

Jihomoravské kampaně na Poláky zabraly. Přijelo jich víc, brněnské vánoční trhy nyní navazují bránou do Poznaně

25. 11. 2025

Centrála cestovního ruchu – Jižní Morava v letošním roce cílila své propagační kampaně zejména na návštěvníky z Polska a ze Slovenska. Že byly kampaně úspěšné, dokládají data návštěvnosti z hlavní sezóny – zahraničních hostů přijelo o 6 % více než loni.

V letních měsících se v hromadných ubytovacích zařízeních v Jihomoravském kraji ubytovalo 850 tisíc lidí, z toho třetina jich přijela ze zahraničí. Z údajů, které zpracovává Český statistický úřad, vyplývá, že nejsilnější skupinu zahraničních návštěvníků tvořili Poláci (22 %) a hned za nimi byli Slováci (20 %). Celkově přijelo v meziročním srovnání v letních měsících o 16 tisíc zahraničních návštěvníků více.

„Polské turisty jsme se snažili oslovit prostřednictvím veletrhů a cílených kampaní, například Víno a architektura, která se dobře osvědčila už v českém prostředí. Na slovenské návštěvníky zase cílila kampaň spojená s MojaKartou, která měla turistům přiblížit možnost strávit v našem kraji aspoň dvě noci a díky tomu čerpat různé výhody,“ uvedla **Martina Grůzová, ředitelka Centrály cestovního ruchu – Jižní Morava.**

Slováci si registrovali zhruba sedminu z celkového počtu 6 400 registrovaných MojaKaret. Na polské návštěvníky směřovala propagace jak v oblasti volnočasové turistiky, tak i nabídky pro tzv. MICE turistikou, tedy konference, kongresy a další profesní setkání. *„V minulém roce jsme v čase adventu zorganizovali konferenční trip pro polské zástupce k tématu Brno-hlavní evropské město Vánoc. Letos již sledujeme zvýšené počty poptávek polských skupin po hotelích v centru města,“* doplnila **Eliška Křížová, manažerka projektu Brno Convention Bureau**, který spadá pod Centrálu cestovního ruchu – Jižní Morava.

Pozitivní čísla návštěvnosti vnímá rovněž město Brno, které oslovuje nejbližší sousední země s kampaní Brno True Story. *„S polskými návštěvníky rezonují hlavně dlouhodobá témata jako letní festivaly, Brněnské Vánoce, Vodojemy Žlutý kopec a kvalitní gastronomie. Důležitou roli hrají města s dobrou dojezdovou vzdáleností do Brna – Krakov, Katovice a Poznaň, na které cílíme jak v online kampani, tak spoluprací s influencery. Příští rok se na Polsko plánujeme zaměřit jako na primární zemi,“* shrnuje **Petra Motesický, vedoucí divize marketing a cestovní ruch TIC BRNO.**

Letošní vánoční trhy v Brně na kampaň navazují tím, že na centrálním náměstí Svobody nabízejí tzv. bránu do Poznaně – videomost, který symbolicky propojuje návštěvníky obou vánočně vyzdobených měst. Spolupráce s Poznaní je přirozeným pokračováním zahraniční komunikace, kde je Polsko jedním z klíčových trhů.

KONTAKTY PRO MÉDIA:

Martina Grůzová

Ředitelka

Centrála cestovního ruchu – Jižní Morava

mob: +420 725 488 889

e-mail: gruzova@jizni-morava.cz

Hana Bánovská

Tisková mluvčí

Turistické informační centrum Brno

mob: +420 775 911 269

e-mail: banovska@ticbrno.cz

[Instagram](#) | [Facebook](#) | [web](#)