzistentnosti našich aktivít a práce na rozvoji business events v našej destinácii sme sa obrátili na pomoc zahraničného odborníka Iva Franschitzu, ktorý je známy napr. MICE stratégiou pre Slovensko či iné veľké

destinácie a v oblasti MICE je považovaný za jedného z najväčších odborníkov. V júli sme začali systematickú spoluprácu na overovaní služieb a potenciálu našej destinácie. Naša spolupráca vyvrcholila v polovici decembra, kedy sme v spolupráci s vybranou dobrovoľnou skupinou z členov organizácie, ktorí sú stakeholdermi pre rozvoj oblasti business events (niekedy známej aj ako business events či MICE) pripravili **1. workshop pre rozvoj business events v Košiciach**.

## Komunikačná stratégia MICE v spolupráci s agentúrou MILK

Agentúru MILK sme si najali na spoluprácu kvôli vytvoreniu komunikačnej stratégie pre MICE segment. Na základe predchádzajúcich pozitívnych skúseností na spolupráci s touto agentúrou a detailnom poznaní destinácie sme komunikačnú stratégiu zverili do ich rúk v úzkom napojení na odborné výstupy zo stratégie MICE. Výsledný dokument obsahuje časti Komunikačná stratégia, Naratív a komunikačný koncept a Komunikačný plán.

## Spolupráca na tvorbe stratégií s Technickou univerzitou v Košiciach

**Štúdia uskutočniteľnosti pre incentívu a rozvoj ponuky cestovného ruchu v okolí Košíc**

**Štúdia uskutočniteľnosti pre incentívu a rozvoj ponuky cestovného ruchu v Slánskych vrchoch**

## Prezentácia výsledkov kooperačného projektu na konferencii v Slánskych vrchoch

Koniec roka sme ukončili záverečnou konferenciou projektu „Rozvoj subdestinácie Slánske vrchy“, ktorú zorganizovali OOCR Región Šariš a OOCR Horný Zemplín. Visit Košice na konferencii odprezentoval aktivity zrealizované na základe spolupráce na kooperačnom projekte „Rozvoj subdestinácie Slánske vrchy a posilnenie MICE turizmu – Spolupráca prináša výsledky“ Ministerstva cestovného ruchu a športu SR, ktorý sme s danými OOCR v roku 2025 realizovali. V závere konferencie sme sa uistili o prínose spolupráce pre destinácie a možnosti pokračovania v spolupráci aj do budúcnosti.

# Starostlivosť o členskú základňu

## Vzdelávacie semináre pre členskú základňu

### VZDELÁVACÍ WORKSHOP EFEKTÍVNA PREZENTÁCIA DESTINÁCIE NA VEĽTRHOCH A B2B STRETNUTIACH

**Ako sa správne a efektívne pripraviť na prezentáciu destinácie či svojej ponuky, ako pracovať s kontaktmi, čo a ako propagovať** – to bolo pár tém, ktorým sme sa venovali na vzdelávacom workshope Efektívnej propagácie destinácie pod vedením odborníčky z cestovného ruchu Niny Erneker. Na vzdelávací seminár sme pozvali predovšetkým našich členov, hlavných aktérov v cestovnom ruchu v destinácii Košice, ale aj interný tím Visit Košice.

### VZDELÁVACÍ WORKSHOP LINKEDIN

Na konci roka prebehlo vzdelávanie zamerané na **efektívne využívanie siete LinkedIn v oblasti cestovného ruchu**. Workshop sa sústredil na budovanie profesionálneho profilu, tvorbu obsahu a prácu so sieťou kontaktov s cieľom lepšej prezentácie organizácií a destinácie Košice v online priestore.

### VZDELÁVACÍ WORKSHOP EFEKTÍVNA KOMUNIKÁCIA V DESTINÁCIÍ

V decembri sme uskutočnili workshop zameraný na efektívnu komunikáciu s hosťom a zvládanie náročných situácií v službách cestovného ruchu. Účastníci sa venovali práci s emóciami, nastavovaniu zdravých hraníc v komunikácii a posilňovaniu profesionálneho a ľudského prístupu v každodennom kontakte s návštevníkmi destinácie.

### STUDY TRIP DO ĽUBLĀNY

Cieľom študijnej cesty do Ľubľany bolo nadobudnúť odborné poznatky a inšpirácie v oblasti gastronómie, kreatívneho priemyslu a business events. Cesta bola určená pre členov a partnerov Visit Košice, s cieľom porovnať fungovanie týchto segmentov v zahraničí a preniesť dobré príklady do praxe v Košiciach. Cesta sa konala v termíne od 7. do 10. novembra, keďže v tom čase v Ľubľane prebiehal November gourmet festival.

Študijná cesta vytvorila pevný základ pre budúcu spoluprácu s partnermi v Ľubľane a pre nové možnosti rozvoja business events a gastro turizmu v Košiciach.

# Marketing

<b>1</b> nová značka pre komunikáciu business events	<b>41</b> nových prvkov komunikačnej identity	<b>529</b> fotografických výstupov
<b>10</b> propagačných video výstupov	<b>12+</b> strán redakčného obsahu na The Iceberg	<b>5</b> MICE PR výstupov v odborných médiách

Marketingové aktivity projektu v roku 2025 predstavovali dôležitý krok k systematickému budovaniu pozície Košíc ako významnej kongresovej a incentívnej destinácie strednej Európy. Prostredníctvom cieľenej komunikácie, účasti na prestížnych medzinárodných veľtrhoch a B2B podujatiach, organizácie infociest pre odborných novinárov a MICE profesionálov či spolupráce s odbornými mediálnymi agentúrami sme výrazne posilnili medzinárodnú viditeľnosť mesta v segmente biznis podujatí.

Súčasťou aktivít bolo budovanie modernej komunikačnej identity MICE segmentu a systematické rozširovanie obsahovej a vizuálnej banky destinácie o kvalitné foto, video a textové materiály. Tie umožňujú prezentovať Košice ako dynamickú, profesionálne pripravenú a autentickú destináciu pre konferencie, firemné stretnutia a incentívne programy.

Projekt zároveň prispel k profesionalizácii business events v regióne. Prostredníctvom vzdelávacích aktivít, strategických partnerstiev a zapojenia lokálnych stakeholderov sa podarilo posilniť spoluprácu medzi verejným, akademickým a súkromným sektorom. Účast' v medzinárodnej aliancii City Destination Alliance, networking na odborných fórach a spolupráca s univerzitami či výskumnými partnermi priniesli cenné know-how, ktoré pomáha formovať dlhodobý rozvoj MICE segmentu v Košiciach.

## Rozširovanie komunikačnej identity

### NOVÁ KOMUNIKAČNÁ LÍNIA VISIT KOŠICE MEETINGS

Destinačnú komunikáciu sme v tomto roku rozšírili aj o **novú B2B značku „Visit Košice Meetings“**, ktorá prezentuje pozíciu mesta v oblasti business events. Značka vznikla ako odpoveď na potrebu profesionálnej a jasne profilovanej komunikácie smerom k organizátorom odborných podujatí a biznis klientele. Nadväzuje na brandové prvky leisure identity, no dopĺňa ich o formálnejší, vecný a medzinárodne zrozumiteľný tón typický pre MICE segment.

Hlavným cieľom značky je prezentovať Košice ako profesionálnu a dobre vybavenú destináciu pre konferencie a biznis podujatia. K značke pripravujeme **samostatný dizajn manuál**, ktorý nastaví jednotný vizuálny štýl, použitie logotypu a komunikačné princípy pre budúce B2B materiály. Zavedením brandových princípov vytvárame pevný základ pre konzistentnú odbornú komunikáciu na strategicky zvolených online a offline kanáloch a posilňujeme konkurencieschopnosť mesta na medzinárodnom MICE trhu. Nová

komunikačná línia bola v tomto roku pripravená tak, aby dokázala pružne reagovať na vstupy z aktuálnych aj budúcich strategických materiálov.

## ROZŠIROVANIE DESTINAČNEJ OBSAHOVEJ BANKY

V rámci budovania destinačnej obsahovej banky sme pripravili základné komunikačné nástroje pre systematickú prezentáciu Košíc v segmente business events. Vytvorili sme rozšírený **brand manuál pre značku Visit Košice Meetings**, ktorý okrem princípov vizuálnej identity obsahuje aj **sadu na mieru vytvorených grafických symbolov** určených pre komunikáciu tém business events.

Súčasťou výstupov bola aj **príprava dizajnu samostatného webového sídla a návrh digitálnej prezentačnej MICE brožúry**, ktoré vytvárajú základ pre jednotnú a profesionálnu prezentáciu destinácie voči organizátorom konferencií a biznis podujatí. **Odborné články v anglickom jazyku** predstavili Košice prostredníctvom ich kľúčových expertíznych odvetví, pričom tieto texty slúžia na komunikáciu intelektuálneho kapitálu mesta smerom k organizátorom odborných podujatí aj do budúcich rokov.

Dôležitou súčasťou projektu bola aj **produkcia foto a video obsahu priamo v teréne**, vrátane **pilotnej 360° video prehliadky**. Týmto spôsobom sme začali budovať systematickú obsahovú banku, ktorá prezentuje Košice ako profesionálnu a konkurencieschopnú MICE destináciu na medzinárodnom trhu.

## Online marketing

### ONLINE KAMPAŇ KOŠICE: INTELLECTUAL CAPITAL OF GROWTH, INNOVATION & CREATIVITY

<b>1016 000+</b> zobrazení reklám	<b>1297</b> interakcií s obsahom
<b>587</b> preklikov na webové stránky	<b>V4</b> dosah kampane v krajinách V4 a Rakúsko

V závere roka sme realizovali komunikačnú kampaň na platforme LinkedIn, ktorá predstavovala Košice ako **ako etablovaný mestský hub pre inovácie, podnikanie, kreativitu a vzdelávanie**. Komunikácia bola zameraná na profesionálne publikum v krajinách regiónu V4 a Rakúsku a prostredníctvom série príspevkov prezentovala kľúčové oblasti rozvoja mesta.

Kampaň zaznamenala **viac než 1 milión zobrazení reklám** a priniesla **viac než 1200 interakcií s obsahom**. Zároveň generovala **takmer 600 preklikov na tematické stránky** prezentujúce jednotlivé oblasti rozvoja mesta a jeho ekonomického a inovačného prostredia.

Hoci cieľom kampane nebola primárne návštevnosť webu, ale budovanie povedomia o Košiciach ako dynamickom centre talentu a inovácií, výsledky potvrdili schopnosť osloviť relevantné publikum v profesionálnom online prostredí a podporiť dlhodobjšiu komunikáciu mesta smerom k medzinárodnej odbornej komunite.

## Mediálne spolupráce a PR články

### VÝSTUPY ZO SPOLUPRÁCE S AGENTÚROU NORTHSTAR MEDIA

OOCR Visit Košice v spolupráci s Bratislava Tourist Board pripravilo významný medzinárodný mediálny výstup na platforme The Iceberg.

The Iceberg je **medzinárodná platforma zameraná na prezentáciu a podporu odvetvia biznis podujatí** – konferencií, veľtrhov, odborných stretnutí a iných podujatí s vysokou odbornou a ekonomickou hodnotou. Vychádza z presvedčenia, že význam týchto podujatí presahuje priame ekonomické dopady a majú zásadný vplyv na šírenie poznania, inovácií a spoločenských zmien.

Osobitná pozornosť sa venuje tzv. legacy impacts – **dlhodobému prínosu pre miestne komunity, akademické prostredie a zdravotníctvo**. Začiatkom septembra sme zorganizovali infocestu pre mediálny tím Northstar Meetings Group, ktorý v Košiciach natočil bohatý materiál videorozhovorov so zástupcami rôznych popredných košických odvetví. Pre prezentáciu sme si vybrali napr. univerzity, sektor automotive, IT či kreatívny priemysel.

Výstupy zo zameraním na Intellectual capitals boli zverejnené začiatkom novembra a obsahujú viac ako **12 strán redakčného obsahu a 6 videorozhovorov**.

### DESTINAČNÝ ČLÁNOK V CONVENTA NEWSLETTRI

Vďaka spolupráci so SLOVAKIA TRAVEL sme mohli publikovať **prezentačné podklady v Conventa newsletteri**, ktorý na pravidelnej báze prináša novinky v oblasti MICE turizmu pre všetkých relevantných stakeholderov. Košiciam z pozície business events a noviniek v destinácii bol venovaný celý jeden článok.

### PR VÝSTUPY

KATEGÓRIA	MÉDIUM / PLATFORMA	NÁZOV VÝSTUPU
Zahraničné	Conventa newsletter	„Košice – an undiscovered MICE destination in Slovakia“
Zahraničné	The Iceberg	„Growth and opportunity in the heart of Europe“
Slovenské	Trend.sk	„Košice majú všetky predpoklady sa stať novou kongresovou destináciou strednej Európy“
Slovenské	Strategie.hnonline	„Stanú sa Košice novou kongresovou metropolou? Firmy tu nájdu zázemie aj možnosti na oddych“
Slovenské	Startitup Biznis	„Chystáš firemný event alebo retreat? Košice sa menia na nový hotspot pre biznis, networking aj zážitkové podujatia“

# Účasť na veľtrhoch, výstavách CR, B2B workshopoch a prezentáciách destinácie

## B2B veľtrhy

### VELTRH IMEX FRANKFURT

Na základe rozbiehania aktivít v oblasti business events sme sa rozhodli zúčastniť veľtrhu IMEX vo Frankfurte, ktorý sa konal v termíne 20. až 22. mája 2025. Veľtrh IMEX Frankfurt je miestom, kde sa každoročne stretávajú **svetoví zástupcovia business events, podujatí a incentívnych ciest na najväčšom veľtrhu svojho druhu v Európe.**

Organizácia Visit Košice prezentovala destináciu v spolupráci s Košice región turizmus na stánku SLOVAKIA TRAVEL. Počas našich vopred dohodnutých stretnutí sme zaznamenali najväčší **záujem o tipy na reštaurácie a incentívny program v destinácii Košice a Košický región.**

Jedeň deň pred začiatkom podujatia sme sa zúčastnili **workshopu CVB Café zameraného na business events**, ktorý organizovala City Destination Alliance. Počas hodinového workshopu sme s inými destináciami a Convention bureaus diskutovali na aktuálne témy týkajúce sa business events.

### VELTRH IBTM BARCELONA

Veľtrh IBTM Barcelona je veľtrh zameraný výhradne na **odbornú verejnosť so zreteľom na business events**, organizuje sa každoročne v mesiaci november v španielskej Barcelone. Organizácia Visit Košice sa tohoto veľtrhu zúčastnila v kooperácii s KOČR Košice región turizmus a na vopred dohodnutých B2B stretnutiach potenciálnym partnerom ukázali príležitosti, možnosti a pozitívne a jedinečné stránky našej destinácie.

## B2B workshopy

### MICE VLAK Z BUDAPEŠTI DO KOŠÍC

Pre profesionálov z oblasti MICE businessu pripravila organizácia SLOVAKIA TRAVEL podujatie MICE Express. Historický vlak vyrazil dňa 25. marca zo stanice v Budapešti a počas svojej trasy do Košíc prebiehali B2B stretnutia MICE buyerov so slovenskými OCR a biznis partnermi.

OOČR Visit Košice sa stala hrdým partnerom podujatia. Na palube jedinečného vlaku sme **okrem B2B stretnutí zorganizovali aj prezentáciu destinácie.** Po príchode do Košíc našu návštevu čakala prehliadka mesta a následne vynikajúci brunch vo Villa Sandy Rezorte\*\*\*\*. Na podujatie sme dostali veľa pozitívnych odoziev.

## ÚČASŤ NA PODUJATÍ CONVENTA TRY BEFORE YOU BUY V BRATISLAVE

Organizácia Visit Košice mala možnosť účasti na prezentácii destinácie na podujatí Conventa Try before you buy, ktoré organizovala OOCR Bratislava Tourist Board a Conventa v Bratislave. Táto iniciatíva ponúka **výnimočný formát spojenia fam tripu (inšpekčných ciest po destinácii) s predom naplánovanými biznis stretnutiami**, čím umožňuje

účastníkom nielen preskúmať hosťiteľské destinácie, ale aj nadviazať kvalitné kontakty so zúčastnenými dodávateľmi. Tento koncept sa pravidelne opakuje v rôznych zaujímavých destináciách, toto leto sa podujatie konalo v Bratislave.

V prvý deň podujatia sa konali **spoločné networkingové aktivity buyerov a dodávateľov**, zakončené networkingovou večerou. Druhý deň podujatia prebiehali biznis stretnutia, kde zástupkyňa Visit Košice absolvovala **13 vopred dohodnutých stretnutí**. Celkovú účasť na tomto podujatí hodnotíme veľmi pozitívne, keďže sa na ňom zúčastnilo veľa zahraničných buyerov, ktorí majú relevantný záujem pracovať na našom trhu. Destinácia Košice ich dostatočne zaujala. Preto zvažujeme v budúcnosti toto podujatie zorganizovať aj v Košiciach.

## EVENT CLUB FORUM

Events Club Forum je jedinečné **podujatie pre business events**, kde sa organizácia Visit Košice mala možnosť stretnúť s profesionálmi v odbore a za dva dni získať **relevantné business kontakty a potencionálnych partnerov pre biznis**. Organizátori podujatia každému vystavovateľovi vytvorili program stretnutí na mieru a tým podporili jedinečnosť danej destinácie a subjektu.

OOCR Visit Košice sa tohoto pravidelne opakujúceho podujatia zúčastnila prvýkrát. S organizáciou podujatia i relevantnosťou B2B kontaktov sme boli nadmieru spokojní. Počas dvoch aktívnych dní sme absolvovali **22 stretnutí**.

## MICE BUSINESS DAY BUDAPEŠŤ

Aj tento rok sme sa spolu s partnermi destinácie zúčastnili **najväčšieho MICE podujatia u našich južných susedov – MICE Business Day v Budapešti**. Podujatie bolo zamerané na **B2B stretnutia** a ponúklo zaujímavý kongresový program plný inšpirácie a networkingu.

Vďaka podpore zahraničného zastupiteľstva SLOVAKIA TRAVEL v Maďarsku bola slovenská účasť výrazná – až 21 zástupcov z celého Slovenska reprezentovalo našu krajinu medzi odborným publikom. OOCR Visit Košice absolvovala **8 relevantných stretnutí**, prioritne s cestovnými agentúrami, ktoré hľadajú nové destinácie a príležitosti pre rozšírenie svojej ponuky.

## MICE tripy a infocesty

### MICE VLAK Z BUDAPEŠTI DO KOŠÍC

Pre profesionálov z MICE bussinesu pripravilo SLOVAKIA TRAVEL podujatie MICE express. Historický vlak vyrazil dňa 25.marca zo stanice v Budapešti a počas svojej trasy do Košíc prebiehali B2B stretnutia MICE buyerov so slovenskými OCR a business partnermi. Visit Košice sa stalo hrdým partnerom podujatia. Na palube jedinečného vlaku sme okrem B2B stretnutí zorganizovali prezentáciu destinácie. Po príchode do Košíc našu návštevu čakala prehliadka mesta a následne vynikajúci brunch vo Villa Sandy Resorte.

## Spolupráca so SLOVAKIA TRAVEL

### MICE TRIP

Čo všetko môžu Košice ponúknuť odborníkom a klientom v organizovaní biznis podujatí sme ukázali zahraničným odborníkom počas pobytu v Košiciach v rámci MICE tripu, ktorý v Košiciach, na Tokaji a vo Vysokých Tatrách organizovala národná agentúra SLOVAKIA TRAVEL. V prezentácii Košíc sme sa zamerali na históriu, kultúru a gastro spolu s prezentáciou vybraných venues. Ako OOCR vnímame silný potenciál pre **rozvoj business events v Košiciach** a preto sa vždy takýmto iniciatívam tešíme.

## Spolupráca s inými OCR

### INFOCESTA NA PODPORU ROZVOJA BUSINESS EVENTS

Na základe kooperačného projektu v spolupráci so subregiónom Slanské vrchy sme pripravili v spolupráci s OOCR Región Šariš a OOCR Horný Zemplín **infocestu zameranú na podporu business events na území destinácií Košíc a územia Slanských vrchov**.

Keďže územie Slanských vrchov podporuje rozvoj business events v našej destinácii širokou ponukou incentívneho programu, zrealizovali sme infocestu, kde sme prezentovali obidve tieto územia. Infocesta bola zameraná pre **slovenské a české médiá**, ktoré sa zameriavajú aj na business klientov. Účasť médií bola rôznorodá, privítali sme influencersa, onlinové médiá aj českú TV.

# Vzdelávanie

## Vzdelávanie členov tímu

### ÚČASŤ NA CITY DESTINATION ALLIANCE SUMMER SCHOOL V LUXEMBURGU

V auguste sme sa zúčastnili 39. ročníka letnej školy CityDNA v Luxembursku, **intenzívneho programu zameraného na rozvoj talentov a zdieľanie poznatkov v sektore MICE.**

Počas štyroch dní 48 účastníkov z 18 krajín preskúmalo kľúčové aspekty odvetvia organizovania podujatí – od zapájania klientov, stratégií ponúk a úlohy PCO až po aktuálne výzvy ako sú udržateľnosť, diverzita a inklúzia, dlhodobý odkaz a rastúci vplyv umelej inteligencie. Program zahŕňal **interaktívne workshopy, hackathon, odbornú návštevu Európskeho kongresového centra v Luxembursku a množstvo príležitostí na networking.** Program viedli skúsení lídri odvetvia z renomovaných destinácií a organizácií, ktorí dobrovoľne ponúkli svoje odborné znalosti na podporu ďalšej generácie profesionálov.

### ÚČASŤ NA CITY DESTINATION ALLIANCE JESENNEJ KONFERENCII

Koncom septembra a začiatkom októbra sa konala jesenná konferencia City Destination Alliance, tentoraz v jedinečnom prostredí Faerských ostrovov.

Táto konferencia sa opäť osvedčila ako **výnimočný vzdelávací a networkingový program v rámci mestských destinácií Európy.** Okrem bohatého konferenčného programu sme zažili aj efektívne workshopy a prácu v skupinách.

Zlatým klincom tejto konferencie bolo spracovanie podkladov pre stratégiu City Destination Alliance na ďalších 18 mesiacov vopred. Tieto konferencie nám dávajú vždy vhodný input, akým smerom viesť našu destináciu.

## SEESAME VZDELÁVANIE

V dňoch 24. a 25. novembra 2025 sa v Hoteli Bankov uskutočnilo dvojdnové interné vzdelávanie tímu Visit Košice. Cieľom školenia bolo posilniť odborné a komunikačné zručnosti zamestnancov, ktoré sú nevyhnutné pre profesionálne fungovanie organizácie destinačného manažmentu a kvalitnú reprezentáciu destinácie Košice.

Ako organizácia, ktorá denne komunikuje s návštevníkmi, partnermi, médiami, poskytovateľmi služieb aj odbornou verejnosťou, považujeme systematické vzdelávanie za dôležitú súčasť rozvoja tímu a budovania jednotného štandardu komunikácie.

Prvý deň vzdelávania bol venovaný téme **krízovej komunikácie.** Účastníci sa oboznámili s princípmi profesionálnej komunikácie v krízových a neočakávaných situáciách, ktoré môžu ovplyvniť reputáciu destinácie alebo organizácie. Súčasťou programu boli modelové situácie, praktické príklady

riešenia sťažností a odporúčania pre efektívnu a konzistentnú komunikáciu smerom k verejnosti a partnerom.

Druhý deň bol zameraný na **prezentačné zručnosti**. Školenie podporilo rozvoj schopnosti jasne a presvedčivo prezentovať organizáciu a destináciu Košice pri komunikácii so samosprávou, partnermi, médiami aj odbornou verejnosťou. Účastníci si precvičili techniky verejného vystupovania, štruktúrovania prezentácií a efektívnej práce s publikom.

Realizované vzdelávanie prispelo k posilneniu profesionálnych kompetencií tímu Visit Košice a podporilo rozvoj oblastí, ktoré tvoria základ kvalitného destinačného manažmentu — profesionálnu komunikáciu, jednotnú prezentáciu organizácie a budovanie kvalitných vzťahov s partnermi aj návštevníkmi destinácie.

# 05

# HOSPODÁRENIE ORGANIZÁCIE

OBLASŤ	POZNÁMKA
Účtovná uzávierka	samostatná príloha

# 06

# ŠTATISTICKÉ UKAZOVATELE VÝVOJA CR

OBLASŤ	POZNÁMKA
Štatistické ukazovatele 2025	<u>samostatná príloha</u>
Štatistické ukazovatele 2017 - 2025	<u>samostatná príloha</u>

# Štatistiky návštevnosti destinácie

## Kľúčové ukazovatele

UKAZOVATEL	2024	2025	ZMENA 2025 / 2024
Návštevníci spolu	239 230	243 622	+4 392 (+1,8 %)
Domáci návštevníci	140 544	144 674	+4 130 (+2,9 %)
Zahraniční návštevníci	98 686	98 948	+262 (+0,3 %)
Podiel zahraničných návštevníkov	41,3 %	40,6 %	-0,6 p. b.
Prenocovania spolu	457 100	475 706	+18 606 (+4,1 %)
Domáce prenocovania	257 430	264 191	+6 761 (+2,6 %)
Zahraničné prenocovania	199 670	211 515	+11 845 (+5,9 %)
Priemerný počet prenocovaní spolu	1,91	1,95	+0,04 noci
Priemerný počet prenocovaní zahraničných návštevníkov	2,02	2,14	+0,11 noci

## Vyhodnotenie vývoja cestovného ruchu

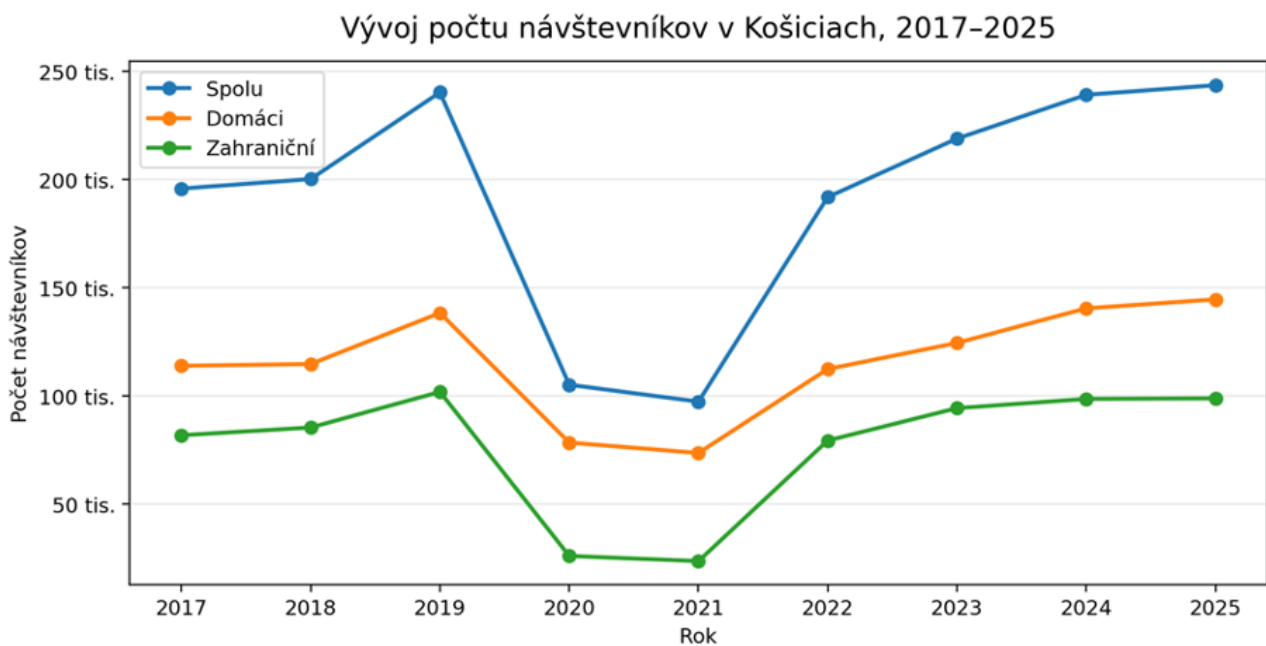
V roku 2025 dosiahli Košice 243 622 návštevníkov, čo je o 4 392 viac ako v roku 2024 (+1,8 %).

Rast návštevnosti bol ťahaný najmä domácimi návštevníkmi, ktorých počet sa zvýšil zo 140 544 na 144 674 (+2,9 %), zatiaľ čo počet zahraničných návštevníkov ostal takmer stabilný na úrovni 98 948 (+0,3 %). Podiel zahraničných návštevníkov sa mierne znížil zo 41,3 % na 40,6 %.

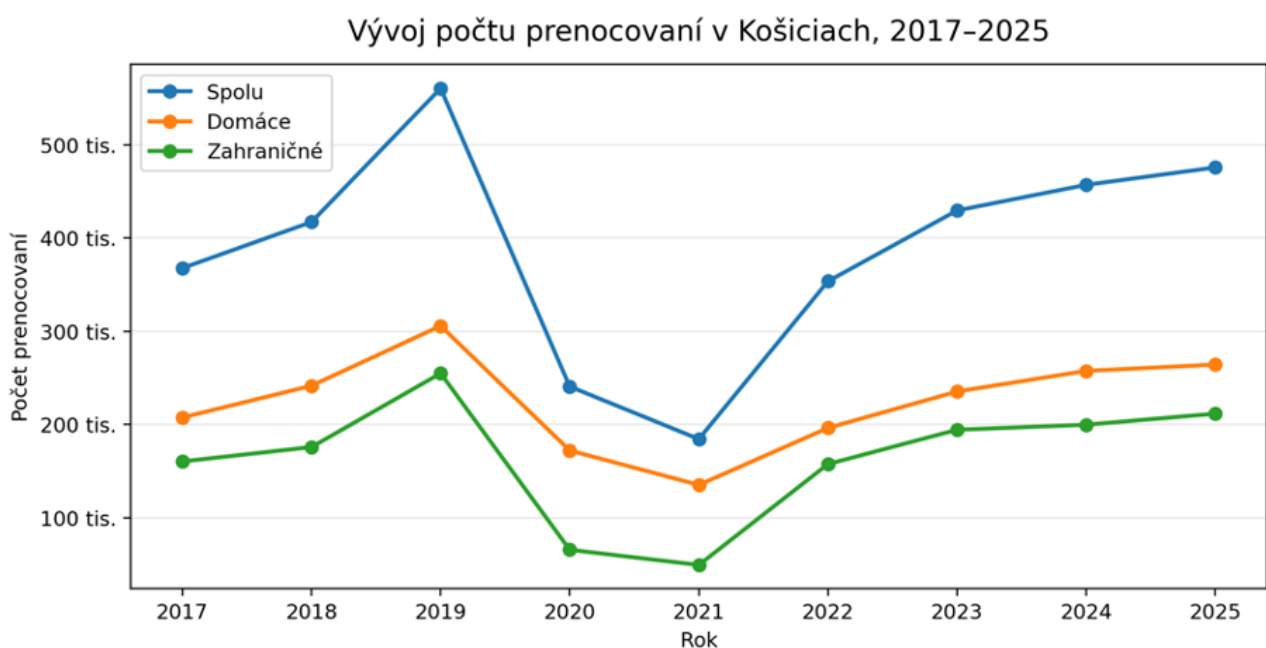
Počet prenocovaní rástol výraznejšie než samotná návštevnosť: z 457 100 v roku 2024 na 475 706 v roku 2025 (+4,1 %). Najsilnejší prírastok v prenocovaniach priniesli zahraniční návštevníci, ktorých prenocovania vzrástli o 11 845 (+5,9 %). Priemerná dĺžka pobytu sa zvýšila z 1,91 na 1,95 noci, čo naznačuje kvalitnejšiu konverziu návštevy na pobyt.

Pri zahraničných návštevníkoch priemerná dĺžka pobytu narástla z 2,02 na 2,14 noci, kým pri domácich návštevníkoch zostala takmer nezmenená. Najvyššia mesačná návštevnosť v roku 2025 bola zaznamenaná v auguste, pričom silné výsledky si destinácia udržala aj v júni, septembri a októbri.

Dáta preto ukazujú, že medzi rokmi 2024 a 2025 nedošlo len k miernemu rastu počtu návštevníkov, ale najmä k posilneniu pobytovej zložky cestovného ruchu.

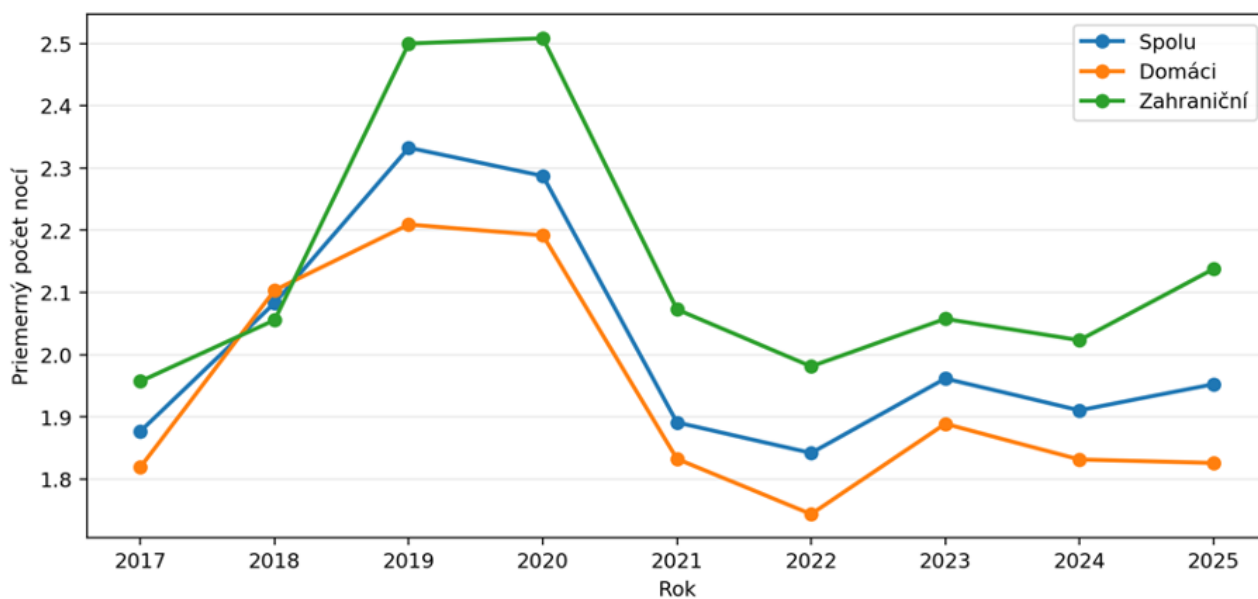


Graf 1: Vývoj počtu návštevníkov podľa pôvodu, 2017–2025.



Graf 2: Vývoj počtu prenocovaní podľa pôvodu, 2017–2025.

Priemerný počet prenocovaní v Košiciach, 2017–2025



Graf 3: Priemerný počet prenocovaní podľa pôvodu, 2017–2025.

visitkosice.org

VISIT  
KOŠICE



MINISTERSTVO  
CESTOVNÉHO RUCHU  
A ŠPORTU  
SLOVENSKEJ REPUBLIKY

DOVOLENKA NA  
SLOVENSKU  
DOBRY NÁPAD  
[www.slovakia.travel](http://www.slovakia.travel)

Projekt realizovaný s finančnou podporou Ministerstva cestovného ruchu a športu Slovenskej republiky.