



Turismus v Plzni

Závěrečná zpráva z ČTVRTÉ VLNY šetření návštěvníků města

Plzeň - TURISMUS, příspěvková organizace

5. 1. 2016

Hlavní zjištění

Hlavní zjištění

Struktura návštěvníků Plzně

- Ve čtvrté vlně výzkumu (listopad – prosinec 2015) tvoří polovinu vzorku návštěvníků Plzně Češi (51 %), 25 % Němci, 12 % Slovinci a 13 % návštěvníci z jiných zemí.

Způsob návštěvy města Plzně

- Více než polovina turistů (61 %) navštívila Plzeň **poprvé**. Pětina návštěvníků (20 %) pak přijela do Plzně **opakovaně** (4krát a více).
- Téměř dvě třetiny dotázaných (63 %) přijely do Plzně **autem nebo motocyklem**. **Autobusem** přijela necelá třetina lidí (32 %).
- Většina návštěvníků (74 %) přijela do města **individuálně**. S **organizovaným** zájezdem do Plzně přijíždí více než čtvrtina návštěvníků (26 %).
- Více než polovina respondentů (55 %) přijela do Plzně s **partnerem anebo s partnerkou**. Téměř šestina návštěvníků (17 %) přijela **s přáteli anebo známými, s rodinou a dětmi** přijel přibližně každý sedmý (15 %). Přibližně každý osmý respondent přijel **sám** (13%).
- Po městě se turisté nejčastěji pohybují **vlastním dopravním prostředkem** (75 %) anebo **pěšky** (38 %). **Hromadnou dopravu** využívá jen asi každý desátý návštěvník (9 %).

Délka pobytu a útraty

- Téměř polovina návštěvníků Plzně (43 %) ve městě strávila **více než jeden den**. Alespoň jeden **celý den** v Plzni strávil každý čtvrtý návštěvník (24 %), jen **půlden** třetina dotázaných (33 %).
- Návštěvníci Plzně, kteří zde přespí, stráví ve městě v průměru **3 dny**.
- Největší podíl návštěvníků bydlí v **hotelech** (81 %). Lidé také často navštěvují **známé anebo příbuzné** a přespávají tak u nich (15 %).
- Plzeň lidé navštěvují nejčastěji **ve dvojicích** (59 %) anebo **sami** (24 %).
- Lidé, kteří v Plzni utratí nějaké peníze, v průměru za **pobyt** utratí 3423 Kč. Nejvíce lidí v průměru utratí za **ubytování** (2337 Kč), **nákupy** (826 Kč) a **stravu** (565 Kč). Za **vstupné** (do muzeí, na kulturní akce atd.) utratí v průměru 453 Kč.
- Během svého pobytu utratí nejvíce peněz obyvatelé Německa (4 497 Kč) a lidé ze vzdálenějších zemí (3 454 Kč).

Hlavní zjištění

Povědomí o Plzni a zdroje informací

- **Pivo a pivní festival** je symbolem Plzně pro asi polovinu návštěvníků (54 %). Dalšími často zmiňovanými prvky jsou **Evropské hlavní město kultury** (13 %), **Škoda** (7 %) a **kultura a festivaly** (4 %). Přibližně čtvrtina lidí ale neví, co si ve spojitosti s městem vybavit (27%).
- O tom, že Plzeň je **Evropským hlavním městem kultury** pro rok 2015, ví 56 % dotázaných.
- Před cestou do Plzně zaznamenalo **upoutávku** na město 37 % dotázaných. Nejčastěji se k nim upoutávka dostala přes **internet** (23 %) nebo ji slyšeli v **rádiu** (8 %) anebo si jí všimli **venku** (6 %).
- **Turistické informační** centrum v Plzni navštívila asi pětina návštěvníků města (21 %). Všechny ze sledovaných služeb TIC jsou hodnoceny převážně kladně.

Důvody a hodnocení návštěvy Plzně

- Nejčastěji jmenovaným důvodem cesty do Plzně je **návštěva pamětihodností**. Na druhém místě je **návštěva příbuzných anebo známých a rekreace, sport a zábava**.
- Všichni dotazovaní návštěvníci byli s **návštěvou Plzně velmi nebo spíše spokojeni** (100 %).
- Návštěvníci Plzně hodnotí všechny dílčí atributy své návštěvy převážně pozitivně. Nejspokojenější jsou s **ubytovacími službami**, s příležitostmi pro **zábavu a společenské vyžití**, s **kulturním vyžitím** a s **úrovní veřejného stravování**.
- Naopak nejnižší spokojenost je deklarována s **péčí o bezpečnost návštěvníků, MHD a možnostmi parkování**. Ve všech těchto oblastech nicméně stále převažuje spokojenost nad nespokojeností.
- Nejvíce návštěvníky Plzně zaujala **katedrála sv. Bartoloměje** (61 %). Velice se líbí také **synagoga** (21 %). Zhruba sedmina zmiňuje **pivovar** (15 %), **náměstí** (14 %) a **kašny na náměstí** (13 %).
- Více než polovina návštěvníků nemá k Plzni **žádné výhrady** (52 %). Z výtek jsou pak nejpalčivějším tématem **chybějící policisté v ulicích** (4 %), **objížděky a nepřehledná doprava** (4 %), **absence aquaparku, bazénu nebo hřiště** (4 %) a **bezdomovci** (4 %).
- V návštěvnosti plzeňských akcí vede návštěva **centra, památek** (33 %) a **synagogy** (27 %). Hojně navštěvované bylo také **pivovarské muzeum, pivovar** (18 %), **plzeňské podzemí** (14 %) a **plzeňská věž** (9 %).
- Naprostá většina návštěvníků se do Plzně **hodlá někdy vrátit** (97 %).

Východiska a metodika

Východiska šetření

Společnost ppm factum research s.r.o. realizovala pro příspěvkovou organizaci Plzeň - TURISMUS šetření zaměřené na vnímání Plzně jako turistické destinace, spokojenost turistů s nabídkou aktivit v Plzni a také názory na Plzeň jako Evropské hlavní město kultury 2015.

Celkem byly naplánovány čtyři fáze výzkumu. Tato zpráva popisuje výsledky čtvrté fáze, která probíhala v měsících listopadu a prosinci 2015. Po celou dobu šetření probíhaly v Plzni kulturní akce, na kterých byla realizována část rozhovorů (viz rozpis dále).

Sběr dat

Cílová skupina	Návštěvníci Plzně (tedy osoby, které nebydlí v Plzni, ani v Plzni nepracují) <i>Návštěvníci z tuzemska: n=276, návštěvníci z ciziny: n=265</i>
Výběrová metoda	Prostý náhodný výběr
Výběrová místa	Turisticky exponovaná místa v centru (náměstí, před hotely, pivovar) + místa, kde probíhaly kulturní akce dle specifikací zadavatele (Křižíkovy/Šafaříkovy sady, vstup do ZOO, Nové divadlo, Smetanovy/Kopeckého sady, Riegrova, DEPO, Zimní stadion atd.)
Způsob sběru dat	Osobní dotazování s pomocí papírových dotazníků (PAPI)
Dotazník	Přibližně 15 minut
Termín sběru dat	6. 11. – 4. 12. 2015

Metodika

Výběrové body a struktura vzorku

Oblast dotazování	Počet rozhovorů	% rozhovorů
náměstí republiky, okolí Sv. Bartoloměje	86	15,9
Riegrova, hotel Central	62	11,5
Náražní ulice, hotel Angelo, hotel Astory	55	10,2
Křížíkovy / Šafaříkovy sady	43	7,9
Šafaříkovy sady, hotel Rous, hotel Enjoy Inn, hotel Continental	25	4,6
Smetanovy sady, hotel Slovan	16	3,0
Veslavínova, hotel Mariot,	16	3,0
Mlýnská strouha, Pražská, hotel Gondola, hotel U Zvonu	32	5,9
Budilova, hotel Best Western, hotel Plzeň	22	4,1
Kopeckého sady	42	7,8
Techmania, Borská ulice	8	1,5
Nové Divadlo, Sady 35/Solná	16	3,0
Zimní stadion	8	1,5
Masné Krámy - výstavní síň	33	6,1
DEPO 2015, Presslova 14	77	14,2
CELKEM	541	100,0

Struktura vzorku		n=276	%
Kraj	Praha	36	13,0
	Středočeský	28	10,1
	Jihočeský	17	6,2
	Plzeňský	128	46,4
	Karlovarský	29	10,5
	Ústecký	7	2,5
	Liberecký	5	1,8
	Královéhradecký	4	1,4
	Vysočina	2	0,7
	Jiný	20	7,2

Struktura vzorku		n=541	%
Věk	do 29 let	46	8,5
	30-44 let	153	28,3
	45-59 let	234	43,3
	60 let a více	108	20,0
Vzdělání	Základní	12	2,2
	Střední bez maturity, vyučení	182	33,6
	Střední, s maturitou	305	56,4
Pohlaví	Muž	223	41,2
	Žena	318	58,8
V jaké zemi máte trvalé bydliště?	Česká republika	276	51,0
	Německo	134	24,8
	Slovensko	63	11,6
	Jiná země...	68	12,6

Struktura vzorku		n=134	%
Spolkové země v Německu	Bayern	24	17,9
	Brandenburg	20	14,9
	Berlin	19	14,2
	Mecklenburg-Vorpommern	10	7,5
	Ostatní spolkové země	61	45,5

Mezi **další země**, ze kterých cizinci častěji pocházeli, patří: Polsko (n = 17), Francie (n = 9), Ukrajina (n = 9), Itálie (n = 9), Británie (n = 6).

Struktura vzorku – okresy

Místo bydliště návštěvníků z ČR	Počet rozhovorů	% rozhovorů
Plzeň-sever	28	10,1
Plzeň-jih	59	21,4
Rokycany	12	4,3
Klatovy	20	7,2
Domažlice	7	2,5
Tachov	2	,7
Cheb	7	2,5
Karlovy Vary	18	6,5
Sokolov	4	1,4
Beroun	8	2,9
Příbram	6	2,2
Písek	2	,7
Chomutov	2	,7
Louny	1	,4
Rakovník	2	,7
Prachatice	1	,4
Tábor	3	1,1
Jindřichův Hradec	1	,4
České Budějovice	4	1,4
Český Krumlov	1	,4
Strakonice	5	1,8
Benešov	1	,4
Brno-město	2	,7
Česká Lípa	2	,7
Děčín	1	,4
Hradec Králové	1	,4
Chrudim	1	,4
Jablonec nad Nisou	1	,4
Jičín	1	,4
Jihlava	1	,4
Kladno	2	,7
Kolín	3	1,1
Liberec	2	,7
Most	2	,7
Nymburk	2	,7
Ostrava-město	1	,4

Místo bydliště návštěvníků z ČR	Počet rozhovorů	% rozhovorů
Pardubice	1	,4
Praha	36	13,0
Svitavy	2	,7
Trutnov	1	,4
Ústí nad Labem	1	,4
Zlín	1	,4
Prostějov	1	,4
Kutná Hora	3	1,1
Mělník	1	,4
Třinec	1	,4
Hodonin	1	,4
Šumperk	2	,7
Břeclav	1	,4
Kroměříž	2	,7
Litoměřice	2	,7
Třebíč	1	,4
Ústí nad Orlicí	1	,4
Vsetín	1	,4
Znojmo	1	,4
CELKEM	276	100,0

**Detailní
analýza**



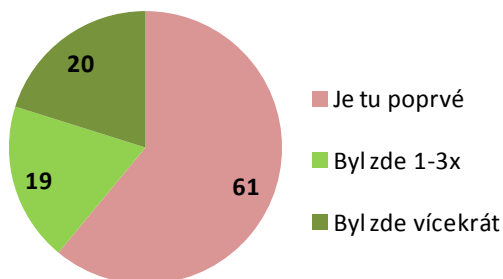
Způsob návštěvy města Plzně

Způsob návštěvy Plzně

Q1. Už jste někdy navštívil/a Plzeň? Q1x. Jak jste do Plzně přijel?

Frekvence návštěv Plzně

(n=541, údaje v %)



Více než polovina turistů (61 %) navštívila Plzeň poprvé. Pětina návštěvníků (20 %) pak přijela do Plzně opakovaně (4krát a více).

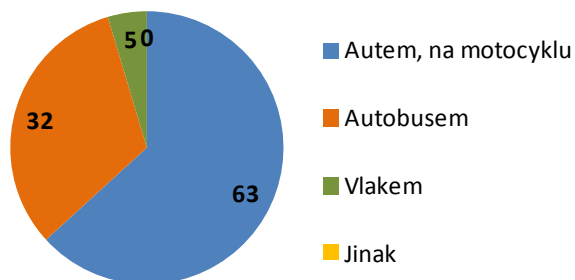
Svou první návštěvu Plzně absolvovali častěji návštěvníci ze zahraničí (78 %), často z Německa (75 %), v rámci organizované skupiny (85 %) a lidé v doprovodu přátel a známých (72 %).

Jednu až tři návštěvy Plzně uváděli častěji lidé přijíždějící ze Slovenska (29 %).

Vícekrát do Plzně jezdí Češi (37 %), lidé ve věku 30-44 let (27 %) a ti, kteří cestují bez doprovodu (44 %) a ne v rámci organizovaného zájezdu (28 %).

Doprava do Plzně

(n=541, údaje v %)



Téměř dvě třetiny dotázaných (63 %) přijely do Plzně autem nebo motocyklem. Autobusem přijela necelá třetina lidí (32 %).

Automobil či motocykl ke své cestě využily nejčastěji ženy (68 %), lidé ve věku 30-44 let (76 %), rodiny s dětmi (89 %), obyvatelé ČR (86 %) a lidé, kteří cestují bez cestovní kanceláře (86 %). Pro svou cestu do Plzně ho také častěji zvolili lidé z Karlovarského (93 %), Středočeského (93 %) a Plzeňského kraje (89 %).

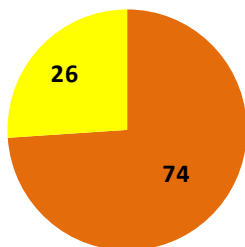
Autobusem cestují nejčastěji lidé účastníci se organizovaného zájezdu (92 %) a návštěvníci cestující v doprovodu přátel či známých (47 %) anebo partnerů (38 %). Využívají ho také více cizinci (58 %) a starší lidé, kterým je 60 a více let (47 %).

Vlak pro svou cestu volí obecně častěji Češi (7 %), lidé z Plzeňského kraje (9 %) a ti, kteří do Plzně přijíždějí „po vlastní ose“ (9 %).

Spolucestující

Q2. Přijel/a jste do Plzně: Q3. S kým jste sem přijel/a?

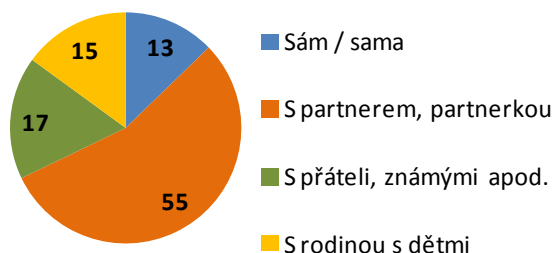
Forma návštěvy
(n=541, údaje v %)



■ Jako individuální návštěvník

■ S organizovanou skupinou návštěvníků (např. se zájezdem)

Rozdělení do skupin
(n=541, údaje v %)



■ Sám / sama

■ S partnerem, partnerkou

■ S přáteli, známými apod.

■ S rodinou s dětmi

Většina návštěvníků (74 %) přijela do města individuálně. S organizovaným zájezdem do Plzně přijíždí více než čtvrtina návštěvníků (26 %).

Individuálně se do Plzně častěji vypravují tuzemští turisté (95 %) a mladší lidé, ve věku do 29 let (89 %) a ve věku 30-44 let (83 %). Co se týká doprovodu, vlastní organizaci cesty upřednostňují cestovatelé-solitěři (bez doprovodu) (97 %) a rodiny s dětmi (91 %).

Naopak zájezdů častěji využívají starší generace, a to věková kategorie starších 60 let (44 %). S organizovanou skupinou také častěji přijíždějí cizinci (53 %), zejména Němci (66 %) a Slováci (46 %) a lidé v doprovodu přátel a známých (50 %).

Více než polovina respondentů (55 %) přijela do Plzně s partnerem anebo s partnerkou. Téměř šestina návštěvníků (17 %) přijela s přáteli anebo známými, s rodinou a dětmi přijel přibližně každý sedmý (15 %). Přibližně každý osmý respondent přijel sám (13 %).

S partnerem nebo s partnerkou cestují častěji lidé starší 60 let (70 %) a cizinci (61 %), zejména Němci (66 %).

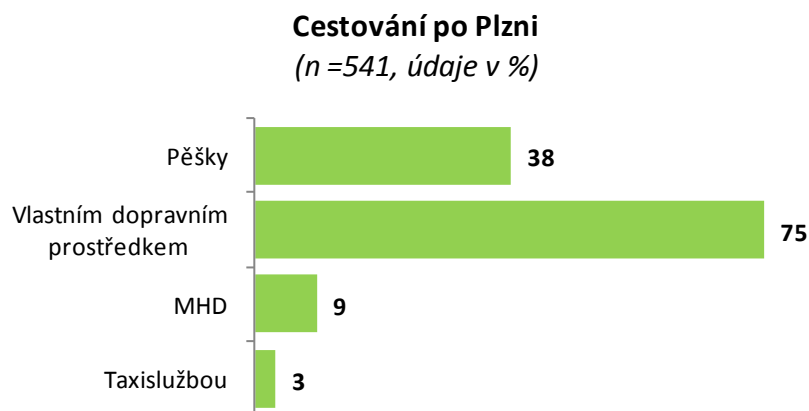
S přáteli a známými si město užívají především mladí lidé do 29 let (28 %), cizinci (23 %), zvláště Němci (24 %). Skupiny přátel také častěji do Plzně přijíždějí organizovaně (30 %).

Bez doprovodu cestují častěji obyvatelé Plzeňského kraje (29 %).

S rodinou a dětmi cestují častěji lidé ve věku 30-44 let (29 %), ženy (20 %), lidé s vysokoškolským vzděláním (29 %) a obecně Češi (21 %).

Cestování po Plzni

Q7. Jak se pohybujete po Plzni? Uved'te prosím všechny způsoby dopravy, které jste alespoň 1x využil/a.



Po městě se turisté nejčastěji pohybují vlastním dopravním prostředkem (75 %) anebo pěšky (38 %). Hromadnou dopravu využívá jen asi každý desátý návštěvník (9 %).

Vlastní dopravní prostředek pak častěji používají ženy (81 %), Češi (79 %), lidé s rodinou a dětmi (94 %) a respondenti ve věku 45-59 let (82 %). Častěji ho uváděli také návštěvníci ze Středočeského kraje (96 %).

Pěšky chodí častěji cizinci (49 %) a účastníci organizovaných zájezdů (49 %).

MHD se častěji svezou obyvatelé Plzeňského kraje (22 %) – možným důvodem by mohla být např. cena předplacené jízdenky. Dále hromadnou dopravu využívají častěji muži (14 %), Slováci (18 %), návštěvníci, kteří do města přijeli bez doprovodu (22 %) a lidé ve věku 30-44 let (20 %).

Taxislužbu využívají více cizinci (6 % z nich) a muži (5 %).

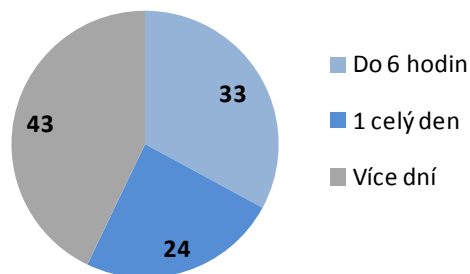


Délka pobytu a útraty

Délka pobytu v Plzni

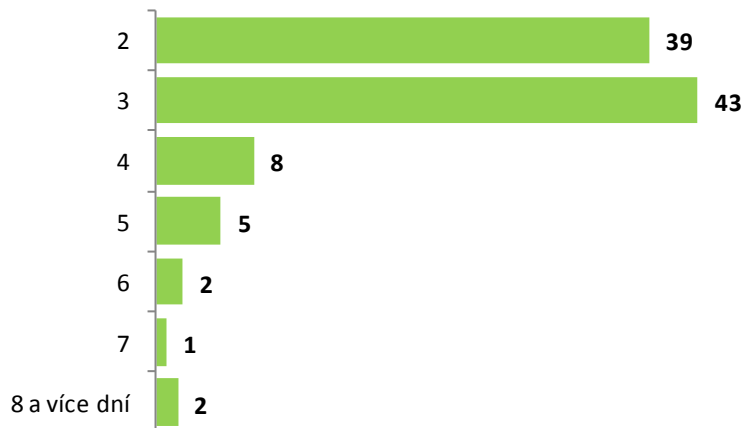
Q4. Jak dlouhý bude Váš pobyt v Plzni?

Doba pobytu
(n=541, údaje v %)



Počet dnů strávených v Plzni

(n = 232, lidé, kteří v Plzni stráví více dní, údaje v %)



Téměř polovina návštěvníků Plzně (43 %) ve městě strávila více než jeden den. Jeden celý den v Plzni strávil každý čtvrtý návštěvník (24 %), jen půlden třetina dotázaných (33 %).

Na půldenní návštěvu Plzně přijíždějí častěji Češi (52 %), obyvatelé Plzeňského kraje (82 %), cestující bez organizované skupiny (40 %) a ti, kteří cestují sami (68 %).

Jeden celý den stráví v Plzni častěji ženy (27 %), lidé do 29 let (44 %), návštěvníci z Prahy (72 %) a Karlovarského kraje (59 %).

Více nocí stráví v Plzni častěji návštěvníci ze Slovenska (68 %), Německa (66 %) a obyvatelé ze vzdálenějších zemí (77 %). Jsou to také častěji lidé cestující organizovaně (65 %).

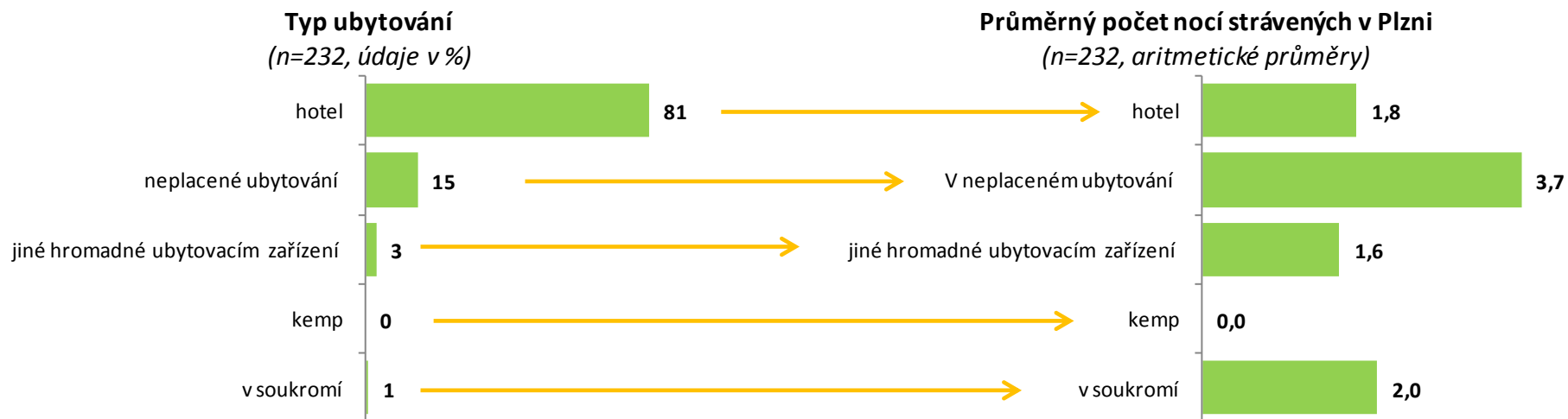
Návštěvníci Plzně, kteří zde přespí, stráví ve městě v průměru 3 dny.

Nejtypičtější výlet do Plzně potom vypadá tak, že návštěvníci ve městě stráví 2 až 3 dny (82 %).

Nejvíce dní stráví v Plzni návštěvníci ze vzdálenějších zemí (v průměru 3,8 dní). Návštěvníci z Německa (v průměru 2,6 dní), Slovenska (v průměru 3,2 dny) a ČR (v průměru 2,8 dny) se od sebe v průměru příliš neliší.

Ubytování

Q5. Kde jste v Plzni ubytován/a?



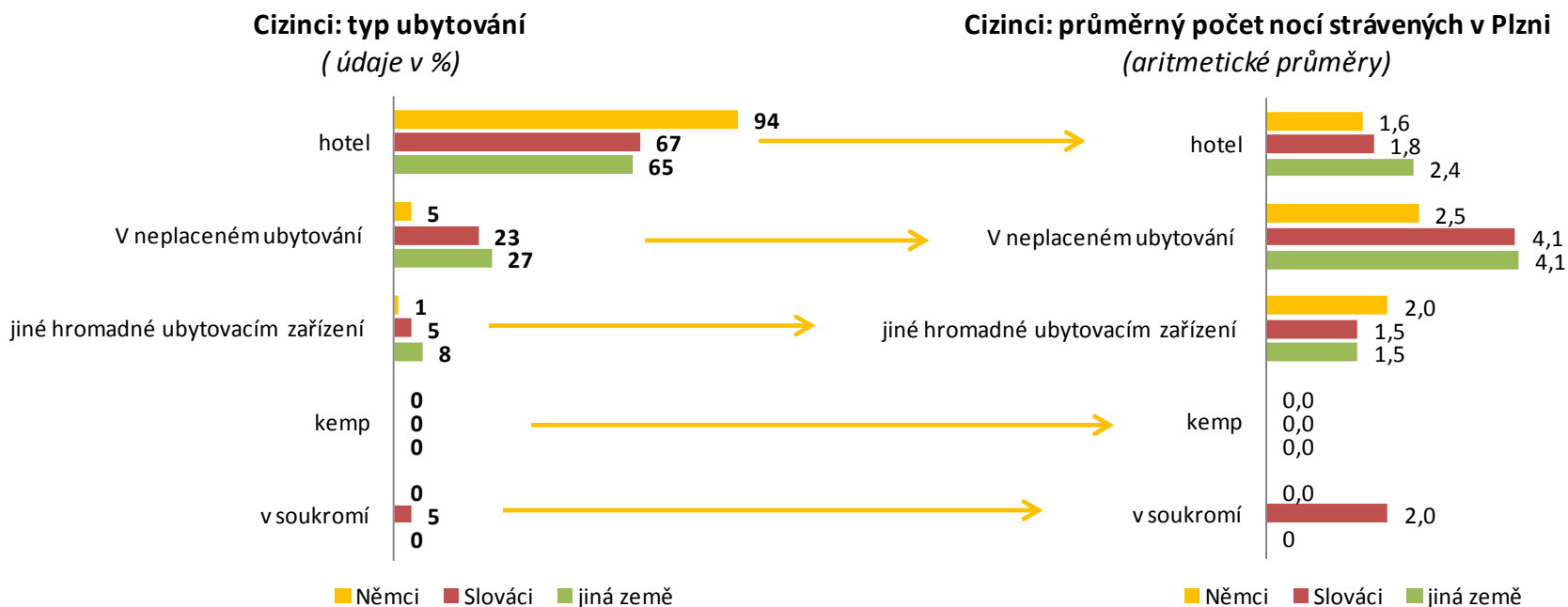
Největší podíl návštěvníků bydlí v hotelech (81 %). Lidé také často navštěvují známé anebo příbuzné a přespávají tak u nich (15 %).

Nejvíce nocí v Plzni stráví lidé, kteří bydlí v neplaceném ubytování (v průměru 3,7 noci).

Méně nocí stráví v Plzni lidé, kteří bydlí v placeném ubytování v soukromí (v průměru 2 noci), v hotelech či penzionech (v průměru 1,8 noci) nebo v jiných hromadných ubytovacích zařízeních (v průměru 1,6 noci).

Cizinci: ubytování

Q5. Kde jste v Plzni ubytován/a?



Návštěvníci z **Německa** byli nejčastěji ubytováni v hotelu (94 %). V hotelu strávili v průměru 1,6 noci.

Návštěvníci ze **Slovenska** bydleli nejčastěji v hotelu (67 %) nebo neplaceném ubytování (23 %). V neplaceném ubytování strávili v průměru 4,1 noci, v hotelu 1,8 noci.

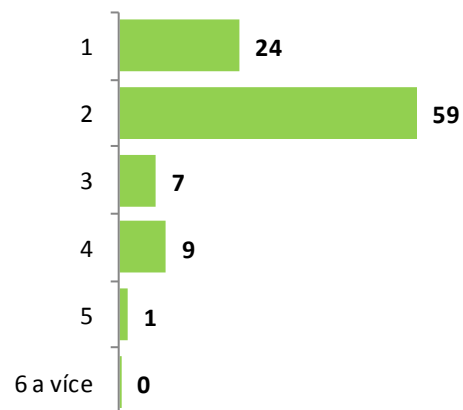
Návštěvníci z **jiných zemí** (nejčastěji z Polska, Francie, Ukrajiny, Itálie a Velké Británie) využili nabídky hotelu (65 %) anebo neplaceného ubytování (27 %). Nejdelší dobu v Plzni strávili z návštěvníků ze vzdálenějších zemí lidé, kteří bydleli u blízkých a známých (v průměru 4,1 noci).

Velikost skupiny a její útraty

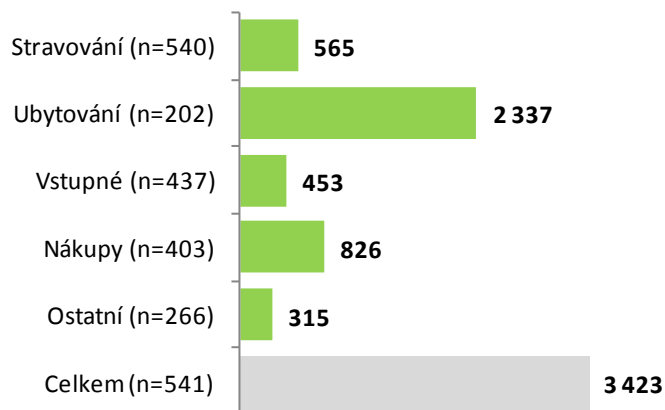
Q6. Specifikujte prosím, kolik osob tvoří Vaši skupinu – máme tím na mysli, všechny osoby, které mají společné výdaje (např. rodina, přátelé apod.).

Q6X. A nyní se prosím zamyslete nad tím, kolik tato „společně hospodařící jednotka“ za pobyt v Plzni již utratila a také utratíte po celou dobu pobytu na území Plzně?

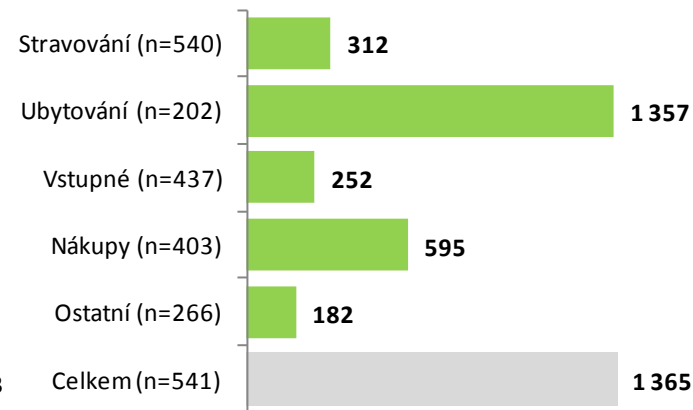
Velikost skupiny cestovatelů - počet členů
(n=541, údaje v %)



Průměrná individuální útrata*
(aritmetické průměry, v Kč)



Průměrná individuální útrata za 1 den/noc*
(aritmetické průměry, v Kč)



*Pozn.: Údaje jsou počítány za návštěvníky, kteří za danou položku utráceli. Celková průměrná útrata tak není součtem průměrných útrat za jednotlivé položky.

Plzeň lidé navštěvují nejčastěji ve dvojicích (59 %) anebo sami (24 %). Každý šestý návštěvník (17 %) přijel s tří- a vícečlennou skupinou.

Lidé, kteří v Plzni utratí nějaké peníze, v průměru za pobyt utratí 3 423 Kč. Nejvíce lidé v průměru utratí za ubytování (2 337 Kč), nákupy (826 Kč) a stravu (565 Kč). Za vstupné (do muzeí, na kulturní akce atd.) utratí v průměru 453 Kč.

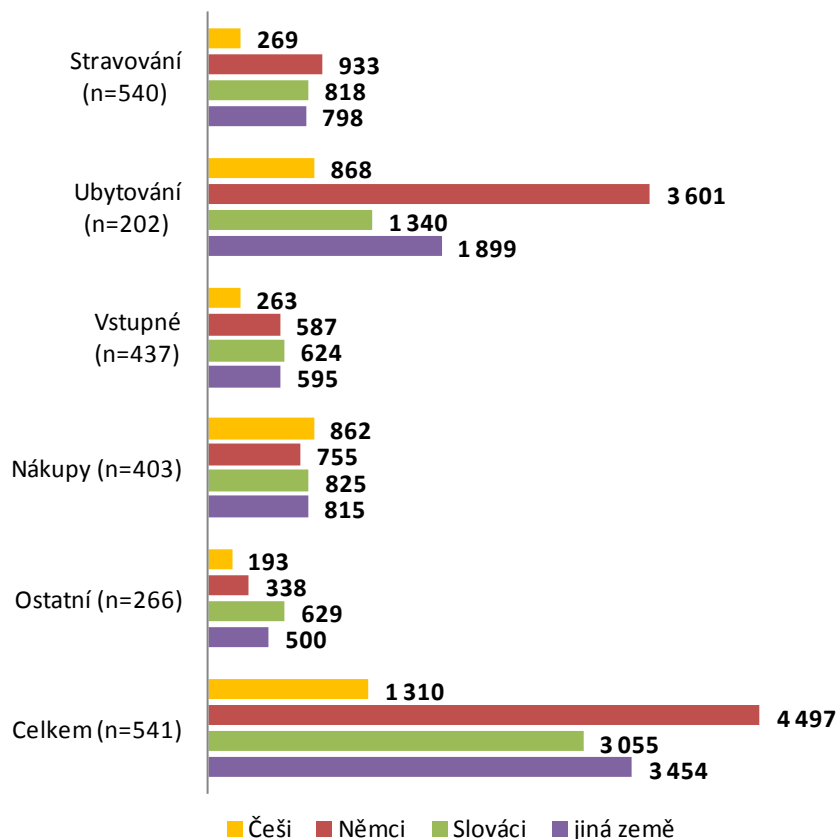
Jedna osoba utratí denně při návštěvě v Plzni v průměru 1 365 Kč. Návštěvník denně nejvíce utratí za ubytování (1 357 Kč) a nákupy (595 Kč). O něco méně pak za stravování (312 Kč) a vstupné (252 Kč).

Jednodenní návštěvníci ze zahraničí utratí v Plzni celkem 1 617 Kč (za osobu), jednodenní návštěvníci z ČR utratí celkem 1 115 Kč (za osobu).

Útraty

Q6X. A nyní se prosím zamyslete nad tím, kolik tato „společně hospodařící jednotka“ za pobyt v Plzni již utratila a také utratíte po celou dobu pobytu na území Plzně?

Průměrná individuální útrata* (aritmetické průměry, v Kč)



Během svého pobytu utratí nejvíce peněz obyvatelé Německa – v průměru 4 497 Kč. Méně utratí lidé ze vzdálenějších zemí (3 454 Kč) (do kategorie jiná země spadají především Polsko, Francie, Ukrajina, Itálie a Velká Británie). Návštěvníci ze Slovenska utratí v průměru 3 055 Kč.

Lidé nezávisle na zemi původu utratí nejvíc za ubytování.

Cizinci celkově (nehledě na zemi původu) utratí během svého pobytu v průměru 3 887 Kč (za jednu osobu).

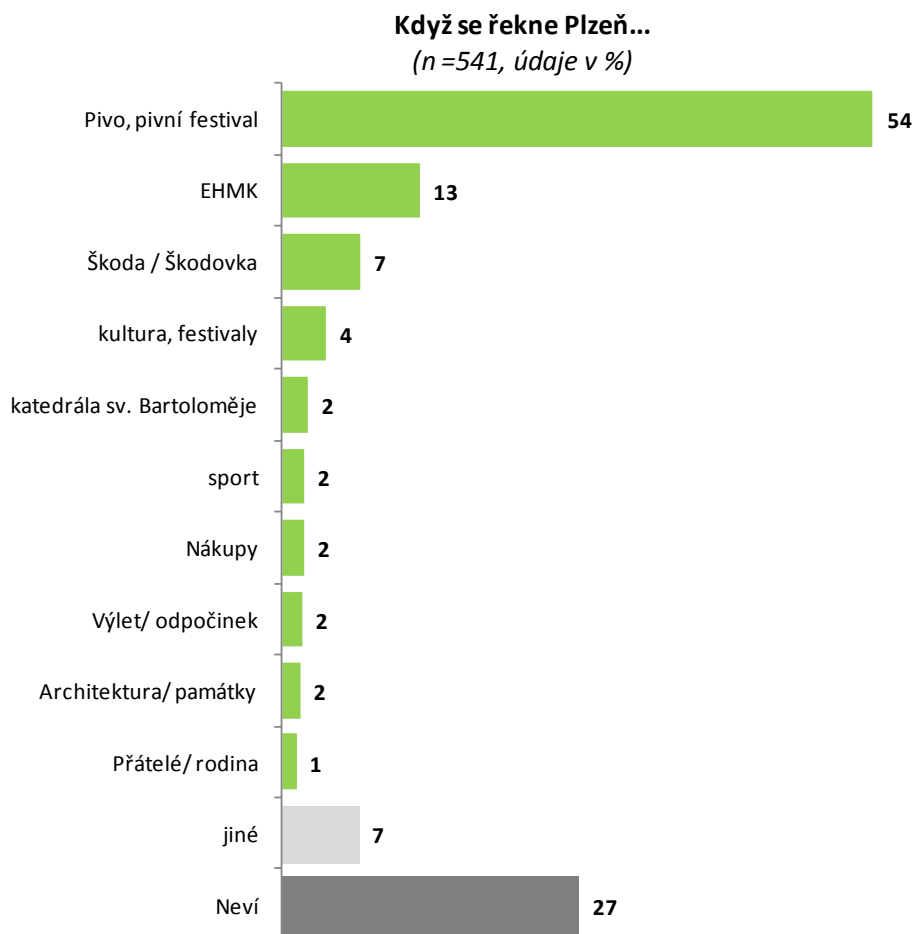
*Pozn.: Údaje jsou počítány za návštěvníky, které za danou položku utráceli. Celková průměrná útrata tak není součtem průměrných útrat za jednotlivé položky.



Povědomí o Plzni a zdroje informací

Asociace s Plzní

Q8. Co se Vám vybaví, když se řekne Plzeň? Zkuste mi prosím říct 3 věci, které si asociujete s Plzní.



Pivo a pивní festival je symbolem Plzně pro asi polovinu návštěvníků (54 %). Dalšími často zmiňovanými prvky jsou Evropské hlavní město kultury (13 %), Škoda (7 %) a kultura a festivaly (4 %). Přibližně čtvrtina lidí ale neví, co si ve spojitosti s městem vybavit (27 %).

Pivo si s Plzní častěji spojují návštěvníci přijíždějící do města z České republiky (69 %), lidé žijící v Jihočeském (88 %), Středočeském (86 %) a Karlovarském kraji (72 %), lidé přijíždějící s rodinou a dětmi (69 %) a návštěvníci, kteří do Plzně přijeli individuálně, ne v rámci organizované skupiny (59 %).

Status Evropského hlavního města kultury si s Plzní spontánně častěji spojují Češi (24 %), ženy (16 %), lidé vysokoškolsky vzdělaní (26 %) a ti, kteří přijíždějí s rodinou a dětmi (30 %).

Škoda je častěji zmiňována ženami (7 %), lidmi žijícími v České republice (10 %) a obyvateli Plzeňského kraje (12 %).

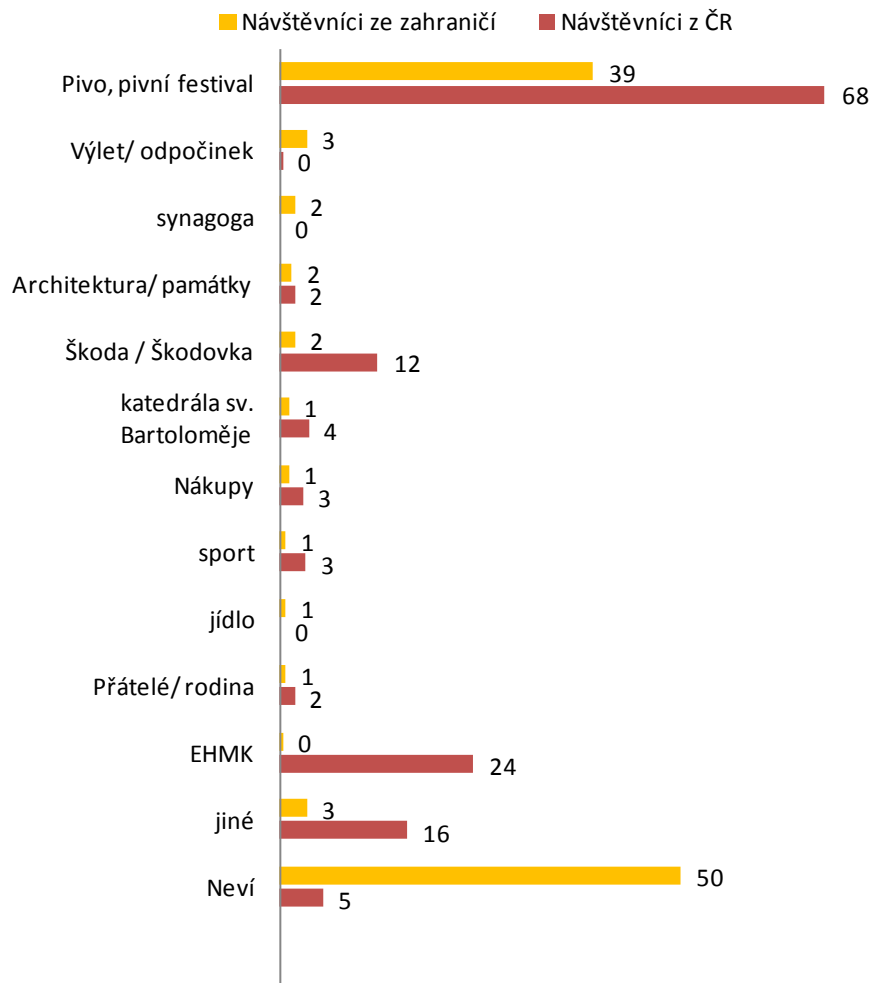
Kulturu a festivaly si častěji vybaví lidé z České republiky (8 %), obyvatelé Plzeňského kraje (13 %) a ti, kteří cestují individuálně, bez organizované skupiny (6 %).

Asociace s Plzní

Q8. Co se Vám vybaví, když se řekne Plzeň? Zkuste mi prosím říct 3 věci, které si asociujete s Plzní.

Když se řekne Plzeň...

- tříděno dle místa původu (n = 541, údaje v %)



Struktura asociací spojených s Plzní je obdobná jak mezi návštěvníky z ČR, tak i mezi těmi ze zahraničí.

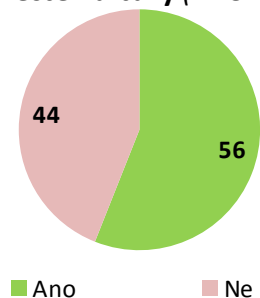
Češi si s Plzní častěji spojují pivo a pivní festivaly (68 %), status Evropského hlavního města kultury (24 %) a Škodovku (10 %).

Návštěvníci z ciziny neuvádějí žádnou asociaci podstatně častěji než Češi, zhruba polovina z nich si ani žádnou nevybaví (50 %).

Povědomí o Plzni jako Evropském hlavním městě kultury

Q9. Víte, že Plzeň je Evropským hlavním městem kultury pro rok 2015?

Povědomí o Plzni jako Evropském hlavním městě kultury (n= 541, údaje v %)



O tom, že Plzeň je Evropským hlavním městem kultury pro rok 2015, ví 56 % dotázaných.

Mezi Čechy je povědomí o Plzni jako EHMK výrazně vyšší (86 %) než mezi cizinci (25 %). Mezi cizinci z jednotlivých zemí se pak míra povědomí výrazněji neliší.

Z českých návštěvníků jsou to obyvatelé Středočeského (93 %), Jihočeského (88 %), Plzeňského (88 %) kraje a Prahy (86 %), kdo nejčastěji vědí o propůjčeném statusu města.

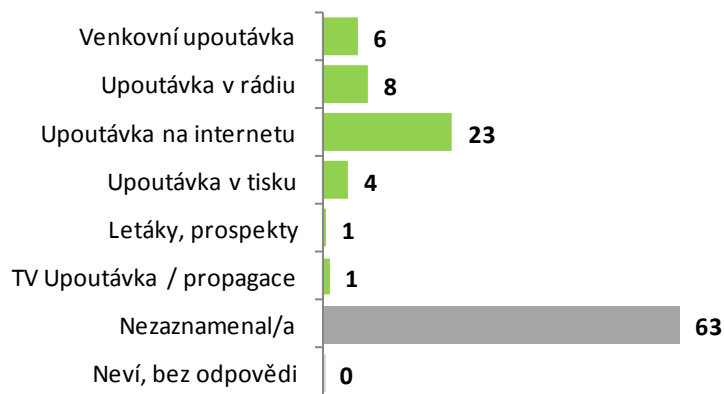
Častěji o něm věděli také respondenti, kteří do Plzně přijeli individuálně (66 %), ne v rámci organizovaného výletu, a lidé, kteří přijeli s rodinou a dětmi (74 %).

Reklama/upoutávka na Plzeň

Q10. Zaznamenal/a jste před svým příjezdem nějakou reklamu/upoutávku na Plzeň? Pokud ano, jakou?

Zaznamenal/a před příjezdem upoutávku na Plzeň?

(n=541, údaje v %)



Před cestou do Plzně zaznamenal upoutávku na město 37 % dotázaných.

Nejčastěji se k nim upoutávka dostala přes internet (23 %) nebo ji slyšeli v rádiu (8 %) anebo si jí všimli venku (6 %).

Internetové propagace města si více všímali Češi (30 %). Uváděli ji také častěji turisté, kteří do Plzně přijeli s rodinou a dětmi (42 %), a lidé ze Středočeského kraje (54 %).

Venkovní propagace byla uváděna Čechy (9 %) a obyvateli Plzeňského kraje (13 %).

Upoutávku v rádiu opět častěji zmiňovali Češi (11 %), obyvatelé Plzeňského kraje (20 %) a lidé ve věku 30-44 let (14 %).

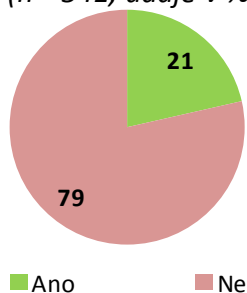
Turistické informační centrum

Q16. Navštívil/a jste v Plzni Turistické informační centrum (TIC)? Nemáme na mysli „meeting point“, tedy samostatně stojící stánek na náměstí Republiky.

Q17. Jak hodnotíte služby Turistického informačního centra?

Návštěva turistického centra

(n = 541, údaje v %)



Turistické informační centrum v Plzni navštívila asi pětina návštěvníků města (21 %).

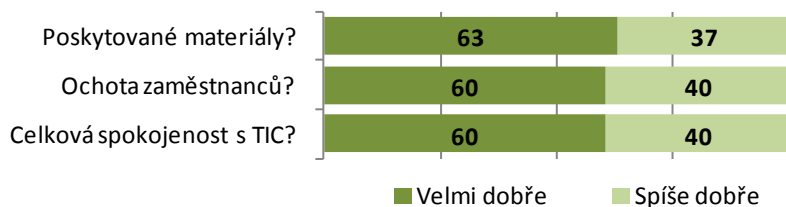
Služeb TIC využili spíše návštěvníci z ciziny (29 %) a ti, kteří do Plzně přijeli v rámci organizované skupiny (28 %). Do TIC chodí také častěji lidé přijíždějící s rodinou s dětmi (31 %).

Všechny ze sledovaných služeb TIC jsou hodnoceny kladně.

Vezmeme-li v potaz naprostou spokojenost („velmi dobře“), nejlépe si v hodnocení vede spokojenost s poskytovanými materiály (63 % „velmi dobře“). Více si tuto službu chválí individuální návštěvníci (71 %) a lidé přijíždějící s rodinou s dětmi (84 %).

Hodnocení služeb informačního centra

(n=116, návštěvníci TIC, údaje v %)





Důvody a hodnocení návštěvy Plzně

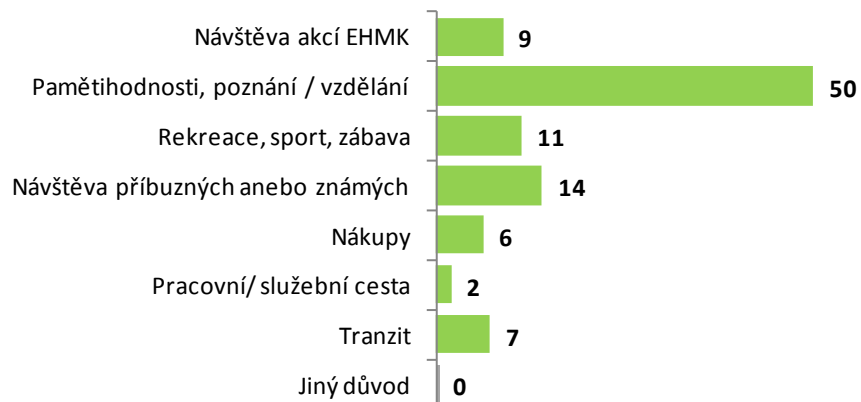
Důvody návštěvy Plzně

Q11. Co bylo hlavním důvodem/aktivitou, kvůli které jste přijel(a) do Plzně?

Q12. Které další aktivity během své návštěvy Plzně provozujete?

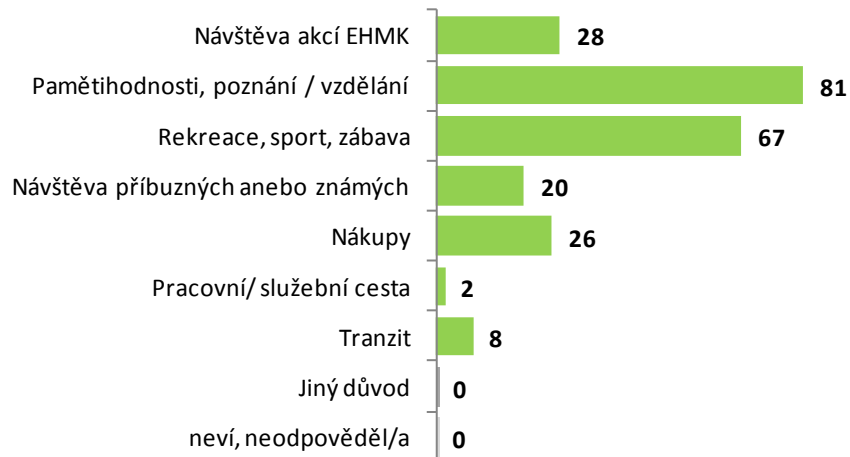
Hlavní důvod návštěvy Plzně

(n=541, údaje v %)



Další aktivity

(n=541, údaje v %)



Nejčastěji jmenovaným důvodem cesty do Plzně je návštěva pamětihodností, tento důvod uvádí 50 % jako „hlavní“ a 81 % jako „další“. Na druhém místě mezi hlavními důvody je návštěva příbuzných anebo známých (14 %), mezi důvody dalšími je to rekreace, sport a zábava (67 %).

Pamětihodnosti jsou hlavním cílem cesty zejména pro návštěvníky z Německa (74 %), lidi se středoškolským vzděláním s maturitou (54 %), cestující v rámci organizované skupiny (73 %) a cestující s přáteli, známými (66 %) anebo s partnery (55 %).

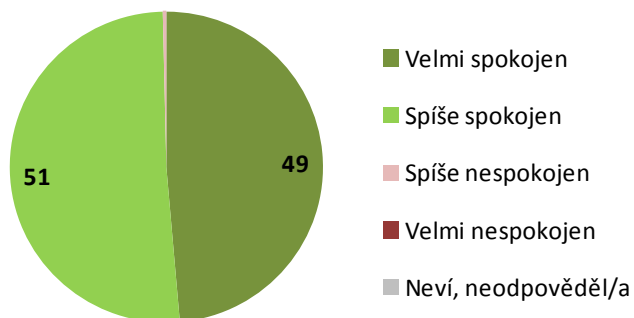
Návštěva příbuzných anebo známých je pak hlavním důvodem pro návštěvu Plzně především pro lidi ve věku od 60 let (21 %), pro ty, kteří přijíždějí sami (44 %), a pro obyvatele Plzeňského kraje (27 %).

Spokojenost

Q14. Jak jste celkově spokojen/a s návštěvou Plzně?

Spokojenost s návštěvou Plzně

(n = 541, údaje v %)



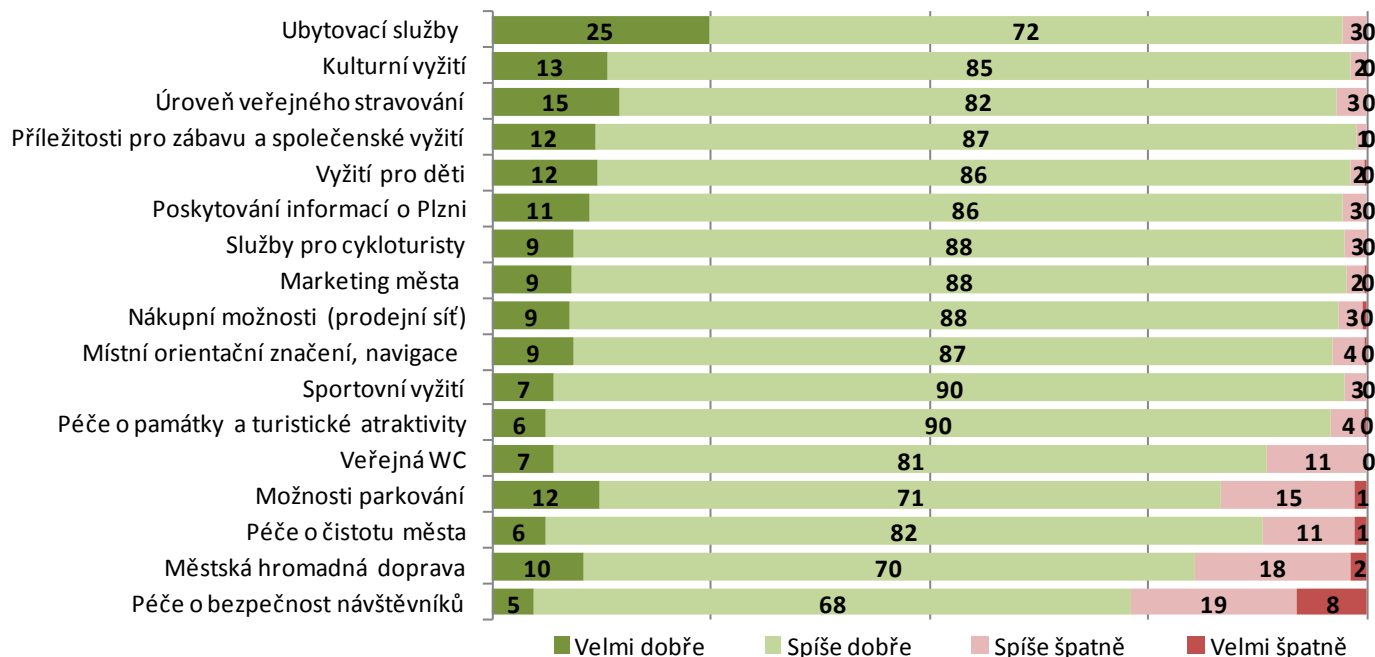
Všichni návštěvníci jsou s návštěvou Plzně spokojeni (velmi nebo spíše) (100 %).

Nejintenzivnější spokojenost („velmi spokojen“) projevují obyvatelé Jihočeského a Středočeského kraje (77 %, 71 %), lidé s rodinou s dětmi (61 %) a individuální návštěvníci (53 %).

Hodnocení návštěvy

Q15. Jak hodnotíte následující aspekty turistiky v městě Plzni?

Hodnocení jednotlivých aspektů návštěvy Plzně
(respondenti, kteří měli s daným aspektem zkušenost, údaje v %)



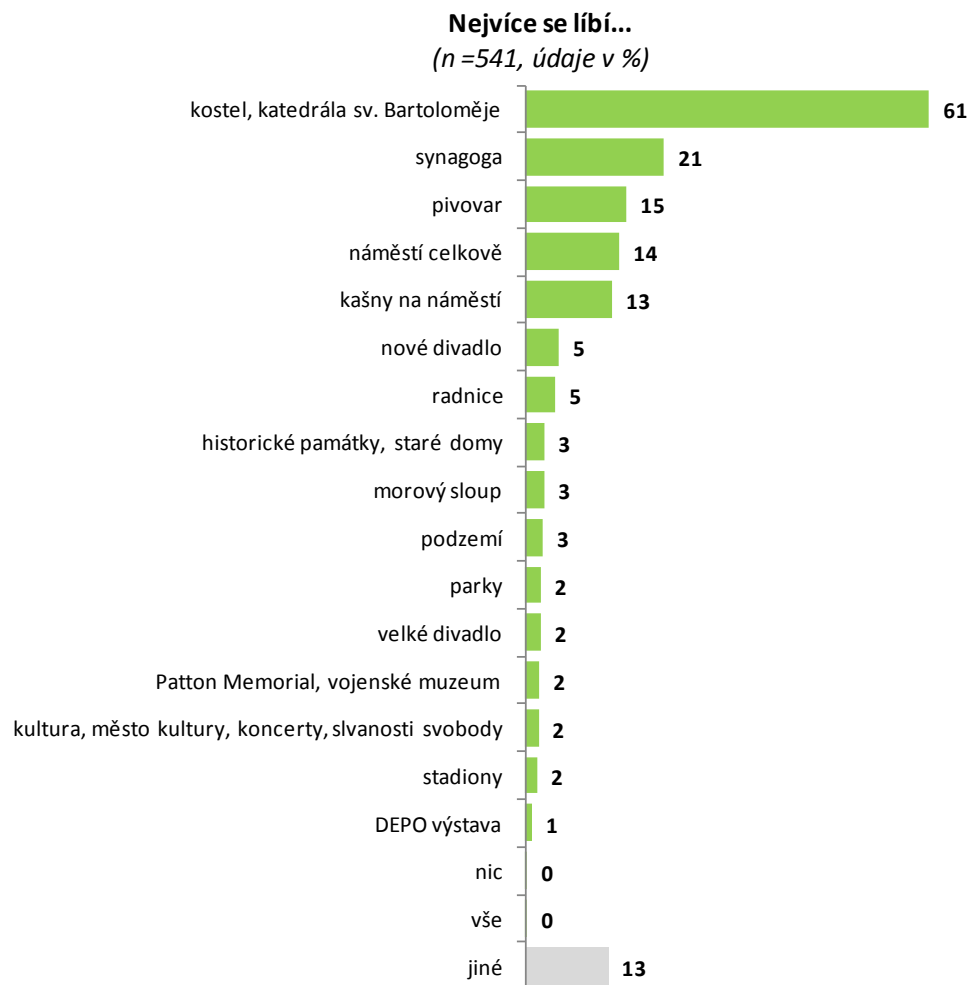
Návštěvníci Plzně hodnotí všechny dílčí atributy své návštěvy převážně pozitivně.

Nej spokojenější jsou s **ubytovacími službami** (97 %), kde nejvyšší spokojenost (velmi dobře) deklarují Češi (38 %) a návštěvníci cestující s rodinou a dětmi (39 %). Obecně vysokou spokojenost uvádí respondenti také s příležitostmi pro **zábavu a společenské vyžití** (99 %) – tu velmi dobře hodnotí zejména návštěvníci ze Slovenska (25 %). S **kulturním vyžitím** jsou dotázaní také spokojeni (98 %), a to především cestující s rodinami s dětmi (26 % velmi dobře). **Úroveň veřejného stravování** (s celkovou spokojeností 97 %) častěji velmi dobře hodnotí cestující s rodinami s dětmi.

Naopak nejnižší spokojenost je deklarována s péčí o bezpečnost návštěvníků (73 % pozitivních hodnocení), MHD (80 %) a možnostmi parkování (83 %). Ve všech těchto oblastech nicméně stále výrazně převažuje spokojenost nad nespokojeností.

Plzeňské klady

Q18b. Co se Vám v Plzni nejvíce líbí, co Vás nejvíce zaujalo?



Nejvíce návštěvníky Plzně zaujala katedrála sv. Bartoloměje (61 %). Velice se líbí také synagoga (21 %). Zhruba sedmina zmiňuje pivovar (15 %), náměstí (14 %) a kašny na náměstí (13 %).

Katedrálu sv. Bartoloměje jmenovali nejčastěji návštěvníci z Karlovarského kraje (79 %), dále ti, kteří přicestovali s rodinou a dětmi (72 %), a lidé ve věku 45-59 let (71 %).

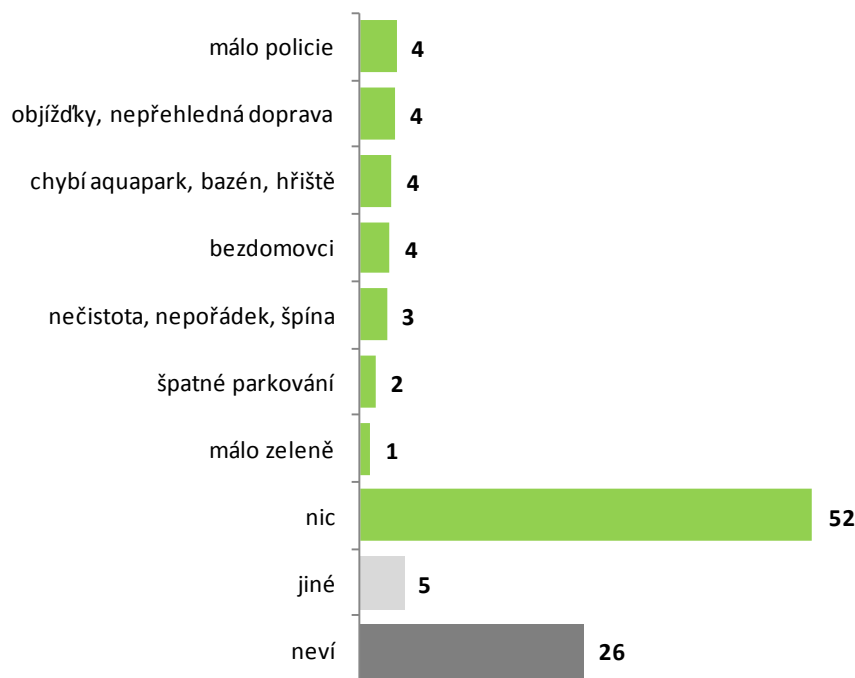
Synagoga zanechala větší dojem v návštěvnících, kteří do Plzně přijeli z ciziny (27 %).

Pivovar se líbí nejčastěji cizincům ze vzdálenějších zemí (31 %) a kašny na náměstí častěji lidem ze Slovenska (24 %).

Plzeňské nedostatky

Q18a. Co Vám v Plzni nejvíce schází, co Vám vadí?

Nedostatky v Plzni
(n=541, údaje v %)



Více než polovina návštěvníků nemá k Plzni žádné výhrady (52 %). Z výtek jsou pak nejpálčivějším tématem chybějící policisté v ulicích (4 %), objížďky a nepřehledná doprava (4 %), absence aquaparku, bazénu nebo hřiště (4 %) a bezdomovci (4 %).

Nedostatek policie nejčastěji zmiňují obyvatelé Plzeňského kraje (8 %).

Objížďky a nepřehledná doprava vadí obyvatelům Plzeňského kraje (15 %), individuálním návštěvníkům (5 %) a lidem cestujícím s partnerem/partnerkou (6 %).

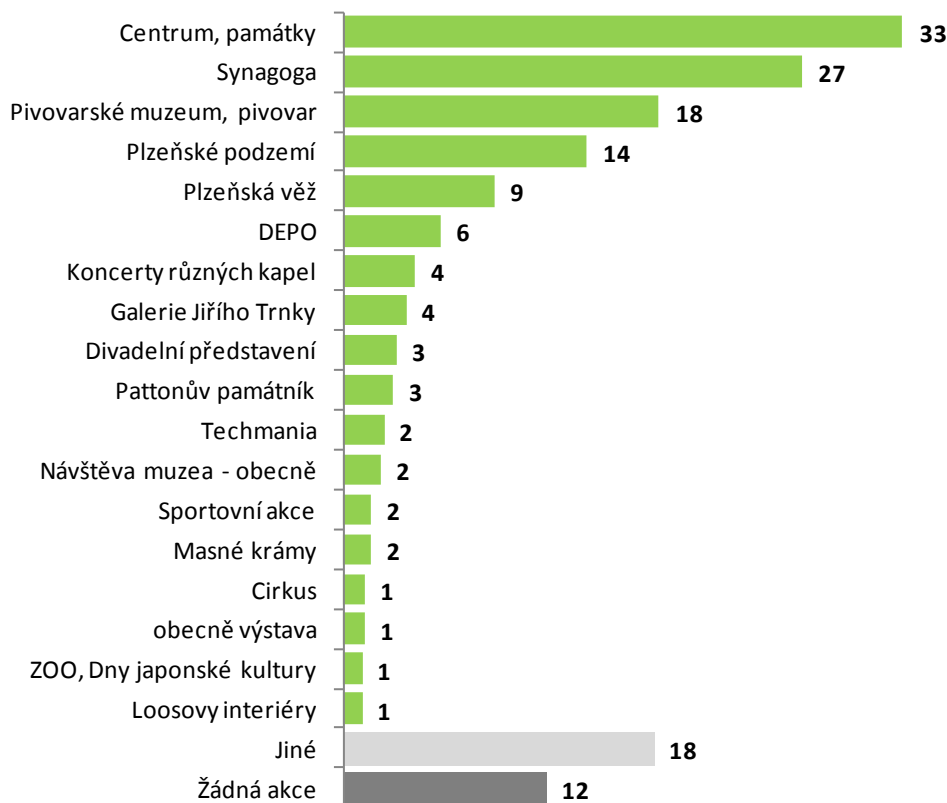
Bezdomovci nejčastěji vadí lidem ve věku 30-44 let (7 %) a individuálním návštěvníkům cestujícím bez organizované skupiny (5 %).

Akce v Plzni

Q20x. A navštívil/a jste nebo se chystáte navštívit nějakou akci v Plzni? Pokud ano, popište prosím, o jaké akce se jednalo.

Navštěvované plzeňské akce

(n = 522, údaje v %)



V návštěvnosti plzeňských akcí vede návštěva centra, památek (33 %) a synagogy (27 %). Hojně navštěvované bylo také pivovarské muzeum, pivovar (18 %), plzeňské podzemí (14 %) a plzeňská věž (9 %).

Centrum, památky častěji navštěvují cizinci (42 %), konkrétně návštěvníci z Německa (46 %). Více zmiňováno je centrum také lidmi, kteří do Plzně přijeli v rámci organizované skupiny (45 %).

Synagogu navštívili častěji cizinci (39 %), konkrétně Němci (40 %) a lidé ze vzdálenějších zemí (43 %). Dále také cestující s organizovanou skupinou (41 %) a s přáteli, známými (36 %).

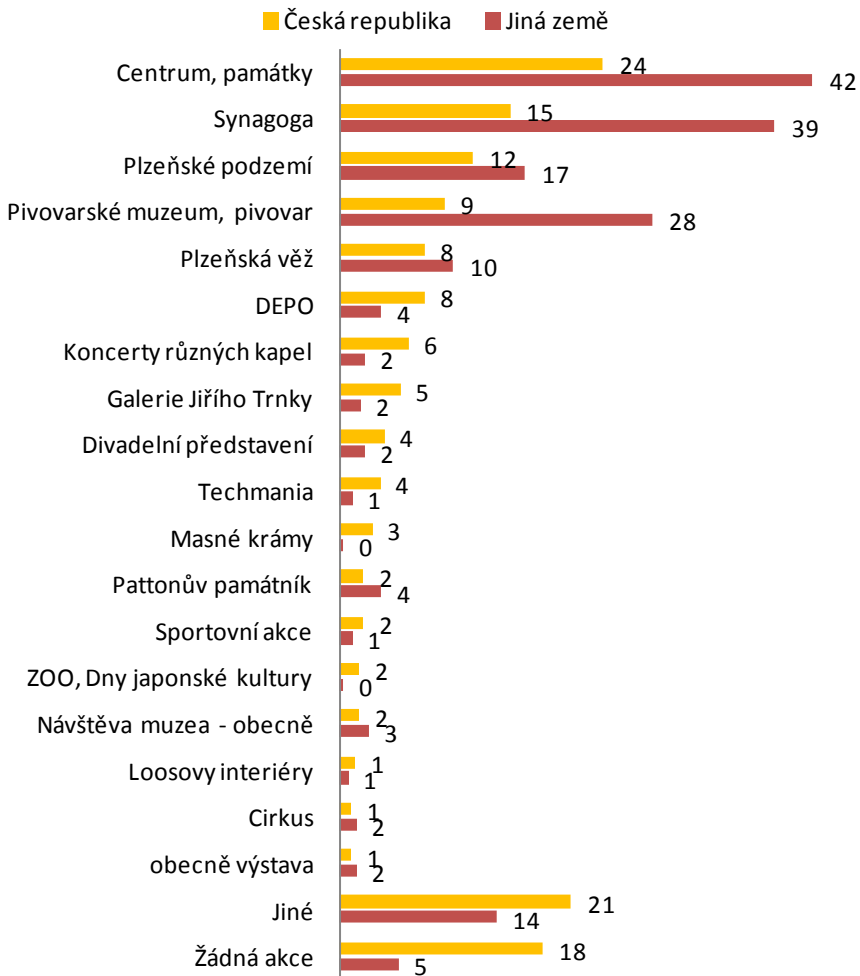
Pivovarské muzeum a pivovar častěji navštěvují muži (23 %), cizinci (28 %), především Slováci (29 %) a obyvatelé vzdálenějších zemí (37 %) a také cestující s přáteli a známými (27 %).

Akce v Plzni

Q20x. A navštívil/a jste nebo se chystáte navštívit nějakou akci v Plzni? Pokud ano, popište prosím, o jaké akce se jednalo.

Navštěvované plzeňské akce

- tříděno dle místa původu (n = 541, údaje v %)



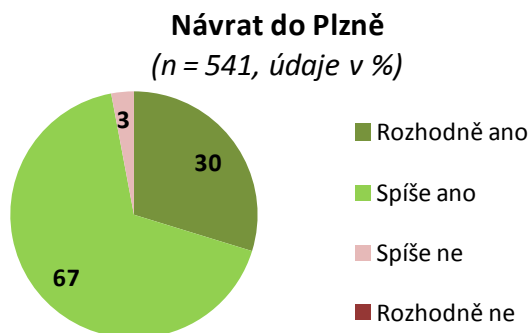
Čeští i zahraniční návštěvníci nejčastěji navštěvují centrum, památky (24 % resp. 42 %).

Návštěvníci **ze zahraničí** se častěji než čeští soustředí na návštěvu centra, památek (42 %), synagogy (39 %), pivovaru (28 %) a plzeňského podzemí (17 %).

Ve zbylých akcích a objektech se návštěvníci příliš neliší.

Opakovaná návštěva Plzně

Q22. *Hodláte se do Plzně opět vrátit?*



Naprostá většina návštěvníků se do Plzně hodlá někdy vrátit (97 %). Rozhodně je o svém návratu do Plzně přesvědčena přibližně třetina dotázaných (30 %).

O své opětovné návštěvě města jsou častěji rozhodně přesvědčeni lidé s vysokoškolským vzděláním (45 %) a Češi (38 %) – zejména obyvatelé Jihočeského (71 %) a Plzeňského kraje (39 %).

Častěji se rozhodně chtějí vrátit také lidé, kteří do Plzně přijeli sami (45 %) anebo s rodinou a dětmi (40 %).

Dotazník

Dotazník

150005-1 Listopad- prosinec 2015

ZAČÁTEK ROZHOVORU
(HODINY, MINUTY)

--	--	--	--

ID TAZATELE

--	--	--	--	--	--

Dobrý den, jsem tazatelem společnosti ppm factum research a provádím výzkum veřejného mínění zaměřený na turismus v Plzni. Rád/a bych Vám v této souvislosti položil/a několik otázek. Všechny údaje, které mi poskytnete, budou naprosto důvěrné a v konečném zpracování anonymní.

SCR1. Nejprve bych si rád/a ověřil/a, zda jste osoba, se kterou mám provést rozhovor. Bydlíte nebo pracujete nebo studujete v Plzni nebo v okruhu cca. 15 km okolo Plzně?

Ano	→ UKONČETE ROZHOVOR A VYHLEDEJTE DALŠÍHO RESPONDENTA	1	
Ne	→ POKRAČUJTE V ROZHOVORU	2	

SCR2. V jaké zemi máte trvalé bydliště? SCR2a. A kde přesně bydlíte?

SCR2. ZEMĚ		SCR2a. SPECIFIKACE	
Česká republika	1	Okres (vypište)	
Jiná země	2	Země (vypište)	

POUZE POKUD RESPONDENT UVEDL, ŽE BYDLÍ V NĚMECKU

SCR3. V jaké spolkové zemi v Německu bydlíte?

Baden-Württemberg	1	
Bayern	2	
Berlin	3	
Brandenburg	4	
Bremen	5	
Hamburg	6	
Hessen	7	
Mecklenburg-Vorpommern	8	
Niedersachsen	9	
Nordrhein-Westfalen	10	
Rheinland-Pfalz	11	
Saarland	12	
Sachsen	13	
Sachsen-Anhalt	14	
Schleswig-Holstein	15	
Thüringen	16	
NEVÍ, NEODPOVĚDĚL/A	99	

Q1. Už jste někdy navštívil/a Plzeň?

Ne, jsem tu poprvé	1	
Ano, byl/a jsem zde 1 až 3krát	2	
Ano, byl/a jsem zde už vícekrát	3	
NEVÍ, NEODPOVĚDĚL/A	9	

Q1x. Jak jste do Plzně přijel?

Autem, na motocyklu	1	
Autobusem (nepatří sem MHD)	2	
Vlakem	4	
Jinak, prosím uveďte jakým: VYPIŠTE	4	
NEVÍ, NEODPOVĚDĚL/A	9	

Q2. Přijel/a jste do Plzně:

Jako individuální návštěvník	1	
S organizovanou skupinou návštěvníků (např. se zájezdem)	2	
NEVÍ, NEODPOVĚDĚL/A	9	

Q3. S kým jste sem přijel/a? Máme na mysli osoby, které Vás přímo doprovázejí, nemysleme další účastníky zájezdu.

Sám / sama	1	
S partnerem, partnerkou	2	
S přáteli, známými apod.	3	
S rodinou s dětmi	4	
NEVÍ, NEODPOVĚDĚL/A	9	

Q4. Jak dlouhý bude Váš pobyt v Plzni?

Do 6 hodin	1	
1 celý den	2	
Více dní. VYPIŠTE KOLIK.....	3	
NEVÍ, NEODPOVĚDĚL/A	9	

FILTR: NA Q5 JEN POKUD Q4=3

Q5. V případě vícedenního pobytu prosím uveďte, kolik nocí strávíte v Plzni strávil/a a v jakém typu ubytovacího zařízení?

ZAPIŠTE POČET NOCÍ, NIKOLIV DNI		
V hotelu, motelu či penzionu	1	
V kempu	2	
V jiném hromadném ubytovacím zařízení (lázně, chata, tur. ubytovna, kolej)	3	
V placeném ubytování v soukromí (zimmer frei)	4	
V neplaceném ubytování (u známých, příbuzných)	5	
NEVÍ, NEODPOVĚDĚL/A	9	

Q6. Specifikujte prosím, kolik osob tvoří Vaši skupinu – máme tím na mysli, všechny osoby, které mají společné vřady (např. rodina, přátelé apod.).

VYPIŠTE POČET.....

Q6X. A nyní se prosím zamyslete nad tím, kolik tato „společně hospodařící jednotka“ za pobyt v Plzni již utratila a také utratíte po celou dobu pobytu na území Plzně?

Zapište nejprve měnu, ve které budete částky uvádět:

EUR			
CZK			
USD			
GBP			
Za stravování			
Za ubytování			
Za vstupné			
Za nákupy			
Ostatní			
NÁKLADY CELKEM			

Q7. Jak se pohybujete po Plzni? Uveďte prosím všechny způsoby dopravy, které jste alespoň 1x využil/a.

Pěšky	1	
Taxi službou	2	
MHD	3	
Vlastním dopravním prostředkem	4	
NEVÍ, NEODPOVĚDĚL/A	9	

Q8. Co se Vám vybaví, když se řekne Plzeň? Zkuste mi prosím říct 3 věci, které si asociujete s Plzní.

SPONTÁNNÍ ODPOVĚĎ. POBÍZEJTE RESPONDENTA: „CO JEŠTĚ SI S PLZNÍ V OBLASTI TURISMU SPOJUJETE?“

a.

b.

c.

Q19. Víte, že Plzeň je Evropským hlavním městem kultury pro rok 2015?

Ano	1	
Ne	2	

Dotazník

Q9. Zaznamenal/a jste před svým příjezdem nějakou reklamu/upoutávku na Plzeň? Pokud ano, jakou?

Upoutávka / propagace v tisku	1	
Upoutávka / propagace v rádiu	2	
Venkovní upoutávka / propagace	3	
Upoutávka / propagace na internetu	4	
TV Upoutávka / propagace	5	
Letáky, prospekty	6	
Jinou upoutávku (Vypište:)	<input type="text"/>	
Nezaznamenal/a jsem žádný typ reklamy	7	
NEVÍ, NEODPOVĚDĚL/A	9	

Q11. Co bylo hlavním důvodem/aktivitou, kvůli které jste přijel(a) do Plzně?
Q12. Které další aktivity během své návštěvy Plzně provozujete?

PRO Q11 JEDNA MOŽNÁ ODPOVĚDĚ, PRO Q12 VÍCE MOŽNÝCH ODPOVĚDÍ	Q11. Hlavní důvod	Q12. Ostatní důvody
Návštěva akcí EHMK	1	1
Paměťihodnosti, poznání / vzdělání	2	2
Rekreace, sport, zábava	3	3
Návštěva příbuzných anebo známých	4	4
Nákupy	5	5
Pracovní/ služební cesta	6	6
Tranzit	7	7
Jiný důvod, prosím specifikujte: VYPIŠTE:.....	8	8
NEVÍ, NEODPOVĚDĚL/A	99	99

Q14. Jak jste celkově spokojen/a s návštěvou Plzně?

Velmi spokojen/a	1	
Spíše spokojen/a	2	
Spíše nespokojen/a	3	
Velmi nespokojen/a	4	
NEVÍ, NEODPOVĚDĚL/A	9	

Q15. Jak hodnotíte následující aspekty turistiky v městě Plzni?

PŘEDLOŽTE KARTU Q15 POSTUPNĚ PŘEDČÍTEJTE JEDNOTLIVĚ OBLASTI

	VELMI DOBRĚ 1	SPÍŠE DOBRĚ 2	SPÍŠE ŠPATNĚ 3	VELMI ŠPATNĚ 4	NEUMIM POSODIT 9	
Služby v Plzni	a. Ubytovací služby (pokud jste zde ubytován/a)	1	2	3	4	9
	b. Úroveň veřejného stravování	1	2	3	4	9
	c. Možnosti parkování	1	2	3	4	9
Infrastruktura Plzně	d. Městská hromadná doprava	1	2	3	4	9
	e. Služby pro cykloturisty	1	2	3	4	9
	f. Veřejná WC	1	2	3	4	9
Vybavenost Plzně	g. Kulturní vyžití	1	2	3	4	9
	h. Sportovní vyžití	1	2	3	4	9
	i. Nákupní možnosti (prodejní síť)	1	2	3	4	9
	j. Příležitosti pro zábavu a společenské vyžití	1	2	3	4	9
	k. Vyžití pro děti	1	2	3	4	9
Péče o rozvoj cestovního ruchu v Plzni	l. Poskytování informací o Plzni	1	2	3	4	9
	m. Místní orientační značení, navigace (směrovky, tabule)	1	2	3	4	9
	n. Marketing města (propagace)	1	2	3	4	9
	o. Péče o památky a turistické atraktivitu	1	2	3	4	9
	p. Péče o čistotu města	1	2	3	4	9
	q. Péče o bezpečnost návštěvníků	1	2	3	4	9

Q16. Navštívil/a jste v Plzni Turistické informační centrum (TIC)? Nemáme na mysli „meeting point“, tedy samostatně stojící stánek na náměstí Republiky.

Ano	POKRAČUJETE NA Q17	1	
Ne	POKRAČUJTE NA Q18A	2	
NEVÍ, NEODPOVĚDĚL/A	POKRAČUJETE NA Q18A	9	

FILTR: JEN TI, CO TIC NAVŠTÍVILI (Q16=1)

Q17. Jak hodnotíte služby Turistického informačního centra?

PŘEDLOŽTE KARTU Q15 POSTUPNĚ PŘEDČÍTEJTE JEDNOTLIVĚ OBLASTI

	VELMI DOBRĚ 1	SPÍŠE DOBRĚ 2	SPÍŠE ŠPATNĚ 3	VELMI ŠPATNĚ 4	NEUMIM POSODIT 9
a. Celková spokojenost s TIC	1	2	3	4	9
b. Ochota zaměstnanců	1	2	3	4	9
c. Poskytované materiály	1	2	3	4	9

ODPOVÍDAJÍ VŠICHNI!

Q18a. Co Vám v Plzni nejvíce schází, co Vám vadí?

SPONTÁNNÍ ODPOVĚD. NEPŘIPOUŠTĚJTE VYHÝBAVÉ ODPOVĚDI. POBÍZEJTE RESPONDENTA: „CO JEŠTĚ VÁM VADÍ?“

a.	<input type="text"/>
b.	<input type="text"/>
c.	<input type="text"/>

Q18b. Co se Vám v Plzni nejvíce líbí, co Vás nejvíce zaujalo?

SPONTÁNNÍ ODPOVĚD. NEPŘIPOUŠTĚJTE VYHÝBAVÉ ODPOVĚDI. POBÍZEJTE RESPONDENTA: „CO JEŠTĚ SE VÁM LÍBÍ?“

a.	<input type="text"/>
b.	<input type="text"/>
c.	<input type="text"/>

Q20x. A navštívil/a jste nebo se chystáte navštívit nějakou akci v Plzni? Pokud ano, popište prosím, o jaké akci se jednalo.

SPONTÁNNÍ ODPOVĚD. VYPISUJTE PŘESNÉ NÁZVY, NENÍ MOŽNÉ UVĚST POUZE „KONCERT“ NEBO „VÝSTAVA“ BEZ DALŠÍ SPECIFIKACE.

a.	<input type="text"/>
b.	<input type="text"/>
c.	<input type="text"/>

Q22. A poslední otázka. Hodláte se do Plzně opět vrátit?

Rozhodně ano	1	
Spíše ano	2	
Spíše ne	3	
Rozhodně ne	4	
NEVÍ, NEODPOVĚDĚL/A	9	

D1. Kolik je Vám let?

.....	<input type="text"/>	<input type="text"/>
-------	----------------------	----------------------

D2. Jaké je Vaše vzdělání?

Základní	1	
Střední bez maturity, vyučení	2	
Střední, s maturitou	3	
Vysokoškolské	4	

Dotazník

NEODPOVĚDĚL/A	9	
---------------	---	--

D3. DOTÁZANÝ JE:

MUŽ	1	
ŽENA	2	

D4. OBLAST DOTAZOVÁNÍ (VYPIŠTE, KDE ROZHOVOR PROBÍHAL. BUĎ ULICI, VE KTERÉ JSTE RESPONDENTA ZASTIHLI, NEBO NĚJAK DEFINOVANOU OBLAST – NAPŘ. OKOLÍ HOTELU CENTRAL APOD.)

.....		
-------	--	--

Nakonec Vás chci požádat, abyste mi sdělil(a) své jméno a adresu. Firma PPM FACTUM RESEARCH je potřebe znát pro možnost namátkové kontroly mé práce. Jména a adresy dotázaných zapisují do zvláštního formuláře a jsou jinde než vyplněné dotazníky. Adresy se využívají jen pro kontroly a nebudou nikdy použity pro jiné účely. Pokud souhlasíte s uvedením svých údajů, poprosím Vás o podpis. V dohledné době můžete dostat poštou kontrolní lístek. Prosím, odpovězte na něj, je to poměrně jednoduché.

VYPLŇTE ADRESU DO ZPRÁVY O PRŮBĚHU DOTAZOVÁNÍ.

To je vše, jménem firmy ppm factum research Vám děkuji za rozhovor.

POTVRZUJI, ŽE JSEM ROZHOVOR PROVEDL(A) PŘESNĚ PODLE POKYNŮ FIRMY PPM FACTUM RESEARCH .

JMÉNO TAZATELE: PODPIS:

KONEC ROZHOVORU
(HODINY, MINUTY)

--	--	--	--	--

ID TAZATELE

--	--	--	--	--	--

DATUM DOTAZOVÁNÍ
(DEN, MĚSÍC)

				2	0	1	5
--	--	--	--	---	---	---	---

ID KODÉRA

--	--	--	--	--	--

Připravila společnost ppm factum research

PhDr. František Bartoš, Ph.D.

ppm factum research s.r.o.

Office Park Nové Butovice / A

Bucharova 1281/2, 158 00 Praha 13

Tel.: +420 233 111 005

Fax: +420 233 111 002

e-mail: bartos@ppmfactum.cz

www.factum.cz



Firma je zapsána v obchodním rejstříku u Městského soudu v Praze, oddíl C, vložka 13338,
datum zápisu: 6. října 1992. IČO 47121793, DIČ CZ47121793