

ZÁPIS

z 11. jednání **Pracovní skupiny pro marketingové aktivity**
destinační agentury Berounsko konaného od **14.00** dne **10. srpna**
2026 v kanceláři spolku, **Na Krétě 183, 267 06 Hýskov**.

Přítomni osobně

Janis Sidovský (Celebrity Management), Karolína Froňková (Talichovo Berounsko), Lukáš Kunst (hrad Karlštejn), Petr Starý (Sklárna Rückl), Barbora Tesařová (obec Lety), Romana Trešlová (Muzeum betlému Karlštejn), Marie Weberová (Městys Karlštejn).

DMO

Hana Hájková, Inka Buchertová

Omluveni

Vojtěch Hrdlička (obec Tetín), Eva Knopová (městys Karlštejn), Tomáš Kohout (obec Račice), Michaela Nedvědová (Koněpruské jeskyně a Dům přírody Českého krasu), Tereza Rosenbaum (Centrum Rosenbaum), Veronika Růžicková (Royal Beroun Golf Club), Květa Slavíková (město Beroun), Lenka Stibalová (Dvůr Všerad).

Jednání

Janis Sidovský přivítal všechny přítomné na jednání pracovní skupiny pro marketingové aktivity. Hana Hájková přítomné seznámila s aktualitami z oblasti marketingu:

Turistické noviny

Prošly změnou formátu (zarovnání do bloku, 3 sloupce na stranu), text je přehlednější, fotky větší, nově zahrnuta témata Dění na Berounsku, O nás. Počet stran je stejný. Nový formát všem přítomným vyhovuje.

Berounsko, z. s.

Husovo nám. 69, 266 01 Beroun

IČ: 08406405

www.berounsko.net

DL letáky

Hana Hájková otevřela diskuzi, zda dále pokračovat v tisku DL letáků členů a partnerů (jednotlivých obcí a měst), případně se otevřít novým způsobům prezentace a soustředit se na realizaci komplexních turistických materiálů.

Bylo odsouhlaseno v jejich tvorbě pokračovat, zároveň je vhodné zacílit jejich obsah i distribuci více na turisty a zvážit využití QR kódů pro měřitelnost jejich úspěšnosti, navíc odkazovat na podrobnější informace na webu (např. ubytování). Důležité je také lépe nastavit distribuční místa v rámci Berounska.

Úkol DMO: Navrhnout nová distribuční místa a zvážit doplnění QR kódů.

Image brožura Berounska v angličtině

Do konce roku 2026 bude připravena Image brožura v anglickém jazyce. Na titulní stránce bude hrad Karlštejn. Kalendář akcí bude z brožury vypuštěn, bude na něj pouze odkaz přes QR kód a to pouze na českou verzi. Do brožury naopak budou přidány informace o dopravě (Nextbike, Krasobus) a tipy na výlety v rámci regionu.

Úkol DMO:

Přesunout informační centra na poslední stranu brožury a využít volný prostor.

Zvážit nahrazení seznamu turistických cílů mapou s barevným rozlišením pro lepší orientaci a plánování. Jednotlivé turistické cíle na mapě umístit.

Doplnit do části Kulturní dědictví QR kód na aktuální akce, i pokud jsou informace pouze v češtině.

Doplnění sklárny Rückl do části věnované kulturnímu dědictví (Sklárna Rückl navazuje na tradici českého ručního sklářství, které je zapsáno na seznamu nemotného kulturního dědictví UNESCO).

Informace o produktech cestovního ruchu

DMO Berounsko má aktuálně zpracované **4 produkty a digitální návštěvnickou kartu**.

Ke každému produktu je již hotový [web](#), tiskoviny, videa a fotografie jsou k shlédnutí kromě webu i na sociálních sítích ([FB](#), [IG](#)). Dalším již aktivním produktem je [Pustit k vodě](#), který sdružuje nabídku služeb pro turisty na vodě a okolo vody na území středních Čech. DMO na přípravě produktu spolupracovalo zpracováním informací za oblast kolem řeky Berounky. Produkt Pustit k vodě je součástí produktové nabídky Středočeské centrály cestovního ruchu (SCCR).

DMO Berounsko v příštím roce plánuje rozvoj produktu Krajem Berounky dětskýma očima tak, aby mohl zajistit finanční prostředky pro spolek.

Záměr je spolupracovat na rozvoji produktu s městskou knihovnou Beroun, která má již zpracované portfolio výletů pro rodiny s dětmi na Berounsku pod názvem „**Objevuj s Prskavkou**“. Městská knihovna v Berouně už s tématem Prskavky aktivně pracuje od roku 2024. Každý měsíc vychází na webu knihovny komiks, kdy Prskavka vyráží z knihovny na jeden výlet po našem regionu.

DMO plánuje v příštím roce vytvořit pracovní listy pro děti s pátráním, rébusy, omalovánkami, úkoly zaměřenými např. na regionální památky. Na stezkách by mohly vzniknout místa pro fotografování dětí, zastávky na razítka za splnění úkolu či navštívení místa. Tištěné materiály by byly pro návštěvníky zdarma. Do budoucna se nabízí propojení projektu s aplikací [GetOut Fun](#), která by již mohla být zpoplatněna.

Členové nápad uvítali a rádi ho podpoří.

Úkol DMO: Zvážit jinou postavičku než skřítek Prskavka, víc propojenou s regionem Berounska, což by mohl být „medvěd“ (logo Berouna, berounští medvědi) či jiné zvíře (např. ledňáček).

Digitální návštěvnická karta Berounska, Brd a Podbrdka

Návštěvnická karta je v digitální podobě aktivní již 2. rokem. Nově od letošního roku pracuje DMO s notifikacemi, newslettery a poskytuje zdarma samolepky pro partnerská místa poskytující slevy. Probíhá propagace prostřednictvím samostatného webu, sociálních sítí (včetně placené reklamy) a PR článků v on-line i off-line médiích, rozhovorů v rádiu.

Karta má od 1. 1. 2026 do 10. 8. 2029 celkem 848 stažení, reálně bylo využito 145 slev, což představuje meziroční nárůst o 200 %.

Nejvíce využívané slevy v roce 2026: Bonté Gelaterie (zmrzlina) a Koněpruské jeskyně.

Limitem pro návštěvníka je aktivace karty pouze na vybraných místech (ubytování, muzea, informační centra).

Úkol DMO: Zvážit možnosti, jak zvýšit využívání karty turisty a zjednodušit její aktivaci.

Influencer tripy

SCCR letos realizuje ve spolupráci s DMO influencer tripy: Mike na cestách, Úžasná místa a Kluci z Prahy (na podzim plánují návštěvu Nižboru).

Členové vyjádřili zájem finančně podpořit nad rámec členského příspěvku placenou spolupráci s influencery (např. 80 000 Kč za 6 reels). Členové, kteří budou mít zájem, by se na financování mohli spolupodílet.

Úkol DMO: Pracovní skupina zašle konkrétní náměty na influencery, DMO připraví preferenční hlasování pro výběr.

Krasobus

Pozitivní ohlas, poměrně vysoký zájem vyplývající i z dostupných dat.

Úkol DMO: Zvážit možnost audioprůvodce v autobuse o místech, kterými Krasobus projíždí, aby návštěvníci získali informace přímo během jízdy bez nutnosti jejich dohledávání.

Karlštejn

Řešila se klesající návštěvnost Karlštejna.

Zpětná vazba od novinářů a návštěvníků ohledně nešťastné podoby pěší zóny vedoucí na hrad: nesourodý vzhled, nevkusné poutače, vizuální smog. Směrnice již byly připraveny a schváleny, ale nejsou dodržovány vzhledem k tomu, že se nachází na soukromých pozemcích.

Úkol DMO: Předat tuto informaci zastupitelstvu městyse, jedná se o jejich kompetenci.

Upozornit na potřebu dodržování již schválených směrnic, jejich kontrolu a vymáhání.

Závěr

Janis Sidovský a Hana Hájková na závěr poděkovali všem za účast. Zápis z jednání bude všem zaslán emailem.

Zápis zapsala Inka Buchertová