

Tuhle dovolenou řídím já: jižní Morava představila kampaň cílenou na ženy

8.3.2026

Jižní Morava formuje svou novou image destinace přátelské k ženám. V letošní kampani se prezentuje jako ideální lokace pro cestovatelky, kteří přijíždějí s rodinou, partnery, přáteli i samostatně. Reaguje na skutečnost, že ženy jsou stěžejní hybatelky cestovního ruchu.

Centrála cestovního ruchu jižní Moravy (CCRJM) spustila k příležitosti Mezinárodního dne žen novou komunikační strategii. Kampaň s ústředním heslem „Tuhle dovolenou řídím já“ staví do popředí ženu jako klíčovou osobu, která plánuje výlety a rozhoduje, kterým směrem se vydat a jaké zážitky si dopřát. Kampaň symbolicky navazuje na předešlý rok Venuše, který připomínal výročí slavné sošky z Dolních Věstonic.

„Chceme jižní Moravě dát srozumitelnou pozici při zvažování dovolené. Myslíme si, že v tom, co dokážeme nabídnout ženám – ať už sem zamíří v jakékoliv roli – jsme v rámci České republiky jedinečnou destinací. Máme nejvyšší počet slunečných dní, pohodovou atmosféru, kvalitní gastronomii, která snese srovnání se světem, skvělé víno i architekturu, plno kulturních akcí a třeba krásná designová ubytování,“ vysvětluje **Martina Grůzová, ředitelka Centrály cestovního ruchu jižní Moravy.**

Běžné statistiky návštěvnosti či signalizační data mobilních operátorů návštěvníky dle pohlaví nerozlišují. Základní obrázek o chování žen–cestovatelek má jihomoravská centrála cestovního ruchu k dispozici díky loňskému průzkumu návštěvnické spokojenosti. V roce 2025 se muži a ženy v cílové destinaci v mnoha ohledech chovali podobně, jejich preference se lišily zejména v tom, s kým přijeli a jaký je důvod jejich návštěvy. *„Muži častěji přijíždějí s přáteli nebo sami. Ženy naopak častěji přijely s partnerem a také s dětmi, zejména staršími 10 let. Oproti mužům, kteří více uvádějí jako hlavní motiv pobyt v přírodě, ženy o něco častěji zmiňovaly kulturní program. Liší se také způsob trávení času v destinaci. Muži uvádějí výrazně častěji než ženy cyklistiku. Ženy naopak častěji uváděly wellness a návštěvu kulturních akcí.“* přibližuje **Martin Šauer z Katedry regionální ekonomie Masarykovy univerzity**, který zpracovává pro turistickou centrálu data.

Typickým vzorcem ženské dovolené je dle zjištění z průzkumu klidnější forma trávení času – chůze, příroda, památky, gastronomie, kultura. Nová kampaň na to reaguje a představuje jižní Moravu jako region, který dokáže stoprocentně naplnit ženské potřeby. *„Naším cílem je ženám vzkázat: My víme, co na svých cestách hledáte, a máme to pro vás připravené,“* doplňuje ředitelka CCRJM Martina Grůzová.

Součástí kampaně budou videa s influencery, speciální sada triček, podcasty s významnými jihomoravskými ženami, soutěže a postupné oslovování dílčích cílových skupin: ženy-matky, ženy v partě kamarádek, ženy jako sólo cestovatelky. K tomu nahrávají jednotlivé milníky sezóny: start kampaně na Mezinárodní den žen, Den matek následně stočí pozornost k ženám jako svorníku rodiny a na podzim přijdou vinobraní či otevřené sklepy, které často vyhledávají ženské skupinky při oslavách narozenin nebo rozlučkách se svobodou.

KONTAKT PRO MÉDIA:

Martina Grůzová

Ředitelka

Centrála cestovního ruchu – Jižní Morava

mob: +420 725 488 889

e-mail: gruzova@jizni-morava.cz

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

Martin Šauer

Katedra regionální ekonomie | Institut cestovního
ruchu | Institut pro dopravní ekonomii, geografii
a politiku

**Masarykova univerzita | Ekonomicko-správní
fakulta**

tel: +420 549 497 617 | mob: +420 777 135 536

e-mail: sauer@econ.muni.cz