

Online kampaň láká turisty z Německa a Rakouska na Vysočinu

6.11.2025 - Monika Brothánková | Krajský úřad Kraje Vysočina

Krajská příspěvková organizace Vysočina Tourism v těchto dnech úspěšně završila intenzivní část online marketingové kampaně zaměřené na zahraniční trhy. Cílem projektu bylo v roce 2025 představit krásy Kraje Vysočina především obyvatelům Německa a Rakouska. Realizací kampaně se Vysočina Tourism snaží položit základy dlouhodobé komunikace směrem k prioritním zahraničním trhům.

Vaše léto v regionu Vysočina. To bylo hlavní sdělení online kampaně, která ve své intenzivní fázi odstartovala v dubnu 2025 a ve dvou vlnách běžela až do konce září 2025. Zaměřila se především na klasickou bannerovou kampaň na internetu a dále na sociální sítě. Pro spolupráci byla veřejnou zakázkou vybrána reklamní agentura KNOWORIGIN s tím, že Vysočina Tourism se podařilo na realizaci kampaně sehnat spolufinancování ve výši 50 % z prostředků Ministerstva pro místní rozvoj. A to v rámci projektu Marketingové aktivity a rozvoj značky destinace Vysočina v letech 2024–2025, spolufinancovaného z Národního programu podpory cestovního ruchu v regionech.

„Kampaň byla zaměřena primárně na obyvatele Německa a Rakouska, s tím, že jako hlavní cílové skupiny byly zvoleny rodiny s dětmi a aktivní senioři. Nasazeno bylo pět hlavních vizuálů prezentujících nejznámější místa Vysočiny, mezi kterými samozřejmě nechyběly památky UNESCO Telč, Třebíč a Žďár nad Sázavou. „Naším cílem nebylo jen realizovat zahraniční online kampaň, ale také získat zkušenosti a data, na kterých můžeme stavět naši komunikaci na tyto trhy do budoucna. Zároveň chceme s odstupem času vyhodnotit, jaký má naše kampaň dopad na návštěvnost a zvýšení podvědomí o regionu Vysočina v Německu a Rakousku,“ vysvětlil Dominik Mrkvička, který má ve Vysočina Tourism na starost on-line marketing. Podle něj první předprázdninová vlna potvrdila, že o Vysočinu je v zahraničí zájem, ale zároveň ukázala, kde je prostor pro zlepšení. Ve druhé vlně proto došlo ke změně vizuálů s tím, že přibyla i krátká videa, která lépe představují Vysočinu.

Krajská centrála cestovního ruchu chce v online aktivitách na německojazyčných trzích pokračovat i do budoucna. „Plánujeme na tuto zkušenost navázat, a také v příštích letech investovat prostředky do marketingových aktivit zaměřených primárně na Rakousko, Německo a Polsko. Zatímco Němci a Poláci si Vysočinu oblíbili už v minulosti, Rakousko je pro nás zatím oříšek. Je to náš nejbližší soused, v číslech zahraniční návštěvnosti však nefiguruje na předních místech. Proto chceme cílenými a dlouhodobými marketingovými aktivitami tato čísla postupně změnit,“ doplnil ředitel Vysočina Tourism Zdeněk Navrátil. Ten hodnotí pozitivně i spolupráci s reklamní agenturou. A to zejména díky profesionálnímu přístupu, otevřené komunikaci a průběžným doporučením ke zlepšení výkonu kampaně.

Podle ředitele je nyní v plánu investovat do udržovací kampaně tak, aby reklama na Vysočinu z mobilů a počítačů obyvatel Německa a Rakouska úplně nezmizela. V případě získání dalších finančních prostředků z dotačních titulů by pak kampaň znovu nabrala na obrátkách.

- Převzatá tisková zpráva, kontaktní osoba: Mgr. Zdeněk Navrátil, ředitel organizace Vysočina Tourism, příspěvková organizace, reditel@vysocinatourism.cz; tel.: 778 538 311

https://www.kr-vysocina.cz/vismo/dokumenty2.asp?id=4134909&id_org=450008