



Propojování turismu s kulturním, společenským a sportovním životem ve městě

Škola Zdravých měst, Mikulov 5.6.2025

Tereza Raabová
t.raabova@kreia.cz



Edinburgh (Skotsko, Velká Británie)

11 významných festivalů sdruženo v Edinburgh Festivals, včetně Fringe – 2,6 mil. vstupenek!

Strategická podpora města – řada pracovních skupin

Zapojení institucí, komunit i podnikatelů - trasy a balíčky pro návštěvníky

Pravidelné dopadové analýzy

72 % místních podporuje



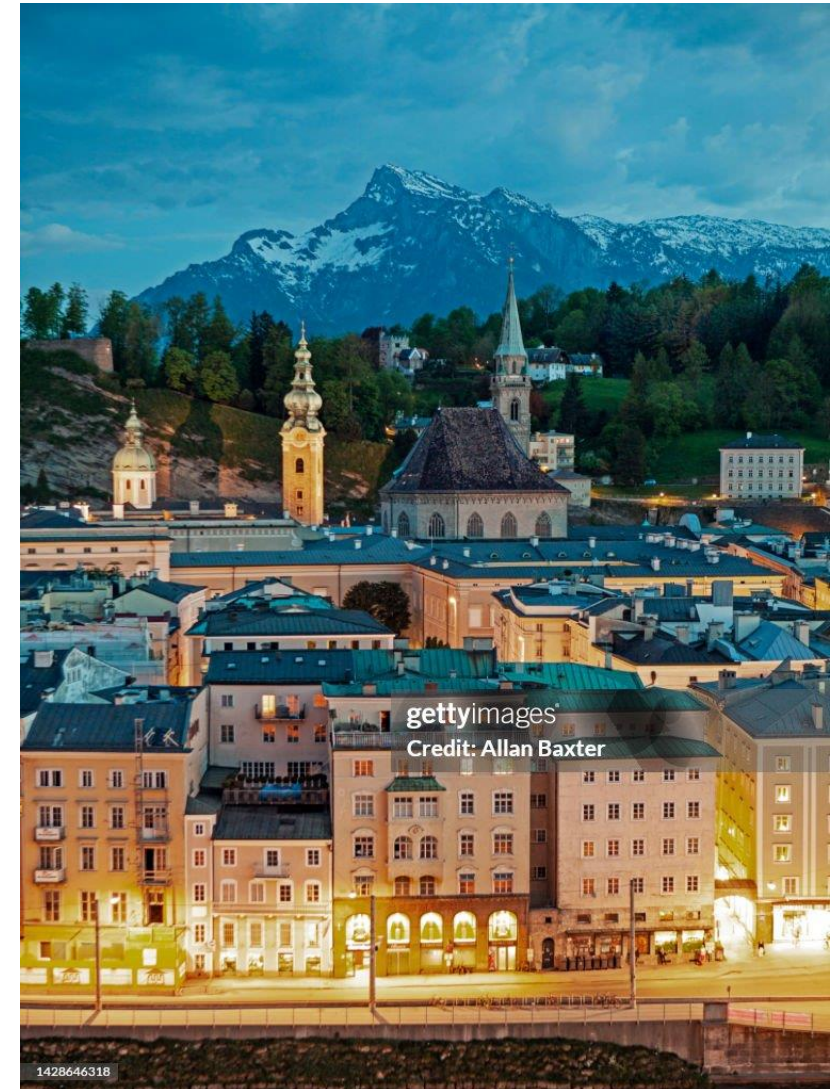
Bregenz (Rakousko)

- Operní festival na jezeře Bodensee
- Propojení kultury a outdoor aktivit
- Festivalové balíčky s ubytováním a gastronomií
- Spolupráce města a turistické centrály



Salzburg (Rakousko)

- **Salcburský festival** – špičková kulturní událost
- Zimní lyžařská oblast **Ski amadé**
- Propojení turismu, kultury a sportu
- Marketingová spolupráce institucí a města



Matera (Itálie) – Město v kameni

- Známá pro své skalní obydlí „Sassi“, **EHMK 2019**.
- Pořádá festivaly, výstavy a programy pod širým nebem s důrazem na místní identitu.
- **Kulturní revitalizace města vedla ke zvýšení návštěvnosti a obnově místní ekonomiky.**
- Město je příkladem, jak lze malou obec proměnit díky kultuře v mezinárodně atraktivní destinaci.



Québec City (Kanada)

- Zimní karneval + letní festivaly + jarní turistika = **celoroční destinace**.
- Propojené systémy: gastronomie, sport, kultura, příroda.
- Fungují balíčky a kombinované programy, **motivují návštěvníky zůstat déle**.
- Spolupráci s obcemi a regionem – sdílená značka.
- Velký důraz je kladen na autentičnost, lokální produkty a kulturní dědictví frankofonní Kanady.



Bilbao (Španělsko) – Proměna města díky kultuře

- „**Bilbao efekt**“ – kulturou tažený rozvoj města
- Klíčovým impulsem **Guggenheim muzeum** umění (1997) – 1 mil. návštěvníků / rok
- Díky tomu rozvoj dopravy, hotelů, restaurací...
- Bilbao dnes nabízí kulturní programy, designové trasy, gastronomii a sportovní infrastrukturu.



Společné principy úspěchu

- Strategické řízení napříč sektory
- Značka města / regionu propojená s kulturou a sportem
- Vědomě pracují s turismem – marketing, infrastruktura, akce, koordinace
- Udržitelnost a celoroční využití – snaha prodloužit pobyty i celou sezónu
- Zapojení komunit a místních podnikatelů

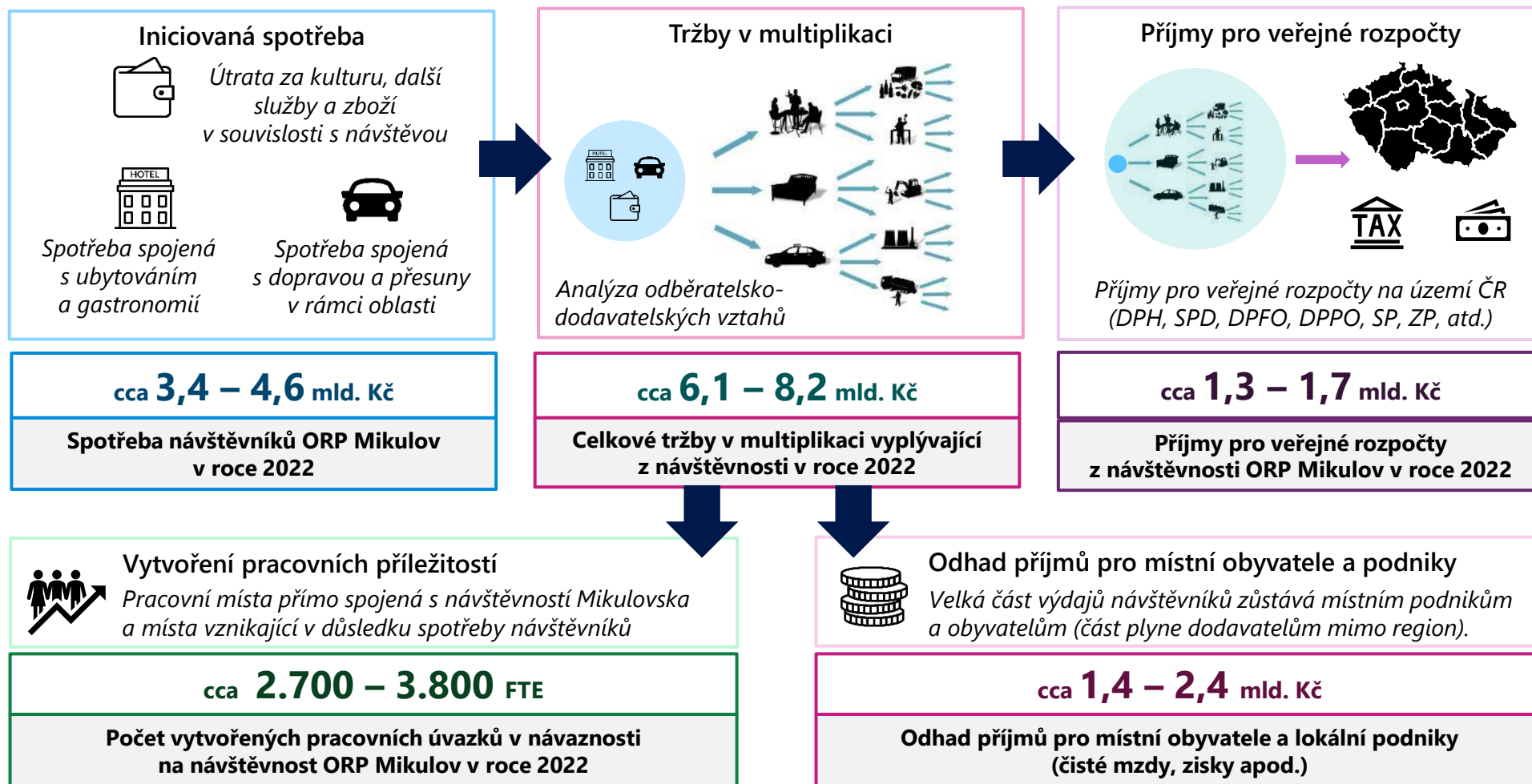
Přínosy?



Ekonomické přínosy vyplývající z kultury a cest. ruchu v ORP Mikulov

ORP Mikulov v roce 2022: **cca 3 mil. návštěvodnů.**

Návštěvníci v regionu utratí cca 3,4 až 4,6 mld. Kč ročně. Z toho zůstává místním lidem a lokálním podnikům cca 1,4 až 2,4 mld. Kč, zbytek plyne dalším dodavatelům v rámci celého Česka i zahraničí.



FTE - ekvivalent přepočtených plných ročních pracovních úvazků)

Nekvantifikovatelné přínosy kultury a cestovního ruchu



Dopady v oblasti volnočasové nabídky i pro místní návštěvníky



Kvalita života v Mikulově a okolí, vzdělávací a společenský dopad



Prestiž Mikulova a okolí



Příležitosti pro podnikatele



Růst počtu obyvatel, a tím i rozpočtu města

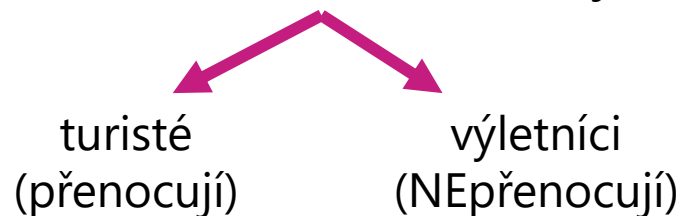
Jak to máme v Česku? (zjednodušeně)

KULTURA, SPORT

- hlavní aktéři:
 - provozovatelé kulturních a sportovních zařízení (veřejnoprávní, soukromoprávní)
 - pořadatelé akcí
- návštěvníci = všichni, kdo přijdou na akci, do muzea apod. (místní i nemístní)

CESTOVNÍ RUCH

- hlavní aktéři:
 - pořadatelé a provozovatelé atraktivit
 - podnikatelé ve službách – gastro, ubytování, doprava, průvodci, půjčovny apod.
 - města, regiony, infocentra, destinace (DMO)
- návštěvníci = účastníci cestovního ruchu (cestují mimo jejich obvyklé bydliště)



Děkujeme
za vaši účast a cenné podněty 😊

Tereza Raabová (t.raabova@kreia.cz, 604 114 075)

Ondřej Špaček (o.spacek@kreia.cz, 602 265 851)

