

Visit **Plzeň**

2016

Plzeň – TURISMUS



Obsah

Úvodní slovo	4
Cestovní ruch v Plzni v roce 2016	6
V čem spočívá naše činnost	14
Ocenění aktivit Plzeň – TURISMUS	16
Turistické informační centrum	20
Rozvoj destinace	28
Loosovy interiéry	34
Patton Memorial Pilsen	38
Jak propagujeme Plzeň	42
Přehled hospodaření 2016	46
Personální informace	47
Statistiky návštěvnosti	48

Základní terminologie:

Turista - návštěvník města, který v Plzni nocuje

Jednodenní návštěvník - návštěvník, který do města přijede, ale nenocuje zde

Návštěvník - turisté i jednodenní návštěvníci dohromady

Český statistický úřad (ČSÚ) sleduje návštěvnost v hromadných ubytovacích zařízeních od minimální lůžkové kapacity pět pokojů a deseti lůžek. Plzeň – TURISMUS využívá ke sledování návštěvnosti nejen data ČSÚ, ale také analýzu signálních dat mobilních operátorů. Tímto způsobem je možné sledovat i ostatní nocující (například ubytované u příbuzných či známých) a jednodenní návštěvníky. Tato data spolu s každoročními kvalitativními průzkumy poskytují ucelený přehled o návštěvnosti města i chování a motivacích návštěvníků.

V prvních dvou letech fungování organizace Plzeň – TURISMUS se pro nás stal velkou zatěžkávací zkouškou projekt Plzeň – Evropské hlavní město kultury 2015. Od roku 2014 jsme mu poskytovali průběžnou marketingovou podporu, zorganizovali desítky press tripů s účastí stovek zahraničních novinářů. Souběžně s tím jsme pro naše návštěvníky, ať již domácí nebo zahraniční, zajistili každodenní informační služby v nejvyšší kvalitě. V neposlední řadě jsme vytvořili nové produkty cestovního ruchu, například atraktivní prohlídkový okruh Loosovými interiéry nebo pravidelné víkendové prohlídky pro individuální návštěvníky. V souvislosti s projektem a jeho mezinárodním ohlasem stoupl počet turistů v roce 2014 o 10 % a v roce 2015 ještě o dalších 16 %. Plzeň tak v roce 2015 dosáhla největší návštěvnosti v novodobé historii města – celkem do Plzně podle dat ČSÚ přijelo více než 260 tisíc turistů, kteří zde strávili necelých půl milionu nocí.

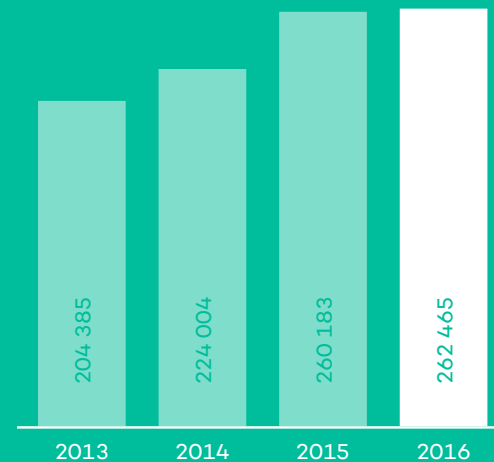
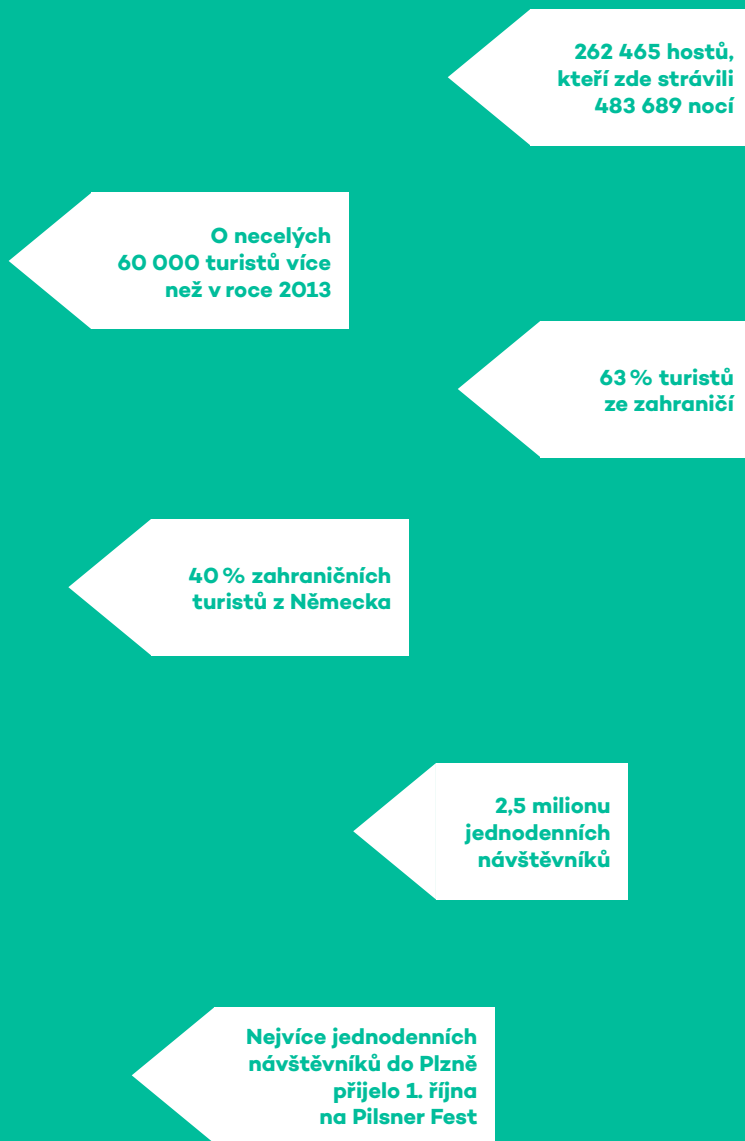
Rok 2016 byl přirozeně spojen s menšími ambicemi. Předpokládalo se, že zájem o Plzeň se skončením projektu Plzeň – Evropské hlavní město kultury 2015 úměrně poklesne. Začali jsme proto hledat nové cesty, jak turisty motivovat k návštěvě Plzně. Ve spolupráci s dalšími turistickými cíli jsme vytvořili a uvedli na trh nové produkty cestovního ruchu, například kostýmované tematické prohlídky historického centra nebo Velkou rodinnou turistickou vstupenku, sdružující nejvýznamnější atrakce pro rodiny s dětmi v Plzni. Podobně se nám podařilo zajistit společnou vstupenku do všech zpřístupněných Loosových interiérů, tedy i těch, které nejsou v majetku města. Vrcholem zimní turistické sezóny se stal advent se sérií mimořádně úspěšných adventních kostýmovaných prohlídek.

Tyto aktivity jistě přispěly i k tomu, že ve výsledku počet v Plzni přenocujících turistů nepoklesl, naopak se ještě proti roku 2015 o procento zvýšil. Avšak počet návštěvníků je jen jeden z ukazatelů úspěšnosti naší práce. Těší nás nejen ocenění, kterých se nám v průběhu roku dostalo za počiny v oblasti budování destinace i marketingu, ale především je pro nás důležité, že se podařila nastartovat nová etapa spolupráce s turistickými cíli a dalšími subjekty cestovního ruchu. Společně jsme začali vytvářet nové produkty a společně se snažíme zkvalitnit úroveň všech služeb tak, aby se našim návštěvníkům v Plzni líbilo a aby se k nám chtěli vrátit. Děkujeme proto všem našim partnerům, díky nimž Plzeň i v roce 2016 prokázala, že patří mezi turisticky nejoblíbenější česká města.

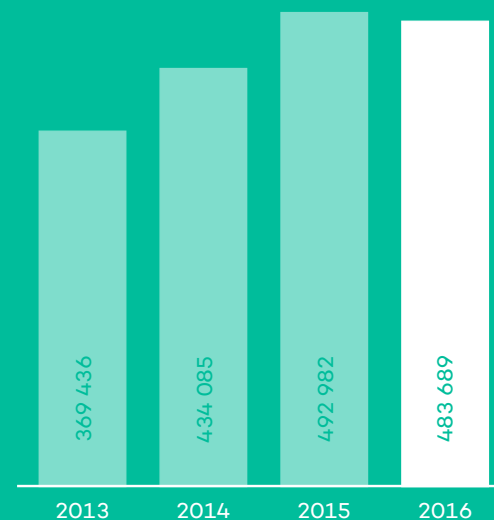
Kristina Štěpánová
zástupkyně ředitelky Plzeň – TURISMUS

Cestovní ruch v Plzni v roce 2016

Podle dat ČSÚ do Plzně
přijelo ještě o 1 % turistů více
než v roce 2015, kdy byla
Evropským hlavním městem kultury.



počet hostů



počet nocí

Data ČSÚ sledují pouze turisty, tedy návštěvníky, kteří přenocovali v některém z plzeňských hromadných ubytovacích zařízení.

Jednodenní návštěvníky, tedy ty, kteří v Plzni nenocují, je možné sledovat pouze prostřednictvím analýzy monitoringu signálních dat mobilních operátorů.

TOP 20

	Turisté (nocující)	Jednodenní návštěvníci
Německo	64 623	289 073
Čína	11 320	—
Slovensko	9 006	18 039
Jižní Korea	8 217	—
Rakousko	6 289	19 552
Polsko	6 148	17 375
Tchaj-wan	4 562	—
Francie	4 305	28 234
Itálie	4 249	14 389
Spojené království	4 222	22 024
Rusko	3 385	15 978
Spojené státy americké	3 359	20 161
Nizozemsko	3 088	20 035
Ostatní asijské země	2 971	—
Švýcarsko	2 491	7 316
Maďarsko	1 911	8 794
Belgie	1 796	6 636
Japonsko	1 792	—
Španělsko	1 565	3 989
Švédsko	1 334	8 035

Počet turistů podle dat ČSÚ, která monitorují pouze hosty ubytované v hromadných ubytovacích zařízeních.

Počet jednodenních návštěvníků podle analýzy signálních dat mobilních operátorů.

U zemí, u kterých není uveden údaj o počtu jednodenních návštěvníků, nebylo možné v roce 2016 z technických důvodů data sledovat.

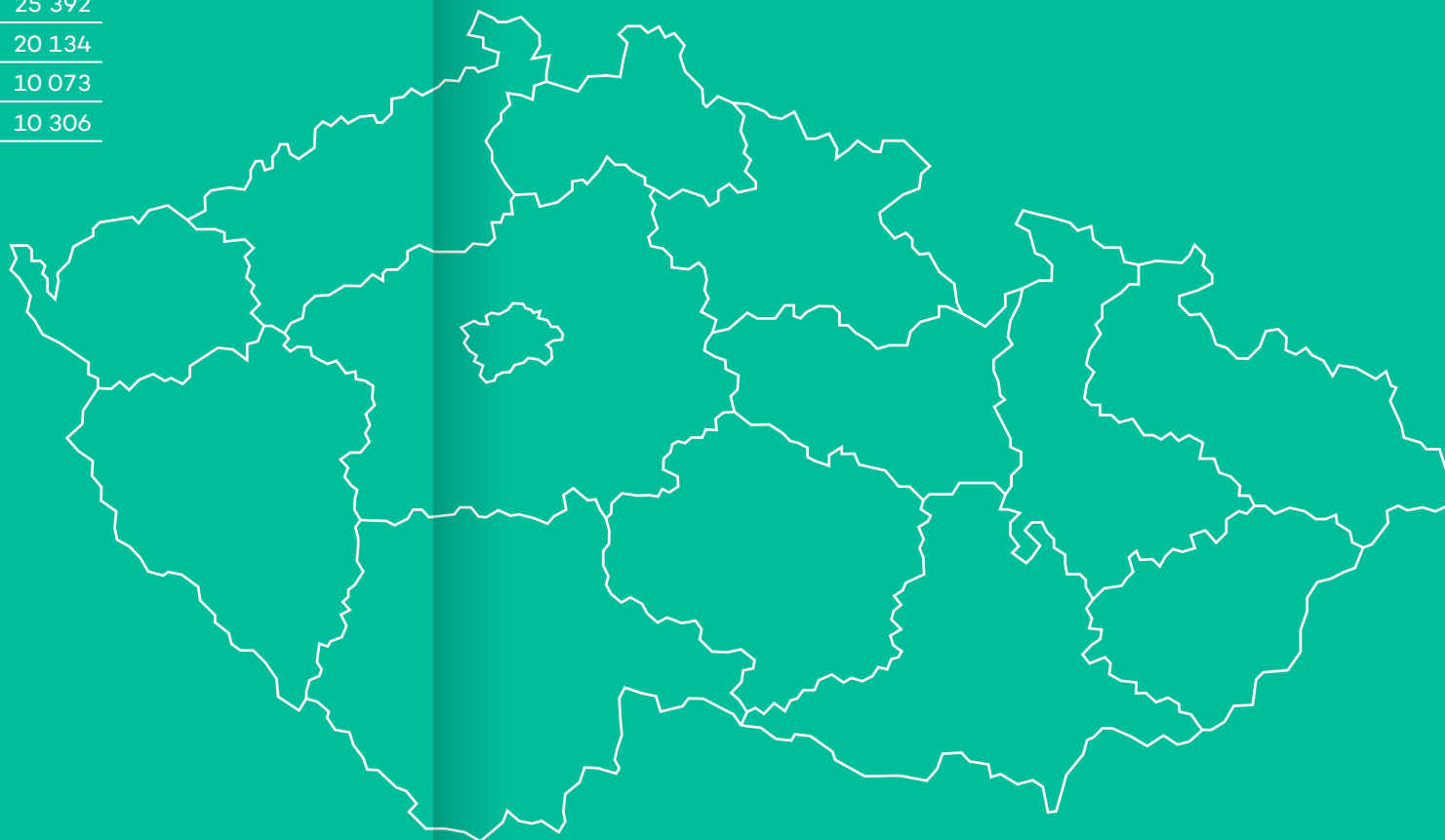
Odkud v roce 2016 do Plzně přijeli zahraniční návštěvníci?



KRAJ

KRAJ	Turisté (nocující)	Jednodenní návštěvníci
Plzeňský kraj	58 655	728 939
Hlavní město Praha	54 860	236 365
Středočeský kraj	43 561	260 717
Jihočeský kraj	33 219	136 831
Ústecký kraj	28 483	10 685
Karlovarský kraj	26 710	196 393
Jihomoravský kraj	20 738	26 707
Moravskoslezský kraj	18 009	18 225
Královohradecký kraj	12 426	31 038
Pardubický kraj	12 086	20 325
Vysočina	11 403	25 392
Liberecký kraj	10 325	20 134
Zlínský kraj	10 119	10 073
Olomoucký kraj	9 463	10 306

Odkud v roce 2016 do Plzně přijeli domácí návštěvníci?



Turisty i jednodenní návštěvníky do úrovně krajů je možné vysledovat pouze prostřednictvím signálních dat mobilních operátorů. ČSÚ tato data nezveřejňuje. Jako jednodenní návštěvník je započítáván ten, který zde nenocuje a Plzeň nenavštíví více než sedmkrát za čtvrtletí.



Služba veřejnosti

- Provozování turistického informačního centra
- Výroba turistických informačních materiálů a map a jejich distribuce do turistických cílů a hotelů v Plzni a okolí
- Informační stánky pro návštěvníky na významných akcích ve městě (Slavnosti svobody, Olympijský park, Pilsner Fest)
- Správa turistického portálu www.visitplzen.eu – informace o turistických cílech a dění v Plzni, víkendové programy, měsíční přehledy akcí

Rozvoj destinace

- Koncepce a koordinace aktivit v oblasti cestovního ruchu
- Rozvoj produktů cestovního ruchu
 - Provozování prohlídkového okruhu Loosovými interiéry
 - Provozování Patton Memorial Pilsen
 - Prohlídky města a programy na klíč
- Spolupráce s turistickými cíli a partnery v cestovním ruchu
- Monitoring návštěvnosti, statistiky cestovního ruchu a průzkumy návštěvníků
- Řešení aktuálních potřeb turistické infrastruktury
- Portfolio 30 proškolených průvodců (prohlídky města a Loosových interiérů)

Propagace

- Propagace Plzně jako atraktivní turistické destinace prostřednictvím marketingových kampaní
- Prezentace na veletrzích cestovního ruchu v Česku i zahraničí
- Organizace press tripů a fam tripů (informační cesty pro novináře a zástupce cestovních kanceláří)
- Online prezentace prostřednictvím turistického portálu, pravidelného newsletteru v českém, anglickém a německém jazyce a sociálních sítí

Ocenění aktivit Plzeň – TURISMUS

- Plzeň byla v anketě TTG Travel Awards vyhodnocena jako město s nejvstřícnějším přístupem k cestovním kancelářím 2016.
- Web www.adolfloosplzen.cz obstál ve vysoké konkurenci komerčních subjektů a profesionálních agentur a získal 3. místo v kategorii nejlepší web v anketě Zlatý středník 2016.
- V projektu agentury CzechTourism „Mystery shopping TIC 2016“ byla kvalita služeb turistického informačního centra ohodnocena jako 100% bez negativních připomínek.
- Prezentační spot Plzeň pro děti získal nominaci na cenu filmového festivalu TOUR REGION FILM v kategorii Promo spot do 2 minut.
- Loosovy interiéry získaly nominaci národní poroty pro označení Evropské kulturní dědictví (European Heritage Label).

„Medium (web Adolf Loos Plzeň) zaujme na první pohled. Tento koncept by se mohl stát vzorem, jak prezentovat další kulturní témata.“

Hodnotitelé poroty Zlatý středník





Turistické informační centrum

„Řídíme se heslem, že nikdo z našich klientů nesmí odejít s tím, že by mu někdo řekl ne nebo nevím.“

Irena Benešová, vedoucí turistického informačního centra

Otevřeno
362 dní v roce
3 441 hodin

86 737
zodpovězených
dotazů

Informační
servis, distribuce
map a brožur

Zprostředkováno
ubytování
v celkovém počtu
829 osobonocí

Komerční
nabídka prohlídek
a programů na klíč

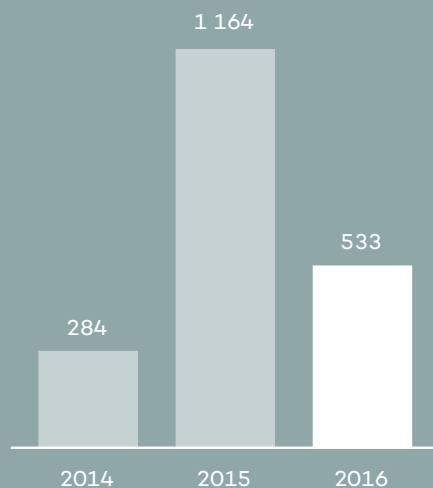
Prodány
suvenýry za
1 367 000 Kč

Kvalitu poskytovaných služeb potvrzují certifikáty Českého systému kvality služeb i nejvyšší možná certifikace Asociace turistických informačních center ČR (A.T.I.C.).

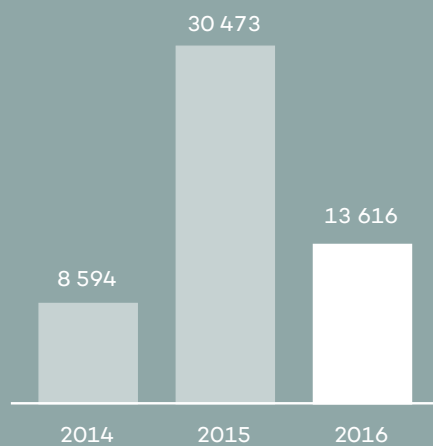


Komentované prohlídky historického centra 2014–2016

Počet prohlídek



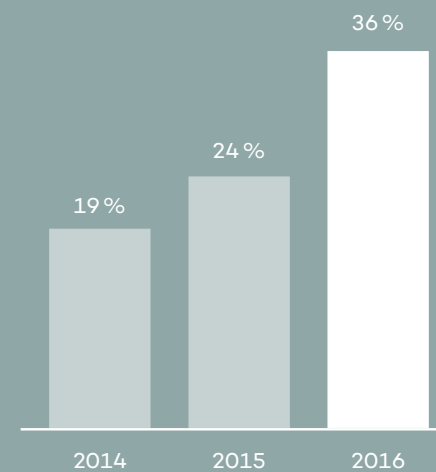
Počet osob



Návštěvnost TIC



Návštěvnost turistického informačního centra stoupá. Vychází to z každoročního průzkumu návštěvníků. V roce 2016 turistické informační centrum navštívila více než třetina návštěvníků historického centra.



Z ohlasu klientů

„Jsme na cestě domů a všichni si odvážíme ty nejlepší dojmy z Plzně. Prohlídky města a pivovaru byly moc krásné... V roce 2019 přijedu do Plzně znovu a nemyslím si, že budu jediný, protože všem se u vás tak líbilo.“

Hans-Peter Männer, Rotary Club Peine

„Chtěla bych Vám moc poděkovat za odpověď, jste úžasný, kolik možností jste nám našel. Moc mi to pomohlo. Víte, je těžké plánovat exkurzi s dětmi do míst, kde to vůbec neznám.“

Zdena Pupíková, Dolní Čermná

„Ráda bych touto cestou poděkovala Vašemu týmu... Jeho přístup byl velmi přátelský a zároveň profesionální, se vším mi vyšel vstříc a ochotně pomohl. I když to bylo trochu komplikované, co se týkalo mých požadavků. Na základě mých profesních i osobních zkušeností s ostatními IC v zemi, musím říci, že jsem byla velmi mile překvapena, ne-li ohromena, že slušnost a ochota jsou stále mezi námi.“

Zuzana Břízová

„Kéž by byl každý ochotný jako vy, to by bylo na světě moc krásně.“

Lada Vimmerová, Spa & wellness hotel zámek Lužec

„Po konzultaci s vámi už je nám náš program jasnější. Vzhledem k tomu, jak jste milá, jsme se rozhodli změnit plány a rádi bychom v Plzni přenocovali hned dvě noci místo jedné. Pokud by to bylo možné, rádi bychom bydleli v blízkosti centra... Tisíceré díky za Vaši trpělivost.“

Jörg Schöffel, Landratsamt Wunsiedel i.
Fichtelgebirge, Kreisjugendamt





Vznik nových produktů

„Lidé žádají netradiční zážitky a tomuto trendu přizpůsobujeme také naši nabídku. Například kostýmované tematické prohlídky jsou produktem, kterým oslovujeme návštěvníky i místní obyvatele.“

Kristina Štěpánová, zástupkyně ředitelky Plzeň – TURISMUS

Kostýmované tematické prohlídky

- Plzeň v proměnách času
- Báje a pověsti plzeňské
- Plzeňské osobnosti
- Adventní prohlídky (také v němčině)



40 večerních
tematických
prohlídek pro
1 200 návštěvníků

95 %
kostýmovaných
prohlídek
vyprodáno

24 adventních
prohlídek pro
527 návštěvníků

Velká rodinná turistická vstupenka

- Cíl: Posílení image Plzně jako vhodné destinace pro rodiny s dětmi a prodloužení délky pobytu.
- Turistický produkt: Vstupenka pro čtyřčlennou rodinu, platnost 48 hodin, 4 top dětské turistické cíle, za jednotnou cenu 999 korun.
- V prodeji od července do září. Počet prodaných vstupenek odpovídá zvýšení počtu domácích turistů podle metodiky ČSÚ až o 3%.

Naplánujte si výlet do Plzně s celou rodinou!

Velká rodinná turistická vstupenka

PLZEN PRO DĚTI

Dva dny plné zábavy! Pro celou rodinu **4 TOP** atrakce jen za **999 Kč!**

1/ Zoo Plzeň – nejvíce druhů chovaných zvířat v Česku 2/ DinoPark – desítky dinosaurů v životní velikosti 3/ Techmania Science Center a jediné 3D Planetárium v Česku 4/ Muzeum loutek – plzeňští rodáci Spejbl, Hurvínek a další loutky známé i neznámé... Více na www.visitplzen.eu

Společná vstupenka do Loosových interiérů

- Cíl: Motivace k návštěvě všech prohlídkových tras.
- Turistický produkt: Společná vstupenka na všechny tři prohlídkové trasy Loosovými interiéry za zvýhodněnou cenu.
- V prodeji od dubna 2016.

Adolf
LOOS
Plzeň

Navštivte
bytové interiéry
od světově
proslulého
architekta

www.adolfloosplzen.cz



„Pravidelné prohlídkové trasy Loosovými interiéry jsou ve svém rozsahu světovým unikátem. Již druhou sezonu zajišťujeme provoz čtyř interiérů, které patří třem různým majitelům. Kromě toho mohou zájemci také několikrát do roka navštívit komentované prohlídky běžně nepřístupného interiéru na Klatovské 19.“

Magdalena Soukupová, Adolf Loos Plzeň

9 646 návštěvníků
na třech
prohlídkových
trasách

4 svatby
v interiéru bytu
Krausových
v Bendově 10

5× organizovány prohlídky běžně
nepřístupného interiéru v bytě
Huga Semlera na Klatovské 19



Důležité milníky roku 2016:

- Ve spolupráci s Bytovým odborem Magistrátu města Plzně dokončena druhá etapa rekonstrukce interiéru v Bendově 10. Vznikl zde nový konferenční prostor pro 40 osob.
- Loosovy interiéry byly prostřednictvím Brummelova domu zařazeny do celosvětové sítě významných architektonických památek Iconic Houses.
- V interiéru v bytě Krausových se konala řada kulturních akcí včetně festivalu Ve Stínu, jehož cílem je znovuoobjevování hudebních artefaktů pomyslného židovského archivu.
- Ve spolupráci s partnery jsme připravili velkoformátovou fotografickou výstavu, která prezentovala plzeňské Loosovy interiéry v pražské Valdštejnské zahradě u příležitosti Plzeňských dnů v Senátu.

„A nemohu si odpustit jednu poznámku ke slečně, která nás prováděla interiéry, která byla ozdobou tohoto dne. Musím konstatovat, že její projev byl mimořádně příjemný, poutavý, vtipný a zároveň decentní. S kolegyněmi jsme se shodly, že nám dopřála velmi mimořádný zážitek. Samozřejmě děkuji i Vám, že jsem měla možnost zhlédnout takový architektonický skvost. Zážitek o dost předčil má očekávání.“

Mgr. Ilona Skálová



„Pravidelně k nám míří veteráni, pamětníci i rodiny amerických vojáků. Současné prostory muzea neodpovídají požadavkům na moderní interaktivní prezentaci. Nicméně snažíme se vylepšovat naše expozice a pravidelně obměňovat artefakty z našeho bohatého depozitáře tak, abychom návštěvníkům nabídli co nejlepší zážitek.“

Ivan Rollinger, kurátor Patton Memorial Pilsen

Aktualizace
veškerých textů
a videomateriálu
v expozici muzea

Instalace nových
vitrín a obměna
stávající expozice

Rozšíření jazykových mutací
expozice ze dvou na čtyři
(vedle češtiny a angličtiny také
němčina a francouzština)

Kompletní
výměna osvětlení

Patton
Memorial
Pilsen

38



Spolupráce na organizaci Slavností svobody

- Dočasná výstava Svoboda není zadarmo
- Pořádání komentovaných prohlídek pro veterány, VIP hosty a širokou veřejnost
- Poskytování odborných konzultací



PATTON
MEMORIAL
PILSEN

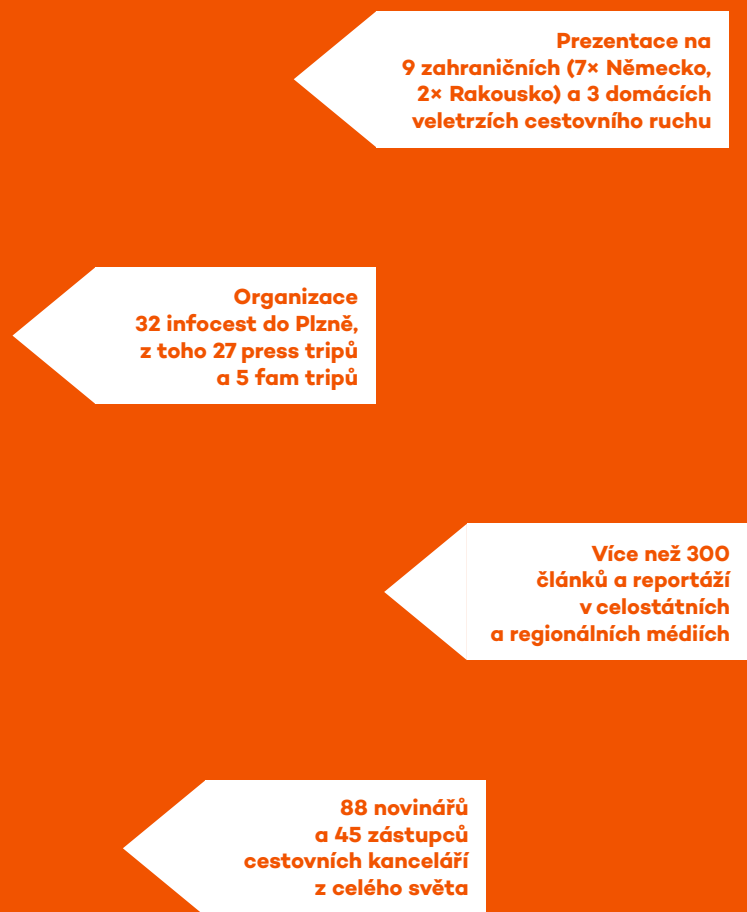
39



Jak propagujeme Plzeň

„Prostřednictvím PR, press tripů, účasti na veletrzích a produktových kampaní se snažíme o zviditelnění Plzně, jak v Česku, tak v zahraničí, kde se nám zajímavé PR reportáže podařilo s poměrně nízkými náklady získat prostřednictvím press tripů.“

Helena Prokopová, marketing Plzeň - TURISMUS



Marketingové aktivity

- Marketingové kampaně byly zaměřené především na domácí cestovní ruch (Plzeň pro děti, Adolf Loos Plzeň, Do Plzně na víkend).
- Největší zásah měly online aktivity podpořené komunikačními kanály Visit Plzeň (web, facebook a newsletter).
- Nejintenzivnější kampaní byl balíček komunikačních aktivit na podporu propagace Velké rodinné turistické vstupenky cílené na rodiny s dětmi.
- Plakáty v MHD v Praze, Brně, Českých Budějovicích a Kladně a billboardy v dalších 15 českých městech
- Reklamní spoty v regionálních rádiích v Praze a v okolních krajích
- PR reportáže na bavorských televizních stanicích
- PR, online propagace a reklama v kinech



O Plzni ze zahraničních médií

„Toto Zlaté město (Praha) je pulzujícím srdcem České republiky, ale má také určité nevýhody – drahá místa pro konání kongresů jsou brzy vyprodána a doprava někdy vázne. Naštěstí na dálnici mezi Prahou a Norimberkem leží Plzeň – Evropské hlavní město kultury 2015. Města nezískávají tento čestný titul jen tak. Plzeň ukázala, že patří k evropské kulturní špičce, a to také jako kongresové město.“

Meetings - nejčtenější holandský magazín zaměřený na kongresový turismus

„Šarmantní mix kulturní nabídky a různorodého nočního života se v Plzni potkává s bohatou historií a požitkářstvím. Město položené v západních Čechách dělá své přezdívce Město piva čest.“

Tourist Austria International - přední rakouský odborný časopis pro oblast cestovního ruchu

„Plzeň je městem, které dalo své jméno Pilsner krásné blondýně (pivu) známé po celém světě.“

Business Travel - francouzská mutace cestovatelského magazínu pro podnikatele

Další spolupráce

Seriál Bohéma

Na propagaci Plzně spolupracuje Plzeň - TURISMUS také s Czech Film Commission. Ta zařadila Loosovy interiéry do své stálé nabídky zajímavých filmových lokací. Záběry z Brummelova domu se objevily ve dvou dílech seriálu Bohéma z produkce České televize.



Toulavá kamera

Spolupráci s Českou televizí se daří i na poli cestopisných pořadů. V roce 2016 jsme zajistili natáčení hned tří reportáží z Plzně pro pořad Toulavá kamera. Objevily se zde Muzeum loutek, DEPO2015 a Loosovy interiéry (Semlerova rezidence a Brummelův dům).

Přehled hospodaření 2016

PŘEHLED HOSPODAŘENÍ (v tisících)	
NÁKLADY celkem	17 560
materiál	150
energie	253
prodané zboží	566
služby	7 477
mzdové náklady	6 183
daně a poplatky	5
odpisy inv. majetku	60
DDHM a DDNM	356
ostatní náklady	495
soc. a zdrav. pojištění	1 788
ostatní soc. náklady	226
TRŽBY A VÝNOSY celkem	17 584
TRŽBY A VÝNOSY vlastní	3 177
tržby za služby	2 221
pronájmy	19
prodej zboží	733
čerpání fondů	0
úroky z bankovních účtů a vkladů	3
ostatní výnosy	203
DOTACE z veřejných rozpočtů	1 000
PŘÍSPĚVEK z rozpočtu města	13 407
HOSPODÁŘSKÝ VÝSLEDEK zisk (+), ztráta (-)	25

Personální informace

Počet zaměstnanců Plzeň – TURISMUS				15
pracoviště	počet pracovníků	SŠ	VŠ + VOŠ	
TIC	5	5	0	
Adolf Loos Plzeň	1	0	1	
Patton Memorial Pilsen	2	2	0	
Marketing a cestovní ruch	4	1	3	
Provozně-ekonomická agenda	2	0	2	
Ředitelka	1	0	1	
Platové třídy				
8				2
9				4
10				6
11				2
12				1

Statistiky návštěvnosti v hromadných ubytovacích zařízeních v Plzni v letech 2013–2016

Pozn. Údaje o návštěvnosti v hromadných ubytovacích zařízeních vycházejí z pravidelného šetření organizovaného ČSÚ.

Území	Počet hostů	Zahraniční turisté	Domácí turisté	Počet přenocování	Zahraniční turisté	Domácí turisté
2013						
ČR celkem	15 407 671	7 851 865	7 555 806	43 308 279	22 144 896	21 163 383
Plzeňský kraj	558 797	186 668	372 129	1 469 388	390 427	1 078 961
Plzeň	204 385	120 281	84 104	369 436	217 653	151 783
2014						
ČR celkem	15 587 076	8 095 885	7 491 191	42 946 929	22 110 112	20 836 817
Plzeňský kraj	568 746	202 596	366 150	1 464 671	435 476	1 029 195
Plzeň	224 004	134 892	89 112	434 085	255 449	178 636
2015						
ČR celkem	17 195 550	8 706 913	8 488 637	47 093 906	23 286 515	23 807 391
Plzeňský kraj	650 250	234 673	415 577	1 717 331	502 988	1 214 343
Plzeň	260 183	158 998	101 185	492 982	304 807	188 175
Index 2015/2014						
ČR celkem	110,3%	107,5%	113,3%	109,7%	105,3%	114,3%
Plzeňský kraj	114,3%	115,8%	113,5%	117,3%	115,5%	118,0%
Plzeň	116,2%	117,9%	113,5%	113,6%	119,3%	105,3%
2016						
ČR celkem	18 388 853	9 321 440	9 067 413	49 696 657	24 268 149	25 428 808
Plzeňský kraj	660 011	234 430	428 525	1 732 317	489 607	1 242 710
Plzeň	262 465	160 956	101 509	483 689	307 296	176 303
Index 2016/2015						
ČR celkem	106,9%	107,1%	106,8%	105,5%	104,2%	106,8%
Plzeňský kraj	101,5%	99,1%	102,9%	100,9%	97,3%	102,3%
Plzeň	100,9%	101,2%	100,3%	98,1%	100,8%	93,7%



