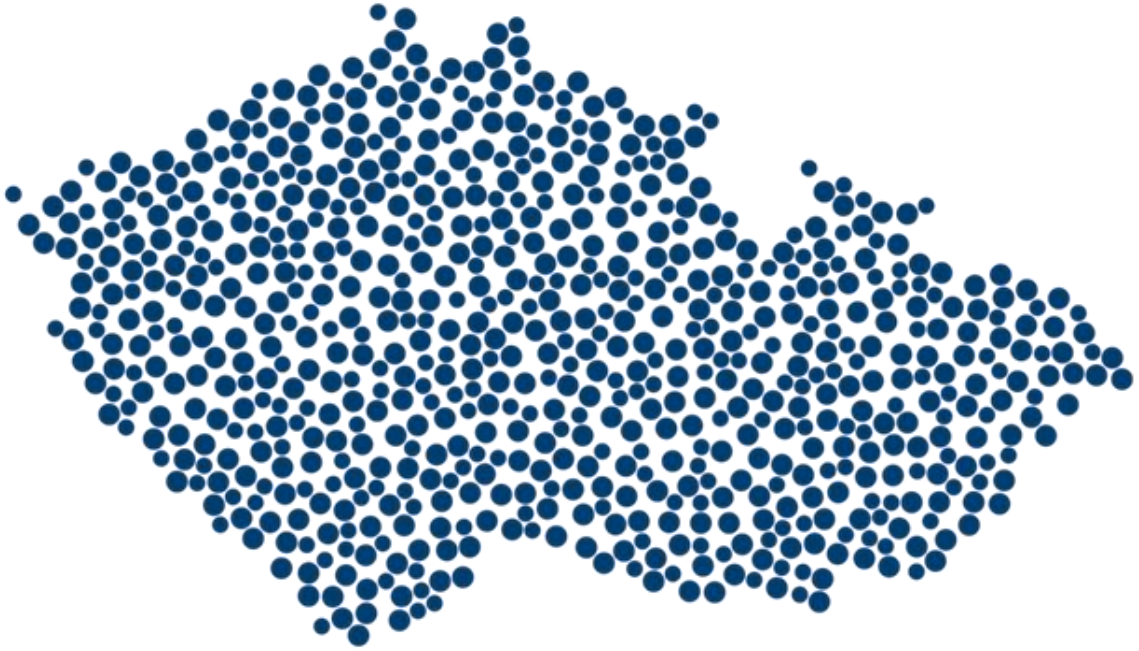


Cestovní ruch v Česku

Ředitel České centrály cestovního ruchu – CzechTourism František Reismüller

CzechTourism

Význam cestovního ruchu pro Česko

- **Podíl na HDP**
  - **Rok 2019: 2,87%, celkem 167 mld. Kč**
  - **Rok 2022: 2,22 %, celkem 151 mld. Kč**
  - **Rok 2023: 2,36 %, celkem 180 mld. Kč**

- **Podíl na zaměstnanosti v roce 2023**
  - **4,16 % na zaměstnaných osobách; 4,22 % na pracovních místech**
  - **každý/á 24. Čech/Češka pracuje v cestovním ruchu**
  - **224 tisíc pracovních míst (FTE), cestovní ruch zaměstnává 224 tisíc lidí**

- **Regiony, pro které je turismus klíčový** *(poslední dostupná data za rok 2022)*
  - **Karlovarský, Praha, Jihočeský, Liberecký, Královehradecký a Jihomoravský kraj** (podle podílu na HPH)
  - **Nejvyšší podíl na zaměstnanosti má cestovní ruch v Karlovarském kraji, Praze, Jihomoravském a Jihočeském kraji**

Zdroj: Český statistický úřad, HDP a zaměstnanost

Cestovní ruch v Česku – 3.Q 2025

HUZ 3Q 2025

7 853 052	21 217 207	3,70
Počet příjezdů	Počet přenocování	Průměrná doba pobytu (dny)

PŘÍJEZDY

Hlavní město Praha	2 252 003
Jihomoravský kraj	847 891
Jihočeský kraj	791 920
Královéhradecký kraj	546 459
Středočeský kraj	525 827
Liberecký kraj	463 831
Karlovarský kraj	424 587
Moravskoslezský kraj	364 239
Plzeňský kraj	333 375
Zlínský kraj	314 324
Olomoucký kraj	272 880
Kraj Vysočina	256 361
Ústecký kraj	253 597
Pardubický kraj	205 758

TOP 10 PŘÍJEZDY

Česko	4 571 366
Německo	660 322
Polsko	339 688
Slovensko	288 348
Spojené státy	189 385
Velká Británie a Sever…	139 558
Rakousko	102 546
Itálie	102 274
Ukrajina	98 747
Nizozemsko	93 734

PŘENOCOVÁNÍ

Hlavní město Praha	5 310 966
Jihočeský kraj	2 275 500
Jihomoravský kraj	1 879 689
Královéhradecký kraj	1 666 345
Karlovarský kraj	1 622 363
Liberecký kraj	1 394 045
Středočeský kraj	1 365 652
Moravskoslezský kraj	1 022 265
Plzeňský kraj	946 014
Zlínský kraj	927 125
Olomoucký kraj	808 789
Kraj Vysočina	711 729
Ústecký kraj	688 031
Pardubický kraj	598 694

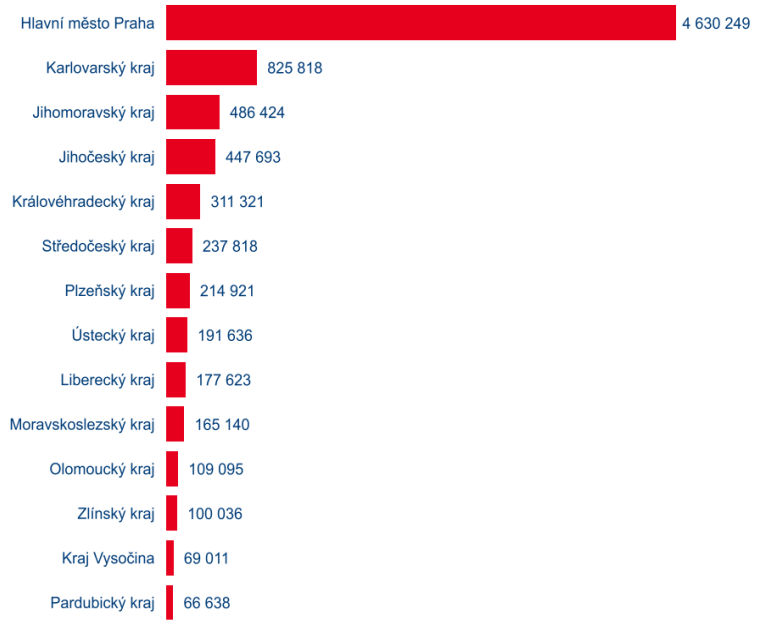
TOP 10 PŘENOCOVÁNÍ

Česko	13 183 784
Německo	1 781 630
Polsko	651 320
Slovensko	620 595
Spojené státy	509 230
Velká Británie a Sever…	375 664
Nizozemsko	274 610
Itálie	272 629
Izrael	266 652
Španělsko	250 291

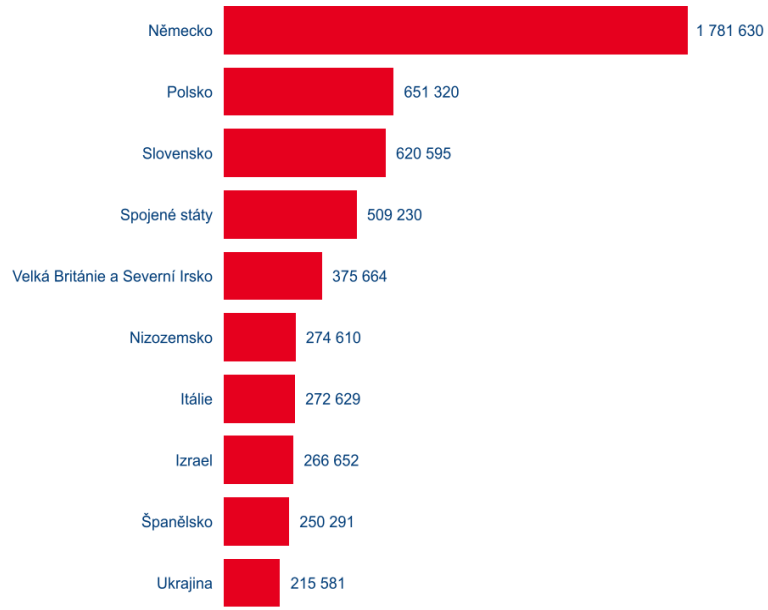
Cestovní ruch v Česku – přenocování 3.Q 2025/cizinci

3 281 686	8 033 423	3,45
Počet příjezdů	Počet přenocování	Průměrná doba pobytu (dny)

PŘENOCOVÁNÍ KRAJE

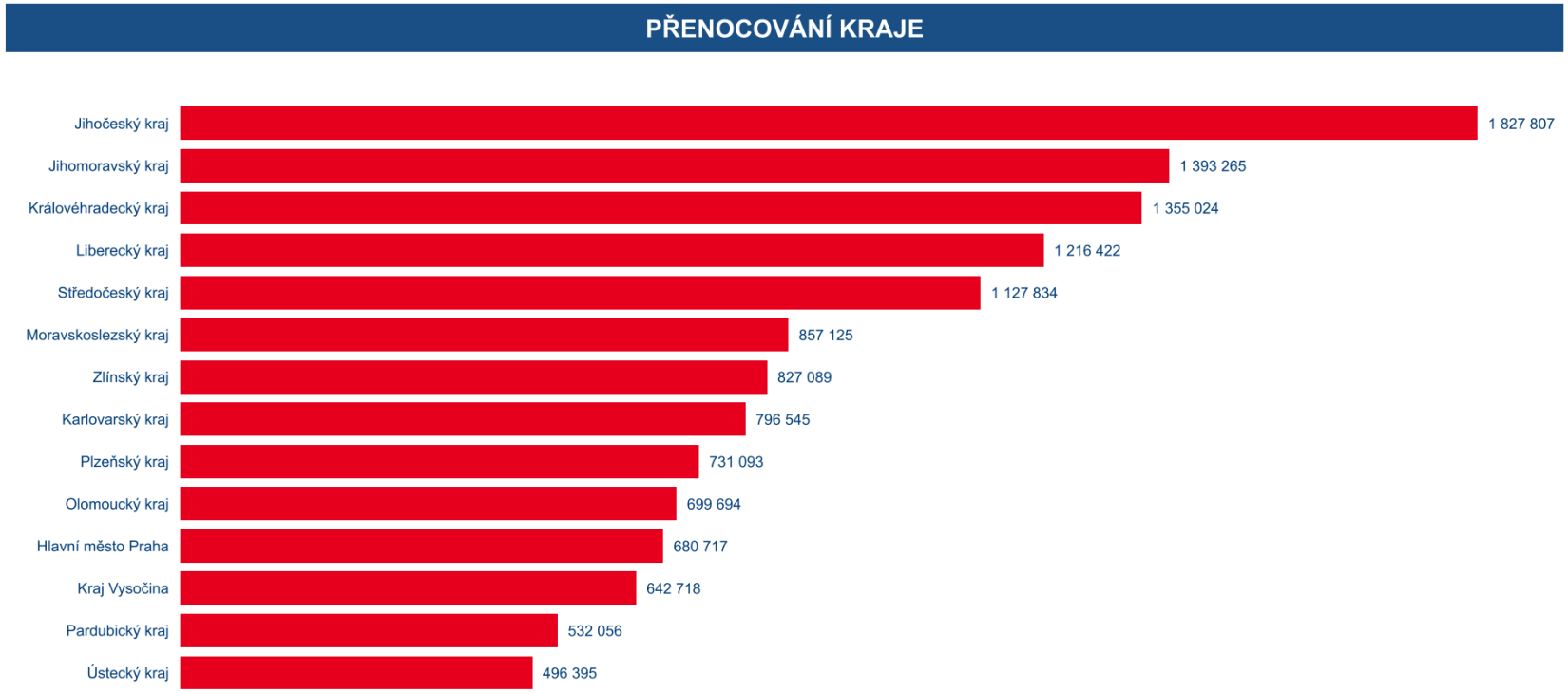


TOP 10 ZEMÍ



Cestovní ruch v Česku – přenocování 3.Q 2025/rezidenti

4 571 366	13 183 784	3,88
Počet příjezdů	Počet přenocování	Průměrná doba pobytu (dny)

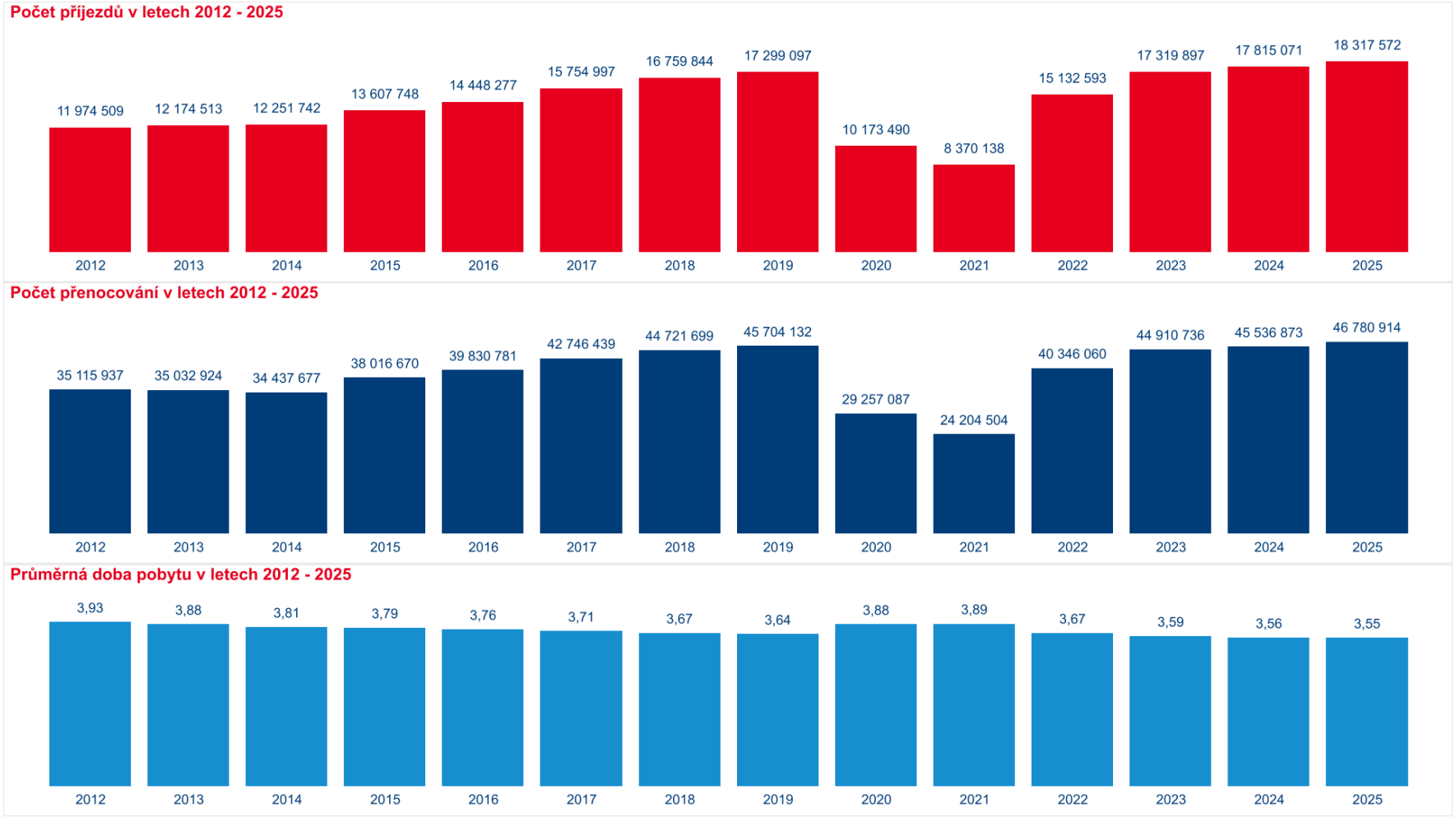


Cestovní ruch v Česku – příjezdy 3.Q 2025

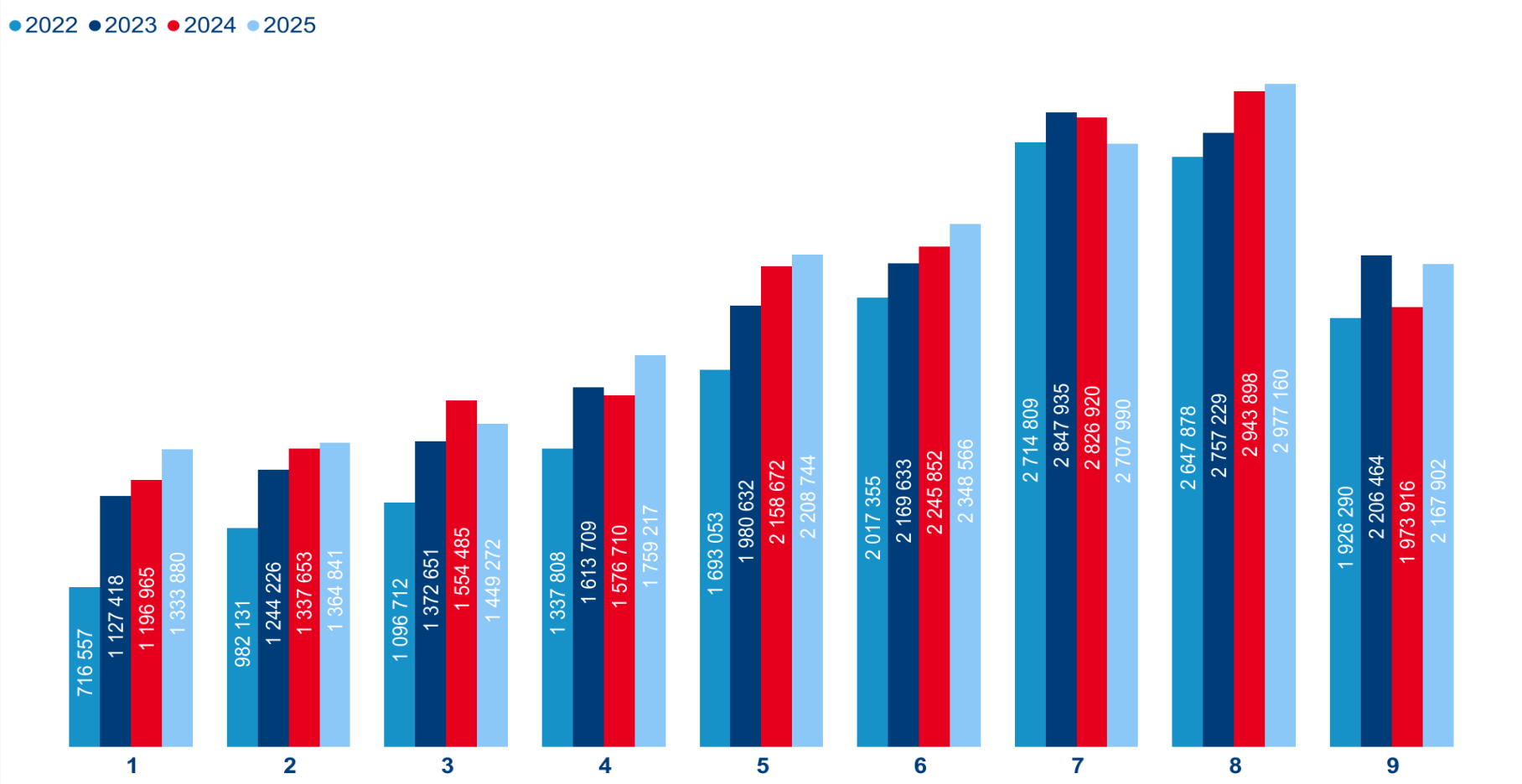
Nejvyšší meziroční nárůst

- Spojené arabské emiráty + 34 %
- Turecko +32 %
- Argentina +24%
- Japonsko +22 %
- Slovinsko +21 %

Cestovní ruch v Česku – meziroční srovnání 1. - 3. Q



Cestovní ruch v Česku leden - září



Letní sezóna 2025 v datech – příjezdy v HUZ

(DCR domácí hosté, PCR cizinci)

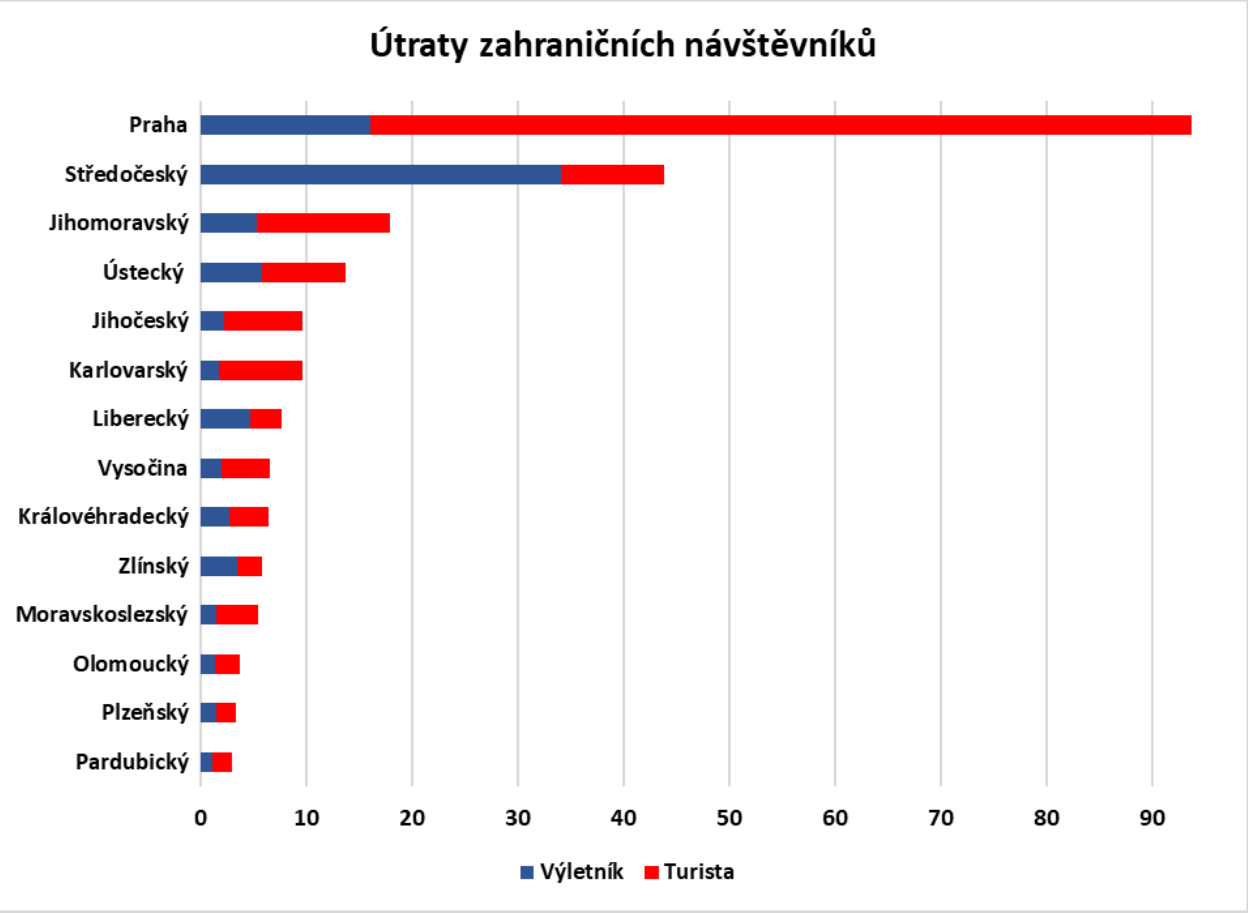
Červenec	Celkem 2,7 mil.	DCR 1,6 mil.	PCR 1,1 mil.
Srpen	Celkem 3,0 mil.	DCR 1,8 mil.	PCR 1, 2 mil.
Září	Celkem 2,2 mil.	DCR 1,2 mil.	PCR 1,0 mil.

Průměrné útraty zahraničních turistů v Česku v 1. pol. 2025

	ÚTRATA CELKEM (na osobu a den)	ÚTRATA PŘEDEM (na osobu a den)	ÚTRATA PŘI POBYTU (na osobu a den)
Belgie	4 746 Kč	2 282 Kč	2 464 Kč
Švédsko	3 967 Kč	1 739 Kč	2 228 Kč
USA	5 747 Kč	3 830 Kč	1 917 Kč
Španělsko	3 802 Kč	1 983 Kč	1 819 Kč
Spojené království	3 543 Kč	1 830 Kč	1 712 Kč
Japonsko	7 821 Kč	6 159 Kč	1 662 Kč
Maďarsko	2 765 Kč	1 119 Kč	1 646 Kč
Francie	3 521 Kč	1 899 Kč	1 622 Kč
Itálie	3 188 Kč	1 612 Kč	1 575 Kč
Portugalsko	2 879 Kč	1 549 Kč	1 330 Kč
Rakousko	2 317 Kč	1 015 Kč	1 302 Kč
Nizozemsko	2 334 Kč	1 106 Kč	1 228 Kč
Německo	2 162 Kč	1 048 Kč	1 114 Kč
Polsko	1 816 Kč	927 Kč	889 Kč
Čína	3 966 Kč	3 248 Kč	718 Kč
Slovensko	1 343 Kč	684 Kč	659 Kč
Ukrajina	1 153 Kč	752 Kč	401 Kč

Zdroj: Tracking PCR a DCR

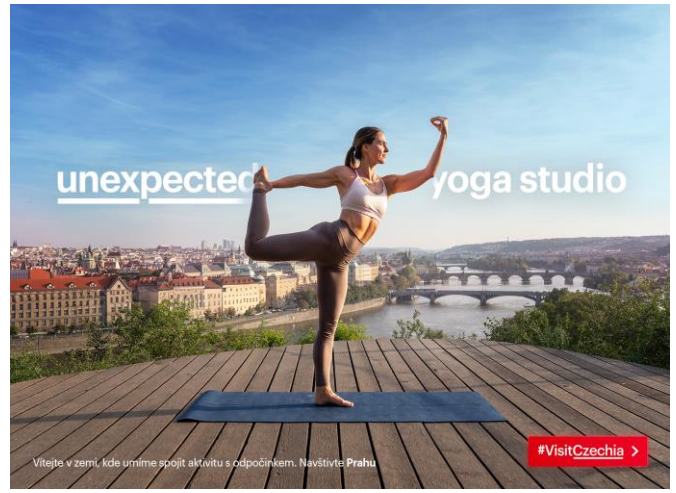
Útraty zahraničních návštěvníků



- Absolutní dominance Prahy, (dáno významem Prahy pro PCR), přičemž většina výdajů pochází od turistů
- Druhý nejvyšší objem útrat ve Středočeském kraji díky vysokým útratám a počtu výletníků (vliv blízkosti Prahy)
- Relativně vyšší podíl zahraničních turistů (oproti výletníkům) lze vidět v Jihomoravském, Ústeckém, Jihočeském a Karlovarském kraji

Kampaně v roce 2025
1. Globální Online Image

- **Cíl**: Podpora aktivního turismu a lázeňství – koncept Unexpected Wellbeing
- K šesti vybraným turistickým aktivitám 7 videospotů (15”) a 14 verzí vizuálů
- Každý kraj zastoupen jedním vizuálem
- **Rozpočet**: 30 mil. Kč vč DPH
- **Rozsah**: Hlavní kampaň v 10 zemích vybraných dle bonity a cen médií ve 3 skupinách dle priorit
    - 1. Německo, Polsko, UK, Slovensko,
    - 2. Francie, Španělsko, Nizozemsko, Itálie, Rakousko,
    - 3. Dánsko.
- **2 fáze -** jarní a podzimní, každá v délce trvání 6 týdnů



2. Search, konverzní, produkt

Always on PPC search 1 - 12/25 — **4,2 mil. Kč**

Golf 8/25	Lázně 11/25	Konv. USA/EU 10 - 12/25
0,5 & 1,5mil. Kč		10 mil. Kč

- **Search:** oslovení cestovatelů, kteří ještě nemají jasno, kam vyrazit a přivést je na speciální webové stránky visitczechia.com
  - **Zaměření:** na 4 sousední země + Velká Británie, Maďarsko, Švýcarsko

- **Konverzní kampaň** (s měřitelným dopadem)
  - **Cíl**: zvýšení povědomí o destinaci + podpora prodloužení pobytů
  - OTA kampaň probíhá v USA, druhá v Evropě (výběr zemí a forem propagace vychází z vyhodnocení stávajících kampaní tak, aby efekt byl co největší)

- **Propagované produkty**: golf zaměřeno na Skandinávii, Lázně – zaměřeno na Německo

3. Co-op V4 & EuropeanTravel Commission

Discover Central Europe kampaň v Číně

- Společná aktivita zemí V4 + grant od ETC 100 000 €
- **Celkový rozpočet:** 266 000 €
- **Prostředky zemí V4:** 166 000 EUR + 100 000 € z ETC
- **Název kampaně:** Central Europe: "*Taste Local, Travel Green*"
- **Téma kampaně:** Cílem je představit region střední Evropy čínským cestovatelům prostřednictvím společné historie, kulturních vazeb a gastronomie. Kampaň klade důraz na udržitelnost a propojuje všechny čtyři země do jednoho tematického itineráře.
- **Cíl:** Podpora příjezdového cestovního ruchu z Číny do regionu střední Evropy prostřednictvím propagace autentické gastronomie, méně známých zážitků a ekologických způsobů cestování. Kampaň přispívá k odpovědnému turismu a podpoře místních komunit. Zaměřuje se na zvýšení povědomí o značce Discover Central Europe a motivaci k reálným návštěvám regionu, což povede k měřitelnému růstu počtu čínských turistů a přispěje k udržitelnějšímu rozvoji cestovního ruchu.
- **Forma:** kombinance influencer aktivit a OTA kampaně.
- **Realizace**: červen - prosinec 2025

4. V4 - Online kampaň Discover Central Europe v USA

Cíl kampaně	• zvýšit povědomí o střední Evropě jako propojeném multi-country regionu v období před Vánoci a posílit consideration a úmysl cesty v roce 2026/27.
Rozpočet	• 37 000 EUR vč. DPH • Trhy: USA / Kanada
Cílové skupiny	• Obyvatelé USA a Kanady ve velkých metropolích, příjem 150 000+ USD ročně, zájem o kulturu, historii, gastronomii a autentické evropské zážitky, alespoň 1 zahraniční cesta ročně, střední až vyšší cestovní segment.
Plánovaná realizace	• přelom listopadu / prosince (Vánoční/předvánoční období)
Typy kreativy	• Display / Native / Video (non-skippable) + retargeting
Výstupy	• min. 3 500 000 impresí / views finální report: CPT, ROAS, search & bookings pro jednotlivé země

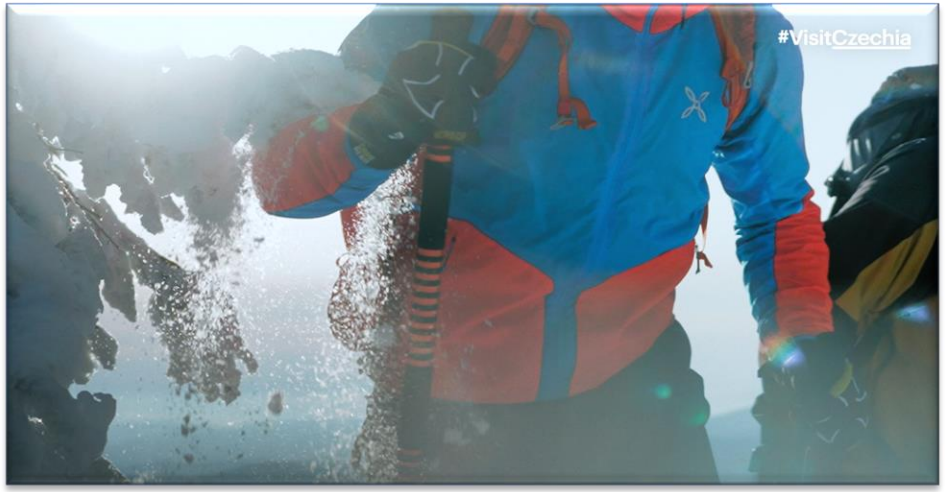
5. Eurosport TV kampaň 2025 – Unexpected Wellbeing

Cíl kampaně
- Podpora incoming turismu zejména z bonitní Evropy
- Zaměření na aktivní dovolenou a wellbeing
- Posílení globální kampaně „Unexpected 25“

Hlavní parametry
- Termín vysílání: 3. 11. – 3. 12. 2025
- Zásah: 51 evropských trhů
- Investice: 120 000 EUR
- Celkem 210 TV spotů (Eurosport 1 + Eurosport 2)
- Více než 23 milionů zobrazení

Klíčové komunikační linky
- #VisitCzechia
- Kudyznudy.cz (Česko a Slovensko) – téma „České hory“

Obsah spotů
- Cyklostezky, MTB, pěší turistika
- Lázně a wellness
- Lyžování a sněžnice



6. Online kampaň Philadelphia 2025

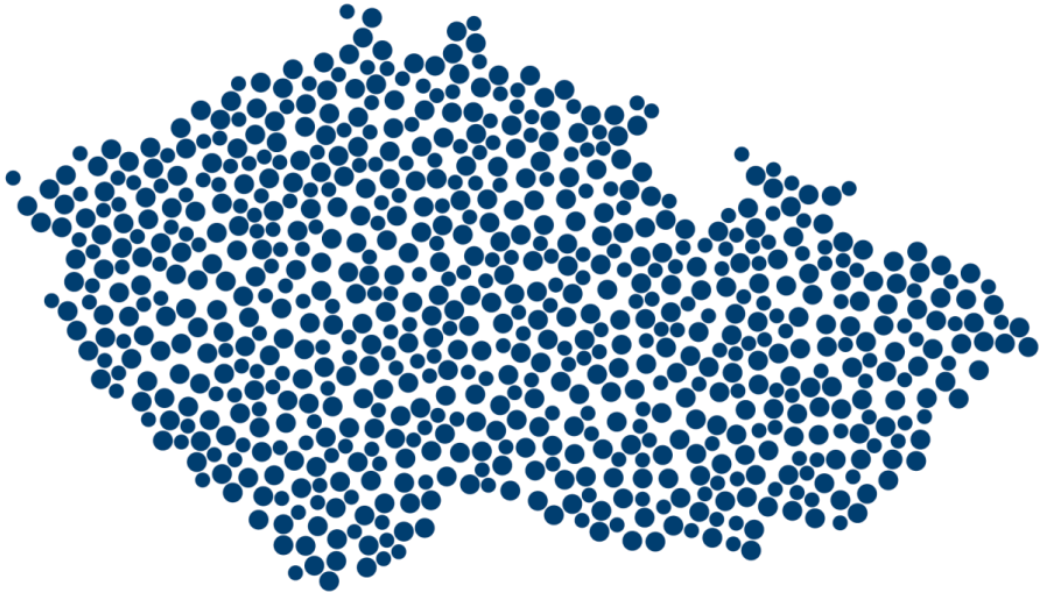
Téma: Nejlepší čas pro návštěvu Česka
- Termín: 3. 11.–3. 12. 2025
- Lokalita: USA – primárně Philadelphia, rozšíření na severovýchod
- Rozpočet: 2 524 500 Kč (vč. DPH)

Cíl kampaně
- Představit #VisitCzechia a propagovat Česko jako atraktivní cíl díky přímému letu Philadelphia–Praha.

Cílová skupina
- Američané ve věku 35–54 let, zejména páry a baby boomers
- příjem: 100–155 tis. USD ročně
- podnikají dvě a více zahraničních cest ročně
- hledají autentické kulturní a historické zážitky

Média a formáty
- Sociální sítě (FB, IG)
- Velké bannery
- Celkem 15 variant
- Web a landing page (VisitCzechia.com)

Obsah landing page: kultura, architektura, tipy co dělat, Prague City Card, ubytování, vánoční trhy, odkazy na Letiště Praha a Prague City Tourism



Děkuji za pozornost!

CzechTourism