



VISIT  
**KOŠICE**

Výročná  
správa

2022



## Výročná správa OOCR Visit Košice za rok 2022

OOCR Visit Košice si za svoj dlhodobý cieľ stanovila posilnenie pozície organizácie ako lídra prezentácie mesta, kurátora a stratéga v téme destinačný manažment a držiteľa know-how. Inováciami, rozpoznateľným marketingom, participatívnym prístupom a koncepčným rozvojom budujeme značku Košíc a reprezentujeme mesto a krajinu v nadnárodnom kontexte.

## Obsah

Príhovor predsedu predstavenstva	6		
Základné údaje o organizácii	8		
Členská základňa	12		
Tím Visit Košice	16		
Highlighty roka 2022	18		
Marketingové aktivity	26		
2.1. Nová vizuálna identita	28		
2.2. Online marketing	30		
2.3. Marketingové kampane	37		
2.4. Komunikačná stratégia	47		
2.5. Výsledky online marketingu	48		
2.6. Tlačové výstupy	56		
2.7. Obsahová banka	62		
2.8. Tlačoviny a propagačné materiály	66		
2.9. Destinačná webstránka visitkosice.org	70		
2.10. Infocesty, fam tripy, press tripy, prehliadky	72		
Visit Košice Infopoint	76		
3.1. Nominácia na prestížnu cenu za architektúru CEZAAR	78		
3.2. Návštevnosť Košíc	78		
3.3. Košický detský pas	91		
3.4. Maskot Buki na cestách	82		
3.5. Cyklo Kiosk	88		
3.6. Rozširovanie konceptu Visit Košice Infopoint	89		
3.7. Suveníry	90		
3.8. Prehliadky a významné návštevy	90		
3.9. Servis pre členov a medzinárodné podujatia	92		
Aktivity na zahraničných trhoch	94		
Vzdelávanie a budovanie kapacít	102		
Štatistiky a zber dát	114		
Projekty a administratíva	132		
9.1 Spolupráca s odborníkmi	134		
9.2 Projekty Štátnej dotácie	134		
9.3 Project Cosme: CulTourData	137		
9.4 Projekt Erasmus+: Off-the-beaten-track	137		
9.5 Vyžiadanie dokladov z mesta	138		
9.6 Optimalizácia interného systému	140		
Spolupráce	142		
10.1. Spolupráce	144		
10.2. Konferencie a stretnutia	150		
Plánované aktivity	155		
Účtovná uzávierka	160		

# Príhovor predsedu predstavenstva OOCR Visit Košice Mgr. Marcel Gibóda



## Živé mesto Košice inšpiruje Slovensko

Vydali sme sa na náročnú cestu a dnes vidíme, že úspešne. Košice sú živé mesto.

Sme radi, že sa nám darí o tom presvedčať jeho návštevníkov, obyvateľov a aj vás, našich členov. Naš úspech potvrdzujú štatistické dáta návštevnosti aj ohlas v odbornej verejnosti. Rok 2022 bol v mnohých ukazovateľoch úspešnejší ako doteraz rekordný rok 2019. Stali sme sa inšpiratívnou a úspešnou destináciou aj počas letných prázdnin. Košický detský pas aj ďalšie aktivity našej oblastnej organizácie cestovného ruchu priniesli záujem návštevníkov aj kolegov v sektore. Úspech a ocenenie našich aktivít vnímame aj zo strany Ministerstva dopravy SR i Slovakia Travel, čo si nesmierne vážime.

Mesto Košice zásadným spôsobom finančne podporuje chod Oblastnej organizácie cestovného ruchu Visit Košice. Finančne prispieva nielen na jej chod, ale aj na propagáciu destinácie, tvorbu nových turistických produktov a celkový rozvoj cestovného ruchu. Prispieva aj na podporu podujatí kultúrnych a športových, ktoré zvýšili atraktivitu našej destinácie aj v roku 2022. Toto odvetvie v rôznej miere a sférach poskytuje prácu mnohým obyvateľom Košíc a regiónu. Pre úspech je preto dôležitá spolupráca všetkých partnerov pri propagácii destinácie ako celku.

Teším sa, že aj v roku 2022 prichádzali členovia Visit Košice s novými nápadmi, ako zlepšiť služby v sektore turizmu v našom meste. Priznávam, niekedy bolo úloh a očakávaní kladených na tím Visit Košice viac, ako sme boli schopní naplniť finančne aj personálne. Každý člen našej OOCR je zároveň členom tímu Visit Košice. Aj preto sme sa v priebehu roka s vami intenzívne rozprávali o možnostiach posilnenia finančnej a personálnej kapacity našej spoločnej organizácie. Som rád, že spoločná snaha v roku 2022 vyústila v roku 2023 do zmeny koncepcie spolupráce mesta a OOCR. Verím, že to v budúcnosti prinesie viac zdrojov na naše aktivity. Nemalým úspechom sú aj úspešné medzinárodné a európske projekty.

Moje poďakovanie za veľmi úspešný rok 2022 preto patrí všetkým Košičanom, členom našej OOCR, členkám a členom tímu Visit Košice, ale najmä všetkým zamestnancom v sektore služieb. Vďaka Vám, vašej ochote, zariadeniu a úsmevu sme naozaj živé mesto..

Verím, že naša snaha o živé mesto Košice prinesie úspechy aj v ďalších rokoch.



# Základné údaje o organizácii

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

Adresa: Hlavná 59, 040 01 Košice  
IČO: 42247632  
DIČ: 2023458745  
Bankové spojenie: Prima Banka Slovensko

# Orgány organizácie

Predstavenstvo  
Dozorná rada  
Valné zhromaždenie

# Dozorná rada

Mgr. Martin Seman – predseda  
PhDr. Róbert Schwarcz – člen  
Mgr. Ján Melich – člen  
Ing. Richard Koščo – člen (do 29.6.2022)  
Ing. Erik Horváth - člen (od 29.6.2022)

## Predstavenstvo

Zástupca	Názov komory
Mgr. Marcel Gibóda predseda predstavenstva	Mesto Košice Obec
Ing. Tomáš Jančuš, PhD. podpredseda predstavenstva	Letisko Košice Dopravcovia
Miroslav Šrámek	Congress Hotel Centrum Ubytovacie zariadenia
Peter Škripko	Hostinec a Camelot Poskytovatelia reštauračných služieb
Mgr. Igor Holéczy	Detská železnica Košice Atraktivity a podujatia
Ľuboš Grajár	John the B tour Incomingové CK a agentúry
Ing. arch Michal Hladký, ArtD.	Creative Industry Košice Medzisektorové spolupráce a iné

## Valné zhromaždenie

Názov komory	Počet členov v komore
Mesto Košice	1
Ubytovacie zariadenia	5
Poskytovatelia reštauračných služieb	9
Vinotéky, bary, kaviarne	2
Atraktivity a podujatia	35
Dopravcovia	2
Incomingové cestovné kancelárie a agentúry	2
Medzisektorové spolupráce a iné	3
Aktuálny počet členov OOCR Visit Košice	59

2

Členská  
základňaČlenovia Visit Košice  
k 31.12.2022

	Názov	Kategória
1	Mesto Košice	Mesto Košice
2	Hotel Ambassador 4*	Ubytovacie zariadenia
3	Hotel Bankov 4*	Ubytovacie zariadenia
4	Hotel Bristol 4*	Ubytovacie zariadenia
5	Hotel Roca	Ubytovacie zariadenia
6	Hotel Centrum	Ubytovacie zariadenia
7	Hotel Crystal Košice	Ubytovacie zariadenia
8	Camelot	Poskytovatelia reštauračných služieb
9	Villa Regia	Poskytovatelia reštauračných služieb
10	reštaurácia Med Malina	Poskytovatelia reštauračných služieb
11	Pivovar Hostinec	Poskytovatelia reštauračných služieb
12	Primi	Poskytovatelia reštauračných služieb
13	reštaurácia Carpano	Poskytovatelia reštauračných služieb
14	Smokehouse Košice	Poskytovatelia reštauračných služieb
15	Smile food	Poskytovatelia reštauračných služieb
16	Bakoš Bistro	Poskytovatelia reštauračných služieb
17	KubBo Select	Vinotéky, bary a kaviarne
18	Grand Bari	Vinotéky, bary a kaviarne
19	Creative Industry Košice	Medzisektorové spolupráce a iné
20	K13	Medzisektorové spolupráce a iné
21	Košice IT Valley	Medzisektorové spolupráce a iné
22	Progress Promotion	Incomingové cestovné kancelárie a agentúry
23	Ľuboš Grajcár – John the B tour	Incomingové cestovné kancelárie a agentúry
24	Letisko Košice	doprava
25	Dopravný podnik mesta Košice	doprava
26	Botanická záhrada UPJŠ	Atraktivity a podujatia
27	Zoologická záhrada Košice	Atraktivity a podujatia
28	Východoslovenské múzeum	Atraktivity a podujatia



# Členovia Visit Košice k 31.12.2022

	Názov	Kategória
29	ADS ballooning	Atraktivita a podujatie
30	Slovenské technické múzeum	Atraktivita a podujatie
31	Východoslovenská galéria	Atraktivita a podujatie
32	Detská železnica Košice	Atraktivita a podujatie
33	Múzeum Vojtecha Löfflera	Atraktivita a podujatie
34	Dinopark	Atraktivita a podujatie
35	Progress Promotion	Atraktivita a podujatie
36	Tabačka Kulturfabrik	Atraktivita a podujatie
37	Mark Media	Atraktivita a podujatie
38	Kino Úsmev	Atraktivita a podujatie
39	Košický hrad	Atraktivita a podujatie
40	Steel Aréna	Atraktivita a podujatie
41	Agentúra Daisy s.r.o	Atraktivita a podujatie
42	KE.CY	Atraktivita a podujatie
43	Rozlomity	Atraktivita a podujatie
44	Rising s.r.o.	Atraktivita a podujatie
45	Local Nomad	Atraktivita a podujatie
46	Štátne divadlo Košice	Atraktivita a podujatie
47	Bábkové divadlo v Košiciach	Atraktivita a podujatie
48	Cassovar business center, a.s.	Atraktivita a podujatie
49	Knižnica pre mládež mesta Košice	Atraktivita a podujatie
50	CAMPING Malá Bara	Atraktivita a podujatie
51	Fabrika 48	Atraktivita a podujatie
52	DEPAN s.r.o., Areál Anička	Atraktivita a podujatie
53	TheRooms.eu	Atraktivita a podujatie
54	Pamätná výstava Sándora Máraia	Atraktivita a podujatie
55	Bobová dráha Košice - Kavečany	Atraktivita a podujatie
56	Divadlo Na Peróne	Atraktivita a podujatie
57	Make Košice Digital	Atraktivita a podujatie
58	STEAM FACTORY a.s.	Atraktivita a podujatie
59	Košická Futbalová Aréna, a.s.	Atraktivita a podujatie

## V roku 2021 k nám pribudli:

1. TheRooms.eu
2. Pamätná výstava Sándora Máraia
3. Bakoš Bistro
4. FABRIKA48
5. Areál Anička
6. Bobová dráha Košice – Kavečany
7. Divadlo Na Peróne
8. Košická futbalová aréna
9. Make Košice Digital (Plávajúca fontána)
10. STEAM FACTORY, a.s.

## Ukončené štátne členstvá:

1. Cassovia Classic
2. Vinotéka Felix
3. Hevhetia festival



# 3

## Tím Visit Košice

### Pracovný tím back office:

Michaela Podoláková – Výkonná riaditeľka  
Iveta Hajzerová – Finančná manažérka  
Michaela Vančíková – Marketingová manažérka  
Ivana Kavulič – Manažérka vonkajších vzťahov  
a EÚ projektový manažment  
Veronika Holečková – Manažérka medzinárodných  
a vonkajších vzťahov  
Roman Hajzer – IT a procesný manažér

### Pracovný tím Visit Košice Infopoint:

Lenka Varcholová – Manažérka Visit Košice Infopoint  
Miroslava Lešňanská – Administratívny pracovník  
Brigádnici Visit Košice Infopoint

### Externí členovia tímu:

Lýdia Vilková – Manažérka kreatívy a značky destinácie  
Andrea Petrovčinová – Copywriterka a preklady  
Jotham – Edičná foto a videotvorba  
Midfield – Grafický dizajn a branding destinácie  
KATKAT – Košický detský pas  
Promiseo – Výkonnostný manažment sociálnych médií  
Idea Element – Analýza sociálnych sietí a komunikačný  
plán 2023  
DOXA architekti – Spolupráca Visit Košice Infopoint



## Highlighty roka 2022

1. Rekordný počet prenocovaní oproti roku 2019 v náraste o 15 %\*
2. Spustenie nového destinačného webu s kalendárom podujatí/Visit Košice Infopoint
3. 820 podujatí zverejnenými prostredníctvom kalendára podujatí
4. Nový destinačný spot Zaži živé Košice s ocenením zo súťaže Wasza Turystyka
5. Úspechy digitálnych marketingových kampaní
6. 23 PR výstupov a 11 destinačných newslettrov
7. Nové destinačné tlačoviny
8. Nominácia Visit Košice Infopoint na prestížnu cenu za architektúru CEZAAR
9. 11 000 návštevníkov Visit Košice Infopoint
10. Rozšírenie prvej verzie Košický detský pas – 29 zapojených atrakcií
11. Nový maskot Buki a 25 roadshow v Košiciach a okolí
12. 7 nových suvenírov od Košických tvorcov a umelcov
13. Košická noc múzeí a galérií 2022 s 13 zapojenými atrakciami
14. 6 realizovaných vzdelávacích aktivít pre členov
15. 10 účastí na výstavách, veľtrhoch a prezentáciách destinácie
16. 7 realizovaných infociest, fam a press tripov
17. Košice ako jedna z 50 destinácií v iniciatíve Európskej komisie Smart tourism destinations
18. Spolupráca so Slovakia Travel, MD SR a Asociáciou oblastných organizácií

\*Celkový počet zdanených prenocovaní v roku 2022 bol 456 982 na základe evidencie referátu daní a poplatkov mesta Košice

Rekordný počet prenocovaní  
oproti roku 2019 v náraste o 15 %\*

1.



Spustenie nového destinačného  
webu s kalendárom podujatí

2.



3.

820 podujatí zverejnených  
prostredníctvom kalendára  
podujatí



4.

Nový destinačný spot Zaži živé  
Košice s ocenením zo súťaže  
Wasza Turystykabanky



5.

Úspechy digitálnych  
marketingových kampaní



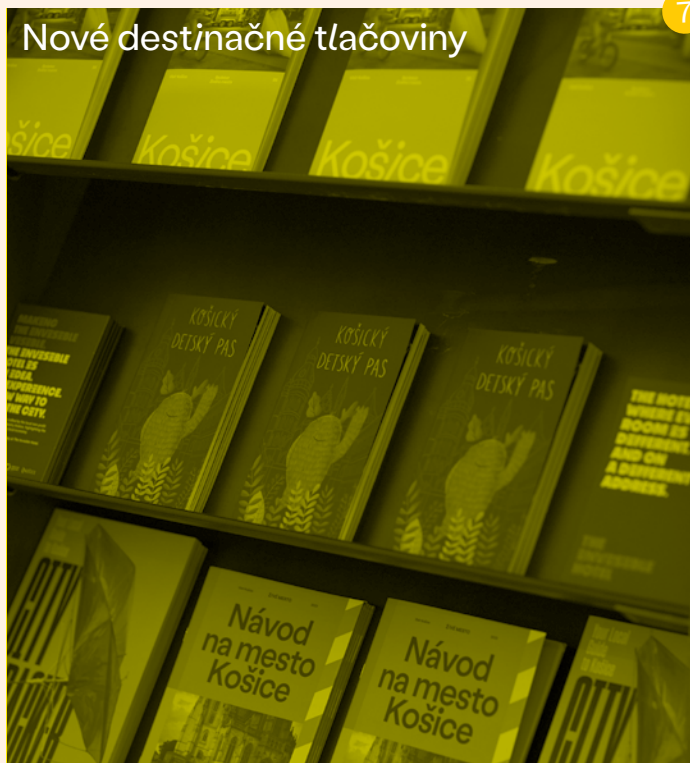
6.

23 PR výstupov a 11 destinačných  
newslettrov





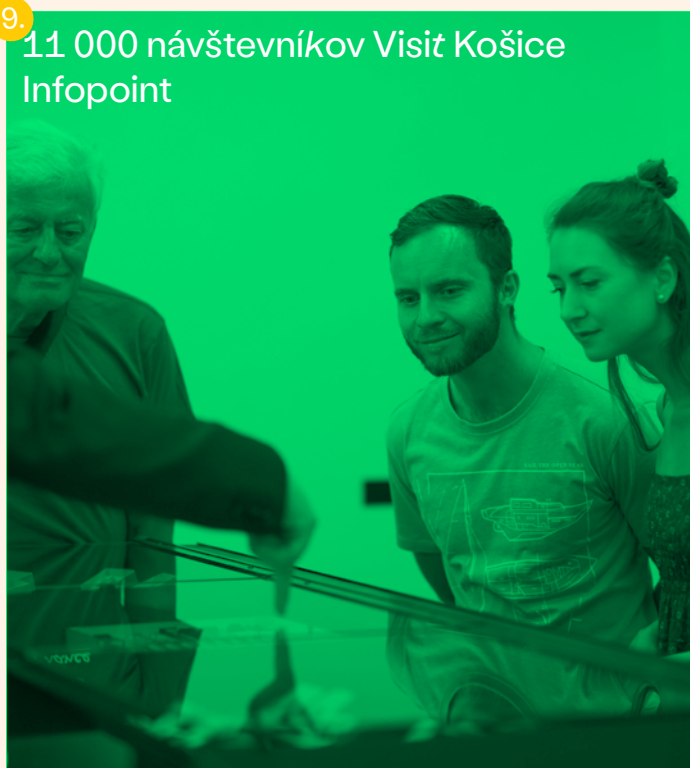
Nové destinačné tlačoviny



Nominácia Visit Košice Infopoint na prestížnu cenu za architektúru CEZAAR



11 000 návštevníkov Visit Košice Infopoint



Úspech podaných EÚ projektov: Cosme a Erasmus+



Nový maskot Buki a 25 roadshow v Košiciach a okolí





7 nových suvenírov od košických  
tvorcov a umelcov



Košická noc múzeí a galérií 2022  
s 13 zapojenými atrakcivami



6 realizovaných vzdelávacích  
aktivít pre členov



7 realizovaných infociest, fam  
a press tripov



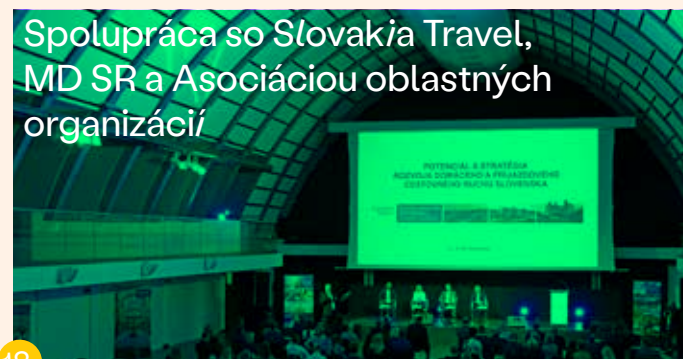
10 účastí na výstavách, veľtrhoch  
a prezentáciách destinácie



Košice ako jedna z 50 destinácií  
v iniciatíve Európskej komisie  
Smart tourism destinations



Spolupráca so Slovakia Travel,  
MD SR a Asociáciou oblastných  
organizácií



# 5

## Marketingové aktivity

Naším zámerom je stále efektívnejšie vyvíjať aktivity smerujúce k zvyšovaniu počtu návštevníkov a k predĺženiu ich pobytu, tvoriť zastrešujúci marketing, koordinovať a jednotne komunikovať aktivity, a sústrediť sa na tvorbu a podporu komplexnejších a dlhodobu udržateľných produktov cestovného ruchu.

Pokračujeme v budovaní nadnárodne rozpoznateľnej značky destinácie, zbierame dáta a vyhodnocujeme ich vo vzájomnej koherencii s členmi, odborníkmi a inými

subjektmi. Pokračujeme v práci na strategických a koncepčných riešeniach, hľadáme nové perspektívy a možnosti Košíc spolu s našimi členmi.



## 2.1. Nová vizuálna identita

Nová vizuálna identita sa tvorila a aplikovala postupne **v zmysle komunikačnej stratégie Košice: Živé mesto.**

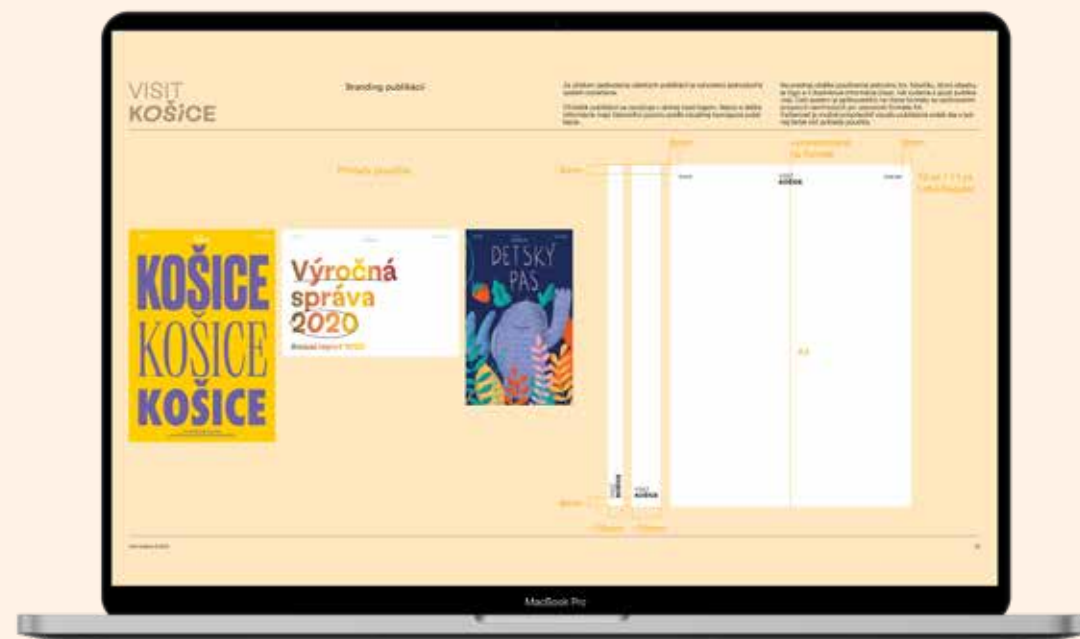
Obsahuje **grafické vizuálne prvky**, ktoré v spojení s hlavným posolstvom stratégie vystihujú „živost“ Košíc. Okrem grafických prvkov vychádzajúcich zo známych košických ikon či fotografií zachytávajúcích emóciu a život v meste je súčasťou novej vizuálnej identity aj **aktualizované logo.**

Spoločne s grafickým dizajnérom sme taktiež a vytvorili praktické grafické šablóny pre interné aj externé účely – najvýraznejšími sú práve šablóny rôznych formátov pre sociálne siete. Tie sme začali používať spolu s vytvorenou vizuálnou identitou, a na základe odporúčaní od odborníkov a spätnej väzby publika ich neustále vylepšujeme.

Novej vizuálnej identite sme okrem digitálnych a tlačенých propagačných materiálov prispôbili aj interiér informačného centra Visit Košice Infopoint, a to prostredníctvom viacerých priestorových prvkov. Samotný vstup do Visit Košice Infopointu z Hlavnej ulice označuje dizajnový totem v nadrozszernej veľkosti písmena i dvojjazyčné mapy centra mesta a LED displeje, ktoré pútajú pozornosť okoloidúcich už z veľkej diaľky.. V samotnom interéri sa návštevníci stretávajú s novou vizuálnou identitou vo forme rôznych informačných tabulí, tlačенých materiálov či výrazného loga na závese. Aj touto formou postupne dosahujeme jednotné vnímanie značky v online a offline komunikácii.

### Nová brandová prezentácia Visit Košice


Pri príležitosti pracovnej cesty na EXPO 2022 Dubaj vznikol nový prezentačný materiál destinácie, ktorého cieľom je predstaviť Košice ako živé pulzujúce mesto otvorené turistom. Prezentácia je určená aj na úpravu podľa potrieb členských subjektov, partnerov a firiem, ktoré majú taktiež príležitosť prezentovať Košice na rôznych podujatiach.





## 2.2. Online marketing

Online marketing Visit Košice realizujeme prostredníctvom troch komunikačných línií:



```
graph TD; A[Online marketing Visit Košice realizujeme prostredníctvom troch komunikačných línií:] --> B[1. Brand awareness, resp. podpora poznateľnosti značky destinácie a produktu, je komunikačná línia, ktorou sledovateľom na sociálnych sieťach ponúkame prehľad o možnostiach trávenia voľného času v Košiciach, a to v rôznych formátoch. Naším cieľom je nepretržité zvyšovanie povedomia o Košiciach ako o atraktívnej dovolenkovej destinácii pre cieľové skupiny rodín s deťmi, aktívnych ľudí či záujemcov o gastronomické a voľnočasové subjekty.]; A --> C[2. Traffic kampane tvoria samostatnú komunikačnú líniu, ktorej cieľom je zvyšovanie návštevnosti na webe www.visitkosice.org. Sledovateľom na sociálnych sieťach ponúkame obsah, ktorým ich motivujeme k získavaniu ďalších informácií o destinácii práve na webstránke organizácie. Vďaka návštevnosti webových stránok tak získavame o užívateľoch ďalšie hodnotné dáta o ich ostatných záujmoch.]; A --> D[3. Engagementové kampane, teda kampane zamerané na interakciu s publikom, zvyšujú povedomie o značke a zapojenie cieľových skupín do online aktivít značky. Publikum sa tak s väčšou pravdepodobnosťou stáva vhodným kandidátom pre kúpu produktov a služieb. Túto komunikačnú líniu využívame na intenzívnejšie zapájanie publika do rôznych súťaží, hlasovaní či diskusií prostredníctvom príspevkov na Facebooku a Instagrame.];
```

1. **Brand awareness**, resp. podpora poznateľnosti značky destinácie a produktu, je komunikačná línia, ktorou sledovateľom na sociálnych sieťach ponúkame prehľad o možnostiach trávenia voľného času v Košiciach, a to v rôznych formátoch. Naším cieľom je nepretržité zvyšovanie povedomia o Košiciach ako o atraktívnej dovolenkovej destinácii pre cieľové skupiny rodín s deťmi, aktívnych ľudí či záujemcov o gastronomické a voľnočasové subjekty.

2. **Traffic kampane** tvoria samostatnú komunikačnú líniu, ktorej cieľom je zvyšovanie návštevnosti na webe [www.visitkosice.org](http://www.visitkosice.org). Sledovateľom na sociálnych sieťach ponúkame obsah, ktorým ich motivujeme k získavaniu ďalších informácií o destinácii práve na webstránke organizácie. Vďaka návštevnosti webových stránok tak získavame o užívateľoch ďalšie hodnotné dáta o ich ostatných záujmoch.

3. **Engagementové kampane**, teda kampane zamerané na interakciu s publikom, zvyšujú povedomie o značke a zapojenie cieľových skupín do online aktivít značky. Publikum sa tak s väčšou pravdepodobnosťou stáva vhodným kandidátom pre kúpu produktov a služieb. Túto komunikačnú líniu využívame na intenzívnejšie zapájanie publika do rôznych súťaží, hlasovaní či diskusií prostredníctvom príspevkov na Facebooku a Instagrame.

# Základné piliere online marketingu:

## ✿ Plnenie KPI – Zvyšovanie počtu prenocovaní

Zámerom každej komunikačnej línie je pozývať návštevníka do Košíc minimálne na jednu noc. Preto vytvárame programové tipy tak, aby boli výlet či dovolenka pre publikum dostatočne atraktívne počas viacerých dní a ich plánovanie bolo jednoduché.

## ✿ Priblíženie sa k návštevníkom

Aj keď je to z Bratislavy do Košíc iba necelých 5 hodín, potenciálni návštevníci zo západného a stredného Slovenska Košice stále vnímajú ako „priveľmi vzdialenú“ destináciu. Ponuku a značku mesta preto komunikujeme tak, aby sme sa im priblížili čo najviac a cesta do Košíc pre nich už nebola mentálnou bariérou – ponúkame im jednoduchý prehľad o tom, prečo Košice navštíviť a zároveň ako svoj výlet predĺžiť na hneď niekoľko dní.

## ✿ Živé mesto

Stavebným prvkom každej marketingovej aktivity je aj samotná tvorba obrazu živého a autentického mesta, v ktorom sa neustále niečo deje. Tento imidž Košiciam tvoríme v online priestore predovšetkým prostredníctvom živých obrazov (fotografií a videí) a textov, ktoré okrem praktických informácií popisujú miesta a zážitky Košíc s cieľom vtiahnuť čitateľa do atmosféry aktuálneho diania v meste.

## Systematizácia a pravidelné vyhodnocovanie

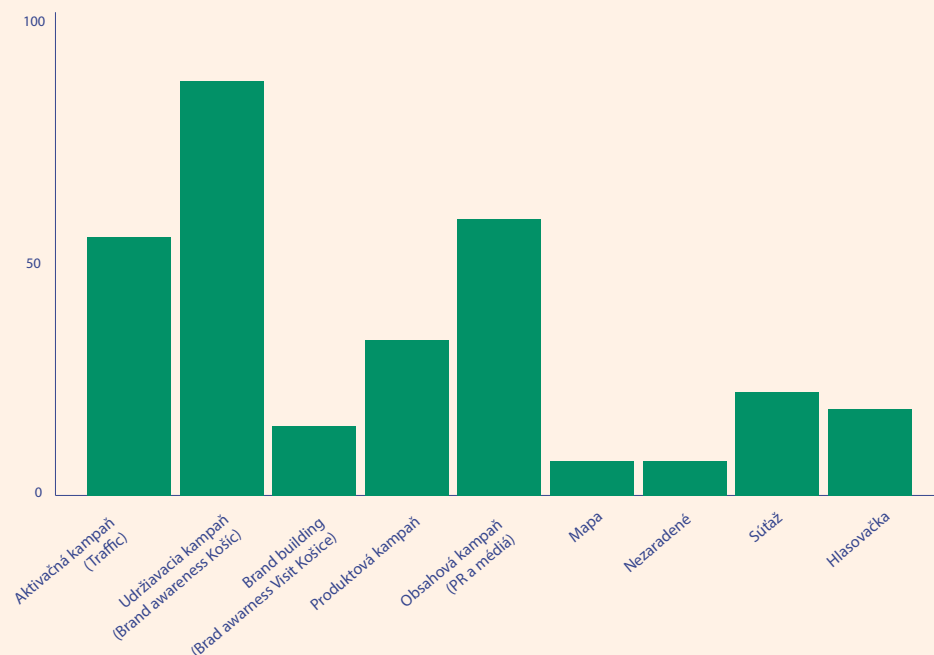
Samotný obsah online marketingových aktivít vyhodnocujeme pomocou online nástrojov ako Airtable, Zoomsphere či Google Analytics.. Aktivity rozdeľujeme na bežnú komunikáciu pre Facebook a Instagrame, celoročné kampane, zoznam PR a médiá výstupov, a Košický detský pas ako samostatnú produktovú líniu. Automatizovanú databázu grafických a textových podkladov s jednotlivými zadaniami tvoríme už druhý rok. Každá aktivita,

každý záznam obsahuje dátum, textovú časť obsahu, link na výstup, formát, výšku kreditu, ktorou bol daný formát podporený, popis komunikačnej línie, kľúčové slová, cieľ kampane, jazykovú verziu, ročné obdobie až po identifikáciu členských subjektov, ktoré sú súčasťou daného výstupu. Získavame tak jedinečnú databázu všetkých výstupov, zoradenú chronologicky podľa mesiacov a rokov, ktorá slúži na prípravu reportov a recykláciu obsahu, vyhodnotenie a zber dát a samozrejme prehľad o komunikovaní a propagácii členov. V platforme Airtable taktiež archivujeme všetky plnenia našich dodávateľov.

## Graf rozdelenia postov na Facebooku podľa cieľových skupín



Graf rozdelenia postov  
na Facebooku podľa  
komunikačných formátov



### Online kampane a platené príspevky

Okrem samotného redakčného plánu, ktorého celkový počet príspevkov (bežných aj platených) predstavoval **278 postov** na sociálnych sieťach za uplynulý 2022, sme realizovali aj tematické online kampane, ktoré majú väčší dosah na potenciálnych návštevníkov. V rámci tém komunikácie v online prostredí sme sa sústredili na rozvíjanie imidžu Košíc ako destinácie vhodnej pre rodiny s deťmi, ideálnej city break destinácie s prepojením najmä na miestnu gastronómiu, umenie a či kultúru, a značnú časť obsahu sme venovali aj téme prírody a športu (predovšetkým pešej turistike a cyklistike. Komunikovaním týchto troch kľúčových tém podporujeme tvorbu mentálneho spojenia Košíc so zážitkami pre cestovateľov cestovateľov so záujmom o výlet a dovolenku na Slovensku.

# Prehľad kampaní počas roka 2022

1. EHF Euro 2022
2. Košický detský pas až k vám domov
3. Košická noc múzeí a galérií
4. Víno je odpoveď
5. Dni mesta Košice
6. Preteky okolo Slovenska
7. Biela noc
8. Medzinárodný maratón mieru
9. Nový destinačný spot
10. Podpora gastronomických prevádzok v Košiciach
11. Múzeá a galérie Košíc
12. Košické rozprávkové Vianoce

# Prehľad platených príspevkov na Facebooku počas roka 2022

Mesiac	Platené príspevky	Dosah (zaokrúhlene)
Január	15	97 800
Február	19	107 400
Marec	24	86 400
Apríl	25	103 000
Máj	21	161 600
Jún	20	175 400
Júl	16	130 000
August	18	454 000 (vrátane kampane Košický detský pas)
September	18	342 400 (vrátane kampane Košický detský pas)
Október	14	90 000
November	22	176 000
December	16	767 400 (vrátane 4 kampaní)
<b>Spolu</b>	<b>228</b>	<b>2 691 400</b>

Viac ako 820 zverejnených podujatí od spustenia novej web stránky

## Kalendár podujatí

Na našom novovzniknutom webe [www.visitkosice.org](http://www.visitkosice.org) sa nachádza podstránka Kalendár podujatí, na ktorej pravidelne zverejňujeme aktuálne podujatia v Košiciach. V kalendári zverejňujeme udalosti rôzneho druhu, ktoré majú potenciál osloviť návštevníkov, aj návštevníkov aj domácich – pri rešerši sa prioritne sústredíme na aktivity členskej základne. Najatraktívnejšie podujatia z pohľadu potenciálnych návštevníkov zobrazujeme na domovskej stránke webu, a označujeme ich štítkom TOP.

Kalendár podujatí pravidelne podporujeme aj prostredníctvom sociálnych sietí, čím sa snažíme prilákať návštevníkov do Košíc, ale aj, ale aj rozšíriť povedomie o tejto stránke a široké publikum tak naučiť používať Kalendár podujatí na webe [www.visitkosice.org](http://www.visitkosice.org) ako prioritný zdroj všetkých zaujímavých podujatí, ktoré sa dejú v Košiciach.





## 2.3. Marketingové kampane

### Košický detský pas

Košický detský pas má za sebou už druhú, veľmi úspešnú sezónu. Každým rokom pripravujeme novinky – tento rok, tento rok to bol samotný maskot Buki a jeho roadshow a a rozšírenie Košického detského pasu o verziu v anglickom jazyku pre v anglickom jazyku pre zahraničných návštevníkov.

Cieľom kampane bolo zvýšiť povedomie o Košickom detskom pase v rámci relevantných regiónov Slovenska a zvýšenie počtu prenocovaní rodín s deťmi. Kampaň sme tento rok realizovali na Facebooku a Instagrame, Googli, a novinkou boli aj video formáty s animáciou dobroducha Bukiho. Počas letnej kampane sme spustili online súťaž o 24 kusov Bukiho balíčkov v piatich tematických kategóriách a to: balíčky pre zvedavé hlavičky, pre neposedných dobrodruhov, pre milovníkov zelene, pre malých veľkých umelcov a pre pravekých bádateľov. O balíčky bol v online priestore vysoký záujem, čo sa prejavilo aj na počte interakcií engagementovej kampane.

Kľúčovou aktivitou pre tento ročník bol opäť **zber dát**, ktorý nám slúži na vyhodnocovanie správania sa návštevníkov a nastavovanie kampaní a aktivít pre nasledujúci rok.

Na základe dát z minulého ročníka sme **rozšírili cieľovú skupinu o deti v predškolskom veku (5–7)**. Tu sa opäť zopakovala **spolupráca s Mestom Košice**, a to vo forme participácie pri dotlači a doplnení distribúcie v rámci mesta na ZŠ a triedy predškolákov, a taktiež vo forme bezplatného prenájmu citylighttových plôch v termínoch 21.–27.6.2022 a 16.–22.8.2022. Táto spolupráca nás teší o to viac, že práve z košických detí sa stávajú malí ambasádori úspešného projektu.





Kedže sa postupne s týmto produktom zameriavame aj na zahraničných návštevníkov, Košický detský pas sme túto sezónu inzerovali aj **v leteckom palubnom magazíne My Wings** pre obdobie 30.5.2022–28.11.2022. Dvojazyčná inzercia bola distribuovaná na všetky linky letových spoločností SmartWings, vďaka čomu vieme osloviť až **1,2 milióna prepravovaných osôb**.

Pozitívnu spätnú väzbu získavame aj na spoluprácu s **Magazínom Tatry**, preto aj tento rok bude súčasťou PR kampane dvojstranová inzercia v letnom čísle magazínu distribuovanom na konci mája a taktiež PR článok na *Deníku N*.

Kampaň na Googli zaznamenala vyše **5 601 000 zobrazení**, z čoho sme získali takmer **32 000 preklikov**. Na Facebooku sme zaznamenali **1676 838 impresií** a celkovo sme spolu dosiahli až **7 926 645 impresií**, teda zobrazení všetkých kampaňových formátov. Vďaka tomu považujeme aj tohtoročnú kampaň za úspešnú. Podporou k digitálnym formátom boli aj online aktivity, reklamné nosiče a séria návštev maskota Bukiho u členských subjektov s cieľom oživiť príbeh Košického detského pasu v online svete.



## Výsledky kampane Košícký detský pas

5 601 693

zobrazení Google reklamy

+

31 963

preklikov z Google reklamy

+

39 424

celková návštevnosť webstránky  
počas trvania kampane

+

1 676 838

zobrazení Facebook reklamy  
unikátnych návštev webu

Celkovo

7 926 645

impresií z kampane

+

540 653

dosah Facebook kampane

+

338 099

dosah interaktívnych príspevkov

+



# Noc múzeí a galérií

Na základe oslovenia komory atraktivít sme v spolupráci s našimi členmi podporili návštevníkmi obľúbený formát Noc múzeí a galérií. V rámci propagácie Noci múzeí a galérií sme pripravili key vizuál a z neho vychádzajúce grafické podklady ako plagáty, bulletiny a online formáty na sociálne siete, tlačovú správu a FB podujatie. Pripravili sme tiež mapu na stránkach [www.mapotic.com](http://www.mapotic.com) a celý program sme aj s odkazom na mapu propagovali na hlavnej stránke [www.visitkosice.org](http://www.visitkosice.org).

Počas podujatia bol otvorený aj Visit Košice Infopoint, kde zaškolený personál návštevníkov informoval o programe, sprístupnená bola aj multimediálna miestnosť. Kampaň na podujatie bola spustená od 6. mája 2022. Kampaňou sme zasiahli **32 904 unikátnych užívateľov**, ktorým sa reklama zobrazila **123 697-krát**.

## Destinačná kampaň na podporu leteckého spojenia Praha – Košice

Na základe iniciácie Visit Košice, Krajská organizácia cestovného ruchu Košice Región Turizmus v spolupráci s našou organizáciou v polovici mesiaca jún spustila Letnú destinačnú kampaň na podporu domáceho cestovného ruchu. Tentoraz bola krajská kampaň postavená na hrdošti ukázať, čo si v Košickom kraji kraji môže každý nájsť. Letná destinačná kampaň bola preto úzko úzko prepojená s kampaňou na podporu leteckého spojenia Praha – Košice, vďaka čomu destinácia aktívne posilňuje svoje postavenie na českom trhu.

## Kampaň Po trailech přes hory

Na základe oslovenia naším členským subjektom KE.CY (Košické cyklotraily) sme v spolupráci s Krajskou organizáciou cestovného ruchu Košice Región Turizmus realizovali infocestu pre aktívne zameraných návštevníkov Košíc a regiónu. V športovom seriáli Po trailech přes hory sme odprezentovali cyklotraily v Košiciach i Košickom kraji. Seriál bol zverejnený na jar 2023 na ČT sport a Šport RTVS.

## Kampaň MMM

Na základe oslovenia naším členským subjektom Progress Promotion sme v spolupráci s organizátormi Medzinárodného maratónu mieru pripravili infocestu pre bežkyňu Oľenu Burkovskú z Ukrajiny, ktorá v roku 2009 Medzinárodný maratón mieru vyhrala. Tento rok sa ako utečienkyňa na jeho štart symbolicky postavila znova. Okrem spustenia online kampane sme tiež v spolupráci s kameramanom pripravili animovanú mapu košického Minimaratónu so zobrazením jednotlivých záujmových bodov, ktorá sa v kampani používala.



## Kampaň Vianočné Košice 2022

Hlavným zámerom kampane Vianočné Košice 2022 bolo zvýšiť povedomie o atraktivite vianočných trhov. Kampaň prebiehala v online priestore, a to hlavne prostredníctvom podpory online podujatia, príspevkov na sociálnych sieťach a PR článkom v online magazíne StartitUp. Online kampaňové formáty pozývali oslovených užívateľov na naše webové stránky, kde sme informovali o aktuálnom dianí a konkrétnom programe podujatia. Reklamné formáty spolu **mali dosah na viac ako 150 000 užívateľov, ktorým sa reklama zobrazila viac ako 527 600-krát**. PR článok na portáli StartitUp si otvorilo **6 390 užívateľov, ktorí na stránke strávili v priemere 4 minúty a 43 sekúnd**. Počas kampane náš web navštívilo 2 713 unikátnych užívateľov, z čoho 2 090 bolo z oblastí mimo Košíc. Aj vďaka bohatému programu podujatia sme tak touto formou mohli opäť medzi potenciálnymi návštevníkmi mesta šíriť hlavné posolstvo destinácie – Košice: Živé mesto.



## 2.4. Komunikačná stratégia

### Analýza marketingových komunikačných aktivít roku 2022

V závere roka sme si ako podklad pre ďalšiu optimalizáciu marketingových aktivít nechali profesionálmi z odboru (agentúra IDEA ELEMENT) vypracovať **detailnú analýzu komunikačných aktivít v uplynulom roku**. Analýza ukázala, ktoré komunikačné kanály v súčasnosti dosahujú dobré výsledky (Instagram a Facebook), ktoré nástroje vykazujú dobré výsledky vzhľadom na výkonnostný marketing (Google Ads, Social Ads), a navyše priniesla aj zoznam príležitostí a konkrétnych odporúčaní, ako súčasné nastavenia do budúcnosti ešte vylepšiť.

Našli sme priestor na zlepšenie v intenzite komunikácie na sociálnych sieťach, centralizovaní komunikačných aktivít na webe, spustenie ďalších komunikačných online kanálov a postupnom budovaní emailových databáz.

Úspechom roka 2022 je rozhodne splnenie primárneho cieľa, ktorým bolo **zvýšenie počtu prenocovaní**. Vhodne nastavenou tonalitou komunikácie, ktorá sa naštartovala v roku 2022 pre sociálne siete, sme dosiahli oslovenie relevantnej cieľovej skupiny na sociálnych sieťach Facebook a Instagram, čo malo za následok zvýšenie povedomia o našich aktivitách a posilnenie vybraných posolstiev destinácie.

### Komunikačný plán pre nasledujúci rok

Workshop vedený odborníkmi z oblasti marketingu, ktorého sme sa v priebehu analytickej časti zúčastnili, bol základným kameňom kameňom pre prípravu plánu marketingových aktivít na ďalšie obdobie. **Predmetom analýzy boli online marketingové aktivity organizácie** zamerané na napĺňanie čiastkových cieľov (odporúčania k výsledkom prieskumov trhu, interné strategické materiály a aktuálne trendy v online marketingu) v porovnaní s kľúčovou metrikou pre vyhodnocovanie úspešnosti aktivít organizácie, ktorou je počet prenocovaní v meste. Závety analýzy priniesli **pozitívne výsledky aj súbor odporúčaní pre budúcu optimalizáciu a zvyšovanie efektivity marketingovej činnosti**.

Na základe týchto odporúčaní bol zostavený akčný plán na rok 2023 a rovnako boli aktualizované aj interné strategické materiály.

Akčný plán pre rok 2023 naďalej sleduje primárny cieľ, ktorým je zvýšenie počtu prenocovaní v Košiciach. Jeho úlohou je pokračovať v napĺňaní komunikačného cieľa, sledovať a využívať aktuálne potreby destinačného marketingu a vývoj trendov v oblasti turizmu predovšetkým v strednej Európe. Dokument definuje aj 3 hlavné komunikačné výzvy: Ako zvýšiť poznateľnosť hlavných posolstiev mesta Košice na zahraničných trhoch? Ako odpromovať kvalitu a šírku ponuky atraktivít mesta Košice pre potenciálnych návštevníkov? Ako efektívne tvoriť zaujímavý a atraktívny obsah Aktualizovaný komunikačný plán sa sústreďuje na **retenčné aktivity** (práca s návštevníkmi, ktorí už v Košiciach boli) a **akvizičné aktivity** (prilákavanie nových návštevníkov).

## 2.5. Výsledky online marketingu

Aj vďaka online marketingovým aktivitám sa nám dlhodobo úspešne darí zvyšovať poznateľnosť destinácie, členskej základne a prepájať cieľové publikum v online priestore s ponukou služieb a produktov v destinácii. V roku 2022 sme aj v zmysle výsledkov a odporúčaní realizovaných prieskumov trhu naďalej sledovali strategický cieľ komunikačnej stratégie Košice: Živé mesto, a popri napĺňaní primárneho KPI, ktorým je zvyšovanie počtu prenocovaní, sme sa opäť sústredili na tvorbu tzv. profitabilných momentov – ideových prepojení miesta a momentov v myšliach potenciálnych návštevníkov. Prostredníctvom propagovaných príspevkov a kampaní sme preto denne komunikovali a pripomínali posolstvo živých Košíc relevantným cieľovým skupinám.

Vďaka dosahu propagovaných príspevkov a kampaní na sociálnych sieťach sme získali:

9 765 937

opakovaných užívateľov

Na Google sme užívateľov našimi reklamami zasiahli celkom

5 601 693-krát

Celkovo sme teda za 320 príspevkov, z čoho 240 bolo platených kampaní, v roku 2022 dosiahli

15 367 630  
impresíí

Kampane na sociálnych  
sieťach nám celkovo priniesli

87 436  
preklikov

Výška nákladov na jeden klik z kampaní  
na sociálnych sieťach sa pohybovala pod  
priemerom

0,09–0,12 Eur

Počas najsiľnejšieho obdobia roka sme zasiahli

370 000 užívateľov  
denne

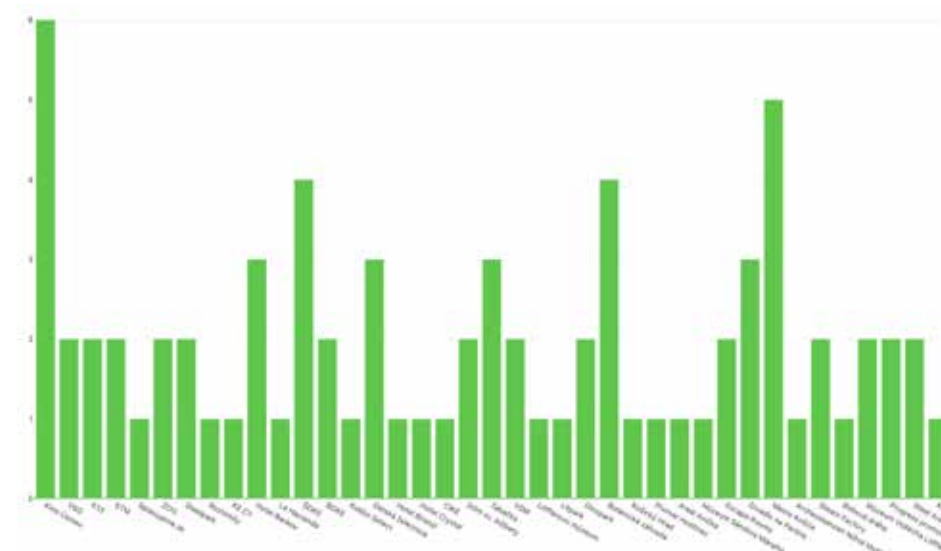
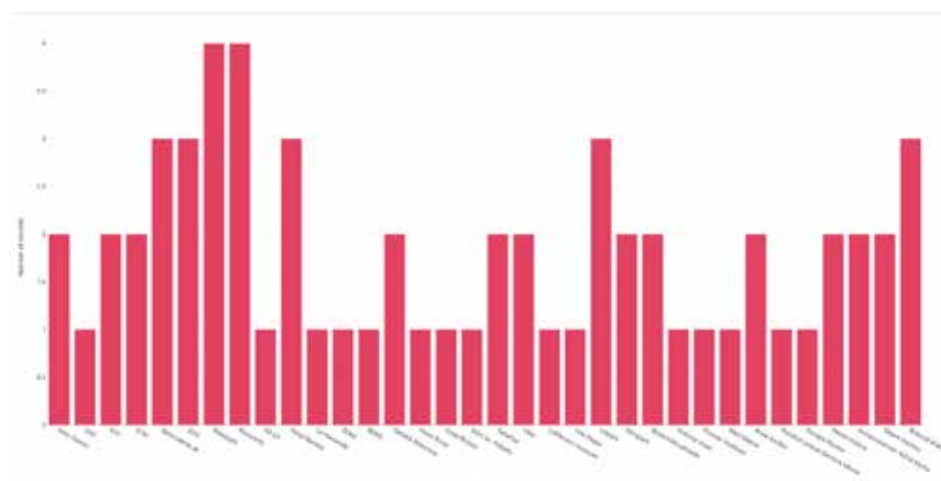
A dosiahli sme celkom

2 316 zdieľaní

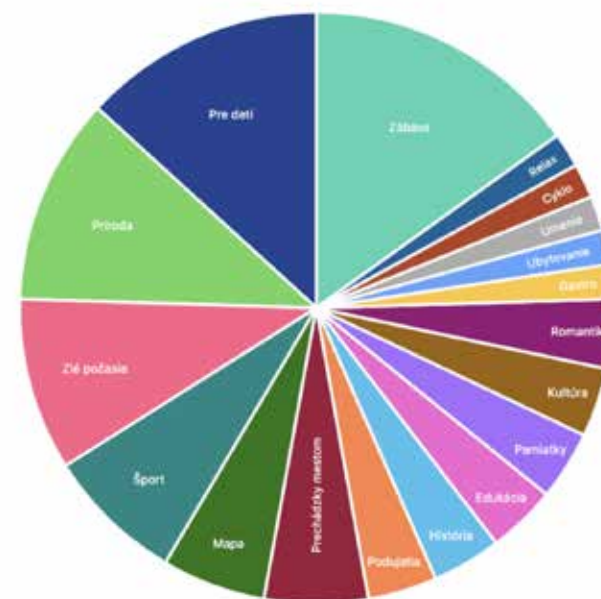
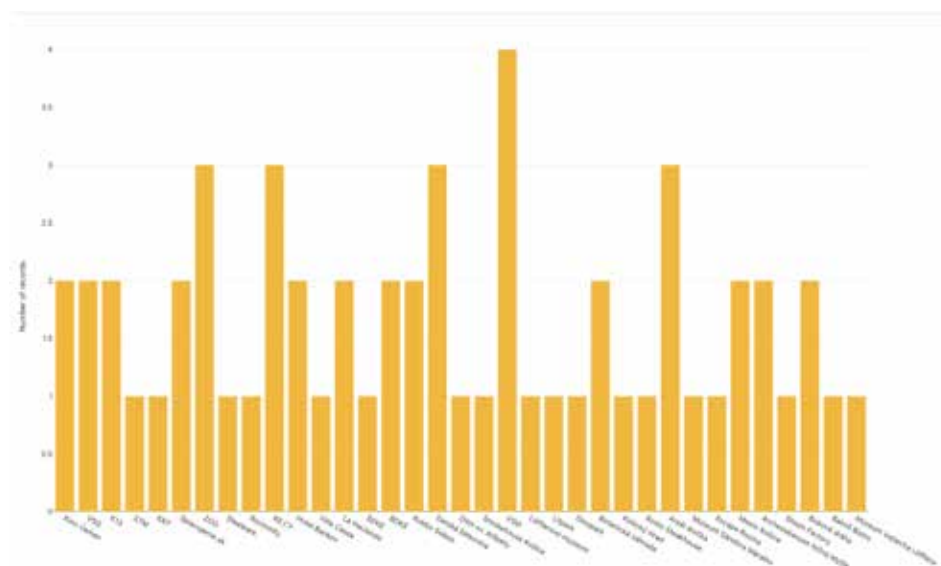
Zvolená komunikačná stratégia sa aj na základe vyššie  
prezentovaných dát ukázala byť dôležitým prostriedkom  
pre úspešné napĺňanie jednotlivých cieľov destinačného  
manažmentu. Nielen sledovaním trendov a používateľ-  
ského správania na sociálnych sieťach, **ale aj priebežnou  
analýzou dát z návštevnosti Visit Košice Infopointu sme  
dokázali v reálnom čase odhaliť a využiť vhodné príle-  
žitosti online propagácie.** V oblasti cestovného ruchu  
je však odzrkadlenie výsledkov pri budovaní povedomia  
o destinácii dlhodobá a kontinuálna práca. Aj preto chce-  
me v týchto aktivitách pokračovať aj v ďalších rokoch  
v ešte intenzívnejšej miere a budovať tak povedomie  
o tom, prečo sa Košice oplatí navštíviť na viac nocí.



## Podporené aktivity členov v online priestore počas hlavnej sezóny 2022



### Vizualizácia počtu online príspevkov podľa tematického rozloženia:



## 2.5. Tlačové výstupy

V tomto roku sme pripravili tri tlačové správy, pri príležitosti Košickej Noci múzeí a galérií, tlačovú správu k otvorení letnej sezóny vo Visit Košice Infopointe spojenú s tlačovou konferenciou, a tlačovú správu k vyhodnoteniu letnej turistickej sezóny.

### Tlačová konferencia k otvorení letnej sezóny vo Visit Košice Infopoint

Koncom mesiaca jún sme **za prítomnosti štátnej tajomníčky Ministerstva dopravy SR, a zástupcov národnej agentúry Slovakia Travel** zorganizovali **oficiálne otvorenie informačného centra Visit Košice Infopoint** spolu s otvorením letnej turistickej sezóny. Pred samotnou tlačovou konferenciou sa konalo neformálne stretnutie s novinármi, ktorého cieľom bolo budovanie vzťahov a lepšie pochopenie toho, o aké témy z destinačného manažmentu majú médiá záujem. Pri tejto príležitosti sme zároveň médiám odprezentovali **nové tlačoviny Košický bedeker, Návod na mesto**, ale aj **Katalóg suvenírov a rozšírený Košický detský pas s novým maskotom Bukim**.



„Snahou Ministerstva dopravy SR je podpora inovatívnych riešení a zavádzanie digitalizácie v rámci rozvoja udržateľného cestovného ruchu. Verím, že tento vynovený atraktívny priestor poslúži domácim aj zahraničným turistom. Má pre nás veľký význam, že v postpandemickej dobe môžu návštevníci spoznávať región Košíc s modernými prostriedkami, a aj preto Ministerstvo dopravy SR tento projekt finančne podporilo. Špeciálne ma veľmi teší, že sa pri renovácii myslelo naozaj na všetkých – teda aj na telesne, sluchovo a zrakovo znevýhodnených. Je veľmi dôležité, aby aj oni mohli v rámci možností využiť všetky služby cestovného ruchu, ktoré sú im k dispozícii,“

– uviedla pri príležitosti otvorenia Visit Košice Infopointu štátna tajomníčka Ministerstva dopravy SR Katarína Bruncková.





# PR články

**Denník N** – V Denníku N sme si na rok 2022 zakúpili PR priestor pre vydanie šiestich PR článkov. Obsah sme tvorili v návaznosti na minuloročnú obsahovú kampaň, ktorú sme doplnili o ďalšie témy rezonujúce posledným prieskumom. Ide o témy naviazané na aktuálne kampaňové aktivity a tie, ktorými dokážeme získať pozornosť zahraničného návštevníka. Články sú časovo rozložené v období júl až december 2022.

☀ Cestujte za zábavou na východ. Nový Košický detský pas vám predvedie 5 dní nekonečnej zábavy pre celú rodinu

Pageviews: 2416

Time: 3:14

☀ Výstupy na nenáročných skalách, oddych pri vode či pokojné prechádzky lesom. Zažite mestskú dovolenku v lone košickej prírody s celou rodinou

Pageviews: 2777

Time: 3:28

☀ Tieto košické zážitky nesmiete vynechať. Vychutnajte si živé mesto plné umenia, kultúry, športu, rodinných výletov a dobrodružných zážitkov

Pageviews: 2434

Time: 3:14

☀ Kam za jedlom v Košiciach? Toto je 6 miest, ktoré nesmú chýbať na vašej gastromape

Pageviews: 34467

Time: 3:45

☀ Vyberte sa za spoznávaním múzeí a galérií do Košíc. Spojte oddych na dovolenke s jedinečnými kultúrnymi zážitkami

Pageviews: 1912

Time: 2:59

☀ Zažite pravú esenciu živého mesta: Košice nabité populárnymi podujatiami si vychutná každý návštevník

Pageviews: 6266

Time: 3:06

☀ Page views – počet unikátnych zobrazení konkrétnej webovej stránky

☀ Time – priemerný čas strávený na konkrétnej webovej stránke

**Startitup** – V rámci vianočnej kampane sme ako výstup infocesty Gaba Kocáka uverejnili článok na Startitup.



☀ Šéfkuchár Gabo Kocák: „Škvarky z kapra? To som vo svete skutočne ešte nikde nejedol.“ Košické vianočné trhy prekvapili nielen ponukou, ale aj skvelou pulzujúcou atmosférou

Pageviews: 6390

Time: 4:43

**Slovakia Travel** – V roku 2022 sme v rámci PR aktivít nadviazali spoluprácu aj so Slovakia Travel, ktorá prostredníctvom KOČR Košice Región Turizmus oslovila všetky OOCR v kraji s možnosťou propagácie aktuálnej ponuky cestovateľských zážitkov z jednotlivých regiónov Slovenska na národnej úrovni.

Každý mesiac sa každý z ôsmich krajov Slovenska mohol odprezentovať jedným textom na vopred určenú tému. Možnosť prezentovať Košice sme prostredníctvom série blogov 8 krajov, ∞ možností využili počas trvania kampane celkom päťkrát. Články boli uverejnené na stránkach [www.slovakia.travel](http://www.slovakia.travel) a podporené online príspevkami na našich sociálnych sieťach aj sieťach Slovakia Travel.

☀ S dobrodruhom zažiť desiatky dobrodružstiev

☀ Okúsiť svetovú kuchyňu aj košické mestské víno

☀ Ubytujte sa v neviditeľnom hoteli

☀ Spoznajte tajomstvá 600-ročnej košickej dominanty

☀ Originálnemu rukopisu košického street-artu na stope

**Magazín Tatry** – súčasťou tohtoročnej PR kampane je dvojstranová inzercia v letnom a taktiež v zimnom čísle Magazínu Tatry, na ktorú vďaka dobrej spolupráci nadväzujeme už tretí rok.

letné číslo Magazínu Tatry:

☀ Vyberte sa s deťmi na výlet do Košíc, ktoré zážitkami rozhodne nešetia



zimné číslo Magazínu Tatry:

☀ Nadchnite sa pre legendy z histórie Košíc. Tieto košické stálice musíte navštíviť





V leteckom palubnom magazíne **My Wings** pre obdobie 30.5.2022–28.11.2022 sme publikovali inzerciu na Košický detský pas. Dvojazyčná inzercia bola distribuovaná na všetky linky letových spoločností Smart Wings a ČSA, vďaka čomu sme mohli osloviť až **1,2 milióna prepravovaných osôb**.

☀ Choose Košice for your family travels a city with handful of adventure experiences

## 2.6. Obsahová banka

V zmysle komunikačnej stratégie Živé mesto našou prioritou naďalej zostáva tvorba a neustále rozširovanie zdieľanej obsahovej banky Visit Košice. Veľkou výhodou sa ukázala možnosť veľkou výhodou sa ukázala možnosť rýchlo a jednoducho poskytnúť kvalitný obsah k propagačným účelom nielen členským subjektom, ale aj ďalším partnerom organizácie ako Slovakia Travel, organizátorom medzinárodných podujatí alebo spoločnostiam ako je Volvo, ktoré tak vedia prezentovať Košice v zmysle komunikačnej stratégie Košice: Živé mesto. Je naším zámerom poskytovať kvalitný fotografický obsah aj tretím stranám, vďaka čomu komunikujeme posolstvo živého mesta a jednotný obraz Košíc opäť o niečo širšiemu publikum.

### Fotograf a kameraman v teréne

Pred začiatkom letného obdobia sme opäť intenzívne nadviazali na rozširovanie fotobanky. Naš fotograf v teréne tak do konca roka zdokumentoval **desiatky až stovky živých podujatí a miest**, ktoré počas roka ožili. Hlavným cieľom tejto činnosti je aj naďalej budovať databázu kvalitného obsahu pre prezentáciu Košíc, prinášať vždy aktuálny obsah pre potreby marketingu organizácie a členov, a tiež poskytnúť jedinečný benefit členským subjektom, ktoré majú možnosť rezervovať si služby fotografa pre potreby vlastných propagačných aktivít.



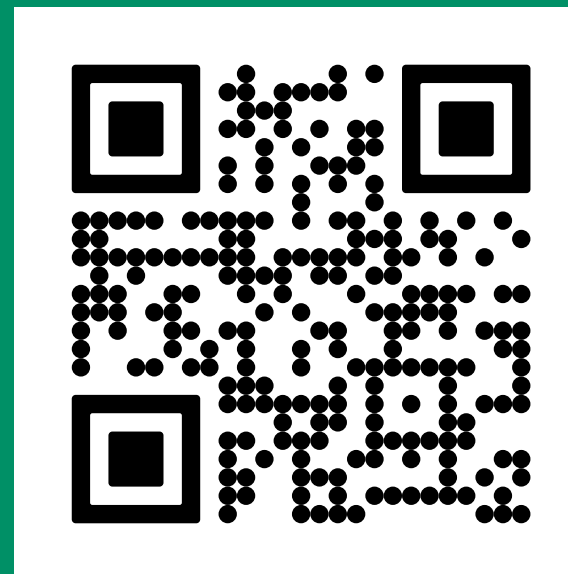
## Nový destinačný spot

Pred letnou sezónou sme zverejnili nový destinačný spot, ktorý podčiarkuje inovatívny charakter Košíc ako jediného mesta na Slovensku s titulom UNESCO Creative City. Naším cieľom bolo zachytiť Košice ako mladé, energické mesto pulzujúce životom, ktoré ponúka príležitosti z oblasti kultúry, umenia a športu pre rôzne vekové kategórie. Destinačný spot má dôležitú úlohu v rámci propagácie mesta na domácom aj zahraničnom trhu, napríklad na medzinárodných veľtrhoch, výstavách či rôznych prezentáciách.

Nový destinačný spot má okrem finálnej verzie aj 2 a 1-minútovú verziu. Táto potreba vznikla z dôvodu prispôsobenia sa rôznorodosti podujatiam a platformám, na ktorých sa spot prezentuje. Okrem slovenskej sme pripravili aj anglickú verziu spotu.

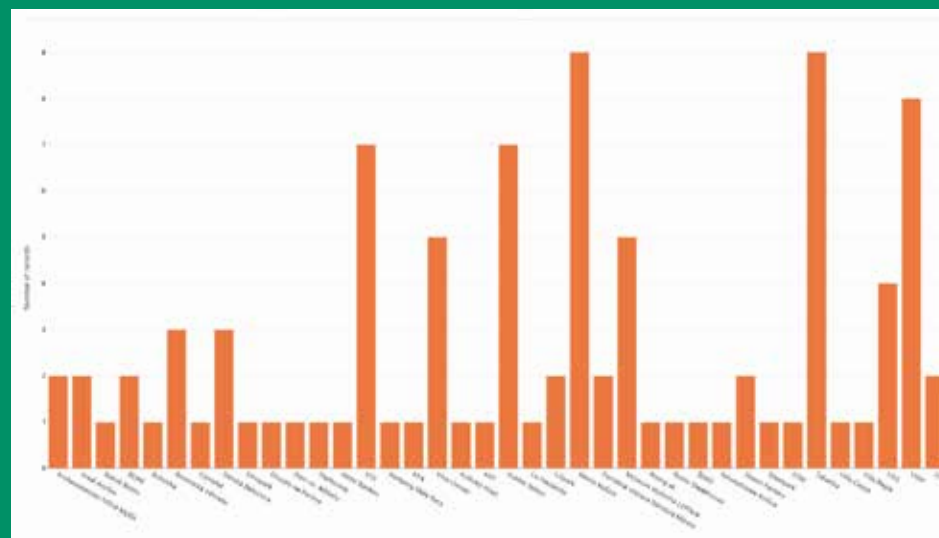
## Destinačný spot Visit Košice získal ocenenie v poľskej súťaži

Nový destinačný spot Visit Košice Zaži živé Košice získal **2. miesto v poľskej súťaži Wasza Turystyka v kategórii Svet je pekný**. Výsledky 5. ročníka filmovej súťaže boli vyhlásené počas After party 11. ročníka Tourist Promotion Forum, organizovaného redaktormi portálu [WaszaTurystyka.pl](http://WaszaTurystyka.pl) na termináli nového letiska Varšava – Radom.



+ QR kód s textom: Naskenujte QR kód a pozrite si destinačný spot Zaži Živé Košice!

## Podporené aktivity členov cez Fotografa v teréne





## 2.7. Tlačoviny a propagačné materiály

☀ 15 000 kusov Košický detský pas v dvoch jazykoch SK, ENG

☀ 10 000 kusov Košický bedeker v dvoch jazykoch SK, ENG

☀ 45 000 kusov Info leták TOP 10 Košíc v troch jazykoch SK, ENG, HU

☀ 20 200 kusov Trhacia mapa Košíc v dvoch jazykoch SK, ENG

☀ 1000 kusov Návod na mesto

☀ 500 kusov Katalóg suvenírov, MICE leták a menšie tlačoviny

Počas uplynulého roka vzniklo niekoľko tlačených prezentačných materiálov využívaných pre účely propagácie destinácie. Pri ich príprave sme sa aj počas roka 2022 v zmysle komunikačnej stratégie zamerali predovšetkým na aktualizáciu obsahu s ohľadom na aktuálnosť poskytovaných informácií, úpravy textov do živého jazyka a grafické prvky vychádzajúce z novej vizuálnej identity organizácie. Dôraz sme so zvyšujúcou sa návštevnosťou zahraničných cestovateľov kladli aj na tvorbu jazykových verzií kľúčových materiálov. Aj týmito formátmi značne podporujeme jeden z hlavných cieľov komunikačnej stratégie, ktorým je jednotné vnímanie destinácie naprieč online aj offline komunikačnými kanálmi.

### Trhacia mapa

V júni sme na základe požiadavky viacerých členov začali s prípravou novej verzie trhacej mapy. Mapu sme okrem aktualizácie obsahovej stránky doplnili o praktické informácie pre návštevníkov a osviežili ju o prvky novej vizuálnej identity. Trhacia mapa je k dispozícii vo Visit Košice Infopointe v počte **20 200 kusov**.



### Košický bedeker

Nový Košický bedeker je reprezentatívna tlačovina, ktorá je orientovaná na destináciu ako celok prostredníctvom propagácie ubytovacích zariadení, reštaurácií, podujatí a atrakcií. Obsah bedekra tiež predstavuje návštevníkovi 7 košických zážitkov pre nasatie pravej esencie mesta, možnosti výletov do okolia Košíc, obľúbené cyklotrasy rôznych náročností, ponuku nočného života či súbor praktických tipov pre pohodlnejší pobyt. V tomto roku sme vytlačili **5 000 kusov slovenskej verzie** a pre potreby zahraničnej prezentácie aj **5 000 kusov anglickej verzie** tlačoviny. Anglická verzia poskytuje aj prehľad základných informácií o Slovensku a 10 miest, ktoré určite treba navštíviť. Tento obsah sme pripravili v spolupráci so Slovakia Travel. Obe jazykové verzie bedekra sú k dispozícii vo Visit Košice Infopointe.



### Košický detský pas

V tomto roku sme Košický detský pas oživilo ďalšie novinky. Počet lokalít a zapojených subjektov sme rozšírili na 29, zoznam sme rozdelili do troch geografických celkov v závislosti od vzdialenosti od centra mesta a zaťraktívili sme aj textový aj vizuálny obsah. Na základe dát z minulého ročníka rozširujeme aj cieľovú skupinu o deti v predškolskom veku (aktuálne 5–10 rokov). Vytlačili sme **10 000 kusov** pasov. Pre potrebu prezentácie na zahraničných trhoch sme pripravili **aj anglickú verziu** Košického detského pasu, ktorú sme vytlačili **v počte 5 000 kusov**.



### Návod na mesto

Návod na mesto je publikácia orientovaná na obyvateľov mesta Košice s cieľom vytvoriť z Košičanov prirodzených ambasádorov mesta. Je súborom tipov na trávenie voľného času s rodinou, partnerom alebo skupinou priateľov, a svojím obsahom vyzýva Košičanov k znovuobjaveniu svojho rodného mesta. Publikácia bola pripravená pred letnou sezónou v počte 1 000 výtlačkov. V druhej polovici roka sme pripravili aj webovú stránku pre účely plánovanej online kampane. Tá bude mať za cieľ Košičanov presvedčiť, že všetky dôležité informácie o tom, čo sa v meste deje, nájdu na našom webe.



### Katalóg suvenírov

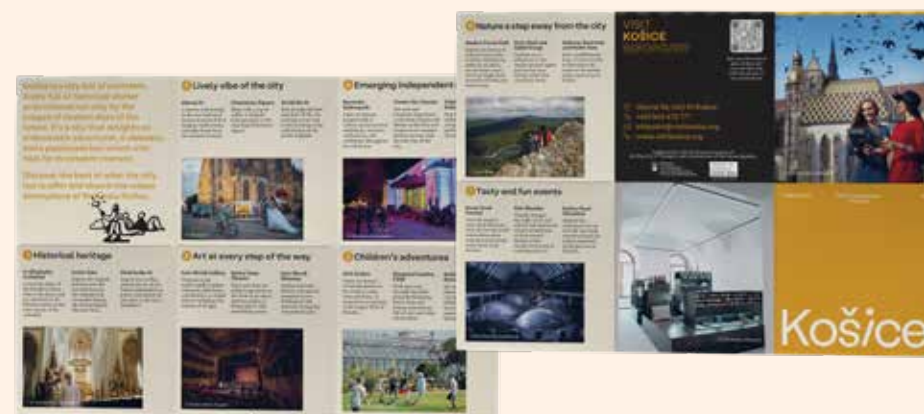
Katalóg suvenírov obsahuje súbor diel umelcov, ktorí sa zúčastnili výzvy na tvorbu košických suvenírov. Tlačovina obsahuje fotografie produktov a predstavuje jednotlivých autorov a popis samotného suveníru. Vytlačili sme 120 kusov tejto tlačoviny. Keďže je o túto publikáciu predovšetkým vo Visit Košice Infopointe veľký záujem pripravujeme jej aktualizovanú verziu a dotlač.

### Letáky TOP 7 v SK, EN, HU

Tematické letáky DL-formátu sú prvou zo série mini tlačovín obsahovo vychádzajúcich z nového Košického bedekra. Ich obsahom je úvodná kapitola bedekra – TOP 7 košických zážitkov. Tlačovina vzniká za účelom mať vždy k dispozícii ľahko a pre každého dostupnú tlačovinu, ktorá má nízke náklady na výrobu, a teda je možné ju tlačiť aj distribuovať vo vysokých počtoch. Vytlačili sme **15 000 kusov v slovenskom jazyku a 15 000 kusov v anglickom jazyku a 15 000 kusov v maďarskom jazyku**. Momentálne disponujeme digitálnou verziou letáku aj v poľskom a nemeckom jazyku.

### MICE leták

Pre potreby prezentácie Košíc pre odbornú verejnosť v zahraničí sme pripravili prehľadný leták, ktorý obsahuje potrebné informácie o destinácii pre potenciálnych návštevníkov zo sektora MICE a pre cestovné kancelárie.





## 2.8. Destinčná webstránka visitkosice.org

Koncom mesiaca jún sme spustili **nový web v základnej funkčnej verzii**, ktorá stále prechádza testovaním a úpravami s prihliadnutím na užívateľské správanie a potreby. S novým webom sme spustili aj **Kalendár podujatí ktorý automaticky napĺňame v priemere 400 podujatiami mesačne**. Webstránka má **naplňať funkciu jednotného online hubu** nielen pre návštevníkov zo zahraničia či zo Slovenska, ale aj pre domácich Košičanov. Okrem aktuálneho prehľadu živého diania v Košiciach návštevníci webstránky získajú na jednom mieste **všetky praktické informácie o meste** – tipy, ako sa na výlet či dovolenku pripraviť, čo vidieť, zažiť a nevynechať počas návštevy Košíc, praktické príručky na stiahnutie či prehľad ponúkaných prehliadok a itinerárov v meste. Súčasťou webu je aj **katalóg suvenírov od lokálnych umelcov a autorov**, ktoré je možné zakúpiť si pri osobnej návšteve Visit Košice Infopointu. V budúcom roku bude možné tieto suveníry zakúpiť priamo na webstránke prostredníctvom e-shopu. Postupne sme tiež začali rozvíjať aj **blogovú sekciu #na-mapKE**, ktorá sa v budúcnosti stane plne funkčným zoznamom prehľadných itinerárov pre návštevníkov mesta. Práve v blogovej sekcii chceme dať priestor organickému dosahu článkov propagujúcich široké možnosti trávenia času v Košiciach. Pred koncom roka sme spustili aj anglickú verziu webstránky.

Na stránku sme nasadili dvojicu online analytických nástrojov, **Google Analytics** a **HotJar** prostredníctvom ktorých aktívne zhromažďujeme dáta o správaní návštevníkov webu. Na základe rozboru týchto dát prispôbujeme dizajn a funkcionality konkrétnym potrebám užívateľa. Aby sme však dokázali skutočne naplniť ciele novej webstránky, zamerali sme sa ešte predtým na možnosti, ako sa dostať na vysoké priečky vo vyhľadávateľnosti a priviesť z nich na náš web organickú, teda neplatenú návštevnosť. Ku konkrétnym odporúčaniam, ako takýto cieľ dosiahnuť, nám poslúžila **technická a obsahová SEO analýza** ktorú pre Visit Košice vypracovala agentúra Promiseo. Na samotnej optimalizácii budeme pracovať počas roka 2023.





## 2.10. Infocesty, fam tripy press tripy, prehliadky

### Prehliadka s Medzinárodným letiskom Košice

S novým riaditeľom letiska Thomasom Dworschakom sme absolvovali prehliadku začiatkom roka. Počas nej sme si prešli Staré mesto a prezentovali rôzne témy v spojitosti s Košicami a ich špecifikami, ktoré sú ideálnym spôsobom, ako ich prezentovať práve aj pred leteckými spoločnosťami.

### Prehliadka pre zástupcov marketingového tímu spoločnosti VOLVO

Príchodom nového veľkého investora do Košíc sa aktívne od začiatku podieľame na reprezentácii Košíc ako destinácie. Jednou z aktivít bola aj prehliadka pre členov marketingového tímu spoločnosti Volvo. Tým sme spolu s Milanom Kolcunom najprv predstavili najkrajšie zákutia Starého mesta spolu aj s jeho históriou. Následne sme pokračovali diskusiou o ďalšej spolupráci, ako aj zdieľali našu obsahovú banku s novým destinačným video spotom za účelom propagácie Košíc.

### Prehliadka pre medzinárodných projektových partnerov

Začiatkom mesiaca september sme v Košiciach hostili projektové stretnutia oboch projektov, ktorým sme partnerom. Jedná sa o projekty CulTourData a Off-the-beaten-track. Partnerom z Talianska, Španielska, Holandska a Estónska sme zorganizovali prehliadku mesta s odkazom na Európske hlavné mesto kultúry a predstavili aj pár zaujímavých inštitúcií, ktoré majú blízku spojitosť s témami projektov.

### Prezentácia Visit Košice Asociácii organizácií cestovného ruchu

Koncom septembra sme členom AOČR predstavili inovatívny Visit Košice Infopoint a odprezentovali zámer architek

tonického návrhu interiéru, ale aj realizované debarierizačné prvky. Záujem vzbudila samotná prestavba a kreatívne technické riešenia, lokálne suveníry, kampaň Košický detský pas a taktiež samotná multimediálna inštalácia planet košice 2121.

### Individuálna infocesta pre Aziz Abu Saraha

V spolupráci so Slovakia Travel v októbri navštívil Slovensko Aziz Abu Sarah, CEO cestovnej kancelárie MEJDI Tours, ktorá má pobočky v USA a v Izraeli. Aziz Abu Sarah je okrem toho aktivista a inovátor v oblasti cestovného ruchu, kultúrny pedagóg a školiťel. Prednáša v nespočetných medzinárodných organizáciách a na univerzitách ako OSN, Nexus, TED, BMW, Európsky parlament, Georgetown, Yale a Harvard. Venuje sa aj novinárčine – publikoval články v The New York Times, National Geographic, TED, Haaretz, Jerusalem Post a pravidelne spolupracuje s CNN, Fox a Aljazeera. Aziz je držiteľom Goldbergovej ceny za mier od Inštitútu medzinárodného vzdelávania, striebornej ruže Európskeho parlamentu, Eisenhowerovho medailónu a Eliav-Sartawihovej ceny za blízkovýchodnú žurnalistiku. Získal ceny za medzikultúrne inovácie od Aliancie civilizácií OSN a BMW Group. Návšteva Slovenska bola motivovaná na základe predchádzajúcich stretnutí na veľtrhoch cestovného ruchu ako ITB Berlin či WTM London, kde Aziz Abu Sarah prednášal na odborných seminároch.

### Infocesta Milán bez mapy

Počas júna sme na základe oslovenia naším členským subjektom Medzinárodné letisko Košice pripravili infocestu zameranú na voľnočasových návštevníkov. Slovenský bloger a cestovateľ Milan Bardún, známy pod pseudonymom Milan bez mapy ktorý v roku 2022 získal **1. miesto v súťaži Social Awards Slovakia** v kategórii Cestovanie, spolupracoval celý mesiac jún s Medzinárodným letiskom Košice na rozlietaní Košičanov do sveta. My sme ho oslovili na spoluprácu a počas 3 dní sme Milanovi a jeho sledovateľom prostredníctvom infocesty ukazovali, ako naopak stráviť kvalitný čas v Košiciach. Infocesta bola postavená na odprezentovaní Košíc ako živého mesta. Milan počas troch dní ukazoval svojim sledovateľom na sociálnych sieťach rôzne možnosti aktívneho odpočinku, gastronómii

aj večerný život v meste. Po infoceste sa blogger so svojimi pozitívnymi zážitkami a dojmami podelil so širokým publikom čitateľov aj na svojom blogu.

## Infocesta Gaba Kocáka a Food Tips Košice

Posledný mesiac roku 2022 sme zorganizovali infocestu zameranú na gastronómiu a prezentáciu vianočných trhov v Košiciach.

Kampaň sme sa rozhodli podporiť infocestou, na ktorú sme prizvali dvoch známych influencerov – **šéfkuchára Gaba Kocáka**, mediálne známeho z relácie Tajomstvo mojej kuchyne a lokálneho influencera, ktorý sa zameriava na gastronómiu, Dragana Stojakoviča, ktorý má na sociálnej sieti Instagram populárny profil @foodtipskosice. V spolupráci s nimi sme pripravili veľkú ochutnávku na košických vianočných trhoch, z čoho vznikol nielen živý obsah na sociálne siete, ale tiež PR článok, ktorý bol publikovaný na portáli a sociálnych sieťach populárneho online lifestyle magazínu Startitup. Obsah infocesty sme zdieľali na profiloch našich sociálnych sietí a na profile @foodtipskosice, vďaka čomu kampaň zaznamenala aj vysoký organický dosah. Kampaňou sme celkovo zasiahli viac ako **140 000 užívateľov**.





## Visit Košice Infopoint

Visit Košice Infopoint vznikol ako reprezentatívny priestor, kde sa návštevníci okrem cenných rád a informácií o meste môžu oboznámiť s prácou miestnych umelcov. Kým historické jadro mesta hovorí príbeh o histórii Košíc, moderné informačné centrum prezentuje súčasnú kultúrnu a kreatívnu dušu mesta.

Infopoint predstavuje hlavný informačný bod, ktorý návštevníkom prezentuje Košice ako moderné, estetické, kultúrne a pulzujúce mesto. Kompozícia priestoru umožňuje lepší pohyb osobám s obmedzenou schopnosťou pohybu a zároveň ponúka efektívnejšie využitie prezenčných modulov. Orientácia je uľahčená aj pre osoby so sluchovým a zrakovým postihnutím prostredníctvom Braillovho písma, zvukových reproduktorov a LED panelov, ktoré zobrazia texty vo viacerých jazykoch. V roku 2022 bol Visit Košice Infopoint aktívny v poskytovaní náv-

števníckeho servisu 7 dní v týždni, pričom sme infoservis poskytovali aj počas štátnych sviatkov. Zabezpečovali sme organizovanie a predaj prehliadok mesta pre návštevníkov v slovenskom, anglickom, maďarskom, nemeckom a francúzskom jazyku.

Tento rok sme sa venovali aj rôznym iným aktivitám, ako je letná ako je letná kampaň Buki na cestách, boli sme súčasťou podujatí ako je Biela noc či Košická noc múzeí a galérií a náš mobilný Cyklo Kiosk poskytoval informácie domácom i zahraničným návštevníkom.



## 3.1. Nominácia na prestížnu cenu za architektúru CEZAAR

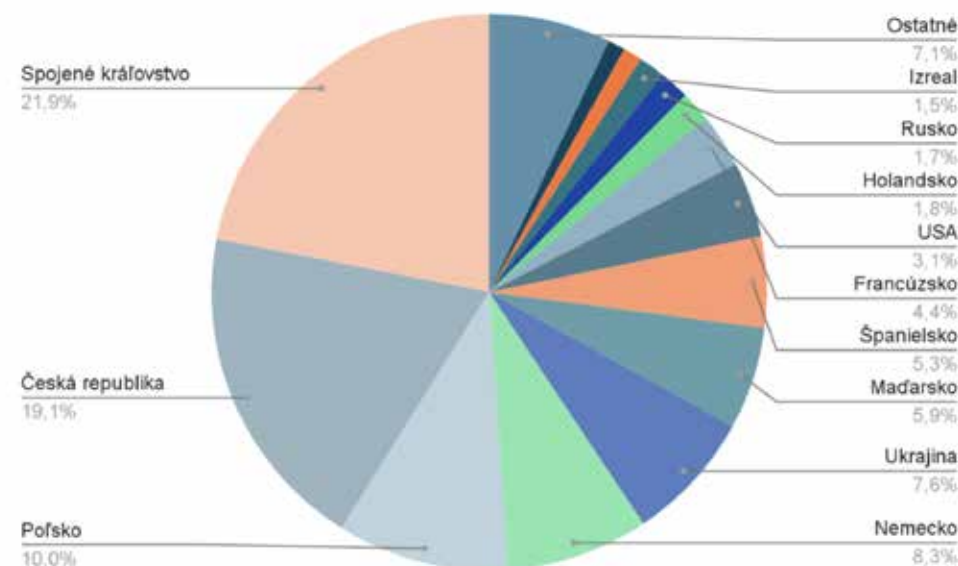
Priestor Visit Košice Infopoint bol v nedávnej dobe modernizovaný podľa návrhu architektonického ateliéru Doxa. Tento interiér zaujal aj odborníkov súčasnej slovenskej architektúry. Porota ceny **CEZAAR 2022** vybrala medzi päť finálnych nominácií zrekonštruovaný interiér Visit Košice Infopoint v **kategórii Interiér**.

Dňa 30.9. vo večerných hodinách sa v rámci vysielania RTVS na stanici 2 odvysielal dokument k nomináciám na cenu CEZAAR 2022. Interiér Visit Košice Infopoint získal 3-minútový priestor na odprezentovanie sa v televíznom dokumente o slovenskej architektonickej tvorbe. V upútavke na reláciu sme tak získali bezplatný reklamný priestor pre pre Visit Košice Infopoint, a teda aj Infopoint a teda aj samotnej destinácie o dĺžke troch minút, pričom cenníková pričom cenníková cena mediálnej hodnoty odvysielania reklamy v tom čase je 3 240,-€. Počas priameho prenosu odovzdávania cien sme v rámci prezentácie dostali priestor o dĺžke 1,30 90 sekúnd, kde by kde by cenníková cena predstavovala sumu 1 620,-€, čo spolu predstavuje sumu 4 860,-€. Sme preto veľmi radi, že takouto natívnou reklamou sa nám podarilo predstaviť destináciu a v neposlednom rade prezentovať kvalitu práce, ktorú vďaka ateliéru DOXA prezentujeme aj návštevníkom Košíc.

## 3.2. Návštevnosť Visit Košice Infopointu

Počas celého roka 2022 sme vo **Visit Košice Infopointe** **privítali spolu vyše 11 tisíc návštevníkov**, z toho väčšina bola zo Slovenska, kde dominoval Košický kraj a **viac ako 26 % návštevníkov bolo zo zahraničia**. Išlo najmä o návštevníkov z Poľska, Českej republiky a Maďarska, no navštívili nás aj cestovateľské páry z Grónska či Japonska.

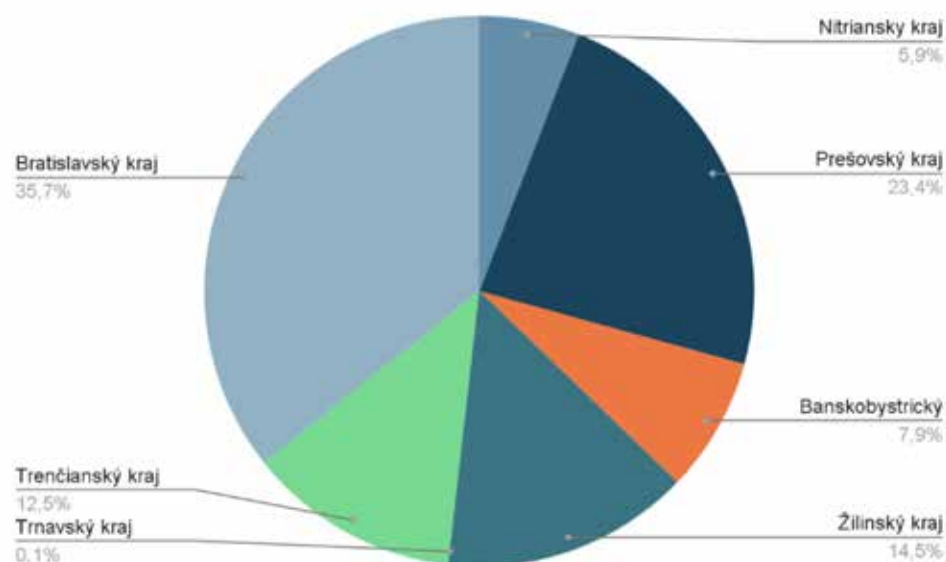
Graf: Návštevnosť Visit Košice Infopointu – zahraniční návštevníci



Spomedzi domácich návštevníkov Visit Košice Infopointu najviac dominovali návštevníci z Košického kraja, kde veľkú časť tvorili aj samotní Košičania, ktorí ho radi navštevujú so svojimi známymi, ale aj práve pre spomenuté lokálne suveníry – sú skvelým nápadom na originálny darček. Po Košickom kraji výrazne dominujú návštevníci z Bratislavského kraja, ktorí Košice objavili počas pandémie, **podľa spätnej väzby aj vďaka realizovaným marketingovým aktivitám Visit Košice**.



Graf: Návštevnosť Visit Košice Infopointu  
– domáci návštevníci mimo Košického kraja



Návštevníkov Visit Košice Infopointu najviac zaujímajú možnosti trávenia voľného času s deťmi či známe košické pamiatky a rovnako ocenili aj jeho nový moderný dizajn. Veľkej obľube sa teší aj multimediálne dielo planet košice 2121 ale aj originálne suveníry s košickým príbehom, ktoré nájdete len vo Visit Košice Infopointe.

## 3.3. Košický detský pas

Až tretina domácich návštevníkov do Visit Košice Infopointu chodí vďaka marketingovým aktivitám dlhodo- bo cieleným na rodiny s deťmi a produktu Košický detský pas, keďže práve tu si malí cestovatelia vyzdvihnú sa- motné pasy, nálepky, odznaky a za navštívené atrakcie získavajú zaujímavé odmeny. **Košický detský pas** sa teší svojej obľube už tretí rok a vo Visit Košice Infopointe na deti čakalo ďalších 10 tisíc kusov rozšíreného vydania toh- to šikovného sprievodcu. Záujem bol opäť veľký. Dokonca viac ako 800 záujemcov využilo aj možnosť objednať si Košický detský pas domov.

Tento rok sme rozšírili Košický detský pas o nové subjekty, aktuálna verzia obsahuje **29 bodov záujmu**. Pre deti sme v súťažiach pripravili množstvo zaujímavých cien od drobných odmien, cez vstupy do atrakcií a zaujímavé balíky odmien pre dobrodruhov. V tomto ročníku sme mali 2 hlavné ceny: pobytový balíček v Hoteli Bankov a v Hoteli Crystal.



## Maskot Buki na cestách

Pred otvorením letnej sezóny sa nám podarilo pre malých turistov pripraviť zaujímavé lákadlo, a to maskota Bukiho. Buki je hlavnou postavičkou celého projektu Košický detský pas, ktorý hrovou formou predstavuje deťom, čo všetko v Košiciach musia zažiť. V mesiacoch júl a august bol maskot Buki na cestách okolo Košíc, počas ktorých navštívil mnohých našich členov. Okrem Hlavnej ulice, kde bolo možné Bukiho stretnúť na prechádzke, potešil malých dobrodruhov pri rôznorodých aktivitách. Jeho kroky smerovali medzi inými na minigolf na Bankove, do Litparku, Steelparku – parku vedy, Miklušovej väznice, na Vyhliadkovú vežu či Detskú železnicu Košice.

Buki taktiež pomáhal kolegom z Cyklo Kiosku, ktorý sa v letných mesiacoch pohyboval po Hlavnej ulici a priľahlých uličkách. Pomohol s rozdávaním Košického detského pasu a odznakov, a v neposlednom rade rozdával deťom úsmevy a objatia.

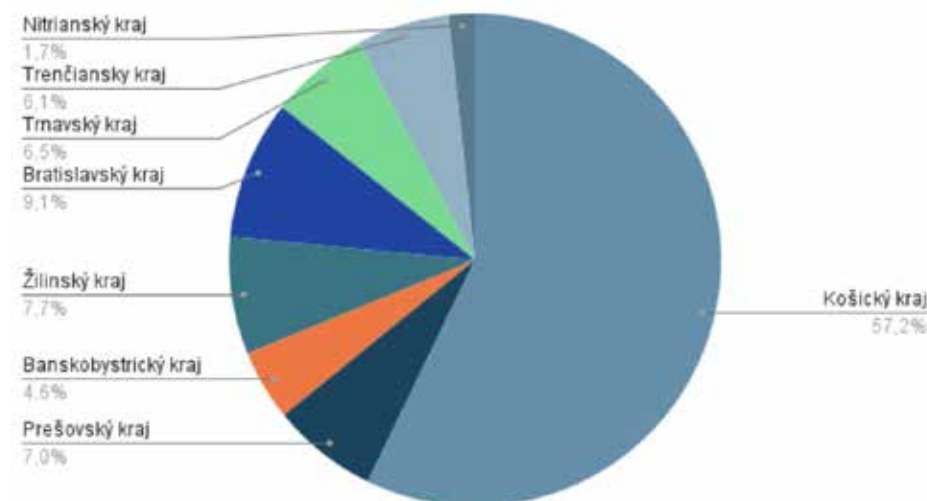
## 3.4. Štatistiky Košický detský pas

Zber dát a následné vyhodnocovanie Košického detského pasu začalo so začiatkom prázdnin v júli 2022. Môžeme povedať, že **sezóna bola veľmi úspešná** a vracajúcich sa malých návštevníkov bolo ešte viac ako v predošlom roku.

### Návštevnosť podľa krajov

Keďže aj Mesto Košice už druhý rok podporilo návštevnosť košických atraktivít tak, že vytlačilo a rozdalo Košický detský pas do škôl a škôlok v Košiciach, nie je žiadnym prekvapením, že najviac návštev sme zaznamenali práve z Košického kraja. Po Košickom kraji sme mali najviac detských návštevníkov z Bratislavského kraja. Mnohí malí návštevníci aj ich doprovod boli veľmi prekvapení, aké sú Košice rozmanité, ucelené a ponúkajú široké možnosti kultúry, umenia, histórie, zábavy a mnoho ďalšieho na tak malom priestranstve, ako je historické centrum mesta.

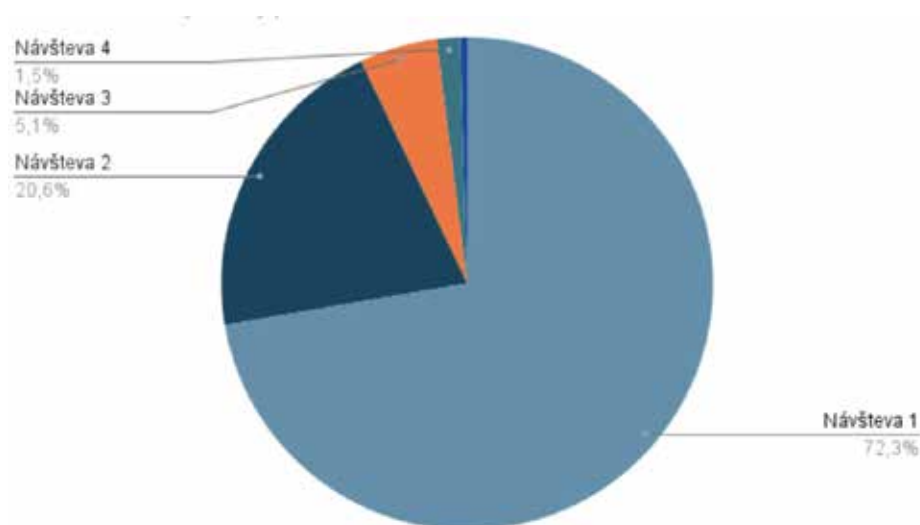
Graf. č. 1 – Košický detský pas – držateľ/a podľa kraja



### Návšteva členských subjektov

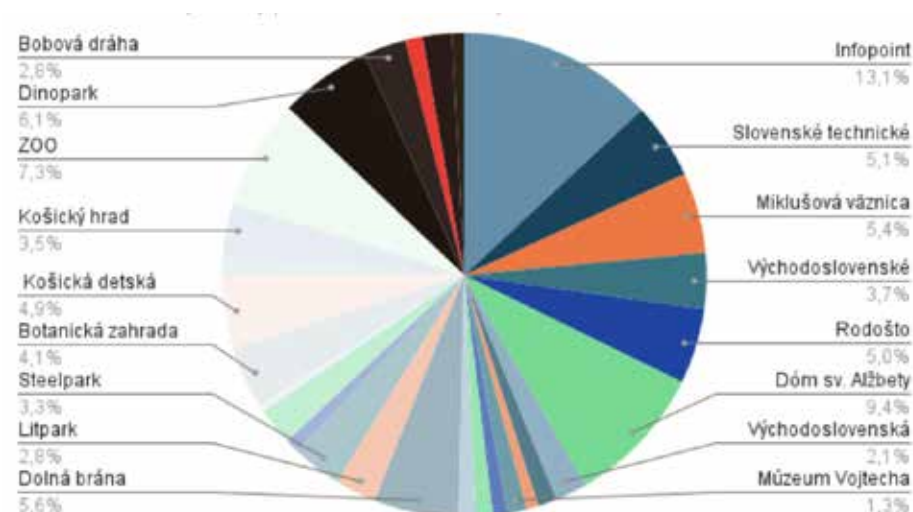
Košický detský pas vznikol aj ako nástroj na podporu návštevnosti našich členov, keďže motivuje deti, aby navštívili čo najviac atraktivít, a preto je pre nás dôležité poznať nielen poradie najobľúbenejších atraktivít – graf č.3, ale aj ako často sa k nám návštevník vrátil po odmeny – graf č.2.

Graf. č. 2 – Košický detský pas



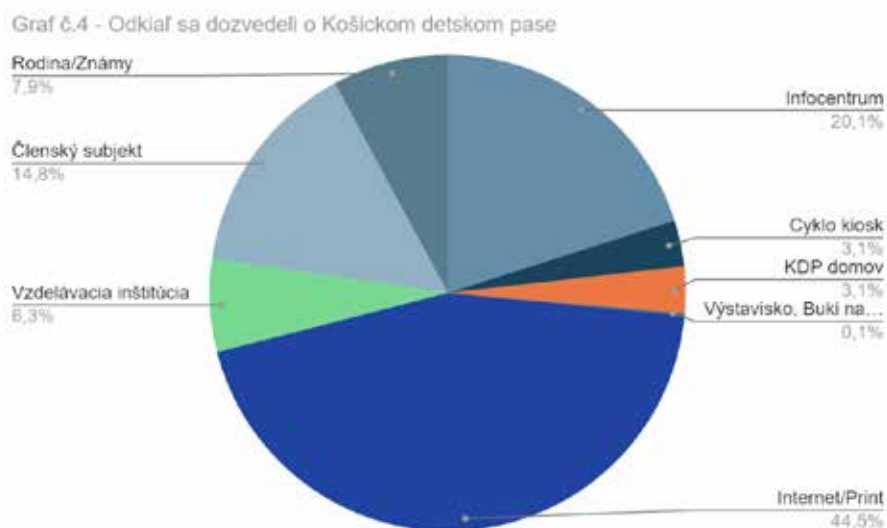


Graf. č. 3 – Košický detský pas  
– Návštevnosť subjektov



Taktiež nás zaujímalo, odkiaľ sa návštevník o nás dozvedel. Ako je možné vidieť v grafe č.4, najväčší úspech má stále online priestor, respektíve tlačенá propagácia.

Graf. č. 4 – Odkiaľ sa dozvedeli  
o Košickom detskom pase



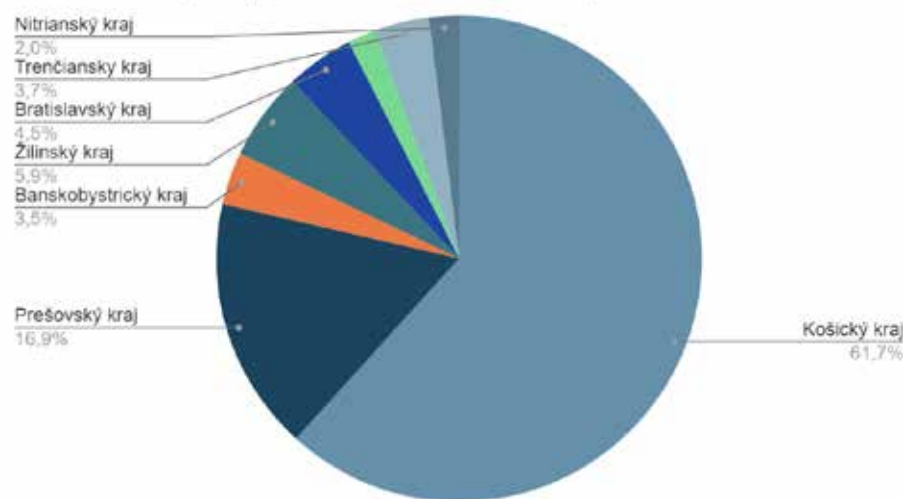
Detský návštevník za svoju návštevu našich členských subjektov k tomu všetkému u nás vo Visit Košice Infopointe získal mnoho cien ako funkčné a praktické pršíplášte, slnečné okuliare alebo niečo pre zábavu, ako napríklad šarkana, omaľovánku, alebo farbičky. Deťom sme sa snažili aj u nás vo Visit Košice Infopointe pripraviť zábavu, niečo ich naučiť o Košiciach a jednotlivých členských subjektoch. Samozrejmosťou v roku 2022 bolo aj fotenie s maskotom Košického detského pasu – Bukim, čo malo veľký úspech u malých návštevníkov.



## Košický detský pas domov

Aby sme sa priblížili k deťom, ktorých rodičia alebo starí rodičia len plánujú prísť k nám do Košíc, už druhú sezónu realizujeme aj aktivitu Košický detský pas domov. Na základe vyplnenia formuláru posielame Košický detský pas po celom Slovensku. V nasledujúcich grafoch je prehľad o tejto aktivite.

### Graf. č. 5 – Košický detský pas domov – rozdelenie podľa krajov



Na rozdiel od od reálnej návštevy detského návštevníka s Košickým detským pasom – graf č.1, ak sa jedná o zaslanie Košického detského pasu domov, hneď po Košickom kraji vedie Prešovský kraj. Celkový počet poslaného Košického detského pasu bolo v tomto roku 1 292 s odznakom Dobrodruh začiatovník a mapou historického centra, aby si dieťa spolu s rodičmi ešte pred návštevou vedelo naplánovať dni a trasy kadiaľ budú putovať, a personalizovaný pozdrav od Bukiho.

## Celkový počet rozdaných Košických detských pasov v roku 2022 bolo vyše 9 000.

### Ostatná distribúcia

Mnoho Košických detských pasov bolo distribuovaných cez naše členské subjekty, vďaka aktivite pod názvom Buki na cestách, na medzinárodných veľtrhoch, v turistických informačných centrách a aquaparkoch po celom Slovensku a samozrejme vo Visit Košice Infopointe a na Hlavnej ulici vďaka Cyklo Kiosku ktorý fungoval od apríla do októbra nepretržite v závislosti od počasia.





## 3.5. Cyklo Kiosk

Od začiatku júla, Visit Košice Infopoint poskytoval informácie aj priamo v uliciach mesta Košice, prostredníctvom Cyklo Kiosku a pracovníkov Visit Košice Infopointu. Ponúkali sme rôzne propagačné materiály našich členských subjektov, trhacie mapy centra mesta, sakrálné mapy a Košické detské pasy.

V priebehu letných mesiacov od mája do októbra sa realizovalo 38 prehliadok v 4 jazykoch: slovenčina, angličtina, nemčina a maďarčina. Najväčší záujem bolo prehliadku historického centra mesta Košice v trvaní 1,5 hodiny alebo 2,5 hodiny.

## 3.6. Rozširovanie konceptu Visit Košice Infopoint

### Nové vizuálne prvky

V spolupráci s ateliérom DOXA a grafickým štúdiom Midfield sa nám v tomto roku nám podarilo zjednotiť vizuálne prvky v našom Visit Košice Infopointe, ktoré korešpondujú s vizuálnou identitou Visit Košice. Pripravili sme samostatný dizajn manuál, ktorý okrem šablón obsahuje vlastné prvky pre Visit Košice Infopoint, logo, textové a vizuálne prvky ako aj popisy k suvenírom, cenovky k suvenírom, polepy na okná, otváracie hodiny či svetelné označenie. Dokončili sme finálnu podobu totemu spolu s bočnými displejovými panelmi a osadili sme vrchnú časť totemu, ktorá má vizuálne pripomínať bodku na písmene „i“. Na propagovanie členských podujatí sme v priestoroch TIC nainštalovali veľkú obrazovku, na ktorej sa budú premietat upútavky na aktuálne podujatia či ďalší propagačný video materiál z našej video banky.

### Debarierizácia

Z dôvodu debarierizácie a priblíženiu sa návštevníkovi sa v našom Visit Košice Infopointe nachádza nielen nájazdová rampa a iné debarierizačné prvky, ale aj pred vstupom do Visit Košice Infopointu sme umiestnili informačnú tabuľu pre zdravotne znevýhodnených s asistenčným zvončekom pre privolanie pracovníka na pomoc prívstupe.. Taktiež z dôvodu mnohých multimediálnych prvkov sa tu nachádza oznámenie o svetelných efektoch, ktoré môžu ohroziť stav epileptikov a fotosenzitívnych osôb.

### Nová rovnošata pre pracovníkov Infopointu

Naši kolegovia dostali nové oblečenie s novým logom organizácie. Oblečenie bolo rozdelené do niekoľkých kategórií, a to oblečenie na reprezentatívne účely, práca vo Visit Košice Infopointe, práca v teréne s Cyklo Kioskem a nakoniec oblečenie, ktoré sa používalo, keď kolegovia boli s naším maskotom Bukim na cestách.

## 3.7. Suveníry

Umelecky kvalitné a hodnotné suveníry, vystavené a predávané vo Visit Košice Infopointe, sú dôkazom živej a pulzujúcej kultúrnej scény a odkazom na titul Európske hlavné mesto kultúry a ocenenie UNESCO Creative City od Media Arts. Aj v tomto roku sme iniciovali u lokálnych umelcov tvorbu nových a kvalitných upomienkových predmetov, pričom reflektujeme aj záujem verejnosti podľa dopytu. Novinkou medzi suvenírmi sú vo Visit Košice Infopointe aj populárne lokálne produkty ako domáce džemy - autor Oskár Szabo, náušnice Swarovski – autorka Zuzana Szabová a prírodné mydlá – autorka Jana Fazekášová. Pripravujeme tiež nové suveníry, a to spoločenskú hru pre deti a omaľovánku s tematikou Košický detský pas.

Najväčší záujem z aktuálne ponúkaných suvenírov vo Visit Košice Infopointe tento rok vzbudili šachy – autor Zuzana Palejová, taktiež tvorba Šrác a čaja – autorka Annamária Digoňová, pohľadnice – autorka Anna Hájková, tričká a tašky Košice – mesto s príbehom s príbehom – autor Svetozár Šomšák, či magnetky – autor Erik Sikora.

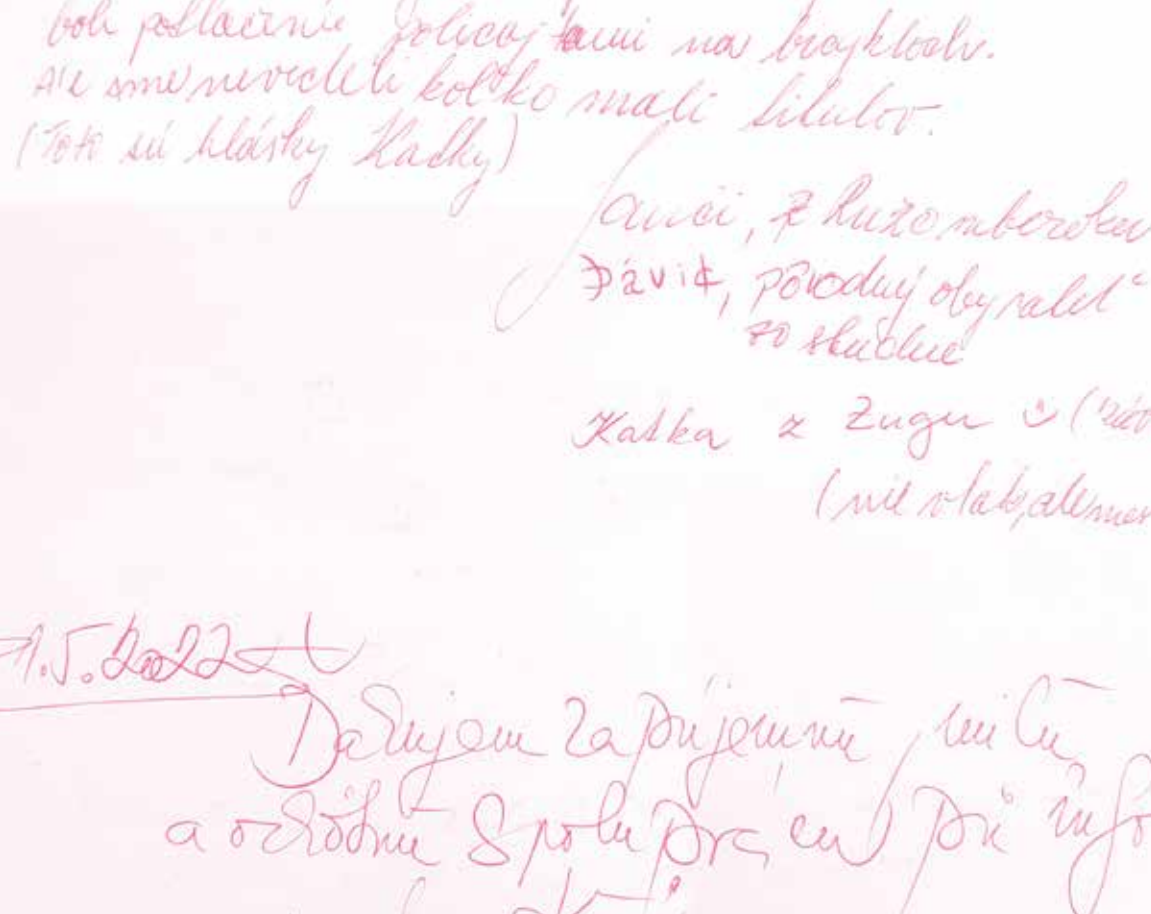
## 3.8. Prehliadky a významné návštevy

V roku 2022 Visit Košice Infopoint vykonával pre 155 návštevníkov prehliadky hlavne v slovenskom a anglickom jazyku. V maďarskom a nemeckom jazyku sa vykonalo 10 % prehliadok.

V tento rok sme hlavne spolupracovali s pánom Kolcunom, pani Karkošákovou a outdoorovým projektom Local Nomad. Každý z našich sprievodcov má svoj identický a unikátny podpis prehliadky a návštevníci mnohokrát vedeli, kohopresne chcú ako sprievodcu.

Najčastejšie zo strany návštevníkov je požiadavka na prehliadku historického centra mesta.

Vo Visit Košice Infopointe sme privítali zástupcov Ministerstva dopravy SR, Slovakia Travel, redaktorov RTVS i predstaviteľov mesta a ich vzácne návštevy.



### Niektoré odkazy z kroniky návštevníkov:

14.08.2022

„Košice sú krásne. Beautiful city. Kracuby”

15.08.2022

„Plzeňáci prijeli objavovať krásy Košíc, Ján a Alžbeta”

„Prinášame pozdrav od Prievidze, je tu čo objavovať, hlavne obdivovať”

„The girl explaining the map way super nice and welcoming!”

01.05.2022

„Ďakujeme za príjemné, milé a ochotnú spoluprácu pri info o meste Košice”



## 3.9. Servis pre členov a medzinárodné podujatia

Súčasťou prác Visit Košice Infopointu okrem reprezentovania mesta Košice bolo aj podporovať, propagovať a poskytovať informácie o našich členských subjektoch, ale nielen o nich.

Každý návštevník mal k dispozícii mapy mesta Košice, v mnohých jazykových variáciách letáky o Košiciach, samozrejmosťou je bedeker a Košický detský pas. Každý jeden materiál, ktorý sme poskytovali vo Visit Košice Infopointe, obsahuje užitočné a praktické informácie o múzeách, galériách, reštauráciách a hoteloch. Nesmíme zabudnúť ani na subjekty, ako je Botanická záhrada UPJŠ či Zoologická záhrada Košice, ktoré sa tešia u našich návštevníkoch veľkej obľube. Historická Detská železnica Košice patrí medzi top 5 najnavštevovanejších atrakcií na základe štatistiky, ktorú si u nás vedíme.

Každý člen má k dispozícii mesačné výstupy návštevnosti Visit Košice Infopointu a štatistiky návštevnosti vybraných subjektov. Tieto dáta nám pomáhajú k správne smerovaniu podpory jednotlivých členov.

Pred začiatkom sezóny a počas nej sme členským, ale aj nečlenským subjektom poskytovali propagačné materiály.

Visit Košice, Visit Košice Infopoint a jeho zamestnanci spolupracovali v roku 2022 s mnohými univerzitami, školami a inými organizáciami nielen Košiciach, ale aj na celom Slovensku. Mnohokrát sme boli oslovení zahraničnými agentúrami, ktoré zabezpečujú štúdium v Košiciach na Univerzite Pavla Jozefa Šafárika v Košiciach, Technickej univerzite v Košiciach alebo Univerzite veterinárskeho lekárstva a farmácie v Košiciach. Taktiež zástupcovia programov Erasmus+ často od nás žiadali podklady o Košiciach. Konferencie, športové udalosti a kultúrne podujatia, ktoré sa u nás organizujú a mali národný a medzinárodný charakter, boli podporované zo strany Visit Košice nielen marketingovo na našej stránke [www.visitkosice.org](http://www.visitkosice.org), ale aj na Instagrame, Facebooku a v online médiách, ako napríklad Denník N.





# 6

## Aktivity na zahraničných trhoch

Medzinárodné veľtrhy výstavy a prezentácie boli v roku 2022 ešte poznačené protipandemickými opatreniami, no aj napriek tomu dosahovali vysokú návštevnosť.

Nakoľko sa v zmysle prioritizácie našich aktivít ako samotná destinácia zameriavame predovšetkým na trhy krajín V4, kde sme ako mesto rozpoznateľné, nechýbali sme na hlavných veľtrhoch v Budapešti, Prahe, Varšave a Bratislave. Vďaka výbornej spolupráci s medziná-

rodnou agentúrou Slovakia Travel sme prezentovali ponuku Košíc aj na vzdialenejších trhoch, ktoré majú potenciál z hľadiska národnej stratégie v týchto krajinách. V neposlednom rade poskytujú skvelé miesto na networking a prehĺbovanie vzťahov.



## EXPO 2020 v Dubaji

Na začiatku februára sme sa zúčastnili pracovnej misie na EXPO 2020 v Dubaji, kde sme dokonca vďaka Slovakia Travel mali príležitosť v priestoroch Slovenského pavilónu prezentovať mesto Košice. Okrem čerpania inšpirácie, napríklad aj k ďalšiemu rozvoju a práci s titulom UNESCO Kreativne mesto mediálneho umenia, bolo naším cieľom aj rozvíjanie vzťahov so zástupcami Slovakia Travel – agentúrou, ktorá zodpovedá za propagáciu Slovenska predovšetkým na zahraničných trhoch.

## Prezentácia Košíc v Budapešti na EHF – Majstrovstvá Európy v hádzanej

Na prelome mesiacov sme sa na základe pozvania zahraničného zastúpenia Ministerstva dopravy a výstavby v Budapešti zúčastnili na EHF Majstrovstvách Európy v hádzanej mužov, kde sme mali možnosť prezentovať Košice a Košický región.

## Online MICE Konferencia

Začiatkom roka sme sa zúčastnili online konferencie zameranej na MICE prezentácie slovenských a ukrajinských firiem. Na podujatí sme sa zúčastnili na základe spolupráce so Slovenskou obchodnou a priemyselnou komorou.

## Utazás Budapešť

V termíne od 3. do 6. marca 2022 sme sa v spolupráci so Slovakia Travel a s KOOR Košice Regió Turizmus **zúčastnili medzinárodného veľtrhu cestovného ruchu UTAZÁS Budapest 2022.**

Tento najväčší veľtrh cestovného ruchu v Maďarsku je určený odbornej aj širokej verejnosti. **Ústrednou témou tohtoročnej výstavy bolo oživenie turizmu a bezpečnosti.** Na veľtrhu sa zúčastnilo takmer **30 tisíc návštevníkov**, čo výrazne predčilo naše očakávania, najmä vzhľadom na stále prebiehajúcu pandémiu COVID-19.

Počas týchto dní sme mali možnosť prezentovať Košice a okolie stovkám potenciálnych návštevníkov, utužiť vzťahy s našimi business partnermi, s účastníkmi infociest a s kolegami z ostatných regiónov Slovenska, nadviazať nové kontakty či poskytnúť informácie a rozhovory zástupcom viacerých maďarských médií.

## Veľtrh Holiday World & Region World Praha 2022

V termíne od 18.3.2022 do 20.3.2022 sme sa v spolupráci s národnou agentúrou pre cestovný ruch, Slovakia Travel, zúčastnili na jubilejnom **30. ročníku veľtrhu cestovného ruchu Holiday World & Region World Praha 2022**. Veľtrh je jednou z najvýznamnejších udalostí svojho druhu v odvetví cestovného ruchu v strednej Európe.

Na tomto veľtrhu sa prezentujú ponuky cestovných kancelárií a ponuky národných turistických centrál. V rámci našich aktivít sa nám opäť podarilo dostať do povedomia Košický detský pas, ktorý sa tešil medzi návštevníkmi vysokému záujmu, zároveň sme **odprezentovali naše mesto stovkám potenciálnych návštevníkov** a predstavili nové letecké spojenie.

## Účasť na veľtrhu ITF SlovakiaTour Bratislava

Medzinárodný veľtrh cestovného ruchu **ITF SlovakiaTour bez čiarky**, sa uskutočnil po ročnej prestávke v dňoch 28.4.2022 až 1.5.2022 v Incheba Expo Aréne. Program dopĺňali gastro veľtrh Danubius Gastro a obľúbený Autosalon, ktorý niesol podtitul „salon mobility“. Prvé dva dni boli venované predovšetkým odbornej verejnosti, nasledujúce dva sa podujatia zúčastnila široká verejnosť.

Počas účasti na veľtrhu sme ostali príjemne prekvapení z **mnohých pozitívnych reakcií na Košický detský pas**, a to nielen od rodín, ale aj od jednotlivcov, ktorým sme produkt predstavili ako praktického sprievodcu pre cestovanie v Košiciach. Niekoľko návštevníkov už produkt dokonca poznalo vďaka minuloročnej kampani a produkt sa im veľmi páči. V spolupráci s maskotmi Haravara sme tak opäť mohli Košický detský pas rozdať stovkám potenciálnych návštevníkov.

## Prezentácia Košíc na medzinárodnom MICE veľtrhu IMEX Frankfurt

V termíne od 31.5. do 2.6.2022 sa konal medzinárodný veľtrh **IMEX Frankfurt**, ktorý patrí medzi najprestížnejšie MICE veľtrhy vo svete. Tento veľtrh slúži ako platforma pre **B2B stretnutia** pre nákupcov (buyers / visitors a hosted buyers) a poskytovateľov (destinácie a komerčné subjekty). Na veľtrhu bola zastrešená prezentácia našej krajiny prostredníctvom národnej agentúry pre cestovný ruch Slovakia Travel. V rámci destinačných prezentácií pre buyerov boli prezentované aj Košice ako potenciálna MICE destinácia.

Organizácia Visit Košice sa svojou účasťou na tomto projekte zaviazala k rozvoju destinácie v tejto oblasti





a okrem budovania interných kapacít, aj k ďalšiemu prepájaniu zainteresovaných strán, ktoré môžu v tejto oblasti rozvoja nášho mesta prispieť.

## Účasť na Travel News Market v Štokholme

Veľtrh je popredným podujatím v oblasti CR vo Švédsku, ktoré spája zahraničných poskytovateľov a predajcov s nordickým trhom odchodového cestovného ruchu. Je zameraný na odbornú verejnosť, touroperátorov, novinárov / blogerov. Nákupcovia participujúci na podujatí budú prevažne zo sektora voľný čas vo Švédsku, ale takisto z oblasti korporátneho cestovného ruchu. V roku 2022 sa organizátori zamerali aj na nárast účasti zo strany nákupcov z celého severského regiónu so špecifickým zameraním na sektor MICE (Meetings, Incentives, Conventions and Events) pochádzajúcich zo Švédska, Nórska, Dánska a Fínska.

Visit Košice sa na podujatí prezentovalo na stánku Slovenska, zastrešovanom MZV, spolu s KOČR Košice Región Turizmus a potenciálnym záujemcom prezentovalo predovšetkým komplexnú ponuku mesta Košice v oblasti MICE spolu so zážitkovým programom v košickom regióne.

## Prezentácia Košíc na veľtrhu IBTM World Barcelona

IBTM World je popredný celosvetový veľtrh zameraný na MICE, ktorý sa každoročne koná v Barcelone. Cieľom je spájať destinácie a buyerov a inšpirovať ich, aby svojim klientom poskytovali výnimočné destinácie a zážitky. Veľtrh sa konal v dňoch 29.11.–1.12.2022 a zúčastnilo sa na ňom vyše 3000 destinácií a vyše 15 000 odborníkov z vyše 100 krajín z celého sveta. Veľtrh prebiehal formou vopred dohodnutých stretnutí s odborníkmi a nákupcami z rôz-

ných oblastí MICE. Okrem samotných stretnutí na veľtrhu prebehlo 6 destinačných prezentácií pre buyerov, počas ktorých bola prezentovaná aj MICE ponuka v Košiciach prostredníctvom Slovakia Travel.

## Účasť na TT vo Varšave

V dňoch 24.–26.11.2022 sa vo Varšave konal veľtrh cestovného ruchu TT Varšave, ktorého sme sa zúčastnili ako spoluvystavovateľ na stánku Slovakia Travel. Prioritne boli návštevníkmi podujatia domáci návštevníci, ale zastavili sa však u nás aj návštevníci z iných, ako napríklad Izrael, Česká republika, Chorvátsko, Slovinsko či Ukrajina.

Počas účasti na veľtrhu nám oficiálne bolo odovzdané ocenenie za 2. miesto nášho destinačného spotu v poľskej súťaži destinačných videí.



# 7

## Vzdelávanie a budovanie kapacít

Vzdelávaním aktérov v cestovnom ruchu chceme podnietiť rozvoj aktivít a služieb, ktoré majú schopnosť uspokojiť potreby návštevníkov a vytvoriť tak komplexný súbor zážitkov s cieľom predĺženia ich pobytu a zvýšenia ich výdavkov za poskytované služby.

Významom vzdelávacích a sieťovacích aktivít je podporovať aktívny záujem členov o rozvoj destinácie nielen z pohľadu vlastného prínosu, ale aj s ohľadom na celok, čo dopomôže priniesť efektívnejšie výsledky, a tým aj zreteľný rozvoj cestovného ruchu v destinácii. Zvýšime tým atraktivitu destinácie, ktorá bude generovať špecifiká a obraz, na základe ktorého sa stane pre návštevníkov viac lákavou a atraktívnou a podčiarkne Košice ako živé mesto, keďže pre-

dovšetkým ponuka a kvalita služieb podnecuje motiváciu turistov navštíviť Košice a región. V priebehu roka 2022 sme sa zúčastnili na viacerých vzdelávacích programoch, čím sme intenzívne budovali aj naše interné kapacity, zabezpečili sme možnosti vzdelávania pre naše členské subjekty na základe spätnej väzby a s ohľadom na ich potreby, a zdieľali sme informácie o možnostiach účasti na rôznych externých workshopoch či školeniach.

## Webinár k výsledkom prieskumu z 2021 od agentúry 2muse

Na konci januára sme zorganizovali online seminár k výsledkom prieskumu od agentúry 2muse, ktorého hlavnou úlohou bolo opätovne zmapovať aktuálny stav vnímania Košíc ako turistickej destinácie a dopad pandémie ochorenia COVID-19 na správanie cestujúcej populácie na Slovensku.

## Vzdelávacie prednášky agentúry Folk & Milk Studios

V prvom kvartáli roka sme pre členov Visit Košice pripravili sériu vzdelávacích prednášok ktoré prebiehali v dvoch dňoch vo formáte konferencie v priestoroch Tabačka Kulturfabrik. Odborníci z agentúry Folk & Milk Studios ponúkli možnosť naučiť účastníkov,

- ☀ ako sa tvorí komunikačná stratégia,
- ☀ ako tvoriť kvalitný a konzistentný obsah, ktorý buduje značku,
- ☀ ako komunikovať na sociálnych sieťach
- ☀ ako efektívne s obsahom zasiahnuť čo najviac ľudí.

Išlo predovšetkým o praktické informácie, ktoré budú môcť ihneď aplikovať, a priestor bol tiež na krátke konzultácie. Na seminári bola odprezentovaná **stratégia Košice: Živé mesto** a nastavenie komunikačnej stratégie pre najbližšie obdobie. Okrem teoretickej časti boli súčasťou prednášok aj inšpiratívne príklady dobrej praxe a vznikol aj priestor na networking. Vzdelávacej konferencie sa zúčastnilo vyše 60 účastníkov, čo nás veľmi príjemne potešilo.

## Workshop k tvorbe produktov cestovného ruchu

V zmysle prejavenej iniciatívy našou organizáciou o prepájanie aktivít s KOČR Košice Región Turizmus a ostatnými OOCR pôsobiacimi v regióne sme v tomto roku zorganizovali dvojdnový workshop s facilitátorkou Ivetou Niňajovou, ktorý bol zameraný na tvorbu produktov v cestovnom ruchu a vytváranie spoluprác na úrovni KOČR a OOCR.





## Webinár k výsledkom prieskumu V4 od agentúry 2muse

Po pomaly odznievajúcich obmedzeniach na zahraničných trhoch v súvislosti s pandémiou sme zrealizovali spolu s agentúrou 2muse prieskum v Maďarsku, Poľsku a Česku. Súčasťou tejto práce bola aj prezentácia výsledkov pre našich členov prostredníctvom online seminára, kde sme prizvali aj zástupcov Slovakia Travel.

Počas seminára sme sa detailnejšie venovali tomu, aký je potenciál Košíc ako turistickej destinácie v krajinách V4. Taktiež sme sa detailnejšie pozreli na súčasné vnímanie Košíc ako turistickej destinácie v jednotlivých krajinách. Účastníkom sme ukázali, s akými Category Entry Points si v krajinách V4 asociujú Košice a ostatné destinácie. Priblížili sme, aká je znalosť Košíc v krajinách V4, a ktoré sú konkurenčné destinácie Košíc v Českej republike, Maďarsku a Poľsku.

## Vzdelávací workshop v oblasti gastronómie

V dňoch 14.–15.6.2022 sme pre všetky členské subjekty pôsobiace v komore reštaurácií, kaviarní, vinoték a barov, ale aj komore ubytovacích zariadení a atraktivít, zorganizovali vzdelávací seminár zameraný na rôzne témy relevantné pre tento sektor v spolupráci s českou firmou **100Pro Gastro** zorganizovali vzdelávací seminár zameraný na rôzne témy relevantné pre tento sektor. Rečníkom bol pán **Marek Křovák**, ktorý si pripravil zaujímavú prezentáciu a aktívne zapojil do diskusie všetkých účastníkov seminára.

brand = ja, ja, ja, ja, ja, ja,  
my, ja, ja, ja, ja, ja, ja,



## Akadémia hoteliéra

Vzhľadom na potrebu, ktorá vznikla na poslednom stretnutí komory, sme v mesiaci február 2022 spolu s predsedom komory pripravili **školenie, týkajúce sa procesnej efektivity, GDPR, marketingu, tovaroznalectva, starostlivosti o hosťa, „dokonalého servisu“, a iného.**

V dňoch 28.–29.11.2022 sme spolu s Akadémiou hoteliéra pripravili **školenie v oblasti online marketingu**, ktorý bol pre členov z komory reštaurácií a komory ubytovacích zariadení. Školenie viedol odborník **Samuel Chlpek** a bolo zamerané predovšetkým na marketing a komunikáciu na sociálnych sieťach.

V dňoch 5.–6.12.2022 sme pre našich členov v spolupráci s Akadémiou hoteliéra zorganizovali ďalšie školenie, a to **s odborníčkou na tému Hotelový revenue manažment**. Prvý deň školenia bol venovaný Revenue managementu a druhý deň bol zameraný na Forecasting.

## HORECA konferencia

Kvôli zaujímavému programu a dôležitým témam **HORECA konferencie** počas jesene vo Vysokých Tatrách sme našim členom poskytli možnosť zúčastniť sa tohto podujatia zabezpečením vstupu na konferenciu, čo naši členovia vyhodnotili ako veľmi prínosnú aktivitu.

## Školenie GDPR

V mesiaci august sa uskutočnil vzdelávací seminár zameraný na GDPR, ktorý sme organizovali spolu s **odborníčkou na kybernetickú bezpečnosť Zuzanou Omelkovou**, ktorá realizuje poradenskú, konzultačnú a vzdelávaciu činnosť v tejto oblasti. Cieľom vzdelávacieho seminára bolo zjednotiť pravidlá pre zhotovovanie fotografií a vyhotovovanie ostatných záznamov pre potreby spoločných marketingových aktivít, ale aj poskytnúť členom na mieru šité poradenstvo v tejto problematike.

## Podujatie Spoznajte Visit Košice

Pri príležitosti osláv **10. výročia** a s cieľom vytvoriť **medzisektorový networking** sme koncom júna usporiadali podujatie s názvom **Spoznajte Visit Košice**, kde boli okrem našich členov pozvané aj hotely a reštaurácie, ktoré nie sú súčasťou našich komôr. Účastní boli aj zástupcovia univerzít, klastrov, mesta aj kraja, ktorí majú priamy alebo nepriamy presah s cestovným ruchom. Cieľom bolo prezentovať uplynulé aktivity, dlhodobé ciele a podnietiť diskusiu na ďalší, spoločný rozvoj Košíc ako destinácie.

## Pracovná skupina k pripravovanému produktu EkoKilometre

V decembri 2022 sme zrealizovali prvú pracovnú skupinu k tvorbe nového produktu cestovného ruchu, pracovne nazývaného EkoKilometre. Produkt je zameraný na aktívneho návštevníka Košíc s cieľom zvyšovania počtu prenocovaní. Na participatívnu tvorbu tohto nového produktu bolo oslovených viacero zástupcov členskej základne, ale aj ďalšie subjekty či jednotlivci pôsobiaci v Košiciach v oblasti rôznych športových aktivít.

Aj keď išlo o prvé facilitované plánovacie stretnutie pre zúčastnenú skupinu miestnych destinačných partnerov, získali sme podnetné vstupy pre ďalší vývoj produktu. Záujem miestnych partnerov a ich aktívne zapojenie počas workshopu vytvorilo stabilný základ pre ďalšie pokračovanie v spoločnom plánovaní a realizácii produktu a potvrdilo, že o danú aktivitu je medzi pozvanými destinačnými partnermi záujem. Vo vývoji produktu budeme v spolupráci so zapojenými zástupcami pokračovať aj v roku 2023.



# Pracovná skupina k tvorbe strategických dokumentov OOCR

Počas septembra sme zorganizovali stretnutie pracovnej skupiny zloženej z interných a externých pracovníkov Visit Košice. V zmysle napĺňania hlavného cieľa organizácie, ktorým je zvyšovanie počtu prenocovaní, sa v posledných troch rokoch aktivity Visit Košice upriamili predovšetkým na prácu s potenciálnymi návštevníkmi a návštevníkmi priamo v destinácii Košice. Konceptné nastavenie marketingových aktivít organizácie tak odzrkadľuje intenzívnu prácu so značkou **Košice: Živé mesto**, ktorú sa počas roka 2022 podarilo ukotviť aj do podoby manuálov a marketingových strategických dokumentov. Tento stav umožňuje organizácii zamerať sa tak aj na rozvoj značky **Visit Košice**, ktorej úlohou je okrem zvyšovania počtu prenocovaní prostredníctvom priamej propagácie aj intenzívna spolupráca s aktérmi cestovného ruchu, orgánmi mesta a ďalšími partnermi.

Cieľom úvodného stretnutia k tvorbe ďalších strategických materiálov, ktorého súčasťou bola prezentácia aktuálneho nastavenia marketingových aktivít a spoločný workshop, tak bolo podnietiť spoločnú diskusiu medzi účastníkmi v téme vnímania značiek Visit Košice a Košice: Živé mesto, ich charakteristík, úloh a cieľov.

## Workshop k optimalizácii marketingových kampaní

Cieľom workshopu bolo nadviazať a revidovať doterajšie strategické aktivity predovšetkým v oblasti komunikačnej stratégie a marketingu so zameraním na optimalizáciu, efektívnosť a lepšie nastavenie merania výsledkov. Workshop predstavoval tiež follow up na zrealizované vzdelávacie

aktivity v marci roka 2022 konané v Tabačka Kulturfabrik. Po workshope sme určili témy, ktoré, je potrebné rozvíjať v rámci tvorby strategického materiálu za účelom vytvorenia plánu ďalšieho rozvoja cestovného ruchu a nosných produktov cestovného ruchu spolu s vytvorením plánu monitorovania a vyhodnocovania stanovených ukazovateľov pre udržateľný rozvoj destinácie

1. Brand awareness
2. Engagement
3. Košícký detský pas

Ako aj komunikácia jednotlivých aktivít na členskú základňu.

## Pracovná skupina k jednotnému predaju lístkov

Cieľom pracovnej skupiny, ktorá zasadla v auguste 2022, bolo navrhnúť najoptimálnejšie riešenie pre jednotný predaj lístkov na podujatia, a vstupov do jednotlivých atrakcií. Zámerom bola iniciácia **vzniku jednotného portálu pre destináciu**, kde nielen návštevník či Košičan nájde na jednom mieste všetko, čo sa v meste a okolí deje, ale tak tiež aj organizátor / ka podujatia bude mať prehľad o tom, čo je v danom období už naplánované, alebo či recepčná / ý hotela bude môcť ponúknuť program pre hosťa počas dní jeho pobytu. **Naším hlavným cieľom je pomôcť zvýšiť návštevnosť podujatí a teda aj samotných Košíc.**

Podujatia na webe [visitkosice.org](https://visitkosice.org) sú od začiatku letnej sezóny 2022 nahrávané na dennej báze naším zamestnancom na marketingové účely, aktuálne bez možnosti kúpy lístka. Považujeme ale za nevyhnutné, aby **si potenciálny návštevník dokázal lístok jednoducho kúpiť a nemusel sa orientovať a preklikať vo vyššom počte stránok**, čo uľahčí tzv. cestu zákazníka a umožní rýchlejšie rozhodnutie sa pre kúpu (UX / UI prístup), a teda aj návštevu Košíc.



Pracovná skupina pomohla definovať, ako takýto predaj navrhnuť z dlhodobého funkčného hľadiska aj vzhľadom už na existujúce možnosti (stránky jednotlivých inštitúcií, organizátorov podujatí, ale aj poskytovateľov predaja, akým je napríklad Predpredaj.sk, Ticketware a i.). Záverom pracovnej skupiny bola prezentácia technickej pripravenosti spoločnosti Antik, a teda vzhľadom na to, že obdobné technické riešenie, ktoré by zvládlo naplniť našu požiadavku neexistuje, čakáme na vývoj takéhoto systému zo strany externého dodávateľa. Dočasným riešením je preklik z podujatí na našej stránke priamo na kúpu lístka organizátora.

## Smart Tourism Destinations

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

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

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

Kroky Destination's Journey zahŕňajú okrem iného 5 webinárov venovaných 5 pilierom **Smart Tourism Destinations Toolkit**. Nezávislí experti preskúmajú niekoľko tém, podelia sa o poznatky a trendy a poskytnú príklady spojené s rôznymi štádiami zrelosti destinácií.

V priebehu roka sme absolvovali už 2 webinára, ktoré sme zdieľali aj s našimi členmi, a to na témy:

- ☀ **Vízie a ambície inteligentného cestovného ruchu: vznikajúce stratégie a modely riadenia**

11. novembra 2022

- ☀ **Nechajte sa inšpirovať a získajte nové nástroje: inovatívne technológie a inteligentné riešenia pre cestovný ruch**

17. novembra 2022





# Štatistiky a zber dát

Zber a vyhodnocovanie dát v koherencii so subjektmi pôsobiacimi v cestovnom ruchu sú nevyhnutné pre efektívne fungovanie nielen našej organizácie. Dáta sú z dlhodobého hľadiska dôležité pre nastavovanie aktivít na základe sledovania vývoja trendov v cestovnom ruchu a na prípravu strategických dokumentov a akčných plánov.

Preto aj tento rok Visit Košice medzi svoje kľúčové aktivity radí tvorbu strategických dokumentov, realizovanie prieskumov a získavanie kľúčových data insights pre riadenie rozvoja destinácie cez koncepčný a udržateľný destinačný manažment. V minulých obdobiach sme tvorili a aktívne stále pracujeme s viacerými strategickými analýzami a dokumentmi. Tvorbu týchto dokumentov sme realizovali predovšetkým s ohľadom na chýbajúce dáta a analýzy, podporné materiály, ale aj s ohľadom

na pandémiu COVID-19, počas ktorej bolo náročne tvoriť dlhodobé strategické materiály. Vyberali sme preto také zadania, ktoré majú dlhodobý charakter bez ohľadu na aktuálnu situáciu. Tento rok sme pokračovali v realizácii prieskumov trhu v spolupráci s agentúrou 2muse, pracovali s dostupnými štatistikami, dátami o návštevnosti našich členov, ale dáta o návštevníkoch sme získali o návštevníkoch zo sociálnych médií a prostredníctvom zberu v našom Visit Košice Infopointe.

# Štatistiky a zber dát

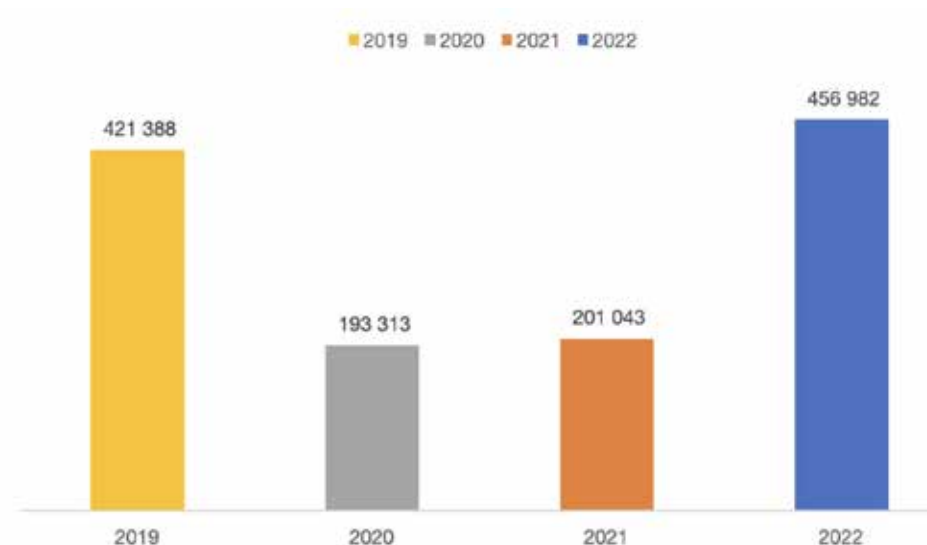
Rok 2022 bol pre mesto Košice z pohľadu cestovného ruchu mimoriadne úspešný. Prevádzkovatelia ubytovacích zariadení neboli v minulosti zvyknutí na silné letné mesiace, Košice boli považované za mestskú destináciu, preferovanú biznis klientelou, ktorá počas letných mesiacov Košice nevyhľadáva. Čísla za rok 2022 však ukazujú, že sa Košice stali atraktívnou dovolenkovou destináciou. Letné mesiace lámali rekordy v porovnaní s globálne najsilnejším rokom 2019. Prekonávanie historicky najlepších čísel pokračovalo dokonca aj po skončení letných prázdnin. K tomu je veľmi dobrou správou aj zvyšovanie priemernej dĺžky pobytu návštevníkov a návrat zahraničných turistov.

## Počet prenocovaní prekonal rok 2019

Na základe evidencie referátu daní a poplatkov Mesta Košice za mesiace júl a august 2022 došlo k nárastu počtu zdanených prenocovaní v letných mesiacoch. Pri porovnaní s rokom 2019 ide o nárast o 30 % a v porovnaní s minulým rokom dokonca o 55 %. Tieto dáta jednoznačne ukazujú, že sa Košice profilujú ako miesto vhodné aj na letnú dovolenku skrz svoju širokú škálu možností trávenia voľného času či ako ideálna vstupná brána do regiónu.

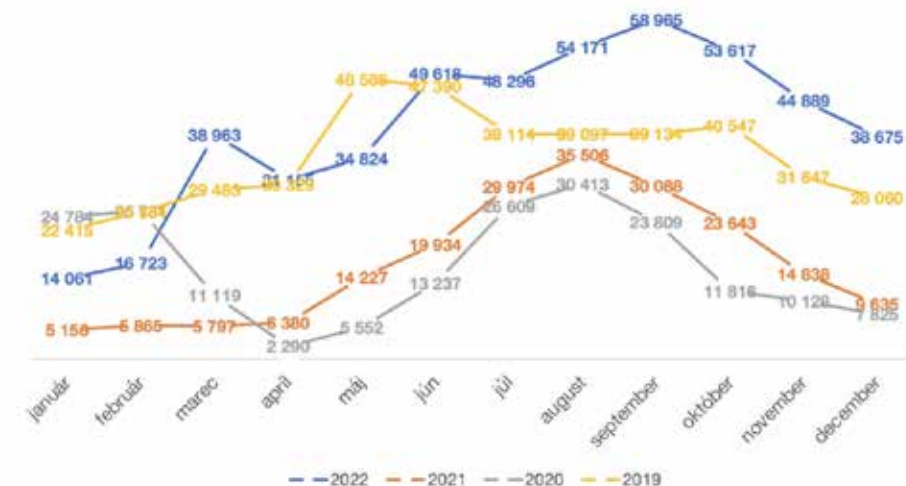
V porovnaní s referenčným rokom 2019 celkový nárast zdanených prenocovaní v roku 2022 je až o 15 %.

## Počet zdanených prenocovaní celkom



Graf č. 1. Celkový počet zdanených prenocovaní za roky 2019 až 2022 (Zdroj: Magistrát mesta Košice)

## Vývoj prenocovaní v Košiciach za uplynulé 4 roky



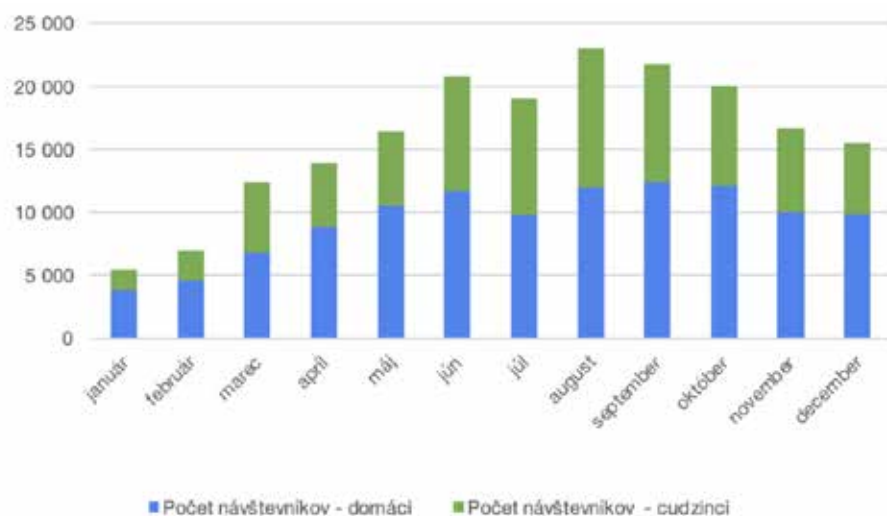
Graf č. 2. Vývoj zdanených prenocovaní za roky 2019 až 2022 (Zdroj: Magistrát mesta Košice)



# Oficiálne indikátory rozvoja CR

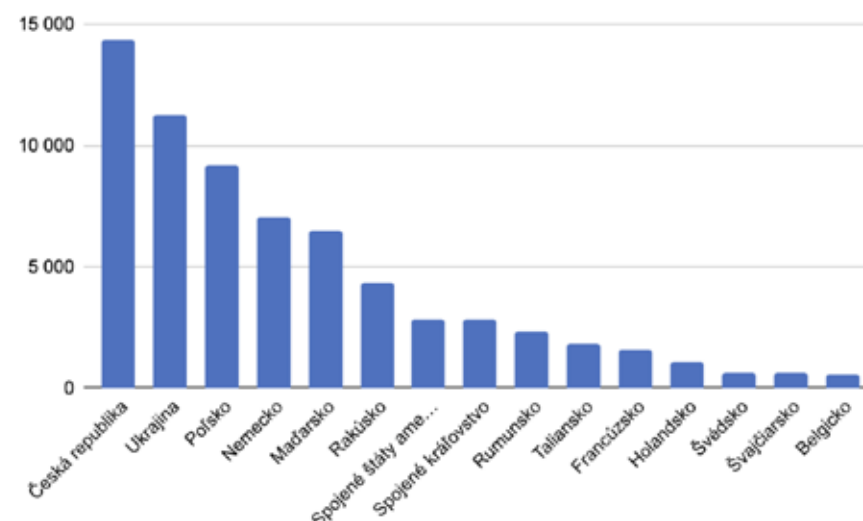
Systematická práca s destináciou ako značkou od roku 2020, práca s dátami, nové produkty cestovného ruchu a následné, správne načasované marketingové aktivity nepopierateľne priniesli výsledky v podobe takmer znásobenia počtu dovolenkujúcich návštevníkov.

## Počet návštevníkov Košíc v roku 2022



Graf č. 3. Počet návštevníkov Košíc v roku 2022 (Zdroj: ŠÚSR)

Podľa dát Štatistického úradu SR z pohľadu celkovej návštevnosti za rok 2022 navštívilo Košice celkom 191 945 návštevníkov, z čoho 112 490 návštevníkov bolo domácich. Zahraničných turistov spolu zo všetkých krajín bolo 79 455, najsilnejším mesiacom bol mesiac august s počtom 22 991 návštevníkov, tesne za ním nasledovali mesiac september s počtom 21 730 a mesiac jún s počtom 20 810 návštevníkov.



Graf č. 4. Návštevnosť podľa krajín – top 15 mimo SR (Zdroj: ŠÚSR)

Leto v Košiciach prinieslo mnoho prekvapení. S otvorením populárnych dovolenkových destinácií sme očakávali výrazný úbytok domácich, prekvapil však návrat zahraničných návštevníkov. Práve zahraniční turisti pre nás predstavujú vyšší priemerný počet prenocovaní – nechávajú si dlhší čas na poznávanie Košíc a blízkeho okolia. Podľa dát Štatistického úradu SR sa len za mesiac august počet zahraničných návštevníkov oproti minulému roku viac ako zdvojnásobil.

## Počet návštevníkov: 191 945

Zahraniční 41%  
Domáci 59%

## Priemerná dĺžka pobytu:

Zahraniční: 1,98  
Domáci: 1,74

# Základné štatistické ukazovatele CR – 2022

	január	február	marec	apríl	máj	jún
Počet všetkých* prenocovaní	41,718	44,755	75,882	65,907	72,608	80,700
"Počet prenocovaní oslobodených od dani"	27,657	28,032	36,919	34,752	37,784	31,082
Počet zdanených prenocovaní	14,061	16,723	38,963	31,155	34,824	49,618
Počet ubytovaných hostí	7,423	11,037	23,226	19,552	22637	24684
Vybraná daň z ubytovania	21,114.00 €	25,120.50 €	57,856.50 €	46,732.50 €	51,870.00 €	62,607.00 €

	júl	august	september	október	november	december	spolu
	61,072	67,385	90,955	92,468	83,802	76,068	<b>853,320</b>
	12,776	13,214	31,990	38,851	38,913	37,393	<b>369,363</b>
	48,296	54,171	58,965	53,617	44,889	38,675	<b>483,957</b>
	22,802	26,562	25,826	24,560	19,964	18,741	<b>247,014</b>
	61,336.50 €	70,882.50 €	73,068.00 €	69,144.00 €	54,333.00 €	42,795.00 €	<b>636,859.50 €</b>

Zdroj údajov: Magistrát mesta Košice

# Porovnanie počtu zdanených prenocovaní 2019, 2020, 2021 vs 2022

	január	február	marec	apríl	máj	jún
Počet zdanených prenocovaní 2022	14,061	16,723	38,963	31,155	34,824	49,618
Počet zdanených prenocovaní 2021	5,156	5,865	5,797	6,380	14,227	19,934
Počet zdanených prenocovaní 2020	24,784	25,731	11,119	2,290	5,552	13,237
Počet zdanených prenocovaní 2019	22,415	25,584	29,483	30,329	48,588	47,390
Nárast / pokles zdanených prenocovaní v roku 2022 v porovnaní s rokom 2019	-37.27%	-34.63%	32.15%	2.72%	-28.33%	4.70%
Nárast / pokles zdanených prenocovaní v roku 2022 v porovnaní s rokom 2020	-43.27%	-35.01%	250.42%	1260.48%	527.23%	274.84%
Nárast / pokles zdanených prenocovaní v roku 2022 v porovnaní s rokom 2021	172.71%	185.13%	572.12%	388.32%	144.77%	148.91%

júl	august	september	október	november	december	spolu
48,296	54,171	58,965	53,617	44,889	38,675	483,957
29,974	35,506	30,088	23,643	14,838	9,635	201,043
26,609	30,413	23,809	11,816	10,128	7,825	193,313
39,114	39,097	39,134	40,547	31,647	28,060	421,388
23.47%	38.55%	50.67%	32.23%	41.84%	37.83%	14.85%
81.50%	78.12%	147.66%	353.77%	343.22%	394.25%	150.35%
61.13%	52.57%	95.98%	126.78%	202.53%	301.40%	140.72%

Zdroj údajov: Magistrát mesta Košice



# Porovnanie vybranej dane za ubytovanie 2019, 2020, 2021 vs 2022

Ukazovateľ	január	február	marec	apríl	máj	jún
<b>Vybraná daň z ubytovania 2022</b>	<b>21,114.00 €</b>	<b>25,120.50 €</b>	<b>57,856.50 €</b>	<b>46,732.50 €</b>	<b>51,870.00 €</b>	<b>62,607.00 €</b>
Vybraná daň z ubytovania 2021	7,741.50 €	8,797.50 €	8,655.00 €	9,570.00 €	17,338.50 €	29,901.00 €
Vybraná daň z ubytovania 2020	37,176.00 €	38,586.00 €	16,678.50 €	3,436.50 €	8,328.00 €	19,855.50 €
Vybraná daň z ubytovania 2019	33,622.50 €	38,376.00 €	44,224.50 €	45,493.50 €	72,882.00 €	71,085.00 €
<b>Nárast / pokles vybranej dane v roku 2022 vs. 2019</b>	<b>-37.20 %</b>	<b>-34.54 %</b>	<b>30.82 %</b>	<b>2.72 %</b>	<b>-28.83 %</b>	<b>-11.93 %</b>
<b>Nárast / pokles vybranej dane v roku 2022 vs. 2020</b>	<b>-43.21 %</b>	<b>-34.90 %</b>	<b>246.89 %</b>	<b>1259.89 %</b>	<b>522.84 %</b>	<b>215.31 %</b>
<b>Nárast / pokles vybranej dane v roku 2022 vs. 2021</b>	<b>172.74 %</b>	<b>185.54 %</b>	<b>568.47 %</b>	<b>388.32 %</b>	<b>199.16 %</b>	<b>109.38 %</b>

júl	august	september	október	november	december	spolu
<b>61,336.50 €</b>	<b>70,882.50 €</b>	<b>73,068.00 €</b>	<b>69,144.00 €</b>	<b>54,333.00 €</b>	<b>42,795.00 €</b>	<b>636,859.50 €</b>
44,976.00 €	53,313.00 €	45,132.00 €	35,443.50 €	21,853.50 €	14,502.00 €	<b>297,223.50 €</b>
39,913.50 €	45,355.50 €	35,658.00 €	17,724.00 €	15,100.50 €	11,737.50 €	<b>289,549.50 €</b>
58,671.00 €	58,646.00 €	58,701.00 €	60,820.50 €	47,470.50 €	42,090.00 €	<b>632,082.50 €</b>
<b>4.54 %</b>	<b>20.87 %</b>	<b>24.47 %</b>	<b>13.69 %</b>	<b>14.46 %</b>	<b>1.67 %</b>	<b>0.76 %</b>
<b>53.67 %</b>	<b>56.28 %</b>	<b>104.91 %</b>	<b>290.12 %</b>	<b>259.81 %</b>	<b>264.60 %</b>	<b>119.95 %</b>
<b>36.38 %</b>	<b>32.96 %</b>	<b>61.90 %</b>	<b>95.08 %</b>	<b>148.62 %</b>	<b>195.10 %</b>	<b>114.27 %</b>

Zdroj údajov: Magistrát mesta Košice

V rámci štatistík Visit Košice bola spomedzi všetkých atraktivít najviac navštevovanou opäť **Zoologická záhrada Košice**. Riaditeľ Erich Kočner na margo ohľadne hlavnej sezóny uviedol: „Hlavnú sezónu 2022 považujem za jednu z najlepších. V roku 2022 k nám prišlo vyše 250 905 návštevníkov. Týmto číslom sa nachádzame na úrovni najúspešnejšieho roku 2019. Keďže sme celoročne otvorení pre verejnosť, návštevnosť sme najmä vďaka dobrému počasiu naštartovali už v prvých dvoch mesiacoch. Musím sa vyjadriť aj k skutočnosti, že sa k nám po dvoch rokoch vrátili školské výlety, čo sa nepochybne odrazilo v mesiacoch máj a jún. Na rozdiel od predchádzajúcich rokov školské skupiny využívali v hojnej miere sprievodcovské a vzdelávacie služby. Leto je u nás vždy dynamické a nebolo tomu inak ani tento rok. Veľkej obľube verejnosti sa tešia naše zážitkové programy, ako je prímestský tábor, Noc v zoo, Deň ošetrovateľom. Najmä v prípade táborov nevieme dokonca uspokojiť všetkých záujemcov,“ zdôraznil. Zoologická záhrada zaznamenala viac zahraničných turistov. Opäť sa tu vrátili najmä maďarskí návštevníci. Stabilne častejšie bolo počuť český jazyk, ale aj poľštinu. Veľa turistov bolo aj z nemecky hovoriacich krajín.

**Medzinárodné letisko Košice** si túto letnú sezónu pochvaľuje taktiež. Počas roka 2022 prešlo bránami Medzinárodného letiska Košice Košice **542 864 cestujúcich**, čo predstavuje nárast o 222 %, respektíve o 374 122 cestujúcich v porovnaní s predchádzajúcim rokom. **Ako jedno z mála letísk v Európskej únii sme sa priblížili k predpandemickej úrovni cestovania v roku 2019, iba o 2,7 % menej cestujúcich.** Na pravidelných linkách bolo prepravených 373 927 cestujúcich, charterové lety využilo 165 280 dovolenkárov a lety všeobecného letectva 3 657 cestujúcich. Cestujúci mohli počas celého roka cestovať na pravidelných linkách do 10 destinácií s 5 leteckými spoločnosťami – Austrian Airlines, LOT Polish Airlines, Eurowings, Ryanair a Wizz Air. Vďaka jednému prestupu tiež mohli priletieť návštevníci z viac ako 300 destinácií z celého sveta. Skvelou správou je aj výrazne lepšia cenová dostupnosť týchto medzinárodných letov v porovnaní s blízkou Budapešťou. Cestovné kancelárie ponúkali počas letnej sezóny odlety z Košíc do 10 destinácií v 7 krajinách.

**K samotnej návštevnosti Košíc výrazne prispeli aj kultúrne a športové podujatia**, ktoré sa do mesta vrátili, alebo vznikli úplne nové, nakoľko mnoho z organizátorov nezaháľalo a pandemické obdobie využili na tvorbu nových formátov,

ktoré im rok 2022 dovolil realizovať už v plnej miere bez akýchkoľvek obmedzení v návštevnosti. Výbornou správou je aj návrat MICE do Košíc, nakoľko sa vo výraznej miere prinavrátili aj B2B podujatia vo forme konferencií, workshopov a biznis stretnutí.



# Realizovaný prieskum agentúrou 2muse pre krajiny V4

Agentúra 2muse vypracovala prieskum **potenciálu Košíc v krajinách V4**, ktorý slúži ako podklad pre vypracovanie komunikačnej stratégie Košíc ako turistickej destinácie atraktívnej pre zahraničného návštevníka. Z výskumu vyplýva viacero zaujímavých aj neočakávaných záverov.

## Hlavné ciele prieskumu

1. Identifikovať Category Entry Points kategórie turistických destinácií na Slovensku a Košíc v zahraničí

2. Zistiť znalosť Košíc, spoznať konkurenčné destinácie Košíc v Českej republike, Maďarsku a Poľsku

3. Zistiť, s akými Category Entry Points si v krajinách V4 asociujú Košice a ostatné destinácie

4. Spoznať súčasné vnímanie Košíc ako turistickej destinácie v jednotlivých krajinách

## Vnímanie Košíc cez Category Entry Points

☀️ Poliaci a Maďari sú voči Košiciam ako novej destinácii na mestskú dovolenku nastavení veľmi pozitívne.

☀️ Košice patria medzi top-of-mind slovenské destinácie na mestskú turistiku len u Maďarov.

☀️ Česi a Poliaci potrebujú zvýšiť povedomie o destinácii.

☀️ Česi majú od Košíc najvägnejšie očakávania, pri hodnotení Category Entry Points sa ku Košiciam stavajú mierne skepticky, preto by upriamenie sa na túto cieľovú skupinu bolo finančne i časovo najnáročnejšie.

## Vnímanie Košíc – návštevníci

☀️ Košice najviac navštevujú Maďari, no najpozitívnejšiu stopu zanechávajú u Poliakov.

☀️ Košice už navštívila takmer štvrtina cestujúcich Čechov a Poliakov a vyše 40 % Maďarov.

☀️ Košice naplnili očakávania svojich návštevníkov z V4 v ponuke historických a technických pamiatok a do istej miery aj prírodných krás.

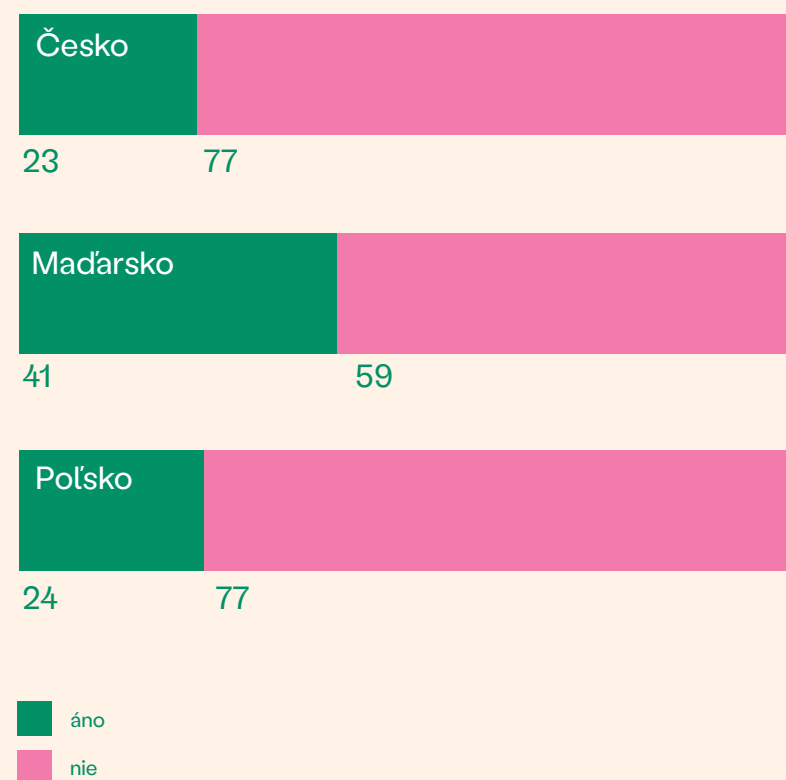
☀️ Hlavne u návštevníkov z ČR a čiastočne aj HU sa potvrdzuje, že mestská turistika sa momentálne stále koncentruje na atrakcie v centre mesta a veľká časť z toho, čo Košice ponúkajú, ostáva nezažitá.



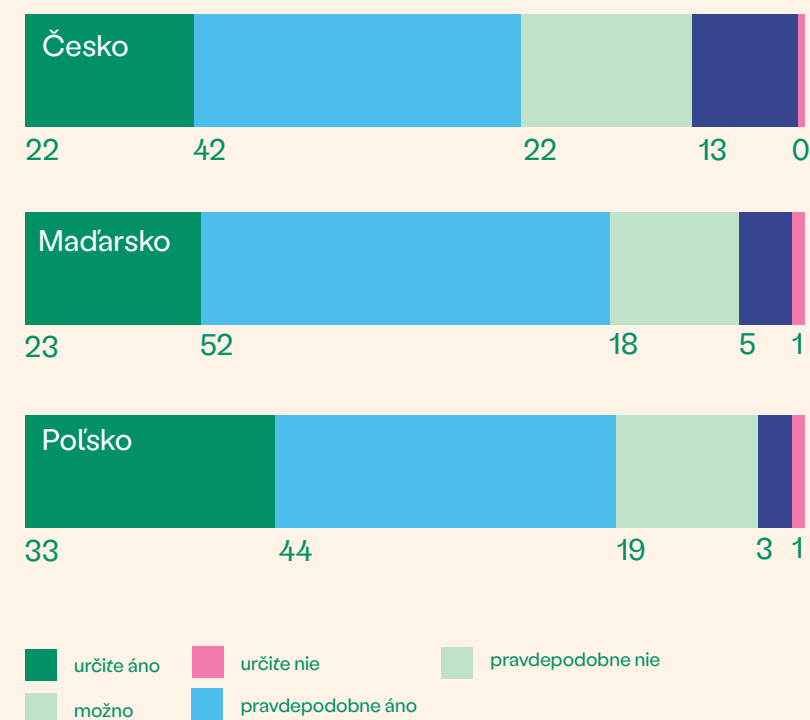
# Návštevníci Košíc – porovnanie krajín

Košice sú destináciou, ktorú spomedzi sledovaných krajín najviac navštevujú Maďari, no najpozitívnejšiu stopu zanechávajú u Poliakov. Celkovo možno skúsenosť s návštevou Košíc u všetkých krajín hodnotiť ako veľmi pozitívnu.

## Návšteva Košíc v minulosti



## Odporúčanie Košíc ako dovolenkovej destinácie





## Projekty a administratíva

Ako každý rok, aktivity našej organizácie sú prevažne realizované cez projekt štátnej dotácie, ktorý zostavujeme na základe priorít a odporúčaní od Ministerstva dopravy Slovenskej republiky. V tomto roku sme po prvýkrát v histórii organizácie realizovali aj aktivity financované zo zdrojov EÚ. Aktuálne je organizácia úspešne zapojená v 3 medzinárodných projektoch a pracujeme na zapájaní sa do ďalších medzinárodných konzorcií za účelom posilnenia postavenia aj v Európskych štruktúrach cestovného ruchu.

Nakoľko v zmysle charakteru našej organizácie pracujeme prevažne s verejnými zdrojmi, tie v značnej miere prispievajú k výraznému zaťaženiu časového fondu našich zamestnancov.

Naša práca zahrňa administratívne činnosti, ktoré majú charakter kontroly, systematizácie, archivácie; veľkú časť našej agendy tvoria tiež prípravy, realizácie a vyúčtovania projektov.

## 9.1 Spolupráca s odborníkmi

Vzhľadom na profesionalizáciu organizácie a zabezpečenie napĺňania právnych náležitostí spolupracujeme s **advokátskou kanceláriou Brösl & Čentík**, ktorá promptne reaguje na naše požiadavky ako aj s **auditorskou firmou GemerAudit spol.s.r.o.**, ktorá má 25-ročné skúsenosti s vykonávaním auditu v súlade s platnou slovenskou legislatívou a medzinárodnými auditorskými štandardmi. Táto auditorská firma nám taktiež poskytuje poradenstvo v oblasti účtovníctva a daní.

Taktiež sme v roku 2022 uzatvorili zmluvu s organizáciou pre verejné obstarávanie s ohľadom na zmenu zákona, keď sme museli reagovať na vyplývajúce povinnosti práce s verejnými zdrojmi.

## 9.2 Projekty Štátnej dotácie

15.3.2022 sme podali projekt Štátnej dotácie pre rok 2022 na Ministerstvo dopravy a výstavby Slovenskej republiky v celkovej výške 286 200 € s názvom Smart Košice.

Hlavnými aktivitami projektu boli:

### 1. Marketing a propagácia

- ✱ Edičná a video tvorba v celkovej výške **25 200,00 €**
- ✱ Grafické a kreatívne služby v celkovej výške **33 300,00 €**
- ✱ Výstavy, veľtrhy, prezentácie v celkovej výške **6 300,00 €**

- ✱ Infocesty, fam a press tripy v celkovej výške **6 000,00 €**
- ✱ Nákup mediálneho priestoru, reklamné plochy v celkovej výške **15 000,00 €**
- ✱ Online marketing v celkovej výške **33 236,00 €**
- ✱ Tlač materiálov a propagačných predmetov v celkovej výške **29 164,00 €**
- ✱ Marketingové kampane (Košický detský pas, Živé Košice) v celkovej výške **50 000,00 €**
- ✱ Turistický informačný systém, PR, komunikácia v celkovej výške **10 000,00 €**

### 2. Činnosť TIC / Turistického informačného centra Visit Košice Infopoint

- ✱ Prevádzkové náklady, nájomné v celkovej výške **9 000,00 €**
- ✱ Informačná debarierizácia TIC v celkovej výške **8 500,00 €**
- ✱ Upomienkové predmety podporujúce rozpoznateľnosť lokality v celkovej výške **5 500,00 €**

### 3. Zabezpečenie strategických dokumentov

- ✱ Strategické štúdie zamerané na rozvoj udržateľného cestovného ruchu v celkovej výške **35 000,00 €**
- ✱ Vzdelávacie aktivity zamerané na skvalitnenie a rozvoj destinácie
- ✱ Vzdelávacie aktivity v celkovej výške **20 000,00 €**

Projekt sme vypracovali predovšetkým so zameraním sa na priority a odporúčania zo strany Ministerstva dopravy a výstavby SR ako aj schválením aktivít valným zhromaždením z decembra 2021.



Projekt bol schválený Ministerstvom dopravy SR začiatkom leta v plnej výške. Finančné zdroje nám boli zaslané dňa 08.07.2022 a 07.10.2022 finančné zdroje za kapitálové výdavky – digitálne technológie vo výške 34 000,00 Eur.

Zároveň sme v marci 2022 ukončili čerpanie minulo-ročnej štátnej dotácie – bez nutnosti vrátenia finančných prostriedkov. Prebehla aj príprava vyúčtovania dotácie cez kompletizáciu plnení v internom systéme organizácie. Vyúčtovanie bolo zaslané cez e-Slovensko. Súčasťou vyúčtovania bola tabuľka s 513 dokladmi s detailnými údajmi o platbách, dodávateľoch, účeloch či plneniach jednotlivých objednávok.



## 9.3 Project Cosme: CulTourData

Od januára sme partnerom v medzinárodnom projekte COSME – TOURINN-2020-3-04 GRO / SME / 20 / C / 07: Boosting the uptake of digitalisation, innovation and new technologies in tourism through transnational cooperation and capacity building. Jeho celková výška je 1 148 327,43 €, z čoho priestor na podporu členských projektov, ktoré spĺnia charakteristiku malého a stredného podniku bude až do výšky 70 000 €. Ako napovedá názov projektu, jeho cieľom je podpora digitalizácie, inovácií a nových technológií v cestovnom ruchu prostredníctvom medzinárodnej spolupráce a budovania kapacít. V priebehu roka sme absolvovali okrem pravidelných mesačných online stretnutí aj kick-off meeting v talianskej Matere. Začiatkom septembra sme hostili prvé projektové stretnutie medzinárodného projektu s názvom CulTour data. Projektové stretnutie trvalo 2 dni, počas ktorých sme si s partnermi nastavili ďalšie procesy a pracovné plány na najbližšie obdobie.

## 9.4 Projekt Erasmus+: Off-the-beaten-track

V roku 2021 sme vďaka vzniknutej medzinárodnej spolupráci na projekte TraCEs získali aj ďalší projekt, tentokrát v schéme Erasmus +, ktorý sa zameriava na posilnenie a zlepšenie zamestnateľnosti dospelých žien v cestovnom ruchu s ohľadom na dôsledky pandémie. Podobne ako projekt CulTourData, aj v tomto projekte budeme prepájať cestovný ruch, trvalo udržateľný rozvoj a kreativitu (Akčný plán UNWTO, 2010). Hlavné aktivity projektu budú založené na vzdelávaní a mentoringu prostredníctvom podpory vytvárania sietí a inšpirácie medzi ženami rôzneho pôvodu, veku, zemepisnej polohy a kultúr. Celková finančná dotácia projektu pre našu organizáciu je vo výške 27 368 €.

V rámci projektu sme sa zúčastnili prvého stretnutia s partnermi projektu v Taliansku. Druhé pracovné stretnutie sa uskutočnilo začiatkom septembra v Košiciach. Okrem práce na projekte sme zahraničným partnerom ukázali aj niektoré subjekty a pamiatky mesta.

Oba projekty vyžadujú aj spolufinancovanie aktivít do stanovenej výšky, ktoré budú kryté najbližšie dva roky z vybraných členských príspevkov.

## 9.5 Vyžiadanie dokladov z mesta

Dňa 01.08.2022 sme zaslali na mesto žiadosť o zmenu modelu spolupráce, kde sme navrhli nový model budúcej spolupráce a prehodnotenie určovania výšky členského príspevku obce – mesta Košice v tejto štruktúre:

- ✱ aktuálna výška rozpočtu potrebného na prevádzku organizácia: 350 000,00 €
- ✱ rozvoj a tvorba nových produktov cestovného ruchu: 50 000,00 €
- ✱ podpora kľúčových malých podujatí: 50 000,00 €
- ✱ podpora veľkých podujatí: 150 000,00 €

Vďaka tomuto kroku sme chceli udržať kontinuitu činnosti organizácie, ale aj spoločne získať pre mesto Košice financie zo štátnej dotácie MD SR, ktoré by mohli byť použité na ďalší rozvoj destinácie.

Následne 02.08.2022 nám bol zaslaný list z mesta Košice, kde nás žiadali predložiť doklady a informácie za jednotlivé roky 2012–2021 do 24.08.2022, a to nasledovne:

- 1/ Prehľad príspevkov členov OOCR
- 2/ Rozpočet organizácie a zostatky vždy k 31.12.
- 3/ Počet zamestnancov s definíciou úväzku
- 4/ Poskytované dotácie organizáciou Visit Košice
- 5/ Organizovanie vlastných podujatí Visit Košice – rozpočet, náklady, zisk (prípadná strata)
- 6/ Iné zdroje Visit Košice okrem členských príspevkov a štátnej dotácie
- 7/ Záznamy a protokoly všetkých kontrol, ktoré boli vykonané v organizácii, vrátane kontrolných zistení, prijatých opatrení na odstránenie zistených nedostatkov
- 8/ Zoznam, výšku a čerpanie všetkých poskytnutých štátnych dotácií
- 9/ Aktuálny rozpočet organizácie na rok 2022
- 10/ Aktuálny stav zamestnancov
- 11/ Výška odmien členov predstavenstva a dozornej rady za jednotlivé roky
- 12/ Očakávaný zostatok finančného účtu (rezerva) k 31.12.2022
- 13/ Aktuálne projekty a výška ich spolufinancovania
- 14/ Náklady na chod turistického informačného centra v roku 2022 a plán na roky 2023–2025
- 15/ Vyčíslenie minimálnych nákladov (bez chodu turistického informačného centra) na efektívne napĺňanie základného predpokladu OOCR Visit Košice na roky 2023–2025.

Dňa 24.08.2022 sme dodali do podateľne mesta Košice vo viazanej väzbe doklady, ktoré obsahovali vyše 100 strán.

## 9.6 Optimalizácia interného systému

Už tretí rok zabezpečujeme plynulý chod organizácie cez interný systém na riadenie a archiváciu agendy Visiť Košice, ktorý bol vytvorený IT procesným manažérom. Výhodou tohto systému je zefektívňovanie procesov, ktoré je nevyhnutné mať pod kontrolou aj s ohľadom na množstvo aktivít a foriem financovania v porovnaní s aktuálnou veľkosťou tímu. K základným funkcionalitám systému patrí:

- ☼ Prehľad všetkých finančných operácií a o stave čerpania jednotlivých projektov organizácie v reálnom čase.
- ☼ Možnosť zdieľať všetky informácie o finančnom stave organizácie v rámci pracovného kolektívu.
- ☼ Centralizácia všetkých účtovných dokladov organizácie na jednom mieste (faktúry, bankové pohyby, pokladničné doklady).

### Rozšírenia systému v roku 2022:

- ☼ Zjednotenie vzhľadu sekcie organizácie
- ☼ Prepracovanie užívateľských účtov
- ☼ Možnosť dočasne zablokovat prístup k aplikácii a resetovanie hesla
- ☼ Pridanie upozornení na plochu (nespárované objednávky, chýbajúci doklad k bankovému pohybu,

zmena dokladu v rozpočte)

- ☼ V sekcii Rozpočty – rozšírenie o Kontrolu dokladov v závislosti k ich úhrade a stavu zaradenia v rozpočte s oznámením na ploche
- ☼ Rozšírenie o sekciu Projekty a o sekciu Pracovné zmluvy
- ☼ Pridanie kontroly pracovných zmlúv podľa dátumu ukončenia.
- ☼ Prepracovanie časti Schvaľovanie úhrad – pridaná možnosť zaslania námietky
- ☼ Pridanie automatickej kontroly prítomnosti plnenia pri vybraných dokladoch
- ☼ Rozšírenie o sekciu Pracovné cesty
- ☼ API na Štatistický úrad, Google Maps, Google Calendar
- ☼ Finančná kontrola pracovnej cesty s kontrolou dokladov
- ☼ Upozornenie na neskontrolovanú pracovnú cestu v sekcii Upozornenia
- ☼ Upozornenie na nezaevidovaný cestovný príkaz v sekcii Upozornenia
- ☼ Rozšírenie o sekciu Pripomienky možnosť zdieľania pripomienky medzi užívateľmi a rozšírenie o sekciu Výkaz práce
- ☼ Pridanie API rozhrania na externú mobilnú aplikáciu
- ☼ V sekcii Pracovné výkazy pridaná možnosť evidencie nadčasov
- ☼ Prepracovanie upozornení na ploche do prehľadnejšej podoby [MOU1]

Tým sme reagovali nielen na odporúčané nápravné opatrenia, ktoré vyplynuli z kontroly ÚHK, ale taktiež aj na pribúdajúcu agendu, ktorá je pre náš, o polovicu menší tím, veľmi náročná pre udržanie nízkej chybovosti a sledovania úloh a zákonných povinností.



# 10

## Spolupráce

Dôležitou súčasťou našich činností na každodennej báze je aj podpora spolupráce s členmi, potenciálnymi členmi, organizátormi podujatí, ale tiež podpora a rozvoj sektorovej a medzisektorovej spolupráce.

Sieťovanie s aktérmi cestovného ruchu je nevyhnutnou súčasťou vytvárania nových spoluprác, ale aj prehĺbovanie tých existujúcich. Vo Visit Košice sa preto neustále snažíme zlepšovať stretnutia medzi našimi členmi, zefektívňovať vzájomnú komunikáciu a prichádzať

s novými príležitosťami. Zároveň je našou prioritou aj tvorba národných a medzinárodných spoluprác v rámci cestovného ruchu, aby sme mohli destinačný manažment zastrešený našou organizáciou posúvať stále na vyššiu kvalitu, ktorá sa odráža v riadení našich aktivít.



sa konali individuálne, v rámci profesných komôr, alebo ako networkingové a vzdelávacie podujatia pre všetkých členov. Spätná väzba od členov na realizované aktivity bola veľmi pozitívna s dôrazom na dôležitosť sieťovania a vzájomného prepájania aktivít.

### Rozširovanie členskej základne

Nakoľko aj v prvej polovici roka 2022 pretrvávali obmedzenia v cestovnom ruchu, stratégiu na získavanie nových členov sme nemali ambíciu a ani kapacity realizovať. Práve aj z toho dôvodu nás veľmi potešilo, keď podobne ako minulý rok v priebehu roka začali pribúdať nové žiadosti o členstvo. Tento prirodzený záujem nových subjektov pramení predovšetkým v úspešnosti produktu Košický detský pas, ktorého sa chceli stať súčasťou, a zo samotných marketingových a PR aktivít v nadväznosti na stratégiu Košice: Živé mesto, v ktorých mnohí súčasní a aj noví členovia videli veľkú pridanú hodnotu. Viacerí taktiež veľmi ocenili existenciu a rozširovanie novej obsahovej banky a prítomnosť tvorcov obsahu (fotografa, kameramana) na ich podujatiach. V nemalej miere k prirodzenému záujmu o členstvo prispeli aj vzdelávacie, strategické a networkingové stretnutia, ktoré organizujeme. Veríme, že aj budúci rok nadviažeme na podobný záujem o členstvo.

## 10.1. Spolupráce

### Starostlivosť o členskú základňu

Aj v roku 2022 sme členskú základňu informovali o dôležitých informáciách a novinkách prostredníctvom pravidelného newslettera. Naším cieľom bolo prioritne sprostredkovať členom užitočné príležitosti – či už projekty, grantové výzvy, možnosti vzdelávania prostredníctvom rôznych seminárov, prednášok, kurzov, školení či účasti na konferenciách. Taktiež sme pravidelne informovali členské a partnerské subjekty o uskutočnených a plánovaných aktivitách OOCR Visit Košice, vybraných aktivitách členských subjektov, dôležitých aktualitách v meste i o novinkách a trendoch vo svete cestovného ruchu. Okrem toho sme pokračovali podľa vzoru z minulého roka v systematickej práci s členskou základňou prostredníctvom riadených telefonátov za účelom výmeny informácií. Uvoľnenie protipandemických opatrení dovolilo organizovať aj množstvo osobných stretnutí, ktoré





Visit Košice svojim členom poskytuje predovšetkým vzdelávanie, zber a vyhodnocovanie dát, marketing a propagáciu, prístup ku kvalitnému obsahu, sieťovacie aktivity a tvorbu pracovných skupín pre participatívny rozvoj cestovného ruchu v destinácii.





## ANTIK Telecom

V priebehu roka sme mali niekoľko pracovných stretnutí so spoločnosťou Antik. Podarilo sa nám úspešne implementovať vzájomné API na vymieňanie dát medzi naším webom a softvérom, ktorý distribuuje všetky aktuálne informácie aj priamo do zariadení Antiku. Či už ide o digitálne signage (reklamné plochy) umiestnené v meste Košice alebo samotnú Smart TV. V tejto spolupráci sme mali za cieľ bezplatne dostať informácie o tom, čo sa v meste deje, aj ku samotným Košičanom. Druhou časťou aktivity, keďže nemáme vedomie o inej spoločnosti, ktorá by podobné technologické riešenie ponúkala, bolo motivovanie Antiku a zároveň členov, aby vznikla digitálna platforma, ktorá by umožňovala zjednocovať predaj lístkov priamo cez náš destinačný web. Spoločnosť Antik sme zároveň oslovili, aby sa stali našim členom v komore Medzisektorové spolupráce.

## KOCR Košice Región Turizmus

V priebehu roka dochádzalo k priebežnej výmene informácií medzi našou Krajskou organizáciou cestovného ruchu Košice Región Turizmus a Visit Košice. Aj napriek tomu, že sa nám podarilo prepojiť časť aktivít, akými sú infocesty a veľtrhy, stále pracujeme na tom, aby sme spoločných aktivít mali viac. Súčasťou rozširovania spolupráce bol aj nami organizovaný workshop k lepšiemu prepojeniu sa členov KOCR KRT pri tvorbe nových produktov cestovného ruchu. Taktiež v spolupráci s KOCR KRT a ich turistickým informačným centrom sme si navzájom distribuovali Košický detský pas a my ich Haravarník, ako aj iné tlačoviny o destinácii a kraji.

## Fakulta BERG Technickej univerzity v Košiciach

V spolupráci s fakultou BERG TUKE sa počas roka zúčastňujeme blokovej výučby pre študentov záverečných ročníkov odboru geoturizmus, kde sme pripravili prednášky so zameraním na destinačný manažment a aktivity organizácie OOCR Visit Košice. Súčasťou tejto spolupráce boli aj individuálne rozhovory so študentmi, ktorých daná tematika zaujala alebo majú záujem pracovať v oblasti destinačného manažmentu. Začiatkom roka sme boli tiež oslovení viacerými študentmi ohľadom konzultácie

diplomových a bakalárskych prác zameraných na cestovný ruch, destinačný manažment a marketing destinácie. Týmto študentom sme poskytli konzultácie a mentoring pri písaní prác. Zapojili sme sa aj do viacerých prieskumov v podobe riadených rozhovorov alebo dotazníkov a poskytli sme im podklady z našich prieskumov, stratégií, štatistík a analýz.

## Asociácia organizácií cestovného ruchu

**Asociácia pracuje na členskom princípe, odborne zastupuje svojich členov a poskytuje im platformu pre výmenu skúseností, praktických poznatkov a osvedčených postupov riadenia zo slovenských aj zahraničných destinácií.** Vďaka členstvu získavame ako organizácia väčší dopad na tvorbu národných politík a stratégií v oblasti cestovného ruchu. AOCR komunikuje na príslušných ministerstvách a štátnych inštitúciách požiadavky a pripomienky aj v mene OOCR, nakoľko sme pred každým stretnutím so zástupcami príslušných orgánov požiadani o podklady – následne sme sme informovaní o výsledku jednotlivých stretnutí. Okrem iného sme spolupracovali aj na príprave novelizácie zákona 91 / 2010 Z.z. Sme zapojení aj do pracovnej skupiny pre prípravu nového systému pre výber daní z ubytovania a zberu dát na príklade Chorvátskeho e-visitors a bolo nám poskytnuté intenzívne školenie pre verejné obstarávanie.

## Slovakia Travel

Národná agentúra na podporu a rozvoj cestovného ruchu Slovakia Travel vo svojom druhom roku pôsobenia intenzívne spolupracuje s organizáciami cestovného ruchu. Úlohou agentúry je zbierať, analyzovať, vyhodnocovať a predovšetkým využívať cenné informácie, ktoré získame aj my od našich členov pri plánovaní aktivít na rozvoj cestovného ruchu. So zástupcami sme rokovali predovšetkým o podpore zahraničných trhov a liniek Medzinárodného letiska Košice. Rovnako tak ale prebehli diskusie o vzájomnom prepojení marketingových aktivít, strategických materiálov, prieskumov trhu a kontinuálnom vymieňaní vzájomného know-how. Nemalým úspechom bolo, že **prvá odborná konferencia národnej agentúry Slovakia Travel sa konala práve v Košiciach, na naše pozvanie čo potvrdzuje výsledky budovania vzťahov a spolupráce na národnej úrovni.**

## Ministerstvo dopravy Slovenskej republiky

V priebehu prvého polroka na nás zástupcovia sekcie pre cestovný ruch mali rôzne požiadavky, od administratívnych, cez zber dát, tvorbu produktov cestovného ruchu, zapojenie do tvorby strategických dokumentov. Pravidelne sme sa zúčastňovali informačno-kooperačných stretnutí so Sekciou cestovného ruchu. Veľká časť aktivít sa sústreďovala na novelizáciu zákona o cestovnom ruchu a na vyúčtovanie minuloročnej štátnej dotácie a prípravu nového projektu. Taktiež sme radi, že pri oficiálnom otvorení Visit Košice Infopointu nás poctila svojou návštevou aj pani štátna tajomníčka Ministerstva dopravy SR Katarína Bruncková, ktorá ocenila našu prácu a podporila nás v pokračovaní v našich aktivitách.

Okrem iného, medzi stálymi partnermi, s ktorými máme nadviazanú kontinuálnu spoluprácu pri rozvoji cestovného ruchu formou propagácie destinácie, tvorbe strategických materiálov či iných aktivít, patria:

- ✿ **Košice IT Valley**
- ✿ **Americká obchodná komora (AmCham)**
- ✿ **Národné podnikateľské centrum Košice (SBA)**
- ✿ **Slovenská obchodná a priemyselná komora (SOPK)**

Všetkým našim členom a partnerom  
preto ďakujeme za skvelú spoluprácu  
počas roka 2022!

## 10.2. Konferencie a stretnutia

### The Smart Tourism Destinations Initiative

Stretnutie The Smart Tourism Destinations Initiative sa uskutočnilo v druhej polovici septembra priamo **na pôde Európskej komisie za účasti piatich eurokomisárov**, ktorí

predstavili zámery Európskej komisie v oblasti cestovného ruchu a rozvoja miest. Okrem samotnej iniciatívy Ministerstvo dopravy Slovenskej republiky

V priebehu prvého polroka na nás zástupcovia sekcie pre cestovný ruch mali rôzne požiadavky, od administratívnych, cez zber dát, tvorbu produktov cestovného ruchu, zapojenie do tvorby strategických dokumentov. Pravidelne sme sa zúčastňovali na informačno-kooperačných stretnutiach so Sekciou cestovného ruchu. Veľká časť aktivít sa sústreďovala na novelizáciu zákona o cestovnom ruchu a na vyúčtovanie minuloročnej štátnej dotácie a prípravu nového projektu. Taktiež sme radi, že pri oficiálnom otvorení Visit Košice Infopointu nás poctila svojou návštevou aj pani štátna tajomníčka Ministerstva dopravy SR Katarína Bruncková, ktorá ocenila našu prácu a podporila nás v pokračovaní v našich aktivitách.

Okrem iného, medzi stálymi partnermi, s ktorými máme nadviazanú kontinuálnu spoluprácu pri rozvoji cestovného ruchu formou propagácie destinácie, tvorbe strategickým materiálov či iných aktivitách patria:

V rámci Smart Tourism Destinations bol predstavený aj Program digitálnej Európy pre inteligentné mestá a komunity, ale aj Intelligent Cities Challenge. Okrem zástupcov Európskej komisie boli prítomní **aj desiat experti z rôznych krajín EÚ**, ktorí predstavili tie najlepšie postupy a tipy v oblasti riadenia dát v cestovnom ruchu.





## Konferencia Slovakia Travel

Koncom septembra sa v košickej Kunsthalle organizovala 2-dňová konferencia Slovakia travel. Konferencia sa konala v Košiciach vďaka angažovanosti Visit Košice. Na konferenciu boli pozvaní všetci zástupcovia OOCR, KOOCR, AOOCR, SACKA. V priebehu oboch dní boli odprezentované jednotlivé sekcie Slovakia Travel a ich aktivity. Zároveň bol vytvorený priestor na diskusie. Počas prvého dňa bol k diskusii prizvaný aj zástupca Medzinárodného letiska Košice Tomáš Jančuš. Záver konferencie bol venovaný dobrým príkladom z praxe, kde priestor na prezentáciu svojich aktivít získala aj organizácia Visit Košice. Viceprimátor mesta Košice a predseda predstavenstva OOCR Visit Košice Marcel Gibóda predstavil činnosť Visit Košice s prezentáciou našich aktivít s titulom Spoznajte Visit Košice aj s premietaním aktuálneho destinačného videa Zaži živé mesto.

## Konferencia HORECA

V dňoch 17.–19.10.2022 sa v Starom Smokovci konala konferencia **HORECA Future – Proof**. V paneli posledného dňa vystúpila aj riaditeľka Visit Košice, Michaela Podoláková, ktorá hovorila o príkladoch z praxe na tému Spolupráca HORECA a organizácii destinačného manažmentu. Na záver konferencie sa konalo pracovno-metodické stretnutie Ministerstva dopravy a výstavby SR s organizáciami cestovného ruchu za účasti pani štátnej tajomníčky a generálneho riaditeľa sekcie cestovného ruchu..





# 12

## Plánované aktivity

Plánované aktivity  
Za cieľ na ďalšie obdobie  
sme si stanovili pokračovať  
predovšetkým v:

1. **Košice: Živé mesto**

Budovanie jednotnej a rozpoznateľnej  
značky destinácie

2. **SMART Turizmus**

Technologické inovácie, práca s dátami,  
a posilnenie postavenia Visit Košice Infopoint

3. **Participatívny prístup**

Participatívny, udržateľný a koncepčný rozvoj  
destinácie cez stratégie, zber dát, sieťovanie  
a vzdelávanie aktérov CR

Naším zámerom je efektívnejšie vyvíjať aktivity smerujúce k zvýšeniu počtu návštevníkov a k predĺženiu ich pobytu, tvoriť zastrešujúci marketing, koordinovať a komunikovať aktivity jednotne a sústrediť sa na tvorbu a podporu komplexných a dlhodobých udržateľných produktov CR. Pokračovať v budovaní nadnárodne rozpoznateľnej značky destinácie, zbierať dáta a vyhodnocovať ich vo vzájomnej koherencii s členmi, odborníkmi a inými subjektmi, pracovať na strategických a koncepčných materiáloch, a vzdelávať aktérov cestovného ruchu a tým budovať kapacity a zvyšovať kvalitu ponuky za účelom nastavenia opatrení a aktivít pre udržateľný rozvoj cestovného ruchu v Košiciach.

Vzhľadom k tomu, že takmer všetky naše aktivity sú financované zo zdrojov štátnej dotácie, hlavné ciele pre ďalšie obdobie boli stanovené vzhľadom na odporúčania a stanovené prioritné oblasti od Ministerstva dopravy SR, a to na:

### 1. Posilnenie reputačného pozicioningu a znižovanie mentálnej bariéry v dostupnosti destinácie a to najmä cez:

- ✱ koncepčná realizácia marketingovo-komunikačných aktivít cez PR, udržiavaciu, aktivačnú, produktovú, brandovú a obsahovú kampaň
- ✱ skvalitnenie obsahu na destinačnom webe cez pravidelnú tvorbu a propagáciu zrozumiteľného a kvalitného obsahu o destinácii
- ✱ rozširovanie destinačných webstránok a printových materiálov o jazykové mutácie
- ✱ komunikácia tematických lokálnych produktov ako Košický detský pas, a podpora tvorby ďalších komplexných produktov CR s cieľom ich zaradenia do celoročnej ponuky
- ✱ propagácia aktivít podporujúcich titul UNESCO Creative City a dostupných UNESCO pamiatok v kraji

### 2. Zavedenie Smart turizmu cez digitálne formy komunikácie a rozvoj ponuky CR a to najmä cez:

- ✱ online kalendár podujatí na destinačnom webe a jeho pravidelná aktualizácia, kalendár je určený nielen návštevníkom, ale aj samotným členom pre lepšie plánovanie podujatí
- ✱ online magazín na destinačnom webe a tvorba digitálneho obsahu o meste s prehľadnou ponukou služieb, voľnočasových aktivít a digitálnou mapou

- ✱ rozširovanie digitálnej obsahovej banky a zabezpečenie jednotného a dostupného obsahu pre členov a stakeholderov mesta

- ✱ zavádzanie digitálnych, analytických a manažérskych nástrojov pre rýchlejšie riadenie a prácu s dátami

- ✱ podpora digitalizácie a debarierizácie služieb a informácií v rámci TIC

### 3. Zvyšovanie kvality poskytovania služieb a podpora produktov a to najmä cez:

- ✱ podpora inovatívneho, udržateľného a inkluzívneho rozvoja cestovného v destinácii prostredníctvom tvorby strategických materiálov, účasti a organizovaní odborných podujatí a prezentácií

- ✱ vzdelávanie aktérov cestovného ruchu a budovanie kapacít cez workshopy a školenia s podporu sieťovania

- ✱ budovanie interných kapacít organizácie, prepájanie s odborníkmi a relevantnými subjektmi na národnej a medzinárodnej úrovni s cieľom zvyšovania profesionalizácie a preberania dobrých príkladov z praxe


- ✱ pravidelný zber dát cez realizáciu prieskumu od dodávateľa certifikovaného ESOMAR a návštevnícke prieskumy cez brigádnicky personál TIC a členské subjekty.

V období neustálych zmien v odvetví cestovného ruchu a vplyvom dlhodobých obmedzení neustále hľadáme nové perspektívy a možnosti rozvoja Košíc ako destinácie. Ďakujeme, že ste toho významnou súčasťou!



# 13

## Účtovná závierka

UZNUJv21_1 Úč NUJ		<b>ÚČTOVNÁ ZÁVIERKA</b> neziskovej účtovnej jednotky účtujúcej v sústave podvojného účtovníctva			
zostavená k <b>31.12.2022</b>					
Daňové identifikačné číslo <b>2023458745</b> IČO <b>42247632</b> SK NACE <b>94.99.2</b>		Účtovná závierka <input checked="" type="checkbox"/> riadna <input type="checkbox"/> mimoriadna <input type="checkbox"/> priebežná (vyznačí sa x)		Mesiac Rok Za obdobie od <b>01.2022</b> do <b>12.2022</b> Bezprostredne predchádzajúce obdobie od <b>01.2021</b> do <b>12.2021</b>	
Priložené súčasti účtovnej závierky <input checked="" type="checkbox"/> Súvaha (Úč NUJ 1-01) (v eurocentoch) <input checked="" type="checkbox"/> Výkaz ziskov a strát (Úč NUJ 2-01) (v eurocentoch) <input checked="" type="checkbox"/> Poznámky (Úč NUJ 3-01) (v celých eurách alebo eurocentoch)					
Názov účtovnej jednotky <b>Visit Košice</b>					
Sídlo účtovnej jednotky Ulica <b>HLAVNÁ</b> Číslo <b>59</b> PSČ <b>04001</b> Obec <b>KOŠICE - MESTSKÁ ČASŤ STARÉ MESTO</b> Telefónne číslo E-mailová adresa					
Zostavená dňa: <b>22.02.2023</b>		Schválená dňa: <b>. . 20</b>		Podpisový záznam štatutárneho orgánu alebo člena štatutárneho orgánu účtovnej jednotky:	

MF SR 2021
Generované z PDF - OMEGA [www.kros.sk](http://www.kros.sk)
Strana 1

Súvaha (Úč NUJ 1-01)

IČO 4 2 2 4 7 6 3 2

Strana aktiv	č.r.	Bežné účtovné obdobie			Bezprostredne predchádzajúce účtovné obdobie
		Brutto	Korekcia	Netto	Netto
a	b	1	2	3	4
<b>A. NEOBEŽNÝ MAJETOK SPOLU</b> r. 002 + r. 009 + r. 021	001	131197,70	45450,43	85747,27	93559,91
<b>A.I. Dlhodobý nehmotný majetok</b> r. 003 až r. 008	002	26000,00	5175,00	20825,00	18361,20
<b>A.I.1.</b> Nehmotné výsledky z vývojovej a obdobnej činnosti 012 - (072+091AÚ)	003				
<b>2.</b> Softvér 013 - (073+091AÚ)	004	26000,00	5175,00	20825,00	
<b>3.</b> Oceniteľné práva 014 - (074 + 091AÚ)	005				
<b>4.</b> Ostatný dlhodobý nehmotný majetok (018+ 019)-(078 + 079 + 091 AÚ)	006				
<b>5.</b> Obstaranie dlhodobého nehmotného majetku (041-093)	007				18361,20
<b>6.</b> Poskytnuté preddávky na dlhodobý nehmotný majetok (051-095AÚ)	008				
<b>A.II. Dlhodobý hmotný majetok</b> r. 010 až r. 020	009	105197,70	40275,43	64922,27	75198,71
<b>A.II.1.</b> Pozemky (031)	010				
<b>2.</b> Umelecké diela a zbierky (032)	011				
<b>3.</b> Stavby 021 - (081 + 092AÚ)	012				
<b>4.</b> Samostatné hnutelné veci a súbory hnutelných vecí 022 - (082 + 092AÚ)	013	105197,70	40275,43	64922,27	25598,71
<b>5.</b> Dopravné prostriedky 023 - (083 + 092AÚ)	014				
<b>6.</b> Pestovateľské celky trvalých porastov 025 - (085 + 092AÚ)	015				
<b>7.</b> Základné stádo a ťažné zvieratá 026 - (086 + 092AÚ)	016				
<b>8.</b> Drobný dlhodobý hmotný majetok 028 - (088 + 092AÚ)	017				
<b>9.</b> Ostatný dlhodobý hmotný majetok 029 - (089 + 092AÚ)	018				
<b>10.</b> Obstaranie dlhodobého hmotného majetku (042 - 094)	019				49600,00
<b>11.</b> Poskytnuté preddávky na dlhodobý hmotný majetok (052 - 095AÚ)	020				
<b>A.III. Dlhodobý finančný majetok</b> r. 022 až r. 028	021				
<b>A.III.1.</b> Podielové cenné papiere a podiely v obchodných spoločnostiach v ovládanej osobe (061- 096 AÚ)	022				
<b>2.</b> Podielové cenné papiere a podiely v obchodných spoločnostiach s podstatným vplyvom (082 - 096 AÚ)	023				
<b>3.</b> Dlhové cenné papiere držané do splatnosti (065 - 096 AÚ)	024				
<b>4.</b> Pôžičky podnikom v skupine a ostatné pôžičky (066 + 067) - 096 AÚ	025				
<b>5.</b> Ostatný dlhodobý finančný majetok (069 - 096 AÚ)	026				
<b>6.</b> Obstaranie dlhodobého finančného majetku (043 - 096 AÚ)	027				
<b>7.</b> Poskytnuté preddávky na dlhodobý finančný majetok (053 - 096 AÚ)	028				

MF SR 2021

Strana 2

Súvaha (Úč NUJ 1-01)

IČO 4 2 2 4 7 6 3 2

Strana aktiv	č.r.	Bežné účtovné obdobie			Bezprostredne predchádzajúce účtovné obdobie
		Brutto	Korekcia	Netto	Netto
a	b	1	2	3	4
<b>B. OBEŽNÝ MAJETOK SPOLU</b> r. 030+ r. 037+ r. 042 + r. 051	029	355245,18	6306,31	348938,87	356665,69
<b>B.I. Zásoby</b> r. 031 až r. 036	030	27725,33		27725,33	19380,56
<b>B.I.1.</b> Materiál (112 + 119) - 191	031	27725,33		27725,33	19380,56
<b>2.</b> Nedokončená výroba a polotovary vlastnej výroby (121+122) - (192 +193)	032				
<b>3.</b> Výrobky (123 - 194)	033				
<b>4.</b> Zvieratá (124 - 195)	034				
<b>5.</b> Tovar (132 + 139) - 196	035				
<b>6.</b> Poskytnuté prevádzkové preddávky na zásoby (314 AÚ - 391 AÚ)	036				
<b>B.II. Dlhodobé pohľadávky</b> r. 038 až r. 041	037				
<b>B.II.1.</b> Pohľadávky z obchodného styku (311 AÚ až 314 AÚ) - 391 AÚ	038				
<b>2.</b> Ostatné pohľadávky (315 AÚ - 391AÚ)	039				
<b>3.</b> Pohľadávky voči účastníkom združení (358AÚ - 391AÚ)	040				
<b>4.</b> Iné pohľadávky (335 AÚ + 373 AÚ + 375 AÚ + 378AÚ) - 391AÚ	041				
<b>B.III. Krátkodobé pohľadávky</b> r. 043 až r. 050	042	9121,83	6306,31	2815,52	2400,00
<b>B.III.1.</b> Pohľadávky z obchodného styku (311AÚ až 314 AÚ) - 391AÚ	043	4512,00	2111,99	2400,01	-3269,32
<b>2.</b> Ostatné pohľadávky (315 AÚ - 391 AÚ)	044	4609,83	4194,32	415,51	5669,32
<b>3.</b> Zúčtovanie so Sociálnou poisťovňou a zdravotnými poisťovňami (336 )	045		x		
<b>4.</b> Daňové pohľadávky (341 až 345)	046		x		
<b>5.</b> Pohľadávky z dôvodu finančných vzťahov k štátnemu rozpočtu a rozpočtom územnej samosprávy (346+ 348)	047		x		
<b>6.</b> Pohľadávky voči účastníkom združení (358 AÚ - 391AÚ)	048				
<b>7.</b> Spojovací účet pri združení (396 - 391AÚ)	049				
<b>8.</b> Iné pohľadávky (335AÚ + 373AÚ + 375AÚ + 378AÚ) - 391AÚ	050				
<b>B.IV. Finančné účty</b> r. 052 až r. 056	051	318398,02		318398,02	334885,13
<b>B.IV.1.</b> Pokladnica (211 + 213)	052	616,31	x	616,31	5408,06
<b>2.</b> Bankové účty (221 AÚ + 261)	053	317781,71	x	317781,71	329477,07
<b>3.</b> Bankové účty s dobou viazanosti dlhšou ako jeden rok (221 AÚ)	054		x		
<b>4.</b> Krátkodobý finančný majetok(251+ 253 + 255AÚ+ 256 + 257) - 291AÚ	055				
<b>5.</b> Obstaranie krátkodobého finančného majetku (259 - 291AÚ)	056				
<b>C. ČASOVÉ ROZLIŠENIE SPOLU</b> r. 058 a r. 059	057	6587,99		6587,99	4208,47
<b>C.1.</b> Náklady budúcich období (381)	058	3263,83		3263,83	1539,99
<b>2.</b> Príjmy budúcich období (385)	059	3324,16		3324,16	2668,48
<b>MAJETOK SPOLU</b> r. 001 + r. 029 + r. 057	060	493030,87	51756,74	441274,13	454434,07

MF SR 2021

Strana 3

Strana pasív	č.r.	Bežné účtovné obdobie	Bezprostredne predchádzajúce účtovné obdobie
a	b	5	6
<b>A. VLASTNÉ IMANIE</b> r. 062 + r. 067 + r. 071 + r. 072	<b>061</b>	213642,40	202183,83
<b>A.I. Imanie a fondy</b> r. 063 až r. 066	<b>062</b>		
A.I.1. Základné imanie (411)	063		
2. Fondy tvorené podľa osobitných predpisov (412)	064		
3. Fond reprodukcie (413)	065		
4. Oceňovacie rozdiely z precenenia kapitálových účastí (415)	066		
<b>A.II. Fondy tvorené zo zisku</b> r. 068 až r. 070	<b>067</b>		
A.II.1. Rezervný fond (421)	068		
2. Fondy tvorené zo zisku (423)	069		
3. Ostatné fondy (427)	070		
<b>A.III. Nevysporiadaný výsledok hospodárenia minulých rokov (+/- 428)</b>	<b>071</b>	202183,83	260794,94
<b>A.IV. Výsledok hospodárenia za účtovné obdobie r. 060 - (r. 062 + r. 067 + r. 071 + r. 073 + r. 100)</b>	<b>072</b>	11458,57	-58611,11
<b>B. ZÁVÄZKY</b> r. 074 + r. 078 + r. 086 + r. 096	<b>073</b>	66814,88	162239,20
<b>B.I.1. Rezervy</b> r. 075 až r. 077	<b>074</b>	10534,22	14383,90
2. Rezervy zákonné (451AÚ)	075		
3. Ostatné rezervy (458AÚ)	076		
4. Krátkodobé rezervy (323 + 451AÚ + 458AÚ)	077	10534,22	14383,90
<b>B.II. Dlhodobé záväzky</b> r. 079 až r. 085	<b>078</b>	853,38	721,45
B.II.1. Záväzky zo sociálneho fondu (472)	079	853,38	721,45
2. Vydané dlhopisy (473 - 255 AÚ)	080		
3. Záväzky z nájmu (474 AÚ)	081		
4. Dlhodobé prijaté preddávky (475)	082		
5. Dlhodobé nevyfakturované dodávky (476 AÚ)	083		
6. Dlhodobé zmenky na úhradu (478)	084		
7. Ostatné dlhodobé záväzky (373 AÚ + 479 AÚ)	085		
<b>B.III. Krátkodobé záväzky</b> r. 087 až r. 095	<b>086</b>	55427,28	147133,85
B.III.1. Záväzky z obchodného styku (321 až 326) okrem 323	087	2867,70	23387,37
2. Záväzky voči zamestnancom (331 + 333)	088	11274,14	9152,11
3. Zúčtovanie so Sociálnou poisťovňou a zdravotnými poisťovňami (338)	089	5888,74	5401,95
4. Daňové záväzky (341 až 345)	090	1136,70	876,24
5. Záväzky z dôvodu finančných vzťahov k štátnemu rozpočtu a rozpočtom územnej samosprávy (346 + 348)	091	34000,00	108316,18
6. Záväzky z upísaných nespustených cenných papierov a vkladov (367)	092		
7. Záväzky voči účastníkom združení (368)	093		
8. Spojovací účet pri združení (396)	094		
9. Ostatné záväzky (379 + 373 AÚ + 474 AÚ + 476AÚ + 479 AÚ)	095	260,00	
<b>B.IV. Bankové úvery a iné výpomoci a pôžičky</b> r. 097 až r. 099	<b>096</b>		
B.IV.1. Dlhodobé bankové úvery (461AÚ)	097		
2. Bežné bankové úvery (231 + 232 + 461AÚ)	098		
3. Prijaté krátkodobé finančné výpomoci (241 + 249)	099		
<b>C. ČASOVÉ ROZLIŠENIE SPOLU</b> r. 101 až r. 103	<b>100</b>	160816,85	90011,04
C.I.1. Výdavky budúcich období (383)	101		
2. Výnosy budúcich období krátkodobé (384 AÚ)	102	92167,13	90011,04
3. Výnosy budúcich období dlhodobé (384 AÚ)	103	68649,72	
<b>SPOLU VLASTNÉ IMANIE, ZÁVÄZKY A ÚČTY ČASOVÉHO ROZLIŠENIA</b> r.061+ r.073 + r.100	<b>104</b>	441274,13	454434,07

MF SR 2021

Strana 4

Výkaz ziskov a strát (Úč NUJ 2-01)

IČO 4 2 2 4 7 6 3 2

Číslo účtu	Náklady	Číslo riadku	Činnosť			Bezprostredne predchádzajúce účtovné obdobie
a	b	c	Hlavná nezdaňovaná	Zdaňovaná	Spolu	4
501	Spotreba materiálu	01	61772,44	203,38	61975,82	44637,89
502	Spotreba energie	02	3000,00		3000,00	1104,76
504	Predaný tovar	03		7436,68	7436,68	6576,68
511	Opravy a udržiavanie	04				50,00
512	Cestovné	05	12108,15		12108,15	2878,41
513	Náklady na reprezentáciu	06	14195,41	2038,55	16233,96	3140,00
518	Ostatné služby	07	338500,35	3274,70	341775,05	296143,47
521	Mzdové náklady	08	149841,30	2075,52	151916,82	122026,95
524	Zákonné sociálne poistenie a zdravotné poistenie	09	49912,55		49912,55	43909,90
525	Ostatné sociálne poistenie	10				
527	Zákonné sociálne náklady	11	7394,34		7394,34	4823,40
528	Ostatné sociálne náklady	12				
531	Daň z motorových vozidiel	13				
532	Daň z nehnuteľností	14				
538	Ostatné dane a poplatky	15	541,56	16,50	558,06	374,56
541	Zmluvné pokuty a penále	16				
542	Ostatné pokuty a penále	17				
543	Odpísanie pohľadávky	18				
544	Úroky	19				
545	Kurzové straty	20		7,87	7,87	9,45
546	Dary	21				
547	Osobitné náklady	22				
548	Manká a škody	23		1298,21	1298,21	903,00
549	Iné ostatné náklady	24	837,47	813,18	1650,65	1876,20
551	Odpisy dlhodobého nehmotného majetku a dlhodobého hmotného majetku	25	13451,44		13451,44	6965,79
552	Zostatková cena predaného dlhodobého nehmotného majetku a dlhodobého hmotného majetku	26				
553	Predané cenné papiere	27				
554	Predaný materiál	28				
555	Náklady na krátkodobý finančný majetok	29				
556	Tvorba fondov	30				
557	Náklady na precenenie cenných papierov	31				
558	Tvorba a zúčtovanie opravných položiek	32	-1475,00		-1475,00	7781,31
561	Poskytnuté príspevky organizačným zložkám	33	732,82		732,82	
562	Poskytnuté príspevky iným účtovným jednotkám	34	20520,00		20520,00	33520,50
563	Poskytnuté príspevky fyzickým osobám	35				
565	Poskytnuté príspevky z podielu zaplatenej dane	36				
567	Poskytnuté príspevky z verejnej zbierky	37				
<b>Účtová trieda 5 spolu</b> r. 01 až r. 37		<b>38</b>	671332,83	17164,59	688497,42	576722,27

MF SR 2021

Strana 5



Výkaz ziskov a strát (Úč NUJ 2-01)

IČO 4 2 2 4 7 6 3 2

Číslo účtu	Výnosy	Číslo riadku	Činnosť			Bezprostredne predchádzajúce účtovné obdobie
			Hlavná nezdaňovaná	Zdaňovaná	Spolu	
a	b	c	1	2	3	4
601	Tržby za vlastné výrobky	39				
602	Tržby z predaja služieb	40		2796,67	2796,67	2139,90
604	Tržby za predaný tovar	41		13325,11	13325,11	10627,00
611	Zmena stavu zásob nedokončenej výroby	42				
612	Zmena stavu zásob polotovarov	43				
613	Zmena stavu zásob výrobkov	44				
614	Zmena stavu zásob zvierat	45				
621	Aktivácia materiálu a tovaru	46				
622	Aktivácia vnútroorganizačných služieb	47				
623	Aktivácia dlhodobého nehmotného majetku	48				
624	Aktivácia dlhodobého hmotného majetku	49				
641	Zmluvné pokuty a penále	50				
642	Ostatné pokuty a penále	51				
643	Platby za odpísané pohľadávky	52				
644	Úroky	53				
645	Kurzové zisky	54		30,05	30,05	
646	Prijaté dary	55				
647	Osobitné výnosy	56				
648	Zákonné poplatky	57				
649	Iné ostatné výnosy	58		1012,76	1012,76	2673,03
651	Tržby z predaja dlhodobého nehmotného majetku a dlhodobého hmotného majetku	59				
652	Výnosy z dlhodobého finančného majetku	60				
653	Tržby z predaja cenných papierov a podielov	61				
654	Tržby z predaja materiálu	62				
655	Výnosy z krátkodobého finančného majetku	63				
656	Výnosy z použitia fondu	64				
657	Výnosy z precenenia cenných papierov	65				
658	Výnosy z nájmu majetku	66				
661	Prijaté príspevky od organizačných zložiek	67				
662	Prijaté príspevky od právnických osôb	68				
663	Prijaté príspevky od fyzických osôb	69				
664	Prijaté členské príspevky	70	265100,00		265100,00	199374,25
665	Príspevky z podielu zaplatenej dane	71				
667	Prijaté príspevky z verejných zbierok	72				
691	Dotácie	73	417691,40		417691,40	303296,97
Účtová trieda 6 spolu r. 39 až r. 73		74	682791,40	17164,59	699955,99	518111,16
Výsledok hospodárenia pred zdanením r. 74 - r. 38		75	11458,57		11458,57	-58611,11
591	Daň z príjmov	76				
595	Dodatkové odvody dane z príjmov	77				
Výsledok hospodárenia po zdanení (r. 75 - (r. 76 + r. 77)) (+/-)		78	11458,57		11458,57	-58611,11

MF SR 2021

Strana 6

