



VISIT KOŠICE

Výročná
správa

2021



Výročná správa OOCR Visit Košice za rok 2021

“OOCR Visit Košice si za dlhodobý cieľ stanovila pretvorenie organizácie na lídra prezentácie mesta, kurátora a stratéga v téme destinačný manažment a držiteľa know-how. Preto svojim členom poskytuje predovšetkým: vzdelávanie, zber a vyhodnocovanie dát, marketing a propagáciu, prístup ku kvalitnému obsahu”.

Obsah

Príhovor predsedu predstavenstva	4
Základné údaje o organizácii	6
Členská základňa ku 31.12.2021	10
Tím Visit Košice	14
Highlighty roka 2021	16
Otvorenie Visit Košice Infopointu	22
Výherný návrh od DOXA a Architekti	
uspel na INSAID AWARDS	24
Kreatívne mesto mediálneho umenia UNESCO	25
Lokálne spojenie turizmu, umelcov a vysokých škôl	26
Financovanie a partneri	26
Visit Košice Cyklokiosk	26
Štatistiky návštevnosti počas letnej sezóny	27
Dáta za Košický detský pas a návštevnosť atrakcií	30
Zabespečovanie prehliadok	32
Autentické Košické suveníry	33
Marketingové aktivity	36
6.1 Marketingová koncepcia	38
6.2. Rozšírenie externého marketingového tímu	42
6.3. Tvorba zážitkovej ponuky CR a prepájanie členov	42
6.4 Printové materiály	50
6.5 Nový web: www.visitkosice.org	53
6.6 Marketingové kampane	56
6.7 Obsahová banka	58
6.8 Výsledky online marketingu počas roka 2021	62
6.9 Spolupráca s médiami	65
Prezentácia a aktivity na zahraničných trhoch	66
7.1 Výstavy, veľtrhy a prezentácie	67
7.2 Infocesty – Press tripy a fam tripy a iné návštevy mesta	70
7.3 Sprevádzanie japonského veľvyslanca, jeho excelencie Makota Nakagawu	74
7.4 Stretnutie a sprevádzanie účastníkov medzinárodného projektu Ulyseus	74

Vzdelávanie a budovanie interných kapacít	76
8.1 Webinár k výsledkom prieskumu trhu 2muse 2020	78
8.2 Školenie pre podnikateľov v cestovnom ruchu	79
8.3 Bezplatné konzultácie s expertom	79
8.4 Interný workshop komunikačnej stratégie	79
8.5 Online konferencia o ekoturizme	80
8.6 Eco-Tandem Academy	80
8.7 Post-covid webináre	81
8.8 Pripravované školenia	82
Štatistiky a zber dát	82
9.1 Oficiálne indikátory rozvoja cestovného ruchu	84
9.2 Vybratá daň za ubytovanie	88
9.3. Realizovaný prieskum agentúrou 2muse	94
9.4 Návštevnosť Košíc počas letnej sezóny	96
Projekty a administratíva	102
10.1 Projekty štátnej dotácie	103
10.2 Úspešne sme uzavreli projekt zameraný na transformačný turizmus	104
10.3 Projekt Cosme: CulTourData	106
10.4 Projekt Erasmus+: Off-the-beaten-track	106
10.5 Kontrola z útvaru hlavného kontrolóra	107
10.6 Optimalizácia interného systému	108
Spolupráce	110
11.1 Starostlivosť o členskú základňu	111
11.2 Rozširovanie členskej základne	112
11.3 Spolupráca s vysokými školami so študentmi	112
11.4 Nová národná agentúra Slovakia Travel	114
11.5 Ministerstvo dopravy a výstavby slovenskej republiky	115
11.6 Košice Región Turizmus a Košický samosprávny kraj	115
11.7 Spolupráca na strategických dokumentoch kraja a mesta	116
11.8 Asociácia organizácií cestovného ruchu	116
11.9 Návšteva partnerského mesta Ostrava	116
11.10 Návšteva partnerského mesta Rzeszów	117
Plánované aktivity	118

Príhovor predsedu predstavenstva OOCR Visit Košice Mgr. Marcel Gibóda



Po roku obmedzení sme naplno spustili ŽIVÉ MESTO

OOCR Visit Košice s jej členmi sa na sezónu 2021 pripravovali intenzívne a napriek pretrvávajúcim opatreniam spojeným s pandémiou COVID-19 z nej získali maximum. Ťažili sme najmä zo silnej letnej turistickej sezóny, počas ktorej sa Košický detský pas a s ním aj novootvorený Visit Košice Infopoint stali úspešným ťahákom návštevnosti všetkých atraktivít a prispeli tak k celkovej návštevnosti Košíc. Aj samotný člen, mesto Košice prispelo tým, že Košický detský pas, určený prioritne turistom, vytlačilo a distribuovalo na všetky mestské základné školy. Košické deti sa tak potešili a boli motivované objavovať zákutia Košíc a tým taktiež podporili návštevnosť jednotlivých atraktivít.

Aj vďaka tomuto produktu cestovného ruchu, spoluprácam s členskými aj nečlenskými subjektmi našej organizácie a aj ďalším marketingovým aktivitám, verím, že, pritiahneme opäť do Košíc viac návštevníkov na dlhšie prenocovania a opakovanú návštevu. Ako vyplynulo z prieskumov trhu a našej novej stratégie, práve „mentálna vzdialenosť“ a nevedomosť o tom, čo by Košice mohli ponúknuť, tvoria najväčšie bariéry pre potenciálnych návštevníkov Košíc. A aj vďaka spolupráci s mestom Košice a ďalšími významnými členskými subjektmi, sa tak podieľame na mnohých aktivitách, ktoré neustále pozývajú turistov spoznávať živé mesto. Práve dlhodobou a systematickou propagáciou mesta a jeho možností sa Visit Košice snaží tieto bariéry prelomiť.

Som rád, že Košický detský pas z dielne Visit Košice aj naše ďalšie aktivity v roku 2021 vysoko hodnotili nie len návštevníci, naše členské organizácie, Košičania, ale aj predstavitelia Slovakia Travel a Ministerstva dopravy a výstavby SR. Chcem sa týmto poďakovať celému tímu a členom, ktorí sa podieľali na tvorbe ponuky Košíc a fungovaní organizácie Visit Košice.

Verím, že naša snaha o ŽIVÉ MESTO KOŠ/CE prinesie úspechy aj v ďalších rokoch.

1

Základné údaje o organizácii

V roku 2021 došlo k zmene názvu organizácie z OOCR KOŠ/CE – Turizmus na OOCR Visit Košice. 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

Dozorná rada
Predstavenstvo
Valné zhromaždenie

Dozorná rada

Mgr. Martin Seman – predseda
PhDr. Róbert Schwarcz – člen
Ing. Richard Koščo – člen
Ing. Ján Sudzina – člen (do 22.6.2021)
Mgr. Ján Melich – člen (od 22.6.2021)

Predstavenstvo

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

2

Členská
základňa
ku 31.12.2021

Členská základňa ku 31.12.2021

	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	reštaurácia Camelot	Poskytovatelia reštauračných služieb
8	reštaurácia Villa Regia	Poskytovatelia reštauračných služieb
9	reštaurácia Med Malina	Poskytovatelia reštauračných služieb
10	reštaurácia Hostinec	Poskytovatelia reštauračných služieb
11	reštaurácia Primi	Poskytovatelia reštauračných služieb
12	reštaurácia Carpano	Poskytovatelia reštauračných služieb
13	La Hacienda – Mexican restaurant & bar	Poskytovatelia reštauračných služieb
14	Smoke House	Poskytovatelia reštauračných služieb
15	Kubbo Select	Vinotéky, bary, kaviarne
16	vinotéka Félix	Vinotéky, bary, kaviarne
17	vinárstvo Grand Bari	Vinotéky, bary, kaviarne
18	Progress incomming	Incomingové CK a agentúry
19	Luboš Grajčár – John the B tour	Incomingové CK a agentúry
20	Letisko Košice	Doprava
21	Dopravný podnik mesta Košice	Doprava
22	Botanická záhrada	Atraktivity a podujatia
23	Zoologická záhrada	Atraktivity a podujatia
24	Východoslovenské múzeum	Atraktivity a podujatia
25	ADS ballooning	Atraktivity a podujatia
26	Slovenské technické múzeum	Atraktivity a podujatia
27	Východoslovenská galéria	Atraktivity a podujatia
28	Detská železnica Košice	Atraktivity a podujatia

Členská základňa ku 31.12.2021

	Názov	Kategória
29	Múzeum Vojtecha Löfflera	Mesto Košice
30	Dinopark	Ubytovacie zariadenia
31	Progress Promotion	Ubytovacie zariadenia
32	Tabačka Kulturfabrik	Ubytovacie zariadenia
33	Cassovia Classic	Ubytovacie zariadenia
34	Mark Media	Ubytovacie zariadenia
35	Kino Úsmev	Poskytovatelia reštauračných služieb
36	Košický Hrad	Poskytovatelia reštauračných služieb
37	Steel Arena	Poskytovatelia reštauračných služieb
38	Hevhetia festival	Poskytovatelia reštauračných služieb
39	Agentúra Daisy s.r.o	Poskytovatelia reštauračných služieb
40	KE.CY	Poskytovatelia reštauračných služieb
41	Rozlomity	Poskytovatelia reštauračných služieb
42	Rising s.r.o.	Poskytovatelia reštauračných služieb
43	Local Nomad	Vinotéky,bary, kaviarne
44	Štátne divadlo Košice	Vinotéky,bary, kaviarne
45	Bábkové divadlo Košice	Vinotéky,bary, kaviarne
46	Cassovar business center, a.s.	Incomingové CK a agentúry
47	CAMPING Malá Bara	Incomingové CK a agentúry
48	Knižnica pre mládež mesta Košice	Doprava
49	Creative Industry	Medzisektorové spolupráce a iné
50	K13	Medzisektorové spolupráce a iné
51	IT VALLEY KOŠICE	Medzisektorové spolupráce a iné

V roku 2021
k nám pribudli:

La Hacienda
Mexican
restaurant & bar

+

Košice IT
Valley

+

SMOKE
HOUSE

+

CAMPING
Malá Bara

+

Knižnica pre
mládež mesta
Košice

3

Tím Visit
Košice

Pracovný tím:

Michaela Podoláková – Výkonná riaditeľka
Michaela Vančíková – Marketingová manažérka
Iveta Hajzerová – Finančná manažérka
Roman Hajzer – IT a procesný manažér
Veronika Holečková – Manažérka vonkajších vzťahov

Visit Košice Infopoint:

Lenka Varcholová – Manažérka Visit Košice Infopoint
Miroslava Lešňanská – Pracovník Visit Košice Infopoint
Brigádnici – Visit Košice Infopoint

Externí členovia marketingového tímu:

Lýdia Vilková – Creative manager
Andrea Petrovčinová – Copywriter
Marek Turčok – Content Creator
Martin Jenča – Odborný konzultant pre City Marketing
Midfield Studio – Grafický dizajn
KATKAT Studio – Košický detský pas
Promiseo – Social Media Management

4

Highlighty
roka 2021

1. Úspešnosť produktu Košický detský pas
2. Otvorenie a návštevnosť Visit Košice Infopoint
3. Výsledky marketingových kampaní
4. Vytvorenie rozsiahlej obsahovej banky
5. Realizácia vzdelávacích aktivít
6. Zvyšovanie záujmu o členstvo v organizácii
7. Infocesty pre domáce a zahraničné médiá
8. Napĺňanie komunikačnej stratégie Živé Košice
9. Zber dát a výsledky prieskumu vnímania Košíc
10. Úspech podaných EÚ projektov: Cosme a Erasmus+
11. Vytváranie spoluprác a budovanie know-how

Úspešnosť produktu Košícky detský pas



Otvorenie a návštevnosť Visit Košice Infopoint



3. Výsledky marketingových kampaní

14	35%	52tis	3mil
<small>NOVÝCH ZÁJEMOVÝCH V OBLASTI VÝVOJBY A PRÁCE V ORGANIZACII</small>	<small>NÁVŠTĚVY NOVÝCH PRÁCEVNÍKŮ NA SOCIÁLNÍCH SÍŤÍCH</small>	<small>UMÍSTĚNÝCH NÁVŠTĚV VĚSTI KOSICE V OBLASTI VÝVOJBY A PRÁCE V ORGANIZACII</small>	<small>ZOBRAZENÍ KAMPAŇOVÝCH ZÁJEMOVÝCH V OBLASTI VÝVOJBY A PRÁCE V ORGANIZACII</small>
600tis+	28	367	25
<small>POUŽITÝCH ZÁJEMOVÝCH ONLINE PRÁCEVNÍKŮ</small>	<small>PODPORYTÝCH ONLINE VÁKŮ</small>	<small>ONLINE PRÁCEVNÍKŮ</small>	<small>ČLÁNKŮ</small>
10 463		16 730	
<small>NÁVŠTĚVYKŮ INFOPUNKTU V OBLASTI VÝVOJBY A PRÁCE V ORGANIZACII</small>		<small>ROZDANÝCH KOPÍJŮ V OBLASTI VÝVOJBY A PRÁCE V ORGANIZACII</small>	

5. Realizácia vzdelávacích aktivít ďalší život.



4. Vytvorenie rozsiahlej obsahovej banky



6. Zvyšovanie záujmu o členstvo v organizácii



Infocesty pre domáce a zahraničné médiá



Napĺňanie komunikačnej stratégie Živé Košice



Zber dát a výsledky prieskumu vnímania Košíc



Úspech podaných EÚ projektov: Cosme a Erasmus+



Vytváranie spoluprác a budovanie know-how



5

Otvorenie Visit Košice infopointu

Visit Košice Infopoint vznikol ako reprezentatívny priestor, kde sa návštevníci predovšetkým oboznámujú s prácou miestnych umelcov. Kým historické jadro mesta hovorí príbeh o histórii Košíc, moderné informačné centrum prezentuje súčasnú kultúrnu a kreatívnu dušu mesta.

Počas roka 2020 a 2021 prebehla rekonštrukcia priestorov turistického informačného centra – **Visit Košice Infopoint** v Historickej radnici na Hlavnej ulici 59 v Košiciach. Modernizáciou týchto priestorov sa podarilo vytvoriť vhodný priestor pre návštevníkov so zdravotným obmedzením a **atraktívny informačný bod, ktorý návštevníkom prezentuje Košice ako moderné, estetické, kultúrne a pulzujúce mesto.**

Nová kompozícia priestoru tiež umožňuje **lepší pohyb** osobám s obmedzenou schopnosťou pohybu a zároveň ponúka efektívnejšie využitie prezenčných modulov. Orientácia bude čoskoro uľahčená aj pre osoby so sluchovým a zrakovým postihnutím

prostredníctvom **Braillovho písma**, zvukových reproduktorov a LED panelov, ktoré zobrazia texty vo viacerých jazykoch. Taktiež vo Visit Košice Infopointe sa nachádzajú dve publikácie v Braillovom písme.

V roku 2021 bol Visit Košice Infopoint aktívny v poskytovaní návštevníckeho servisu: pri ponechaní otváraciej doby Visit Košice Infopoint 7x týždne: pon. – pia. 10:00 – 18:00 a v sob.: 10:00 – 17:00 ned.: 10:00 – 16:00 hod., pričom sme infoservis sme poskytovali aj počas štátnych sviatkov. Zabezpečovali sme organizovanie a predaj prehliadok mesta pre návštevníkov v slovenskom, anglickom, maďarskom, nemeckom a francúzskom jazyku.

Výherný návrh od DOXA a Architekti uspel na INSAID AWARDS

Pre redizajn infocentra bol v rámci súťaže návrhov odbornou porotou vybraný projekt od ateliéru DOXA Architekti, ktorý prezentoval Ing. arch. Tomáš Boroš. Ten zaujal predovšetkým výberom materiálu nosných modulov z ocelových plechov, ktoré darovala spoločnosť U. S. Steel Košice ako odkaz na metalurgický priemysel, ktorý je v meste dominantný už celé desaťročia.

Návrh charakterizovalo aj efektívne spracovanie multi-mediálnych prvkov nadväzujúce na IT priemysel, ktorý si za posledných desať rokov upevnil dnes už neodmysliteľnú úlohu v Košiciach. Zvolený dizajn a vystavené suveníry od lokálnych umelcov v neposlednom rade podčiarkujú charakter mesta ako **kultúrnej destinácie so silným kreatívnym priemyslom v medzinárodnom kontexte**.

Výber riešenia ocenila aj Slovenská asociácia interiérových dizajnérov (SAID), ktorá organizuje súťaž Najlepšie slovenské interiéry. Porota INSAID AWARDS 2021 udelila ocenenie v piatich profesionálnych kategóriách. Interiér Visit Košice Infopointu sa stal laureátom ceny **najlepšieho interiéru roka 2021 v kategórii Občiansky interiér**.

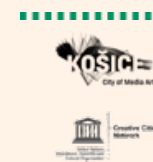


Porota ocenila vizuálnu identitu návštevníckeho centra, ako aj odvážny koncept surového materiálu v priestoroch historickej radnice. Odborný názor poroty potvrdil, že zvolené riešenie interiéru vytvára zapamätateľný vizuál a je výborným príkladom inovatívneho prístupu v sprostredkovaní dizajnu verejnosti.

Kreatívne mesto mediálneho umenia UNESCO

Inovatívny ráz podčiarkuje aj vznik **multimediálnej miestenosti** v priestoroch Visit Košice Infopointu, ktorá je priamym odkazom na titul UNESCO Creative City of Media Arts. Tento titul má mesto Košice ako jediné mesto na Slovensku vďaka dlhodobej podpore a rozvoji kreatívneho priemyslu aj v oblasti mediálneho umenia.

Vďaka medzinárodnej sieti **UNESCO Creative Cities** v priestore Visit Košice Infopointu bude v budúcnosti možné vystavovať diela multimediálnych umelcov z celého sveta prostredníctvom virtuálnych rezidencií v spolupráci s Creative Industry Košice. Inšpiráciou pre vznik tohto tzv. immersive (pohlčujúceho) priestoru boli medzinárodné výstavy od teamLab v Tokiu, Singapore, či Atelier des Lumières v Paríži. Prvé dielo vzniklo v spolupráci s Fakultou umení Technickej univerzity v Košiciach a autormi Mgr. art. Ing. Richarda



Kittu, ArtD. a Ing. Martina Kolčaka. Umeleckú inštaláciu s názvom **planet košice 2121** si mohli návštevníci prvýkrát pozrieť na Bielej noci 2021, s ktorou Visit Košice plánuje spolupráce aj počas ďalších ročníkov festivalu. V budúcnosti tiež plánujeme rozšíriť ponuku multimediálnych diel o rozšírenú realitu cez prezentáciu hlavných atraktivít Košíc priamo v priestoroch Visit Košice Infopointu.

Lokálne spojenie turizmu, umelcov a vysokých škôl

Originalita projektu moderného turistického infocentra v Košiciach tkvie aj v jeho multidisciplinarite. V budúcnosti sa na umeleckých a informačných inštaláciách pre turistov budú aktívne podieľať študenti, umelci a miestne IT firmy. Svoje nápady budú konzultovať s odborníkmi cestovného ruchu a spoločne tak vytvoria zaujímavé, atraktívne a obsahovo i umelecky hodnotné diela.

Financovanie a partneri

Realizácia celého projektu by sa nikdy neuskutočnila bez finančnej podpory Ministerstva dopravy a výstavby Slovenskej republiky, z ktorých zdrojov bola financovaná. Prevádzku a personálne obsadenie Visit Košice Infopointu zabezpečujeme vďaka finančnej podpore Mesta Košice a opäťovne Ministerstva dopravy a výstavby Slovenskej republiky. Okrem toho naša vďaka patrí U. S. Steel Košice za poskytnutie oceľových plechov, Fakulte umení Technickej univerzity a jej odborným pracovníkom, ako aj samotným realizátorom za ich kreatívnu a umeleckú prácu na mieru potrebám návštevníkom. Budúce spolupráce taktiež chystáme aj s členmi Košice IT Valley a podujatím Biela noc, na čo sa vopred tešíme.

Visit Košice Cyklokiosk

Od začiatku júla do konca októbra, Visit Košice Infopoint poskytoval informácie aj priamo v uliciach mesta Košice. Vďaka cyklokiosku a pracovníkom infopointu, sme sa presúvali na rôzne stanovišťa tak, aby sme boli čo najbližšie k návštevníkom mesta Košice. Cyklokiosk sme mali na 3 hlavných stanovištiach - celá Hlavná ulica od Dolnej brány až po Východoslovenské múzeum, pred Železničnou stanicou a pri Jakubovom paláci. Okrem toho, sme boli aj priamo v dani veľkých podujatí, akými boli Art Film Fest, Okolo Slovenska, Medzinárodný maratón mieru, Biela noc a iné. Návštevníkom, ktorí sa zastavili pri cyklokiosku, sme

dali okrem informácií o aktuálnom dianí v meste aj mapu, Košický detský pas pre najmenších návštevníkov, ale aj Košice do vrecka, ktoré boli zaujímavé predovšetkým pre zahraničných návštevníkov, nakoľko ich máme vo viacerých jazykoch.

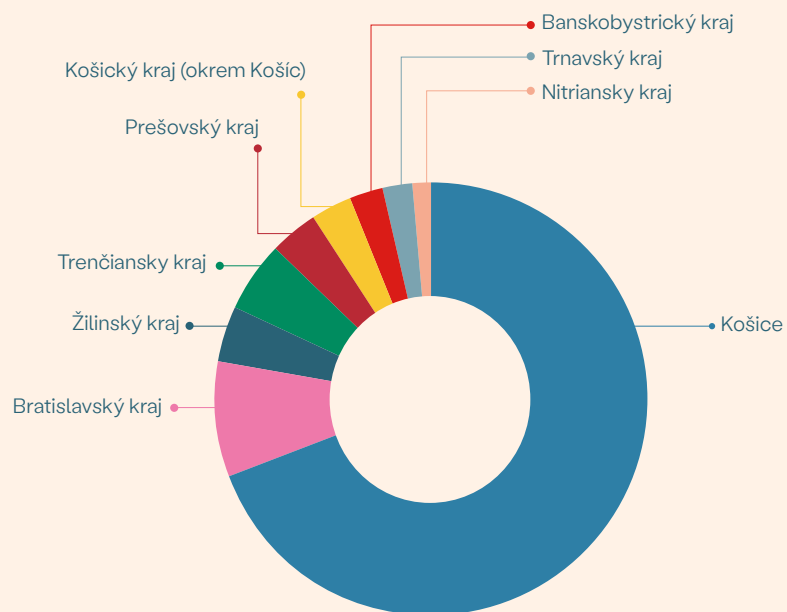
Štatistiky návštevnosti počas letnej sezóny

Zrekonštruovaný Visit Košice Infopoint bol otvorený pre turistov 1. júla 2021. Spolu s ním, v letných mesiacoch a taktiež na veľkých podujatiach sme prevádzkovali aj Cyklokiosk, ktorý podával návštevníkom informácie priamo v centre diania. Počas mesiacov júl až september sme tak dokopy privítali až 7 625 návštevníkov, z toho 759 zahraničných turistov. Podobne ako minulý rok, dominovali návštevníci z Českej republiky, nasledovalo Nemecko, Anglicko, Maďarsko a Poľsko.

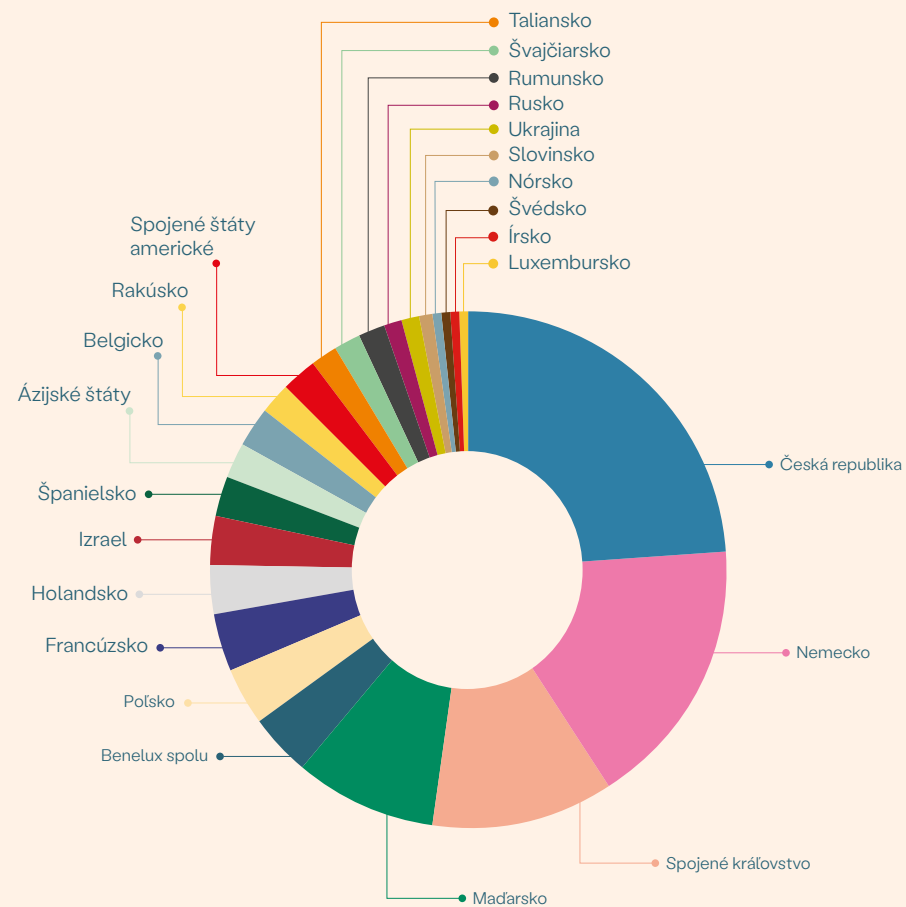


Návštevníci Visit Košice Infopoint počas sezóny 2021

10463



Domáci
návštevníci
7 625



Zahraniční
návštevníci
2 538

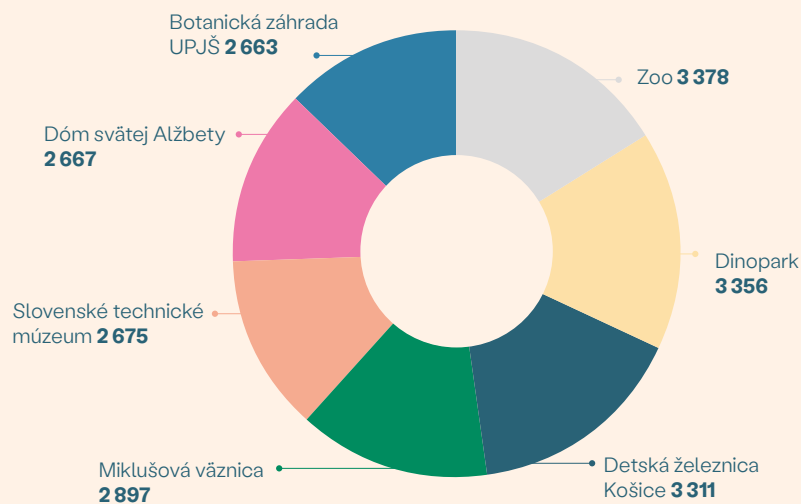
Dáta za Košický detský pas a návštevnosť atraktivít

Celkový počet distribuovaných Košických detských pasov za rok 2021 bol 16 730 z toho 10 000 bolo distribuovaných priamo mestom Košice, ostatné Košické detské pasy v celkovom počte 6 730 boli distribuované vo Visit Košice Infopointe.

Visit Košice Infopoint bol štatisticky významným bodom pre celú kampaň, keďže práve tu si mohli malí cestovatelia svoj pas vyzdvihnúť, ale aj prísť po zaslúžené odmeny. To nám umožnilo zber dát a informácií o preferenciách a absolvovaných aktivitách cieľovej skupiny a zároveň lepšie nastavenie aktivít pre rok 2022.

Celkový počet pasov, ktoré boli zapojené do odmiern, sme evidovali v jednotlivých dosiahnutých úrovniach spolu 3 378. Z toho niektoré detské pásy boli vyplnené na všetkých úrovniach, niektoré len na úrovni mierne pokročili.

Návštevnosť atraktivít z Košického detského pasu podľa dát z Infopointu:



Významné návštevy:

Slovinský veľvyslanec – jeho excelencia J.E Gregora Kozovinc

Od otvorenia Visit Košice Infopointu nás okrem tisícok domácich a zahraničných návštevníkov poctili svojou návštevou aj mnohé významné osobnosti.

V mesiaci október k nám zavítala delegácia na čele s jeho exelenciou, slovinským veľvyslancom J.E. Gregorom Kozovincem. V rámci oficiálnej návštevy mesta pod vedením p. Gibódu zavítal aj do nášho Visit Košice Infopointu. Pána veľvyslanca oslovili vynovené priestory či multimediálna miestnosť. V rámci rozhovoru sme mali možnosť poukázať na našu niekoľkoročnú spoluprácu so slovinskými partnermi, a to najmä v oblasti MICE sektora.

Íránsky veľvyslanec – jeho excelencia Dr. Abbas Bagherpour Ardekani

14.12.2021 veľvyslanec Íránskej islamskej republiky, jeho excelencia, Dr. Abbas Bagherpour Ardekani a jeho delegácia v rámci oficiálnych zoznamovacích návštev zavítal aj do Košíc. V rámci svojej návštevy zavítal aj do Visit Košice Infopointu, kde sme mali možnosť mu predstaviť našu organizáciu, ale aj v skratke predstaviť mesto, symboliku Infopointu a kreatívnych suvenírov.



Zabezpečovanie prehliadok

Úlohou Visit Košice Infopointu bolo aj zabezpečovanie prehliadok pre domácich a zahraničných návštevníkov mesta a prostredníctvom kvalifikovaných sprievodcov im odprezentovať mesto, podať informácie o histórii, kultúrnych pamiatkach, zaujímavostiach, dianí v meste a zároveň poskytnúť praktické informácie o možnostiach návštev ďalších kultúrnych inštitúcií, reštaurácií a barov či podujatí. Hoci záujem o prehliadky bol menší, ako v priebehu predpandemických rokov, napriek tomu sme však vďaka našim sprievodcom konalo niekoľko desiatok prehliadok, na ktoré bol vynikajúci ohlas.



Autentické Košické suveníry

Vzhľadom na zrealizovanú súťaž o nové Košické suveníry s pridanou umeleckou hodnotou, sme získali zbierku 90 nových suvenírov určených na predaj a prezentáciu Košíc. Cieľom tejto súťaže nebolo len získať zaujímavé predmety určené na predaj, ale predovšetkým vytvorenie dlhodobých spoluprác a poskytnutie priestoru na prezentáciu pre umelcov pôsobiacich v Košiciach ako odkazu na kultúrnu scénu Košíc. S rovnakým zámerom pripravujeme aj e-shop na našej novej webovej stránke.

Súťažné suveníry s košickou tematikou sú vystavené a na predaj v priestoroch novozrekonštruovaného Visit Košice Infopointu. Slovenskí i zahraniční turisti si tak dnes môžu z mesta odniešť spomienky vo forme Košických šachov od kolektívu Zuzana Palejová, Bruno Schreiber a Nikolas Petruška, nástenných hodín PRIOR od Ľubomíra Slovinského, šatku Košický vietor od Kataríny Rybníckej alebo umelecké predmety od Andrey Čepiššákovvej.



6

Marketingové aktivity

V roku 2021 nám z dôvodu pandémie opäťovne chýbali zahraniční turisti a sezónu ťahali domáci návštevníci, na ktorých sme prioritne cieľili naše propagačné aktivity.

V úvode roka, kedy bola obmedzená turistická infraštruktúra sme sa zamerali na prípravu marketingovej stratégie pre rok 2021, ktorá vychádzala z vyhodnotenia minuloročných štatistických dát, výsledkov prieskumov a realizovaných aktivít pre prípravu produktových línii a tvorby jednotného podkladu pre category entry points. Naplno sme sa tak venovali nielen plánovaniu aktivít v zmysle stratégie Živé mesto ale aj podrobnej analýze výsledkov výkonnostného marketingu s cieľom čo najefektívnejšie osloviť potenciálnych návštevníkov spomedzi všetkých vybraných cieľových skupín.

Uvedomujúc si aktuálnu situáciu a s cieľom naštartovať citelne za-

siahnuté odvetvie cestovného ruchu v Košiciach, bolo prioritou iniciovanie tvorby nových, udržateľných produktov v spolupráci s poskytovateľmi služieb. Cieľom bolo pripraviť zmysluplný, efektívny a komplexný produkt, ktorý by zastrešil a spojil viacero aktivít a ponúkol by našej najširšej cieľovej skupine dôvod na návštevu Košíc a zabezpečil konkurencieschopnosť v rámci Slovenska. Podarilo sa nám vytvoriť Košický detský pas, ktorý vznikol od roku 2020 a sme radi, že sa nám ho podarilo do začiatku letnej sezóny dokončiť a uviesť s intenzívnou podporou zapojených subjektov, mesta Košice, kolegov z Infopointu a hlavne prostredníctvom malých cestovateľov do života.

6.1 Marketingová koncepcia

V rámci koncepčného nastavenia aktivít marketingu sme sa venovali rozpracovaniu stratégie Živé mesto a systematickej práci s tromi cieľovými skupinami – rodiny s deťmi, páry a menšie skupiny priateľov, výsledkom čoho bola postupná tvorba manuálu pre komunikáciu v online a offline priestore.

V prvom kroku sme rozanalyzovali zadefinované cieľové skupiny návštevníkov podľa ich správania a záujmových okruhov. Na základe takéhoto delenia sme vedeli určiť relevantné parametre, podľa ktorých sme ohodnotili ponuku cestovného ruchu aktuálnu pre letnú sezónu 2021 v Košiciach. Výsledné bodové hodnotenia sme následne zoradili zostupne a produkty sme rozdelili do skupín s najväčším priestorom na propagáciu (sociálne siete, PR, printové kampane a pod.), až po skupinu produktov, ktoré budú propagované základnými online formátmi. Touto cestou sme zadefinovali tzv. category entry points, teda momenty podprahovo spájané s Košicami ako ideálnou dovolenkovou destináciou. V tejto analýze sme vychádzali nielen z dobrej praxe za uplynulé obdobia, ale predovšetkým aj zo zrealizovaných prieskumov trhu. Preto sme našu výslednú analýzu a nastavenie marketingu konzultovali aj s expertmi na city marketing a analýzu dát, ktorí nám dodali aj následné vyjadrenie:



“Z pozície prieskumnej agentúry, dlhodobo a komplexne pracujúcej so všetkými druhmi dát a asistujúcej pri efektívnom uplatňovaní prieskumov v praxi klientov, a zároveň ako jeden z dodávateľov prieskumu pre Visit Košice, by sme radi poskytli nasledujúce vyjadrenie k spracovaniu dostupných údajov do formy Scorecards, ktoré boli vypracované OOCR Visit Košice. Vypracovanie Scorecards je príkladom vynikajúcej práce s precíznou post – analýzou prieskumných údajov.

Vypracovanie Scorecards je príkladom vynikajúcej práce s precíznou post-analýzou prieskumných údajov.

✳ Parametre Scorecards pre hodnotenie subjektov sú vybrané podľa reálne dôležitých CEP (Category Entry Points).

✳ Reálne dôležité CEP sú navyše doplnené o parametre jedinečnosti a dostupnosti, ktoré prispievajú k spokojnosti ľudí s dovolenkovým pobytom (infraštruktúra, fotogenickosť, bezpečnosť, prístup, atribúty zákazníckej skúsenosti s využívaním produktu,...) a reflektujú aj pohľad hostiteľa (motivácia k opakovanej návšteve, vhodnosť pre zahraničného turistu, prepojenosť atraktivít,...).

☀ Pohľad cez toto spektrum parametrov umožňuje nahliadať na hodnotený subjekt veľmi komplexne, a zároveň sa takto dajú veľmi prirodzene zohľadňovať potreby špecifických segmentov návštevníkov a následne subjekty vhodne triediť do týchto segmentových skupín.

☀ Segmentácia je výsledkom vyhodnotenia atraktivity a potrieb cieľových skupín na základe životno-štyľovej segmentácie štandardizovaného nástroja NeedScope® a pohľadu na dáta CEP cez podskupiny „rodiny s deťmi“ a „cestujúce páry“. V prípade potenciálnej budúcej zmeny cieľovej skupiny, na ktorú bude upriamená pozornosť v komunikácii, umožňuje identickým spôsobom spracovať dáta a pripraviť Scorecards pre ďalšie segmenty ľudí.

☀ Takáto kombinácia zároveň okrem možnosti zhodnotenia atraktívnosti jednotlivých subjektov umožňuje správne reflektovať komunikačné potreby a unifikovať komunikačné posolstvá tak, aby maximalizovala zásah potrieb týchto podskupín.

5-bodová hodnotiacia stupnica je zvolená vhodne – umožňuje dostatočne detailný pohľad na hodnotenie jednotlivých parametrov subjektov a zároveň nie je detailná príveľmi (pri detailnejšej stupnici je riziko väčšej subjektivity určovania hodnoty jednotlivých hodnotených parametrov).



Vypracovanú analýzu pre tvorbu Scorecards aj rozpracovanie segmentácie do formy komunikačných hesiel pre jednotlivé vybrané podskupiny celkovo vnímame ako mimoriadne precíznu a analyticky pokročilú prácu s využitím prieskumných dát.”

Na potenciálnych návštevníkov Košíc sme v roku 2021 intenzívne cieľili aj online **obsahovou kampaňou**. Podarilo sa nám pripraviť veľmi živý, textovo i obrazovo pútavý obsah, ktorý zaznamenal veľmi vysokú čítanosť a návštevnosť. Publikovali sme spolu 25 PR článkov, vrátane **inzercie v magazíne Tatry**.

V období lockdownu sme komunikovali prostredníctvom udržiavacej línie obsahovej kampane a priamej propagácie ponuky členských subjektov. Cieľom bolo udržiavať **neustály kontakt s cieľovými skupinami** a ukazovať ľuďom široké portfólio možností trávenia voľného času v našom meste. Takto sme postupne budovali myšlienkové spojenie medzi Košicami ako turistickou destináciou a tým, po čom bol v tomto období najväčší dopyt – slobodný pohyb, “polockdownové” výlety a dovolenky.

Čo nám v minulosti pri propagácii často chýbalo, bola kvalitná fotobanka a videobanka, ktorá by korešpondovala s našou komunikačnou stratégiou a ukazovala Košice ako živé mesto. Keďže sme neustále narážali na tento deficit, prioritne sme nastavili nášho content creatora a videomakera práve na **zber živých destinačných záberov**, ktoré majú slúžiť aj ako podklad pre následnú tvorbu destinačného spotu.

Okrem aktualizácie obsahovej banky, prípravy online výstupov a kampaní bolo našou prioritou pripraviť tlačené verzie publikácií, ktoré by korešpondovali s novou komunikačnou líniou. V tomto prípade išlo o aktualizáciu pôvodných, ale o tvorbu nových, moderných, pútavých a kvalitných publikácií. Okrem tlačoviny Košický detský pas sme sa intenzívne venovali tlačovine **Bedeker, Návod na mesto, Katalóg suvenírov**, príprave a tlači **mapy ku kampani Košický detský pas** a taktiež **Sakrálnej mape**.



6.2 Rozšírenie externého marketingového tímu

Náš marketingový tím tento rok posilnili dodávateľské služby pre pozície: odborný konzultant pre City Marketing, creative manager, grafický dizajnér, copywriter a content creator, ktorého úloha sa zamerala prioritne na fotografovanie v teréne. Zostavenie náplní a úloh pre našich externých členov tímu sme pripravovali v zmysle komunikačnej stratégie Živé mesto.

6.3 Tvorba zážitkovej ponuky CR a prepájanie členov

Začiatkom minulého roka sme intenzívne komunikovali s členskými aj nečlenskými subjektmi v rámci mapovania aktivít a pripravovali sme databázu služieb a zážitkov pre cieľové skupiny rodiny s deťmi a páry. Hľadali sme rôzne produkty, služby, zážitky a podujatia, ktoré pomôžu prilákať a udržať návštevníka v meste a blízkom okolí. Zároveň sme hľadali rôzne časové a obsahové prieniky, vďaka ktorým by sme mohli prepojiť rôzne subjekty. Toto mapovanie nám dopomohlo k vytvoreniu Košického detského pasu, podklady sú použité aj pri tvorbe novej webovej stránky a príprave ďalších produktov.

Košický detský pas

V priebehu roka 2021 sme pripravili v spolupráci s našimi členskými subjektmi produkt "Košický detský pas" zameraný na jednu z našich najdominantnejších cieľových skupín - rodiny s deťmi. V Detskom pase si rodiny s deťmi našli 100 strán predstavujúcich 21 skvelých košických lokalít a atrakcií, kde sa môžu deti zabaviť, zbierať nálepky, pečiatky či riešiť úlohy. Každé tri navštívené miesta im prinesú cestovateľské hodnosti, za ktoré si vo Visit Košice Infopointe na Hlavnej ulici vyzdvihli vecné odmeny a my sme tým získavali cennú spätnú väzbu a vykonávali zber dát o návštevníkoch.

Cieľom, ktorý sme plnili, bolo prilákať rodiny s deťmi do Košíc a poskytnúť im jednoduchý návod ako tu stráviť čas. Pridanou hodnotou bolo zjednotenie komunikácie a vzájomná propagácia medzi členmi. Vytvorili sme úspešný produkt cestovného ruchu, ktorý prostredníctvom zbierania zážitkov a odmien motivoval rodiny, aby v Košiciach strávili viac dní alebo sa sem znova vrátili, o čom svedčili aj reakcie návštevníkov a našich členov:

„Pasy sme si vyzdvihli vo Visit Košice Infopointe a za necelé tri dni sme stihli navštíviť až sedem lokalít – medzi nimi boli aj múzeá, o ktorých sme ani netušili. Deti nás ťahali z jedného miesta na druhé, cestovanie s pasom sa im skutočne veľmi páčilo. Košice nás uchvátili, je to nádherné mesto a určite sa ešte vrátíme. Obzvlášť sme netušili o skvelo prispôsobenom centre pre cyklistov,“

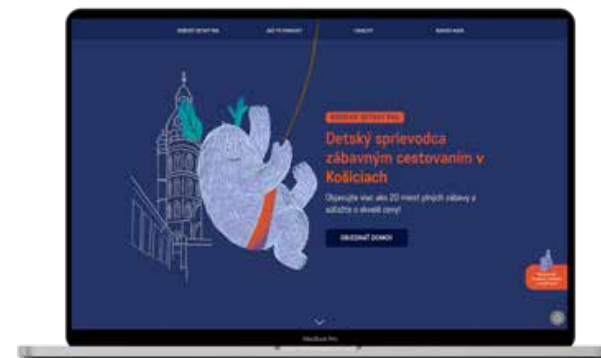
– napísala spokojná návštevníčka z Bratislavy

„Veľa detí k nám chodí s detským pasom v ruke. O nálepky, ktoré rozdávame, je veľký záujem a rýchlo sa míňajú. Absolvujú aj bonusovú aktivitu – tetovanie. A musím povedať, že zo zapojenia sa do projektu máme obrovskú radosť,“

– povedala manažérka DinoParku Košice Katarína Sopková

„Košícký detský pas funguje skvele, máme veľa návštevníkov, ktorí prídu cielene práve vďaka tomuto projektu. Mali sme aj deti z Bratislavy, ktoré prišli s rodičmi do Košíc na týždeň a využili Košícký detský pas. Vďaka nemu veľmi jednoducho a efektívne navštívili niekoľko krásnych miest a veľmi sa z neho tešili.“

– Ľuboš Porada z Košíckého hradu



Distribúcia Košíckého detského pasu

Košický detský pas bol zdarma k vyzdvihnutiu vo Visit Košice Infopoint, zabezpečili sme aj distribúciu do členských hotelov, a tiež všetkých zapojených atraktivít. Výtlačky sme ďalej distribuovali do turistických centier vo Vysokých a Nízkych Tatrách, aby sme tak podnietili návštevou Košíc aj týchto turistov. Mesto Košice ako náš člen prejavilo záujem o pas a objednalo tlač viac ako 10 tisíc kusov, ktoré boli distribuované do škôl Košíckým deťom, čo sa prejavilo aj na návštevnosti samotného Infopointu, kde si tento produkt cestovného ruchu veľmi pochvalovali aj samotní Košíčania. Z vyše 20 tisíc celkovo vytlačených kusov ostalo ku koncu roka k dispozícii len niečo cez 3 tisíc kusov, preto budúci rok chystáme dotlač a s prehodnotením existujúcich subjektov a doplnením nových na základe spätnej väzby od návštevníkov.

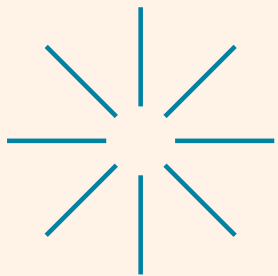
kosickydetskypas.sk

Marketingové aktivity na podporu Košíckého detského pasu

Kampaň na propagáciu Košíckého detského pasu bola veľmi intenzívna a veríme, že vďaka pestrému mediálnemu mixu dostatočne zarezovala a ostala v povedomí ľudí, čo potvrdil aj prieskum realizovaný 2muse.

Využili sme reklamné plochy po celom Slovensku, pripravili a realizovali sme outdoorovú kampaň (110 city-lightov v krajských mestách, 6 billboardov v Košiciach, 1 bigboard medzi Vysokými Tatrami a Liptovským Mikulášom), rádiovú kampaň (585 odvysielaných spotov na troch celoslovenských rádiách), spoluprácu s influencerkou

a blogerkou Silviou Škultéty, ktorá na sociálnej sieti mala viac ako 60 tisíc impresií, PR v Magazíne Tatry (dostupný v podobe 6000 výtlačkov i online) a taktiež tlačovú správu, zverejnenú na viac ako 30 online portáloch na Slovensku. Pre efektívnejšiu podporu Košického detského pasu sme vytvorili novú webstránku - www.kosickydetskypas.sk, takzvanú landing page, kde si návštevníci mohli nájsť všetky dôležité informácie o tomto produkte. Stránku navštívilo takmer **52 tisíc unikátnych návštevníkov**, dominovali kliknutia z Bratislavy, Prešova Banskej Bystrice, Popradu, Žiliny, Nitry či Trenčína. Tieto mestá zároveň zrkadlia aj našu outdoorovú reklamu a cielenie rádiových spotov. Dominujúcimi boli aktivity v online marketingu, ktoré priniesli na sociálnych sieťach takmer **3 milióny zobrazení** a zasiahli viac než **600 tisíc používateľov**, Google banerová reklama dosiahla dokonca **8 miliónov zobrazení**, nie nadarmo sme počúvali od viacerých spätné väzby, že reklama na Košický detský pas na nich "vyskakovala zovšadiaľ".



www.kosickydetskypas.sk
navštívilo:

52 000
návštevníkov

Predovšetkým z miest:

Bratislava + Prešov + Banská + Bystrica
Poprad + Nitra + Žilina + Trenčín

Online marketingová podpora
kampane Košický detský pas dosiahla:

3 milióny
zobrazení

a zasiahol:

600 000
používateľov

Kampaň vyvrcholila **15.10.** žrebovaním výhercov súťaže o pobytové balíky v hoteli Bankov a Crystal.

Sme veľmi radi, že na základe dát z online kampane, vysokého počtu návštev webstránky www.kosickydetskypas.sk a samotnej priamej spätnej väzby od návštevníkov Infopointu môžeme zhodnotiť Košický detský pas ako mimoriadne úspešný produkt. Záujem o Košické detské pasy stále trvá, len na jeseň sme na vyžiadanie rozposlali vyše 300 0 detských pasov rodinám a deťom po celom Slovensku, ktoré si tak môžu naplánovať návštevu Košíc.

Marketing a propagácia Visit Košice

Mediálny priestor / reklamné nosiče

2021

január

február

marec

apríl

máj

jún

júl

agust

september

október

november

december

počet

kampaň

PR														
PR článok TOPKY			•										1	Živé Košice
PR článok WEBNOVINY			•										1	Živé Košice
PR článok PLUSKA			•										1	Živé Košice
PR článok PRAVDA			•										1	Živé Košice
PR článok TYZDEN			•										1	Živé Košice
Magazín TATRY / zima	•	•	•	•	•								1	Živé Košice
Magazín TATRY / leto						•	•	•	•				1	Košický detský pas
Obsahová kampaň Soda a Denník N			•	•									6	Živé Košice
Obsahová kampaň Denník N					•	•	•	•	•	•	•	•	12	Živé Košice
Tlačová správa Košický detský pas								•					1	Košický detský pas

Rádiová kampaň														
Prvá vlna 28.6.–8.8.							•	•					585 spotov	Košický detský pas
Druhá vlna 12.8.–30.8.								•					585 spotov	Košický detský pas

Outdoor														
Citylighty						•	•						110	Košický detský pas
BigBoard							•						1	Košický detský pas
Billboardy							•						6	Košický detský pas

Online marketing														
Online aktivty/prispevky/kampane	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	395	Živé Košice
Kampaň Košický detský pas						•	•	•	•	•	•	•	36	Košický detský pas



Návod na mesto

Dôležitým publikom, na ktoré nemôžeme zabúdať, sú obyvatelia mesta Košice. Naším záujmom je, aby sa domáci obyvatelia Košíc cítili byť súčasťou svojho mesta a boli naňho hrdí. Túto snahu sme sa snažil zhmotniť v publikácii Návod na mesto. V spolupráci so štúdiom Milk sme vytvorili obsah, ktorý vychádza z našich PR článkov a poukazuje na zaujímavé aktivity, ktoré môžu v meste a v okolí zažiť. Cieľom je z Košičanov vytvoriť prirodzených ambasádorov mesta a viac zjednotiť myšlienku, ako o Košiciach hovoriť a ako v Košiciach najlepšie stráviť čas v zmysle našej komunikačnej stratégie. Publikácia bude pripravená pred začatím letnej sezóny v roku 2022. ←

6.4 Printové materiály

Košický bedeker

Pri príprave nového bedekra Košíc agentúrou Komplot, sme reagovali na spätnú väzbu od členských subjektov a keďže sme neboli spokojní s čiastkovými výstupmi, dohodli sme sa na bezodplatnom ukončení spolupráce. Tvorcami nového bedekra okrem interného tímu je Košické štúdio Midfield s Romanom Juhásom, a copywriterka Andrea Petrovčinová, ktorí zároveň patria do nášho externého marketingového tímu. Finálny bedeker bude hotový pred začatím letnej sezóny 2022. →



Košice

Street food

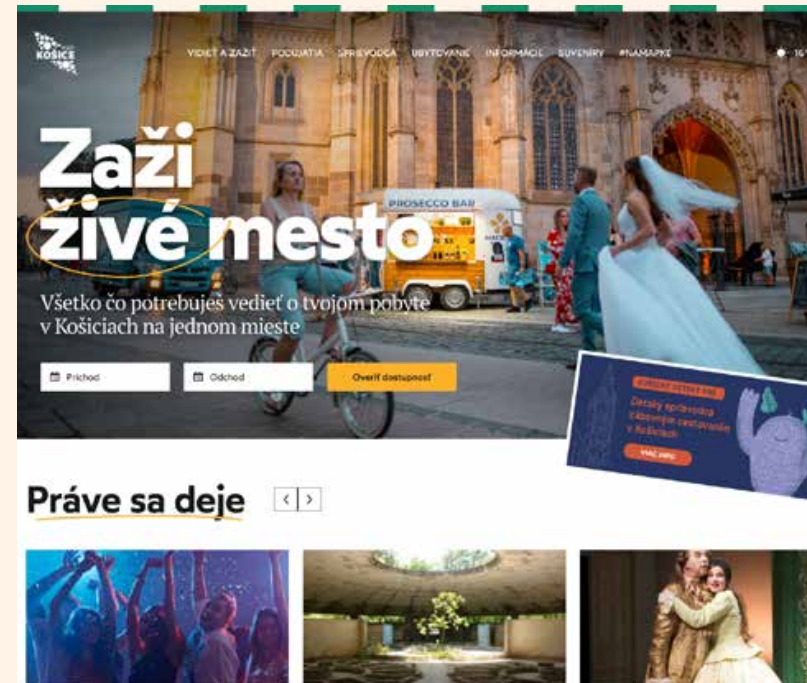
Košický street food je venovaný všetkým fanúšikom gastronómie, ktorí obľubujú svetovú kuchyňu vo forme kvalitného pouličného jedla. Zastavte sa pred filmovým premietaním alebo na večeru na otvorenej terase pred Kino Úsmev, kde sa nachádza aj populárny Street Food Corner so slávnymi hranolkami a burgermi, tradičnými aj modernými hot dogovými variáciami, autentickou chuťou Grécka alebo ďalšími pestrými možnosťami. Na príľahom parkovisku sa dokonca dvakrát do roka koná vychytaný Košice Street Food Festival s ponukou mnohých tunajších aj exotických chutí.



Medzi najnovšie košické vychytávky patrí aj celoročné street foodové mesto Klídek, na ktoré ľahko natrafíte v zelenom Areáli Anička. Pod stanom si vychutnate dokonalé sendviče, trdelníky, grécke špeciality, burgre i tradičnejšie menu pre klasikov. Poriadnu dávku street foodových možností si užijete aj pri bohatom kultúrnom programe, ktorý Klídek organizuje.

Sakrálna mapa

Pri príležitosti návštevy Svätého Otca Františka v septembri sme pripravili tzv. Sakrálnu mapu, ktorá bola určená pre návštevníkov, ktorí prišli do Košíc z ostatných krajov a okolitých štátov. Na mape sú zvýraznené všetky sakrálné objekty vrátane kláštorov, kostolov a synagóg a krátke popisy ku každej pamiatke. →



Katalóg suvenírov

K novovytvoreným kreatívnym suvenírom sme pripravili aj katalóg zahŕňajúci súbor diel umelcov, ktorí sa zúčastnili výzvy na tvorbu košických suvenírov a ktoré boli následne vybrané odbornou komisiou. Katalóg obsahuje profesionálne fotografie všetkých produktov, predstavenie autorov a popis samotného suveníru. Katalóg je určený návštevníkom Visit Košice Infopointu aby napomáhal pri výbere suvenírov a taktiež k spoznaniu príbehu umelcov a ich umeleckých výrobkov. ←

6.5 Nový web: www.visitkosice.org

V roku 2021 sme pracovali na zostavení architektúry nového webu destinácie pre potreby efektívnejšieho marketingu a reflektovania novej komunikačnej stratégie. Do úvodnej fázy sme zapojili členské subjekty, kedy sme im zaslali prvotný prototyp, kde si mohli vyskúšať základné funkcionality webu ako aj zoradenie informácií. Nový web by sa mal rozšíriť o e-shop, rezervačný systém a jeho súčasťou bude aj interaktívny kalendár. Do budúcnosti plánujeme vytvoriť aj členskú zónu a predaj lístkov. Tvorba webu prebieha neustále v spolupráci s členskými subjektmi - našim cieľom je, aby mohlo vzniknúť funkčné a efektívne riešenie nielen pre návštevníkov, ale aj pre samotných členov. Aktuálne sme v ukončovaní fázy programovania, a v roku 2022 chceme spustiť prvú verziu webu určeného na nahadzovanie obsahu a testovanie.

PR výstupy: Visit Košice 2021

PR aktivity dosiahli najmenej 136 tisíc čítaní

Č.	Reklamný formát – médium	Téma/názov článku /formát	Dátum/obdobie uverejnenia	Zobrazenia stránky	Čas čítania
1	PR článok TOPKY	3 interiérové typy na aktivity s deťmi	19.3.2021	x	x
2	PR článok WEBNOVINY	Najnovší single track v Košiciach – Hriešny	31.3.2021	x	x
3	PR článok PLUSKA	Predĺžený víkend v Košiciach	30.3.2021	x	x
4	PR článok PRAVDA	Poznáte tieto miesta v Košiciach?	30.3.2021	x	x
5	PR článok TÝŽDEŇ	2 skvele typy na ubytovanie v Košiciach	30.3.2021	x	x
6	Inzercia v TATRY MAGAZÍN	2-stranová grafika – PRINT + ONLINE	Zima 2020/2021 +	6 tisíc výtlačkov + onlne	
7	PR článok v online magazín Denník N	Plánujete romantický víkend? Máme 5 tipov, kam ísť na rande v Košiciach	Marec 2021	1533	7:51
8	PR článok v online magazín SODA		Marec 2021	4 309	3:52
9	PR článok v online magazín Denník N	6 zážitkov, za ktoré vás budú deti po výlete do Košíc milovať	Marec 2021	12 162	7:34
10	PR článok v online magazín SODA		Marec 2021	16 741	5:10
11	PR článok v online magazín Denník N	Príroda na skok z mesta. Kam ísť na turistiku počas výletu do Košíc?	Marec 2021	21 967	9:46
12	PR článok v online magazín SODA		Marec 2021	7 487	3:45
13	Inzercia v TATRY MAGAZÍN	2-stranová grafika - PRINT + ONLINE	leto 2021 +	6 tisíc výtlačkov + onlne	
14	1. PR článok v online magazín denník N	8 dôvodov, prečo si pre dovolenku s deťmi vybrať Košice. Teraz s najnovším Košickým detským pasom	7.7.2021	9 967	7:18
15	1. PR článok v online magazín denník N	6 košických zážitkov, ktoré musíte vyskúšať pre nezabudnuteľnú dovolenku	15.7.2021	12 004	15:49
16	1. PR článok v online magazín denník N	Niekoľko rád horúce? Schladte sa na týchto 6 vodných miestach v Košiciach	27.7.2021	6 012	15:18
17	1. PR článok v online magazín denník N	Autentická atmosféra letného podvečera? Objavte týchto 5 skrytých kútov v košickom centre	3.8.2021	14 321	17:01
18	1. PR článok v online magazín denník N	Na dovolenke sa nevari! Cestujte s Košickým detským pasom a objavujte lokálne gastro	16.8.2021	2 034	4:37

Č.	Reklamný formát – médium	Téma/názov článku /formát	Dátum/obdobie uverejnenia	Zobrazenia stránky	Čas čítania
19	1. PR článok v online magazín denník N	Dobrodružný víkend v Košiciach? Spojte nenáročnú turistiku či šport s dobrým jedlom	24.8.2021	7 844	6:46
20	1. PR článok v online magazín denník N	Navštívte jediné Kreatívne mesto mediálneho umenia UNESCO na Slovensku – moderné Košice v sférach umenia, technológií, kultúry a kreatívneho priemyslu	24.9.2021	4 682	6:14
21	1. PR článok v online magazín denník N	Zamilujte sa do košickej zimy. Toto je 6 chladivých aktivít, ktorým sa môžete v Košiciach venovať už túto zimu	29.9.2021	5 102	6:34
22	1. PR článok v online magazín denník N	Košické vychytávky. Čo nové a populárne pribudlo počas posledného roku v Košiciach?	14.10.2021	4 929	7:03
23	1. PR článok v online magazín denník N	Navštívte jediné Kreatívne mesto mediálneho umenia UNESCO na Slovensku – moderné Košice v sférach umenia, technológií, kultúry a kreatívneho priemyslu	2.11.2021	1 372	4:16
24	1. PR článok v online magazín denník N	Zamilujte sa do košickej zimy. Toto je 6 chladivých aktivít, ktorým sa môžete v Košiciach venovať už túto zimu	17.11.2021	3 768	5:12
25	1. PR článok v online magazín denník N	Objavujte zábavu v Košiciach v akomkoľvek počasí. Umelecké zážitky, hravé experimenty, hlavolamy i laser game	7.12.2021	1 307	4:43
26	Tlačová spárva - Úspešnosť kampane Košický detský pas	Malí cestovatelia zažívajú dobrodružstvá a nevšedné zážitky vďaka Košickému detskému pasu	19.8.2021	x	x

legenda

x = dodávateľ služby neposkytuje tieto informácie

Dáta platné k 31.12.2021

6.6 Marketingové kampane

Obsahová kampaň cez PR články

V zmysle plnenia komunikačnej stratégie Žive Košice a výsledkov prieskumu 2muse je našim hlavným cieľom informovať o možnostiach trávenia voľného času v Košiciach. Aby sme zvýšili mentálnu dostupnosť mesta a budovali tak povedomie o Košiciach, komunikovali sme s návštevníkmi prostredníctvom PR článkov, uverejnených počas roka na online portáloch. Články sa tešili vysokej čítanosti predovšetkým u tých cieľových skupín, ktorým boli venované.

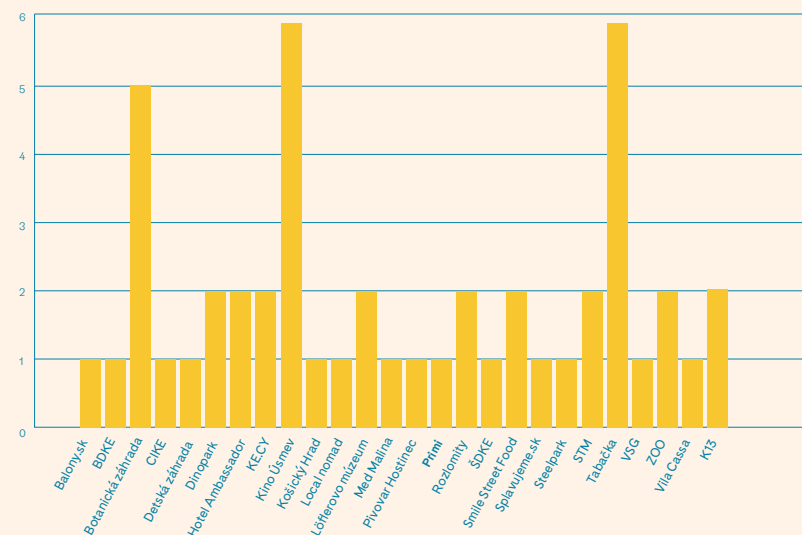
Kampane cez online marketing

Podobne ako pri PR článkoch, aj v prípade online marketingu tvoríme atraktívny imidž mesta a predstavujeme široké možnosti dôvodov cestovania do Košíc. Prostredníctvom sociálnych sietí Facebook aj Instagram a podporovaných príspevkov a kampaní propagujeme predovšetkým členské aktivity, a aktivity s vysokým potenciálom pre oslovenie Košíc znalého, aj neznaleho návštevníka. Aktivity členských subjektov predstavujeme publiku ako dôvody prečo sa do Košíc oplatí pricestovať aj z väčšej vzdialenosti, z toho dôvodu prebieha plánovanie online marketingových aktivít na kvartálnej báze – čím skôr kampaň spustíme, tým je väčšia pravdepodobnosť, že podnikáme u návštevníka plánovanie výletu do Košíc.

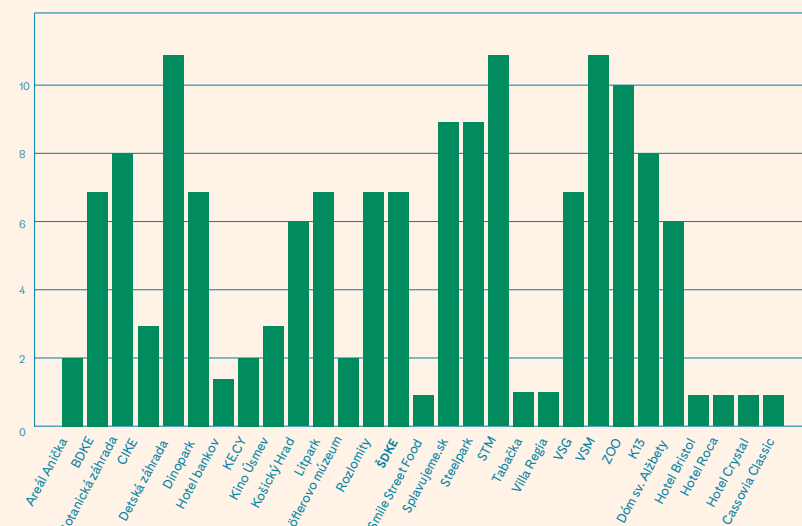


Podporené aktivity členov v online:

Jún

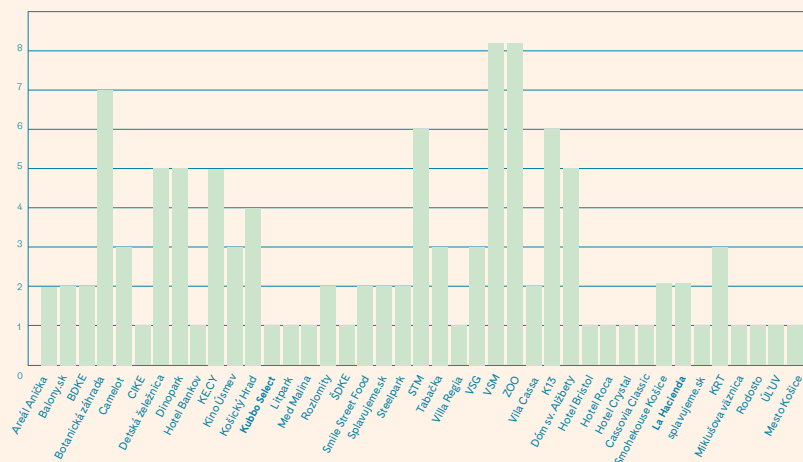


Júl

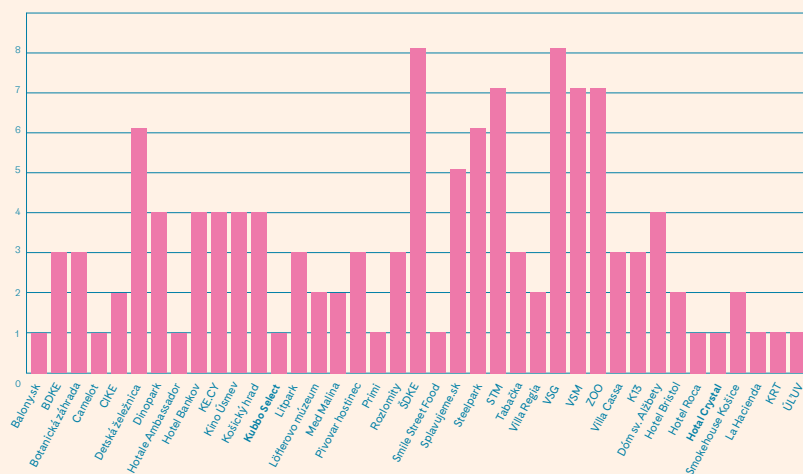


Podporené aktivity členov v online:

August



September



Noc múzeí a galérií

Tešíme sa, že po uvoľnení opatrení sa mohla opäť konať Noc múzeí a galérií. Naším cieľom bolo priblížiť obsah podujatia potenciálnym návštevníkom mesta a motivovať ľudí k návšteve jednotlivých inštitúcií. Formou reportáže naša blogerka a fotografka v teréne navštívila celkom osem zastávok plných kultúrno-umeleckého programu. Program subjektov sme tak odprezentovali nielen prostredníctvom online propagácie, ale aj priamo očami návštevníka. Obsah sa tešil veľkému záujmu a pozitívnej odozve, čoho dôkazom boli aj nadpriemerné organicky dosiahnuté čísla zobrazení obsahu na Instagrame a na Facebooku (viac ako 800 videní na Instagram stories).



6.7 Obsahová banka

V roku 2021 sme členským a partnerským subjektom zaoberajúcim sa prezentáciou mesta Košice, akou je napríklad aj organizácia Slovakia Travel, sprístupnili nami vytvorenú Obsahovú banku. Obsahová banka je zdieľaná zložka, ktorú neustále napĺňame kvalitnými vizuálnymi a textovými výstupmi, ktoré majú za cieľ propagáciu členských subjektov, podujatí a mesta ako takého. Naším cieľom je neustále poskytovať členom a partnerom aktuálny a kvalitný obsah z diania v meste pre prezentáciu Košíc doma i v zahraničí a zjednotiť tak komunikáciu mesta a našich členov v nadväznosti na komunikačnú stratégiu Živého mesta.

<https://drive.google.com/drive/folders/14epM85sujYspVUVVi-TykHc716w6u6wE5?usp=sharing>



6.8 Výsledky online marketingu počas roka 2021

Úlohou marketingového tímu je dostať pútavý obsah skrz online marketing k relevantným ľuďom v definovaných cieľových skupinách, neustále zvyšovať povedomie o aktivitách členskej základne a dosahovať efektívne výsledky, čím v maximálnej možnej miere prepájame svet online-u so svetom v offline.

Dáta a štatistiky sú pre nás kľúčovým nástrojom na neustále zlepšovanie výsledkov a zároveň nespochybniteľným dôkazom, že naše aktivity vytvárajú vysokú pridanú hodnotu v oblasti marketingu. V nasledujúcich číslach sa preto pozrieme na tie najdôležitejšie metriky online marketingových aktivít organizácie a ich porovnanie s predošlým obdobím.

kampane a onlinové aktivity
zobrazili užívateľom viac ako:

**28 miliónov
krát**

Denne sme zasiahli
na sociálnych sieťach:

**45 406
unikátnych
používateľov**

Najsilnejšie obdobie roka:

**200 000
zasiahnutých
používateľov
denne**

Celkovo sme zaznamenali:

**40 350
interakcií**

**3 296 zdieľaní
našich aktivít**

Porovnanie kľúčových metrík online marketingu

2019 vs. 2020 vs. 2021

2019	2020	2021	Medziročný nárast
+1 861 fanúšikov	+1 426 fanúšikov	+2 051 fanúšikov	+10,20 %

Priemerný denný počet zasiahnutých používateľov:

7 402	12 095	47 949	+ 547,78 %
-------	--------	--------	-------------------

Priemerný denný počet používateľov, ktorí interagovali:

257	304	1 046	+ 307 %
-----	-----	-------	----------------

Priemerný denný počet People Talking About This:

453	527	801	+ 76,82 %
-----	-----	-----	------------------

Zvolená online marketingová stratégia a komunikačná stratégia sa aj na základe vyššie prezentovaných dát ukázala byť dôležitým prostriedkom pre úspešné naplnenie jednotlivých cieľov marketingu. V oblasti cestovného ruchu, ktorý ostal najviac zasiahnutý súčasnou pandemicou situáciou je však odzrkadlenie výsledkov v skutočnom svete otázkou dlhodobej a kontinuálnej práce. Aj preto chceme 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.

6.9 Spolupráca s médiami

V priebehu roka sme spolupracovali s domácimi aj zahraničnými médiami, pripravovali sme im podklady a priebežne sme poskytovali viaceré rozhovory do printových médií, do rozhlasu, a aj do televízií ohľadom aktuálnej situácie, vplyvu pandémie COVID 19 na cestovný ruch, aktualít v Košiciach, návštevnosti Košíc, aktuálnej situácie v destináčnom manažmente na Slovensku, vzniku novej národnej agentúry pre rozvoj cestovného ruchu, plánovaných aktivít a podobne. Redaktori sa často zaujímali aj o návštevnosť Košíc a Visit Košice Infopoint. Okrem toho novinárov zaujali aj ďalšie nami navrhnuté témy, ako napríklad inovatívna rekonštrukcia Visit Košice Infopoint, kreatívne suveníry či multimediálna miestnosť. Prezentácie Košíc ako destinácie, tak v priebehu roka mnoho krát odznela v reportáží s týmto obsahom, alebo bola uverejnená v printových médiách.

Koncom roka sme sa tiež zúčastnili na nahrávaní podcastu "Tasting Eastern Europe", kde sme predstavili turistický potenciál Košíc a vplyv pandémie na rozvoj cestovného ruchu. "Tasting Eastern Europe" je podcast spoločnosti "Entdecke.Net" Destination Management Company (DMC), ktorá pracuje s cestovným ruchom prevažne v strednej a východnej Európe a má za cieľ propagovať rôzne miesta pre západné cestovné kancelárie a podporiť tak prílev turistov do destinácií.



7

Prezentácia a aktivity na zahraničných trhoch

Väčšina medzinárodných výstav cestovného ruchu sa koná najmä v jarných a jesenných mesiacoch, ktoré boli v roku 2021 výrazne poznačené pandémiou COVID-19. Aj z toho dôvodu sa väčšina z týchto výstav buď zrušila, alebo presunula do online formy.

7.1 Výstavy, veľtrhy a prezentácie

Z toho dôvodu sme časť financií určených na výstavy a veľtrhy presunuli do iných projektov štátnej dotácie, ktoré boli vzhľadom na pandémiu flexibilnejšie, ako napríklad do online marketingu, alebo aj do prípravy, úpravy a updatu informačných materiálov, ktoré môžeme po opätovnom spustení veľtrhov a výstav plnohodnotne prezentovať potenciálnym návštevníkom, tour operátorom, agentúram, médiám či obchodným partnerom.

Prezentácia mesta a lokálnych produktov na medzinárodnej výstave Ekogala Reszów 2021

V spolupráci s Mestom Košice sme prezentovali našu destináciu a zároveň aj lokálne produkty na výstave EKO GALA v partnerskom meste Rzeszow v termíne od 10.12. – 12.12. 2021. Medzinárodný veľtrh bol zameraný okrem prezentácie destinácií aj na predstavenie ekologických lokálnych kvalitných potravín a výrobkov.

Z toho dôvodu sme oslovili viacero výrobcov a dodávateľov miestnych produktov, vďaka ktorým sme v Poľsku odprezentovali okrem iného aj výrobky od bratov Oprendeckovcov, remeselné pívá z Hostinca, lokálne medy od pána Vargapála či víno z košických viníc od Grand Bari. Táto forma veľtrhu, kde išlo o spojenie gastronómie a destinácie, sa v tomto prípade veľmi osvedčila a z toho dôvodu plánujeme tento koncept dodržať aj na iných veľtrhoch cestovného ruchu a tým podporiť lokálnych výrobcov a ich produkty.



Ukrajinská konferencia – “MICE riešenia pre rozvoj cezhraničného ruchu”

V mesiaci november nás oslovila Slovenská obchodná a priemyselná komora so záujmom o spoluprácu počas medzinárodného podujatia zameraného na podporu odvetvia MICE sektora s názvom: MICE riešenia pre rozvoj cezhraničného cestovného ruchu. Podujatie sa organizovalo v spolupráci s Ukrajinou obchodnou a priemyselnou komorou. Prvý deň, počas dvojdnového podujatia sa prezentovali partneri z ukrajinskej strany a druhý deň mali priestor na prezentáciu slovenské subjekty.

Prezentácia Visit Košice bola určená prioritne pre tour operátorov a buyerov z MICE sektora. Po podujatí prišla pozitívna spätná väzba jednak zo Slovenskej obchodnej a priemyselnej komory, ale aj zo strany ukrajinských partnerov, od ktorých sme následne obdržali databázu kontaktov.

7.2 Infocesty – Press tripy a fam tripy a iné návštevy mesta

Podobne, ako pri veľtrhoch, výstavách a zahraničných prezentáciách z dôvodu pandémie COVID-19 a s tým spojenými cestovnými obmedzeniami sme v roku 2021 zredukovali aj počet infociest. Napriek tomu sme však pripravili infocestu pre maďarských novinárov, individuálnu infocestu pre britského novinára Christophera Maddoca z "The Budapest Times", infocestu zameranú na prezentáciu Košického detského pasu, pokračovali sme v online rezidencii s Ramym Jamesom Salamehom, ktorá presahovala z roku 2020.

Participovali sme aj na infoceste zameranú na cyklistiku, ktorú zabezpečoval KOČR Košice Región Turizmus, ale aj na návštevách mesta, počas ktorých sme sprevádzali napríklad aj jeho exceciiu, veľvyslanca Nakota Nakagawu z Japonska či zástupcov zahraničných partnerských univerzít, ktorí ku nám prišli v rámci medzinárodného projektu Ulysseus.

Infocesta pre maďarských novinárov

Infocestu pripravenú na mieru v spolupráci so zahraničným zastúpením Ministerstva dopravy a výstavby z Budapešti pre maďarských novinárov a tour operátorov sme organizovali v mesiaci jún. Výstupom infocesty boli viacere články v printových aj online médiách, ale aj viacero



reportáží v maďarskej verejnoprávnej televízii MTV. Naším cieľom bolo aplikovať prvky transformatívneho turizmu do itinerára, ktorými sme sa inšpirovali počas minuloročného medzinárodného projektu v spolupráci s Creative Industry Košice: TraCEs – Cultour is Capital – zameraného na transformatívny cestovný ruch.

Prostredníctvom infocesty sme mali možnosť odprezentovať viacero členských subjektov klastra Visit Košice, ako napríklad reštaurácie La Hacienda, Med Malina či Hostinec, hotel Ambassador, kde boli novinári ubytovaní, Východoslovenské múzeum, Východoslovenskú galériu a jej kreatívne dielne počas výstavy Klímkovičovcov, Štátne divadlo Košice nám zabezpečilo účasť priamo na nacvičovaní operety Grófka z Chicaga pod vedením riaditeľa divadla z Miškolca, Splavujeme.sk nám zabezpečilo nezabudnuteľný zážitok na kajakoch na Hornáde spojený s lukostreľbou, piknikom v prírode či predstavením širšieho okolia Košíc, Detská železnica Košice nám pripravila zážitkovú jazdu na parnej mašinke a na drezine, či Kubbo Select, ktorý pripravil zážitkovú ochutnávku vína spojenú s návštevou kaštieľa v Budimíre a hudobným doprovodom.

Výhodou takýchto výstupov z press tripov je väčšia autenticita a cenová výhodnosť v porovnaní s platenou inzerciou. Zároveň autori výstupov majú naďalej možnosť komunikovať so svojim publikom a šíriť dobré meno Košíc.

Individuálna cesta pre Christophera Maddocka z "The Budapest Times"

V priebehu júna a júla sme pripravovali infocestu pre britského novinára Christophera Maddocka, ktorý prišiel na individuálnu infocestu začiatkom leta. Novinár zastupoval maďarské noviny The Budapest Times, ktoré sú určene predovšetkým pre anglicky a nemecky hovoriacich podnikateľov v zahraničí ako aj pre členov diplomatického zboru v Maďarsku.

Novinár sa vo svojom článku zamerlal na tematiku Sándora Máraiho a najvýznamnejších pamiatok v Košiciach.

Infocesta "Košický detský pas"

Podpornou aktivitou na kampaň Košický detský pas bola tiež realizácia infocesty so známou influencerkou a blogerkou SIlviou Škultéty, zameranou na rodiny s deťmi, ktorá na sociálnej sieti nechala viac ako 60 tisíc impresii. Silvia s deťmi navštívila počas troch intenzívnych dní vybrané aktivity a Košický detský pas tak odprezentovala tisíckam ľudí na Instagrame. Veľmi nás teší nielen výrazné nadšenie Silvie a jej rodiny, ale aj pozitívna spätná väzba od jej sledovateľov. Infocestu sme realizovali spolu s naším členom Local Nomad a dostali sme veľmi pozitívnu spätnú väzbu:



“Dovoľte mi touto cestou ešte raz poďakovať za spoluprácu a možnosť byť súčasťou tohto krásneho projektu. Košický detský pas a odhodlanie odprezentovať ho aj formou sociálnych sietí bol za mňa skvelý nápad. Vidieť Košice v spoločnosti Richarda bol veľký zážitok pre deti i dospelých. Dlho budeme spomínať. Miesta a atrakcie boli všetky veľmi pekné. Veľké množstvo followerov celú našu cestu sledovalo, malo to naozaj výborné ohlasy a ja som mohla ponúknuť skutočne pekný a užitočný obsah. Veľmi kvitujem fotografa, ktorý celý náš pobyt fotografoval a zaznamenával naozaj nenásilnou formou a kooperoval za Visit Košice pri tvorbe obsahu na Instagrame. Celkovo túto spoluprácu hodnotím, ako jednu z najkrajších a najzorganizovanejších akú som mala. Výborná komunikácia s Local Nomad tímom. Ďakujeme, že sme vás mohli spoznať a vidieť Košice z naozaj kvalitnej perspektívy.“

Celý report z infocesty si môžete pozrieť priamo na tomto linku alebo na Instagrame @minidiamondblog.

7.3 Sprevádzanie japonského veľvyslanca, jeho excelencie Makota Nakagawu

V júni do Košíc zavítal počas oficiálnej návštevy japonský veľvyslanec, jeho excelencia pán Makoto Nakagawa. Boli sme boli sme oslovení Košickým samosprávnym krajom ohľadom možnosti sprevádzania pána veľvyslanca s cieľom predstaviť mu mesto Košice. Na prehliadku sme dostali veľmi pozitívnu spätnú väzbu a zároveň pán veľvyslanec vyjadril záujem vrátiť sa do Košíc aj so svojou rodinou na výlet.

7.4 Stretnutie a sprevádzanie účastníkov medzinárodného projektu Ulyseus

Dňa 9.11.2021 v rámci medzinárodného projektu Ulyseus prebehla pracovná návšteva kolegov z partnerských univerzít s Technickou univerzitou v Košiciach. Konkrétne k nám prišli zástupcovia z rakúskej univerzity Management centre Innsbruck a španielskej Univerzity v Seville. V rámci programu mali účastníci projektu záujem o stretnutie s asociovanými partnermi vrátane Visit Košice. Témou stretnutia bola výmena skúseností ohľadom prípravy projektov, kreovania konzorcií a networking ohľadom potenciálnych budúcich príležitostí. Súčasťou stretnutia bolo spoločné posedenie pri obede a následná individuálna prehliadka mesta.





Vzdelávanie a budovanie interných 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.

V budúcnosti chceme vytvoriť aj interný hodnotiaci systém aktérov v cestovnom ruchu, kedy pre tých, ktorí budú mať najväčší potenciál rozvoja, zúčastnia sa čo najväčšieho počtu vzdelávacích a sieťovacích aktivít, budú mať aktívny záujem nie len o vlastný rozvoj ale aj rozvoj destinácie a ochotu pre zber dát, vytvoríme intenzívny rozvojový program na mieru, ktorý im počas svojho trvania dopomôže priniesť efektívne výsledky a tým aj zreteľný rozvoj CR v destinácii. Zvýšime tým atraktivitu destinácie, ktorá bude generovať špecifickú

a obraz, na základe ktorého sa stane pre návštevníkov viac lákavou a atraktívnou a podčiarkne Košice ako živé mesto, keďže predovšetkým atraktivitu a kvalita služieb podnecuje motiváciu turistov navštíviť Košice a región.

V priebehu roka 2021 sme sa zúčastnili osobne na viacerých vzdelávacích programoch, čím sme intenzívne budovali naše interné kapacity, zabezpečili sme možnosti vzdelávania pre naše členské subjekty a zdieľali sme informácie o možnostiach účasti na rôznych externých workshopoch či školeniach.

8.1 Webinár k výsledkom prieskumu trhu 2muse 2020

V spolupráci s agentúrou 2muse a Stanislavou Púčkovou sme zorganizovali online seminár s cieľom prezentovať finálne výsledky prieskumu, ktorý slúži ako podklad pre komunikačnú stratégiu a nastavenie marketingovej komunikácie, a pre našich členov ako návod na to, na ktoré cieľové skupiny sa zameriavať a ako ich osloviť. Nakoľko viacerí z členských subjektov mali k prezentácii, ktorá odznela na valnom zhromaždení koncom roka 2020 mnoho podnetných otázok venovali sme tento seminár nasledujúcim témam:

1. Ako Slováci a Slovenky pristupujú k turizmu a čo je pre nich dôležité pri téme mestskej turistiky, čo pomohlo porozumieť, prečo sú zmeny, ku ktorým sme sa vo Visít Košice už odhodlali, vhodné.
2. Taktiež sme sa detailnejšie pozreli na konkurenčné destinácie, aby sme porozumeli, čo ľudí láka inam.
3. A zopakovali sme si, ako sú vnímané z pohľadu turizmu Košice, aké sú ich príležitosti a slabiny a rozprávali sa o tom, čím sa dajú tieto slabiny prekonať a príležitosti naplniť.



Tento vzdelávací webinár sa tešili sme sa vysokej účasti členov aj s plodnou diskusiou a poskytol skvelé podnety pri realizovaní ďalších prieskumov v tomto aj nadchádzajúcom roku.

8.2 Školenie pre podnikateľov v cestovnom ruchu

V spolupráci s Národným podnikateľským centrom (NPC) a PhDr. Ivetou Hajzerovou sme pripravili školenie pre podnikateľov, ktorí museli obmedziť svoju podnikateľskú činnosť z dôvodu šírenia koronavírusu. Školenie bolo zamerané na možnosti využitia pomoci od Ministerstva dopravy a výstavby SR a Ústredia práce, sociálnych vecí a rodiny.

8.3 Bezplatné konzultácie s expertom

V spolupráci s Národným podnikateľským centrom (NPC) sme ponúkli členom možnosť Dlhodobého individuálneho poradenstva - až 80 hodín bezplatných konzultácií s expertom. Konzultácie prebiehajú formou osobných aj online stretnutí a ich obsahom môže byť napríklad marketing, financovanie, právo a legislatíva, manažment a iné. Prihlásiť sa môže mikro, malý alebo stredný podnik. Bližšie informácie a podmienky si stále môžete pozrieť na webovej stránke NPC.

8.4 Interný workshop komunikačnej stratégie

S uvoľnením opatrení sme sa začiatkom júna zúčastnili 3-dňového interného workshopu s Martinom Jenčom s cieľom zodpovedať otázky vznikajúce v priebehu tvorby obsahovej kampane ku komunikačnej stratégii Živé mesto. Okrem vytvorenia tzv. Tone of voice a začatia prác na vizuálnej identite, sme vytvorili aj systém detailnejšieho triedenia cieľových skupín tzv. Persona grid, ako aj spôsobov, ako na nich čo najúčinnnejšie zamerať reklamu. Taktiež sme si cez scorecard zadefinovali aktuálne nosné produkty cestovného ruchu a zostavili kvartálny plán vzhľadom na priority a kapacity aktuálneho tímu. Výsledkom bolo okrem iného aj detailné rozpracovanie kampane na Košický detský pas v rámci gantt chart (plánovanie termínov a zodpovedností), rozplánovanie ďalších 2 kampaní (pre páry a aktívnych cestovateľov), ako aj nastavenie redakčného plánu.

8.5 Online konferencia o ekoturizme

V spolupráci s Košice Región Turizmus sme pozvali členské subjekty na online konferenciu zameranú na možnosti rozvoja ekoturizmu v Košickom kraji. Súčasťou konferencie bola prezentácia stratégie rozvoja ekoturizmu v Košickom kraji, praktické príklady zo zahraničia, predstavenie projektu EcoVeloTour a projektu BirdTour.

8.6 Eco-Tandem Academy

Trojmesačná akadémia ECO-TANDEM bola súčasťou projektu Európskej únie so zameraním na udržateľný cestovný ruch. Výcvikový program bol zameraný na malé a stredné podniky týkajúce sa ponuky a hodnotového reťazca cestovného ruchu s dôrazom na ubytovacie zariadenia, cestovné kancelárie a začínajúce podniky zamerané na technológie. Cieľom ponúkaných modulov špecifických pre dané odvetvie bolo zlepšenie zručností a budovanie kapacít okolo štandardov trvalej udržateľnosti v priemysle cestovného ruchu. Online webináre a dodatočné vzdelávacie programy boli zakončené dvoma skúškami a záverečnou skupinovú prácou v medzinárodnom tíme expertov. Po absolvovaní tohto intenzívneho vzdelávacieho kurzu sme všetky praktické podklady z akadémie zdieľali aj s našimi členskými subjektmi.



8.7 Post-covid webináre

Mesiace spojené s lockdownom sme využili na sledovanie aktuálnej situácie a na ďalšie vzdelávanie zamerané na predikcie, globálne a regionálne analýzy správania cestujúcich, očakávané trendy v post-covidovom svete či odporúčania vo svete cestovného ruchu v čase pandémie. Vzdelávanie nám výrazne pomohlo pri plánovaní aktivít či spôsobe komunikácie nielen s členskými subjektmi, ale aj s verejnosťou. Medzi mnohé prednášky, ktoré sme absolvovali patria napríklad Top Travel Trends and Predictions for 2021, Major Challenges in Tourism for 2021, Možnosti rozvoja ekoturizmu v Košickom kraji, Stratégie rozvoja ekoturizmu v Košickom kraji, a mnoho ďalších.

8.8 Pripravované školenia

V roku 2020 sme zrealizovali prieskum medzi našimi členskými subjektmi o aký typ vzdelávania by mali najväčší záujem. Nasledovala práca na novej komunikačnej stratégii a komplexný prieskum trhu, ktoré poukázali na potenciálny priestor pre zlepšenie, na ktorý by sme sa mali najviac sústrediť. Ďalšie dáta sme získali pri realizácii analýzy nosných produktov cestovného ruchu cez riadené rozhovory. Na základe všetkých týchto dát sme navrhli súbor workshopov, seminárov, školenia, poznávacie a vzdelávacie aktivity pre aktérov v cestovnom ruchu. Následne sme s ohľadom na všetky vstupy žiadali na tieto aktivity financie cez projekt štátnej dotácie. K realizácii plánovaných workshopov dochádzalo priebežne počas roka 2021 s presahom plánovaných seminárov až do roka 2022 a 2023.



Štatistiky a zber dát

Počas roka 2021 sme pracovali na zjednotení podkladov na zber dát s členskými subjektami a zároveň aj s KOČR Košice Región Turizmus, ktorá plánovala zber dát za celý región. Našou snahou bolo nájsť prienik informácií, ktoré sú zbierané jednak u hotelov, atrakcií, ale aj u dopravcov. Tieto dáta sú dôležité na efektívne fungovanie našich organizácií, prispôsobovanie aktivít daným potrebám v reálnom čase, ale aj na sledovanie vývoja cestovného ruchu z dlhodobého hľadiska na prípravu strategických dokumentov.

9.1 Oficiálne indikátory rozvoja cestovného ruchu

Rok 2021 sa aj aj po predchádzajúcom roku 2020 niesol v znamení pandémie COVID-19. Kým prvé tri mesiace roku 2020 ešte neboli poznačené pandemickou situáciou a návštevnosť Košíc mala v porovnaní s predchádzajúcimi rokmi mierne stúpajúcu tendenciu, v roku 2021 bola návštevnosť v Q1 a Q2 najnižšia. Môžu za to opatrenia spojené s lockdownom a výrazným obmedzením cestovania. Čo sa týka obdobia Q3, pokles v porovnaní s rokom 2019 nebol až taký výrazný a oproti roku 2020 došlo dokonca k nárastu čísel. Posledný kvartál sa opäť niesol v znamení hlbokého prepadu oproti roku 2019, ale k výraznému nárastu oproti roku 2020.

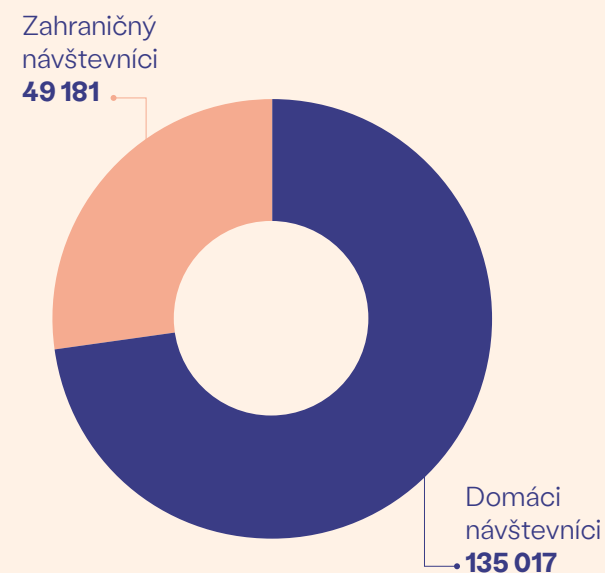
Čo sa týka jednotlivých indikátorov, počet všetkých prenocovaní v roku 2021 klesol v porovnaní s rokom 2020 o takmer 8% a v porovnaní s rokom 2019 o takmer 49%.

Oproti predošlému roku počet všetkých prenocovaní v roku 2021: **klesol o 8%**

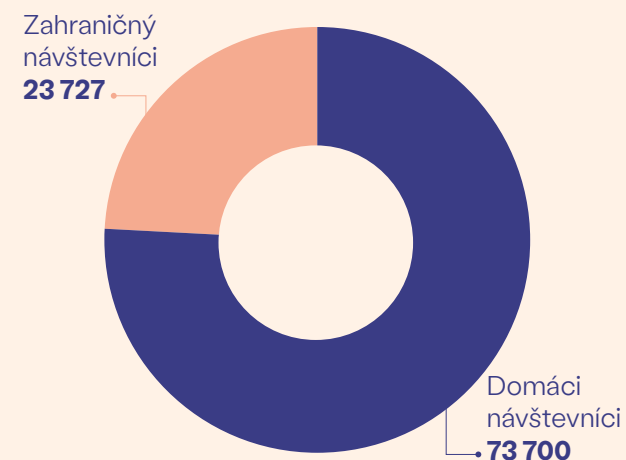
Priemerný počet prenocovaní návštevníkov	Spolu	— 1,9
	Domáci	— 1,8
	Zahraniční	— 2,1

Zdroj: Štatistický úrad SR

Počet prenocovaní: 184 198

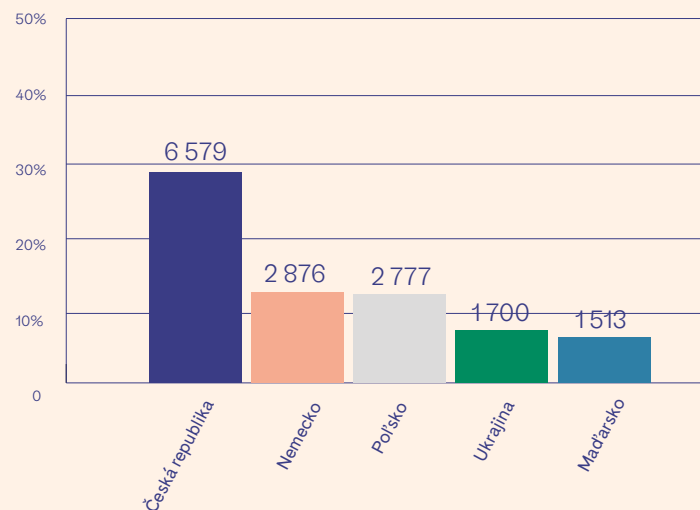


Počet návštevníkov: 97 427



Podľa dát Štatistického úradu Slovenskej republiky v roku 2021 navštívilo okresy Košice I-IV 97 427 hostí, a z toho 76% bolo domácich návštevníkov (73 700) a zvyšných 23 727 zahraničných návštevníkov tvorilo 24%. Zahraniční návštevníci sa však podľa Štatistického úradu ubytovali v Košiciach na dlhší počet nocí - 2,1, pričom domáci návštevníci sa v priemere ubytovali na 1,8 noci. Najväčšiu skupinu tvorili návštevníci z Českej republiky to bolo 6 579 návštevníkov (28%), z Nemecka do Košíc prišlo 2 876 návštevníkov (12%), z Poľska to bolo 2 777 osôb (11,7%), z Maďarska 1 513 osôb (6,4%). Veľkú skupinu návštevníkov tvorili aj Ukrajinci - 1700 osôb (7,2%), a nezanedbateľné percentá tvorili aj návštevníci z Rakúska, Spojených štátov Amerických, z Francúzska, či z Rumunska.

Zahraniční návštevníci – TOP 5 krajín:



Tvorba produktov cestovného ruchu

Aby sme sa zamerali na motivovanie domácich návštevníkov k dlhšiemu prenocovaniu v Košiciach, v roku 2021 sme vytvorili produkt - Košický detský pas zameraný na jednu z najdominantnejších skupín návštevníkov. Práve nevedomosť o tom, čo by Košice mohli ponúknuť, tvorí podľa prieskumu popri "mentálnej vzdialenosti" najväčšiu bariéru pre potenciálnych návštevníkov mesta Košice. Tento produkt tak pomohol mnohým návštevníkom mesta prekonať jednu z dominantných bariér a mal veľmi pozitívne ohlasy zo strany návštevníkov aj členských subjektov. Aj vďaka tomu sa v roku 2021 výrazne rozšírila členská základňa Visit Košice.

Medzinárodné letisko Košice

Následky pandémie výrazne pociťovalo aj letisko Košice. Počas roka 2021 bolo vybavených 168 742 cestujúcich, čo predstavuje medziročný nárast o 71 360 cestujúcich. Pre porovnanie, v „predpandemickom“ roku 2019 letisko Košice vybavilo 558 064 cestujúcich, čo bol druhý najlepší výsledok v histórii letiska. Napriek všetkým negatívam a komplikovanej pandemickej dobe sa podarilo vďaka dlhodobej spolupráci s leteckými spoločnosťami spustiť 7 nových leteckých liniek z Košíc. Od konca októbra 2021 začala prevádzkovať letecká spoločnosť Ryanair lety do 3 nových destinácií. Najmä početná slovenská komunita v Írsku mala veľkú radosť z dlhodobého žiadanej linky do Dublinu. Cestovateľov, ktorí využívajú predovšetkým nízkonákladové letecké spoločnosti, potešili aj nové spojenia do Viedne a Varšavy. Ďalšou skvelou správou bolo obnovenie leteckej linky Košice – Doncaster Sheffield po 3-ročnej prestávke, ktoré spoločnosť Wizz Air spustila vo frekvencii dvakrát týždenne.

V roku 2021 sa Košickému letisku podarilo získať 3 nové linky spoločnosti Ryanair:

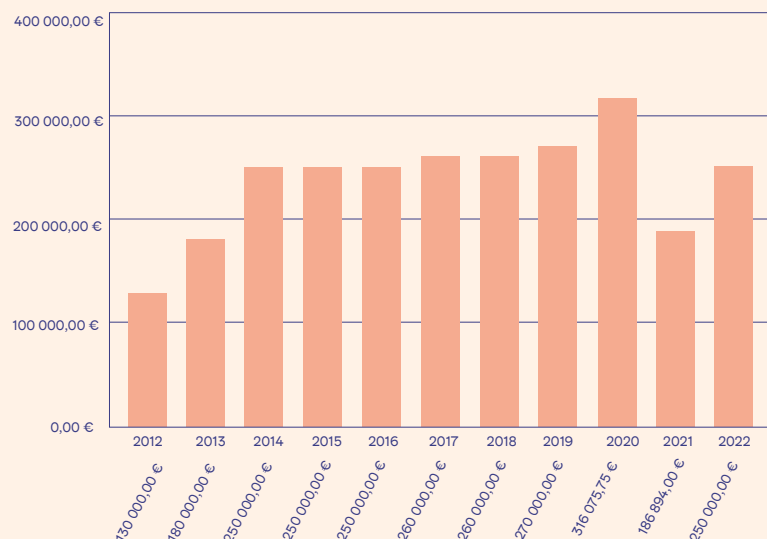
- + Dublin
- + Varšava
- + Viedeň

9.2 Vybratá daň za ubytovanie

Najdôležitejším indikátorom pre OOCR sú zdanené ubytovania. V tomto prípade bol pokles oproti roku 2019 ešte výraznejší - vyše 52%, ale v porovnaní s rokom 2020 bol zaznamenaný nárast o 4%. Čo sa týka vybranej mestskej dane, v roku 2021 táto suma predstavuje 297 364,50 €. Oproti roku 2020 ide o nárast 2,65% a oproti roku pokles takmer 53%.

Od výšky vybratej dane za ubytovanie sa odvíja aj výška členského príspevku mesta Košice, ktorá je v zmysle platných stanov schválená na minimálne 50% z celkovej vybratej dane od turistov. Pre OOCR ide pochopiteľne o kľúčový členský príspevok, ktorý tvorí prevažnú časť prevádzkového rozpočtu organizácie. Tento rok bola výška tohto minimálneho členského príspevku mesta v priebehu roka navýšená o vyše 40-tisíc € určených najmä na prevádzku Visit Košice Infopoint. Avšak aj napriek tomu, príspevok mesta Košice v roku 2021 predstavoval 3. najnižší príspevok v histórii organizácie od jej založenia v roku 2012. Táto skutočnosť už druhý rok výrazne obmedzila prevádzku organizácie a presmerovala takmer všetky aktivity na plnenie výlučne cez štátnu dotáciu od MDV SR.

Vývoj členského príspevku mesta Košice v OOCR Visit Košice:



Výška vybratej dane za ubytovanie v meste Košice

Rok	Vybratá daň	Min. výška príspevku 50% podľa predošlého roka	Reálna výška príspevku v danom roku
2011	264 638,00 €	–	–
2012	283 011,00 €	132 319,00 €	130 000,00 €
2013	463 433,00 €	141 505,50 €	180 000,00 €
2014	413 199,00 €	231 716,50 €	250 000,00 €
2015	523 694,00 €	206 599,50 €	250 000,00 €
2016	518 092,50 €	261 847,00 €	250 000,00 €
2017	531 286,50 €	259 046,25 €	260 000,00 €
2018	544 416,00 €	265 643,25 €	260 000,00 €
2019	632 151,50 €	272 208,00 €	270 000,00 €
2020	278 985,50 €	316 075,75 €	316 075,75 €
2021	297 364,50 €	139 492,75 €	186 894,00 €
2022			250 000,00 €

Zdroj: Magistrát mesta Košice

Základné štatistické ukazovatele CR – 2021

	január	február	marec	apríl	máj	jún	júl	august	september	október	november	december	spolu
Počet všetkých* prenocovaní	32 658	29 075	29 986	28 448	36 553	42 730	50 634	56 747	59 790	54 346	45 033	38 167	504 167
Počet prenocovaní oslobodených od daní	27 502	23 210	24 189	22 068	22 326	22 796	20 660	21 241	29 702	30 703	30 195	28 532	303 124
Počet zdanených prenocovaní	5 156	5 865	5 797	6 380	14 227	19 934	29 974	35 506	30 088	23 643	14 838	9 635	201 043
Počet ubytovaných hostí	2 576	3 213	3 413	3 975	7 712	13 002	18 242	22 017	17 903	13 880	8 054	5 225	119 212
Vybraná daň z ubytovania	7 741,50 €	8 797,50 €	8 655,00 €	9 570,00 €	17 338,50 €	29 901,00 €	44 976,00 €	53 313,00 €	45 132,00 €	35 443,50 €	21 853,50 €	14 502,00 €	297 223,50 €

Porovnanie počtu zdanených prenocovaní 2019 a 2020 vs. 2021

	január	február	marec	apríl	máj	jún	júl	august	september	október	november	december	spolu
Počet zdanených prenocovaní 2021	5 156	5 865	5 797	6 380	14 227	19 934	29 974	35 506	30 088	23 643	14 838	9 635	201 043
Počet zdanených prenocovaní 2020	24 784	25 731	11 119	2 290	5 552	13 237	26 609	30 413	23 809	11 816	10 128	7 825	193 313
Počet zdanených prenocovaní 2019	22 415	25 584	29 483	30 329	48 588	47 390	39 114	39 097	39 134	40 547	31 647	28 060	421 388
Nárast/pokles zdanených prenocovaní v roku 2021 v porovnaní s rokom 2019	-77,00%	-77,08%	-80,34%	-78,96%	-70,72%	-57,94%	-23,37%	-9,19%	-23,13%	-41,69%	-53,11%	-65,66%	-52,29%
Nárast/pokles zdanených prenocovaní v roku 2021 v porovnaní s rokom 2020	-79,20%	-77,21%	-47,86%	178,60%	156,25%	50,59%	12,65%	16,75%	26,37%	100,09%	46,50%	23,13%	4,00%

Zdroj údajov: Magistrát mesta Košice

Porovnanie počtu všetkých prenocovaní 2019 a 2020 vs. 2021

	január	február	marec	april	máj	jún	júl	august	september	október	november	december	spolu
Počet všetkých* prenocovaní 2021	32 658	29 075	29 986	28 448	36 553	42 730	50 634	56 747	59 790	54 346	45 033	38 167	504 167
Počet všetkých* prenocovaní 2020	69 689	69 614	50 653	20 325	21 759	32 277	51 384	51 929	57 443	44 018	39 514	36 200	544 805
Počet všetkých* prenocovaní 2019	69 058	70 932	80 113	78 950	97 758	95 965	71 792	70 453	92 801	96 390	84 545	75 946	984 703
Nárast/pokles prenocovaní v roku 2021 v porovnaní s rokom 2019	-52,71%	-59,01%	-62,57%	-63,97%	-62,62%	-55,47%	-29,47%	-19,45%	-35,57%	-43,62%	-46,73%	-49,74%	-48,80%
Nárast/pokles prenocovaní v roku 2021 v porovnaní s rokom 2020	-53,14%	-58,23%	-40,80%	39,97%	67,99%	32,39%	-1,46%	9,28%	4,09%	23,97%	13,97%	5,43%	-7,46%

Porovnanie počtu ubytovaných hostí 2019 a 2020 vs. 2021

	január	február	marec	april	máj	jún	júl	august	september	október	november	december	spolu
Počet ubytovaných hostí 2021	5 156	5 865	5 797	6 380	14 227	19 934	29 974	35 506	30 088	23 643	14 838	9 635	201 043
Počet ubytovaných hostí 2020	15 750	16 797	7 500	1 598	3 430	8 142	18 311	19 975	15 131	7 306	5 402	4 731	124 073
Počet ubytovaných hostí 2019	15 164	17 527	20 574	21 780	26 050	28 539	24 893	26 907	26 269	27 318	21 533	20 171	261 561
Nárast/pokles ubytovaných hostí v	-66,00%	-66,54%	-71,82%	-70,71%	-45,39%	-30,15%	20,41%	31,96%	14,54%	-13,45%	-31,09%	-52,23%	-23,1%
Nárast/pokles ubytovaných hostí v	-67,26%	-65,08%	-22,71%	299,25%	314,78%	144,83%	63,69%	77,75%	98,85%	223,6%	174,68%	103,66%	62,0%

Zdroj údajov: Magistrát mesta Košice

9.3. Realizovaný prieskum agentúrou 2muse

Hlavnou úlohou prieskumu bolo zmapovať na jeseň roka 2021 aktuálny stav vnímania Košíc ako turistickej destinácie, po realizácii uplynulých marketingových aktivít. Prieskum tak slúži na vyhodnotenie aktivít a posunu vnímania Košíc ako turistickej destinácie za posledný rok a ako podklad pre prípadné úpravy komunikačnej stratégie Košice: Živé mesto.

Prieskum ukázal, že pandemická situácia sa prejavuje v poklese návštevnosti väčšiny regiónov, avšak Košice si aj napriek tomu v porovnaní s minulým rokom v návštevnosti polepšili. Prieskum sa zameriaval okrem celkovej cestujúcej populácie Slovenska aj na podskupinu rodín s deťmi a za **uplynulý rok sa posilnilo vnímanie Košíc ako destinácie vhodnej na dovolenku deťmi**. Košice sú dokonca lokalitou, ktorá slovenských cestovateľov láka, a pre rodiny s deťmi je preferovanejšia ako naše hlavné mesto.

Prieskum potvrdil, že doterajšia komunikácia Košíc pomáha posilňovať vnímanie širokých možností trávenia voľného času a je nevyhnutné zotrvať v nej dlhodobo. Osobne nás potešilo, že **Košický detský pas je momentálne najznámejší sprievodca zábavným cestovaním medzi Slovenskou populáciou**, čo považujeme za jeden zo signifikantných výsledkov úspešnosti tohto produktu. Tieto výsledky nás ujistili, že zvolené marketingové aktivity aj napriek obmedzeniam a za tak krátky čas majú svoj efekt.

Prieskum nás tiež podnietil k optimalizácii a vylepšeniu cielenia jednotlivých reklám, ako aj k ďalšej tvorbe produktov cestovného ruchu, podobným Košickému detskému pasu, ale zameraných na aktívnych ľudí, ktorí vyhľadávajú prírodu a vodné plochy a tiež na páry, ktoré zas vyhľadávajú oddychovú dovolenku plnú nezvyčajných zážitkov a historických pamiatok.

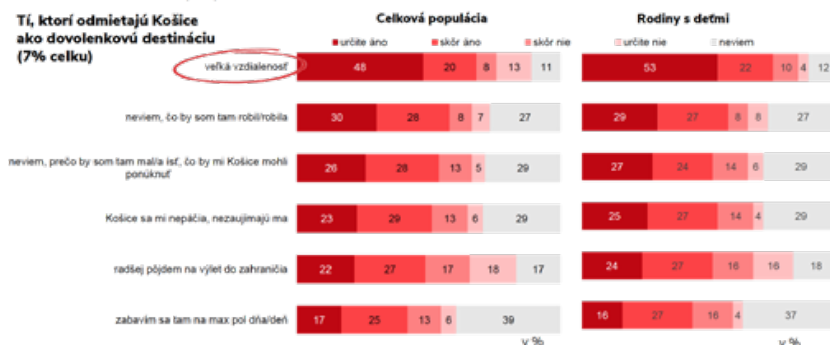
Koncom roka sme zároveň začali pripravovať zadanie na prieskum na krajiny V4: Česko, Poľsko a Maďarsko, aby sme sa vedeli analyzovať naše možnosti oslovenia týchto trhov po uvoľnení opatrení.

Hlavným cieľom prieskumu bolo nájsť odpovede na otázky:

1. Ako sa zmenilo vnímanie Košíc v priebehu roka 2021?
2. Aké komunikačné a iné aktivity na podporu návštevy Košíc ľudia zachytili?
3. Overiť predovšetkým účinnosť kampane Košický detský pas cieleň na rodiny s deťmi.
4. S akými destináciami si Košice konkurujú v roku 2021?
5. Aké sú tendencie do budúcnosti vzhľadom na zmeny správania pod vplyvom pandémie Covid-19?
6. Aké je súčasné vnímanie Košíc ako turistickej destinácie v porovnaní so Slovenskom a konkurenciou zo štátov V4 a Rakúska.
7. S akými Category Entry Points si Slováci asociojú Košice a ostatné destinácie?

Aké sú hlavné bariéry cestovania do Košíc?

Vnímanie vzdialenosti ako najdominantnejšej bariéry pri zvažovaní Košíc v rámci dovolenky zotrúva aj v roku 2021. Zatiaľ sa v očiach odmietateľov nemení ani neznalosť možností trávenia času v Košiciach – na takúto zmenu je potrebná dlhodobá komunikačná podpora.



BAR: Do akej miery vyhovujú nasledujúce dôvody, prečo nepreferujete Košice ako destináciu pre svoju dovolenku?
Všet Košice 2021, 21.12.2021, 2muse

n = 119 n = 51

9.4 Návštevnosť Košíc počas letnej sezóny

Podľa Referátu daní a poplatkov v najsilnejšom mesiaci august mesto Košice navštívilo 35 542 ubytovaných návštevníkov, z čoho väčšinu, 74% tvorili domáci návštevníci. Z údajov štatistického úradu bolo zo zahraničných ubytovaných návštevníkov tradične najviac z Českej republiky v prepočte 23%, nasledovali Poliaci, ktorí tvorili 12%, Nemci v prepočte 11% a Maďari taktiež 11%. Infopoint Visit Košice navštívilo 10 463 návštevníkov z čoho 80% tvorili domáci návštevníci zo Slovenska.

Počet prenocovaní v Košiciach

V tejto letnej sezóne sme v mesiaci júl mali 29 984 ubytovaných návštevníkov, čo je 23% prepád oproti letnej sezóne 2019 avšak oproti roku 2020 došlo k nárastu počtu ubytovaných návštevníkov o 13%. V mesiaci august bolo z celkového počtu ubytovaných návštevníkov pokles oproti najsilnejšiemu roku 2019 len o 9% a oproti roku 2020 sme zaznamenali nárast o 18%.

Vybratá mestská daň za ubytovanie

Na základe evidencie mesta Košice bola spolu za mesiace júl a august vybraná mestská daň za ubytovanie v celkovej výške 98 289€ v porovnaní so slabším rokom 2020, kedy vybraná mestská daň predstavovala sumu 85 269 € za oba letné mesiace spolu. Pokles vybranej mestskej dane v porovnaní s top rokom 2019 tak predstavuje len 16%, kedy výška vybranej dane predstavovala celkovú sumu 117 317 €.

Návštevnosť vybraných atrakcií

V rámci štatistik Infopointu Visit Košice najviac navštevovanou atrakciou bola Zoologická záhrada Košice, Dinopark, Košická detská historická železnica, Miklušová väznica, Slovenské technické múzeum, Dóm svätej Alžbety a Botanická záhrada UPJŠ. Štatistické dáta za letné mesiace nám poskytli Zoologická záhrada, Východoslovenské múzeum, Botanická záhrada a Košická detská historická železnica. Na základe poskytnutých dát bol vo všetkých atrakciách najsilnejší mesiac august, čo do počtu návštevnosti, napríklad ZOO zaznamenalo

v mesiaci júl okolo 55 tisíc návštevníkov a tento počet v mesiaci august vzrástol ešte o 9%. Botanická záhrada mala v mesiaci júl 5 798 návštevníkov a v mesiaci august tento počet narástol o 12%. Situácia sa však po skončení letnej sezóny prudko zhoršila a návštevnosť v mesiaci september poklesla v priemere o dve tretiny, nasledujúce mesiace ešte prudšie.

ZOO zaznamenalo
v mesiaci júl:

55 000
návštevníkov

V auguste počet
narástol návštevníkov:

o 9%

Botanická záhrada
zaznamenala v mesiaci júl:

5 798
návštevníkov

V auguste počet
narástol návštevníkov:

o 12%



Letná sezóna 2021





10

Projekty a administratíva

Ako každý rok, aktivity našej organizácie sú kryté projektom štátnej dotácie, ktorý zostravujeme na základe priorít a odporúčaní od Ministerstva dopravy a výstavby SR ako aj schválením aktivít valným zhromaždením. Okrem toho sme v roku 2021 podali aj dva medzinárodne projekty s schémach Európskej komisie: Cosme a Erasmus+ a spolurealizovali projekt s Creative Industry Košice.

10.1 Projekty štátnej dotácie

15.3.2021 sme podali projekt Štátnej dotácie pre rok 2021 na Ministerstvo dopravy a výstavby Slovenskej republiky v celkovej výške 296 550 €. Hlavnými aktivitami projektu sú marketing a propagácia vo výške 216 550 €, podpora turistického informačného centra vo výške 17 000 €, strategické dokumenty a prieskumy vo výške 43 000 € a vzdelávanie členov vo výške 20 000 €.

Výsledky úspešnosti projektu sme dostali začiatkom letných mesiacov v roku 2021 a následne nám boli zaslané finančné prostriedky.

Zároveň sme v marci 2021 ukončili čerpanie minuloročnej štátnej dotácie - prvýkrát 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 so 450 dokladmi s detailnými údajmi o platbách, dodávateľoch, účeloch či plneniach jednotlivých objednávok. Na tento fakt upozorňujeme predovšetkým z dôvodu, že práca s verejnými zdrojmi a špeciálne s financiami alokovanými na konkrétny projekt, je administratívne veľmi náročná a vyžaduje nielen kvalifikovaný a odborný personál, ale v neposlednom rade aj optimalizáciu a efektívne riadenie procesov. Považujeme preto za obrovský úspech tímu, že sa nám aj napriek zredukovaní tímu na polovicu v roku 2020 v dôsledku zníženiu členského príspevku mesta Košice počas pandémie, podarilo úspešne naplniť aktivity, ktoré sme si stanovili v zmysle projektu štátnej dotácie 2021.

10.2 Úspešne sme uzavreli projekt zameraný na transformačný turizmus

Začiatkom roka sme v spolupráci s Creative Industry Košice a s projektovými partnermi z Talianska, Chorvátska, Nemecka a Španielska úspešne uzavreli projekt zameraný na transformačný cestovný ruch, na ktorom sme intenzívne pracovali v priebehu minulého roka. Myšlienkou projektu bolo nadviazať na aktivity bývalých a súčasných Európskych hlavných miest kultúry a podporiť medzi nimi spoluprácu. Zmyslom transformačného cestovného ruchu je posun od turistických zážitkov k vytvoreniu silných emócií u cestujúcich počas ich výletu.

Tento projekt bol nedávno Európskou komisiou vybraný medzi 20 príkladov dobrej praxe ako inšpiráciu pre ostatné krajiny Európskej únie. Na ich oficiálnom portáli sa ním môžu ľudia inšpirovať v tom, ako využiť granty Európskej komisie na podporu kreatívneho priemyslu.

Video z infocesty plnej transformatívnych zážitkov s názvom „Back to the future“

Platforma, kde blogeri opisujú svoje transformatívne zážitky z infocesty – „Back to the future“



culture.ec.europa.eu

https://www.youtube.com/watch?v=ZjWDUBMX-pul&feature=emb_title

Platforma, kde sa prezentujú rôzne kreatívne miesta, zážitky a ľudia:



gameoftraces.com



Participácia na tomto projekte, kde oficiálnym partnerom bol náš člen Creative Industry Košice, nám zároveň priniesla nielen nové know-how ale aj medzinárodné kontakty, ktoré sme zhodnotili hneď v ďalších žiadostiach EU projektov.

Článok od Creative Industry Košice o projekte:

www.cike.sk



10.3 Projekt Cosme: CulTourData

Vo februári roka 2021 sme podali projekt v rámci schémy 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, na ktorý sme reagovali po výzve z Ministerstva dopravy a výstavby SR zo dňa 30.11. 2020. Hľadali sme vhodných partnerov a po zostavení medzinárodného konzorcia sme začali tvoriť projekt. Zhodnotila sa tiež participácia na projekte TraCEs, na ktorý sme týmto projektom nadviazali. Jeho celková výška je 1 148 327,43 €, z čoho priestor na podporu členských projektov, ktoré spĺňajú 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. Výsledky nám boli oznámené koncom roka, kedy sa organizácii prvýkrát v histórii podarilo uspieť v medzinárodnom projekte a získať tak ďalší zdroj financovania na aktivity s cieľom rozvoja cestovného ruchu v našom meste, ako aj budovať kapacity v tomto odbore.

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

Celková výška projektu CulTourData:

1 148 327,43 €

Alokované financie na podporu projektov až do výšky:

70 000 €

10.5 Kontrola z útvaru hlavného kontrolóra

Dňa 23.2. 2021 nám bolo oznámené začatie finančnej kontroly roka 2020 z Útvaru hlavného kontrolóra (ÚHK), pričom sme vzhľadom na aktuálnu pandemickú situáciu požiadali o odklad termínu s prihliadnutím na okolnosti. Od začiatku marca sme intenzívne pracovali na postupnom odovzdávaní dokumentácie elektronickou, a násled-

ne aj fyzickou formou. Kontrola bola ukončená s poukázaním predovšetkým na administratívne chyby. Prijali sme nápravné opatrenia, zabezpečili intenzívnu komunikáciu s advokátskou kanceláriou a zabezpečili poradenské služby auditora. Pri predkladaní dokumentov nám výrazne napomohol interný systém organizácie a zavedenie cloud riešenia cez google drive. Tieto systémy sme taktiež využili aj na automatizáciu procesov, ktoré nám pomôžu sa v budúcnosti vyhnúť pochybeniam vyvarovať. Rovnako tak sme koncom roka aj objednali nezávislého audítora, ktorý preveroval účtovnú závierku roka 2021.

10.6 Optimalizácia interného systému

V roku 2020 vznikla potreba systému na riadenie a archiváciu agendy Visit Košice, ktorý bol vytvorený IT procesným manažérom. Tento interný systém pozostával v roku 2020 z nasledovného:

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

V roku 2021 bol systém rozšírený o:

- ☀ Zjednotenie vzhľadu sekcie organizácie
- ☀ Prepracovanie užívateľských účtov
- ☀ Možnosť dočasne zablokovať 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 na ich úhrade a stave zaradenia v rozpočte s oznámením na ploche

- ☀ Rozšírenie o sekciu Projekty a o sekciu pracovné zmluvy
- ☀ Pridanie kontroly pracovných zmlúv podľa dátumu ukončení
- ☀ Prepracovanie časti schvaľovania 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 upozornení
- ☀ Upozornenie na nezaevidovaný cestovný príkaz v sekcii upozornení
- ☀ 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 UHK, ale taktiež aj na pribúdajúcu agendu, ktorá je na náš o polovicu menší tím veľmi náročná pre udržanie nízkej chybovosti a sledovania úloh a zákonných povinností.

11

Spolupráce

Dôležitou súčasťou našich činností na každodennej báze je aj tvorba spolupráce s členmi, potenciálnymi členmi, organizátormi podujatí, ale tiež sektorovej a medzisektorovej spolupráce s organizáciami, mestami či univerzitami.

11.1 Starostlivosť o členskú základňu

Aj v roku 2021 sme členskú základňu informovali o dôležitých informáciách a novinkách organizácie prostredníctvom pravidelného newslettera. Naším cieľom bolo prioritne sprostredkovať členom užitočné príležitosti – či už projekty, grantové výzvy, možnosti vzdelávania prostredníctvom rôznych webinárov, prednášok, kurzov, školení či konzultácií s expertmi v rôznych oblastiach. Okrem toho sme prostredníctvom newslettera pravidelne informovali členské a partnerské subjekty o uskutočnených a plánovaných aktivitách OOCR Visít Košice, vybraných aktivitách členských subjektov, dôležitých aktualitách v meste či o novinkách vo svete cestovného ruchu.

Okrem newsletteru sme pokračovali podľa vzoru z minulého roka v systematickej práci s členskou základňou prostredníctvom riadených telefonátov za účelom výmeny informácií a tiež sme absolvovali množstvo osobných

stretnutí, ktoré sa konali buď individuálne, v rámci profesných komôr, alebo ako networkingové a vzdelávacie podujatia pre všetkých členov. Spätná väzba od členov na podobne aktivity bola veľmi pozitívna s dôrazom dôležitosti tvorby nových partnerstiev, ktoré samozrejme nevynahradí online prostredie.

11.2 Rozširovanie členskej základne

Nakoľko aj v roku 2021 pretrvávali výrazne obmedzenia počas celého roka, novú stratégiu na získavanie nových členov sme nemali ešte ambíciu vytvárať. Práve aj z toho dôvodu, nás veľmi potešilo, keď v priebehu roka a najmä po letnej sezóne 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 taktiež zo samotných marketingové a PR aktivít v nadväznosti na stratégiu Živé Košice, v ktorých mnohí súčasní a aj noví členovia videli veľkú pridanú hodnotu. Viacerí taktiež veľmi ocenili vznik a rozširovanie novej obsahovej banky a prítomnosť tvorcov obsahu (fotografa, kameramana) na ich podujatiach. Veríme, že aj budúci rok nadviažeme na podobný záujem o členstvo.

11.3 Spolupráca s vysokými školami a so študentmi

Prednáška pre študentov technickej univerzity v Košiciach

V januári sme boli oslovení Technickou univerzitou v Košiciach, ktorá každoročne pripravuje blokove výučby pre študentov záverečných ročníkov (3. a 5. ročník) odboru Geoturizmus, so záujmom o prípravu 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.

“... a ešte by som rada dodala, že pre nás končiacich študentov ste skvelým príkladom, že ak na sebe človek pracuje, vie sa veľmi dobre uplatniť v tomto odbore, a že fakulta vyškolí takýchto šikovných ľudí, ako ste vy a v budúcnosti sa určite budem snažiť aby som sa mohla stať súčasťou Vášho tímu.”

– Spätná väzba od študentky

Konzultácie záverečných prác

Začiatkom roka sme boli oslovení viacerými študentmi ohľadom konzultácie diplomových či bakalárskych prác zameraných na cestovný ruch, destinačný manažment či marketing destinácie. Týmto študentom sme poskytli konzultácie či 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. Poďakovanie v diplomovej práci:

Mentoring absolventskej praxe

Koncom minulého roka sme boli oslovení študentkou Manažmentu cestovného ruchu z Prešovskej univerzity ohľadom možnosti absolvovania absolventskej praxe. Aj napriek komplikovanej situácii spojenej s lockdownom a obmedzeným aktivitám sme ju prijali a počas niekoľkých mesiacov nám vypomáhala s pracovnými aktivitami. Túto skúsenosť hodnotíme ako obojstranne veľmi prínosnú, nakoľko výsledky práce študentky boli pre nás užitočné pre ďalšie aktivity a zároveň sme mali možnosť motivovať a uviesť ju do sveta destinačného manažmentu a mentovať ju pri ďalšom odbornom, akademickom aj kariérnom rozvoji.

11.4 Nová národná agentúra Slovakia Travel

Od 1.4.2021 začala svoju činnosť agentúra na podporu a rozvoj cestovného ruchu SLOVAKIA TRAVEL. Cieľom agentúry je zbierať, analyzovať, vyhodnotiť a predovšetkým zužitkovať cenné informácie, ktoré získame aj my od našich členov, pri plánovaní aktivít na rozvoj cestovného ruchu. Jednou z prvých priorít bolo urýchlenie presadenia a uplatnenia rozšírenej schémy pomoci cestovnému ruchu po pandémie COVID-19, ktorá si vyžaduje aj zapojenie tých, ktorí o tom rozhodujú na vládnej úrovni. V druhom kroku išlo o zjednotenie marketingových aktivít na národnej úrovni. 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 trhov a kontinuálnemu vymieňaniu vzájomného know-how.

11.5 Ministerstvo dopravy a výstavby 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 až po intenzívnu komunikáciu ohľadom štátnej pomoci a iných možnostiach grantov, ktoré sme vám následne zasielali prostredníctvom našich newsletterov. 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.

Okrem toho sme spolupracovali so zahraničnými zástupcami Ministerstva dopravy a výstavby Slovenskej republiky napríklad formou infociest, pravidelného dodávania informácií, príprav podkladov pre tlačové správy, zasielania grafických podkladov na prezentáciu Košíc a Slovenska v zahraničí, vrátane prezentácie v meste Nigbo v Číne, ktoré sa konalo pod záštitou generálneho konzulátu Slovenskej republiky v Shanghaji.



11.6 Košice Región Turizmus a Košický samosprávny kraj

V prvom polroku 2021 dochádzalo k priebežnej výmene informácií medzi našou krajskou organizáciou cestovného ruchu Košice Región Turizmus a nami. Aj napriek tomu, že sa nám podarilo prepojiť časť aktivít ako je zber dát, infocesty a veľtrhy, stále pracujeme na tom, aby sme spoločných aktivít mali viac. Súčasťou rozširovania spolupráce bola účasť na stretnutí stakeholdrov Košického kraja ku zberu dát na tvorbu marketingovej stratégie, ktoré prebiehalo pod záštitou KOČR Košice Región Turizmus a Inštitútu hospodárskej politiky. Okrem toho sme sa zúčastnili na seminári o Ekoturizme v Košickom kraji, pripravovali sme SWOT analýzy konkurencieschopnosti a hodnotenia faktorov, pripomienkovali sme marketingovú stratégiu.

Spolupracovali sme na príprave infocesty "Cyklopotulky" zameranej na cyklistiku. Zároveň v nadväznosti na strategiu plánujeme s KOOCR Košice Región Turizmus absolvovať stretnutia za účelom nastavenia procesov medzi našimi organizáciami za účelom vytvárania spoločných aktivít s cieľom rozvoja cestovného ruchu.

11.7 Spolupráca na strategických dokumentoch kraja a mesta

Zúčastnili sme sa na ustanovujúcom zasadnutí Tematických komisií Rady partnerstva Košického samosprávneho kraja a tiež na Komisii pre cestovný ruch a cezhraničnú spoluprácu. Pre účely efektívneho zberu podnetov, projektových námetov, ktorých cieľom je rozvoj Košického kraja v rôznych oblastiach, nám bol zaslaný excel súbor ako nástroj na prípravu zásobníka projektov IÚS KSK. Podobne sme boli intenzívne zapojení aj do procesu tvorby PHSR mesta Košice a jeho funkčných oblastí, kde sme boli súčasťou pracovných skupín a pripomienkovania strategického dokumentu.

11.8 Asociácia organizácií cestovného ruchu

Vďaka členstvu Asociácia organizácií cestovného ruchu komunikuje na ministerstve pripomienky aj v mene OOCR, nakoľko sme pred každým stretnutím so zástupcami ministerstva požiadali o podklady a následne sme informovaní o výsledkoch 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.

11.9 Návšteva partnerského mesta Ostrava

Aj napriek ťažkostiam spojených s pandémiou počas jesenných mesiacov sa nám podarilo zrealizovať veľmi inšpiratívnu návštevu partnerského mesta Ostrava a mesta Brno. Počas niekoľkých stretnutí sme si vzájomne odprezentovali produkty cestovného ruchu. Mimoriadne nás zaujal projekt kolegov z Ostravy, ktorí vytvorili turistický produkt Technotrasy. Na druhej strane nás potešil úprimný záujem o Košický detský pas.



technotrasy.cz

Absolvovali sme návštevu Bolt Tower, Landek Parku, prehliadku vysokej pece v Dolných Vítkoviciach, obhliadku Sveta techniky či výstavných priestorov Dolné Vítkovice a Vyhliadkovú vežu Novej radnice. Zároveň sme zrealizovali stretnutia s predstaviteľmi piatich infocentier a prevádzkovateľov jednotlivých atrakcií. Nazbierali sme množstvo inšpirácie, z ktorej čerpáme aj pri plánovaní aktivít na nasledujúci rok v rámci projektov Štátnej dotácie 2022.

11.10 Návšteva partnerského mesta Rzeszów

V spolupráci s Mestom Košice sme v rámci prezentácie mesta Košice a miestnych lokálnych a remeselných produktov navštívili partnerské mesto Rzeszów. Súčasťou služobnej cesty bolo aj stretnutie so zástupcami mesta Rzeszów, ktorí nám predstavili projekt rekonštrukcie podzemného múzea - Rzeszowskie Piwnice - interaktívna inštitúcia kultúry. Cieľom tejto návštevy bolo načerpanie inšpirácie a know-how pre aktuálne prebiehajúcu rekonštrukciu Dolnej brány.



12

Plánované aktivity

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

1. Budovaní jednotnej a rozpoznateľnej značky destinácie ako Živého mesta cez marketingové aktivity, ktoré podnietia návštevnosť Košíc
2. Prinášať technologické inovácie a naďalej podporovať informačnú debarierizáciu a vybavenosť Visit Košice Infopoint
3. Dlhodobý, udržateľný a koncepčný rozvoj cez stratégie, zber dát a vzdelávanie aktérov v cestovnom ruchu

Naším zámerom je stále 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 komplexnejších a dlhodobo udržateľných produktov cestovného ruchu. Chceme 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 v cestovnom ruchu a tým budovať kapacity a zvyšovať kvalitu ponuky za účelom nastavenia opatrení a aktivít pre udržateľný rozvoj cestovného ruchu v Košiciach a regióne.

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

1. Posilnenie reputačného pozicioningu a znižovanie mentálnej bariéry v dostupnosti destinácie:

- * skvalitnenie obsahu na destinačnom webe cez pravidelnú tvorbu a propagáciu zrozumiteľného obsahu o destinácii (ponuka produktov CR, služieb a voľnočasových aktivít)
- * koncepčná realizácia marketingovo-komunikačných aktivít cez udržiavacu, aktivačnú, produktovú, brandovú a obsahovú kampaň
- * rozširovanie jazykových mutácií webstránok a printových materiálov
- * komunikácia tematických lokálnych produktov, nová rozšírená verzia Košického detského pasu a podpora tvorby ďalších komplexných produktov CR s cieľom zaradenia ich 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:

- * online kalendár podujatí a jeho pravidelná aktualizácia, kalendár je určený nielen návštevníkom ale aj samotným členom pre lepšie plánovanie podujatí
- * rezervačný systém destinácie a podpora synergie služieb pre koncového zákazníka a návštevníka destinácie,
- * online magazín a tvorba digitálneho obsahu s prehľadnou ponukou služieb, voľnočasových aktivít a digitálnou mapou

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

✿ vznik virtuálnej prehliadky cez digitálne technológie s cieľom informatizácie a inovácie v oblasti mediálneho umenia

✿ digitálne analytické a manažérske nástroje pre rýchlejšie riadenie a prácu s dátami

3. Zvyšovanie kvality poskytovania služieb a podpora produktov:

✿ podpora inovatívneho, udržateľného a inkluzívneho rozvoja CR v destinácii prostredníctvom tvorby strategických materiálov, účasti a organizovaní odborných podujatí a prezentácii - vzdelávanie aktérov cestovného ruchu a budovanie kapacít cez workshopy a školenia s podporu sieťovania

✿ pravidelný zber dát cez realizáciu prieskumu a návštevnícke prieskumy cez brigádnicky personál TIC a členské subjekty

✿ inovovanie TIC za účelom debarierizácie a zlepšenia kvality poskytovaných služieb a lepšieho prístupu k informáciám s ohľadom na špecifické potreby znevýhodnených skupín

V období neustálych zmien v odvetví cestovného ruchu a vplyvom dlhodobých obmedzení nesutále hľadáme nové perspektívy a možnosti podpory Košíc ako destinácie, ďakujeme, že ste toho významnou súčasťou!

UZKUZ_1

ÚČ NUJ

ÚČTOVNÁ ZÁVIERKA

nezávislej účtovnej jednotky
v sústave podvojného účtovníctva

zostavená k 31.12.2021

Číselné údaje sa zarovnávajú vpravo, ostatné údaje sa píšú zľava. Nevyplnené miesta sa ponechávajú prázdne.

Údaje sa vyplňujú pätikovým písmom (podľa tohto vzoru), písacím strojom alebo tlačiarňou, a to čiernou alebo tmavomodrou farbou.

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V X Y Z 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Daňové identifikačné číslo		Účtovná závierka		Mesiac Rok			
2023458745		X riadna	X zostavená	od 01 2021			
IČO		mimoriadna		Za obdobie do 12 2021			
42247632		X schválená		od 01 2020			
SID		(vymažť sa x)		Bazprostredne predchádzajúce obdobie do 12 2020			
SK NACE							
94.99.9							

Priložené súčasti účtovnej závierky

X Súvaha (Úč NUJ 1-01)

X Poznámky (Úč NUJ 3-01)

X Výkaz ziskov a strát (Úč NUJ 2-01)

(vymažť sa x)

Obchodné meno alebo názov účtovnej jednotky

Visit Košice

Sídlo účtovnej jednotky

Ulica

HLAVNÁ

Číslo

59

PSČ

04001 Obec

Košice - mestská časť Staré Mesto

Číslo telefónu

0 /

Číslo faxu

0 /

E-mailová adresa

Zostavená dňa:

27.05.2022

Podpisový záznam osoby
zodpovednej za vedenie
účtovníctva:

Podpisový záznam osoby
zodpovednej za zostavenie
účtovnej závierky:

Podpisový záznam
štátneho orgánu alebo
iného štátneho orgánu
účtovnej jednotky:

Schválená dňa:

30.05.2022

Záznamy daňového úradu

Miesto pre evidenčné číslo

Odliačok prezentačnej pečiatky daňového úradu

MF SR 2013

Generované z PDF - OMEGA www.kros.sk

Strana 1

Súvaha (Úč NUJ 1 - 01)

IČO 4 2 2 4 7 6 3 2 / SID

Strana aktív		č.r.	Bežné účtovné obdobie			Bezprostredne predchádzajúce účtovné obdobie
			Brutto	Korekcia	Netto	
			a	b	1	2
A. Neobežný majetok spolu r. 002 + r. 003 + r. 021		001	125 108	31 909	93 199	31 102
1. Dlhodobý nehmotný majetok r. 002 až 008		002	23 361	9 000	18 361	
Nehmotné výsledky z vývojovej a obdobnej činnosti 012 - (072 + 091 AÚ)		003				
Softvér 013 - (073 + 091 AÚ)		004	9 000	9 000		
Ocenené práva 014 - (074 + 091 AÚ)		005				
Ostatný dlhodobý nehmotný majetok (018 + 019) - (078 + 079 + 091 AÚ)		006				
Obstaranie dlhodobého nehmotného majetku (041 - 093)		007	18 361		18 361	
Poskytnuté preddávky na dlhodobý nehmotný majetok (051 - 095 AÚ)		008				
2. Dlhodobý hmotný majetok r. 010 až r. 020		009	102 100	20 909	71 190	21 102
Pozemky (031)		010		X		
Umelecké diela a zbierky (032)		011		X		
Stavby 021 - (081 + 092 AÚ)		012				
Samostatné hmotné veci a súbory hmotných vecí 022 - (082 + 092 AÚ)		013	82 190	20 909	25 280	18 102
Dopravné prostriedky 023 - (083 + 092 AÚ)		014				
Pestovateľské celky trvalých porastov 025 - (085 + 092 AÚ)		015				
Základné stádo a ďalšie zvieratá 026 - (086 + 092 AÚ)		016				
Drobný dlhodobý hmotný majetok 028 - (088 + 092 AÚ)		017				
Ostatný dlhodobý hmotný majetok 029 - (089 + 092 AÚ)		018				
Obstaranie dlhodobého hmotného majetku (042 - 094)		019	40 000		40 000	3 000
Poskytnuté preddávky na dlhodobý hmotný majetok (052 - 095 AÚ)		020				
3. Dlhodobý finančný majetok r. 032 až r. 038		021				
Podielové cenné papiere a podiely v obchodných spoločnostiach v ovládanej osobe (061-090 AÚ)		022				
Podielové cenné papiere a podiely v obchodných spoločnostiach s podstatným vplyvom (062-090 AÚ)		023				
Dlhové cenné papiere držané do splatnosti (065 - 090 AÚ)		024				
Pôžičky podnikom v skupine a ostatné pôžičky (066 + 057) - 090 AÚ		025				
Ostatný dlhodobý finančný majetok (069 - 090 AÚ)		026				
Obstaranie dlhodobého finančného majetku (043 - 090 AÚ)		027				
Poskytnuté preddávky na dlhodobý finančný majetok (053 - 090 AÚ)		028				

Súvaha (Úč NUJ 1 - 01)

IČO 4 2 2 4 7 6 3 2 / SID

Strana aktív	č.r.	Bežné účtovné obdobie			Bezprostredne predchádzajúce účtovné obdobie
		Brutto	Korekcia	Netto	
		a	b	1	2
B. Obežný majetok spolu r. 030 + r. 032 + r. 042 + r. 051	029	304 447	7 281	295 000	403 029
1. Zásoby r. 031 až r. 036	030	19 381		19 381	10 107
Matériál (112+119) - 191	031	19 381		19 381	10 107
Nedokončená výroba a polotovary vlastnej výroby (121+122) - (192 + 193)	032				
Výrobky (123 - 194)	033				
Zveratá (124 - 195)	034				
Stav (132+130) - 190	035				
Poskytnuté prevádzkové preddávky na zásoby (314 AÚ - 391 AÚ)	036	0	0	0	17 700
2. Dlhodobé pohľadávky r. 038 až r. 041	037				
Pohľadávky z obchodného styku (311 AÚ až 314 AÚ) - 391 AÚ	038				
Ostatné pohľadávky (315 AÚ - 391 AÚ)	039				
Pohľadávky voči účastníkom združení (358 AÚ - 391 AÚ)	040				
Iné pohľadávky (335 AÚ + 373 AÚ + 375 AÚ + 378 AÚ) - (391 AÚ)	041				
3. Krátkodobé pohľadávky r. 043 až r. 050	042	10 001	7 281	2 400	37 106
Pohľadávky z obchodného styku (311 AÚ až 314 AÚ) - 391 AÚ)	043	4 502	7 281	-3 280	040
Ostatné pohľadávky (315 AÚ - 391 AÚ)	044	5 699		5 699	19 706
Zúčtovanie so Sociálnou poisťovňou a zdravotnými poisťovňami (330)	045		X		
Daňové pohľadávky (341 až 345)	046		X		
Pohľadávky z dôvodu finančných vzťahov k štátnemu rozpočtu a rozpočtom územnej samosprávy (346 + 348)	047	0	X	0	7 400
Pohľadávky voči účastníkom združení (358 AÚ - 391 AÚ)	048				
Spojovací účet pri združení (366 - 391 AÚ)	049				
Iné pohľadávky (335 AÚ + 373 AÚ + 375 AÚ + 378 AÚ) - 391 AÚ	050	0	0	0	000
4. Finančné účty r. 052 až r. 056	051	324 800		324 800	376 101
Pokladnica (211 + 213)	052	5 400	X	5 400	7 200
Bankové účty (221 AÚ + 261)	053	320 407	X	320 407	370 000
Bankové účty s dobou vyznačenou dlhšou ako jeden rok (221 AÚ)	054		X		
Krátkodobý finančný majetok (251 + 253 + 255 + 256 + 257) - 291 AÚ	055				
Obstaranie krátkodobého finančného majetku (259 - 291 AÚ)	056				
C. Časové rozlíšenia spolu r. 058 až r. 059	057	4 200		4 200	1 541
1. Náklady budúcich období (381)	058	1 540		1 540	1 541
Príjmy budúcich období (385)	059	2 660		2 660	
Majetok spolu r. 001 + r. 029 + r. 057	060	401 234	30 700	404 434	479 242

Súvaha (Úč NUJ 1 - 01)		iČO 4 2 2 4 7 6 3 2 / SID						
Strana pasív	č.č.	Bežné účtovné obdobie	Bezprostredne predchádzajúce účtovné obdobie					
a	b	c	d					
A. Vlastné zdroje krytia majetku spolu r. 062 + r. 068 + r. 072 + r. 073	061	202 104	181 034					
1. Imanie a peňažné fondy r. 063 až r. 067	062							
Základné imanie (411)	063							
Peňažné fondy tvorené podľa osobitného predpisu (412)	064							
Fond reprodukcie (413)	065							
Oceňovacia rozdiely z precenenia majetku a záväzkov (414)	066							
Oceňovacie rozdiely z precenenia kapitálových úľav (415)	067							
2. Fondy tvorené zo zisku r. 069 až r. 071	068							
Rezervný fond (421)	069							
Fondy tvorené zo zisku (423)	070							
Ostatné fondy (427)	071							
3. Navyšovaný výsledek hospodárenia minulých rokov r. 428	072	200 705	153 040					
4. Výsledek hospodárenia za účtovné obdobie r. 069 - (r. 062 + r. 068 + r. 072 + r. 074 + r. 101)	073	-58 611	-4 810					
B. Ďalšie zdroje spolu r. 075 + r. 079 + r. 087 + r. 097	074	90 230	331 110					
1. Rezervy r. 076 až r. 078	075	14 304	103 604					
Rezervy zákonné (451 AÚ)	076							
Ostatné rezervy (459 AÚ)	077							
Príjmové rezervy (323 + 451 AÚ + 459 AÚ)	078	14 304	103 604					
2. Dlhodobé záväzky r. 080 až r. 086	079	771	490					
Záväzky zo sociálneho fondu (472)	080	771	490					
Výdané dlhopisy (473)	081							
Záväzky z nájmu (474 AÚ)	082							
Dlhodobé prijaté predbehy (475)	083							
Dlhodobé navyšované dodávky (476)	084							
Dlhodobé zmenky na úhradu (478)	085							
Ostatné dlhodobé záväzky (373 AÚ + 479 AÚ)	086							
3. Krátkodobé záväzky r. 088 až r. 096	087	147 134	101 030					
Záväzky z obchodného styku (321 až 326) okrem 323	088	23 380	23 380					
Záväzky voči zamestnávateľovi (331+333)	089	9 102	5 129					
Zúčtovanie so Sociálnou poisťovňou a zdravotnými poisťovňami (336)	090	8 402	3 179					
Daňové záväzky (341 až 345)	091	878	304					
Záväzky z dôvodu finančných vzťahov k štátnemu rozpočtu a rozpočtom územnej samosprávy (346 + 348)	092	905 116	108 184					
Záväzky z uplatnených nespĺnených cenových papierov a vkladov (367)	093							
Záväzky voči účastníkom združení (368)	094							
Spojovací účet pri združení (396)	095							
Ostatné záväzky (379 + 375 AÚ + 474 AÚ + 479 AÚ)	096							
4. Bankové výpomoci a pôžičky r. 098 až r. 100	097							
Dlhodobé bankové úvery (401 AÚ)	098							
Bežné bankové úvery (231 + 232 + 401 AÚ)	099							
Príjem krátkodobé finančné výpomoci (241 + 249)	100							
C. Časové rozlíšenie spolu r. 102 až r. 103	101	90 001	1 200					
Výdavky budúcich období (383)	102	0	1 200					
Výnosy budúcich období (384)	103	90 001						
Vlastné zdroje a ďalšie zdroje spolu r. 061 + r. 074 + r. 101	104	404 434	473 347					

Výkaz ziskov a strát (Úč NUJ 2 - 01)		iČO 4 2 2 4 7 6 3 2 / SID						
Číslo účtu	Náklady	Číslo riadku	Hlavná rozvahová	Činnosť Zúčtovanie	Spolu	Bezprostredne predchádzajúce účtovné obdobie		
a	b	c	1	2	3	4		
501	Spotreba materiálu	01	42 622	2 095	44 718	16 524		
502	Spotreba energie	02	1 165		1 165	3 341		
504	Predaný tovar	03		6 577	6 577	2 781		
511	Opravy a udržiavanie	04	50		50	609		
512	Cestovné	05	3 818		3 818	7 151		
513	Náklady na reprezentáciu	06	2 363	777	3 140	2 156		
516	Ostatné služby	07	262 658	3 485	266 143	100 387		
521	Mzdové náklady	08	119 799	2 231	122 030	114 688		
524	Zákonné sociálne poistenie a zdravotné poistenie	09	43 560	344	43 904	20 272		
525	Ostatné sociálne poistenie	010						
527	Zákonné sociálne náklady	011	4 813	10	4 823	4 020		
528	Ostatné sociálne náklady	012						
531	Daň z motorových vozidiel	013						
532	Daň z nehmotnosti	014						
536	Ostatné dane a poplatky	015	315		315	760		
541	Zmluvné pokuty a penále	016	0	0	0	30		
542	Ostatné pokuty a penále	017	0	0	0	20		
543	Odpísanie pohľadávky	018						
544	Úroky	019						
545	Kurzové straty	020	9		9	25		
546	Dary	021	0	0	0	21 740		
547	Osobitné náklady	022	0	0	0	130 251		
548	Maniá a škody	023	903		903	1		
549	Iné ostatné náklady	024	1 878		1 878	1 872		
551	Odpisy dlhodobého nehmotného majetku a dlhodobého hmotného majetku	025	6 966		6 966	6 130		
552	Zostatková cena predaného dlhodobého nehmotného majetku a dlhodobého hmotného majetku	026						
553	Predané cenné papiere	027						
554	Predaný materiál	028						
555	Náklady na krátkodobý finančný majetok	029						
556	Tvorba fondov	030						
557	Náklady na precenenie cenových papierov	031						
558	Tvorba a zúčtovanie opravných položiek	032	7 788		7 788			
561	Poskytnuté príspevky organizačným zločkám	033						
562	Poskytnuté príspevky iným účtovným jednotkám	034	33 521		33 521	29 805		
563	Poskytnuté príspevky fyzickým osobám	035						
565	Poskytnuté príspevky z podielu záspiatej dane	036						
567	Poskytnuté príspevky z verejnej zbierky	037						
Účtovná trieda 5 spolu r. 01 až r. 37		038	561 282	15 483	576 765	530 025		

Výkaz ziskov a strát (Úč NUJ 2 - 01)

IČO 4 2 2 4 7 6 3 2 / SID

Číslo riadku	Výnosy	Číslo riadku	Číslosť			Bezprostredne predchádzajúce účtovné obdobie
			Hlavná nezačlenená	Začlenená	Spolu	
a	b	c	1	2	3	4
601	Tržby za vlastné výrobky	039				
602	Tržby z predaja služieb	040		2 140	2 140	14 634
604	Tržby za predaný tovar	041		10 627	10 627	630
611	Zmena stavu zásob nedokončenej výroby	042				
612	Zmena stavu zásob polotovarov	043				
613	Zmena stavu zásob výrobkov	044				
614	Zmena stavu zásob zvierat	045				
621	Aktivácia materiálu a tovaru	046				
622	Aktivácia vnútroorganizačných služieb	047				
623	Aktivácia dlhodobého nehmotného majetku	048				
624	Aktivácia dlhodobého hmotného majetku	049				
641	Zmluvné pokuty a penále	050				
642	Ostatné pokuty a penále	051				
643	Platby za odpísané pohľadávky	052				
644	Úroky	053				
645	Kurzové zisky	054	0	0	0	0
646	Príjaté dary	055	0	0	0	9 627
647	Osobitné výnosy	056	0	0	0	221
648	Zákonné poplatky	057				
649	Iné ostatné výnosy	058		2 673	2 673	04
651	Tržby z predaja dlhodobého nehmotného majetku a dlhodobého hmotného majetku	059				
652	Výnosy z dlhodobého finančného majetku	060				
653	Tržby z predaja cenných papierov a podielov	061				
654	Tržby z predaja materiálu	062				
655	Výnosy z krátkodobého finančného majetku	063				
656	Výnosy z použitia fondu	064				
657	Výnosy z precenenia cenných papierov	065				
658	Výnosy z nájmu majetku	066				
661	Príjaté príspevky od organizačných zložiek	067				
662	Príjaté príspevky od iných organizácií	068				
663	Príjaté príspevky od fyzických osôb	069				
664	Príjaté členské príspevky	070	199 374		199 374	336 921
665	Príspevky z podielu zaplatenej dane	071				
667	Príjaté príspevky z verejných zbierok	072				
691	Dotácie	073	303 297		303 297	159 703
Účtovná trieda 6 spolu r. 39 až r. 73			074	303 671	15 446	523 414
Výsledok hospodárenia pred zdanením z. 74 - r. 38			075	-58 611		-58 611
591 Daň z príjmov			076			
595 Dodatočné odvody dane z príjmov			077			
Výsledok hospodárenia po zdanení (r. 75 - (r.76 + r.77)) (+/-)			078	-58 611	-58 611	-8 615