



TRNAVSKÝ  
KRAJ  
ZÁŽITKOV



# SPRÁVA O ČINNOSTI A ÚČTOVNÁ ZÁVIERKA ZA ROK 2025

Krajská organizácia cestovného ruchu Trnavský kraj





# Anotácia

**Správa o činnosti KOOCR Trnavský kraj za rok 2025** prináša prehľad aktivít, ktorými organizácia systematicky rozvíjala Trnavský kraj zážitkov ako atraktívnu a ľahko dostupnú destináciu.

Dôraz bol kladený na spoluprácu s oblastnými organizáciami cestovného ruchu, rozvoj infraštruktúry, realizáciu zážitkových produktov a s tým súvisiaci marketing destinácie na domácom trhu. Zároveň prebiehala propagácia destinácie na viacerých zahraničných trhoch.

**KOOCR Trnavský kraj** pokračovala v získavaní finančných prostriedkov z externých zdrojov (INTERREG, Fond na podporu cestovného ruchu), v podpore kultúrnych podujatí a v cielej komunikácii značky **Trnavský kraj zážitkov**. Významnou súčasťou jej činnosti bolo aj zlepšenie dostupnosti vybraných turistických atraktivít s dôrazom na udržateľný cestovný ruch.

**Výsledkom bolo posilnenie imidžu Trnavského kraja zážitkov ako rozmanitej destinácie a zvýšenie potenciálu na ďalší rozvoj turizmu na území Trnavského samosprávneho kraja.**

**K hlavným úspechom KOOCR Trnavský kraj v roku 2025 patrí:**

- **100%** implementácia dotácie z Ministerstva cestovného ruchu a športu SR vo výške **178 876,54 €**
- Získanie finančného príspevku v celkovej výške **56 122,30 €** z Programu cezhraničnej spolupráce INTERREG Slovensko – Česko na projekt Zážitkové vzdelávanie s hernými prvkami. KOOCR Trnavský kraj na tento projekt získala z externých zdrojov maximálnu možnú sumu.
- Získanie finančného príspevku vo výške **284 706,15 €** z Fondu na podporu cestovného ruchu na projekt Dom hudby a jeho príbehy.
- Získanie finančného príspevku vo výške **87 339,96 €** z Fondu na podporu cestovného ruchu na projekt Altánok na Vlčiarni – moderná rekreačná lokalita.
- Realizácia troch kooperačných projektov v spolupráci s partnerskými organizáciami cestovného ruchu. Dotácia Ministerstva cest. ruchu a športu SR na tieto projekty bola **89 437,10 €**.
- Realizácia autorských produktov cestovného ruchu a kyvadlovej dopravy do vybraných lokalít (spolu takmer **6 000 účastníkov**).
- Využitie potenciálu župného Letiska Piešťany pre príjazdový cestovný ruch – priame letecké spojenie Tel Aviv – Piešťany využilo počas tretej sezóny **3 755** turistov z Izraela.
- **11** famtripov, presstripov a infociest.
- **8** domácich a zahraničných prezentácií destinácie na veľtrhoch cestovného ruchu.
- **14** platených spoluprác v domácich a zahraničných médiách.
- Nové prezentačné video.
- Desiatky pobytových balíkov a ponúk vytvorených pre rôzne cieľové skupiny a partnerské zahraničné cestovné kancelárie.
- Spoluorganizácia **dvoch** veľkých stretnutí odborníkov v cestovnom ruchu zo Slovenska a Izraela na podporu príjazdového cestovného ruchu (Workshop SACKA a Výročná konferencia ITTAA).
- 600 žiakov župných škôl, ktorí sa zúčastnili zážitkového vzdelávania.
- **10** platených kampaní na sociálnych sieťach na domácom trhu.
- **5** celoročných seriálov na sociálnych sieťach s organickým dosahom.

# Obsah

<b>Krajská organizácia cestovného ruchu Trnavský kraj</b>	<b>4</b>
<b>Činnosť KOOCR Trnavský kraj v roku 2025</b>	<b>7</b>
<b>1 Destinačný rozvoj</b>	<b>11</b>
1.1 Infraštruktúra	11
1.2 Schéma pomoci pre OOCR	13
1.3 Priama letecká linka	17
1.4 Podpora atraktivít a spolupráce s OOCR	18
<b>2 Marketing</b>	<b>29</b>
2.1 Domáci trh	30
2.2 Zahraničné trhy	39
2.3 Printové materiály a tvorba fotografií pre domáci aj zahraničné trhy	48
<b>3 Cestovná kancelária</b>	<b>50</b>
<b>4 Vzdelávacie aktivity</b>	<b>52</b>
<b>5 Strategické spolupráce</b>	<b>54</b>
<b>Štatistické údaje</b>	<b>55</b>
<b>Účtovná závierka</b>	<b>68</b>

# Krajská organizácia cestovného ruchu Trnavský kraj

Zastupiteľstvo Trnavského samosprávneho kraja na svojom rokovaní 19. septembra 2018 prerokovalo informáciu o založení Krajskej organizácie cestovného ruchu (KOCR) Trnavský kraj, ktorá bola 4. marca 2019 na základe zápisnice z ustanovujúceho valného zhromaždenia konaného 8. januára 2019, oficiálne zapísaná do registra krajských organizácií cestovného ruchu.

Zakladajúcimi členmi boli Trnavský samosprávny kraj, OOCR Región Trnava Tourism, OOCR Rezort Piešťany a OOCR Žitný ostrov – Csallóköz. Dňa 15. decembra 2021 vznikla OOCR Matúšova zem, ktorá sa v nasledujúcom roku stala členom KOCR Trnavský kraj. Mestské zastupiteľstvo mesta Sereď dňa 23. októbra 2025 rozhodlo o vstupe do OOCR Matúšova zem – Mátyusföld, vďaka čomu je od 1. januára 2026 územne pokrytý celý Trnavský kraj.

V severnej časti územia Trnavského kraja pôsobí OOCR Záhorie a Kopanice, s ktorou KOCR Trnavský kraj od svojho vzniku úzko spolupracuje. Valné zhromaždenie KOCR Trnavský kraj schválilo vstup OOCR Záhorie a Kopanice dňa 18. decembra 2025. Umožnila to iniciatíva Trnavského samosprávneho kraja na zmenu Zákona o cestovnom ruchu, vďaka ktorej môžu byť oblastné organizácie členmi viacerých krajských organizácií. OOCR Záhorie a Kopanice je členom KOCR Trnavský kraj od 1. januára 2026.

## Členovia:

- 1 Trnavský samosprávny kraj – vyšší územný celok
- 2 Trnava Tourism – oblastná organizácia cestovného ruchu
- 3 Rezort Piešťany – oblastná organizácia cestovného ruchu
- 4 Žitný ostrov – Csallóköz – oblastná organizácia cestovného ruchu
- 5 Matúšova zem – Mátyusföld – oblastná organizácia cestovného ruchu
- 6 Záhorie a Kopanice – oblastná organizácia cestovného ruchu (od 1. 1. 2026)



## Identifikácia organizácie

### Základné údaje

**Názov organizácie:** KOČR Trnavský kraj

**Sídlo:** Starohájska 10, 917 01 Trnava

**IČO:** 52285758, **DIČ:** 2121318848

**Bankové spojenie:** VÚB a.s. IBAN: SK81 0200 0000 0041 9882 8759 SWIFT: SUBASKBX

**Registrácia:** Zapísaná v Registri krajských organizácií cestovného ruchu Ministerstva dopravy a výstavby Slovenskej republiky č. 07077/2019/SCR dňa 04.03.2019

### Orgány a organizačná štruktúra

- Valné zhromaždenie
- Predseda krajskej organizácie
- Výkonný riaditeľ
- Tím KOČR v roku 2025

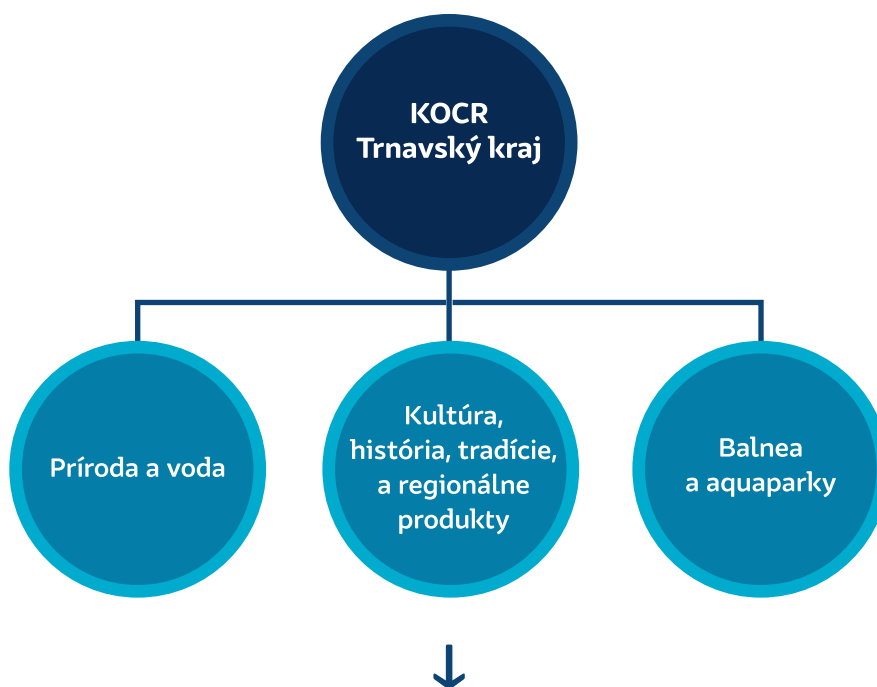
Tím KOČR v roku 2025	
Meno, priezvisko, titul	Pozícia
Pavol Kalman, Ing. / Patrik Voltmann, Ing.	Predseda
Agáta Mikulová, Ing.	Výkonná riaditeľka
Katarína Rohaľová, Ing.	Senior marketing manažérka
Michaela Kobzová, PhD.	Senior sales manažérka
Petra Beďatš, Mgr.	Manažérka rozvoja destinácie Voda, príroda a regionálne produkty
Michaela Sendeková, Ing.	Destinačná analytička / dátová špecialistka
Monika Čóriová, Ing.	Office manažérka
Ema Veselí	Manažérka rozvoja destinácie Kultúra, tradície, história
Mária Vargová, Mgr.	Manažérka cestovnej kancelárie
Martin Gloser	Event manažér
Martin Palkovič, Mgr.	Špecialista offline marketingovej komunikácie

## Poslanie organizácie

Hlavnou činnosťou KOČR Trnavský kraj je podpora cestovného ruchu na území Trnavského kraja. KOČR Trnavský kraj vznikla s víziou vybudovať rešpektovanú destináciu Trnavský kraj zážitkov, ktorá ponúka produkty a služby atraktívne pre domácich i zahraničných turistov. Rozvoj destinácie realizuje KOČR prostredníctvom vlastných zážitkových produktov, prevádzkou vlastnej cestovnej kancelárie, ale aj zlepšovaním a využívaním potenciálu existujúcej návštevníckej infraštruktúry, a to v súlade so Stratégiou rozvoja cestovného ruchu na území TTSK na roky 2023 až 2027.

Poslaním organizácie je tiež tvorba destinačného marketingu na domácom aj zahraničných trhoch. KOČR zároveň vytvára partnerstvá v území a je platformou pre spoluprácu subjektov verejného a súkromného sektora pôsobiacich v cestovnom ruchu i mimo neho, s cieľom prilákať viac návštevníkov a motivovať ich zostať v destinácii dlhšie.

V rámci rozvoja produktov a služieb cestovného ruchu si KOČR Trnavský kraj zdefinovala tri nosné produktové línie.



Všetky tri nosné produktové línie sú v súlade s cieľmi Európskej agendy pre cestovný ruch 2030, schválenej Radou Európskej únie, ktorá sa zameriava na zelenú a digitálnu transformáciu, inklúziu a rozvoj zručností.

Tieto tri línie sú tematickým východiskom pre stimulovanie tvorby produktov cestovného ruchu a slúžia ako základ na:

- rozširovanie pracovných príležitostí,
- zlepšovanie turistickej infraštruktúry pri významných atraktivitách,
- podporu zážitkového turizmu,
- posilňovanie spolupráce medzi verejným a súkromným sektorom,
- podporu produktových inovácií a „smart“ riešení,
- skvalitňovanie distribúcie informácií o jednotlivých turistických atraktivitách prostredníctvom podpory digitalizácie, interaktivity a využívania nových médií.

Napĺňanie poslania KOČR Trnavský kraj je a aj naďalej bude ovplyvnené globálnymi výzvami, ktoré však môžu priniesť v rámci rozvoja cestovného ruchu ešte väčší synergický efekt pre celé územie a všetky subjekty pôsobiace v destinácii.

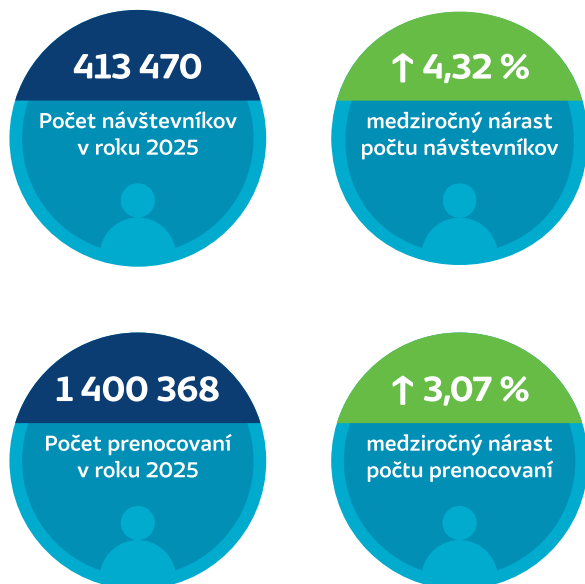
# Činnosť KOCR Trnavský kraj v roku 2025

KOCR Trnavský kraj pokračovala v roku 2025 na domácom trhu v posilňovaní **imidžu výletnej destinácie prostredníctvom vlastných produktov**. Jej aktivity boli zamerané na rôzne cieľové skupiny (rodiny s deťmi, študentov, ľudí vyhľadávajúcich aktívny oddych či návštevníkov kultúrnych podujatí). Ponuka bola navrhnutá tak, aby upriamila pozornosť verejnosti aj na menej známe atraktivity a prilákala turistov do menej navštevovaných lokalít, resp. v období mimo hlavnej turistickej sezóny. Na jar a jeseň sa konali zážitkové prehliadky Piešťany podľa Wintera aj komentované prehliadky prírody s názvom Lesopotulky. Na potenciál vodného turizmu upozornili splavy v netradičných termínoch – koncom apríla (S Vesnou na vodu) a koncom októbra (Svetlonos na splave). Začiatok septembra patrilo podujatiu Rozárium hudby v Dolnej Krupej, prostredníctvom ktorého KOCR propaguje kultúrne dedičstvo regiónu s európskym rozmerom.

Z pohľadu príjazdového cestovného ruchu sa KOCR Trnavský kraj **s podporou Trnavského samosprávneho kraja** v roku 2025 sústredila na pokračovanie priameho leteckého spojenia Tel Aviv – Piešťany s cieľom efektívne využiť potenciál medzinárodného letiska v tomto kúpeľnom meste. Priame letecké spojenie fungovalo už tretiu sezónu.

V roku 2025 pokračovala KOCR Trnavský kraj vo svojich aktivitách na trhoch v krajinách okolo Perzského zálivu. Cieľom je využiť dobré meno piešťanských kúpeľov v tomto regióne aj meniace sa cestovateľské preferencie (aktívnejšie trávenie voľného času), vďaka čomu je možné upriamiť pozornosť na atraktivity všetkých častí Trnavského kraja (nenáročné výlety, akvaparky, splavy, historické pamiatky, kultúrne podujatia, gastronómia).

**Návštevnosť Trnavského kraja aj počet prenocovaní v ubytovacích zariadeniach na jeho území podľa údajov Štatistického úradu SR medziročne rástli**, čím sa cestovný ruch v Trnavskom kraji priblížil k rekordom z roka 2019.



<b>Január</b>	ITF Slovakiatour Bratislava (účasť na veľtrhu)
<b>Február</b>	Workshop Klubu inomingových cestovných kancelárií SACKA (realizácia podujatia v Smoleniciach)
<b>Marec</b>	Holiday World & Region World Praha (účasť na veľtrhu) ITB Berlin (účasť na veľtrhu) Piešťany podľa Wintera (zážitkový produkt) Jarné Lesopotulky (zážitkový produkt) Zážitkové vzdelávanie pre župné školy Caravan Bike & Travel Nitra (účasť na veľtrhu)
<b>Apríl</b>	Famtrip pre Yanir Tailor Tours Zážitkové vzdelávanie pre župné školy Famtrip pre izraelských touroperátorov Jarné Lesopotulky (zážitkový produkt) Famtrip Alsavan Family Press Trip pre poľských novinárov so Slovakia Travel Natáčanie TV relácie Cyklotoulky S Vesnou na vodu – otvorenie vodáckej sezóny ATM Dubaj Otvorenie výstavy A. Muchu Piešťany podľa Wintera (zážitkový produkt)
<b>Máj</b>	Famtrip spa a wellbeing Krupanská fčela (sezónny shuttle bus) Trnavský rínek (prezentácia so sTTánočkom) Presstrip The Guardian V4 Workshop Riyadh Zážitkové vzdelávanie pre župné školy Otvorenie letnej kúpeľnej sezóny v Piešťanoch (prezentácia so sTTánočkom)
<b>Jún</b>	European Medical Wellness Tourism Congress, Baile Felix Prvý let Tel Aviv – Piešťany Famtrip GCC Ladies Agents Famtrip medicínsky turizmus Slovenská cesta židovského kultúrneho dedičstva (spolupráca na konferencii) Otvorenie Vodného mlyna Tomášikovo s Vesnou Krupanská fčela (sezónny shuttle bus) Smolenická fčela (sezónny shuttle bus) Pro Musica Nostra Tyrnaviensi (hudobný festival) Festival lelectva (prezentácie so sTTánočkom) Trnavel (krst magazínu) Art Nouveau Festival Zraz cykloturistov v Trnave
<b>Júl</b>	Smolenická fčela (sezónny shuttle bus) Press trip TV Al Arabiya TurboVýlet (zážitkový produkt)

<b>August</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Famtrip CK Kaysas Libanon</li> <li>Smolenická fčela (sezónny shuttle bus)</li> <li>TurboVýlet (zážitkový produkt)</li> </ul>
<b>September</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>DOD Trnavskej župy (prezentácia so sTTánočkom)</li> <li>Rozárium hudby '25</li> <li>Piešťany podľa Wintera (pre nemeckých študentov)</li> <li>TurboVýlet (zážitkový produkt)</li> <li>Cinematik (prezentácia so sTTánočkom)</li> <li>Gastrolove</li> <li>Poznávacie cesty pre pracovníkov TIC</li> </ul>
<b>Október</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Famtrip citybreaky, víno, fakultatívne výlety</li> <li>Piešťany podľa Wintera (zážitkový produkt)</li> <li>Lesopotulky (zážitkový produkt)</li> <li>Svetlonos na splave (zážitkový produkt)</li> <li>Výročná konferencia ITTAA (realizácia B2B podujatia)</li> <li>Televíkend (natáčanie TV relácie)</li> <li>Tour Salon Poznaň (prezentácia na veľtrhu)</li> <li>Czech Travel Market (B2B prezentácia)</li> </ul>
<b>November</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Jesenné Lesopotulky (zážitkový produkt)</li> <li>Televíkend (natáčanie TV relácie)</li> </ul>
<b>December</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Poznávacie cesty pre pracovníkov TIC</li> </ul>

Hlavným účelom krajskej organizácie je podpora cestovného ruchu na území svojich členov. KOCR Trnavský kraj tento účel napĺňa pomocou nasledujúcich nástrojov:

1.  
Destinačný  
rozvoj

2.  
Marketing

3.  
Cestovná  
kancelária

4.  
Vzdelávanie

5.  
Strategické  
spolupráce

# 1 Destinačný rozvoj

## 1.1 Infraštruktúra

Dôležitou súčasťou koncepcie rozvojových aktivít destinácie Trnavský kraj zážitkov v oblasti turistickej infraštruktúry je spájanie súkromného a verejného sektora s cieľom budovať dobré meno destinácie, upozorňovať na jej unikátnosti, pomáhať skvalitňovať služby a zlepšovať návštevnícku vybavenosť.

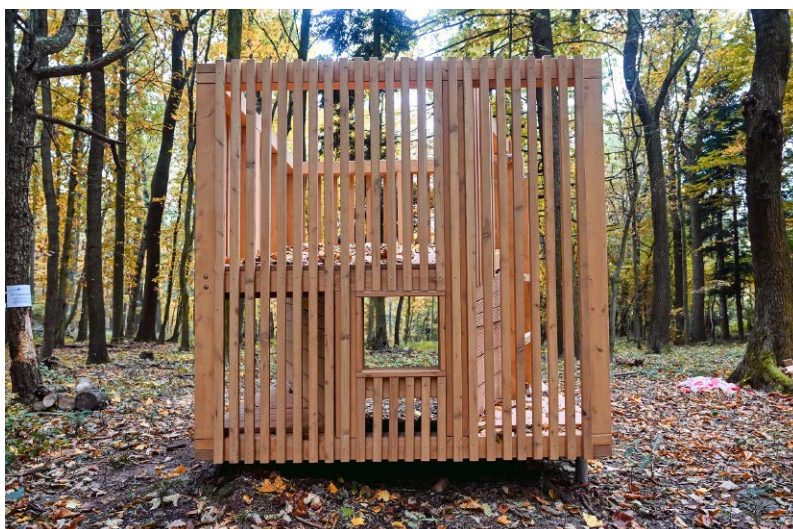
### Hracie prvky na Náučno-zážitkovom chodníku Driny

KOCR Trnavský kraj realizovala v priebehu roka 2025 projekt s názvom **Zážitkové vzdelávanie s hernými prvkami**, ktorého cieľom je zvýšenie atraktívnosti v oblasti prírodného turizmu a priblíženie prírodného dedičstva obyvateľom i návštevníkom v Smolenickom krase (CHKO Malé Karpaty) a v obci Nová Lhota (CHKO Biele Karpaty).

Súčasťou projektu je rozšírenie náučného chodníka Smolenický kras, a rozptýlenie turistov do širšieho okolia jaskyne. Umožňujú to zážitkové hracie prvky s nápaditým architektonickým riešením od štúdia Woven.

Výška finančného príspevku z EFRR, Programu cezhraničnej spolupráce INTERREG Slovensko – Česko je 48 802 € na realizáciu aktivít Malého Projektu.

Oprávnené výdavky: 61 002,50 €  
Finančný príspevok: 48 802 €  
Vlastné zdroje: 4 880,20 €



## Dom hudby a jeho príbehy

KOCR Trnavský kraj v decembri 2025 uspela na Fonde na podporu cestovného ruchu s projektom rekonštrukcie historických pivničných priestorov Domu hudby Mikuláša Schneidera Trnavského. V rámci projektu vznikne **v spolupráci so župným Západoslovenským múzeom a Trnavským osvetovým strediskom** interaktívna multimedialná prezentácia, ktorá prostredníctvom digitálnych technológií sprístupní návštevníkom kultúrne dedičstvo zážitkovou formou.

Oprávnené výdavky: 316 355,15 €

Celková výška finančného príspevku: 284 706,15 €

Vlastné zdroje: 31 650 €

## Altánok na Vlčiarni – moderná rekreačná lokalita

V rámci výzvy Fondu na podporu cestovného ruchu uspela aj výstavba nového altánku v lokalite Vlčiareň v Smolenickom krase. Táto drevostavba poskytne vďaka nápaditému architektonickému riešeniu aj vyhliadku na okolitú krajinu. Zároveň poslúži výletníkom na oddych, ale bude vhodná aj na vzdelávanie v prírode. KOCR Trnavský kraj ju v spolupráci s Lesmi SR plánuje využívať aj na edukatívne programy.

Oprávnené výdavky: 97 044,40 €

Celková výška finančného príspevku: 87 339,96 €

Vlastné zdroje: 9 704,44 €



## Útulňa Jozefa Maka – starostlivosť o turistickú infraštruktúru

Starostlivosť o Útulňu J. Maka zabezpečuje KOCR Trnavský kraj v spolupráci s Klubom slovesných turistov. Jedným z opatrení, realizovaných v roku 2025, bolo príležitostné vyhotovovanie mediálneho záznamu z lokality Mihalinová s cieľom udržiavania poriadku v okolí útulne. **Realizované boli aj drobné opravy.** Dobrovoľnícka brigáda, ktorá sa konala 24. októbra 2025, pripravila útulňu na zimnú sezónu. Brigádu zorganizovali Trnavský samosprávny kraj a KOCR Trnavský kraj s cieľom poukázať na význam udržateľnosti v cestovnom ruchu.



## Spolupráce v rámci budovania infraštruktúry

### Cyrlometodská kultúrna cesta

KOCR Trnavský kraj bola aj v roku 2025 zapojená do projektu, ktorý je súčasťou rozsiahlejšej siete európskych kultúrnych ciest s výrazným turistickým potenciálom. KOCR Trnavský kraj naštartovala koordináciu školení pre turistických sprievodcov, ktoré sú zamerané na Cyrilo-metodskú cestu. Ich cieľom je zlepšenie kvality a dostupnosti sprievodcovských služieb. Po úspešnom absolvovaní školenia získajú účastníci certifikát turistického sprievodcu Cyrilo-metodskej cesty.

Uskutočnilo sa tiež stretnutie so zástupcami Slovenského domu Centrope, na ktorom bolo dohodnuté vytvorenie dvoch "pútnických informačných centier" (Trnava a Šaštín-Stráže) s cieľom motivovať pútnikov k tzv. hviezdicovým výletom. KOCR Trnavský kraj sa bude podieľať aj na príprave mestskej hry v Trnave zameranej na túto tematiku, ako aj na tvorbe printového propagačného materiálu s témou Cyrilo-metodskej cesty.

### Platforma Voda a víno

V roku 2025 KOCR Trnavský kraj realizovala zapojenie vinárov z Trnavského kraja do destinačného produktu Otvorené viechy, ktorý iniciovala OOCR Malé Karpaty. Vinári z Malokarpatskej oblasti počas letnej sezóny sprístupnili svoje vinárstvá turistom a osobne im predstavili svoje produkty.

Z územia Trnavského kraja sa zapojilo 6 vinárstiev. Prostredníctvom kampane na sociálnych sieťach zabezpečila KOCR Trnavský kraj propagáciu tohto produktu na domácom i vybraných zahraničných trhoch (Poľsko, Česká republika). Vznikli tiež fotografie z vinárstiev, ktoré budú použité aj na ďalšiu propagáciu vinárskeho turizmu v destinácii.

V nadväznosti na tieto aktivity sa KOCR Trnavský kraj v roku 2025 zapojila aj do spolupráce pri realizácii prvého ročníka Malokarpatského salónu vín, ktorý sa konal v Kaštieli Modra a bol zameraný na spoločnú prezentáciu Malokarpatskej vinohradníckej oblasti bez ohľadu na administratívne hranice. Podujatie, iniciované Bratislavským a Trnavským samosprávnym krajom, vytvorilo základ pre budovanie ucelenej vinárskej destinácie s cieľom systematickej podpory vinohradníctva, vinárstva a vinárskeho turizmu ako významnej súčasť kultúrneho dedičstva a ekonomického potenciálu regiónu.



## 1.2 Schéma pomoci pre OOCR

KOCR Trnavský kraj v roku 2025 spolupracovala s **Krajskou inovačnou a rozvojovou agentúrou (KIRA)**, ktorá je členom všetkých piatich oblastných organizácií cestovného ruchu pôsobiach na území Trnavského kraja. Na základe toho majú OOCR možnosť čerpať finančné prostriedky zo Schémy pomoci určené na rozvoj cestovného ruchu.

V roku 2025 KOCR Trnavský kraj zabezpečovala medializáciu 8 realizovaných projektov.

### Fontánka pri soche barlolámača, OOCR Rezort Piešťany

V roku 2025 prešla fontánka pri soche Barlolámača – významnou obnovou, ktorá rešpektovala **pôvodný architektonický návrh** architekta Emila Belluša. Rekonštrukcia podnožia sochy vyriešila nevyhovujúci technický stav a priniesla aj nové vodné efekty symbolizujúce vyvieranie liečivej termálnej vody.

Obnova prebehla s dôrazom na historickú vernosť pôvodných povrchov a doplnenie autentických prvkov. Výsledkom je dôstojne obnovený symbol Piešťan, ktorý posilní kultúrnu hodnotu destinácie a jej atraktivitu pre domácich aj zahraničných návštevníkov.

**Trnavský samosprávny kraj** prispel prostredníctvom KIRA na tento projekt sumou **30 000 €**.

### Pódium v Dunajskej Strede, OOCR Žitný ostrov

V roku 2025 bolo v Dunajskej Strede dokončené zmodernizované vonkajšie javisko pred Mestským kultúrnym strediskom Benedeka Csaplára, ktoré je **novým kultúrnym priestorom** pre miestne podujatia aj festivaly s medzinárodným presahom.

Rekonštrukcia zahŕňala kompletnú obnovu javiska a doplnenie vybavenia, vďaka čomu sa zvýšil komfort pre účinkujúcich aj návštevníkov. Nové javisko prispeje k oživeniu kultúrneho života, podpore tradičných podujatí a posilní identitu Dunajskej Stredy ako kultúrneho a turistického centra Žitného ostrova.

**Trnavský samosprávny kraj** prispel prostredníctvom KIRA na tento projekt sumou **15 732 €**.



### Kostýmy pre komentované prehliadky, OOCR Záhorie

V lete 2025 bola ponuka cestovného ruchu v kúpeľnej obci Smrdáky rozšírená o komentované prehliadky so sprievodcami v historických kostýmoch, ktoré čerpali z módy obdobia romantizmu. Prvé prehliadky s názvom **Zrod Smrdák**, vedené dvojicou skúsených sprievodcov, sa uskutočnili v auguste a návštevníkom priblížili vznik kúpeľov aj obce pútavou, zážitkovou formou. Projekt spojil modernú interpretáciu histórie s aktívnym trávením voľného času.

**Trnavský samosprávny kraj** prispel prostredníctvom KIRA na tento projekt sumou **4 000 €**.



### Zlepšenie cyklistickej infraštruktúry, OOCR Záhorie

V rámci tohto projektu pribudli v roku 2025 v turisticky vyhľadávaných lokalitách Záhoria (pri železničnej stanici v Senici, pri golfovom ihrisku v Šajdíkove Humence, v Smrdáky, pod hrad Branč a pri rekreačnej oblasti Gazárka) **informačné tabule** s mapami pre cyklistov i peších výletníkov. Každá z nich je prispôbená danej lokalite.

**Trnavský samosprávny kraj** prispel prostredníctvom KIRA na tento projekt sumou **5 000 €**.

### Atrakcie pre vodné plochy, OOCR Záhorie

Na Kunovskej priehrade pribudli v júni 2025 nové vodné atrakcie iMatJet, ktoré rozširujú ponuku tejto vyhľadávanej rekreačnej oblasti. Tieto plávajúce platformy **spájajú relax a zábavu**. Ide o koncept, ktorý je na Slovensku novinkou a má potenciál prilákať nových návštevníkov.

Trnavský samosprávny kraj prispel prostredníctvom KIRA na tento projekt sumou **10 000 €**.

## Okná do minulosti, OOCR Záhorie

Tento projekt priniesol v máji 2025 do historického centra Skalice netradičný spôsob **prezentácie mestských dejín**. Sklenené tabule s dobovými fotografiami a líniovými kresbami priblížili podobu pamiatok, ktoré sa v priebehu času zmenili alebo zanikli. Okná do minulosti sa stali súčasťou sprievodcovských služieb Turistickej informačnej kancelárie Skalica.

**Trnavský samosprávny kraj** prispel prostredníctvom KIRA na tento projekt sumou **5 980,80 €**.



## Nabíjacie stanice, OOCR Matúšova zem

Vybudovanie elektronabíjajúcich staníc v areáli AVA Thermalpark Diakovce bolo v roku 2025 realizované ako reakcia na rastúci dopyt po udržateľnej doprave. Projekt priniesol nové nabíjacie možnosti **pre elektromobily aj elektrické bicykle** na verejnom parkovisku pred areálom termálneho kúpaliska, ktoré ročne navštívi približne 120-tisíc návštevníkov. Inštalované boli nabíjacie stanice s výkonom 2x22 kW pre elektromobily a samostatná stanica pre štyri elektrobicykle. Projekt prispel k zvýšeniu komfortu návštevníkov, podpore cykloturizmu a k posilneniu environmentálne šetrných foriem mobility, čím zvýšil atraktivitu kúpeľného zariadenia aj celého regiónu.

**Trnavský samosprávny kraj** prispel prostredníctvom KIRA na tento projekt sumou **10 200 €**.

## Cyklistika je naša vášeň, OOCR Matúšova zem

Projekt bol zameraný na budovanie oddychových zón, solárnych nabíjajúcich staníc pre elektrobicykle, cykloservisných stojanov, mobiliáru a jednotného cyklistického značenia **v Dolnej Strede, Veľkých Úľanoch a Tomášikove**. Projekt zároveň podporil dostupnosť kultúrnych pamiatok na elektrobicykloch a prispel k lepšej orientácii na trasách v súlade s technickými normami, čím posilnil atraktivitu regiónu.

**Trnavský samosprávny kraj** prispel prostredníctvom KIRA na tento projekt sumou **53 400 €**.



### 1.3 Priama letecká linka

V júni 2025 vstúpilo priame letecké spojenie Tel Aviv – Piešťany do svojej tretej sezóny. Linka efektívne využíva kapacity medzinárodného **Letiska Piešťany** – dopravnej infraštruktúry, ktorá je jedným z pilierov rozvoja destinácie.

KOCR Trnavský kraj s podporou **Trnavského samosprávneho kraja** dlhodobo realizuje aktivity smerujúce k využitiu letiska pre príjazdový cestovný ruch. Aj počas tretej sezóny **pokračovala systematická prezentácia destinácie** Trnavský kraj zážitkov / Experience Trnava Region na **izraelskom trhu**.

Letecká linka bola prevádzkovaná v spolupráci s izraelským partnerom Overseas Travel Ltd., ktorý ponúkal komplexné pobytové balíčky zahŕňajúce letenky, ubytovanie, kúpeľné procedúry a tematické voľnočasové aktivity. Súčasťou podpory spojenia bola aj cielená marketingová kampaň a zabezpečenie sprievodných služieb pre návštevníkov, vrátane sprostredkovania prenájmu vozidiel, čo prispelo k ich komfortnému pohybu v destinácii.

Trvanie sezóny: 1. 6. – 16. 10. 2025

Počet letov: 36

Počet cestujúcich: 3 755



## 1.4 Podpora atraktivít a spolupráce s OOCR

### 1.4.1 Realizácia autorských produktov

S cieľom prezentovať Trnavský kraj zážitkov ako **atraktívnu výletnú destináciu** pokračovala KOOCR Trnavský kraj aj v roku 2025 v realizácii vlastných produktov cestovného ruchu, ktoré:

- budujú imidž destinácie,
- rozširujú povedomie o destinácii,
- zvyšujú návštevnosť jednotlivých lokalít,
- zatraktívňujú koncové miesta destinácie pre návštevníkov,
- prispievajú k lepšej vybavenosti a skvalitňovaniu služieb.

### Produktová línia Príroda a voda

V rámci tejto produktovej línie prezentovala KOOCR Trnavský kraj prírodné zaujímavosti destinácie prostredníctvom vlastných produktov, ktoré boli realizované v spolupráci s lokálnymi partnermi.

#### Lesopotulky

Jarná séria: 22. marec – 19. apríl 2025

Jesenná séria: 4. október – 1. november 2025

Zážitkové výlety zamerané na podporu pešej turistiky v Trnavskom kraji a na objavovanie známych aj menej známych prírodných zaujímavostí. Spolu bolo realizovaných 6 tematických výletov. Program bol určený pre jednotlivcov, páry aj rodiny s deťmi a mal formu poldenného výletu so sprievodcom. Obsahovo sa Lesopotulky sústredili na geológiu, zoológiu, ornitológiu a prírodné procesy v krajine, pričom odborný výklad zabezpečovali skúsení geológovia, zoológovia a ornitológovia.

Marketingová podpora Lesopotuliek prebiehala prostredníctvom sociálnych sietí, tlačových správ a plagátov, pričom bola zameraná na systematické budovanie povedomia značky Trnavský kraj zážitkov. V roku 2025 sa Lesopotuliek zúčastnilo spolu 98 návštevníkov, z toho 56 počas jarnej série a 42 počas jesennej série, pričom priemerná návštevnosť dosiahla 16,3 osoby na jednu potulku, čo predstavuje nárast v porovnaní s predchádzajúcimi rokmi. Spätná väzba od účastníkov potvrdila vysokú mieru spokojnosti, najmä s odborným výkladom a výberom lokalít.



## Splavy

**S Vesnou na vodu: 26. apríla a 8. júna**

**Svetlonos na splave: 25. októbra**

KOCR Trnavský kraj v spolupráci s lokálnymi splavovateľmi pripravila v roku 2025 dve podujatia zamerané na podporu vodáckeho turizmu a aktívneho trávenia voľného času v prírode. Splavy boli realizované na troch vodných tokoch Trnavského kraja – Váh, Malý Dunaj a Dunajské ramená, teda na území troch oblastných organizácií cestovného ruchu (Rezort Piešťany, Matúšova zem, Žitný ostrov). Cieľom podujatí bolo prezentovať partnerov v destinácii, podporiť návštevnosť prírodných a technických pamiatok, rozvíjať vodácku infraštruktúru a ponúknuť návštevníkom atraktívny poldenný zážitok spájajúci šport a spoznávanie regiónov.

Otváranie vodáckej sezóny S Vesnou na vodu sa uskutočnilo 26. apríla (Váh), resp. 8. júna 2025 (Dunajské ramená a Malý Dunaj – pri príležitosti otvorenia zrekonštruovaného Vodného mlyna Tomášikovo). Na týchto dvoch vodách išlo o náhradný termín, nakoľko v tom pôvodnom konaní splavov neumožňovali opatrenia súvisiace s ochorením slintačka a krívačka. Počet účastníkov v náhradnom termíne ovplyvnilo nepriaznivé počasie. S Vesnou na vodu sa v roku 2025 vydalo dohromady 50 výletníkov.

Zatváranie vodáckej sezóny Svetlonos na splave sa konalo 25. októbra 2025 na Malom Dunaji a Dunajských ramenách. Dohromady sa týchto dvoch splavov zúčastnilo 52 ľudí.

Marketingová podpora splavov, ktorá zároveň posilňovala povedomie o možnosti splavovať rieky v Trnavskom kraji v období od jari do jesene, prebiehala prostredníctvom sociálnych sietí, online portálov, tlačových správ a plagátov, pričom sa zapojili aj partnerské oblastné organizácie cestovného ruchu a samotní splavovatelia.



## TurboVýlet

19. júla, 16. augusta, 6. septembra, 20. septembra a 4. októbra

TurboVýlet je celodenný zážitkový produkt KOČR Trnavský kraj zameraný na podporu návštevnosti Žitného ostrova. Program spájal exkurziu na Vodnom diele Gabčíkovo, výklad počas cesty autobusom a relax v termalparkoch vo Veľkom Mederi alebo v Dunajskej Strede. Produkt bol určený pre rodiny s deťmi, páry aj jednotlivcov a v porovnaní s predchádzajúcim rokom bol rozšírený aj o mimosezónne termíny. V roku 2025 bolo naplánovaných 8 termínov, pričom tri termíny boli zrušené (7. 6., 21. 6. a 18. 10.) z dôvodu nízkeho záujmu. TurboVýletov sa zúčastnilo spolu 150 platiacich účastníkov, pričom celková obsadenosť dosiahla 65,5 % kapacity. Napriek zrušeným termínom produkt potvrdil svoj potenciál ako kombinovaný zážitkový výlet, s veľmi pozitívnou spätnou väzbou účastníkov najmä na exkurziu vo Vodnom diele Gabčíkovo a spojenie poznávania s relaxom.



## Produktová línia Kultúra, tradície a história

V rámci tejto produktovej línie predstavila KOČR Trnavský kraj v roku 2025 kultúrno-historické atraktivity kraja prostredníctvom zážitkových podujatí v Piešťanoch a v Dolnej Krupej.

### Rozárium hudby

**13. septembra**

Zážitkové popoludnie spojené s večerným koncertom pod holým nebom prepája hudobné dedičstvo, historickú architektúru a príbeh Ludwiga van Beethovena, ktorý je s touto lokalitou úzko spätý. Prvýkrát sa Rozárium hudby konalo aj v priestoroch Kaštieľa Dolná Krupá (nielen v jeho areáli) a jeho súčasťou boli aj komentované prehliadky interiéru v spolupráci so SNM-Hudobné múzeum.

Program pozostával zo sprievodných aktivít počas dňa (komentované prehliadky kaštieľa a parku, čítanie z Beethovenovej korešpondencie, komorné koncerty, degustácia vína) a z večerného koncertu klasickej hudby v interpretácii renomovaných domácich a zahraničných umelcov.

Podujatia sa zúčastnilo spolu 292 návštevníkov, pričom kapacita (300 osôb) bola naplnená takmer na 100 %. Predaných bolo 201 vstupeniiek (online aj na mieste), ďalších 91 účastníkov tvorili pozvaní hostia. Boli medzi nimi aj novinári z Nemecka. Rozárium hudby potvrdilo stabilný záujem publika o podujatie, ktoré systematicky prispieva k zviditeľňovaniu turisticky atraktívnej lokality s kultúrnym dedičstvom európskeho významu.

Marketing: sociálne siete, tlačové správy, rozhlasové spoty, citylighty, plagáty.



## Piešťany podľa Wintera

Jarná sezóna: 20. 3., 29. 3., 31. 3., 3. 4., 12. 4., 26. 4., 21. 5.

Jesenná sezóna: 24. 9. a 11. 10.

Na základe pozitívnej odozvy v predchádzajúcich sezónach pokračovala KOČR Trnavský kraj v roku 2025 v realizácii zážitkových prehliadok Piešťany podľa Wintera. Produkt ponúka spoznávanie príbehu budovateľa piešťanských kúpeľov Ľudovíta Wintera formou audiohry v slúchadlách, doplnenej o živé herecké vstupy. V jarnej a jesennej sezóne 2025 bola prehliadka dostupná aj v maďarskej a anglickej jazykovej mutácii, čím sa posilnil záujem zahraničných návštevníkov a skupín študentov. Jesenná sezóna bola nútené skrátená kvôli uzatvoreniu Kolonádového mosta.

Cieľom produktu je ponúkať atraktívny kultúrny program aj mimo hlavnej turistickej sezóny. V jarnej sezóne 2025 sa verejných termínov zúčastnilo 153 účastníkov, pričom celková návštevnosť bola navýšená aj o špeciálne termíny a skupinové prehliadky (207 osôb). Na jar Piešťany podľa Wintera zažilo dohromady 360 ľudí. V jesenných termínoch prehliadku absolvovalo 136 ľudí, a aj tie, ktoré sa nemohli uskutočniť, boli takmer vypredané.

Pozitívna spätná väzba potvrdila vysokú mieru spokojnosti najmä s hereckými výkonmi, atmosférou, umeleckým spracovaním audiohry a celkovou organizáciou podujatia. Zážitkové prehliadky tak aj v roku 2025 prispeli k posilneniu kultúrnej ponuky Piešťan a k budovaniu imidžu Trnavského kraja zážitkov ako destinácie ponúkajúcej kvalitné a inovatívne produkty cestovného ruchu.



## 1.4.2 Partnerstvá a spolupráce

### Krupanská fčela

Počas víkendov v období od 3. 5. do 29. 6.

V roku 2025 bol v spolupráci KOČR Trnavský kraj a OOCR Trnava Tourism realizovaný kooperačný projekt kyvadlovej dopravy Krupanská fčela, ktorý zabezpečoval bezplatnú a ekologickú spojenie medzi Trnavou a Dolnou Krupou. Cieľom projektu bolo zlepšiť dostupnosť kultúrnych a historických zaujímavostí tejto obce, zvýšiť návštevnosť a vytvoriť ucelený produkt prepájajúci dopravu s tematickými prehliadkami.

Kyvadlová doprava premávala každý víkend od 3. mája do 29. júna 2025 (spolu 18 dní) a využilo ju 1 740 cestujúcich. Kooperačný projekt spolufinancovaný Ministerstvom cestovného ruchu a športu SR prispel k zlepšeniu dostupnosti Dolnej Krupovej pre turistov, k podpore ekologickej dopravy a k prehĺbeniu spolupráce medzi aktérmi cestovného ruchu.



### Smolenická fčela

Počas víkendov v období od 31. 5. do 31. 8.

Kooperačný projekt realizovaný v spolupráci s OOCR Trnava Tourism a podporený Ministerstvom cestovného ruchu a športu SR nadväzoval na dve predchádzajúce sezóny kyvadlovej dopravy medzi železničnou stanicou Smolenice a atrakciami tejto obce i jej okolia. Cieľom bolo podporiť udržateľnú mobilitu v turisticky exponovanej lokalite, motivovať návštevníkov využívať vlakové spojenie v kombinácii s nadväzujúcou kyvadlovou dopravou a znížiť dopravnú zataženosť obce počas letnej sezóny.

Autobusové spoje boli časovo naviazané na príchody vlakov z Trnavy aj smerom zo Záhoria. V roku 2025 využilo Smolenickú fčelu spolu 2 785 cestujúcich, čím projekt opätovne potvrdil svoj význam pri podpore udržateľného cestovného ruchu, prepájajúci regiónov a rozvoji ekologických foriem dopravy v Trnavskom kraji.



## Pro Musica Nostra

16. – 22. júna

Aj v roku 2025 podporila KOČR Trnavský kraj realizáciu festivalu Pro Musica Nostra Tyrnaviensi, ktorý každoročne organizuje Hudobné centrum. Základnou ideou projektu je prezentácia klasickej hudby a prepájanie umeleckého zážitku s objavovaním výnimočných lokalít.

Počas siedmich koncertov v Holiciach, Lančári, Tomášikove, Voderadoch, Piešťanoch, Trnave a Smoleniciach sa predstavili domáci i zahraniční umelci z viacerých európskych krajín. Koncerty navštívilo dohromady 530 platiacich návštevníkov, pričom niektoré koncerty boli zdarma. Festival ponúkol diela od obdobia baroka až po súčasnosť a prispel k rozšíreniu kultúrnej ponuky destinácie.

Marketingová komunikácia prebiehala prostredníctvom online kanálov (web, Facebook, Instagram), pričom bolo zverejnených 14 platených príspevkov. Festival tak aj v roku 2025 posilnil imidž Trnavského kraja ako destinácie plnej kvalitných kultúrnych podujatí.



## Muchova cesta

30. apríla – 31. októbra

Výstava Alfons Mucha a folklór bola súčasťou projektu Muchova cesta, ktorého partnerom je okrem Slovenských liečebných kúpeľov Piešťany / Ensana a Trnavského samosprávneho kraja aj KOČR Trnavský kraj. Išlo o tretiu výstavu diel svetoznámeho umelca v priestoroch Napoleonských kúpeľov. Nadácia Mucha, ktorá spravuje umelcovu pozostalosť, na nej spolupracovala aj so župným Balneologickým múzeom Imricha Wintera. KOČR Trnavský kraj pomáhala s mediálnou a marketingovou podporou výstavy (sociálne siete, fam a press tripy). V praxi sa osvedčilo aj odporúčanie navštíviť výstavu účastníkom zážitkových prehliadok Piešťany podľa Wintera – s upozornením na osobnú blízkosť Ľudovíta Wintera a Alfonsa Muchu.



## Festival letectva

15. – 16. júna

V spolupráci s Trnavským samosprávnym krajom pripravila KOOCR Trnavský kraj pre návštevníkov jedného z najväčších podujatí v destinácii Infozónu, ktorá slúžila ako oddychový a informačný priestor poskytujúci praktické rady, tipy na výlety a drobné nápadité darčeky, ako napríklad vejáriky či šiltovky. Podujatie zaznamenalo vysoký záujem verejnosti – sobotnú leteckú show navštívilo viac ako 25-tisíc ľudí a ďalších 7-tisíc návštevníkov prišlo v nedeľu, keď bol program zameraný najmä na rodiny s deťmi. Prezentácia na festivale prispela k posilneniu povedomia o Trnavskom kraji zážitkov ako dostupnej výletnej destinácii, ktorú si užijú najmä rodiny s deťmi.



## Art Nouveau Festival Piešťany

19. – 22. júna

Prostredníctvom marketingových aktivít a komunikácie s médiami podporila KOOCR Trnavský kraj podujatie Art Nouveau Festival, na ktorého príprave sa podieľalo aj župné Balneologické múzeum Imricha Wintera. Cieľom podujatia je predstaviť secesné skvosty kúpeľného mesta Piešťany. Súčasťou štvrtého ročníka boli rôzne aktivity edukatívneho a kultúrneho charakteru. Program ponúkol aj prehliadku mesta so „živými obrazmi“.

## Deň otvorených dverí TTSK

6. september

KOOCR sa zapája prezentáciou svojich aktivít a zážitkových produktov aj do župnej akcie Deň otvorených dverí TTSK. Návštevníci sa pri tejto príležitosti dozvedeli o podujatiach, zážitkoch a tipoch na výlety v kraji. Prostredníctvom kalendára podujatí na druhú polovicu roka boli prezentované aktivity oblastných organizácií cestovného ruchu pôsobiach na území Trnavského kraja, ako aj ďalších partnerov v destinácii. Podujatie navštívilo 4 500 až 5 000 ľudí.



## MFF Cinematik

10. – 15. september

KOCR Trnavský kraj bola partnerom 20. ročníka Medzinárodného filmového festivalu Cinematik, ktorý sa každoročne koná v Piešťanoch a patrí medzi najväčšie filmové podujatia na Slovensku. Prostredníctvom sTTánočku pred Domom umenia bola návštevníkom Cinematiku predstavená destinačná ponuka. Pred vybranými projekciami bolo premietané krátke video na tému výletov za filmovými lokalitami v Trnavskom kraji. Festival zaznamenal 20 439 návštev filmových projekcií.



Cinematik

20 439  
návštevníkov

## Kultúra spája, Galanta

27. – 28. júna

Program podujatia kombinoval hudbu, folklór, remeslá a regionálne tradície s cieľom prezentovať kultúrnu rozmanitosť územia OOCR Matúšova zem širokej verejnosti. Jeho podpora prispela k posilneniu lokálnej identity, zvýšeniu návštevnosti mesta Galanta a zatraktívneniu destinácie prostredníctvom autentických kultúrnych zážitkov.

Kultúra spája

3 670  
návštevníkov

## Dni Dolnosalibskej jurty, Dolné Saliby

27. – 29. júna

Podujatie predstavilo tradičný život, remeslá a zvyky na území OOCR Matúšova zem prostredníctvom kultúrneho programu, prednášok, ale aj ekumenickej bohoslužby. Podpora podujatia zo strany KOCR Trnavský kraj prispela k rozvoju vidieckeho cestovného ruchu a k prezentácii Dolných Salíb ako miesta so živými tradíciami.

Dni Dolno-  
salibskej jurty

4 500  
návštevníkov

## Rozlúčka s letom, Sládkovičovo

30. augusta

Podujatie bolo zamerané na rodiny s deťmi a ponúklo kultúrno-spoločenský program zameraný na budovanie lokálnych komunít a posilnenie postavenia mesta Sládkovičovo ako regionálneho kultúrneho centra s turistickým potenciálom.

Rozlúčka  
s letom

500  
návštevníkov

## Dedičstvo víťazov, Tomášikovo

13. septembra

Podujatie Dedičstvo víťazov prezentovalo historické a kultúrne hodnoty regiónu prostredníctvom tematických programov, ktoré približovali minulosť a tradície na území OOCR Matúšova zem. Podpora podujatia prispela k zvýšeniu povedomia o historickom dedičstve Tomášikova.

Dedičstvo  
víťazov

1 100  
návštevníkov

## Žitnoostrovský jarmok

17. – 20. septembra

Žitnoostrovský jarmok je tradičné regionálne podujatie zamerané na prezentáciu ľudových remesiel, gastronómie a kultúrnych tradícií územia OOCR Žitný ostrov. Jeho podpora prispela k zvýšeniu návštevnosti mesta Dunajská Streda.

### Gastro Matyus fest, Veľké Úľany

11. októbra

Festival bol zameraný na prezentáciu regionálnej gastronómie a tradičných receptov OOC Matúšova zem. Podujatie podporilo rozvoj gastronomického cestovného ruchu, zvýšilo záujem o lokálne produkty a posilnilo vnímanie regiónu ako destinácie autentických chuťových zážitkov.



### 1.4.3 Kooperačné projekty

V roku 2025 realizovala KOOCR Trnavský kraj v spolupráci s partnerskými organizáciami cestovného ruchu tri kooperačné projekty podporené Ministerstvom cestovného ruchu a športu SR. Projekty boli zamerané na rozvoj týchto tém: wellness a kúpeľníctvo, kultúra a pamiatky a enogastro a vinársky cestovný ruch.

Spoločným menovateľom kooperačných projektov bola spolupráca naprieč územím, systematický destinačný marketing a vytváranie dlhodobu udržateľnej turistickej ponuky.

#### Kraj bohatý na geotermálne a minerálne pramene, tradíciu kúpeľníctva a ponuku wellness a relax

Kooperačný projekt realizovaný v spolupráci KOOCR Trnavský kraj, OOCR Rezort Piešťany a OOCR Žitný ostrov bol zameraný na rozvoj a medzinárodnú prezentáciu wellness a kúpeľnej línie destinácie. Projekt nadviazal na predchádzajúce marketingové aktivity reagujúce na rastúci dopyt po produktoch zdravotného a wellness cestovného ruchu, najmä zo zahraničných trhov.

Úlohou KOOCR Trnavský kraj bola koordinácia spoločnej marketingovej stratégie a realizácia PR a B2B aktivít zameraných na prezentáciu ucelenej ponuky prírodných liečebných kúpeľov, termálnych kúpalísk, relaxačných zariadení a doplnkových kultúrnych a prírodných atraktivít. Kľúčovou aktivitou bolo zahraničné zastúpenie destinácie na trhoch krajín Perzského zálivu (GCC) prostredníctvom spoločnosti Aviareps, ktorá zabezpečovala odborné poradenstvo, mediálnu komunikáciu, spoluprácu s touroperátormi a rozvoj obchodných vzťahov.

Projekt prispel k posilneniu konkurencieschopnosti Trnavského kraja ako kvalitnej wellness a kúpeľnej destinácie, k diverzifikácii cieľových skupín a k budovaniu jeho medzinárodného imidžu.

## Rozvojová línia Kultúra a pamiatky postavená na jedinečnej kultúrnej rozmanitosti Trnavského kraja

Projekt realizovaný v spolupráci KOČR Trnavský kraj, OOCR Žitný ostrov a OOCR Rezort Piešťany sa sústredil na systematický rozvoj kultúrneho potenciálu destinácie a na zlepšenie dostupnosti kultúrnych lokalít prostredníctvom udržateľných foriem dopravy.

KOČR Trnavský kraj sa v projekte zamerala najmä na marketingovú podporu dvoch kľúčových produktov – shuttle busov na Žitnom ostrove a výletov Hop and Chill v Rezorte Piešťany (múzeum Za krakovskú bránu, župná Hvezdáreň M. R. Štefánika, Hlohovský zámok). Cieľom bolo motivovať návštevníkov k objavovaniu menej známych lokalít bez potreby individuálnej automobilovej dopravy a zároveň obohatiť pobyt kúpeľných hostí o dostupné kultúrne zážitky.

Marketingová komunikácia prebiehala prostredníctvom online kampaní na sociálnych sieťach, produkcie audiovizuálneho obsahu, outdoorovej reklamy a tlačenej médií. Projekt vytvoril základ pre ďalší rozvoj podobných produktov, posilnil spoluprácu medzi partnermi v území a prispel k zvýšeniu atraktivity kultúrnej ponuky Trnavského kraja.



## Rozvojová línia gastronómia a zvýšenie atraktivity ponuky vinárskeho cestovného ruchu

Tretí kooperačný projekt bol realizovaný v širokom partnerstve KOČR Trnavský kraj, KOČR Bratislava Region Tourism a viacerých oblastných organizácií cestovného ruchu s cieľom vytvoriť ucelenú vinársku destináciu Malé Karpaty bez ohľadu na administratívne hranice samosprávnych krajov.

KOČR Trnavský kraj sa spolupodieľala na budovaní spoločnej značky vinárskej destinácie a na príprave strategických dokumentov nevyhnutných pre dlhodobý rozvoj spoločnej vinárskej destinácie. Kľúčovými výstupmi projektu boli nová destinačná značka Malé Karpaty, webová stránka malekarpаты.wine, zmapovanie celého územia Malokarpatskej vinohradníckej oblasti, získanie spätnej väzby od vinárov, vinohradníkov a vinárskych zväzov. S cieľom, aby návštevník nevnímal administratívne hranice, ale zážitkovú ponuku vinárskej destinácie, vznikla aj marketingová stratégia.

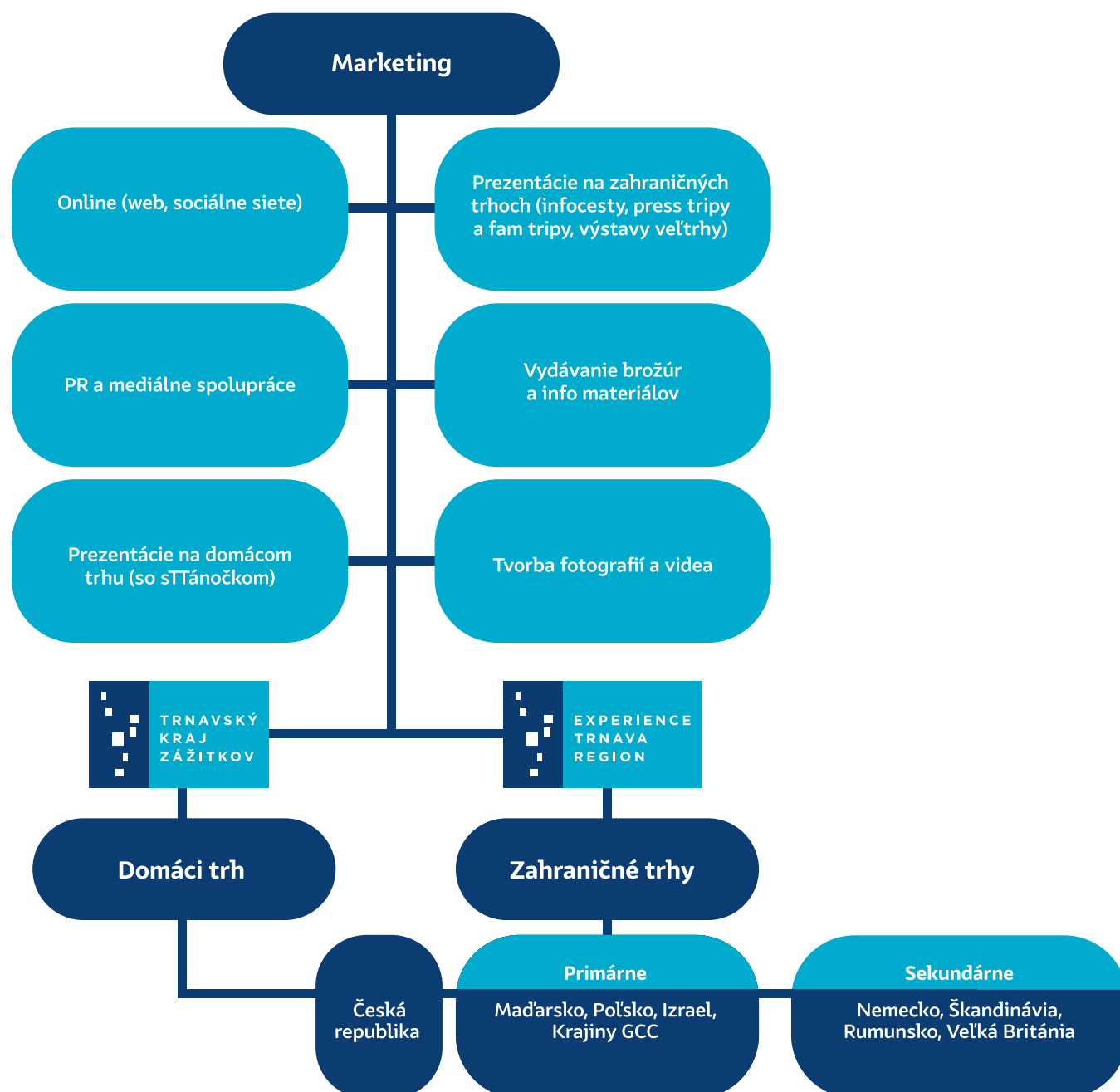
Projekt položil odborné a koncepčné základy pre koordinovaný rozvoj enogastro ponuky, prepojil organizácie cestovného ruchu s vinármi a profesionálnymi združeniami a vytvoril predpoklady na zvýšenie poznateľnosti Malokarpatskej vinohradníckej oblasti na domácom aj na zahraničných trhoch.



## 2 Marketing

V rámci komunikácie smerom k návštevníkom zo Slovenska pokračovala KOOCR Trnavský kraj v systematickom budovaní značky Trnavský kraj zážitkov ako atraktívnej výletnej destinácie, a to v súlade s tromi nosnými produktovými líniami.

Rovnaký komunikačný prístup bol uplatňovaný aj na českom trhu, kde sa využíva jazyková a geografická blízkosť. **Česká republika** je z pohľadu návštevnosti najdôležitejším zahraničným trhom. Vzhľadom na požiadavky členských OOCR, štatistiky návštevnosti a geografickú blízkosť sústreďuje KOOCR Trnavský kraj svoje marketingové aktivity aj na prihraničné oblasti **Maďarska** a **Poľska**. Destinácia je tam prezentovaná podobne ako na ďalších zahraničných trhoch prostredníctvom značky Experience Trnava Region. Medzi dôležité zahraničné trhy aj v roku 2025 patrili **Izrael** a vybrané krajiny Perzského zálivu, a to vzhľadom na potenciál návštevníckej infraštruktúry v podobe medzinárodného letiska v Piešťanoch, ktorého majoritným akcionárom je Trnavský samosprávny kraj.



## 2.1 Domáci trh

Vizuálna identita značky Trnavský kraj zážitkov zostala aj v roku 2025 jedným z pilierov marketingovej komunikácie na domácom trhu. Dlhodobo konzistentný vizuálny štýl prispieva k stabilnému ukotveniu značky. Cieľom marketingu na domácom trhu je vnímanie Trnavského kraja výletnej a zážitkovej destinácie.

Marketingový mix využívaný počas roka 2025 (podobne ako v predchádzajúcich rokoch) zahŕňal:

- digitálne médiá (sociálne siete, web krajzazitkov.sk),
- spoluprácu s médiami, blogermi a influencerami (Jesika Žáková, Balázs Szarka),
- využívanie out-of-home reklamných nosičov
- prezentácie so sTÁnočkom na rôznych podujatiach
- printové materiály

Komunikačné aktivity boli zamerané na podporu vlastných produktov KOČR Trnavský kraj. Súčasťou marketingu bola propagácia turistických atrakcií na území všetkých členských organizácií cestovného ruchu (prostredníctvom nákupu mediálneho priestoru, sociálnych sietí, printových materiálov, podpory podujatí) a infraštruktúrnych projektov (napr. kyvadlová doprava Smolenická a Krupanská fčela).

Dôležitým nástrojom domácej prezentácie bol tzv. sTÁnoček využívaný na veľtrhoch cestovného ruchu (ITF SlovakiaTour, Caravan Bike Travel Nitra), festivaloch (Festival letectva, MFF Cinematik, Deň otvorených dverí Trnavskej župy) a regionálnych podujatiach (Trnavský rínek, OLKS Piešťany). Upravený obytný príves slúžil ako vizuálne atraktívny a variabilný prezentačný priestor v súlade s dizajnom manuálu značky, doplnený o exteriérové sedenie, prístrešok a malé pódium.

### 2.1.1 Sociálne siete

Komunikácia destinácie Trnavský kraj zážitkov na sociálnych sieťach bola aj v roku 2025 rozdelená nasledovne:

#### ● platená propagácia vlastných resp. partnerských produktov cieleňá na domácich návštevníkov:

- Piešťany podľa Wintera
- Otvorené viechy
- S Vesnou na vođu
- Festival letectva
- Hop and Chill
- Jarné a jesenné Lesopotulky
- TurboVýlet
- Rozárium hudby
- Gastrolove
- Svetlonos na splave



● neplatená komunikácia, ktorej obsahom boli tipy na výlety a tematické seriály prezentujúce známe aj menej známe zaujímavosti zo všetkých členských organizácií cestovného ruchu:

- pravidelné tipy na výlet,
- tipy pre rodiny s deťmi,
- Krupanská / Smolenická fčela (predstavenie súvisiacich atraktivít),
- Trnavel (obsah magazínu využitý aj na soc. sieťach a webe),
- advent a vianočné trhy.

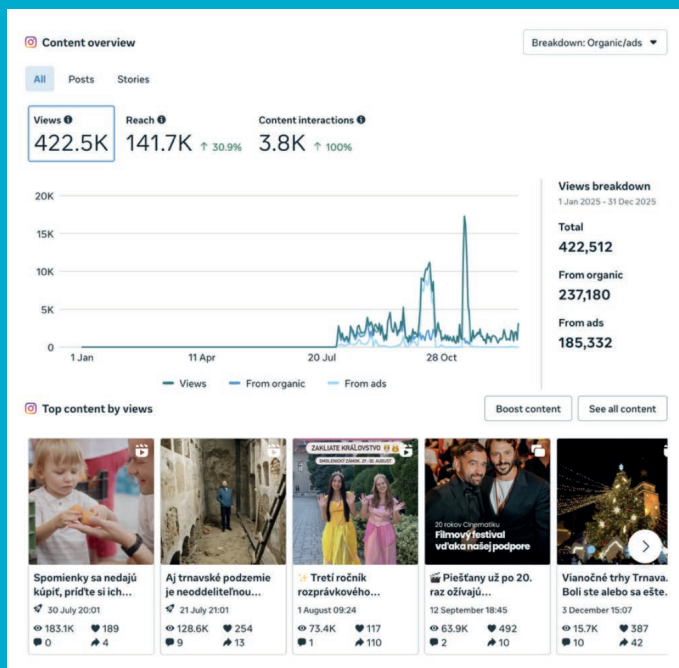
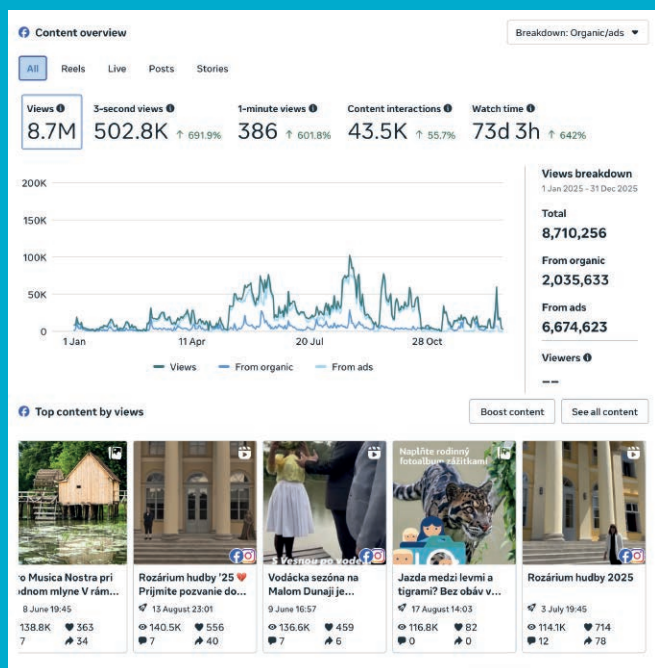
**Počet sledovateľov k 31. 12. 2025**

Facebook: 16 700 sledovateľov

Instagram: 7 550 sledovateľov



**Dosah sociálnych sietí v roku 2025:**



## 2.1.2 Web stránky

### krajzazitkov.sk

V roku 2025 pokračovala KOOCR Trnavský kraj v prezentácii prostredníctvom web stránky krajzazitkov.sk, ktorá slúži ako hlavná prezentačná a predajná platforma destinácie Trnavský kraj zážitkov. Ide o web, ktorý si používatelia prirodzene spájajú so značkou destinácie a jej autorskými produktmi cestovného ruchu.

Obsah webu je štruktúrovaný podľa jednotlivých regiónov zastúpených oblastnými organizáciami cestovného ruchu (Žitný ostrov – Csallóköz, Región Trnava, Rezort Piešťany, Región Záhorie, Matúšova zem – Mátyusföld) a zároveň podľa tematických okruhov, ktoré prepájajú destináciu naprieč územím, ako sú príroda, aktívny oddych, voda a liečivé pramene, kultúra, história, architektúra, med a víno.

Súčasťou webu je aj e-shop, prostredníctvom ktorého sú ponúkané dizajnové a upomienkové predmety viazané na vybrané podujatia a produkty KOOCR Trnavský kraj. Do webového prostredia je zároveň integrovaná platforma Outdooractive, ktorá umožňuje prehľadnú prezentáciu turistických trás, atrakcií a služieb a zvyšuje používateľský komfort aj viditeľnosť destinácie v digitálnom priestore.

Obsah webu bol v uplynulých obdobiach dopĺňaný aj prostredníctvom spolupráce s tvorcami obsahu a influencermi, čo prispelo k jeho autenticite a atraktivite. V roku 2025 web krajzazitkov.sk naďalej plnil úlohu centrálného informačného a inšpiračného nástroja destinácie, pričom jeho využívanie reflektovalo širšie zmeny v správaní online používateľov a presun časti pozornosti na iné digitálne kanály.

### kocrtt.sk

Inštitucionálny web, na ktorom KOOCR Trnavský kraj zverejňuje informácie o svojej činnosti. Obsahuje verejne dostupné dokumenty ako napr. zakladateľskú zmluvu, stanovy, správy o činnosti, ale aj informácie o medzinárodných projektoch a prehľad vydaných tlačových správ.

## 2.1.3 Veľtrhy cestovného ruchu

### ITF Slovakiaitour

30. 1. – 1. 2. 2025

Veľtrh ITF Slovakiaitour Bratislava 2025, ktorý patrí medzi najvýznamnejšie podujatia cestovného ruchu na Slovensku, bol pre KOOCR Trnavský kraj príležitosťou predstaviť destináciu Trnavský kraj zážitkov vo vlastnej expozícii zameranej na aktívne trávenie voľného času v prírode. Ústredným motívom prezentácie bol prezentačný sTÁnoček, ktorý upozorňoval na ponuku kempingov a karavaningu v destinácii, ako aj na možnosti splavov a výletov po vodných tokoch Trnavského kraja. Súčasťou expozície boli aj samostatné stánky všetkých členských oblastných organizácií cestovného ruchu, ktoré predstavili svoje kľúčové atraktivity nielen v oblasti outdoorových aktivít, ale aj kultúry, histórie a gastronómie.



## Caravan Bike Travel Nitra

27. 3. – 30. 3. 2025

Veľtrh Caravan Bike Travel Nitra 2025, ktorý sa konal na výstavisku Agrokomplex, bol pre KOCR Trnavský kraj príležitosťou opäť sa prezentovať ako destinácia atraktívna pre karavanistov a milovníkov aktívneho oddychu. Trnavský kraj zážitkov sa aj v roku 2025 predstavil prostredníctvom prezentačného stánku, ktorý upriamoval pozornosť návštevníkov na kvalitné autokempingy. Súčasťou prezentácie boli aj top atrakcie z územia všetkých členských oblastných organizácií cestovného ruchu, ktoré dopĺňajú outdoorovú ponuku destinácie o kultúrne aj gastronomické zážitky. Účasť na veľtrhu umožnila KOCR Trnavský kraj priamo osloviť cieľovú skupinu návštevníkov so záujmom o slobodné cestovanie, prírodu a aktívnu dovolenku. Veľtrh zaznamenal 17 200 platiacich návštevníkov.



### 2.1.4 PR aktivity a nákup mediálneho priestoru

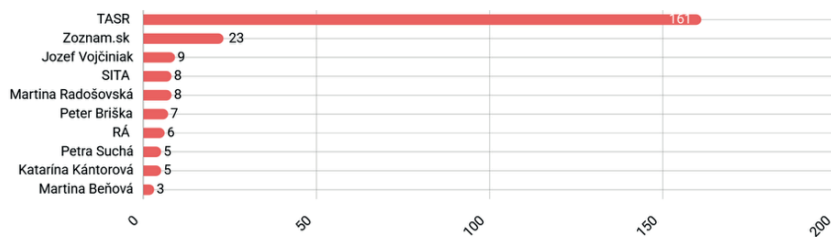
#### Spontánna publicita

KOCR Trnavský kraj v roku 2025 usporiadala viacero tlačových brífingov pri rôznych príležitostiach (Prvý let, Konferencia ITTAA, vydanie magazínu Trnavel) a vydala 19 tlačových správ určených pre slovenské médiá. Venované boli vlastným produktom (Piešťany Podľa Wintera novinkám (vstup OOCR Záhorie a Kopanice, štatistiky návštevnosti, projekty podporené Fondom na podporu cestovného ruchu) aj aktivitám na zahraničných trhoch (letecké spojenie, prezentácie v zahraničí). Prostredníctvom tlačových správ bola verejnosť informovaná o zážitkových produktoch cestovného ruchu (Piešťany podľa Wintera, TurboVýlet, Lesopotulky, Rozárium hudby), ako aj o partnerských spoluprákach (Art Nouveau Festival). Všetky tlačové správy sú zverejňované aj na web stránke kocrtt.sk.



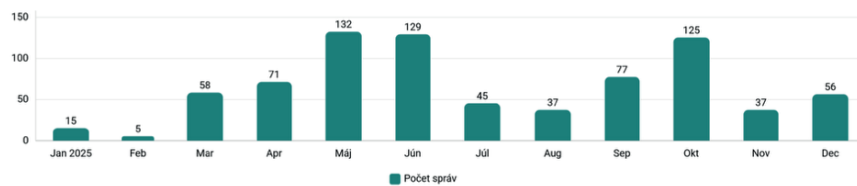
1. 1. 2025-31. 12. 2025

## TOP autori



1. 1. 2025-31. 12. 2025

## Správy v čase





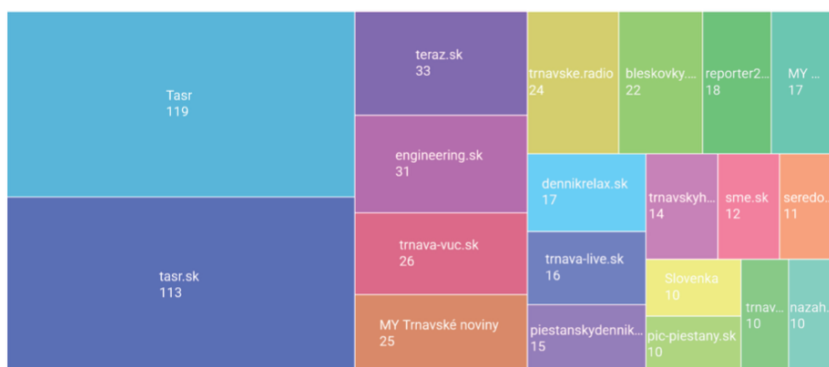
366,02 tis. €

▼ -10 %



1. 1. 2025-31. 12. 2025

Celková  
hodnota AVE



1. 1. 2025-31. 12. 2025

TOP zdroje

## Platená publicita

### Trnavské rádio

Mediálne partnerstvo KOČR Trnavský kraj a Trnavského rádia bolo zamerané na systematické posilňovanie značky Trnavský kraj zážitkov u poslucháčov žijúcich priamo v destinácii. Prostredníctvom rozhlasového vysielania (Trnavské rádio pokrýva väčšinu územia Trnavského kraja s presahom do okolitých regiónov) sa realizovala cieľená komunikácia zameraná na budovanie povedomia o značke, aktivitách KOČR TT produktoch cestovného ruchu, ktoré realizuje. Dôraz bol kladený na prezentáciu Trnavského kraja zážitkov ako atraktívnej výletnej destinácie s celoročnou ponukou zážitkov. Zámerom bolo aktivizovať miestnych obyvateľov ako ambasádorov značky a motivovať ich k odporúčaniam destinácie návštevníkom z iných častí Slovenska aj zo zahraničia.

Mediálna spolupráca zahŕňala rozhovory o autorských produktoch cestovného ruchu, ktoré slúžili ako pozvánka pre poslucháčov, produkciu spotov a ich vysielanie. Trnavské rádio zároveň informovalo o podujatiach KOČR Trnavský kraj vo svojom spravodajstve a na sociálnych sieťach. Tiež bolo ich mediálnym partnerom.

### Televízna relácia Televíkend

Nákup mediálneho priestoru v relácii RTVS Televíkend poslúžil na propagáciu dvoch atraktivít v území členských oblastných organizácií prostredníctvom celoslovenského televízneho vysielania. V mesiacoch november a december boli odvysielané dve tematické reportáže (8. novembra a 6. decembra 2025). Prvá predstavila mlynárske dedičstvo Trnavského kraja v spolupráci s OOCR Matúšova zem, druhá bola venovaná téme Adventu v Trnave v spolupráci s OOCR Trnava Tourism. Obe reportáže poslúžili na posilnenie imidžu výletnej destinácie, ktorá je atraktívna počas celého roka.

### Televízna relácia Cyklotoulky

Reportáž s názvom Z Piešťan do Malých Karpát bola súčasťou relácie Cyklotoulky / Cyklopotulky, vysielanej Českou televíziou (ČT 2, ČT Sport) a RTVS, so zameraním na prezentáciu cykloturistického potenciálu Trnavského kraja zážitkov. Hlavnou témou bola novo otvorená cyklistická trasa Zelená cesta, ktorá vedie z Piešťan do Vrbového po telese bývalej železnice a predstavuje bezpečné a atraktívne prepojenie kúpeľného mesta s podhorím Malých Karpát. Reportáž okrem Piešťan predstavila aj etnografické múzeum Za krakovskú bránu, pamätihodnosti mesta Vrbové, Kostol sv. Michala Archanjela v Lančári a zrúcaninu hradu Dobrá Voda. Cieľom tejto mediálnej prezentácie bolo upozorniť potenciálnych návštevníkov v Českej republike a na Slovensku na novú cyklotrasu prepájajúcu historické a prírodné zaujímavosti destinácie.



# Magazín Slovenka

Nákup mediálneho priestoru v magazíne s dlhoročnou tradíciou na slovenskom mediálnom trhu, ktorý oslovuje čitateľky vo veku 30–55 rokov so stredoškolským a vyšším vzdelaním, rodinne založené a ekonomicky aktívne ženy. V priebehu roka 2025 bola destinácia prezentovaná prostredníctvom siedmich tematických článkov, ktoré postupne predstavili jednotlivé subdestinácie Trnavského kraja, ich kultúrne dedičstvo, prírodné atraktivity a zážitkovú ponuku. Cieľom dlhodobej mediálnej spolupráce bolo budovanie pozitívneho imidžu Trnavského kraja ako dostupnej, autentickej a inšpiratívnej destinácie vhodnej pre aktívny oddych, rodinné výlety aj kultúrne zážitky.



# Magazín Relax

Prezentácia destinácie Trnavský kraj zážitkov na domácom trhu prostredníctvom magazínu Relax (print aj online) bola zameraná na oslovenie čitateľiek so záujmom o aktívny a zdravý životný štýl, ktoré zohrávajú kľúčovú úlohu pri rozhodovaní o rodinných dovolenkách a výletoch. Prostredníctvom tematickeho článku bol Trnavský kraj predstavený ako atraktívna zimná destinácia ponúkajúca kombináciu adventných podujatí, relaxu v termálnej vode a zážitkov vhodných pre rodiny s deťmi. Obsah článku akcentoval dostupnosť, rozmanitosť zážitkov a možnosť stráviť kvalitný spoločný čas mimo hlavnej turistickej sezóny. Cieľom mediálnej prezentácie bolo posilniť vnímanie destinácie ako ideálnej voľby pre rodinné pobyty a tematické výlety počas zimného obdobia.

# SME

Plošná reklama v prílohe denníka SME, ktorá vyšla pri príležitosti Majstrovstiev Európy hráčov do 21 rokov, bola zameraná na propagáciu výletných aktivít v Trnavskom kraji zážitkov. Cieľila na návštevníkov destinácie, ktorých prilákali futbalové zápasy, tie sa konali v rámci ME na viacerých miestach Trnavského kraja. Cieľom bolo ponúknuť im tipy na aktívny oddych.



## 2.1.5 Newsletter

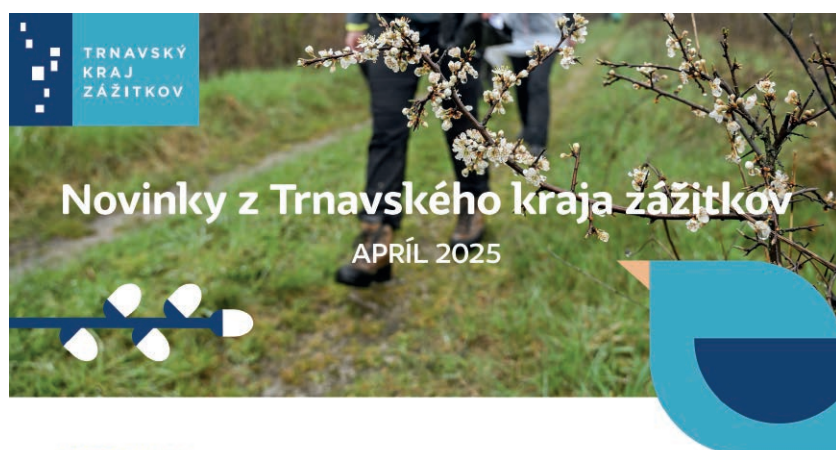
### Pre návštevníkov

KOCR Trnavský kraj dlhodobo využíva e-mail marketing / direkt marketing, v rámci ktorého rozosiela adresátom – na základe ich predchádzajúceho súhlasu – relevantné informácie o svojich autorských produktoch formou nepravidelného newslettera. V roku 2025 bolo do newslettera prihlásených takmer 1 100 odberateľov, prevažne klientov, ktorí v minulosti využili niektorý z autorských zážitkov alebo prejavili záujem dostávať informácie touto formou na veľtrhoch cestovného ruchu či iných prezentačných podujatiach.

Podľa štatistických údajov zo služby Mailchimp si každý newsletter otvorí viac ako 50 % adresátov.

### Pre odbornú verejnosť

Na základe požiadaviek z praxe začala KOCR Trnavský kraj vydávať newsletter, ktorý je určený na budovanie B2B vzťahov. Je adresovaný obchodným partnerom a inštitúciám s cieľom informovať ich o novinkách v destinácii. V roku 2025 vyšli tri vydania B2B newslettera.



Vážení partneri,

čítate prvé vydanie newslettera, prostredníctvom ktorého Vás bude Krajská organizácia cestovného ruchu Trnavský kraj informovať o novinkách z Trnavského kraja zážitkov. Naším cieľom je zlepšiť vzájomnú komunikáciu a zdieľať s Vami aktuálne informácie o našich aktivitách a daniach v destinácii. Ak by ste sa chceli prostredníctvom tohto newslettera podeliť o informácie s našimi partnermi, dajte nám vedieť. Ďakujeme, že s nami tvoríte Trnavský kraj zážitkov.

**Agáta Mikulová**  
riaditeľka KOCR Trnavský kraj



Termíny

Vstupenky

#### Piešťany podľa Wintera

Tak poďte, trochu sa poprechádzame a poviem vám, ako to celé bolo...

V sobotu 15. marca, 29. marca a 12. apríla 2025 bude účastníkov zážitkových prehliadok *Piešťany podľa Wintera* sprevádzať najvýraznejšia osobnosť slovenského kúpeľníctva. Muž, ktorého neodradili neprajníci ani zlomové historické udalosti – svetová vojna, hospodárska kríza a nástup dvoch totalitných režimov.

*„Od otca som zdedil túžbu vytvoriť niečo dobré, čo osoží štátu, verejnosti, prípadne celému ľudstvu a napokon aj mne samému,“* napísal Ludovít Winter vo svojich Spomienkach na Piešťany. Z jeho memoárov vychádzajú audiodra v podaní hercov Župného Divadla Jána Palárika v Trnave.

Toto dramatické dielo účastníci zážitkových prehliadok počujú zo slúchadiel. Scény zo života rodiny Winterovcov priamo v uliciach znázorňujú herci z ochotníckych divadiel. To všetko na pozadí historických pamiatok, za ktoré Piešťany vďačia hlavnému hrdinovi tohto príbehu.

Kúpiť lístok

## 2.2 Zahraničné trhy

Aj v roku 2025 pokračovala KOOCR Trnavský kraj v systematickom budovaní a posilňovaní značky Experience Trnava Region na zahraničných trhoch. Komunikačné a prezentačné aktivity boli realizované prostredníctvom kombinácie účasti na veľtrhoch cestovného ruchu, organizácie FAM tripov a press tripov pre zahraničných novinárov, influencerov a zástupcov cestovných kancelárií, ako aj prostredníctvom cielene nastavenej marketingovej komunikácie realizovanej v spolupráci so zahraničnými partnermi. Cieľom týchto aktivít bolo dlhodobou zvyšovať povedomie o destinácii, podporovať jej imidž a motivovať zahraničných turistov k návšteve Trnavského kraja.

Osobitná pozornosť je dlhodobou venovaná českému trhu, ktorý predstavuje najvýznamnejší zahraničný zdroj návštevnosti Trnavského kraja. Okrem geografickej blízkosti zohráva kľúčovú úlohu aj jazyková príbuznosť, ktorá umožňuje efektívne využívať existujúce komunikačné nástroje určené primárne pre domáci trh aj v Českej republike. Vybrané aktivity – vrátane využívania slovenských účtov na sociálnych sieťach, obsahového marketingu a nákupu mediálneho priestoru – boli cielene nasadzované aj na českom trhu. Príkladom je relácia Cyklotoulky / Cyklotúlačky venovaná novej cyklotrase medzi mestami Piešťany a Vrbové.

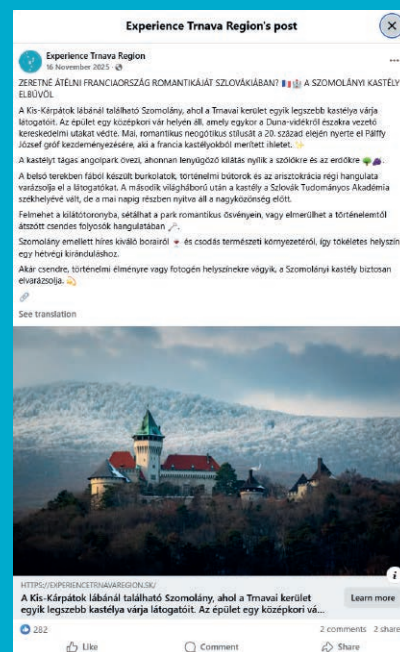
Komunikácia smerom k zahraničným trhom v anglickom jazyku prebiehala najmä prostredníctvom webového portálu experiencetrnavaregion.sk, ktorý slúži ako základná informačná a inšpiračná platforma pre zahraničných návštevníkov. Doplnkovým komunikačným nástrojom boli aj sociálne siete pod značkou Experience Trnava Region (Facebook a Instagram), ktoré sa zameriavajú predovšetkým na vzdialenejšie trhy, ako sú Izrael a krajiny Blízkeho východu, s cieľom budovať destinačný imidž a dlhodobé povedomie o značke. Ambíciou KOOCR Trnavský kraj je v nasledujúcich rokoch postupne zvyšovať dosah a sledovanosť týchto komunikačných kanálov.

### 2.2.1 Česká republika, Maďarsko a Poľsko

V roku 2025 pokračovala KOOCR Trnavský kraj v systematickej prezentácii destinácie Trnavský kraj zážitkov na vybraných zahraničných trhoch, predovšetkým v Českej republike, Poľsku a Maďarsku. Komunikačné aktivity boli zamerané na budovanie povedomia o destinácii, posilňovanie jej viditeľnosti a podporu dopytu po krátkodobých aj viacdňových pobytoch. Kombináciou cielenej online kampane na sociálnych sieťach, účasti na odborných a verejných veľtrhoch cestovného ruchu a mediálnej prezentácie prostredníctvom printu aj rozhlasu oslovovala KOOCR rôzne cieľové skupiny – rodiny s deťmi, seniorov, kúpeľných hostí, aktívnych návštevníkov aj bonitnejších individuálnych cestovateľov.

#### Kampane na sociálnych sieťach

V roku 2025 zasiahla kampaň na sociálnych sieťach (Facebook a Instagram) na českom trhu spolu 308-tisíc používateľov a zaznamenala 1,4 milióna impresií, čím potvrdila stabilný výkon kampane a efektívne využitie mediálneho rozpočtu. V poľských prihraničných regiónoch dosiahli príspevky zamerané na kultúrne a historické dedičstvo, ako aj na thermalparky a kúpele, výrazný zásah – kampaň oslovila 838-tisíc používateľov a priniesla 2,49 milióna impresií, čo potvrdilo vysoký záujem poľského publika o ponuku Trnavského kraja a silnú pozíciu destinácie na tomto trhu. Na maďarskom trhu kampaň v období apríl – december 2025 zasiahla 422-tisíc používateľov a zaznamenala 1,84 milióna impresií. Výsledky potvrdili veľmi dobrý pomer medzi zásahom, frekvenciou a nákladmi, ako aj schopnosť kampane budovať viditeľnosť značky Trnavský kraj zážitkov na geograficky blízkom a dlhodobu perspektívnom trhu.



## Veľtrhy a výstavy cestovného ruchu

### Holiday World Praha

14. – 16. marca

Veľtrh Holiday World & Region World 2025, patrí medzi najväčšie medzinárodné podujatia cestovného ruchu v strednej Európe. V roku 2025 prilákal približne 21-tisíc návštevníkov a 175 novinárov. Trnavský kraj zážitkov sa na ňom predstavil v spoločnom stánku so Slovakia Travel, ktorý využili aj niektoré členské oblasti organizácie cestovného ruchu na prezentáciu svojich atraktívnych produktov. V expozícii boli českým turistom komunikované najčastejšie vyhľadávané výletné zážitky v Trnavskom kraji (thermalparky, splavy, cyklotrasy). Účasťou posilnila viditeľnosť destinácie na českom trhu.



### Tour Salon Poznaň

3. – 5. októbra

KOCR Trnavský kraj sa predstavila na medzinárodnom podujatí, ktoré sa zameriava aj na nadšencov nadšencov či aktívne dovolenky pre rodiny s deťmi. Účasť v spoločnom stánku so Slovakia Travel prispela k informovaniu potenciálnych návštevníkov z Poľska o prírodných atraktivitách destinácie, ale aj o kúpeľoch a akvaparkoch s termálnymi prameňmi. Účasť na Tour Salone umožnila posilniť viditeľnosť Trnavského kraja zážitkov medzi odbornou i laickou verejnosťou a podporiť záujem poľských dovolenkárov o víkendové i viacdňové pobyty.

### Czech Travel Market, Praha

21. októbra

Odborné B2B podujatie vytvorilo priestor na priame stretnutia s profesionálmi z oblasti turizmu, cestovnými kancelárkami a ďalšími partnermi, ktorí sa podieľajú na tvorbe a predaji cestovateľských produktov. Trnavský kraj sa prezentoval ako obľúbená a ľahko dostupná destinácia zameraná na kúpeľníctvo, aktívny oddych, relax v akvaparkoch s termálnou vodou a karavanning, teda prostredníctvom atraktivít, ktoré českí návštevníci dlhodobo vyhľadávajú.

## Nákup mediálneho priestoru

### Rádio Impuls

Spotová kampaň v českom Rádiu Impuls kládla dôraz na zimnú atraktivitu destinácie a jej dobrú dostupnosť z prihraničných regiónov Českej republiky. Prebiehala počas adventu (17. 11. až 12. 12. 2025) bola cielene nasadená v regiónoch Zlín, Južná Morava a Severná Morava, kde boli 35-sekundové spoty vysielané v pracovných dňoch štyrikrát denne v časovom pásme od 7.00 do 19.00 hod. V každom z uvedených regiónov bolo odvysielaných 79 spotov, spolu 237 vysielaní, čím sa zabezpečil vysoký frekvenčný zásah cieľovej skupiny. Výber média bol podložený silnou trhovou pozíciou Rádia Impuls, ktoré podľa aktuálnych výsledkov Radioprojektu dosahuje najvyšší zásah na českom rozhlasovom trhu a predstavuje efektívny komunikačný kanál pre budovanie imidžu destinácie v zahraničí.

# All inclusive

Prezentácia destinácie Trnavský kraj zážitkov v magazíne z edície Dovolená s nápadem bola zameraná na systematické budovanie povedomia o cykloturistickom potenciáli západnej časti Slovenska na českom trhu. Nové vydanie magazínu Cyklovýlety Slovensko 1, plánované na rok 2026, je tematicky venované západnému Slovensku a Trnavský kraj v ňom bude predstavený prostredníctvom inšpiratívnych tipov na výlety v území všetkých členských oblastných organizácií cestovného ruchu. Obsah magazínu ponúkne ucelenú a praktickú prezentáciu destinácie vhodnú pre individuálnych cestovateľov, rodiny aj aktívnych návštevníkov so záujmom o cykloturistiku.



## Dovolená s nápadem

Predstavenie značky Experience Trnava Region prostredníctvom článku v poľskom magazíne All Inclusive (č. 1/2025) bola zameraná na oslovenie potenciálnych návštevníkov aj profesionálov v oblasti cestovného ruchu, MICE segmentu a luxusného cestovania. Magazín s nákladom 19-tisíc výtlačkov a cieľenou distribúciou zástupcom poľských touroperátorov, cestovných kancelárií i firiem z iných odvetví má potenciál prispieť k získaniu pozornosti dôležitých ľudí na poľskom trhu. Témou článku bola Trnava (predstavená s dôrazom na kultúrne a historické pamiatky) a putovanie za vínom v Trnavskom kraji zážitkov. Cieľom tejto prezentácie bolo posilniť vnímanie destinácie ako autentickej, kultúrne bohatej a veľmi dobre dostupnej.

## Travel Polska

V závere roka 2025 predstavila KOČR Trnavský kraj subdestinácie Trnavského kraja zážitkov na poľskom trhu prostredníctvom magazínu Travel Magazine (č. 72, december 2025 – január 2026), ktorého čitatelia patria k bonitnej klientele z vyšších sociálno-ekonomických vrstiev s vyšším vzdelaním a nadpriemernými príjmami a so vzťahom k cestovaniu a zážitkovej turistike. Článok bol prierezom toho, čo destinácia ponúka – od historickej Trnavy, kúpeľných Piešťan a Malých Karpát až po Žitný ostrov, Matúšovu zem a Záhorie. Obsahovo bol zameraný na prepojenie kultúrneho dedičstva, cykloturistiky, kúpeľníctva, gastronómie a vinárstva, čím predstavil Trnavský kraj zážitkov ako všestrannú a celoročne atraktívnu destináciu. Vzhľadom na vysoký náklad (45-tisíc kusov), širokú distribúciu aj do prémiových hotelov a na veľtrhy cestovného ruchu (vrátane ITB Berlin 2026) predstavuje Travel Magazine efektívny nástroj na prezentáciu destinácie na poľskom trhu.



## Hospodářské noviny – příloha Dovolená v zimě

Nákup mediálne priestoru v prílohe českých Hospodářských novin cíelila na oslovenie ekonomicky aktívnych a bonitných čitateľov v Českej republike so záujmom o kvalitné voľnočasové zážitky. Článok predstavil Trnavský kraj zážitkov ako ľahko dostupnú destináciu s pestrou ponukou adventných podujatí a oddych v termálnej vode. Využitie prestížneho titulu s vysokým podielom vysokoškolsky vzdelaných čitateľov umožnilo cieleňú komunikáciu smerom k návštevníkom s vyššou kúpyschopnosťou. Cieľom tejto mediálnej prezentácie na českom trhu bolo budovať povest destinácie, ktorá je atraktívna aj v predvianočnom období.

### 2.2.2 Izrael

S cieľom efektívne využívať potenciál medzinárodného Letiska Piešťany a reagovať na nadpriemernú dĺžku pobytu návštevníkov zo vzdialených trhov sa KOČR Trnavský kraj dlhodobo zameriava – popri okolitých zdrojových trhoch – aj na Izrael. Turisti z tejto krajiny dosahujú v Trnavskom kraji najvyšší priemerný počet prenocovaní spomedzi všetkých slovenských regiónov (9,2 noci na osobu) a významne prispievajú k stabilite príjazdového cestovného ruchu.

Vďaka Trnavskému samosprávnemu kraju a dlhodobej spolupráci KOČR Trnavský kraj s izraelským partnerom – spoločnosťou Overseas vstúpilo v júni priame letecké spojenie Tel Aviv - Piešťany do svojej tretej sezóny. Linka fungovala počas hlavnej turistickej sezóny s pravidelnou týždennou frekvenciou a župné Letisko Piešťany sa vďaka nej etablovalo ako vstupná brána na Slovensko pre návštevníkov z Izraela. Novinkou bolo rozšírenie leteckej dostupnosti o priame spojenie Tel Aviv – Bratislava, ktoré doplnilo etablovanú linku do Piešťan a poskytlo návštevníkom flexibilnejšie možnosti príchodu a odchodu zo Slovenska. Piešťany však naďalej zostali primárnym cieľom izraelských turistov smerujúcich za kúpeľnou starostlivosťou a dlhodobými pobytmi.

KOČR Trnavský kraj sa v rámci fungovania leteckého spojenia aktívne podieľala nielen na marketingovej komunikácii destinácie a spolupráci s izraelskými partnermi, ale zabezpečovala aj podporné služby pre návštevníkov, vrátane asistencie pri organizácii dopravy a sprostredkovania doplnkových služieb v území. Týmto spôsobom prispela k zvyšovaniu komfortu návštevníkov, lepšej distribúcii turistov v rámci kraja a k posilneniu ekonomických prínosov príjazdového cestovného ruchu.

### Imidžová kampaň

V nadväznosti na tretiu sezónu priameho leteckého spojenia Tel Aviv – Piešťany pokračovala KOČR Trnavský kraj v roku 2025 v systematických marketingových aktivitách zameraných na izraelský trh. Kampaň bola orientovaná nielen na tradičnú kúpeľnú klientelu, ale aj na širšie cieľové skupiny, najmä rodiny s deťmi a návštevníkov preferujúcich aktívny oddych a poznávanie destinácie.

Budovanie povedomia o destinácii Trnavský kraj zážitkov a jej hlavných atraktivitách prebiehalo prostredníctvom cielenej online komunikácie, najmä reklamy na sociálnych sieťach a prostredníctvom nástroja Google Ads. Kampaň bola realizovaná v období od júna do októbra a zabezpečovala ju izraelská reklamná agentúra, ktorá pri príprave a realizácii zohľadnila kultúrne, jazykové a náboženské špecifiká cieľového trhu.



## Veľtrhy, konferencie, famtripy a presstripy

### Famtrip pre Yanir Tailor Tours

2. – 5. apríla

Poznávacia cesta pre zástupcu špecializovanej cestovnej agentúry z Izraela nadväzovala na dlhodobú prezentáciu destinácie Trnavský kraj zážitkov / Experience Trnava Region na tomto trhu. Program bol zameraný na predstavenie kúpeľného a liečebného potenciálu Piešťan, historického a kultúrneho dedičstva Trnavy, vinárskych tradícií a regionálnych produktov, ako aj prírodných a zážitkových lokalít v okolí Smoleníc. Účastníci famtripu absolvovali kúpeľné procedúry, spoznali atmosféru Kúpeľného ostrova, historické centrum Trnavy, vinárske a včelárske produkty. Famtrip prispel k posilneniu vnímania Trnavského kraja ako autentickej, pokojnej a kultúrne bohatej destinácie vhodnej pre tematické a pobytové produkty na izraelskom trhu.



### Famtrip spa a wellbeing

29. mája – 2. júna

Poznávacia cesta pre izraelských touroperátorov využila priame letecké spojenie Tel Aviv - Piešťany, ktorého tretia sezóna sa októbri blížila k záveru. Cieľom bolo predstaviť hosťom autentické zážitky. Program kládol dôraz na kultúrne dedičstvo, gastronómiu, vinárske tradície a oddych v termálnej vode. Zahŕňal spoznávanie historického centra Trnavy aj ochutnávku malokarpatských vín a folklórne gastronomické podujatie v regióne Malých Karpát, doplnené o návštevu Bratislavy. Famtrip prispel k posilneniu B2B vzťahov a poslúžil ako inšpirácia pre pobytové a tematické balíky pre izraelských návštevníkov.

### Famtrip citybreaky, víno, fakultatívne výlety

12. – 19. októbra

V nadväznosti na predchádzajúcu poznávaciu cestu zameranú na kúpeľníctvo bol tento fam trip zameraný na predĺženie pobytu izraelských návštevníkov. Jeho súčasťou bolo spoznávanie kultúrneho dedičstva – komentovaná prehliadka Trnavy ako prvého slobodného kráľovského mesta, návšteva Medolandie v Dolnej Krupej spojená s ochutnávku medu a medoviny, ako aj regionálna gastronómia a vinárske tradície v Malokarpatskej oblasti. Jeho súčasťou bola site inspection hotelov.

## Výročná konferencia izraelských touroperátorov a cestovných agentov ITAA 2025

19. - 22. októbra

Poznávací a prezentačný aktivita realizovaná v súvislosti s Výročnou konferenciou Izraelskej asociácie cestovných kancelárií (ITAA), ktorej časť sa uskutočnila v Piešťanoch, nadväzovala na pozitívny vývoj návštevnosti izraelských turistov v Trnavskom kraji. Účasť desiatok majiteľov a top manažérov izraelských cestovných kancelárií, zástupcov leteckých spoločností a médií vytvorila pre Trnavský kraj zážitkovú jedinečnú príležitosť predstaviť sa ako atraktívna, bezpečná a prívetivá destinácia s rozmanitou ponukou zážitkov.

KOCR Trnavský kraj sa s podporou Trnavského samosprávneho kraja zapojila do organizácie konferencie s cieľom prezentovať liečivé účinky termálnych prameňov, relax v akvaparkoch, možnosti aktívneho oddychu v Malých Karpatoch, bohaté kultúrne dedičstvo a autentické regionálne produkty. Podujatie prispelo k posilneniu odborných vzťahov, nadviazaniu nových partnerstiev a potvrdilo silný potenciál izraelského trhu.



### 2.2.3 Krajiny Perzského zálivu (GCC)

V roku 2025 pokračovala KOCR Trnavský kraj v systematických aktivitách zameraných na posilňovanie postavenia destinácie na trhoch Blízkeho východu, a to najmä prostredníctvom cielej B2B komunikácie a osobných prezentácií destinačnej ponuky. Dôraz bol kladený na reagovanie na meniace sa cestovateľské trendy a na oslovovanie špecifických cieľových skupín s vyššími nárokmi na bezpečnosť, komfort a kvalitu služieb.

V priebehu roka realizovala KOCR Trnavský kraj viaceré prezentačné a networkingové aktivity zamerané na odbornú verejnosť a zahraničných partnerov, ktorých cieľom bolo predstaviť Trnavský kraj ako atraktívnu, bezpečnú a kultúrne kompatibilnú destináciu. Aktivity nadväzovali na dlhodobú marketingovú stratégiu destinácie a podporovali budovanie dôvery, rozširovanie obchodných kontaktov a prípravu nových spoluprác v oblasti príjazdového cestovného ruchu.

Súčasťou týchto aktivít boli aj formáty zamerané na špecifické segmenty trhu, vrátane wellness, kúpeľníctva a kvalitných doplnkových služieb, ktoré patria medzi dlhodobé konkurenčné výhody Trnavského kraja.

## Veľtrhy, famtripy, presstripy a workshopy

### Famtrip GCC Ladies Agents

15. – 21. júna

Poznávací cesta Famtrip GCC nadväzovala na dlhodobú prezentáciu destinácie Trnavský kraj zážitkov / Experience Trnava Region na trhoch krajín Perzského zálivu a bola zameraná na špecializovaný segment cestovného ruchu reflektujúci potreby žien z odlišného kultúrneho a náboženského prostredia. Zástupkyňiam cestovných kancelárií z krajín Blízkeho východu bol Trnavský kraj predstavený ako bezpečná, autentická a inšpiratívna destinácia s dôrazom na kúpeľnú starostlivosť, prírodné scenérie, dostatok zelene a komfortné podmienky pre pobyt. Program poznávacej cesty zahŕňal prezentáciu historického a kultúrneho dedičstva Trnavy, liečebného potenciálu Piešťan, návštevu Smolenického zámku a spoznanie tradičných produktov a prírodného bohatstva regiónu. Famtrip zároveň prispel k posilneniu povedomia o Trnavskom kraji ako o destinácii vhodnej pre tvorbu tematických pobytových balíkov a pokračoval v systematickom budovaní pozície Slovenska na blízkovýchodnom trhu.



### Famtrip medicínsky turizmus

18. – 21. júna

Poznávací cesta pre Dr. Lamiu Hussein Ben Lama nadväzovala na dlhodobú snahu KOČR Trnavský kraj o posilňovanie medzinárodných väzieb v oblasti kúpeľníctva, wellness a zdravotného turizmu. Renomovaná dermatologička a zakladateľka kliník v Londýne a Dubaji navštívila Trnavský kraj s cieľom spoznať liečebný potenciál piešťanských kúpeľov a preskúmať možnosti spolupráce. Program FAM tripu zahŕňal predstavenie účinkov piešťanského bahna, ako aj rokovania so zástupcami kúpeľov a KOČR Trnavský kraj. Súčasťou návštevy bola aj prezentácia kultúrnych a gastronomických atraktivít, čím sa Trnavský kraj zážitkov predstavil ako komplexná destinácia zdravotného cestovného ruchu.

### Famtrip CK Kaysas Libanon

28. augusta

Poznávací cesta zástupcov libanonskej cestovnej kancelárie sa zamerala na potenciál destinácie v oblasti medicínskeho a náboženského turizmu. Cieľom famtripu bolo predstaviť liečebné možnosti, duchovné miesta a pokojné prostredie vhodné na rekonvalescenčné aj pútnické pobyty. Program zahŕňal návštevu piešťanských kúpeľov s dôrazom na ich tradíciu a odborné zázemie, spoznávanie historického centra Trnavy ako významného náboženského centra Slovenska, ako aj prehliadku Dolnej Krupej.

## **Presstrip TV Al Arabiya**

15. – 21. júla

Press trip pre novinárov televízie Al Arabiya nadväzoval na dlhodobú prezentáciu destinácie Trnavský kraj zážitkov / Experience Trnava Region na trhoch Blízkeho východu, vyústil do vzniku televíznych reportáží vysielaných v jednej z najsledovanejších televízií v tejto časti sveta. V spolupráci so zahraničným zastúpením KOČR Trnavský kraj na Blízkom východe – spoločnosťou AVIAREPS – bola prostredníctvom nich predstavená bohatá história Trnavy, liečebný potenciál piešťanských kúpeľov a vybrané kultúrne a mestské atraktivity v ďalších regiónoch Trnavského kraja, ale aj hlavnom meste SR. Mediálna prezentácia umožnila osloviť široké publikum a posilniť povedomie o Slovensku ako o kúpeľnej destinácii so širokou ponukou ďalších aktivít. Press trip zároveň prispel k budovaniu imidžu Trnavského kraja ako regiónu s kvalitnou kúpeľnou infraštruktúrou a kultúrnym dedičstvom s medzinárodným presahom.

## **V4 Workshop Riyadh**

10. mája

Účasť zástupcov KOČR Trnavský kraj na B2B workshope v Rijáde, realizovanom v rámci platformy V4 – Discover Central Europe, nadväzovala na systematickú prezentáciu destinácie na trhoch krajín Perzského zálivu. Workshop bol zameraný na odborné stretnutia s partnermi z oblasti cestovného ruchu a predstavenie ponuky Trnavského kraja zážitkov / Experience Trnava Region. V centre prezentácie boli najmä kúpeľná a zdravotná starostlivosť, prírodné zaujímavosti, kultúrne dedičstva a možnosti relaxu, ktoré sú v súlade s aktuálnymi trendami v preferenciách dovolenkárov z krajín GCC.

## **2.2.4 Sekundárne zahraničné trhy**

KOČR Trnavský kraj v roku 2025 aktívne prezentovala destináciu aj na zahraničných trhoch, ktoré majú potenciál rastu návštevnosti a to prostredníctvom účasti na medzinárodných veľtrhoch, odborných podujatiach a organizovaním tematicky. Cieľom týchto aktivít bolo posilniť povedomie o Trnavskom kraji ako atraktívnej a dostupnej destinácii so zaujímavou ponukou produktov cestovného ruchu pre rôzne cieľové skupiny. Prezentácie zdôrazňovali najmä kultúrne dedičstvo, kúpeľníctvo, tradičné remeslá a potenciál pre zážitkovú turistiku. Priame rokovania so zahraničnými partnermi umožnili predstaviť existujúce služby a produkty, ale aj vytvárať nové obchodné prepojenia a formy spolupráce.

## **Veľtrhy, famtripy a presstripy**

### **European Medical Wellness Tourism Congress, Baile Felix**

3. – 5. jún

Na medzinárodnom odbornom podujatí bol Trnavský kraj zážitkov predstavený ako destinácia zdravotného a wellness turizmu. Konferencia sa zamerala na najnovšie trendy, výzvy a príležitosti v oblasti medical tourism a jej cieľom bolo podporiť spoluprácu medzi poskytovateľmi zdravotnej starostlivosti, kúpeľmi, cestovnými agentúrami a verejnými aj súkromnými inštitúciami. Podujatia sa zúčastnili zástupcovia viacerých krajín Európy, severnej Afriky aj USA, vrátane odborníkov z nemocníc, kúpeľov, wellness zariadení, zdravotných poisťovní a cestovného ruchu. Program otvorenia a odborných prednášok umožnil prezentovať Trnavský kraj ako región s bohatými prírodnými liečivými zdrojmi, dlhoročnou kúpeľnou tradíciou a potenciálom pre ďalší rozvoj medzinárodnej spolupráce v oblasti medicínskeho a zdravotného turizmu.

## ITB Berlin 2025

3. – 6. marca

Účasť KOCR Trnavský kraj na veľtrhu ITB Berlin 2025, jednom z najvýznamnejších svetových podujatí cestovného ruchu, mala predovšetkým odborný a vzdelávací charakter. Ponuka destinácie bola prezentovaná v rámci spoločného stánku Slovakia Travel. Účasť na tomto veľtrhu zároveň prínosná pri získavaní inšpirácií z globálnych trendov. Prispela k prehĺbeniu odborných znalostí, nadviazaniu medzinárodných kontaktov a lepšiemu porozumeniu aktuálnym výzvam a príležitostiam v cestovnom ruchu.

### Press trip The Guardian

KOCR Trnavský kraj pripravila v spolupráci so Slovenskými liečebnými kúpeľmi Piešťany pre britskú novinárku z The Guardian press trip, ktorého výsledkom bol článok v printovej aj online verzii tohto periodika. Prvou slovenskou zastávkou na jej ceste vlakom z Veľkej Británie boli práve Piešťany, kde sa zoznámila účinkami termálnej vody a bahna. KOCR Trnavský kraj tak pomohla zvýrazniť kúpeľné dedičstvo regiónu a jeho atraktivitu pre britských cestovateľov, ktorí hľadajú výhodné a autentické wellness zážitky v srdci Európy.

**C**enturies ago people used to say, "In three days the Piešťany water will either heal you or kill you." My guide Igor Paulech is showing me around Spa Island - a hot-spring haven in the middle of the Váh River that runs through Piešťany, Slovakia's most prestigious spa town. Just an hour north of Bratislava by train, the town and its spa-populated island are packed with grand art nouveau and art deco buildings.

There's a faint aroma of sulphur in the air as Igor paces ahead, past peacocks and ponds full of lilies, imparting his home town's history. The hot water that springs from beneath the island sandbank has created what we're all here for: a blueish medicinal mud that's rich in hydrogen sulphide and sulphur.



Illustration: Graphics

Slovakia is gaining an international reputation for its affordable and high-quality spa treatments. I'm here to visit three of its leading spa towns, travelling entirely by rail. The journey from London is straightforward and took less than 24 hours thanks to the new European Sleeper route that leaves Brussels for Prague three nights a week, and a direct train from Prague to Piešťany.

### Nákup mediálneho priestoru

#### National Geographic Traveler

Nákup mediálneho priestoru v National Geographic Traveller bol zameraný na oslovenie bonitných, cestovateľsky skúsených čitateľov so záujmom o autentické európske destinácie a kvalitné zážitky. Inzerca v publikácii European Cities Collection predstavila Trnavský kraj zážitkov ako kultúrne bohatú, pokojnejšiu alternatívu k preplneným mestám západnej Európy, s dôrazom na históriu, architektúru, prírodu a aktívny oddych.



Mud is prescribed for reducing swelling and inflammation

I'm assigned to Dr Alena Korenčíková, who immediately notices I have hypermobility and draws up a personalised programme that includes visits to the thermal bath, filled with sulphuric mineral water, and the hot-mud pool. I'm also prescribed daily CO2 injections. Known as carboxytherapy, this treatment is meant to help muscle recovery and tissue regeneration; my rock-hard shoulders feel noticeably looser afterwards. And finally, I'm prescribed a mud-pack treatment, which is recommended for reducing swelling and inflammation, and nourishing the joints. When I explain that I'm going to Trenčianske Teplice and hope to continue mud treatment there, Dr Alena says: "They have peat, it's not the same as ours." Time to fine-tune my mud knowledge.

#### ■ The building is as thrilling as the bathing. Piešťany is just as much about the architecture as the waters

As I submerge myself in the warm cloudy water, my toes squish into the mineral mud that is pumped directly from the mud kitchen (where it's treated) into the vast circular pool. The building is as thrilling as the bathing. The 19th-century dome above the pool is the spa's stunning centrepiece, with stained glass art deco skylight windows sitting high up on the art nouveau walls decorated with tiles, floral motifs and cherubs. Piešťany is just as much about architecture as about bathing, it seems.

Local architect Eva Rohoňová cements this theory the following day, when she shows me around the extraordinary House of Arts, a colossal piece of 1970s brutalism that houses the town's concert hall and cultural centre. "It's far too big a capacity for just people from Piešťany," she says. "The Czechoslovakian government built it here as the town was full of international visitors. It was to demonstrate the culture." She has been giving tours of otherwise inaccessible interior spaces to locals over the years, but anyone can arrange one through the [Visit Piešťany website](#).

## 2.3 Printové materiály a tvorba fotografií pre domáci aj zahraničné trhy

KOCR Trnavský kraj využíva na prezentáciu destinácie na domácich i na zahraničných trhoch tlačoviny, ktoré sú pravidelne aktualizované resp. vznikajú nové na základe aktuálnej potreby.

V prvom polroku 2025 finišovala príprava nového destinačného magazínu **Trnavel**, ktorý bol oficiálne predstavený v júni 2025. Magazín prináša modernou a vizuálne atraktívnou formou výber autentických príbehov, tipov na výlety a zážitkov v Trnavskom kraji a je koncipovaný ako inšpiratívna pozvánka pre domácich aj zahraničných návštevníkov. Trnavel rozširuje portfólio komunikačných nástrojov KOCR Trnavský kraj a posilňuje imidž destinácie ako regiónu bohatého na rôzne druhy zážitkov.

Brožúra **Kempy a táboriská Trnavského kraja**, ktorej aktualizovaná slovenská verzia bola tlačená na jar 2025, mapuje možnosti trávenia dovolenky pre turistov so záujmom o flexibilné, individuálne a zážitkovo orientované formy cestovania.

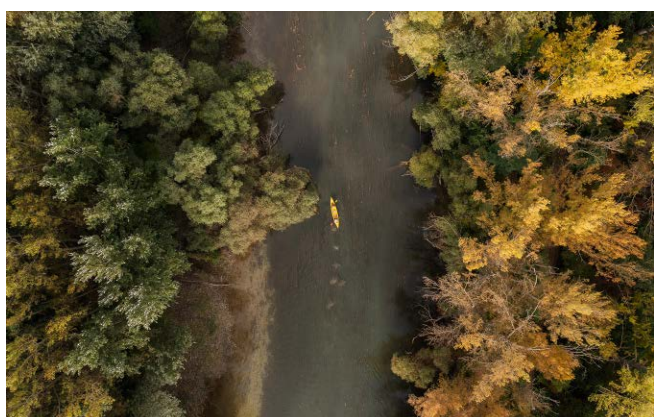
V spolupráci s OOCR Trnava Tourism bol v roku 2025 vytlačený **bedeker Trnava a okolie**, ktorý okrem iného obsahuje 14 tipov na výlety po celom Trnavskom kraji a návštevníkov regiónu pozýva spoznávať celú destináciu. Ďalší tlačený materiál - Kalendár podujatí - slúžil ako pozvánka do destinácie. Na podporu prezentácie destinácie na domácom aj zahraničných trhoch využívala KOCR Trnavský kraj aj v roku 2025 destinačné tlačoviny, ktoré boli vytvorené v predchádzajúcich rokoch.

Podporné tlačoviny, ako plagáty rôznych formátov (citylight, A0–A3) a samostatné brožúry k vybraným autorským produktom (Piešťany podľa Wintera, Rozárium hudby, Svetlonos na splave), vydávala KOCR Trnavský kraj priebežne podľa aktuálnych potrieb, predovšetkým v slovenskom jazyku, prípadne aj v angličtine a maďarčine (Piešťany podľa Wintera).

Tvorba fotobanky prebiehala kontinuálne počas celého roka. Fotografie boli využívané v online aj printovej komunikácii, najmä na sociálnych sieťach, v brožúrach a ďalších propagačných materiáloch, ako aj na webových stránkach krajzazitkov.sk a experiencetrnavaregion.sk.

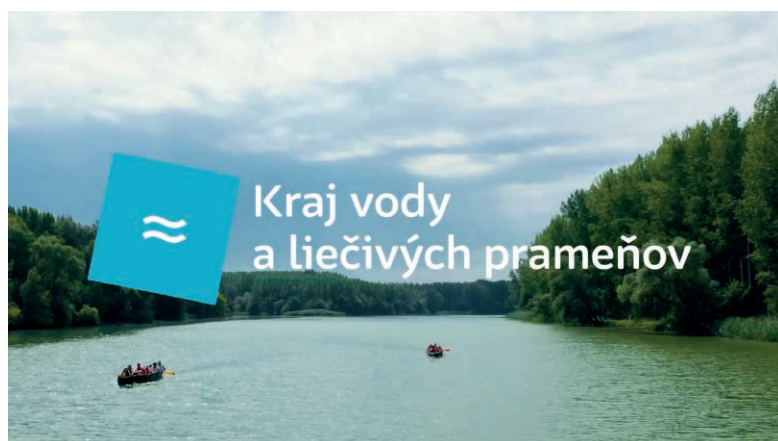
Video produkcia bola v druhej polovici roka 2025 zameraná na tvorbu **dronových záberov** vybraných atraktivít z územia všetkých oblastných organizácií. Tieto nové zábery, ale aj viacero starších, boli využité na produkciu nového destinačného videa.

Foto a video produkcia reflektovala potreby propagácie kooperačných projektov podporených Ministerstvom cestovného ruchu a športu SR (napr. Hop and Chill), ale aj vlastných alebo partnerských produktov (Otvorené viechy, Rozárium hudby, Gastrolove). Taktiež vznikali fotky a videá určené na sociálne siete vo vlastnej produkcii KOCR Trnavský kraj (napr. Krupanská fčela, Piešťany podľa Wintera, Festival letectva, Rozárium hudby, Cyklotoulky, Pro Musica Nostra Tyrnaviensi, Rozárium hudby).



## Nové prezentačné video

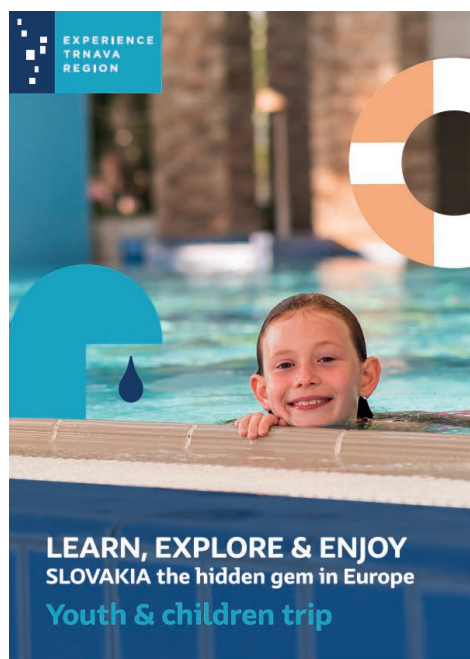
V roku 2025 vzniklo nové destinačné video Trnavský kraj zážitkov, ktoré slúži ako kľúčový audiovizuálny nástroj prezentácie destinácie na domácom aj zahraničných trhoch. Video bolo spracované vo viacerých variantoch – v slovenskej a anglickej jazykovej mutácii, v horizontálnom aj vertikálnom formáte – s cieľom zabezpečiť jeho široké využitie v online komunikácii, na sociálnych sieťach, veľtrhoch cestovného ruchu a prezentačných podujatiach. Obsahovo ide o dynamický kompilát záberov vybraných atraktivít z územia všetkých oblastných organizácií cestovného ruchu v Trnavskom kraji, čím video reprezentuje destináciu ako celok. Nové destinačné video nadväzuje na podobný prezentačný materiál z roku 2022, ktorý ho v praxi dopĺňa a čiastočne nahrádza. Do budúcnosti je zároveň plánovaná tvorba výpravnejšieho destinačného videa, ktoré komplexne predstaví celý Trnavský kraj prostredníctvom uceleného príbehu a emocionálneho rozprávania.



### 3 Cestovná kancelária

Aktivity cestovnej kancelárie sa v roku 2025 zameriavali na rozvoj a rozširovanie ponuky produktov cestovného ruchu v destinácii, určených pre zahraničných partnerov aj domáce inomingové cestovné kancelárie, **s dôrazom na tvorbu komplexných pobytových a poznávacích balíkov** (Private Luxury Getaway, Learn, Explore, Enjoy) reagujúcich na potreby rôznych cieľových skupín.

Pripravené boli rodinné a detské pobyty s výletmi, kúpeľné a wellness balíky s doplnkovým programom, city breaky, tematické a luxusné balíky, ako aj produkty „šité na mieru“ pre konkrétne skupiny. Súčasťou ponuky bol aj široký výber fakultatívnych výletov a doplnkových služieb.



Významnou súčasťou činnosti cestovnej kancelárie bolo posilňovanie spolupráce a sieťovanie partnerov v destinácii, ako aj udržiavanie a rozvoj B2B vzťahov doma i v zahraničí. Spolupráca sa týkala podnikateľských subjektov v oblasti služieb cestovného ruchu, organizácií cestovného ruchu a ďalších aktérov v turizme.

Cestovná kancelária sa v priebehu roka 2025 podieľala na zabezpečovaní podporných služieb priameho leteckého spojenia Tel Aviv – Piešťany, vrátane transferov, prenájmu automobilov, delegátskych služieb a poskytovania informačného servisu pre prichádzajúcich návštevníkov. V spolupráci s marketingovým oddelením sa pripravovali informačné materiály v cudzích jazykoch a podklady pre lepšiu orientáciu návštevníkov v destinácii.

Súčasťou aktivít cestovnej kancelárie bola aj intenzívna komunikácia a rokovania o nových možnostiach leteckých spojení zo zahraničia, najmä v súvislosti so zdravotným a kúpeľným turizmom. V roku 2025 prebiehali rokovania o príprave leteckého spojenia medzi Kuvajtom a Piešťanmi s výhľadom jeho realizácie v roku 2026.

Cestovná kancelária sa zároveň venovala práci s kontaktmi a predaju jednotlivých produktov KOČR rôznym cieľovým skupinám, najmä inomingovým cestovným kanceláriám, školám, seniorským klubom, ako aj prostredníctvom podnikov a inštitúcií. Vybrané produkty boli ponúkané aj ako súčasť balíkových itinerárov.

S cieľom rozšíriť ponuku a podporiť predĺženie pobytov v destinácii zastrešila cestovná kancelária prípravu doplnkových a zážitkových programov pre partnerské hotely a organizácie. Programy boli zamerané na rôzne cieľové skupiny – rodiny s deťmi, kúpeľných hostí, seniorov, mladých cestovateľov a ďalších.

V roku 2025 sa cestovná kancelária aktívne zapájala aj do prezentačných aktivít, vrátane účasti na medzinárodných výstavách a prezentáciách v Berlíne, Prahe, Rijáde a Dubaji, ako aj na infocestách a FAM tripoch pre odbornú verejnosť.

### 3.3.1 Spolupráca so SACKA a Klubom incomingových cestovných kancelárií (KICK)

KOCR Trnavský kraj sa dlhodobo zapája do aktivít Slovenskej asociácie cestovných kancelárií a cestovných agentúr (SACKA), najmä prostredníctvom Klubu incomingových cestovných kancelárií (KICK), ktorého cieľom je prepájanie subjektov pôsobiacich v cestovnom ruchu a podpora tvorby komplexných produktov pre domácich aj zahraničných návštevníkov.

Na túto spoluprácu nadviazala KOCR Trnavský kraj aj v roku 2025, keď sa vo februári aktívne podieľala na organizácii workshopu Klubu incomingových cestovných kancelárií v spolupráci so SACKA.

Podujatie sa uskutočnilo na Smolenickom zámku (5. a 6. februára) a zúčastnili sa ho zástupcovia CK z celého Slovenska. Workshop predstavoval významnú príležitosť na prezentáciu destinácie Trnavský kraj zážitkov kľúčovým odborníkom, ktorí zabezpečujú predaj pobytov a zájazdov na Slovensku zahraničnej klientele.

Súčasťou programu bol zážitkový večer pripravený KOCR Trnavský kraj, ktorý komplexne predstavil ponuku celej destinácie, ako aj priestor na viaceré B2B rokovania a neformálne networkingové stretnutia.

Okrem odborných panelových diskusií poskytlo podujatie priestor na osobné rozhovory a samostatné prezentačné plochy pre zástupcov oblastných organizácií cestovného ruchu a KOCR, vrátane cielenej prezentácie destinačnej ponuky Trnavského kraja zážitkov.



## 4 Vzdelávacie aktivity

### Gastrolove

Pri príležitosti Svetového dňa cestovného ruchu bola KOOCR Trnavský kraj aj v roku 2025 hlavným partnerom (ne)konferencie Gastrolove, ktorá sa uskutočnila 26. septembra 2025 v priestoroch Elektrárne Piešťany. Išlo o šiesty ročník tohto odborného podujatia, nad ktorým prevzal záštitu predseda Trnavského samosprávneho kraja.

Gastrolove patrí do produktovej línie regionálne produkty, keďže sa zameriava na prezentáciu kvalitnej gastronómie, **rozvoj služieb v cestovnom ruchu a podporu odborného vzdelávania**. Program ponúkol kombináciu odborných prednášok, diskusií a praktických workshopov, pričom významná časť bola venovaná témam cestovného ruchu, príkladom dobrej praxe a inšpiratívnym príbehom. Podujatie vytvorilo priestor na stretnutie odborníkov z oblasti gastronómie a turizmu, podnikateľov, ako aj študentov odborných škôl, ktorí predstavujú budúcich profesionálov v sektore. Na Gastrolove 2025 zavítalo 244 účastníkov.

### Zážitkové vzdelávanie pre žiakov župných škôl

Zážitkové vzdelávanie predstavuje autorský produkt KOOCR Trnavský kraj, ktorý systematicky prepája vzdelávanie s **autentickým spoznávaním destinácie prostredníctvom edukačno-zážitkových programov** pre stredné školy a gymnáziá v zriaďovateľskej pôsobnosti Trnavského samosprávneho kraja. Jeho cieľom je inšpirovať žiakov pri výbere vysokoškolského štúdia, priblížiť im menej známe, no perspektívne študijné a profesijné odbory a zároveň posilňovať ich vzťah k Trnavskému kraju ako výletnej destinácii. Programy sú postavené na poznávacích výletoch, osobnom kontakte s odborníkmi a zážitkovom učení priamo v teréne a tematicky sú zamerané na prírodné vedy, kultúru a históriu.

V roku 2025 bolo Zážitkové vzdelávanie realizované v spolupráci s odbornými a regionálnymi partnermi v rámci troch tematických okruhov – História piešťanských kúpeľov, Amonity v Chtelnici a Exkurzia na Dunaji. Exkurzie sa uskutočnili v 10 termínoch a zúčastnilo sa ich spolu 614 účastníkov (žiaci a pedagógovia). Obsadenosť jednotlivých termínov sa pohybovala v rozmedzí 80 % až 88 %, čo potvrdzuje záujem škôl o tento typ produktu aj jeho udržateľnosť.

### Infocesty pre zamestnancov informačných centier

Poznávacie cesty určené pre zamestnancov turistických informačných kancelárií na území Trnavského kraja nadväzovali na systematické aktivity Krajskej organizácie cestovného ruchu Trnavský kraj zamerané na zvyšovanie odbornej znalosti pracovníkov v prvej línii kontaktu s návštevníkmi destinácie. Ich cieľom bolo predstaviť im atraktivity, produkty a aktuálne novinky jednotlivých regiónov tak, aby ich dokázali autenticky a odborne sprostredkovať klientom priamo v informačných centrách a motivovať ich k dlhšiemu pobytu v regióne alebo k opakovanej návšteve.

Program infociest bol koncipovaný ako praktické spoznávanie územia s dôrazom na zážitok, príbeh a využiteľnosť informácií v každodennej praxi. Poznávacie cesty sa uskutočnili v regiónoch Matúšova zem, Záhorie, Piešťany a Trnava vrátane Smoleníc. V regióne Matúšova zem mali účastníci možnosť navštíviť Vodný mlyn v Tomášikove, Neogotický kaštieľ v Galante a Vlastivedné múzeum v Galante. Jednotlivé trasy predstavili kultúrno-historické dedičstvo, prírodné hodnoty aj lokálne produkty a služby vhodné pre rôzne cieľové skupiny návštevníkov.

## Účasť na vzdelávacích konferenciách a seminároch

- 28. 1. 2025 webinár Cykloturizmus v Európe (Nadácia Ekopolis v rámci projektu ICTr).
- 26. 2. 2025 webinár Cykloturizmus na Slovensku (Nadácia Ekopolis)
- 18. 3. 2025 webinár Cykloturizmus: Ako prilákať cykloturistov
- 23. 4. 2025 Seminár pre prijímateľov z 3. hodnotiaceho kola: praktické tipy pre úspešnú realizáciu projektu, Bratislava
- 22. 5. 2025 Seminár Slovakia Travel Best practices (partnerom bol na základe požiadavky Slovakia Travel predstavený zážitkový produkt Piešťany podľa Wintera)
- 3. – 5. 6. 2025 Konferencia European Medical Tourism, Baile Felix Oradea, Rumunsko
- 4. 6. 2025 Slovenská cesta židovského kultúrneho dedičstva, Trnava
- 25. 6. 2025 Konferencia Ministerstva cest. ruchu a športu SR, Viglaš
- 26. 6. 2025 9. webinár SLOVAKIA TRAVEL: Tematické cesty ako produkt cestovného ruchu a nástroj rozvoja destinácie, online
- 7. 10. 2025 Workshop LinkedIn, Bratislava
- 21. 10. 2025 Konferencia "SOILutions", Moravské Lieskové
- 17. 10. 2025 Cestovný ruch 2.0, Bojnice
- 19. 11. 2025 UTAI: Rozvoj samospráv, online
- 27. 11. 2025 Konferencia "Cestovný ruch spája", Győr
- 10. 12. 2025 Konferencia "Ako môže cestovný ruch posilniť regióny?", Smrdáky
- 11. 12. 2025 SLOVAKIA TRAVEL: Ako sa prezentovať a predávať v cestovnom, online

## 5 Strategické spolupráce

### 5.1 Odborná sekcia cestovného ruchu SK8

KOCR Trnavský kraj sa aj v roku 2025 aktívne zapájala do činnosti Odbornej sekcie cestovného ruchu SK8, ktorá vznikla ako reakcia na zriadenie Ministerstva cestovného ruchu a športu SR. **Platforma slúži na posilňovanie koordinácie medzi samosprávnymi krajinami** pri riešení aktuálnych tém v oblasti cestovného ruchu, podporu regionálneho rozvoja a zvyšovanie konkurencieschopnosti Slovenska ako turistickej destinácie.

Účasť KOCR Trnavský kraj v sekcii SK8 umožňovala systematické prepojenie s ostatnými krajinami, zdieľanie dát, skúseností a odborného know-how, ako aj jednotnú komunikáciu smerom k štátnej správe. Prostredníctvom tejto platformy mala KOCR Trnavský kraj priestor informovať vedenie Trnavského samosprávneho kraja o vývoji cestovného ruchu, zapájať sa do prípravy strategických dokumentov a spolupodieľať sa na tvorbe spoločných stanovísk a postupov vo vzťahu k Ministerstvu cestovného ruchu a športu SR. Týmto spôsobom sa posilňoval jednotný hlas regiónov pri formovaní národnej politiky cestovného ruchu.

### 5.2 Členstvo v AOOCR

Asociácia organizácií cestovného ruchu (AOOCR) je profesijnou platformou združujúcou krajské a oblasťné organizácie cestovného ruchu pôsobiace na princípe verejno-súkromného partnerstva, ktorej cieľom je posilňovanie destinačného manažmentu na Slovensku. Asociácia vytvára priestor pre odborný rast, výmenu skúseností a systematickú spoluprácu medzi organizáciami cestovného ruchu.

KOCR Trnavský kraj je členom AOOCR od roku 2021 a aj v roku 2025 sa aktívne podieľala na jej činnosti. Zástupca KOCR Trnavský kraj naďalej pôsobil v orgánoch Asociácie, konkrétne na pozícii predsedu dozornej rady. Prostredníctvom členstva v AOOCR sa KOCR zapájala do spoločného presadzovania záujmov členských organizácií, zdieľania pracovných skúseností a komunikácie prínosov destinačného manažmentu smerom k odbornej aj širšej verejnosti.

# Štatistické údaje: Návštevnosť, ubytovacie kapacity, tržby za ubytovanie

V roku 2025 došlo k ďalšiemu medziročnému nárastu výkonov cestovného ruchu v Trnavskom kraji. Oproti roku 2024 narástol podľa údajov Štatistického úradu SR počet návštevníkov o 4,3 % (nárast o 17 131 návštevníkov), a počet prenocovaní o 3,1 % (nárast o 41 688 prenocovaní).

Podiel prenocovaní domácich návštevníkov na celkovom počte prenocovaní dosiahol 57,1 %, zatiaľ čo podiel prenocovaní zahraničných návštevníkov predstavoval 42,9 %. V oboch ukazovateľoch sa cestovný ruch v Trnavskom kraji priblížil k rekordným hodnotám z roku 2019.

Priemerný počet prenocovaní dosiahol 3,4 dňa pri domácich návštevníkoch a 3,4 dňa pri zahraničných návštevníkoch. Aj naďalej prevyšoval slovenský priemer (2,7 pri domácich návštevníkoch a 2,3 pri zahraničných návštevníkoch).

Počet prenocovaní v roku 2025:	<b>1 400 368</b>
Počet návštevníkov v roku 2025:	<b>413 470</b>
Priemerný počet prenocovaní v roku 2025:	<b>3,4</b>

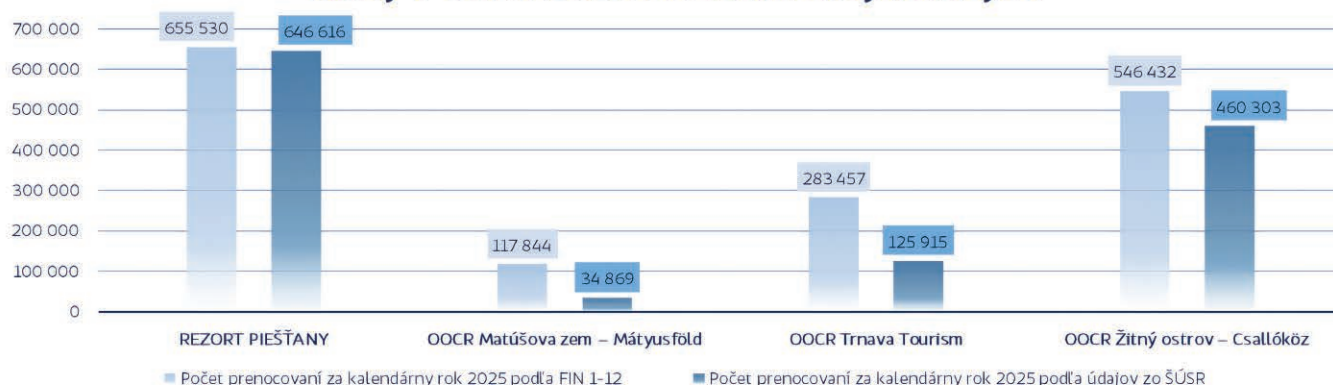
**Tabuľka č.1:** Vybrané údaje za rok 2025 podľa územnej pôsobnosti OCR v Trnavskom kraji

Obec/OOCR/kraj	Počet návštevníkov	Počet prenocovaní	Počet ubytovacích zariadení k 31. 12.	Počet lôžok k 31. 12.	Tržby za ubytovanie návštevníkov bez DPH
OOCR Trnava Tourism	60 824	125 915	50	2498	6 506 703
OOCR Rezort Piešťany	133 111	646 616	56	5113	32 500 688
OOCR Žitný ostrov – Csallóköz	164 215	460 303	140	5 524	18 632 974
OOCR Matúšova zem - Mátyusföld	18 091	34 869	25	1 254	1 238 913
členovia KOOCR Trnavský kraj v roku 2025 (bez OOCR Záhorie)	376 241	1 267 703	271	14 389	58 879 278
<b>Trnavský kraj celkom</b>	<b>413 470</b>	<b>1 400 368</b>	<b>403</b>	<b>17 688</b>	<b>62 969 310</b>

Zdroj: Štatistický úrad SR a vlastné spracovanie

**Graf č. 1**

### PREHĽAD POČTU PRENOCOVANÍ ZA ČLENOV KOOCR TRNAVSKÝ KRAJ V ROKU 2025 PODĽA ZDROJA ÚDAJOV

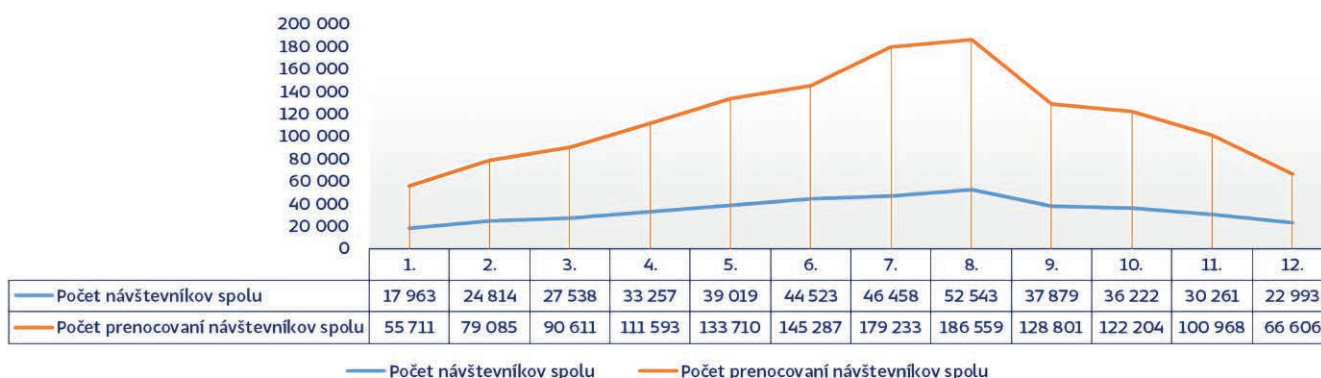


Zdroj: ŠÚSR a FIN 1-12

Graf č. 1 znázorňuje prehľad počtu prenocovaní návštevníkov na území členských oblastných organizácií cestovného ruchu (OOCR) za rok 2025 podľa dvoch zdrojov údajov – výkazu FIN 1-12 od členských samospráv OOCR a údajov zo Štatistického úradu SR. Z porovnania vyplýva, že hodnoty evidované vo výkaze FIN 1-12 sú mierne vyššie ako údaje publikované Štatistickým úradom SR.

**Graf č. 2:** Počet návštevníkov a ich počet prenocovaní v ubytovacích zariadeniach v Trnavskom kraji po okresoch (2025)

### Počet návštevníkov a ich počet prenocovaní v Trnavskom kraji za rok 2025 podľa mesiacov



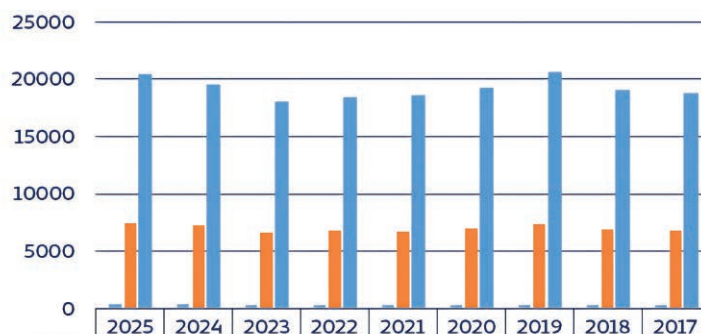
Zdroj: ŠÚSR

## Kapacity a výkony ubytovacích zariadení v roku 2025

- 396 Celkový počet ubytovacích zariadení k dispozícii
- 7 480 Celkový počet izieb k dispozícii
- 20 321 Celkový počet lôžok (vrátane kempingových miest) k dispozícii
- 62 969 310 Tržby za ubytovanie spolu (€)
- 29 465 251 Tržby zahraničných návštevníkov (€)
- 33 504 059 Tržby domácich návštevníkov (€)
- 45 Priemerná cena za ubytovanie v ubytovacích zariadeniach (€)
- 49 Priemerná cena za ubytovanie v ubytovacích zariadeniach za zahraničného návštevníka (€)
- 41,9 Priemerná cena za ubytovanie v ubytovacích zariadeniach za domáceho návštevníka (€)
- 29,3 Čisté využitie stálych lôžok v ubytovacích zariadeniach (%)
- 36,7 Čisté využitie izieb (%)
- 5 743 Priemerný počet izieb k dispozícii v 1 dni
- 13 086 Priemerný počet stálych lôžok k dispozícii v 1 dni

**Graf č. 3:** Vývoj kapacít ubytovacích zariadení v Trnavskom kraji za roky 2018 – 2025

**Kapacity ubytovacích zariadení v Trnavskom kraji  
podľa rokov**

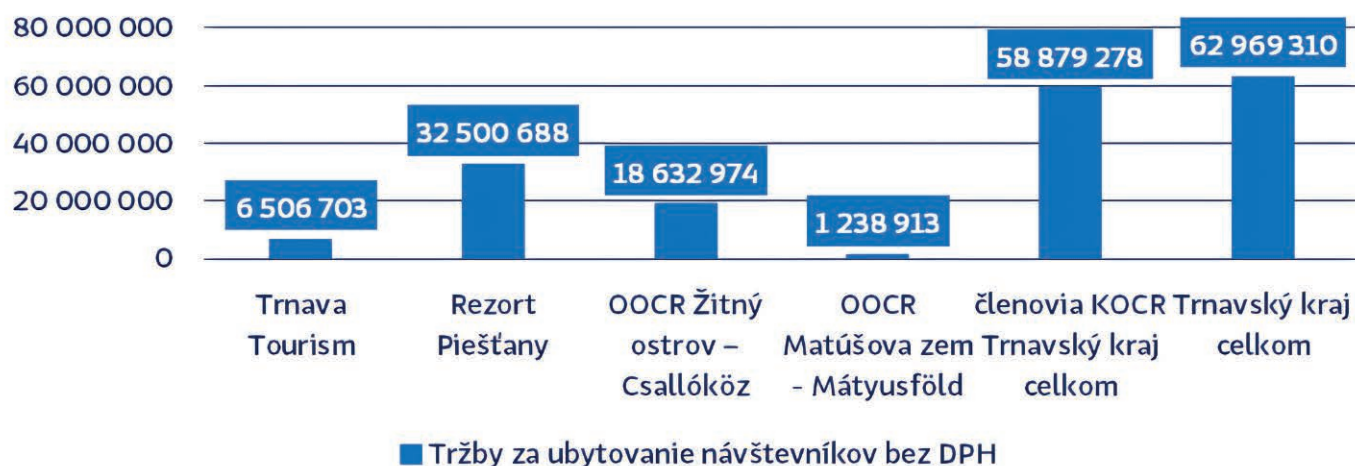


	2025	2024	2023	2022	2021	2020	2019	2018	2017
■ Celkový počet ubytovacích zariadení k dispozícii	396	355	338	326	323	316	336	295	267
■ Celkový počet izieb k dispozícii	7 480	7 245	6 620	6 804	6 750	6 954	7 354	6 876	6 774
■ Celkový počet lôžok (vrátane kempingových miest) k dispozícii	20 321	19 463	17 938	18 310	18 529	19 119	20 494	18 965	18 729

Zdroj: ŠÚSR

**Graf č. 4:** Tržby za ubytovanie návštevníkov bez DPH v ubytovacích zariadeniach podľa územnej pôsobnosti OCR v Trnavskom kraji za 2025

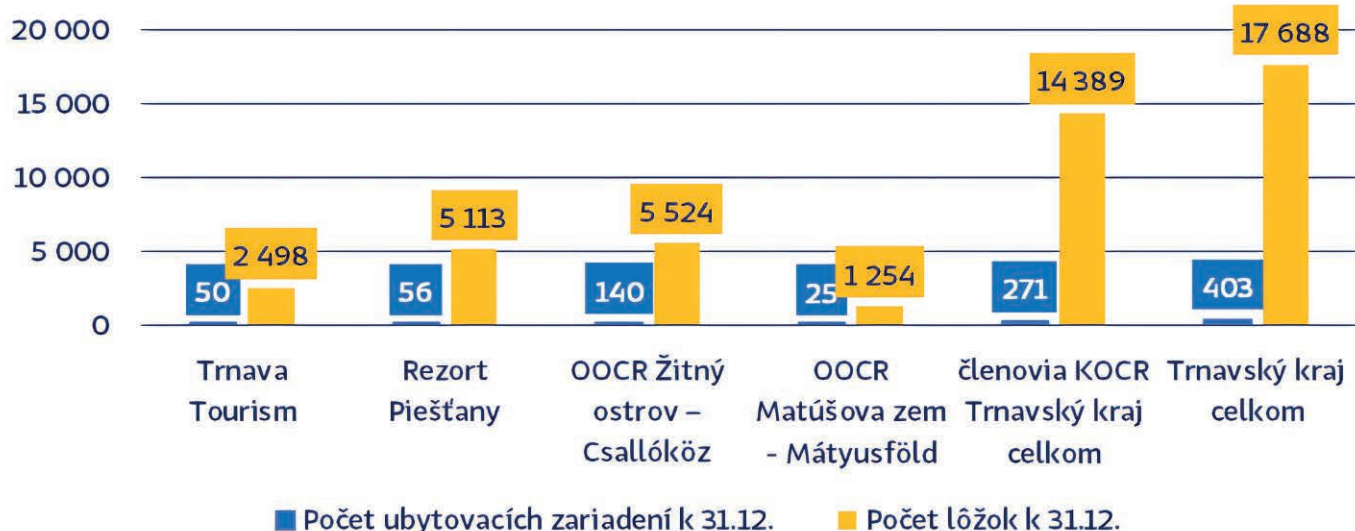
### Tržby za ubytovanie návštevníkov bez DPH (2025) v ubytovacích zariadeniach podľa územnej pôsobnosti OCR v Trnavskom kraji



Zdroj: ŠÚSR

**Graf č. 5:** Kapacity ubytovacích zariadení podľa územnej pôsobnosti OCR v Trnavskom kraji za 2025

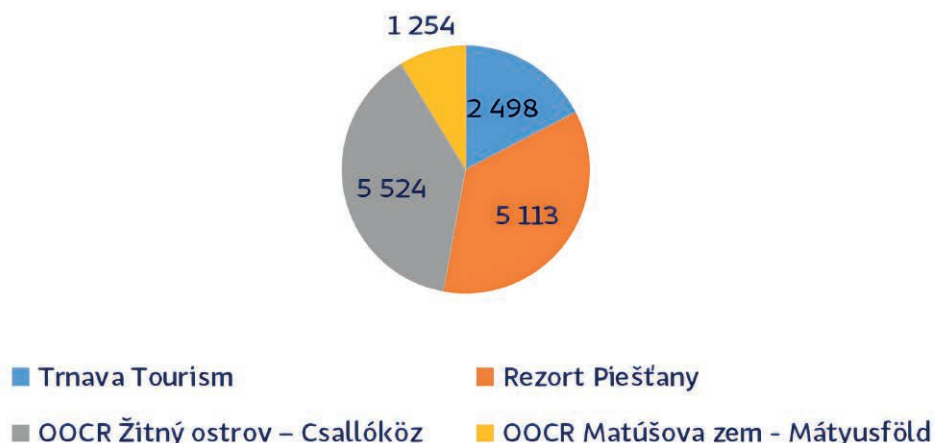
### Kapacity ubytovacích zariadení (2025) podľa územnej pôsobnosti OCR v Trnavskom kraji



Zdroj: ŠÚSR

**Graf č. 6:** Počet lôžok v ubytovacích zariadení podľa územnej pôsobnosti OCR v Trnavskom kraji za 2025

### Počet lôžok k 31.12. (2025) v ubytovacích zariadeniach podľa územnej pôsobnosti OCR v Trnavskom kraji



Zdroj: ŠÚSR

**Graf č. 7:** Počet návštevníkov a ich počet prenocovaní v ubytovacích zariadení podľa územnej pôsobnosti OCR v Trnavskom kraji za 2025

### Počet návštevníkov a počet prenocovaní (2025) v ubytovacích zariadeniach podľa územnej pôsobnosti OCR v Trnavskom kraji



Zdroj: ŠÚSR

**Tab. č. 2:** Počet prenocovaní návštevníkov Trnavského samosprávneho kraja po okresoch za roky 2017 – 2025

	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
<b>Okres Dunajská Streda</b>	283 811	257 591	346 567	178 785	270 358	351 963	434 820	455 990	468 723
<b>Okres Galanta</b>	55 994	46 643	49 435	D	D	32 182	32 699	33 846	39 821
<b>Okres Hlohovec</b>	7 438	D	D	D	D	D	D	6 082	9 353
<b>Okres Piešťany</b>	711 722	704 668	791 465	428 167	419 372	591 101	605 037	631 283	642 214
<b>Okres Senica</b>	127 176	136 111	139 305	D	73 125	80 286	83 716	85 115	79 400
<b>Okres Skalica</b>	22 941	D	D	D	15 989	D	D	24 936	20 651
<b>Okres Trnava</b>	142 039	172 382	183 791	D	52 410	106 256	130 220	121 428	140 206
<b>Trnavský kraj</b>	<b>1 351 121</b>	<b>1 352 397</b>	<b>1 548 352</b>	<b>795 204</b>	<b>856 248</b>	<b>1 184 443</b>	<b>1 314 604</b>	<b>1 358 680</b>	<b>1 400 368</b>
<b>SLOVENSKO</b>	<b>14 936 766</b>	<b>15 515 083</b>	<b>17 703 695</b>	<b>9 790 597</b>	<b>8 169 505</b>	<b>12 719 545</b>	<b>14 851 364</b>	<b>15 185 188</b>	<b>16 174 930</b>
<b>podiel TTSK</b>	9,05%	8,72%	8,75%	8,12%	10,48%	9,31%	8,85%	8,95%	8,66%

Zdroj: ŠÚSR a vlastné spracovanie

**Tab. č. 3:** Počet návštevníkov Trnavského samosprávneho kraja po okresoch za roky 2017 – 2025

	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
<b>Okres Dunajská Streda</b>	113 152	106 981	137 545	70 343	86 436	127 031	154 082	160 876	167 113
<b>Okres Galanta</b>	18 517	16 987	18 903	D	D	13 880	15 375	17 322	19 888
<b>Okres Hlohovec</b>	3 821	3 861	3 566	D	D	D	D	3 039	4 118
<b>Okres Piešťany</b>	129 061	128 894	153 563	84 669	76 574	114 198	121 891	128 129	129 748
<b>Okres Senica</b>	22 418	25 294	27 512	D	11 055	13 042	16 232	16 532	16 417
<b>Okres Skalica</b>	12 643	12 389	14 089	D	7 953	D	D	12 860	9 665
<b>Okres Trnava</b>	67 105	70 621	77 883	D	21 449	49 134	63 367	57 581	66 521
<b>Trnavský kraj</b>	<b>366 717</b>	<b>365 027</b>	<b>433 061</b>	<b>212 772</b>	<b>213 909</b>	<b>329 067</b>	<b>385 996</b>	<b>396 339</b>	<b>413 470</b>
<b>SLOVENSKO</b>	<b>5 375 475</b>	<b>5 596 407</b>	<b>6 432 934</b>	<b>3 210 007</b>	<b>2 724 587</b>	<b>4 831 628</b>	<b>5 726 279</b>	<b>5 916 636</b>	<b>6 346 525</b>
<b>Podiel TTSK</b>	6,80%	6,50%	6,70%	6,60%	7,90%	6,81%	6,74%	6,70%	6,51%

Zdroj: ŠÚSR a vlastné spracovanie

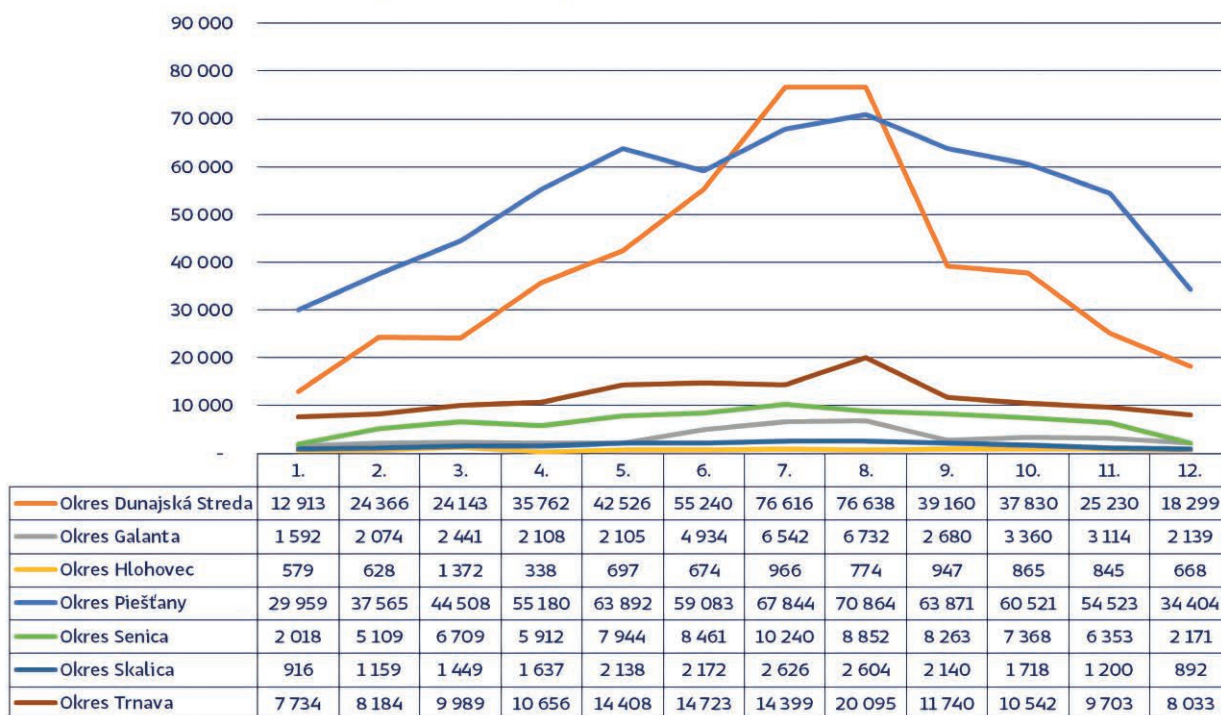
**Graf č. 8:** Počet návštevníkov v ubytovacích zariadení podľa mesiacov a okresov v Trnavskom kraji za 2025

**Počet návštevníkov v ubytovacích zariadeniach v Trnavskom kraji za rok 2025 podľa mesiacov a okresov**



**Graf č. 9:** Počet prenocovaní v ubytovacích zariadení podľa mesiacov a okresov v Trnavskom kraji za 2025

**Počet prenocovaní návštevníkov v ubytovacích zariadeniach v Trnavskom kraji za rok 2025 podľa mesiacov a okresov**

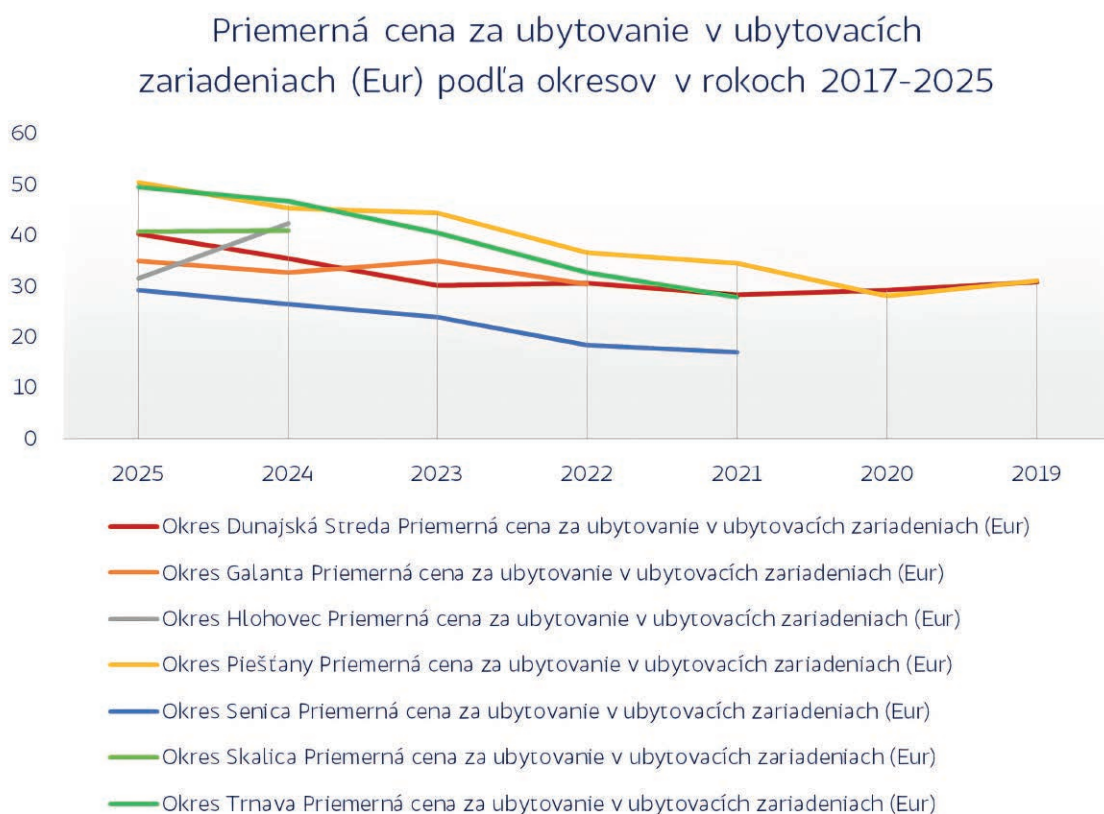


**Graf č. 10:** Počet návštevníkov v ubytovacích zariadení podľa mesiacov a okresov v Trnavskom kraji za 2025

Priemerná cena za ubytovanie v ubytovacích zariadeniach (Eur)	2025
Okres Dunajská Streda	40,3
Okres Galanta	35
Okres Hlohovec	31,50
Okres Piešťany	50,3
Okres Senica	29,1
Okres Skalica	40,6
Okres Trnava	49,50

Zdroj: ŠÚSR

**Graf č. 11:** Vývoj priemernej ceny za ubytovanie v ubytovacích zariadeniach (Eur) podľa okresov v Trnavskom kraji za roky 2017–2025



Zdroj: ŠÚSR

**Tab. č. 5:** Prehľad zahraničných návštevníkov podľa krajín pôvodu s najvyšším podielom prenocovaní v TTSK za rok 2025

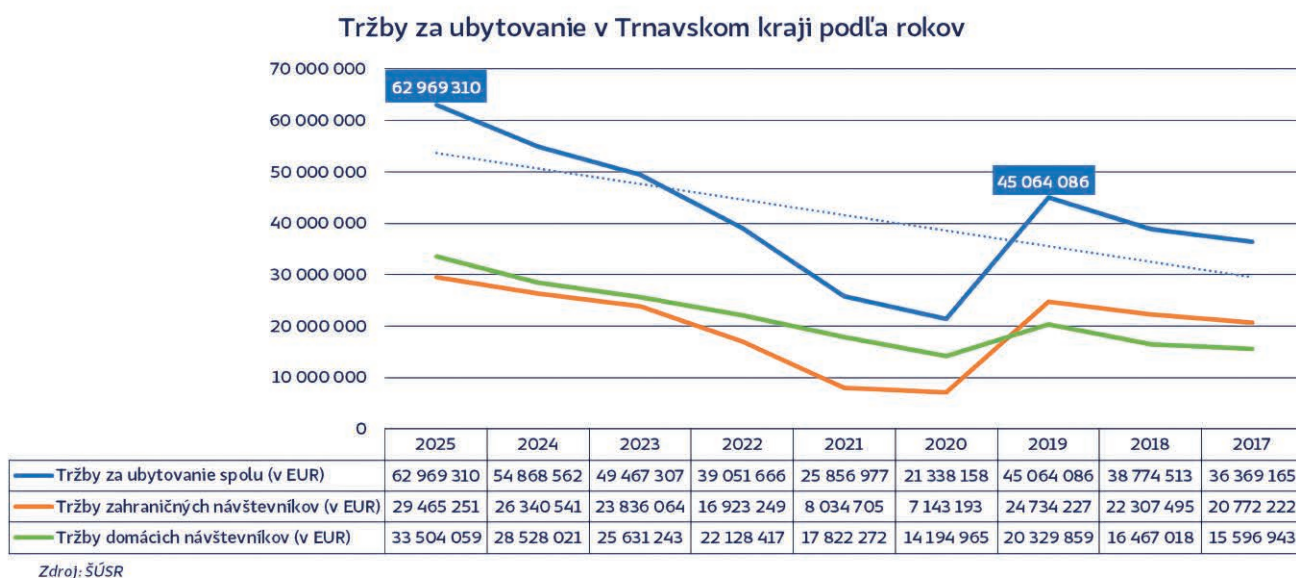
Krajiny pôvodu	Trnavský kraj	podiel na TTSK	Okres Dunajská Streda	Okres Galanta	Okres Hlohovec	Okres Piešťany	Okres Senica	Okres Skalica	Okres Trnava	SR	podiel TTSK na SR
<b>Zahranční návštevníci</b>	<b>601 151</b>		<b>269 683</b>	<b>16 969</b>	<b>D</b>	<b>235 074</b>	<b>10 179</b>	<b>D</b>	<b>59 238</b>	<b>5 643 134</b>	<b>10,7%</b>
<i>Česká republika</i>	279 651	46,5%	191 484	8 597	926	57 657	5 082	2 610	13 295	1 727 360	16,2%
<i>Nemecko</i>	79 888	13,3%	7 136	779	D	58 912	826	D	9 833	423 313	18,9%
<i>Ostatné ázijské štáty</i>	33 619	5,6%	885	7	-	32 183	33	9	502	112 472	29,9%
<i>Izrael</i>	26 095	4,3%	652	32	9	25 031	7	9	355	85 682	30,5%
<i>Poľsko</i>	23 031	3,8%	12 652	1 092	403	3 655	646	782	3 801	928 967	2,5%
<i>Rakúsko</i>	20 240	3,4%	8 170	292	D	8 644	670	D	2 173	169 325	12,0%
<i>Ukrajina</i>	16 257	2,7%	7 256	564	66	5 634	367	228	2 142	323 966	5,0%
<i>Maďarsko</i>	14 730	2,5%	9 453	1 083	D	1 759	243	D	1 920	308 563	4,8%
<i>Taliano</i>	10 346	1,7%	3 129	379	16	3 025	125	306	3 366	130 605	7,9%
<i>Spojené štáty americké</i>	8 980	1,5%	949	81	2	7 156	93	48	651	123 072	7,3%
<i>Spojené kráľovstvo</i>	6 760	1,1%	3 097	128	20	1 931	209	262	1 113	164 977	4,1%
<i>Francúzsko</i>	5 791	1,0%	1 223	111	4	1 377	125	151	2 800	62 707	9,2%
<i>Rumunsko</i>	5 727	1,0%	2 049	184	6	1 920	353	142	1 073	99 681	5,7%
<i>Čínska ľudová republika</i>	4 319	0,7%	D	D	4	1 395	D	28	2 296	51 035	8,5%
<i>Švajčiarsko</i>	4 023	0,7%	1 302	76	-	1 501	145	62	937	34 663	11,6%
<i>Bulharsko</i>	3 778	0,6%	1 169	63	-	1 287	211	100	948	23 326	16,2%
<i>Holandsko</i>	3 514	0,6%	1 335	278	9	1 051	28	81	732	57 758	6,1%

Zdroj: ŠÚSR a vlastné spracovanie

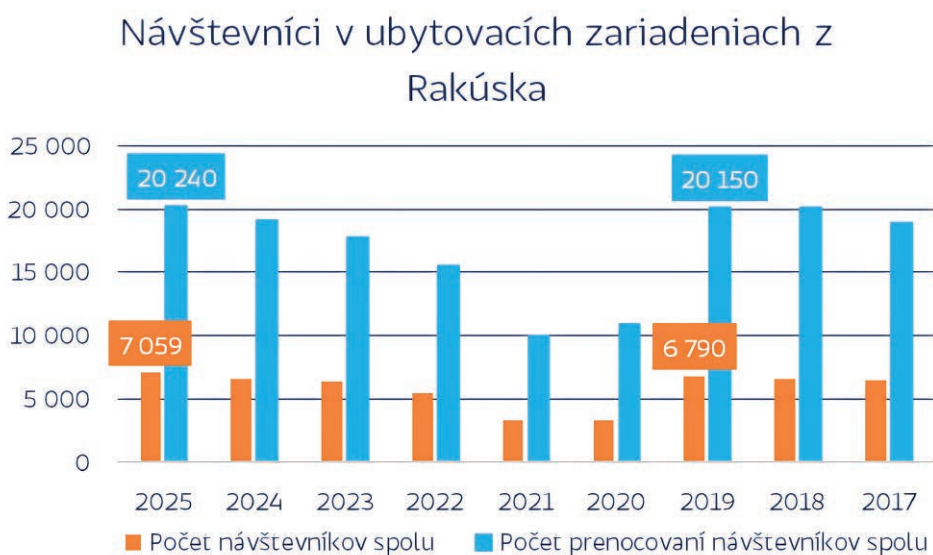
**Tab. č. 6:** Prehľad zahraničných návštevníkov podľa krajín pôvodu s najvyšším podielom prenocovaní v TTSK za rok 2025

Krajiny pôvodu	Trnavský kraj	podiel na TTSK	Okres Dunajská Streda	Okres Galanta	Okres Hlohovec	Okres Piešťany	Okres Senica	Okres Skalica	Okres Trnava	SR	podiel TTSK na SR
<b>Zahranční návštevníci</b>	<b>176 719</b>		<b>93 988</b>	<b>7 926</b>	<b>D</b>	<b>41 089</b>	<b>3 987</b>	<b>D</b>	<b>24 933</b>	<b>2 421 263</b>	<b>7,3%</b>
Česká republika	98 037	55,5%	67 686	3 537	553	15 543	1 782	1 459	7 477	703 332	13,9%
Nemecko	15 688	8,9%	2 636	344	D	7 967	323	D	3 334	176 260	8,9%
Poľsko	9 601	5,4%	4 815	599	92	1 300	295	292	2 208	390 854	2,5%
Rakúsko	7 059	4,0%	3 466	169	D	1 898	333	D	1 016	95 264	7,4%
Maďarsko	6 949	3,9%	4 249	685	D	716	182	D	952	142 856	4,9%
Ukrajina	3 636	2,1%	950	289	18	1 193	109	89	988	113 562	3,2%
Taliansko	3 333	1,9%	1 132	170	7	699	64	136	1 125	60 941	5,5%
Izrael	2 940	1,7%	203	18	1	2 546	4	1	167	25 749	11,4%
Ostatné ázijské štáty	2 636	1,5%	160	5	-	2 242	7	8	214	37 605	7,0%
Spojené kráľovstvo	2 137	1,2%	972	62	5	490	54	121	433	76 176	2,8%
Francúzsko	1 947	1,1%	371	48	1	418	55	68	986	29 839	6,5%
Rumunsko	1 670	0,9%	649	92	2	346	95	56	430	44 378	3,8%
Spojené štáty americké	1 517	0,9%	311	73	1	817	24	15	276	64 503	2,4%
Srbsko	1 215	0,7%	456	87	4	166	34	53	415	14 317	8,5%
Švajčiarsko	1 109	0,6%	419	29	-	289	56	25	291	17 547	6,3%
Holandsko	1 084	0,6%	385	107	4	236	18	41	293	27 581	3,9%
Belgicko	1 079	0,6%	421	76	19	193	98	24	248	16 266	6,6%
Chorvátsko	987	0,6%	456	38	-	179	13	20	281	18 459	5,3%
Bulharsko	961	0,5%	310	26	-	240	123	42	220	11 273	8,5%
Španielsko	910	0,5%	301	33	8	189	32	19	328	31 395	2,9%
Čínska ľudová republika	901	0,5%	D	D	2	237	D	11	482	31 875	2,8%

**Graf č. 12:** Tržby za ubytovanie v Trnavskom kraji podľa vybraných rokov (zdroj: ŠÚSR)



**Grafy č. 13, 14, 15, 16, 17:** Počet zahraničných návštevníkov a ich počet prenocovaní návštevníkov z vybraných krajín v ubytovacích zariadeniach v Trnavskom kraji podľa rokov 2017-2025 (zdroj: ŠÚSR)



### Návštevníci v ubytovacích zariadeniach z Nemecka



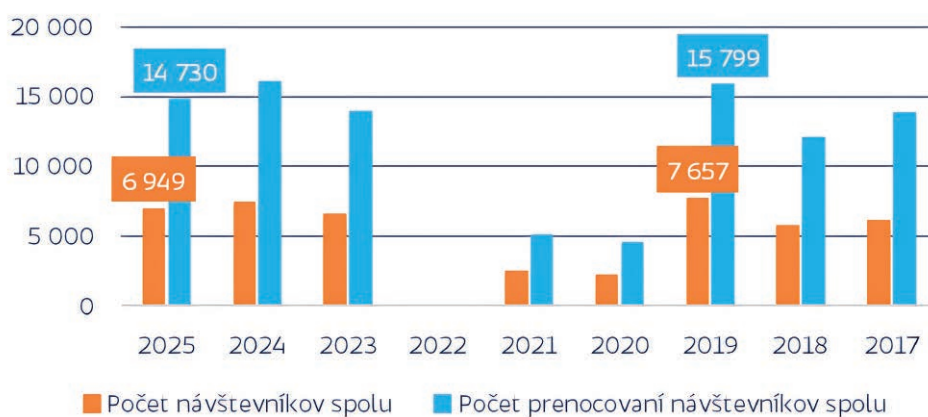
### Návštevníci v ubytovacích zariadeniach z Českej republiky



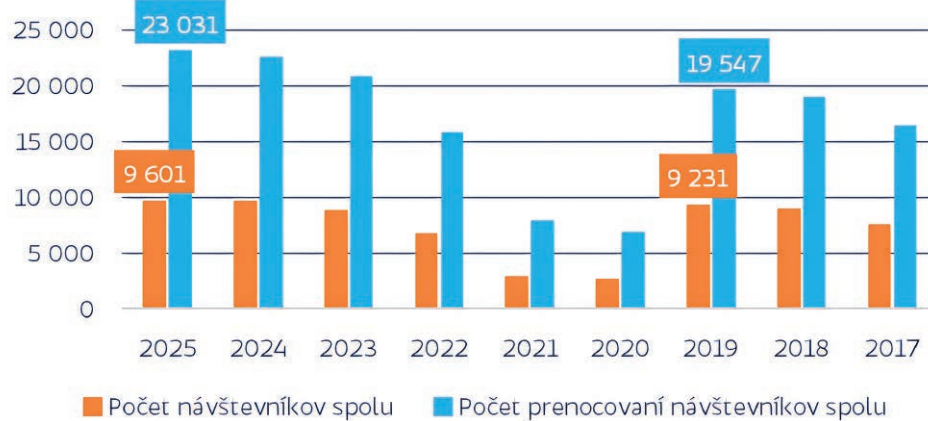
### Návštevníci v ubytovacích zariadeniach z Izraela



### Návštevníci v ubytovacích zariadeniach z Maďarska



### Návštevníci v ubytovacích zariadeniach z Poľska



# Účtovná zázvierka 2025

**UCTOVNA ZAVIERKA**neziskovej účtovnej jednotky účtujúcej  
v sústave podvojného účtovníctva

zostavená k 3 1 . 1 2 . 2 0 2 5

Daňové identifikačné číslo 2 1 2 1 3 1 8 8 4 8 IČO 5 2 2 8 5 7 5 8 SK NACE 9 4 . 9 9 . 2	Účtovná zavierka <input checked="" type="checkbox"/> riadna <input type="checkbox"/> mimoriadna <input type="checkbox"/> priebežná (vyznačí sa x)	Mesiac Rok Za obdobie od 0 1 2 0 2 5 do 1 2 2 0 2 5 Bezprostredne predchádzajúce obdobie od 0 1 2 0 2 4 do 1 2 2 0 2 4
---	---	--

Priložené súčasti účtovnej zavierky

 Súvaha (Úč NUJ 1-01)  
(v eurocentoch) Výkaz ziskov a strát (Úč NUJ 2-01)  
(v eurocentoch) Poznámky (Úč NUJ 3-01)  
(v celých eurách alebo eurocentoch)

Názov účtovnej jednotky

T r n a v s k ý k r a j

Sídlo účtovnej jednotky

Ulica

S T A R O H Á J S K A

Číslo

1 0

PSC

Obec

9 1 7 0 1 T R N A V A

Telefónne číslo

E-mailová adresa

Zostavená dňa:

2 5 . 0 2 . 2 0 2 6

Schválená dňa:

. . 2 0

Podpisový záznam

štatutárneho orgánu alebo  
člena štatutárneho orgánu  
účtovnej jednotky:

Strana aktív		č.r.	Bežné účtovné obdobie			Bezprostredne predchádzajúce účtovné obdobie
			Brutto	Korekcia	Netto	Netto
a		b	1	2	3	4
<b>A. NEOBEŽNÝ MAJETOK SPOLU r. 002 + r. 009 + r. 021</b>		<b>001</b>	106051,88	3060,26	102991,62	59658,26
<b>A.I.</b>	<b>Dlhodobý nehmotný majetok r. 003 až r. 008</b>	<b>002</b>				
<b>A.I.1.</b>	Nehmotné výsledky z vývojovej a obdobnej činnosti 012 - (072+091AÚ)	003				
<b>2.</b>	Softvér 013 - (073+091AÚ)	004				
<b>3.</b>	Oceniteľné práva 014 - (074 + 091AÚ)	005				
<b>4.</b>	Ostatný dlhodobý nehmotný majetok (018+ 019)-(078 + 079 + 091 AÚ)	006				
<b>5.</b>	Obstaranie dlhodobého nehmotného majetku (041-093)	007				
<b>6.</b>	Poskytnuté preddavky na dlhodobý nehmotný majetok (051-095AÚ)	008				
<b>A.II.</b>	<b>Dlhodobý hmotný majetok r. 010 až r. 020</b>	<b>009</b>	106051,88	3060,26	102991,62	59658,26
<b>A.II.1.</b>	Pozemky (031)	010				
<b>2.</b>	Umelecké diela a zbierky (032)	011				
<b>3.</b>	Stavby 021 - (081 + 092AÚ)	012	47384,38	3060,26	44324,12	45508,73
<b>4.</b>	Samostatné hnutelné veci a súbory hnutelných vecí 022 - (082 + 092AÚ)	013				14149,53
<b>5.</b>	Dopravné prostriedky 023 - (083 + 092AÚ)	014				
<b>6.</b>	Pestovateľské celky trvalých porastov 025 - (085 + 092AÚ)	015				
<b>7.</b>	Základné stádo a ťažné zvieratá 026 - (086 + 092AÚ)	016				
<b>8.</b>	Drobný dlhodobý hmotný majetok 028 - (088 + 092AÚ)	017				
<b>9.</b>	Ostatný dlhodobý hmotný majetok 029 - (089 +092AÚ)	018				
<b>10.</b>	Obstaranie dlhodobého hmotného majetku (042 - 094)	019	58667,50		58667,50	
<b>11.</b>	Poskytnuté preddavky na dlhodobý hmotný majetok (052 - 095AÚ)	020				
<b>A.III.</b>	<b>Dlhodobý finančný majetok r. 022 až r. 028</b>	<b>021</b>				
<b>A.III.1.</b>	Podielové cenné papiere a podiely v obchodných spoločnostiach v ovládanej osobe (061- 096 AÚ)	022				
<b>2.</b>	Podielové cenné papiere a podiely v obchodných spoločnostiach s podstatným vplyvom (062 - 096 AÚ)	023				
<b>3.</b>	Dlhové cenné papiere držané do splatnosti (065 - 096 AÚ)	024				
<b>4.</b>	Pôžičky podnikom v skupine a ostatné pôžičky (066 + 067) - 096 AÚ	025				
<b>5.</b>	Ostatný dlhodobý finančný majetok (069 - 096 AÚ)	026				
<b>6.</b>	Obstaranie dlhodobého finančného majetku (043 - 096 AÚ)	027				
<b>7.</b>	Poskytnuté preddavky na dlhodobý finančný majetok (053 - 096 AÚ)	028				

Strana aktív		č.r.	Bežné účtovné obdobie			Bezprostredne predchádzajúce účtovné obdobie
			Brutto	Korekcia	Netto	Netto
a		b	1	2	3	4
<b>B. OBEŽNÝ MAJETOK SPOLU r. 030+ r. 037+ r. 042 + r. 051</b>		<b>029</b>	928637,13		928637,13	368826,48
<b>B.I.</b>	<b>Zásoby r. 031 až r. 036</b>	<b>030</b>				
<b>B.I.1.</b>	Materiál (112 + 119) - 191	031				
<b>2.</b>	Nedokončená výroba a polotovary vlastnej výroby (121+122) - (192 +193)	032				
<b>3.</b>	Výrobky (123 - 194)	033				
<b>4.</b>	Zvieratá (124 - 195)	034				
<b>5.</b>	Tovar (132 + 139) - 196	035				
<b>6.</b>	Poskytnuté prevádzkové preddavky na zásoby (314 AÚ - 391 AÚ)	036				
<b>B.II.</b>	<b>Dlhodobé pohľadávky r. 038 až r. 041</b>	<b>037</b>				
<b>B.II.1.</b>	Pohľadávky z obchodného styku (311 AÚ až 314 AÚ) - 391 AÚ	038				
<b>2.</b>	Ostatné pohľadávky (315 AÚ - 391AÚ)	039				
<b>3.</b>	Pohľadávky voči účastníkom združení (358AÚ - 391AÚ)	040				
<b>4.</b>	Iné pohľadávky ( 335 AÚ + 373 AÚ + 375 AÚ + 378AÚ) - 391AÚ	041				
<b>B.III.</b>	<b>Krátkodobé pohľadávky r. 043 až r. 050</b>	<b>042</b>	10252,82		10252,82	4602,38
<b>B.III.1.</b>	Pohľadávky z obchodného styku (311AÚ až 314 AÚ) - 391AÚ	043	10654,85		10654,85	4602,38
<b>2.</b>	Ostatné pohľadávky (315 AÚ - 391 AÚ)	044	-1594,42		-1594,42	
<b>3.</b>	Zúčtovanie so Sociálnou poisťovňou a zdravotnými poisťovňami (336 )	045		x		
<b>4.</b>	Daňové pohľadávky (341 až 345)	046		x		
<b>5.</b>	Pohľadávky z dôvodu finančných vzťahov k štátnemu rozpočtu a rozpočtom územnej samosprávy (346+ 348)	047		x		
<b>6.</b>	Pohľadávky voči účastníkom združení (358 AÚ - 391AÚ)	048				
<b>7.</b>	Spojovací účet pri združení (396 - 391AÚ)	049				
<b>8.</b>	Iné pohľadávky (335AÚ + 373AÚ + 375AÚ + 378AÚ) - 391AÚ	050	1192,39		1192,39	
<b>B.IV.</b>	<b>Finančné účty r. 052 až r. 056</b>	<b>051</b>	918384,31		918384,31	364224,10
<b>B.IV.1.</b>	Pokladnica (211 + 213)	052	7627,50	x	7627,50	6,67
<b>2.</b>	Bankové účty (221 AÚ + 261)	053	910756,81	x	910756,81	364217,43
<b>3.</b>	Bankové účty s dobou viazanosti dlhšou ako jeden rok (221 AÚ)	054		x		
<b>4.</b>	Krátkodobý finančný majetok(251+ 253 + 255AÚ+ 256 + 257) - 291AÚ	055				
<b>5.</b>	Obstaranie krátkodobého finančného majetku (259 - 291AÚ)	056				
<b>C. ČASOVÉ ROZLIŠENIE SPOLU r. 058 a r. 059</b>		<b>057</b>	20,50		20,50	1561,56
<b>C.1.</b>	Náklady budúcich období (381)	058	20,50		20,50	1561,56
<b>2.</b>	Príjmy budúcich období (385)	059				
<b>MAJETOK SPOLU r. 001 + r. 029 + r. 057</b>		<b>060</b>	1034709,51	3060,26	1031649,25	430046,30

Strana pasív		č.r.	Bežné účtovné obdobie	Bezprostredne predchádzajúce účtovné obdobie
a		b	5	6
<b>A. VLASTNÉ IMANIE</b> r. 062+ r. 067 + r. 071 + r. 072		<b>061</b>	610939,24	372629,25
<b>A.I. Imanie a fondy</b>	<b>r. 063 až r. 066</b>	<b>062</b>		
<b>A.I.1.</b>	Základné imanie (411)	063		
<b>2.</b>	Fondy tvorené podľa osobitných predpisov (412)	064		
<b>3.</b>	Fond reprodukcie (413)	065		
<b>4.</b>	Oceňovacie rozdiely z precenenia kapitálových účastín (415)	066		
<b>A.II. Fondy tvorené zo zisku</b>	<b>r. 068 až r. 070</b>	<b>067</b>		
<b>A.II.1.</b>	Rezervný fond (421)	068		
<b>2.</b>	Fondy tvorené zo zisku (423)	069		
<b>3.</b>	Ostatné fondy (427)	070		
<b>A.III.</b>	Nevysporiadaný výsledok hospodárenia minulých rokov (+; - 428)	<b>071</b>	287417,08	277417,08
<b>A.IV.</b>	Výsledok hospodárenia za účtovné obdobie r. 060 - (r. 062 + r. 067 + r. 071 + r. 073 + r. 100)	<b>072</b>	323522,16	95212,17
<b>B. ZÁVÄZKY</b> r. 074 + r. 078 + r. 086 + r. 096		<b>073</b>	48663,90	57417,05
<b>B.I.1. Rezervy</b>	<b>r. 075 až r. 077</b>	<b>074</b>	24169,81	20331,96
<b>2.</b>	Rezervy zákonné (451AÚ)	075		
<b>3.</b>	Ostatné rezervy (459AÚ)	076		
<b>4.</b>	Krátkodobé rezervy (323 + 451AÚ + 459AÚ)	077	24169,81	20331,96
<b>B.II. Dlhodobé záväzky</b>	<b>r. 079 až r. 085</b>	<b>078</b>	2925,11	1906,30
<b>B.II.1.</b>	Záväzky zo sociálneho fondu (472)	079	2925,11	1906,30
<b>2.</b>	Vydané dlhopisy (473 - 255 AÚ)	080		
<b>3.</b>	Záväzky z nájmu (474 AÚ)	081		
<b>4.</b>	Dlhodobé prijaté preddavky (475)	082		
<b>5.</b>	Dlhodobé nevyfakturované dodávky (476 AÚ)	083		
<b>6.</b>	Dlhodobé zmenky na úhradu (478)	084		
<b>7.</b>	Ostatné dlhodobé záväzky (373 AÚ + 479 AÚ)	085		
<b>B.III. Krátkodobé záväzky</b>	<b>r. 087 až r. 095</b>	<b>086</b>	21568,98	35178,79
<b>B.III.1.</b>	Záväzky z obchodného styku (321 až 326) okrem 323	087	670,27	14304,45
<b>2.</b>	Záväzky voči zamestnancom (331+ 333)	088	11261,28	12105,40
<b>3.</b>	Zúčtovanie so Sociálnou poisťovňou a zdravotnými poisťovňami (336)	089	8022,47	7637,17
<b>4.</b>	Daňové záväzky (341 až 345)	090	1614,96	1131,77
<b>5.</b>	Záväzky z dôvodu finančných vzťahov k štátnemu rozpočtu a rozpočtom územnej samosprávy (346+348)	091		
<b>6.</b>	Záväzky z upísaných nesplatených cenných papierov a vkladov (367)	092		
<b>7.</b>	Záväzky voči účastníkom združení (368)	093		
<b>8.</b>	Spojovací účet pri združení (396)	094		
<b>9.</b>	Ostatné záväzky (379 + 373 AÚ + 474 AÚ +476AÚ + 479 AÚ)	095		
<b>B.IV. Bankové úvery a iné výpomoci a pôžičky</b>	<b>r. 097 až r. 099</b>	<b>096</b>		
<b>B.IV.1.</b>	Dlhodobé bankové úvery (461AÚ)	097		
<b>2.</b>	Bežné bankové úvery ( 231+ 232 + 461AÚ)	098		
<b>3.</b>	Prijaté krátkodobé finančné výpomoci (241+ 249)	099		
<b>C. ČASOVÉ ROZLIŠENIE SPOLU</b> r. 101 až r. 103		<b>100</b>	372046,11	
<b>C.I.1.</b>	Výdavky budúcich období (383)	101		
<b>2.</b>	Výnosy budúcich období krátkodobé (384 AÚ)	102	372046,11	
<b>3.</b>	Výnosy budúcich období dlhodobé (384 AÚ)	103		
<b>SPOLU VLASTNÉ IMANIE, ZÁVÄZKY A ÚČTY ČASOVÉHO ROZLIŠENIA</b> r.061+ r.073 + r.100		<b>104</b>	1031649,25	430046,30

Číslo účtu	Náklady	Číslo riadku	Činnosť			Bezprostredne predchádzajúce účtovné obdobie
			Hlavná nezdaňovaná	Zdaňovaná	Spolu	
a	b	c	1	2	3	4
501	Spotreba materiálu	01	9260,68		9260,68	15355,93
502	Spotreba energie	02				
504	Predaný tovar	03				
511	Opravy a udržiavanie	04	114,88		114,88	
512	Cestovné	05	4042,15		4042,15	6151,93
513	Náklady na reprezentáciu	06	5966,26		5966,26	6252,76
518	Ostatné služby	07	625889,09		625889,09	590089,71
521	Mzdové náklady	08				206876,12
524	Zákonné sociálne poistenie a zdravotné poistenie	09	75496,34		75496,34	76076,22
525	Ostatné sociálne poistenie	10	2040,00		2040,00	2142,00
527	Zákonné sociálne náklady	11	6715,43		6715,43	6177,43
528	Ostatné sociálne náklady	12				
531	Daň z motorových vozidiel	13				
532	Daň z nehnuteľností	14				8,00
538	Ostatné dane a poplatky	15				
541	Zmluvné pokuty a penále	16				
542	Ostatné pokuty a penále	17	100,00		100,00	639,50
543	Odpísanie pohľadávky	18				
544	Úroky	19				11,40
545	Kurzové straty	20	3,67		3,67	774,63
546	Dary	21				
547	Osobitné náklady	22	35942,53		35942,53	26197,13
548	Manká a škody	23				
549	Iné ostatné náklady	24	1044,25		1044,25	1049,88
551	Odpisy dlhodobého nehmotného majetku a dlhodobého hmotného majetku	25	4271,78		4271,78	4271,78
552	Zostatková cena predaného dlhodobého nehmotného majetku a dlhodobého hmotného majetku	26				
553	Predané cenné papiere	27				
554	Predaný materiál	28				
555	Náklady na krátkodobý finančný majetok	29				
556	Tvorba fondov	30				
557	Náklady na precenenie cenných papierov	31				
558	Tvorba a zúčtovanie opravných položiek	32				
561	Poskytnuté príspevky organizačným zložkám	33				
562	Poskytnuté príspevky iným účtovným jednotkám	34				
563	Poskytnuté príspevky fyzickým osobám	35	60,54		60,54	
565	Poskytnuté príspevky z podielu zaplatenej dane	36				
567	Poskytnuté príspevky z verejnej zbierky	37				
<b>Účtová trieda 5 spolu</b>	<b>r. 01 až r. 37</b>	<b>38</b>	<b>770947,60</b>		<b>770947,60</b>	<b>942074,42</b>

Číslo účtu	Výnosy	Číslo riadku	Činnosť			Bezprostredne predchádzajúce účtovné obdobie
			Hlavná nezdaňovaná	Zdaňovaná	Spolu	
a	b	c	1	2	3	4
601	Tržby za vlastné výrobky	39				
602	Tržby z predaja služieb	40		27110,07	27110,07	33275,63
604	Tržby za predaný tovar	41		672,00	672,00	301,69
611	Zmena stavu zásob nedokončenej výroby	42				
612	Zmena stavu zásob polotovarov	43				
613	Zmena stavu zásob výrobkov	44				
614	Zmena stavu zásob zvierat	45				
621	Aktivácia materiálu a tovaru	46				
622	Aktivácia vnútroorganizačných služieb	47				
623	Aktivácia dlhodobého nehmotného majetku	48				
624	Aktivácia dlhodobého hmotného majetku	49				
641	Zmluvné pokuty a penále	50				
642	Ostatné pokuty a penále	51				
643	Platby za odpísané pohľadávky	52				
644	Úroky	53				
645	Kurzové zisky	54				619,49
646	Prijaté dary	55				
647	Osobitné výnosy	56				
648	Zákonné poplatky	57				
649	Iné ostatné výnosy	58		34,40	34,40	69,78
651	Tržby z predaja dlhodobého nehmotného majetku a dlhodobého hmotného majetku	59				
652	Výnosy z dlhodobého finančného majetku	60				
653	Tržby z predaja cenných papierov a podielov	61				
654	Tržby z predaja materiálu	62				
655	Výnosy z krátkodobého finančného majetku	63				
656	Výnosy z použitia fondu	64				
657	Výnosy z precenenia cenných papierov	65				
658	Výnosy z nájmu majetku	66				
661	Prijaté príspevky od organizačných zložiek	67				
662	Prijaté príspevky od právnických osôb	68				
663	Prijaté príspevky od fyzických osôb	69				
664	Prijaté členské príspevky	70	925785,54		925785,54	849969,00
665	Príspevky z podielu zaplatenej dane	71				
667	Prijaté príspevky z verejných zbierok	72				
691	Dotácie	73	268319,46		268319,46	153051,00
<b>Účtová trieda 6 spolu r. 39 až r. 73</b>		<b>74</b>	<b>1194105,00</b>	<b>27816,47</b>	<b>1221921,47</b>	<b>1037286,59</b>
<b>Výsledok hospodárenia pred zdanením r. 74 - r. 38</b>		<b>75</b>	<b>423157,40</b>	<b>27816,47</b>	<b>450973,87</b>	<b>95212,17</b>
591	Daň z príjmov	76				
595	Dodatočné odvody dane z príjmov	77				
<b>Výsledok hospodárenia po zdanení (r. 75 - (r. 76 + r. 77)) (+/-)</b>		<b>78</b>	<b>423157,40</b>	<b>27816,47</b>	<b>450973,87</b>	<b>95212,17</b>

