

# SPRÁVA O ČINNOSTI A HOSPODÁRENÍ ZA ROK 2025

**KRAJSKÁ ORGANIZÁCIA CESTOVNÉHO RUCHU  
BANSKOBYSSTRICKÝ KRAJ TURIZMUS**



## ÚDAJE O ORGANIZÁCIÍ

Krajská organizácia cestovného ruchu **Banskobystrický Kraj Turizmus** (KOCR BBKT) bola založená a zapísaná do registra krajských organizácií cestovného ruchu Ministerstva dopravy SR, Sekcie cestovného ruchu, dňa 17.12.2018 na základe zápisnice z ustanovujúceho Valného zhromaždenia konaného dňa 11. 12. 2018, na ktorom bolo prítomných 7 zakladateľských subjektov.

<b>Názov organizácie</b>	<b>Banskobystrický kraj Turizmus</b>
<b>Forma organizácie</b>	Krajská organizácia cestovného ruchu založená na základe Zákona č. 91/2010 o podpore cestovného ruchu.
<b>Registrácia</b>	Zapísaná v registri OCR Ministerstva dopravy SR pod číslom 31943/2018/SCR dňa 17.12.2018.
<b>Sídlo</b>	Nám. SNP č. 1, Banská Bystrica 974 01
<b>IČO</b>	52132072
<b>DIČ</b>	2120899022
<b>Bankové spojenie</b>	SK48 0900 0000 0051 5298 2616 – členský účet
	SK98 0900 0000 0051 6888 5060 – dotačný účet
<b>Webové sídlo</b>	www.zahoramizadolami.sk a www.dobrykraj.sk

## ČLENSKÁ ZÁKLADŇA

	<b>Zakladajúci členovia KOCR BBKT</b>	<b>Právna forma</b>
1	Banskobystrický samosprávny kraj	Vyšší územný celok  Oblasťná organizácia cestovného ruchu
2	Región Horehronie	
3	Stredné Slovensko	
4	Región Gron	
5	Región Banská Štiavnica	
6	Turistický Novohrad a Podpoľanie	
7	Slniečny Hont	

## ORGÁNY KRAJSKEJ ORGANIZÁCIE CESTOVNÉHO RUCHU

V zmysle zákona č. 91/2010 Z.z. v z.n.p. o podpore cestovného ruchu, je najvyšším orgánom KOCR Valné zhromaždenie, ktorého členmi sú zástupcovia členských OOCR a zástupca VÚC. Štatutárnym orgánom KOCR je predseda, oprávnený konať v mene krajskej organizácie a je volený a odvolávaný na návrh predsedu VÚC. V mene krajskej organizácie vo veciach určených stanovami je oprávnený konať aj výkonný riaditeľ krajskej organizácie.

V roku 2024 bolo konanie v mene KOCR BBKT zabezpečené nasledovne:

<b>Orgán</b>	<b>Personálne obsadenie</b>
<b>PRESEDA</b>	Ing. Mgr. Daniela Volenská, PhD.
<b>VÝKONNÝ RIADITEĽ</b>	Ing. Zuzana Jóbová, PhD.

## ORGANIZAČNÁ ŠTRUKTÚRA

Od roku 2022 sú súčasťou organizačnej štruktúry KOČR BBKT traja stáli zamestnanci na pozíciách marketingový manažér, manažér produktov a ekonóm-účtovník. Od roku 2023 jeden stály zamestnanec na krátený úväzok na pozícii správa obsahu webovej stránky.

Kategória zamestnancov	Zamestnanecký pomer	Rok 2025	Konkretizácia práce
Stáli zamestnanci	Trvalý pracovný pomer	3	Špecialista destinačného marketingu, manažér produktov, účtovník
	Trvalý pracovný pomer (krátený pracovný úväzok)	1	Napĺňanie webovej stránky, správa obsahu
Výpomoc pri zabezpečovaní produktov cestovného ruchu	Dohoda o brigádnickej práci študentov	4	Športové a kultúrne podujatia trailový beh Runica Nevoľné, otvorenie kúpeľnej sezóny Sliach a iné
	Dohoda o vykonaní práce	3	Športové a kultúrne podujatia Hefpiansky kros, Deň otvorených dverí v NR
Výpomoc pre podujatia	Dohoda o brigádnickej práci študentov	2	Pohronska hradná cesta
Marketingová výpomoc	Dohoda o pracovnej činnosti	1	Prevádzka – administratívne a organizačné práce pri príprave podujatí
Spracovanie projektových zámerov	Dohoda o vykonaní práce	1	HLT 02 prevencia neprenosných ochorení v Slovenských samosprávnych krajoch, Spracovanie modelovej finančnej analýzy pre projekty v udržateľnom CR v BB kraji

## UKAZOVATELE VÝKONNOSTI UBYTOVACÍCH ZARIADENÍ DESTINÁCIE BANSKOBYSTRICKÝ KRAJ

UKAZOVATEĽ	Zdroj údajov	2025	2024	2023	2022
<b>KOČR BBKT</b>					
Počet prenocovaní	Členské obce OOCR	1 741 700	1 679 730	1 534 339	1 447 339
Vybraná daň z ubytovania	Členské obce OOCR	2 417 390 €	2 071 743 €	N/A	1 337 189 €
Počet ubytov. zariadení	ŠÚSR	711	604	543	432
Počet lôžok v ubytov. zar.	ŠÚSR	20 909	19 044	18 313	18 452
Tržby za ubytovanie bez DPH	ŠÚSR	78 051 928	69 291 374	N/A	N/A
<b>Banskobystrický samosprávny kraj</b>					
Počet návštevníkov	ŠÚSR	719 187	667 009	625 769	546 690
Počet prenocovaní	ŠÚSR	2 001 682	1 918 009	1 798 055	1 595 967
Počet ubytov. zariadení	ŠÚSR	922	792	716	695
Počet lôžok v ubytov. zar.	ŠÚSR	30 431	23 218	26 816	27 216
Tržby za ubytovanie bez DPH	ŠÚSR	84 923 468 €	75 896 025 €	67 339 518 €	50 067 202 €
<b>SLOVENSKÁ REPUBLIKA</b>					
Počet návštevníkov	ŠÚSR	6 346 525	5 916 636	5 726 279	4 831 628
Počet prenocovaní	ŠÚSR	16 174 930	15 185 188	14 851 364	12 719 545
Počet ubytov. zariadení	ŠÚSR	6 140	5 265	5 031	4 829
Počet lôžok v ubytov. zar.	ŠÚSR	259 555	238 822	229 719	222 019
Tržby za ubytovanie bez DPH	ŠÚSR	709 082 888 €	612 822 480 €	562 885 027 €	433 756 693 €
<b>PODIEL DESTINÁCIE BANSKOBYSTRICKÝ KRAJ NA VÝKONNOSTI SLOVENSKEJ REPUBLIKY</b>					
Počet návštevníkov	Vlastné spracovanie	11%	11%	11%	11 %
Počet prenocovaní	Vlastné spracovanie	12%	13%	12%	13 %
Počet ubytov. zariadení	Vlastné spracovanie	15%	15%	14%	14 %
Počet lôžok v ubytov. zar.	Vlastné spracovanie	12%	10%	12%	12 %
Tržby za ubytovanie bez DPH	Vlastné spracovanie	12%	10%	12%	11 %

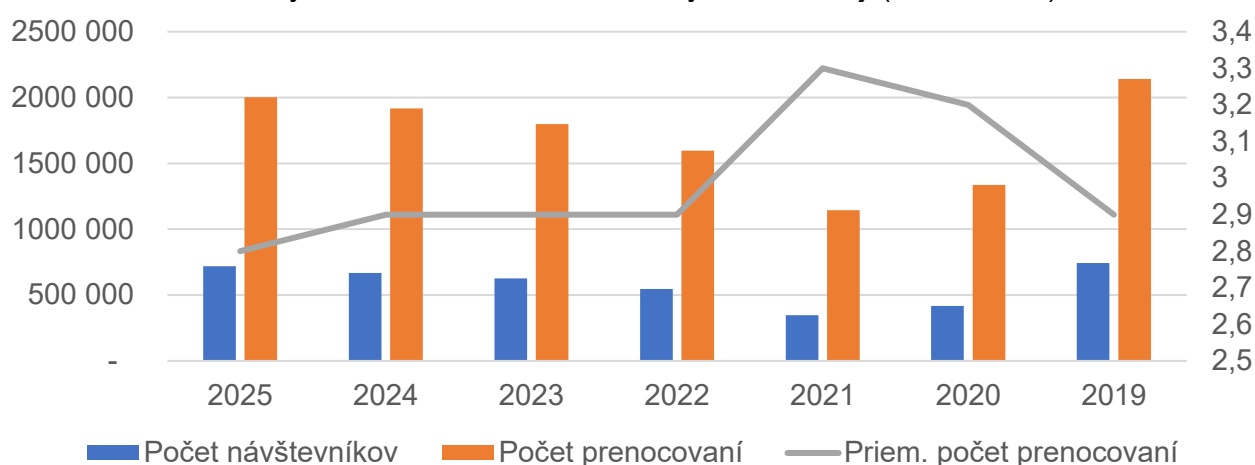
Zdroj: Štatistický úrad SR, Oblastné organizácie cestovného ruchu na území BBSK

V roku 2025 zaznamenal BB kraj medziročný nárast návštevnosti o 7,82 %, pričom celkový počet 719 187 návštevníkov predstavoval výrazné priblíženie sa k hodnotám dosiahnutým v rekordnom roku 2019. Napriek pozitívnemu trendu však kraj za predpandemickým obdobím zaostal o 3,31 %. Najvýraznejší rast oproti roku 2024 bol zaznamenaný najmä v mesiacoch september, jún a máj, ktoré významne prispeli k priaznivému celoročnému vývoju. Predpandemické hodnoty sa podarilo prekročiť v 7 mesiacoch roka, predovšetkým počas zimnej a letnej turistickej sezóny, pričom najvýraznejší nárast oproti roku 2019 bol evidovaný v júni.

Z hľadiska kumulatívneho medziročného tempa rastu návštevnosti za január až december 2025 (7,82 %) sa Banskobystrický kraj zaradil medzi dynamickejšie rastúce regióny Slovenska. Vyššie tempo rastu dosiahli Žilinský kraj (9,83 %) a tesne aj Bratislavský kraj (7,89 %), zatiaľ čo Prešovský kraj (7,14 %) zaznamenal mierne nižšie medziročné tempo rastu.

Počet prenocovaní dosiahol v období január až december 2025 spolu 2 001 682, čo predstavuje medziročný nárast o 4,36 % oproti roku 2024 (1 918 009) a zároveň pokles o 6,53 % v porovnaní s rokom 2019 (2 141 489) (graf 1).

Graf 1: Návštevnosť ubytovacích zariadení v Banskobystrickom kraji (2019 - 2025)



Zdroj: Štatistický úrad SR, 2025.

Z hľadiska štruktúry návštevnosti naďalej prevažuje domáci CR, ktorý sa v roku 2025 nachádzal len tesne pod úrovňou roku 2019 (-2,12 %). Zahraničná návštevnosť rástla medziročne rýchlejšým tempom, v dlhodobom porovnaní však zostáva nižšia (-10,0 %) než v predpandemickom období. Podiel zahraničných návštevníkov na celkovej návštevnosti pritom patrí v rámci SR dlhodobo k najnižším.

Prenocovania domácich návštevníkov vzrástli z 1 685 787 v roku 2024 na 1 768 220 v roku 2025, čo zodpovedá medziročnému rastu 4,89 %. Prenocovania zahraničných návštevníkov dosiahli v roku 2025 hodnotu 233 462, čo predstavuje medziročný nárast o 0,53 % oproti roku 2024 (232 222). Aj keď zahraničné prenocovania zaostávajú za predpandemickou úrovňou, postupne sa k nej približujú.

Vývoj cestovného ruchu v posledných rokoch potvrdzuje postupnú stabilizáciu sektora a návrat k rastovému trendu. Súčasne však zvyrazňuje význam cielenej podpory kvalitatívneho rozvoja ponuky, najmä v oblastiach s potenciálom osliviť nové trhy a posilniť konkurencieschopnosť regiónu.

## ZAMERANIE ČINNOSTI

Hlavným cieľom aktivít krajskej organizácie cestovného ruchu Banskobystrický kraj Turizmus je posilnenie atraktivity kraja ako turistickej destinácie na domacom aj zahraničnom trhu prostredníctvom rozvoja nosných produktových línií udržateľného cestovného ruchu a ich cielenej propagácie.

Náš hlavný cieľ vychádza z dlhodobého strategického cieľa, ktorým je zvyšovať počet prenocovaní a výber miestnej dane z ubytovania u samospráv v kraji. Tieto ciele KOOCR BBKT napĺňala prostredníctvom úzkeho partnerstva s členskými oblastnými organizáciami cestovného ruchu ako aj v spolupráci s Rozvojovou agentúrou BBSK, n.o. (RABBSK) a Banskobystrickým samosprávnym krajom.

Hlavné aktivity KOOCR smerovali k naplneniu cieľa na rok 2025 v kontexte vonkajších výziev, ako sú vojnový konflikt na Ukrajine, nestabilná geopolitická situácia vo svete a konsolidačné opatrenia. Strategickou prioritou programu rozvoja cestovného ruchu na území kraja v súlade s PHSR kraja do roku 2030 je vytvárať podmienky pre rozvoj udržateľného cestovného ruchu a tým prispievať k zvyšovaniu ekonomickej, sociálnej aj environmentálnej odolnosti regiónov Banskobystrického kraja.

V roku 2025 podala KOOCR BBKT v poradí šiestu žiadosť o dotáciu z rozpočtovej kapitoly Ministerstva cestovného ruchu a športu SR na podporu rozvoja CR.

Dotáčna schéma prebiehala v roku 2025 v novom formáte. Výška požadovanej a zároveň schválenej dotácie na hlavný projekt A (Posilnenie atraktivity BB kraja ako turistickej destinácie na domácom a zahraničnom trhu) bola **166 574,46 Eur** (bežné výdavky), na kooperačné projekty realizované s spolupráci s OOCR spolu **83 287,23 Eur** (B1 Rozvoj produktovej línie Zážitkové vlaky v Banskobystrickom kraji: 45 000 Eur; B2 Rozvoj hradnej a banskej produktovej línie ako kľúčových tém v rozvoji cestovného ruchu v BB kraji: 13 800 Eur; B3 Zvýšenie konkurencieschopnosti Banskobystrického kraja - Horehronie a Stredné Slovensko v zahraničí: 24 487,23 Eur). V roku 2024 bola výška pridelenej dotácie 137 718,90 Eur (bežné výdavky) a v roku 2023 131.513,45 Eur (bežné výdavky).

Plán aktivít KOOCR BBKT na rok 2025 bol spracovaný nasledovne:

1. Marketing a propagácia
2. Tvorba a podpora udržateľných produktov cestovného ruchu
3. Vzdelávacie aktivity zamerané na skvalitnenie a rozvoj destinácie
4. Tvorba a prevádzka rezervačného systému
5. Podpora atraktivít danej lokality
6. Kooperačné projekty

KOOCR BBKT naplnila účel a prínos realizovaných aktivít na podporu rozvoja cestovného ruchu na rok 2025, ktoré sa prejavili:

- zvýšením počtu prenocovaní domácich a zahraničných návštevníkov v Banskobystrickom kraji;
- tvorbou a rozvojom produktov udržateľného cestovného ruchu v súlade s nosnými produktovými líniami, ako sú kultúrno-poznávací a prírodný cestovný ruch;
- zlepšením rozpoznateľnosti značky Za horami, za dolami a jej prepojením s Banskobystrickým krajom na domácom a zahraničnom trhu;
- rozvojom atraktívnych a kvalitných produktov cestovného ruchu;
- posilnením destinačného manažmentu a marketingu na regionálnej a lokálnej úrovni v úzkej spolupráci s partnerskými organizáciami.

KOOCR sa zamerala na kvalitatívne zlepšenie destinačného manažmentu a marketingu, ako aj dosahovanie merateľných výsledkov v oblasti rozvoja produktov, marketingu, komunikácie, podujatí, návštevnosti a vzdelávania. Aktivity KOOCR BBKT sa zameriavali aj na zlepšovanie kvality služieb v regióne, zvyšovanie dostupnosti destinácií a turistických bodov záujmu, zvyšovanie atraktivity ponúkaných produktov a profesionalizácia činnosti OCR v kraji.

Financovanie aktivít bolo realizované zo zdrojov dotácie MCRaŠ SR, ako aj z vlastných zdrojov KOOCR BBKT pozostávajúcich z členských príspevkov a vlastných príjmov z predaja produktov.

## 1. MARKETING A PROPAGÁCIA

Hlavné úlohy KOČR BBKT spočívajú v marketingu a budovaní imidžu destinácie, v podpore komunikácie produktov a projektov cestovného ruchu a v zabezpečovaní predaja a distribúcie konkrétnych produktov cestovného ruchu. Na týchto aktivitách KOČR BBKT úzko spolupracuje s Rozvojovou agentúrou BBSK, n.o. (RABBSK), ktorá sa zameriava najmä na rozvojové aktivity a realizáciu projektov v oblasti infraštruktúry. RABBSK pri svojej činnosti spolupracuje s členskými a partnerskými organizáciami, medzi ktoré patria Banskobystrický samosprávny kraj, oblastné organizácie cestovného ruchu a ich členovia, Miestne akčné skupiny a ďalší partneri.

Aktivita Marketing a propagácia sa delí na nasledujúce podaktivity:

- 1.1. Rozvoj značky a komunikačnej identity destinácie
- 1.2. Tvorba foto a video obsahu, edičná tvorba (okrem knižných publikácií)
- 1.3. Veľtrhy, výstavy a prezentácie; Infocesty, fam a press tripy (vrátane spolupráce s influencerami)
- 1.4. Merkantil/merchandising
- 1.5. Online marketing
- 1.6. Realizácia marketingových aktivít



Pri realizácii podaktivít v rámci aktivity Marketing a propagácia sme naplnili účel a prínos realizovaných podaktivít na podporu rozvoja cestovného ruchu na rok 2025. Išlo najmä o:

- Zvýšenie rozpoznateľnosti značky Za horami, za dolami v prepojení na Banskobystrický kraj na domácom aj zahraničnom trhu, čo dosahujeme napríklad celoročnými billboardovými kampaňami vo vybraných regiónoch Slovenska a vo východnej časti Českej republiky.
- Budovanie pozitívneho imidžu destinácie a organizácie prostredníctvom PR aktivít na Slovensku aj v zahraničí, vrátane cielenej komunikácie na sociálnych sieťach zameranej na hlavné cieľové trhy, ako je Česká republika, a prostredníctvom maďarského profilu na sociálnych sieťach pre komunikáciu s trhom v Maďarsku.
- Účasť a prezentácia na strategických podujatiach v kraji aj mimo neho, ako aj podpora podujatí s nadregionálnym významom.
- Aktívnu a cieleňú komunikáciu prostredníctvom rôznych kanálov (media mix, online a offline kampane, sociálne siete) na cieľových trhoch doma i v zahraničí.
- Tvorbu a rozvoj udržateľných produktov cestovného ruchu, pričom v roku 2025 bolo cez rezervačný portál zahoramizadolami.sk dostupných 58 zážitkov, ktoré využilo 3000 návštevníkov.
- Zvyšovanie povedomia o ponuke kraja medzi existujúcimi a potenciálnymi návštevníkmi prostredníctvom edičnej a video tvorby, pričom vzniklo viac ako 530 mediálnych výstupov v online a offline médiách.
- Vytváranie nových spojení a pozitívnych asociácií s Banskobystrickým krajom, ktoré boli propagované doma aj v zahraničí.
- Podpora pozitívneho vzťahu miestnych obyvateľov a návštevníkov k destinácii.
- Prezentácia konkrétnej ponuky cestovného ruchu vybraným cieľovým skupinám.
- Zlepšenie sledovaných marketingových ukazovateľov (KPI).

### 1.1. Rozvoj značky a komunikačnej identity destinácie

Prezentačno - propagačné nástroje na zvýšenie rozpoznateľnosti destinácie sú určené na podporu prezentácie na verejných podujatiach a akciách určených pre širokú verejnosť za účelom zabezpečenia vizuálne jednotnej prezentácie, posilnenia brandu destinácie a vizibility MCRaŠ. Nástroje svojim vizuálnym prevedením propagovali destináciu a cielili k zvýšeniu rozpoznateľnosti destinácie a k podpore produktov CR pod destinačnou značkou „Za horami, za dolami“. Z hľadiska

zamerania išlo o nástroje: 1ks exteriérový prezentačný stan „Hybaj behať“, 4ks reklamné bannery aj s príslušenstvom a 3ks stojan na propagačné materiály, 10ks skladacie plážové drevené ležadlá s vlastnou plnofarebnou potlačou, prezentačný pult a 2ks beachflag, šatky s motívom ZHZD, papierové tašky. Z hľadiska využiteľnosti sa nástroje využívali pri PR eventoch, medializáciách, tlačových konferenciách, športových podujatiach, veľtrhoch, prezentáciách a pri tematických aktivitách na podporu rozvoja CR.

## 1.2. Tvorba foto a video obsahu, edičná tvorba

- Spracovanie grafických návrhov pre marketingové účely: Grafické práce sú zabezpečované externým dodávateľom a zahŕňajú zabezpečenie DTP služieb a spracovanie všetkých grafických materiálov, ktoré KOBR BBKT využíva pre potreby atraktívnej marketingovej komunikácie destinácie. Grafické práce sa realizujú priebežne počas celého roka a aktuálnej potreby. K nosným výstupom počas roka 2025 patrí: grafické spracovanie nových tlačených materiálov a brožúr (brožúra Hybaj kempovať, Hybaj na bajk, DL zážitkov, program na veľtrh Caravan, bike and travel, program na Dobrý trh a ITF Slovakiatour), plagáty, letáky (gruntovačka, zážitkové vlaky, hybaj behať, hybaj na bežky, hybaj na bajk, kalendár podujatí Pohronská hradná cesta ai.), pozvánky na rôzne podujatia, medializácie, eventy ap. Súčasťou je aj návrh imidžového merkantilu, vizuálu prezentačno - propagačných nástrojov (beachflagy, prezentačné pultíky, ap.), vizualizácie stánkov na veľtrhy a výstavy, návrh expozícií na verejné prezentácie ai.
- Tlač prezentačno - propagačných materiálov pre potreby prezentácie produktovej ponuky destinácie Banskobystrický kraj: Tlačiarenské práce sa realizujú priebežne počas celého roka a aktuálnej potreby. V roku 2025 sme realizovali tlač brožúry Za horami, za dolami, ktorá na 92 stranách pútavo prezentuje TOP atraktivity 8 regiónov BB kraja a jednotlivé produktové línie vrátane konkrétnej produktovej ponuky (SJ: 1500ks; AJ 500 ks). Tlačili sme aj brožúru o zážitkoch (1500ks). S cieľom prezentovať možnosti kempovania v BB kraji sme vytvorili brožúru Hybaj kempovať, ktorá dáva tipy na kempingy v 8 regiónoch BB kraja (1000ks). Realizovali sme aj tlač tradičných remeselných výrobkov (1000 ks), visačiek o regionálnych producentoch (1000ks), cyklo brožúru (1500ks), skladačku o Pohronskej hradnej ceste (2000ks) a Hradný pas (400ks). Materiály sú distribuované do turisticko – informačných kancelárií v celom kraji, do vybraných partnerských zariadení s vysokou frekvenciou turistov /ubytovacie zariadenia, kúpele ap./, na podujatiach, ktorých je KOBR organizátorom alebo partnerom, na prezentačných akciách doma i v zahraničí, zahraničným návštevmám a delegáciám, žiakom a študentom CR alebo príbuzných odborov počas prezentáciách na vzdelávacích inštitúciách ap.
- Imidžová a produktová fotodatabáza (všetky produktové línie, kampane ai.): Zámerom bolo rozširovať, skvalitňovať a aktualizovať fotobanku organizácie, pozostávajúcu z kvalitných fotiek zachytávajúc top atraktivity a nosné produktové línie kraja. Rozšírili sme foto-databázu pre jednotlivé nosné produktové línie kraja, a to: Zážitky v Banskobystrickom kraji, Akčná zima: fotenie zimných aktivít (turistika a lyžovanie), kúpeľníctvo: kúpele Číž, Sliac, Dudince, Kováčová, Sklené Teplice, Brusno; Regionálne: fotografie tradičných výrobkov, producentov a ich príbehov vrátane dokumentácie procesu tvorby; Lesná sauna Šumiac; práce súvisiace s revitalizáciou v Coburgovskom parku v Pohorelskej Maši; Akčné leto ai. Vzniknutý fotoobsah sa využíva na viaceré účely, k tým najdôležitejším patrí: tvorba produktov - zážitkov v rámci ponuky ZHZD, aktualizácia fotoobsahu na web stránke; posty na sociálnych sieťach a fotky k nim; tvorba prezentačno - propagačných materiálov s atraktívnym fotoobsahom; tvorba prezentácií pre rôzne cieľové publikum; tlačové správy a sprievodný fotoobsah pre médiá ai.

- Tvorba imidžových tematických destinačných videí prezentujúcich nosné produktové línie kraja: Videá sú určené na prezentáciu v rámci marketingovo – komunikačných kampaní, veľtrhov, výstav, prezentácií a podujatí s cieľom upriamena pozornosti potencionálnych návštevníkov. Videá boli tematicky orientované na podporu produktovej línie akčné leto a akčná zima, a budú aj naďalej slúžiť na prezentačno - propagačné účely. Spolu bolo vytvorených 12 nových videí v téme adrenalín v BB kraji (Osrblie - lyžovanie, Litterra – skalolezenie, Šášov - paragliding, Planetárium – ľadolezenie) a Hybaj na bajk.



- Preklady a jazykové korektúry: Zámerom bolo zabezpečiť jazykové preklady pre potreby marketingových a komunikačných výstupov KOČR BBKT. Cieľom bolo osloviť aj cieľové publikum v zahraničí. V roku 2025 sme realizovali preklady PR článkov o letných tipoch na zážitky a atraktivity v jednotlivých regiónoch BB kraja do poľštiny, prekladal textu na web ZHZD do angličtiny a poľštiny.

### 1.3. Výstavy, veľtrhy a prezentácie. Infocesty, fam a press tripy (vrátane spolupráce s influencerami)

- Verejné prezentácie destinácie Banskobystrický kraj na Slovensku: KOČR a partnerské organizácie (RABBSK, OOCR) sa 10.5. v Bratislave zúčastnili už 4. krát podujatia Dobrý trh s komplexnou prezentáciou kraja, ktorá zahŕňala expozíciu „Za horami, za dolami“ a predstavenie



všetkých 8 regiónov. Prezentácia kraja prebiehala v areáli záhrady Evanjelického kostola, kde bola vytvorená zóna pod značkou Za horami, za dolami. Súčasťou zóny bol atraktívny program organizovaný KOOCR a všetkými OOCR v kraji. Súčasťou ponuky bola aj prezentácia a predaj regionálnych produktov od 9 regionálnych výrobcov priamo z kraja (remeselná ulička), ako aj tvorivé dielne, kde si deti mohli vyskúšať vybrané remeslá (výrobky z kože – Filipova dielňa, drevené koničky – Janka Majerská, hlinené ozdoby - Hlinena). Na pódiu sa postupne predstavili všetky regióny so svojimi zaujímavosťami (Základná škola Maximiliána Hella so sokolarstvom, Ladislav Hedvigi s výrobou kyjatických hračiek, Združenie na záchranu hradu Šášov, legenda o Prdimuchovi z Horehronia, hudobná skupina Buchajtramka, vinárstvo Domin a Kušický z Novohradu a sprievodca Jerguš Tesák). Gastro špeciality z kraja ponúkal Naturik, Legendárne buchty – Zbojská, OZ Creativas, Boris Kozický a Almasun. O ponuku kraja bol veľký záujem a pozitívne ohlasy. Dobrý trh, ktorý navštívilo niekoľko tisíc ľudí, priniesol do tejto zóny aktívny záujem cca 1500 návštevníkov, ktorí prejavili záujem o produkty a atraktivity kraja.

KOOCR prezentovala turistickú ponuku kraja aj na kultúrnom podujatí Lúčnica v srdci Slovenska (13.-14.6.), ktoré prilákalo v priebehu dvoch dní takmer 6 000 návštevníkov. Na „lúke živých tradícií“ KOOCR zabezpečovala oddychovú zónu, prezentáciu BB kraja a jeho jedinečných 8 regiónov a tvorivé dielne (výrobky z kože - Erika Kováčiková, hrnčiarsky kruh - František Špička). Regionálne produkty BB kraja prezentovali 4 remeselníci.

KOOCR sa zúčastnila aj Dňa otvorených dverí v Národnej rade SR (30.8.), kde prezentovala BB kraj a ponúkala ochutnávku z regionálnych produktov. Okrem toho podporila Svetový deň cestovného ruchu v Lučenci (26.9.).

- Veľtrhy, výstavy, prezentácie na Slovensku a v zahraničí: Na výstavisku v Nitre sa od 27.-30.3.2025 konal štvrtý ročník medzinárodného veľtrhu cestovného ruchu Caravan, bike and travel. KOOCR BBKT predstavil možnosti aktívnej dovolenky v Banskobystrickom kraji – rafting, cykloturistiku, kempingovanie, letné lyžovanie, regionálne produkty (syr, víno, pivo, mliečne produkty, pečivo), 3D okuliare, e-bicykle, prekážkovú dráhu ai.

KOOCR prezentovala BB kraj a jeho regióny aj na veľtrhu ITF SlovakiaTour 2025 (30.1. - 1.2.) v Bratislave. Program expozície BB kraja zahŕňal prezentáciu noviniek v oblasti turistiky, cykloturistiky a kultúry, virtuálnu realitu, tematické objekty (modely Zeme a Marsu), predstavenie Litterry a súťažný kvíz pre návštevníkov. Vystúpili gajdoši z Malej Lehoty, sokoliari zo ZŠ Maximiliána Hella v Štiavnických Baniach, historickí rytieri z Lučenca a hudobná skupina Buchajtramka z Horehronia. Prezentovali sa všetky regióny kraja a ochutnávali sa regionálne produkty, ako remeselné pивá, syry z Klenovca, destiláty z Horehronia, vína a za studena lisované oleje z Hontu.

- Infocesty, fam a press tripy: V dňoch 30.9. – 1.10.2025 navštívil zámocký hotel Galicia Nueva americký touroperátor Country Travel Discoveries, ktorý sa špecializuje na organizovanie skupinových zájazdov najmä v USA, Kanade, ale aj medzinárodne. Ich cieľovou skupinou sú hlavne dospelí ľudia nad 55 rokov. V rámci pobytu na zámku sme sa na podnet cestovnej kancelárie Agritours Slovakia, ktorá je členom Národnej Asociácie touroperátorov USA a organizovala pobyt amerického touroperátora v Haliči, rozhodli tejto skupine zabezpečiť komentovanú prehliadku zámku spojenú s hudobným vystúpením a následnou ochutnávku regionálnej gastronómie.

Pozvánka na zimnú sezónu v Banskobystrickom kraji 27.-28.9. ponúkla predstavenie hlavnej zimnej ponuky regiónu novinárom. Program zahŕňal prezentáciu zimných aktivít v lokalite Chopok Juh a ďalších možností zimného vyžitia v celom kraji, doplnenú o zážitkovú prezentáciu lokálnej gastronómie. Podujatie bolo zamerané na inšpiráciu a ochutnávku zimných zážitkov regiónu.

Infocesta pre slovenských, českých a maďarských novinárov (12. – 16. december 2025) bola zameraná na predstavenie zimnej ponuky, regionálnych zážitkov a lokálnych produktov v BB kraji. Program zahŕňal Kremnicu a štôľňu Andrej so zážitkovou gastronómiou, návštevu farmy Eko produkt, ochutnávku tradičných „kremnických krumpľov“, prezentáciu histórie mesta a tematických múzeí. Na Donovaloch sa prezentovala zimná sezóna a novinky, doplnené o degustačnú večeru. V ďalších dňoch účastníci spoznali Banskú Bystricu (expozícia Thurzo-Fugger, Hodinová veža, produkt Coffee Tour, regionálne vianočné trhy), Brezno (Mestská veža, výstava Nostalgia), Telgárt a Chmarošský viadukt, kováčsky workshop, tradičnú gastronómiu a obnovenú viac ako 100 ročnú tradíciu saunovania pod Kráľovou hoľou. Účastníci spoznali lokálnych producentov, tradičné remeslá a významné atraktivity kraja.



- Spolupráca s influencerami, bloggermi a vloggermi: S cieľom osloviť mladých ľudí a cestovateľov, ktorí sú aktívni na sociálnych platformách, a ponúknuť im tipy na nové destinácie a zážitky, sme na spoluprácu oslovili Pure Slovakia, tvorcov digitálneho obsahu so zameraním na zvyšovanie povedomia o menej známych lokalitách cestovného ruchu na Slovensku. Na svojom webe a sociálnych sieťach prinášajú nielen tipy na výlety a menej známe miesta, ale aj odporúčania na zaujímavé ubytovania uprostred prírody, tradičné i moderné gastronomické zážitky, či autentické príbehy ľudí, ktorí tvoria jedinečnú tvár Slovenska. Výsledkom tejto spolupráce bolo vytvorenie videí (reels), ktoré prezentujú región Gemer, mesto Revúca a blízke okolie a zimné zážitky v BB kraji.

#### 1.4. Merkantil/merchandising

Podaktivita zahŕňa nástroje na podporu budovania imidžu destinácie a zapamätateľnosti destinačnej značky Za horami za dolami prostredníctvom reklamných a prezentačno – propagačných predmetov. Obstarané predmety slúžia ako ceny do súťaží realizovaných v online priestore (Hybaj na bajk, Hybaj na bežky, Našiel som svoju srdcovku ap.) alebo na rôznych podujatiach (IBU Cup v NBC v Osrblí, ITF Slovakiatour ai.). Taktiež sú určené pre partnerov, oficiálne návštevy a zahraničné delegácie, ako aj študentov stredných a vysokých škôl, ktorým prezentujeme turistickú ponuku kraja. KOČR sa snaží v prvom rade využívať regionálne, ručne robené výrobky s príbehom, ktoré sú z dielne producentov zahrnutých v projekte Regionálne pulty. Z tradičných merkantilových výrobkov uprednostňujeme ekologické predmety.

V roku 2025 sme zakúpili reklamné šnúrky na krk s potlačou na bielom a modrom podklade (1000 ks), ktoré sú využívané napr. na športových podujatiach na menovku účastníkov a vhodne napomáhajú pri zabezpečení vizibility destinačnej značky na podujatiach. Ďalej boli zakúpené

plastové poháriky (1058 ks), biologicky odbúrateľné perá v dizajne Za horami, za dolami (200 ks) a brošne ZHZD (15ks), repre balíčky pre partnerov.

### 1.5. Online marketing

V čase, keď má online prostredie kľúčový význam, predstavujú digitálne kampane jeden z najdôležitejších nástrojov propagácie a prezentácie ponuky v destinačnom marketingu. Cielená online marketingová komunikácia umožňuje presné sledovanie, analyzovanie a vyhodnocovanie jej efektivity prostredníctvom ukazovateľov, ako sú interakcie používateľov, počet unikátnych návštevníkov, relácií či dĺžka pobytu na webových stránkach.

Nosnými kanálmi online komunikácie sú profily na sociálnych sieťach, najmä Facebook, Instagram a YouTube, ktoré zároveň ponúkajú možnosti efektívnej sponzorovanej reklamy s presným zacielením na vybrané cieľové skupiny. Online kampane sú cieleňé na landing pages, na ktorých nachádzajú návštevníci informácie o turistickej ponuke BB kraja a o jednotlivých produktových líniách. Z hľadiska zdrojov informácií sú kľúčovými weby: zahoramizadolami.sk a regionalnepulty.sk. Dôležitou súčasťou tejto podaktivity sú aj reklamy vo vyhľadávачi Google a webových banneroch. Tieto aktivity zvyšujú viditeľnosť a zlepšujú dosah na cieľové publikum v digitálnom priestore.

V rámci aktivity sme sa zamerali na nasledovné podaktivity:

- Správa platformy Outdoor Active: Outdoorová platforma OUTDOOR ACTIVE poskytuje profesionálny, užívateľsky priateľský a interaktívny prehľad trás využívaných na outdoorové športové aktivity. K dispozícii je momentálne viac ako 299 cyklovýletov v kraji, 69 bežkárskech výletov, 62 náučných chodníkov, 117 turistických trás, 6 trás prehliadky mesta, 7 skialpinistických túr, 2 vodné trasy a priebežne pribúdajú ďalšie. V roku 2025 sme dosiahli 29 430 interakcií, 2 312 stiahnutí a 98 155 vzhliadnutí webovej stránky.
- PPC kampane - nastavenie, správa, optimalizácia, vyhodnocovanie: PPC (Pay Per Click) kampane považujeme za významný a efektívny nástroj komunikácie, pretože nám umožňujú dosahovať nasledovné ciele:
  - Zacielenie na presne definovanú cieľovú skupinu – určujeme ju na základe demografických, geografických a spotrebiteľských charakteristík. V roku 2025 sme sa zamerali na Bratislavský, Banskobystrický, Nitriansky a Trnavský kraj, ako aj na regióny Zlínska, Brnenska, Olomoucka a Ostravska v Českej republike + HU.
  - PPC kampane presmerúvajú užívateľov podľa charakteru kampaní. Imidžové kampane smerujú návštevníkov na hlavnú stránku zahoramizadolami.sk. Produktové kampane presmerúvajú návštevníkov rovno do rezervačného systému na jednotlivé zážitky. Časť prostriedkov určených na PPC kampane je venovaná aj prezentácii tradičných remesiel a výrobcov a ich výrobkov, ktorí prispievajú k zachovaniu a popularizácii tradičných remesiel v kraji.
  - Oslovenie už existujúcich návštevníkov prostredníctvom remarketingu – Oslovujeme ľudí, ktorí už navštívili naše webové stránky alebo profily na sociálnych sieťach.
  - Platba za dosiahnuté výsledky – Pri PPC kampaniach platíme výhradne za konkrétne výsledky, ako sú prekliky na web, rezervačný systém alebo e-shop.

Naším cieľom je využívať PPC kampane čo najefektívnejšie, čo zahŕňa nepretržité sledovanie a analyzovanie Google algoritmov a podpory systému „učenia sa“, vyhodnocovania a následnej optimalizácie kampaní. Preto sa snažíme realizovať kampane kontinuálne počas celého roka. PPC kampane realizujeme predovšetkým prostredníctvom Google Ads, potom približne 10 % smerujeme na vybrané portály, ktoré oslovujú cieľovú skupinu zhodnú s našou, či už všeobecne alebo v kontexte konkrétnych kampaní. Kampane rozdeľujeme na imidžové a produktové, pričom rozpočet medzi týmito dvoma typmi je rozdelený v pomere približne 50 : 50. Ciele imidžových kampaní zahŕňajú budovanie pozitívneho obrazu Banskobystrického kraja ako atraktívnej turistickej destinácie. Dominujú tu kampane ako „Tie najlepšie zážitky v Banskobystrickom kraji“ a „Zaži v Banskobystrickom kraji“, ktoré sú primárne zamerané na

letnú turistickú sezónu, a zimné kampane „Akčná zima“ a „Hybaj na bežky“, ktoré prebiehajú v zimných mesiacoch. Produktové kampane sú primárne zamerané na prezentáciu a podporu autentických zážitkov a tradičných remesiel, výrobcov a ich výrobkov.

Pre efektívne využívanie PPC kampaní spolupracujeme so správcom online kampaní, ktorý bol vybraný na základe prieskumu trhu ako najvhodnejší uchádzač. Jeho úlohou je nastavovať PPC kampane, monitorovať ich výkonnosť, optimalizovať ich pre dosiahnutie maximálnej efektivity. Dodávateľ zároveň zabezpečuje tvorbu grafických a textových prvkov PPC reklám. Kampane umiestňuje na rôznych webových platformách vrátane YouTube, kde využíva aj video reklamu na zvýšenie dosahu a atraktivity kampaní.

Na základe pravidelných reportov boli kampane optimalizované tak, aby dosahovali čo najlepšie výsledky. Dlhodobo sledujeme výkonnosť kampaní v kľúčovom období a to je od mája do konca septembra. V tomto sledovanom období v roku 2025 dosiahli spolu PPC kampane tieto kľúčové ukazovatele: 7,3 mil. zobrazených reklám, 140 tis. interakcií s kampaňami. Okrem štatistík z Google Ads (ukazovatele ako impresie, dosahy, interakcie a konverzie) sú pre nás hodnotné aj štatistiky návštevnosti webov, na ktoré smerujeme PPC kampane. Sú to weby [www.zahoramizadolami.sk](http://www.zahoramizadolami.sk) a [www.regionalnepulty.sk](http://www.regionalnepulty.sk). Počet unikátnych návštevníkov na webe [zahoramizadolami.sk](http://zahoramizadolami.sk) v roku 2025 dosiahol počet 120 089, zatiaľ čo na [regionalnepulty.sk](http://regionalnepulty.sk) bolo zaznamenaných 28 294 návštevníkov (spolu 148 383 návštevníkov webového sídla).

- Sponzorované príspevky na sociálnych sieťach: KOOCR BBKT spravuje viacero profilov na sociálnych sieťach. Hlavné účty na Instagrame a Facebooku sú vedené pod profilom [zahoramizadolami.sk](http://zahoramizadolami.sk), doplnené profilom [regionalnepulty.sk](http://regionalnepulty.sk). Ďalšie spravované profily zahŕňajú Pohronskú hradnú cestu na Instagrame aj Facebooku, a na Facebooku aj profily Vlacom za zážitkom a B2B profil Banskobystrický kraj Turizmus. Okrem toho spravuje KOOCR BBKT profil určený pre cieľový trh Maďarsko: Besztercebányai régió. Sociálne siete sú kľúčovým komunikačným nástrojom, pretože umožňujú presne zacieliť komunikáciu na definované publikum. Navyše poskytujú spätnú väzbu nielen vo forme merateľného dosahu príspevkov, ale aj prostredníctvom reakcií a komentárov publika.

KOOCR BBKT podporuje cca 50 % príspevkov, prevažne na Facebooku. Na Instagrame je pomer podporených a nepodporených príspevkov väčší v prospech nepodporených. Okrem toho KOOCR BBKT spúšťa aj reklamy.

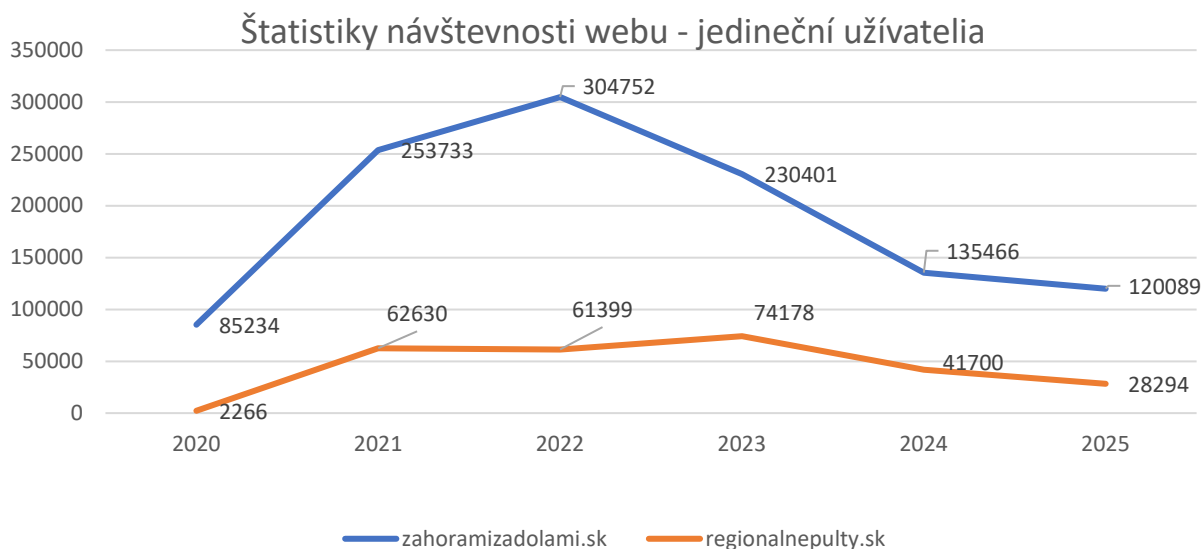
Podporené príspevky majú zväčša produktový obsah, to znamená prezentujú konkrétne produkty cestovného ruchu. Väčšina z nich je ponúkaná online prostredníctvom rezervačného systému implementovaného na webe [zahoramizadolami.sk](http://zahoramizadolami.sk). V produktových kampaniach realizujeme napríklad kampaň „tip na tri dni v regiónoch“, ktorá predstavuje konkrétne tipy na aktivity alebo podujatia, či zážitky. Táto kampaň dosiahla viac ako 350 tis. impresií a takmer 48 000 interakcií s príspevkom.

Sponzorované príspevky na sociálnych sieťach zamerané na podujatia, eventy a imidž destinácie, prípadne reklamy boli realizované s cieľom budovania imidžu Banskobystrického kraja ako turistickej destinácie. V zimnej sezóne KOOCR realizovala komunikačnú kampaň „Hybaj na bežky“ zameranú na podporu bežkovania a zimných aktivít v Banskobystrickom kraji. Kampaň pozostávala z dvoch komunikačných línií. Prvú tvorili pravidelné „bežkosprávy“, prostredníctvom ktorých boli počas 15 týždňov každý piatok zverejňované aktuálne informácie o podmienkach na bežkovanie v lokalitách naprieč celým krajom. Druhú líniu tvorilo 9 video príspevkov, ktoré predstavovali vybrané bežkárske lokality, pozývali verejnosť k ich návšteve a zároveň motivovali používateľov sociálnych sietí k zapojeniu sa do výzvy. Týchto 9 video príspevkov dosiahlo spolu 1 701 lajkov, 580 komentárov, 168 zdieľaní a približne 165 000 pozretí. Kampaň prispela k zvýšeniu povedomia o možnostiach bežkovania v kraji a podporila propagáciu Banskobystrického kraja ako atraktívnej zimnej destinácie.

Súčasťou výdavkov na marketing a propagáciu je aj správa sociálnych sietí (FB ZHZD, IG, Youtube, ai.) a komplexná správa a údržba všetkých webových stránok v kompetencii KOOCR BBKT. Tieto náklady zahŕňajú poplatky za jednotlivé domény, servisné práce na webových stránkach, ako aj aktualizácie obsahu na týchto stránkach. Súčasťou výdavkov je aj copywriting, čo znamená jazykovú

aj obsahovú tvorbu alebo úpravu a korekciu textov a celkového obsahu, ktorý sa zverejňuje v rôznych komunikačných výstupoch.

### Sledované marketingové ukazovatele webu a profilov na sociálnych sieťach:

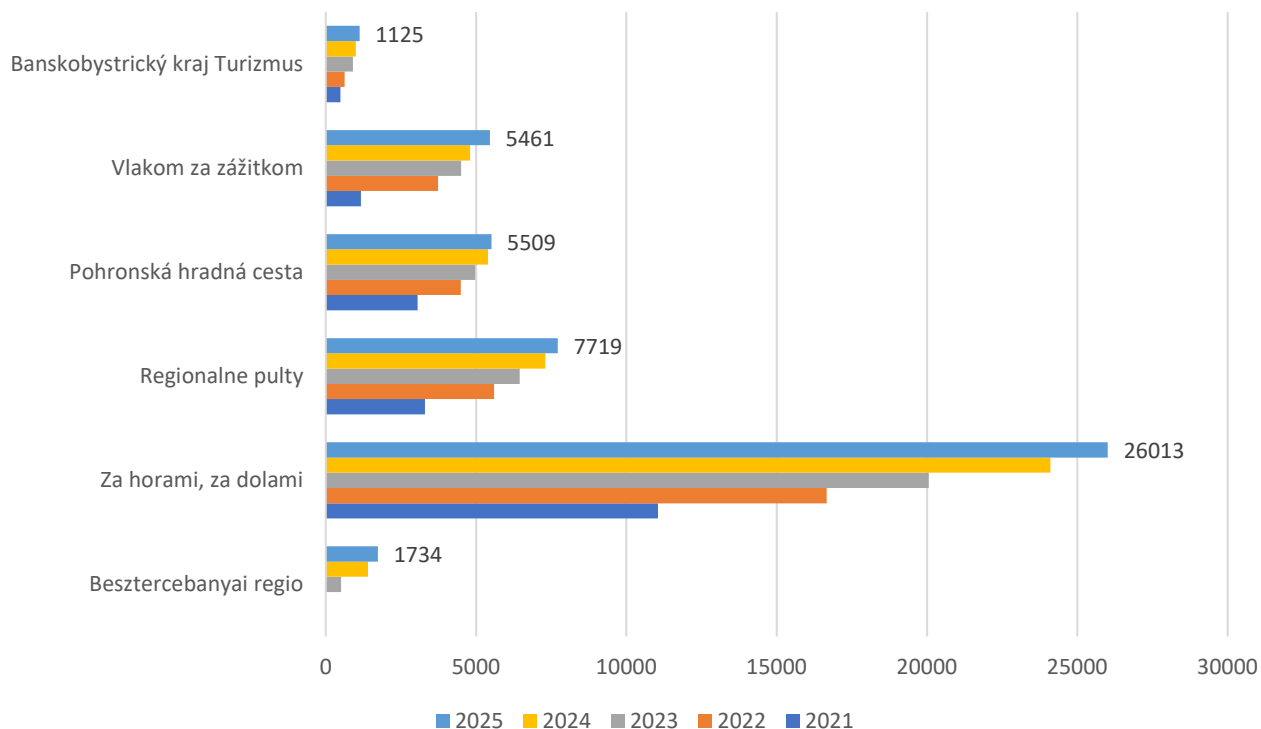


Návštevnosť webu zahoramizadolami.sk bola v roku 2025 na úrovni 120 089 unikátnych návštevníkov, čo predstavuje 11 % pokles v porovnaní s rokom 2024. Rovnako pokles unikátnych návštevníkov zaznamenal web regionalnepulty.sk (32 %). Poklesy reflektujú globálne zmeny správania spotrebiteľov v online prostredí, ktoré súvisia s nástupom umelej inteligencie (zero click správanie vo vyhľadávaní), nezaradenie sa do štatistík návštevnosti webov po neprijatí povinných cookies atď. Analýza ostatných ukazovateľov google analytics však potvrdzuje kvalitu obsahu web stránok. Pri stránke zahoramizadolami.sk klesla miera okamžitých odchodov o takmer 70%, priemerné trvanie času na stránke je stále nadštandardné (1:45 min), o takmer 30 % vzrástol v porovnaní s rokom 2024 počet relácií (návštevník webu navštívil viac sekcií alebo podstránok) a o takmer 17 % vzrástol počet zobrazení webu, čo znamená, že návštevníci sa na web vracajú. V porovnaní s rokom 2024 vzrástol aj počet transakcií o 21 %, čo znamená vyšší nákup zážitkov v online rezervačnom systéme.

Správanie návštevníkov webu regionalnepulty.sk rovnako odzrkadľuje súčasné trendy v krajine – konsolidáciu ako vo verejných tak v súkromných zdrojoch. Poklesy v ukazovateľoch sú pochopiteľné, na druhej strane priemerné trvanie relácie až 3 minúty svedčí o atraktívnom obsahu, ktorý návštevníka zaujal. Pokles transakcií v porovnaní s rokom 2024 je na úrovni 15%. Kľúčovými obdobiami, kedy web regionalnepulty.sk vykazuje rasty, sú Vianoce a Veľká noc.

KOCR BBKT aktívne komunikuje aj prostredníctvom sociálnych sietí (Facebook a Instagram), spravuje profily Za horami, za dolami (FB: 26 013 fanúšikov, nárast o 8 %), Banskobystrický kraj Turizmus (zameranie na B2B komunikáciu, 1 125 fanúšikov, nárast o 11 %), profil Vlacom za zážitkom (zlúčenie jednotlivých expresov, 5 461 fanúšikov, nárast o 13 %), Regionálne pulty (FB: 7 719 fanúšikov, nárast o 6 %) a Pohronská hradná cesta (FB: 5 509 fanúšikov, nárast o 2 %). Profesionalizovaný profil na Instagrame (ZHZD a Regionálne pulty) mal za sebou piaty rok úspešného fungovania, ZHZD má 6152 sledovateľov, RP má 1 367 sledovateľov a PHC 506 sledovateľov.

### Vývoj sledovateľov na sociálnej sieti Facebook



#### 1.6. Realizácia marketingových aktivít

- Online PR články, inzercie, prezentácia na online portáloch: Online PR článok (Zima v srdci Slovenska, 8. 12.2025) sme uverejnili na najväčšom českom spravodajskom webe iDNES.cz, ktorý je vlajkovou loďou mediálnej skupiny MAFRA. V kampani zameranej na prezentáciu zimných atraktivít BB kraja českému návštevníkovi sme čitateľom odhalili krásy regiónov BB kraja.
- Kreatívne spracovanie marketingových kampaní destinácie: V roku 2025 sme sa rozhodli počas letnej sezóny spracovať kreatívne a originálne videá, ktoré budú využívané na imidžovú komunikáciu Banskobystrického kraja. Rozhodli sme sa pre koncept ambasádora, ktorým však nie je človek, ale zviera. Ide o Nixona, orliaka kráľovského. Je to impozantné zviera, ktoré patrí jedinečnej škole v Štiavnických Baniach, ktorá svojimi aktivitami robí dobré meno kraja za jeho hranicami, aj za hranicami Slovenska. Hlavná myšlienka realizovaného obsahu pre destinačnú kampaň je pohľad Nixova z vtáčej perspektívy na miesta v kraji, ktoré sú plné zážitkov, dobrodružstva a jedinečných možností. V rámci spracovania obsahu pre komunikačnú kampaň, ktorá bude nasadená pred letom 2026, bolo vytvorených 7 leteckých záberov prostredníctvom Nixona, ktoré boli nasledovne spracované do ucelených imidžových videí zo siedmich lokalít Banskobystrického kraja.
- Offline marketingové aktivity zamerané na prezentáciu produktovej ponuky Banskobystrického kraja, nákup reklamných plôch: Táto podaktivita sa zameriava na realizáciu offline marketingových kampaní s cieľom propagovať produktovú ponuku BB kraja a budovať pozitívny imidž turistickej destinácie „Za horami, za dolami“. Komunikácia sa realizuje prostredníctvom umiestňovania reklamy na strategických miestach, ktoré sú kľúčové z hľadiska prezentácie ponuky. Obsah týchto reklám je orientovaný na propagáciu Banskobystrického kraja ako atraktívnej turistickej destinácie zloženej z 8 jedinečných regiónov. Táto podaktivita zahŕňa

nákup reklamných plôch, ako sú billboardy a bigboardy, ktoré sú určené pre široké publikum a verejnosť, ktorá tieto nosiče registruje na verejných priestranstvách a pozdĺž cestných komunikácií. Reklamné plochy boli strategicky umiestnené na Slovensku v Nitrianskom, Trnavskom, Žilinskom a Bratislavskom kraji. V Českej republike sa reklama sústredila na región Moravy. V Maďarsku sme sa zamerali na hlavné mesto Budapešť.

Aktivity nákupu reklamných plôch na strategických miestach smerovali k celoročnému prenájmu bigboardu pri vstupe do BB kraja na rýchlostnej ceste R1 v smere od Bratislavy, ktorý symbolizuje vstupnú bránu do destinácie (zimný a letný vizuál). Realizovali sme tiež billboardovú kampaň v týchto hlavných témach/vizuáloch: Akčná zima, Zaži v kraji a Hybaj na bajk. Nosiče OOH (billboardy s nosnou témou „Zaži v kraji“) sme využili v Českej republike a Maďarsku. Výsledkom týchto činností je zlepšenie povedomia o produktovej ponuke u cieľových skupín, propagácia významných udalostí v regióne a podpora portálu zahoramizadolami.sk s komplexnou ponukou produktov.



- Inzercia v printových médiách, rádiách a v TV: Aktivity zahŕňajú nákup mediálneho priestoru v tradičných offline médiách, ako sú časopisy, magazíny, tlačené periodiká, rozhlasové a prípadne televízne vysielanie. Hlavným cieľom je efektívne osloviť vybranú cieľovú skupinu – čitateľov, poslucháčov a divákov konkrétnych médií. Táto skupina zahŕňa najmä tradičné, konzervatívne publikum stredného a vyššieho veku, predovšetkým ženy so záujmom o kultúru, cestovanie, vzdelávanie, tradície a históriu.

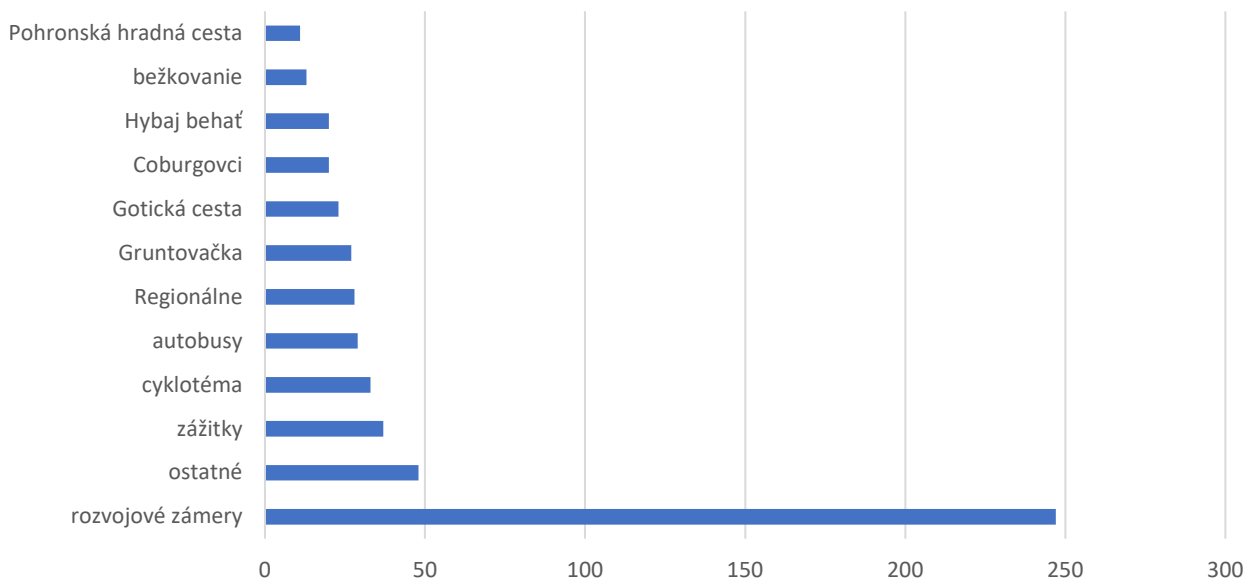
Rádio Čas sme preto využili v kampani zameranej na prezentáciu atraktivít Banskobystrického kraja českému návštevníkovi, a to prostredníctvom novovzniknutej relácie s Rádiom čas na cestách po Banskobystrickom kraji, prostredníctvom ktorého sme postupne odhalili krásy regiónov Banskobystrického kraja. Okrem toho sme atraktivity Banskobystrického kraja prezentovali českému návštevníkovi, a to prostredníctvom inzercie v časopise Mladá fronta, v ktorom sme v špeciálnej prílohe čitateľom predstavili zaujímavosti Banskobystrického kraja.

### **Medializácie noviniek v ponuke cestovného ruchu v Banskobystrickom kraji**

KOCR BBKT v spolupráci s tlačovým oddelením BBSK systematicky spolupracuje a informuje médiá o plánovaných aktivitách a dôležitých momentoch v oblasti cestovného ruchu. Jednou z podstatných mediálnych aktivít sú aj tzv. medializácie rozvojových zámerov. Ide o projekty hradené z členského príspevku RABBSK, n.o. do oblastných organizácií cestovného ruchu v kraji. Zrealizované projekty sú slávnostne otvárané/sprístupnené verejnosti a následne medializované vydaním správy, čím sú garantované početné mediálne výstupy. Všetky aktuálne informácie sú pravidelne zverejňované v sekcii novinky: <https://kocr.dobrykraj.sk/novinky/>.

V témach, ktoré má v gescii Banskobystrický kraj Turizmus a oblasť cestovného ruchu evidujeme za rok 2025 viac ako 530 mediálnych výstupov. Ich rozdelenie podľa dominantných tém prezentuje tabuľka:

### Tlačové výstupy podľa tém 2025



KOCR úzko spolupracuje s OOCR a RABBSK pri realizácii a následnej medializácii tzv. rozvojových zámerov – projektov na podporu produktovej ponuky kraja, ktoré majú za cieľ zvyšovať návštevnosť kraja a prenocovania. V roku 2025 sa medializovalo 26 zrealizovaných rozvojových zámerov, vo všetkých regiónoch kraja.

REGIÓN	ROZVOJOVÝ ZÁMER
Podpoľanie	Videoprojekcia Vagačovci
Novohrad	3.etapa sprístupnenia podzemných priestorov pod fiľakovským hradným vrchom
Krupinsko	3D podzemie v Múzeu Andrea Sládkoviča
Podpoľanie	Podpoliansky remeselný dvor
Krupinsko	Rekonštrukcia technického zázemia Amfiteátra V. Polónyiho
Novohrad	Dobudovanie infraštruktúry „Splav Ipľa Bolkovce“
Gemer	Cesta stredovekom
Podpoľanie	Lukostrelecký areál
Krupinsko	Obnova elektrifikácie NKP Hrad Bzovík – I. etapa
Krupinsko	Vybudovanie detského bazéna pre zvýšenie atraktivity kúpaliska a podporu cestovného ruchu v Krupine
Stredné Slovensko	Regionálne informačné centrum Sliač - cyklopožičovňa
Gemer	Bezpečne hrebeňmi Hradovej
Novohrad	Tkáčska remeselná dielňa
Horehronie	Prvky na náučnom chodníku v doline Ždiarskô, Polomka
Gemer	Dizajnovno-informačný panel "Gemer na stene"
Novohrad	Revitalizácia záhrady a okolia NKP – evanjelickej fary v Polichne
Horehronie	TIC Bystrá - dokončenie interiéru a exteriéru infocentra
Gron	I. Etapa revitalizácie ubytovacieho zariadenia v obci Ostrý Grúň
Gron	Realizácia vybraných objektov turistickej infraštruktúry – NPP Andezitové kamenné more
Región Banská Štiavnica	Exteriérová galéria moderného sochárskeho umenia - III. etapa

Horehronie	Huculská magistrála v regióne Horehronie /značenie trás, doplnková infraštruktúra/
Horehronie	Z rozprávky do rozprávky III. etapa - Čarodejné laboratórium
Podpoľanie	Za krásami prírody Podpoľania na bicykli
Horehronie	Infopanely na Coburgovskej železnej ceste
Novohrad	Interaktívna stena o opeľovačoch
Horehronie	Obnovenie tradície saunovania pod Kráľovou hoľou – výstavba lesnej sauny



## 2. TVORBA A PODPORA UDRŽATEĽNÝCH PRODUKTOV CESTOVNÉHO RUCHU

Pri výbere podujatí, na ktorých sa KOOCR podieľa ako partner alebo spoluorganizátor, sa kladie dôraz na ich udržateľnosť, súvislosť s produktovými líniami v kraji, prínos pre rozvoj regiónu a miestnej komunity (pridanú hodnotu podujatia) a ich ekonomický dopad, najmä schopnosť prilákať návštevníkov do regiónu. Títo návštevníci prispievajú k rozvoju cestovného ruchu svojimi výdavkami a časom stráveným v destinácii. Preferované sú podujatia s nadregionálnym až celonárodným významom. Cieľom týchto aktivít je vytvárať atraktívnu a udržateľnú ponuku produktov cestovného ruchu s dôrazom na rozvoj hlavných produktových línií kraja. Zároveň sa usiluje o zvýšenie návštevnosti destinácie, motiváciu návštevníkov k dlhšiemu pobytu a podporu rastu výkonnosti cestovného ruchu, vrátane nárastu prenocovaní, tržieb ubytovacích zariadení a celkových príjmov z cestovného ruchu.

- Organizované kultúrno - historické podujatia v produktovej línii Tajomné hrady: Produktová línia Tajomné hrady patrí medzi najvýznamnejšie a najrozvinutejšie v BB kraji. KOOCR BBKT sa jej intenzívne venuje v spolupráci s mnohými partnermi, ako sú OOCR, združenia na záchranu hradov, SNG, Archeologický ústav SAV v Nitre, samosprávy a ďalší, pričom aktivity koordinuje aj prostredníctvom aktívnej pracovnej skupiny.  
V roku 2025 pokračovalo významné podujatie podporené z dotácie: Glgáč – hrnčiarska slávnosť na hrade Revište (10.5.2025). Medzi vystavujúcimi boli hrnčiari a keramikári, rytieri zo združenia Vir Fortis a folková skupina Bazár. Súčasťou programu bola aj komentovaná prehliadka hradu Revište a tvorivé dielne. Organizátormi boli Región GRON, KOOCR BBKT a Združenie na záchranu hradu Revište, s podporou mesta Žarnovica a Pohronského osvetového strediska v Žiari nad Hronom. Piaty ročník podujatia prilákal rekordný počet návštevníkov /takmer 700/.
- Organizované športové podujatia v regióne: KOOCR BBKT aktívne podporuje organizáciu športových podujatí v kraji, ktoré sú v súlade s hlavnou produktovou líniou Akčné leto. Táto spolupráca zahŕňa finančnú, marketingovú a vecnú podporu, ako aj zabezpečenie vybraných prvkov potrebných na realizáciu podujatí. V spolupráci s OOCR a inými aktérmi sme sa podieľali na podpore týchto podujatí: IBU CUP V NBC v Osrbli (15. - 18.1.), Biela stopa (1.-2.3.), Medzinárodné chodecké preteky Dudinská päťdesiatka (22.3.), NEXTGEN Cyklohry (5.4.), Zvolenská Corrida (12.4., Zvolen), Behy nočným Breznom (3.5.), Beh Revúckym chotárom (17.5., Revúca), Kráľovská časovka (21.6.), XTERRA (27.-28.6., BŠ), Deň otvorených dverí v NBC Ostrblie (28.6.), Runica Nevoľné (16.8., Nevoľné), Cyklojazda histórie - Pohronská hradná cesta (5.-6.9.) na trase Hronský Beňadik – Zvolen s výstupom na Pustý hrad, Helpiansky kros (6.9.), MTBIKER Komunitná jazda (4.10.) v Banskej Bystrici, Vertikal Andrejcová (11.10.), Biobeh Veľký Krtíš (18.10.), Jesenná jazda po SK Route 66, Biobeh Vinohradmi (18.10.), Drozdovo kids race (18.-19.10.), Kováčovská desiatka (8.11.), Vianočný beh mesta Lučenec (26.12.). Tieto podujatia majú regionálny i nadregionálny význam a predstavujú dôležitú súčasť ponuky etablovaných podujatí destinácie.



- Organizované kultúrno - historické podujatia v produktovej línii Stopy dejín: Produktová línia Stopy dejín sa zaoberá výnimočnými historickými udalosťami, stavbami, stopami dejín, aj kultúrnymi tematickými trasami, na ktorých dnes rozvíjame cestovný ruch. Gotická cesta na Gemeri a v Malohonte patrí medzi trasy s významnými sakrálnymi pamiatkami. V BB kraji a Košickom kraji sa nachádza 12 objektov tejto trasy, ktoré získali prestížnu značku Európskeho kultúrneho dedičstva za stredoveké nástenné maľby v gotických kostoloch na Gemeri a Malohonte. V záujme sprístupnenia týchto pamiatok širokej verejnosti sme podporili zabezpečenie odborného lektorovaného sprevádzania počas organizovaných podujatí na Gotickej ceste.

K ďalším podujatiam regionálneho i lokálneho významu, ktoré KOOCR BBKT podporuje aj vzhľadom na ich priamu a silnú väzbu na nosné krajské produktové línie, patrili v roku 2025:

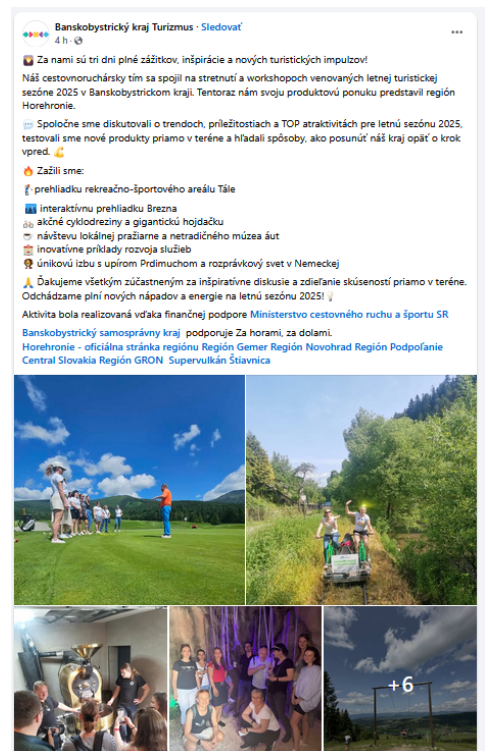
- gastronomické podujatia: Klobása fest Buzitka (20.4.), Pivný festival Masarykov dvor (14.6.), Pivný festival v Tajchu v Novej Bani (20.-21.6.), Chute obce Beluj (12.7.), Sitnianska paškrta (23.8.), Vinobranie Slniečného Hontu (20.9.), Oberačka po Sebechlebsky, (4.10.), Gaštanové hradné hody (11.10.), Katarínska ochutnávka mladých vín (28.11.).
- tradičné kultúrno – historické a spoločenské podujatia: Veľkonočné radosti (20.4.), Otvorenie jari (13.4.), Mašinky v Podzámčí (24.-27.4.), Otvorenie vlakovej sezóny na Čiernohronskej železnici (30. 4. – 1. 5.), (NE)Zabudnutý industriál (17.5. B. Bystrica), Otvorenie sezóny - otvorenie sezóny v agroturistickom areáli Pekný les v Horných Hámroch (24.5.), Otvorenie kúpeľnej sezóny (31.5., Dudince), Ostrogrúnska ostrá kosa (7.6.), Fantasium Littera (13.-14.6., Revúca), Palócke hradné dni Filakovo (14.6.), Oslava slnovratu (21.6., Dudince), Oslavy 950. výročia prvej písomnej zbierky obce Bzenica (21.6.), Dni obce Bystrá – Turistické dni Horehronia (9.8.), Štiavnický živý šach (5.7.), Výlov krokodíla (19.7., Banská Belá), Strehovská Heligónka (5.7.), Kúpeľná country (12.7., Dudince), Búčov - Hasičské slávnosti (16.8.), V-Detský Tajch (2.8., Nová Baňa), City Fest (9.8., Žiar nad Hronom), 950. výročie obce Voznica (23.8.), Remeselné dni pri príležitosti 950. výročie obce Hronský Beňadik (12.-14.9.), Svetový deň CR (23.9., Banská Bystrica), S lampiónom za Hviezdojedom (14.11. Revúca), Konferencia „Umenie bez bariér“ (18.-20.11., Revúca), Vianočná Nová Baňa 2025 (1.-7.12.), Ľadové mestečko Horehronie (19.12.-6.1., Brezno).
- Krajská gruntovačka: V roku 2025 sa konala už 14. krajská Gruntovačka, v spolupráci s OOCR v kraji a so školami a dobrovoľníkmi. Gruntovačka je zameraná na vyčistenie a vyzbieranie odpadkov v regiónoch kraja. Do jarnej verzie zorganizovanej pri príležitosti Dňa Zeme sa zapojili žiaci, študenti a dobrovoľníci. V Banskej Štiavnici sa upratoval náučný chodník na Sitno a jeho okolie vrátane Počúvadlianskeho tajchu a príjazdové cesty a oddychové zóny v okolí tajchov Bakomi a Windšachta v obci Štiavnické Bane. Na Gemeri sa vyčistil historický bunker v lokalite Bojisko Dielik pri obci Tisovec. Na Horehroní sa podarilo vyčistiť turistami obľúbený chodník zo Sedla Pohanské vedúci na Dedečkovu chatu. V Regióne Gron sa Gruntovačka konala v meste Žarnovica. Inšpiráciou k jesennej Gruntovačke je celosvetová iniciatíva World Cleanup Day, ktorá pripomína potrebu spájania sa sveta pri riešení globálnych problémov s odpadom. Upratovalo sa v Brezne (Banisko), v Banskej Štiavnici (pontón na Klingeri, vyhliadková plošina Javisko), na Gemeri (Koprášsky viadukt), v Detve (expozície drevených krížov), vo Zvolene (pod Pustým hradom) a v Žiari nad Hronom (okolie rieky Hron pod hradom Šášov).



### 3. VZDELÁVACIE AKTIVITY ZAMERANÉ NA SKVALITNENIE A ROZVOJ DESTINÁCIE

KOCR BBKT realizuje destinačný manažment a marketing prostredníctvom úzkej a aktívnej spolupráce s členskými a partnerskými OOCR, ktoré zohrávajú kľúčovú úlohu v rozvoji cestovného ruchu v regiónoch. Dlhodobou stratégiou KOCR BBKT je zvyšovanie profesionality práce OOCR, posilňovanie sieťovania a spolupráce medzi regiónmi, ako aj rozvoj kompetencií a zručností zamestnancov OOCR a ich členskej základne. S cieľom účinného dosahovania týchto cieľov KOCR BBKT organizuje vzdelávacie aktivity a networkingové podujatia pre aktérov pôsobiacich v daných regiónoch. Tieto podujatia slúžia na zdieľanie príkladov dobrej praxe, výmenu skúseností a know-how, ako aj na prezentáciu úspešných produktov cestovného ruchu z partnerských regiónov. KOCR BBKT zároveň aktívne participuje na organizácii seminárov, vzdelávacích stretnutí a odborných konferencií zameraných na témy spojené s rozvojom a podporou cestovného ruchu. Týmto spôsobom vytvára priestor pre zlepšovanie kvality služieb v cestovnom ruchu a podporuje inovácie a spoluprácu na regionálnej úrovni.

Pracovné stretnutie a workshop cestovného ruchu krajského tímu cestovného ruchu v Banskobystrickom kraji sa uskutočnil v termíne 4. – 6.6.2025 v regióne Horehronie pod názvom **"Letná turistická sezóna 2025 v Banskobystrickom kraji a prezentácia produktovej ponuky regiónu Horehronie"**. Účastníci tohto podujatia zahŕňali zamestnancov všetkých OOCR v kraji, ako aj pracovníkov cestovného ruchu z krajských štruktúr (KOCR, RABBSK, BBSK), ktorí spolupracujú s OOCR v kraji pri destinačnom manažmente, napríklad krajský cyklokoordinátor BBSK a pracovníci oddelení cestovného ruchu RABBSK (celkovo 47 ľudí). Program tvorili semináre a workshopy zamerané na atraktivity letnej turistickej sezóny 2025, tvorbu a propagáciu produktov cestovného ruchu a ich interaktívnu prezentáciu priamo v teréne na vybraných miestach regiónu Horehronie. Účastníci absolvovali odborné semináre a workshopy venované trendom a príležitostiam v rozvoji letnej turistickej ponuky, potenciálu mestského cestovného ruchu a synergii strategických investícií, udržateľného turizmu a inovatívnych služieb. Súčasťou programu boli aj terénne prezentácie vybraných produktov cestovného ruchu, ako rekreačno-športové aktivity v regióne,



prehliadka mesta Brezno a jeho okolia, návšteva pražiarne kávy, prezentácia produktu „Akčné leto“ na príklade cyklopreznej a návšteva obrej hojdačky v regióne Horehronie. Program bol obohatený o prehliadku Double Red Cars múzea spojenú s odbornou prednáškou a o prezentáciu top atraktivít letnej turistickej sezóny 2025 za jednotlivé regióny kraja. Záver stretnutia patril prezentácii produktov „Úniková izba upíra Prdimuchu“ a „Z rozprávky do rozprávky“ a návšteve TIC Dolné Horehronie v Brusne. Stretnutie vytvorilo priestor na výmenu skúseností, prezentáciu dobrej praxe a plánovanie spoločných aktivít v oblasti cestovného ruchu.

V dňoch 4. a 5.12.2025 sa v stredisku Zerrenpach Látky uskutočnilo stretnutie pracovníkov cestovného ruchu v Banskobystrickom kraji na tému „**Kooperačné projekty v CR a prezentácia produktovej línie Akčná zima na Podpoľaní**“. Účastníci tohto stretnutia zahŕňali zamestnancov všetkých OOCR v kraji, ako aj pracovníkov cestovného ruchu z krajských štruktúr (KOCR, RABBSK, BBSK), ktorí spolupracujú s OOCR v kraji pri destinačnom manažmente (celkovo 45 ľudí). Účastníci sa oboznámili s ponukou zimných produktov regiónu Podpoľanie prostredníctvom odbornej prezentácie aj praktickej ukážky priamo v teréne v stredisku Látky. Súčasťou programu bolo zhodnotenie cestovného ruchu v Banskobystrickom kraji za rok 2025 a vzdelávací seminár venovaný možnostiam spolupráce a realizácie kooperačných projektov v cestovnom ruchu. Podujatie vytvorilo priestor na výmenu skúseností, diskusiu o ďalšom smerovaní rozvoja cestovného ruchu v kraji a prezentáciu konkrétnych produktov zimnej sezóny.

KOCR sa zúčastnila aj III. workshopu **KICK SACKA** a organizácií cestovného ruchu (5.-6.2.2025).

KOCR BBKT aktívne **spolupracuje so vzdelávacími inštitúciami**. Zástupcovia KOCR BBKT sú pozývaní na prednášky v rámci vyučovaných predmetov, oponujú záverečné práce, poskytujú informácie do záverečných prác, zúčastňujú sa na ich obhajobách, poskytujú odborné stáže pre študentov CR, zúčastňujú sa diskusií, workshopov a konferencií organizovaných vzdelávacími inštitúciami na Slovensku i v zahraničí. Predstavujú model spolupráce pri rozvoji CR v kraji ako aj konkrétne aktivity, ktoré realizujú v oblasti destinačného manažmentu a marketingu. V roku 2025 takáto spolupráca prebehla s Ekonomickou fakultou UMB v Banskej Bystrici, SPU Nitra a.

Do aktivity zahŕňame **členstvo KOCR BBKT v Asociácii organizácií cestovného ruchu (AOCR)**. Ide o profesijnú organizáciu, ktorá združuje a háji záujmy organizácií cestovného ruchu na Slovensku. Prínosom členstva v AOCR je aktívna participácia na tvorbe a zlepšovaní podmienok rozvoja CR na území Slovenska, účasť na partnerských dialógoch s MCRaŠ SR, SK8, ZMOS, ÚMS a inými organizáciami, participácia na vybraných procesoch v oblasti rozvoja CR. Členský príspevok hradí KOCR z vlastných zdrojov. Rovnako je KOCR členom Asociácie prírodného turizmu. Je to iniciatíva zameraná na aktívne prepájanie ochrany prírody s rozvojom cestovného ruchu na Slovensku. Je platformou pre partnerstvo a spoluprácu medzi subjektmi verejného, súkromného a tretieho sektora- združení a organizácii zameraných na ochranu prírodných a kultúrnych hodnôt, regionálny rozvoj, podporu miestnych komunít, združení a organizácii cestovného ruchu ako aj turistických agentúr.

#### 4. TVORBA A PREVÁDZKA REZERVAČNÉHO SYSTÉMU

KOCR BBKT prostredníctvom svojej ponuky vytvára priestor na zabezpečenie, poskytovanie a distribúciu produktov cestovného ruchu, pričom sa sústreďuje na zážitkové produkty určené pre rôzne cieľové skupiny. Tieto produkty sú ponúkané prostredníctvom integrovaného rezervačného systému na webovej stránke [www.zahoramizadolami.sk](http://www.zahoramizadolami.sk). Zážitková ponuka zahŕňa širokú škálu aktivít vrátane športových, remeselných, historických či poznávacích, s dôrazom na témy ako história, príroda, technické pamiatky a baníctvo. Osobitné miesto v ponuke zaujímajú jazdy historickými zážitkovými vlakmi, ktoré patria k najžiadanejším produktom.

Celoročná prevádzka rezervačného systému je navrhnutá tak, aby spájala rôzne typy obsahu do užívateľsky priateľského prostredia. Systém podporuje jednoduchú správu, eliminuje duplicity, zjednocuje marketingové aktivity a optimalizuje viditeľnosť v online vyhľadávačoch. Intuitívne prostredie motivuje návštevníkov k nákupu tzv. zážitkov, ktoré reflektujú hlavné produktové línie kraja. Spustenie systému, financované z dotačných zdrojov, prinieslo výrazné zlepšenie efektivity a

konzistentnosti správy obsahu. Cieľom tejto iniciatívy nie je primárne generovanie zisku, ale podpora subjektov cestovného ruchu, ktoré nemajú prístup k pokročilým marketingovým nástrojom. Príjmy z predaja udržateľných produktov sú reinvestované do rozvoja a podpory ďalších produktov cestovného ruchu, čím sa posilňuje celková krajská ponuka.

## 5. PODPORA ATRAKTIVÍT DANEJ LOKALITY

Podpora atraktivít v BBSK sa zameriava na rozvoj produktov v udržateľnom cestovnom ruchu, ktoré sú priamo cez rezervačný systém na webe ZHZD ponúkané návštevníkom i obyvateľom kraja v 10 nosných produktových líniách:

Produktová línia	Počet zážitkov						Počet klientov					
	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Akčné leto	3	5	5	4	5	4	30	40	7	9	25	6
Akčná zima	4	0	4	4	3	7	0	0	23	36	9	64
Nočná obloha	4	3	3	4	5	4	62	110	173	451	471	302
Poklady zeme	9	3	4	4	6	1	39	13	94	135	167	172
Živá príroda	0	6	5	6	4	8	0	73	121	53	38	22
Regionálne	18	14	13	12	13	12	139	263	207	110	136	179
Konské putovanie	0	0	0	2	0	0	0	0	0	2	0	0
Stopy dejín	10	12	12	6	7	5	894	1281	716	321	160	285
Tajomné hrady	7	11	13	12	10	9	409	1564	1462	1441	936	284
Zážitkové vlaky	5	6	8	7	6	7	2391	3270	2120	1952	1219	1986
Spolu	60	60	67	59	57	57	3974	6065	4923	4510	3161	3300

V produktovej línii **Akčné leto** boli v ponuke obľúbené splavy riek Hron a Ipeľ, ktoré patrili medzi vyhľadávané letné zážitky spájajúce aktívny oddych a pobyt v prírode.

Produktová línia **Akčná zima** ponúkala kurzy bežeckého lyžovania v lokalitách Kordíky, Skalka a v Národnom biatlonovom štadióne v Osrbli. Súčasťou zimnej ponuky bolo aj netradičné nočné bežkovanie pod hviezdami, ktoré prinieslo jedinečnú atmosféru zimnej prírody. Novinkou sezóny bol kurz skialpinizmu na Chopku, určený pre záujemcov o dynamicky rozvíjajúci sa horský šport.

V rámci produktovej línie **Nočná obloha** sme realizovali zážitkové pozorovania hviezd na hradoch Šášov a Revište, ktoré spájajú historické prostredie s jedinečným astronomickým zážitkom. Do ponuky patrili aj programy v Parku tmavej oblohy na Muránskej planine a v Krajskej hviezdárni a planetáriu v Žiari nad Hronom, ktoré poskytujú odborný rozmer pozorovania nočnej oblohy.

V roku 2025 bola v produktovej línii **Poklady zeme** ponúknutá tematická turistická vychádzka *S baníkom za históriou* v Novej Bani, ktorá návštevníkom približuje banícku minulosť regiónu prostredníctvom autentického rozprávania baníka.

Produktová línia **Živá príroda** patrila medzi stabilne obľúbené. Veľký záujem si získali sprevádzané prechádzky s biológom Jergušom Tesákom, tematická turistická vychádzka *Divokými chodníkmi Donovál* a nočná zoologická expedícia zameraná na pozorovanie netopierov. Novinkou v tejto línii bol zážitok *Dravci na dosah*, ktorý ponúka jedinečné stretnutie so sokoliarimi a ukážky výcviku dravých vtákov.

Produktová línia **Regionálne** prezentuje bohatstvo tradičných remesiel, výrobných postupov a ľudovej kultúry. Zahŕňa aktivity ako vyšívanie krivou ihlou, hrnciarstvo, tkanie koberec, včelárstvo či vinárstvo. Cieľom tejto línie je zachovanie a približovanie regionálnych tradícií širokej verejnosti prostredníctvom autentických zážitkov.

V roku 2025 pokračovala aktívna spolupráca s **Divadlom Štúdio tanca a Odborom kultúry BBSK**. Spolu s Horehronským múzeom v Brezne bol ďalej rozvíjaný inovatívny projekt *Tajuplné bytosti alebo Kto po nociach chodí*, ktorý približuje zvykoslovie našich predkov formou zážitkového divadelného spracovania a dlhodobo sa teší vysokému záujmu verejnosti. V spolupráci s osvetovými strediskami (Podpolianske) bol realizovaný remeselný kurz zameraný na tradičné techniky.

Produktová línia **Stopy dejín** sa zameriava na objavovanie výnimočných historických miest, stavieb a kultúrneho dedičstva regiónu. Zahŕňa napríklad nevšedné putovanie históriou Kremnice, tematickú trasu *Nepoznanou Coburgovskou železnou cestou*, ako aj zážitkové programy ako *Tajuplné bytosti alebo Kto po nociach chodí* či expozíciu Múzea masiek. Súčasťou línie sú aj tematické kultúrne trasy, napríklad Gotická cesta a Coburgovská železná cesta.

Produktová línia **Tajomné hrady** ponúka komentované prehliadky významných hradov Pohronskej hradnej cesty, medzi ktoré patria Zvolenský zámok, Pustý hrad, Šášov a Revište, ako aj menej známe či zaniknuté hrady, napríklad Žakýl. Do tejto línie patria aj Muránsky hrad a hrad Čabrad, ktoré dopĺňajú ponuku o ďalšie významné historické lokality regiónu.

Už šiestu letnú sezónu možno za najúspešnejšiu produktovú líniu považovať **Zážitkové vlaky**, ktoré sa zaradili medzi najobľúbenejšie produkty cestovného ruchu v Banskobystrickom kraji. V roku 2025 prepravili 1 986 pasažierov a dosiahli tržby vo výške 31 233 €. Tento produkt ponúka jedinečný zážitok z cestovania historickými a nostalgickými vlakmi, počas ktorého vlakoví herci približujú príbehy regiónov a ich históriu. Zážitkové vlaky zároveň umožňujú objavovanie menej známych oblastí kraja prostredníctvom tematicky zameraných jász.

V roku 2025 boli vypravené viaceré obľúbené spoje, medzi ktoré patrili Horehronský expres, Horehronský expres Špeciál, Zbojnícky expres, Expres 34 tunelov, Sklársky expres do Kokavy nad Rimavicou a novinka sezóny – Sklársky expres do Katarínskej Huty. Tá si okamžite získala veľkú obľubu návštevníkov, najmä vďaka spojeniu nostalgickej jazdy s návštevou jedinej stále fungujúcej sklárne na Slovensku.

## 6. KOOPERAČNÉ PROJEKTY

- Rozvoj produktovej línie Zážitkové vlaky v Banskobystrickom kraji: Cieľom bolo pokračovať v rozvoji produktovej línie historických zážitkových vlakov, ktoré návštevníkom ponúkajú jedinečné tematické cestovanie po regiónoch Banskobystrického kraja. Projekt sa zameriava na sprístupnenie kultúrneho a priemyselného dedičstva a rozvojovú líniu „Kultúra a pamiatky“, čím prispieva k zvýšeniu atraktivity kraja ako turistickej destinácie.

Zážitkové vlaky v Banskobystrickom kraji boli už siedmu letnú sezónu úspešným produktom cestovného ruchu, ktorý sa radí medzi najobľúbenejšie a najpopulárnejšie produkty v regióne. V roku 2025 bolo vypravených šesť tematických vlakových liniek: Horehronský expres, Horehronský expres špeciál, Parný Zbojnícky expres, Expres 34 tunelov, Sklársky expres a Banický expres. Tieto vlaky prepravili spolu 1986 pasažierov a ponúkli im jedinečné tematické cestovanie historickými a nostalgickými vlakmi.

Produktová línia zážitkových vlakov prináša autentické priblíženie histórie a regionálnych príbehov prostredníctvom hereckých sprievodcov priamo vo vlaku. Tí počas jazdy zatraktívňujú cestovanie pútavým výkladom, tematickými kostýmami a krátkymi divadelnými vystúpeniami. V cieľových stanicách je program doplnený o ďalšie organizované tematické podujatia, do ktorých sa môžu cestujúci aktívne zapojiť. Návštevníci tak majú možnosť spoznať kultúrne aj priemyselné dedičstvo Banskobystrického kraja hravou, interaktívnou a zábavnou formou.

Zážitkové vlaky premávali počas letnej turistickej sezóny 2025 v regiónoch Horehronie, Stredné Pohronie, Gemer, Stredné Slovensko, Novohrad a Podpoľanie. Každá trasa rozprávala vlastný jedinečný príbeh spätý s históriou a charakterom daného územia, pričom celý projekt prirodzene nadväzuje na úspešnú tradíciu predchádzajúcich rokov.

Na realizácii Zážitkových vlakov sa podieľal Banskobystrický samosprávny kraj, KOČR Banskobystrický kraj Turizmus, OOCR (Stredné Slovensko, Gemer, Gron, Turistický Novohrad a Podpoľanie, Horehronie) a partnerské organizácie (vlaky.net, Spolok Výhrevne Vrútky, KHT Zvolen, OZ Zubačka Tisovec a Čiernohronská železnica n.o.).

V kooperačnom projekte spolupracovala KOČR s OOCR TNP, ktorá uhradila všetky výdavky na Sklársky expres a s OOCR Gron, ktorá uhradila časť výdavkov na Banický expres. Výdavky na

ostatné zážitkové vlaky uhradila cez tento kooperačný projekt KOOCR, nakoľko v dôsledku obmedzení výzvy MCRaŠ SR nebolo pre ostatné OOCR možné zapojiť sa do kooperačného projektu a je našim cieľom udržať produktovú líniu Zážitkové vlaky. OOCR nezapojené do kooperačného projektu spolupracovali na vybraných aktivitách a výdavkoch z vlastných zdrojov a kapacít.

Výdavky na Banícky expres, Horehronský expres (vrátane špeciálu), Expres 34 tunelov a Parný zbojnícky expres boli zamerané predovšetkým na zabezpečenie dopravných nákladov, a to úhradu odborného personálu, pohonných hmôt a vlakových súprav. Významnú časť tvorili náklady na tlač a výrobu propagačných materiálov, najmä retro lepenkových cestovných lístkov, identifikačných náramkov, papierových vlajok, plagátov a informačných letákov. Ďalej náklady na sprievodný program vo vlakoch, vrátane účinkovania hercov, animátorov a odborných tematických prezentácií, ako aj výrobu menšieho počtu propagačných tričiek.

- Rozvoj hradnej a banskej produktovej línie ako kľúčových tém v rozvoji cestovného ruchu v BB kraji: Cieľom kooperačného projektu bolo rozvíjať udržateľné produkty cestovného ruchu v oblasti „Kultúra a pamiatky“, a to prostredníctvom produktových línií „Tajuplné hrady“ a „Poklady zeme“, realizovaných v spolupráci KOOCR BBKT a OOCR Stredné Slovensko, Gron a Turistický Novohrad a Podpoľanie, založenej na partnerstve, spoločnom plánovaní a rozvoji tematických produktových línií.

Východiskom projektu je výrazný potenciál kraja v oblasti hradných pamiatok, keďže na jeho území sa nachádza viac ako 50 hradných lokalít. Dlhodobo sa realizujú podujatia, komentované a nočné prehliadky na hradných lokalitách v spolupráci s odborníkmi, združeniami na záchranu hradov a Krajskou hvezdárnou a planetáriom M. Hella. Súčasne sa hradom venuje zvýšená pozornosť v marketingovej komunikácii, najmä prostredníctvom Pohronskej hradnej cesty ako jednotnej tematickej trasy s vlastným vizuálnym štýlom a značkou.

Cieľom bolo vytvorenie digitálnych historických modelov hradov Peťuša, Šášov a Divín v ich podobe zo 17. storočia, teda z obdobia ich najväčšieho rozkvetu, ako aj animovaných výjavov zobrazujúcich významné udalosti z ich histórie alebo obyčajné výjavy z bežného života na hradoch. Prostredníctvom mobilných zariadení a technológie rozšírenej reality môžu návštevníci vidieť pôvodnú podobu týchto objektov priamo v teréne. Projekt rozširuje existujúce formy interpretácie kultúrneho dedičstva, zvyšuje atraktivitu hradov ako turistických cieľov a prispieva k rastu návštevnosti, mediálneho záujmu i celkového povedomia o regiónoch Banskobystrického kraja, a to aj vďaka sprístupneniu obsahu vo viacerých jazykových mutáciách.

Výdavky boli zamerané na vytvorenie fotobanky pre produktovú líniu Tajomné hrady. Prostriedky boli použité na zabezpečenie rozsiahleho fotografického materiálu hradných lokalít v Banskobystrickom kraji vrátane leteckých záberov a 3D skenov aktuálnych stavov vybraných objektov, ktoré sú predmetom digitalizácie. Ďalej boli finančné prostriedky použité na vytvorenie tematických animácií a zvukových nahrávok pre rozšírenú realitu na hradoch Šášov, Divín a Peťuša vrátane ich technologického prispôsobenia a presnej kalibrácie v teréne. Súčasťou výdavkov bolo aj vytvorenie grafických podkladov a markerov na aktivovanie rozšírenej reality, informačných tabúľ s QR kódmi, ako aj zabezpečenie odborného zberu podkladov, tvorby textového obsahu, copytextov, jazykových korektúr a prekladu textov do anglického jazyka pre potreby digitálneho riešenia.

- Zvýšenie konkurencieschopnosti Banskobystrického kraja - Horehronie a Stredné Slovensko v zahraničí: Tento projekt bol zameraný na posilnenie spolupráce KOOCR BBKT a OOCR Stredné Slovensko a Región Horehronie a na rozšírenie spoločných marketingových aktivít na zahraničných trhoch. Vychádzal z dlhodobo fungujúceho partnerstva a z potreby lepšie koordinovať prezentáciu regiónov s podobnou a geograficky prepojenou ponukou, najmä v oblasti

prírody a outdoorových aktivít. Hlavným zámerom bolo zvýšiť viditeľnosť Banskobystrického kraja v zahraničí, posilniť jeho konkurencieschopnosť a zvýšiť počet prenocovaní zahraničných návštevníkov. Projekt zastrešila KOČR prostredníctvom jednotnej marketingovej komunikácie pod značkou „Heart of Slovakia“ a realizácie cielenej zahraničnej kampane kombinujúcej online a offline nástroje, tvorbu prezentačného obsahu a odborné propagačné aktivity. Výsledkom bolo zlepšenie imidžu destinácie, efektívnejšie prepojenie marketingových aktivít a posilnenie pozície regiónov Horehronie a Stredné Slovensko na zahraničných trhoch cestovného ruchu.

V oblasti marketingu a propagácie boli finančné prostriedky využité na systematický rozvoj spoločnej zahraničnej komunikácie pod značkou Heart of Slovakia. Vytvorená bola jednotná značka a dizajnmanuál definujúci vizuálnu identitu, typografiu, farebnosť a zásady používania značky v online aj printových výstupoch.

V rámci tvorby obsahu vznikli dve propagačné videá so zameraním na prírodu a outdoor v zimnej sezóne vrátane ich obsahových derivátov pre online kampane, sociálne siete a prezentačné účely. Súčasne boli vypracované a distribuované viaceré druhy tlačených propagačných materiálov pod spoločnou značkou, zamerané na letnú aj zimnú ponuku destinácie, vrátane skladačiek, letákov a komplexnej brožúry. Súčasťou aktivity boli aj preklady materiálov do viacerých jazykových mutácií s cieľom efektívneho využitia na zahraničných trhoch.

Podpora smerovala aj do prezentácie destinácie prostredníctvom infocesty pre zahraničné médiá (24.-28.9.), v rámci ktorého bol zabezpečený program, logistika, odborné výklady a komplexný zážitkový itinerár ai. Marketingové aktivity doplnili online a PR kampane na vybraných zahraničných portáloch a sociálnych sieťach, vrátane sponzorovanej podpory a bannerovej reklamy, čím sa posilnila viditeľnosť a imidž destinácie ako atraktívneho zimného regiónu v srdci Slovenska a Európy.

## FINANCOVANIE

Príjmy KOČR BBKT pozostávajú z členských príspevkov od členských subjektov a z príjmov z predaja produktov cestovného ruchu v rámci destinačného portálu Za horami za dolami 50 437,70 €). Ďalšími zdrojmi príjmov sú nenárokovateľná štátna dotácia Ministerstva cestovného ruchu a športu SR. Výška poskytnutej dotácie v roku 2025 na bežné výdavky bola vo výške 249 861,69 EUR (166 874,46 Eur + 83 287,23 Eur). Iné dotácie či granty KOČR BBKT v sledovanom období nezískala.

Prehľad členských príspevkov za roky 2024 - 2025		
ČLEN	Členský príspevok za rok 2024	Členský príspevok za rok 2025
Stredné Slovensko	42 512,45 €	69 200,10 €
Turistický Novohrad a Podpoľanie	10 506,45 €	11 870,00 €
Región Gron	7 966,08 €	7 983,88 €
Región Horehronie	26 932,85 €	34 308,49 €
Región Banská Štiavnica	10 650,40 €	12 026,35 €
Sľečný Hont	33 500,45 €	46 939,00 €
Banskobystrický samosprávny kraj	195 000,00 €	225 000,00 €
<b>SPOLU</b>	<b>327 068,68 €</b>	<b>407 327,82 €</b>

## ÚČTOVNÁ ZÁVIERKA ZA ROK 2025

SÚVAHA k 31.12.2025 v EUR	
	Stav k 31.12.2025
Dlhodobý nehmotný majetok	7743
Dlhodobý hmotný majetok	651
Dlhodobý finančný majetok	0
<b>NEOBEŽNÝ MAJETOK SPOLU</b>	<b>8394</b>
Zásoby	11597
Dlhodobé pohľadávky	0
Krátkodobé pohľadávky	4378
Finančné účty	173773
<b>OBEŽNÝ MAJETOK SPOLU</b>	<b>189748</b>
<b>ČASOVÉ ROZLIŠENIE SPOLU</b>	<b>126</b>
<b>MAJETOK spolu</b>	<b>198268</b>
Imanie a peňažné fondy	0
Fondy tvorené zo zisku	0
Nevysporiadaný výsledok hospodárenia minulých rokov	144482
Výsledok hospodárenia za účtovné obdobie	23815
<b>VLASTNÉ IMANIE</b>	<b>168297</b>
Rezervy	4606
Dlhodobé záväzky	741
Krátkodobé záväzky	19035
Bankové výpomoci a pôžičky	0
<b>ZÁVÄZKY</b>	<b>24382</b>
<b>ČASOVÉ ROZLIŠENIE</b>	<b>5589</b>
<b>SPOLU VLASTNÉ IMANIE, ZÁVÄZKY A ČASOVÉ ROZLIŠENIE</b>	<b>198268</b>

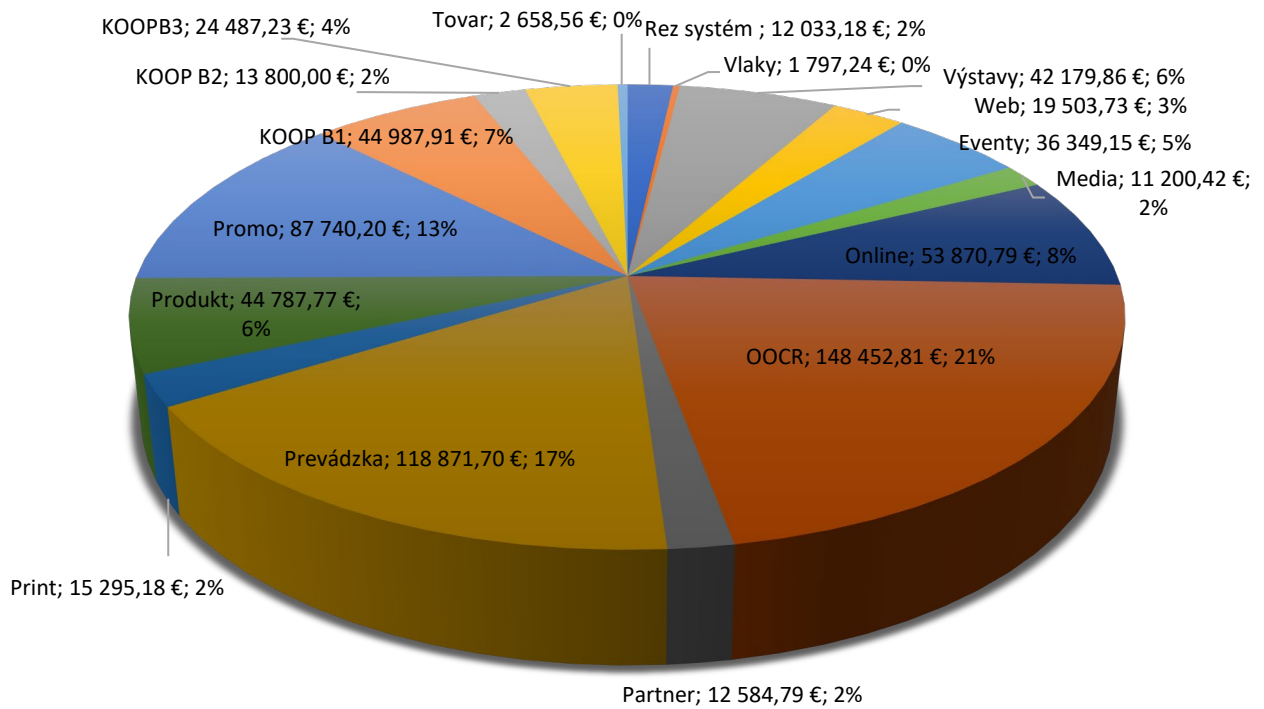
VÝKAZ ZISKOV A STRÁT K 31.12.2025			
NÁKLADY	Hlavná činnosť	Zdaňovaná činnosť	Spolu
Spotreba materiálu	42734		42734
Spotreba energie	12		12
Predaný tovar		2331	2331
Opravy a udržiavanie	150		150
Cestovné	3304		3304
Náklady na reprezentáciu	11748		11748
Ostatné služby	493219	22	493241
Mzdové náklady	90347	137	90484
Zákonné sociálne poistenie a zdravotné poistenie	32310	50	32360
Zákonné sociálne náklady	3503		3503
Ostatné dane a poplatky	209		209
Odpísanie pohľadávky	4		4
Dary	0		0
Osobitné náklady	1832		1832
Manká a škody			
Iné ostatné náklady	1433		1433

Odpisy dlhodobého NM a dlhodobého HM	5451		5451
Tvorba a zúčtovanie opravných položiek	0		0
Poskytnuté príspevky organizačným zložkám	0		0
Poskytnuté príspevky iným účtovným jednotkám	1635		1635
<b>NÁKLADY SPOLU</b>	<b>687891</b>	<b>2540</b>	<b>690431</b>
<b>VÝNOSY</b>	<b>Hlavná činnosť</b>	<b>Zdaňovaná činnosť</b>	<b>Spolu</b>
Tržby za vlastné výrobky	0		0
Tržby z predaja služieb	50438	1 200	51638
Tržby za predaný tovar	0	3037	3037
Osobitné výnosy	63		63
Iné ostatné výnosy	0		0
Tržby z predaja DNM a DHM	0		0
Výnosy z dlhodobého finančného majetku	0		0
Prijaté príspevky od fyzických osôb	0		0
Prijaté členské príspevky	407328		407328
Príspevky z podielu zaplatenej dane	0		0
Prijaté príspevky z verejných zbierok	0		0
Dotácie	252349		252349
<b>VÝNOSY SPOLU</b>	<b>710178</b>	<b>4237</b>	<b>714415</b>
<b>VÝSLEDOK HOSPODÁRENIA PRED ZDANENÍM</b>	<b>22287</b>	<b>1697</b>	<b>23984</b>
Daň z príjmov	0	169	169
Dodatočné odvody dane z príjmov	0	0	0
<b>VÝSLEDOK HOSPODÁRENIA PO ZDANENÍ</b>	<b>22287</b>	<b>1528</b>	<b>23815</b>

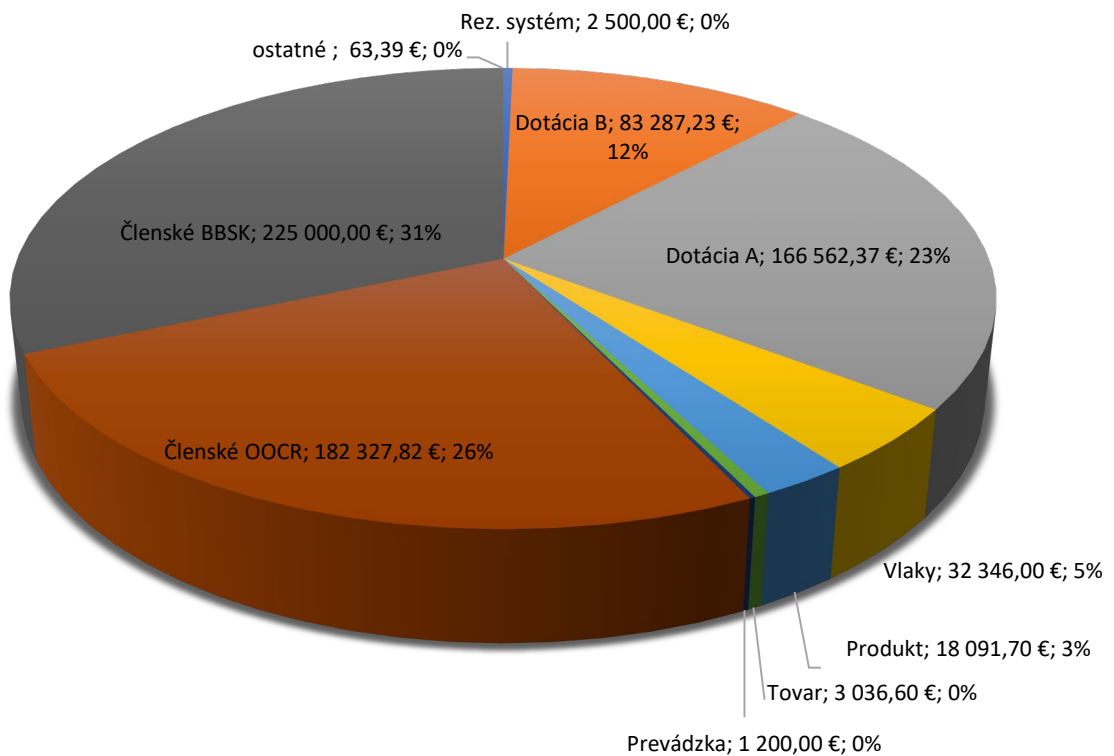
Z hospodárskeho výsledku za podnikateľskú činnosť (zdaňovanú) je daňová povinnosť vo výške 169 EUR splatná 31.03.2026.

Podrobnejšie údaje o hospodárení zobrazujú nasledovné grafy:

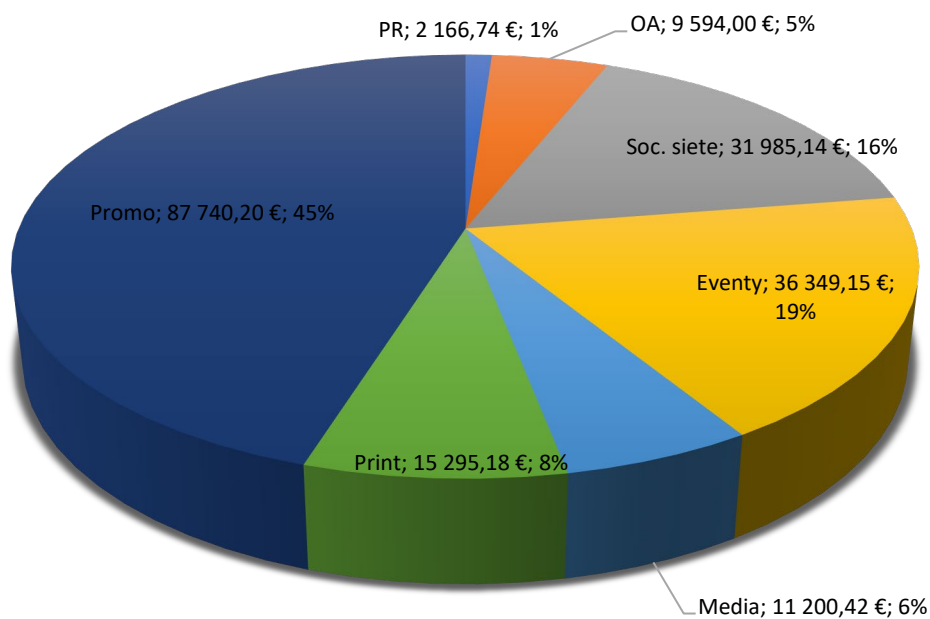
**Graf 1: Štruktúra nákladov podľa stredísk KOCR BBKT 2025**



**Graf 2: Štruktúra výnosov z prevádzky podľa stredísk KOCR BBKT 2025**



**Graf 3: Účtovné strediská v aktivite „Marketing a propagácia“**



**Graf 4: Účtovné strediská v aktivite „Tvorba produktov“**

