



# Výzkum mezi návštěvníky města Plzně

Závěrečná zpráva

*Září 2013*

**2013 Plzeň**



<b>Pozadí a cíle výzkumu, Metodologie</b>	<b>3</b>
<b>Hlavní zjištění z výzkumu</b>	<b>6</b>
<b>Detailní výsledky</b>	
<b>Struktura návštěvníků</b>	<b>8</b>
<b>Vnímání města Plzně</b>	<b>17</b>
<b>Důvody návštěvy a hlavní aktivity</b>	<b>21</b>
<b>Spokojenost s návštěvou</b>	<b>24</b>
<b>Informační zdroje</b>	<b>29</b>
<b>Kontakty</b>	<b>38</b>

# **Pozadí a cíle výzkumu Metodologie**

# Pozadí a cíle výzkumu

## Marketingové pozadí

Město Plzeň navazuje na výzkum z roku 2012, na základě kterého proběhla analýza motivace tuzemských i zahraničních turistů pro návštěvu města. Kromě motivace je předmětem výzkumu i zjistit míru opakovaných návštěv, délku návštěv, místo a délka ubytování a spokojenost se službami a hodnocení návštěvy města. Součástí projektu je i zjistit asociace spojené s městem a povědomí o aktivitách spojených s projektem Hlavní město kultury 2015.

**2013 Plzeň**

## Cílem výzkumu bylo zjistit:

- Strukturu návštěvníků
- Jejich zvyklosti (s kým přijíždějí, kde jsou ubytováni, atd.)
- Hlavní aktivity ve městě
- Vnímání a znalost města Plzně
- Zdroje informací
- Povědomí o Plzni jako Hlavním městě kultury 2015

KVANTITATIVNÍ VÝZKUM	
<b>Metoda sběru dat</b>	F2F (osobní dotazování)
<b>Velikost vzorku</b>	<b>celkem 536 rozhovorů</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• 286 českých návštěvníků</li><li>• 250 zahraničních návštěvníků</li></ul>
<b>Dotazník</b>	Průměrná délka dotazníku 14 minut
<b>Cílová skupina</b>	Čeští a zahraniční návštěvníci města Plzně
<b>Doba sběru dat</b>	1. vlna: 17. – 24. 8. 2012 2. vlna: 20 – 29. 9. 2012
<b>Výstupy</b>	Závěrečný report v PPT Osobní prezentace – dle potřeby klienta

# HLAVNÍ ZJIŠTĚNÍ Z VÝZKUMU

# Shrnutí hlavních výsledků

Čeští návštěvníci nejčastěji přijíždějí do Plzně především z Prahy. Zahraniční návštěvníky tvoří podobně jako v roce 2012 především turisté Německa a také ze Slovenska. Narostlo procento návštěvníků z Ruska.

2/5 návštěvníků přijíždí na jednodenní pobyt bez noclehu. Alespoň jednu noc tráví v Plzni především zahraniční návštěvníci. Většina turistů přijíždí s partnerem / partnerkou nebo přáteli.

Naprosto dominantním spojením s městem Plzeň je pivo, a to napříč všemi socio-demografickými skupinami. Zahraniční turisté si daleko více oproti Čechům vybaví plzeňské památky. Lidé starší 50 let si vybaví Škodu Plzeň, ale je nezanedbatelné procento těch, kteří mají Plzeň spojenou s fotbalem. Rodiny s dětmi především mezi českými turisty si asociují Plzeň se ZOO a Dinoparkem.

Návštěvníci se ve větší míře do Plzně vracejí (81 % tuzemští turisté, 48% - zahraniční turisté). Do Plzně jezdí především kvůli památkám a tradici pivovarnictví, čeští turisté jezdí do Plzně také na návštěvy příbuzných či známých. Zoo a Dinopark jsou oblíbené především pro rodiny s dětmi. Část, především zahraničních turistů, jezdí do Plzně i kvůli vojenské historii.

S návštěvou Plzně byla zjištěna vysoká spokojenost, a to ve většině sledovaných parametrů. Zřejmě v rámci festivalu Živá ulice se objevily problémy s nedostatkem parkovacích míst a snížená spokojenost s MHD.

Městu je vytýkáno poměrně velké množství bezdomovců v centru.

Mezi českými i zahraničními turisty výrazně narostla důležitost internetových vyhledávačů. Sociální sítě svoji sílu v tomto směru nepotvrdily. Informace od příbuzných / známých jsou sice i nadále důležité, ale internet je celkově nejdůležitějším zdrojem informací.

Došlo k nárůstu povědomí o Plzni jako Evropském hlavním městě kultury pro rok 2015 a to z 37 % na 52 %. Nejčastějším zdrojem informací je internet, mezi českými turisty venkovní reklama a mezi zahraničními turisty prospekty a letáky.

# **DETAILNÍ VÝSLEDKY**

## **Struktura návštěvníků**



# Odkud nejčastěji přijíždějí návštěvníci do Plzně

## Návštěvníci z ČR

Místo bydliště návštěvníka %	2013	2012
Praha	17	16
Plzeň-sever	10	10
Plzeň-jih	7	9
Beroun	6	10
Karlovy Vary	4	2
Brno-město	3	0
Kladno	3	3
Domažlice	2	1
Praha-západ	2	5
Rokycany	2	3
Tachov	2	0
Klatovy	2	0
Kutná Hora	2	0
Ostrava-město	2	0
České Budějovice	2	0
Most	2	0
Havlíčkův Brod	1	0
Hradec Králové	1	1
Cheb	1	1
Olomouc	1	0
Praha-východ	1	4

Místo bydliště návštěvníka %	2013	2012
Příbram	1	1
Česká Lípa	1	1
Chomutov	1	0
Jihlava	1	1
Karviná	1	0
Litoměřice	1	0
Louny	1	0
Mělník	1	1
Ústí nad Labem	1	0
Znojmo	1	0
Benešov	1	2
Bruntál	1	0
Český Krumlov	1	0
Chrudim	1	0
Jičín	1	1
Mladá Boleslav	1	0
Prachatice	1	1
Přerov	1	0
Rakovník	1	0
Zlín	1	0
Kolín	0	3

## Zahraniční návštěvníci

Země bydliště návštěvníka %	2013	2012
Německo	27	28
Slovensko	21	17
Rusko	17	9
Polsko	7	3
Ukrajina	7	4
Velká Británie	4	5
Rakousko	3	10
USA	2	3
Belgie	2	2
Švýcarsko	2	3
Francie	1	4
Nizozemsko	1	2
Itálie	1	2
Japonsko	1	1
Norsko	0	1
Španělsko	0	2
Švédsko	0	2
Dánsko	0	2
Izrael	0	0
Maďarsko	0	0
Jiné	3	0

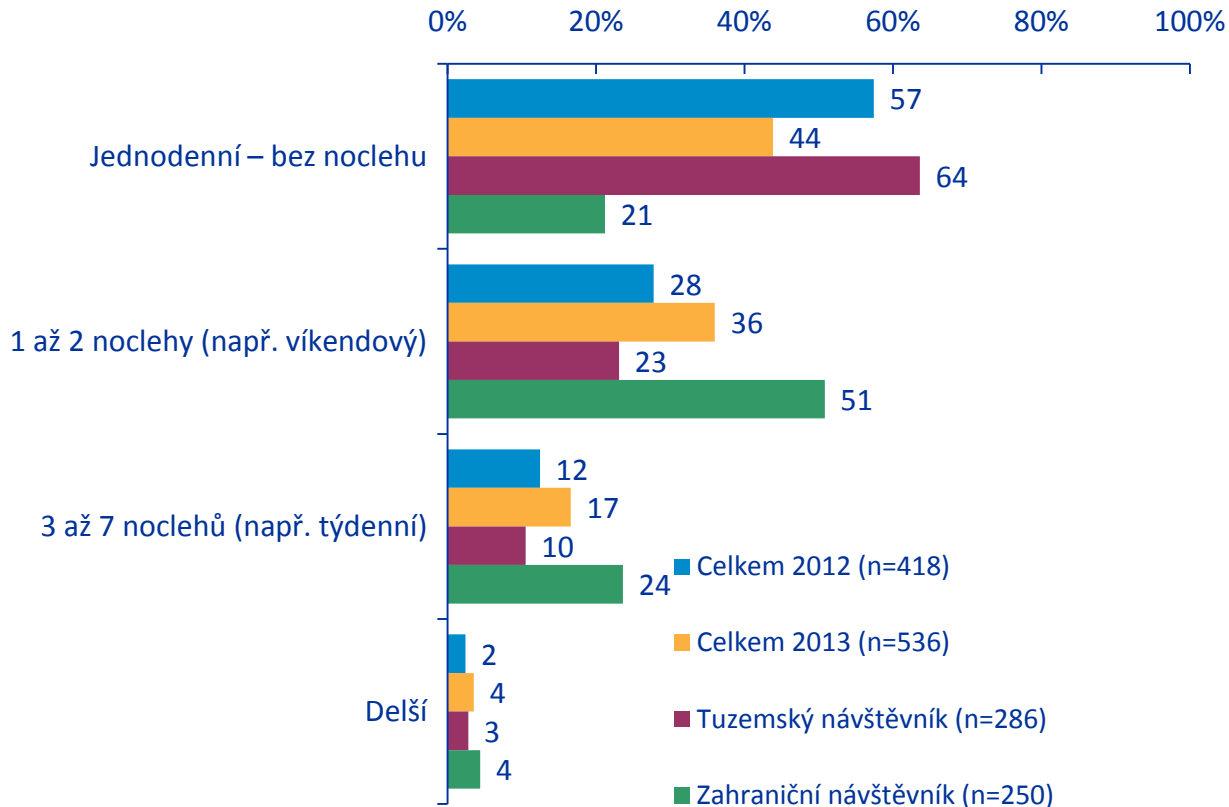
Báze: 2013 n= 536 (návštěvníci z ČR n=286, zahraniční návštěvníci n=250)

Báze: 2012 n= 419 (návštěvníci z ČR n=221, zahraniční návštěvníci n=198)

# Délka pobytu návštěvníků

Q2. Jak dlouhý bude Váš pobyt v Plzni?

Oproti loňskému roku se zvýšil počet turistů, kteří zůstávají v Plzni déle než jeden den. Nadále však ve vícedenních pobytech převažují zahraniční turisté, kteří kromě Plzně ve velké míře navštívili také Prahu, třetina z nich Brno a/nebo Český Krumlov.



**Zahraniční návštěvníci:**  
Další navštívená místa

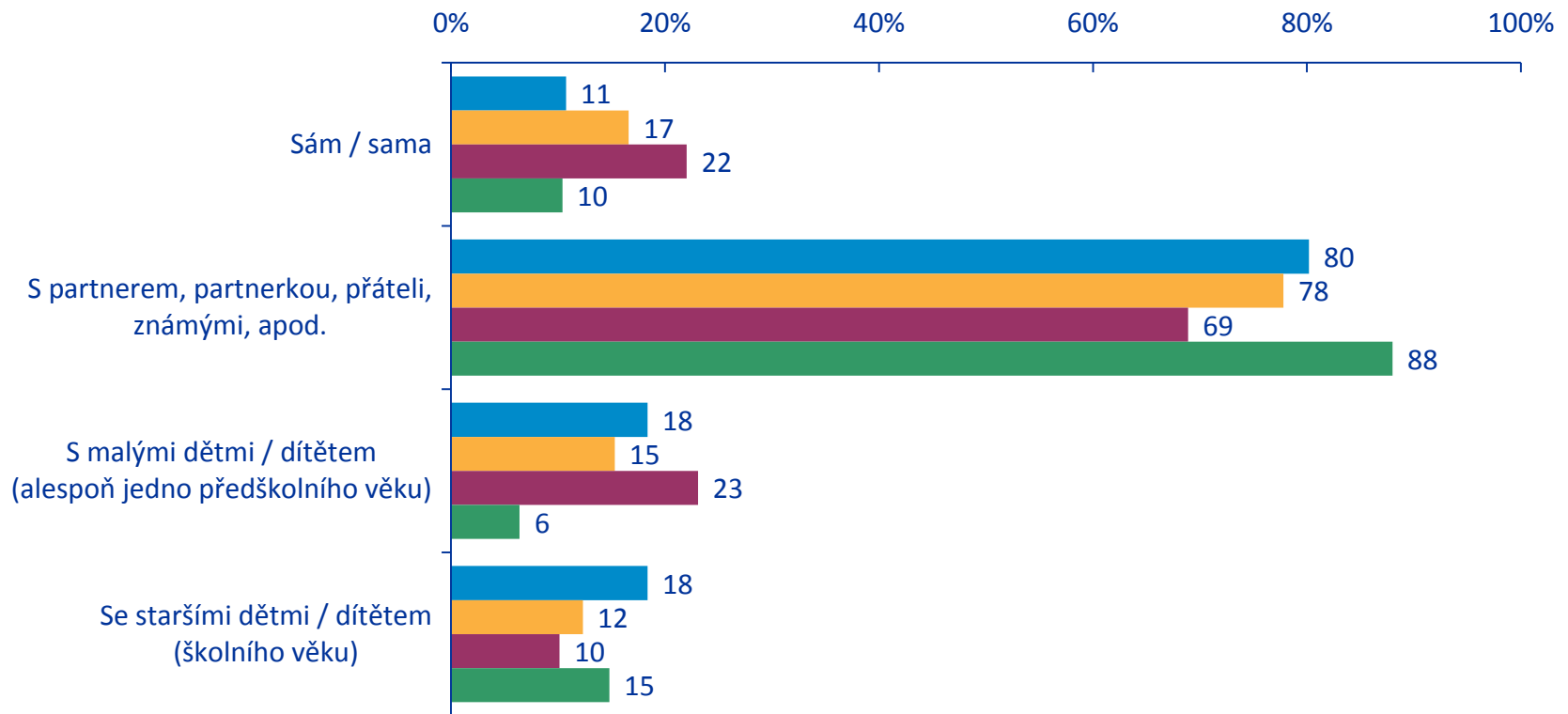
Další navštívená místa	Celkem N=250
Praha	83
Brno	34
Český Krumlov	32
České Budějovice	15
Jiné	18
Nenavštívil(a) jsem žádná další místa	8

# S kým návštěvníci do Plzně přijíždějí

Q4. S kým jste sem přijel(a)? Máme na mysli osoby, které Vás přímo doprovází (nemyslíme další účastníky zájezdu).

Tuzemští i zahraniční návštěvníci přijíždějí do Plzně především se svým partnerem či partnerkou, popř. s přáteli. Zatímco české rodiny přijíždění především s menšími dětmi, rodiny ze zahraničí přijíždějí s dětmi školního věku.

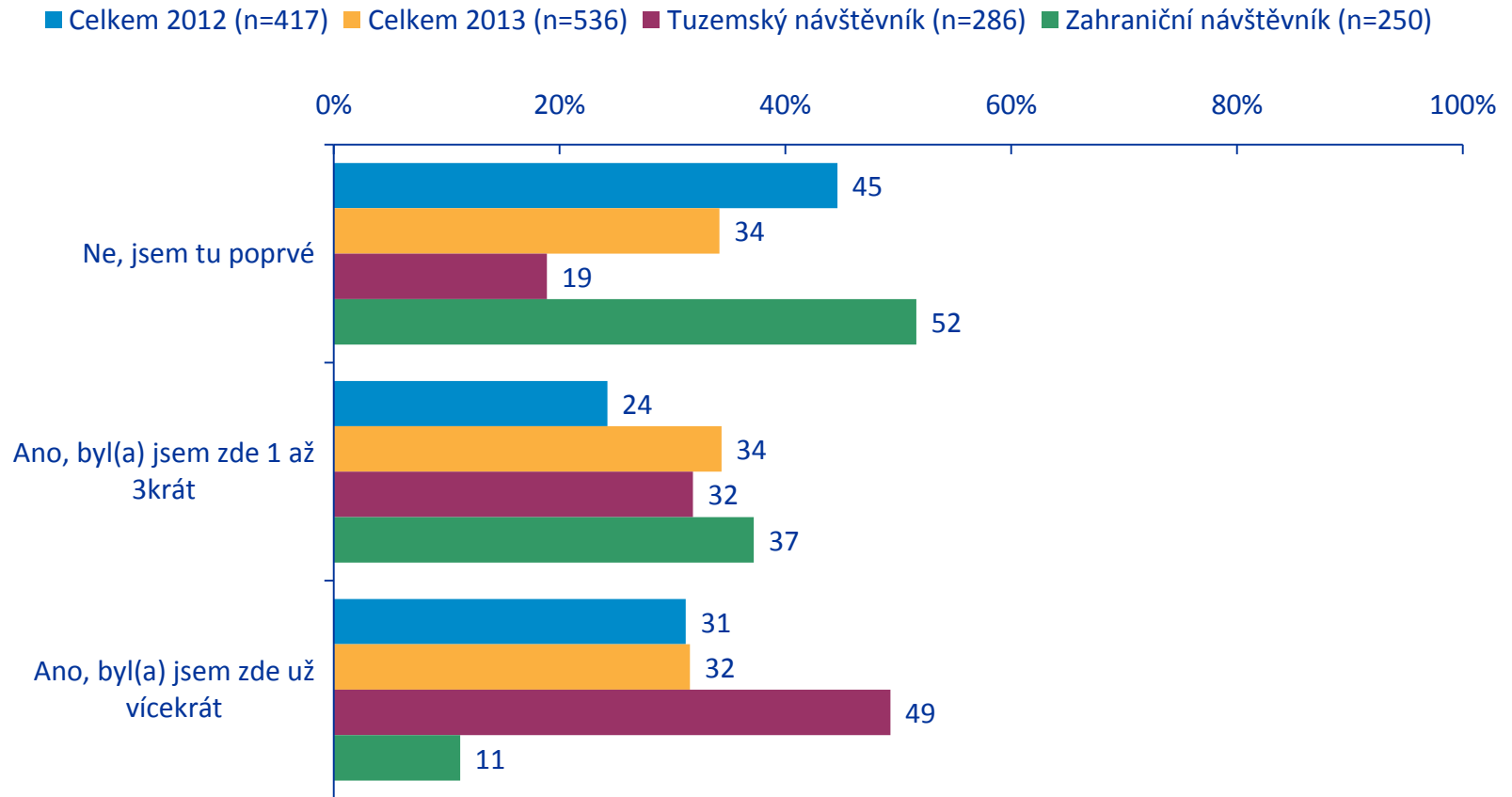
■ Celkem 2012 (n=419) ■ Celkem 2013 (n=536) ■ Tuzemský návštěvník (n=286) ■ Zahraniční návštěvník (n=250)



# Opakované návštěvy

Q10. Už jste někdy navštívil(a) Plzeň?

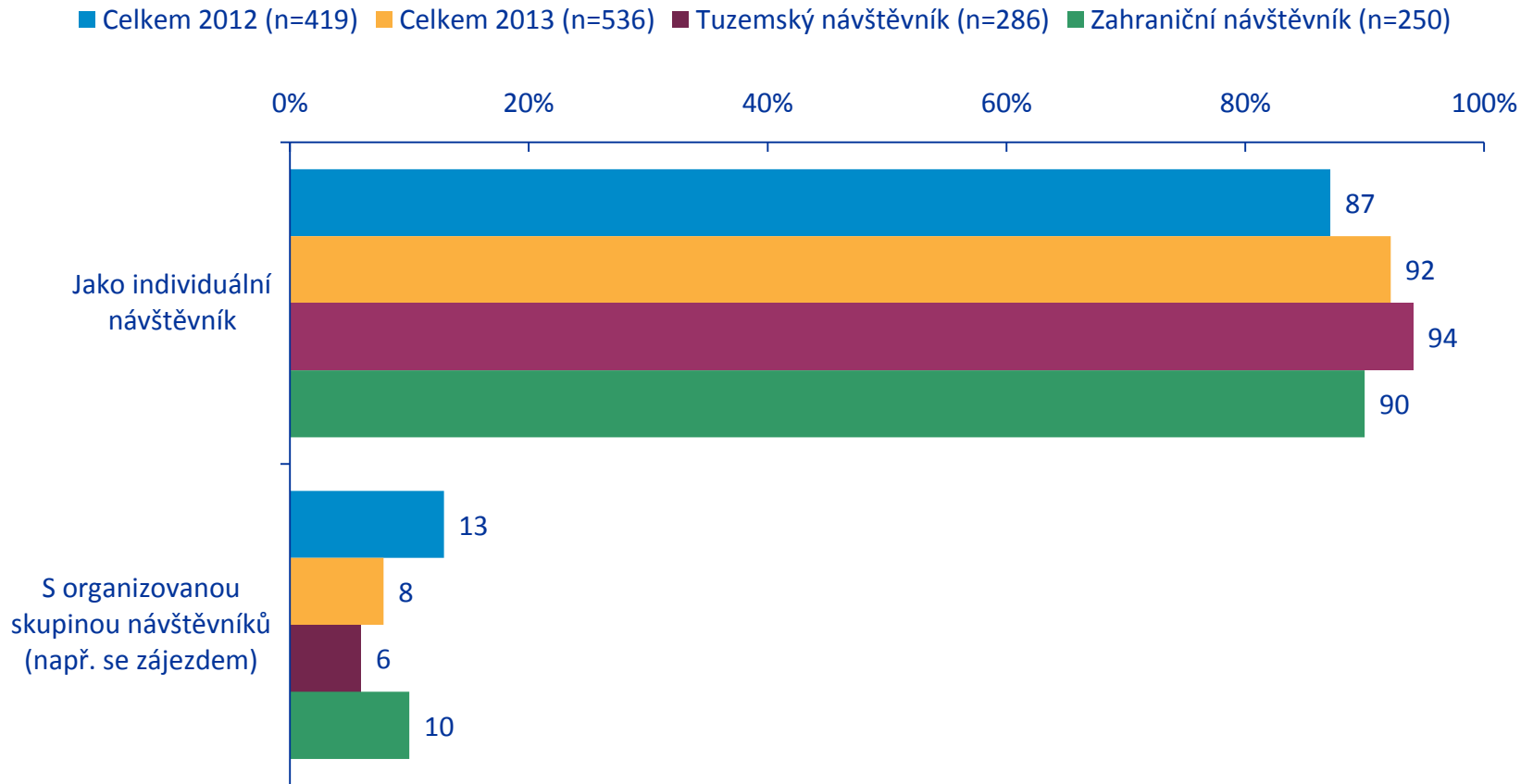
Oproti loňskému roku se snížilo procento těch, kteří navštívili Plzeň poprvé. Téměř polovina tuzemských návštěvníků již byla v Plzni opakovaně. Téměř 2/5 zahraničních návštěvníků již Plzeň navštívilo 1 – 3x.



# Organizování návštěvy

Q3. Přijel(a) jste do Plzně:

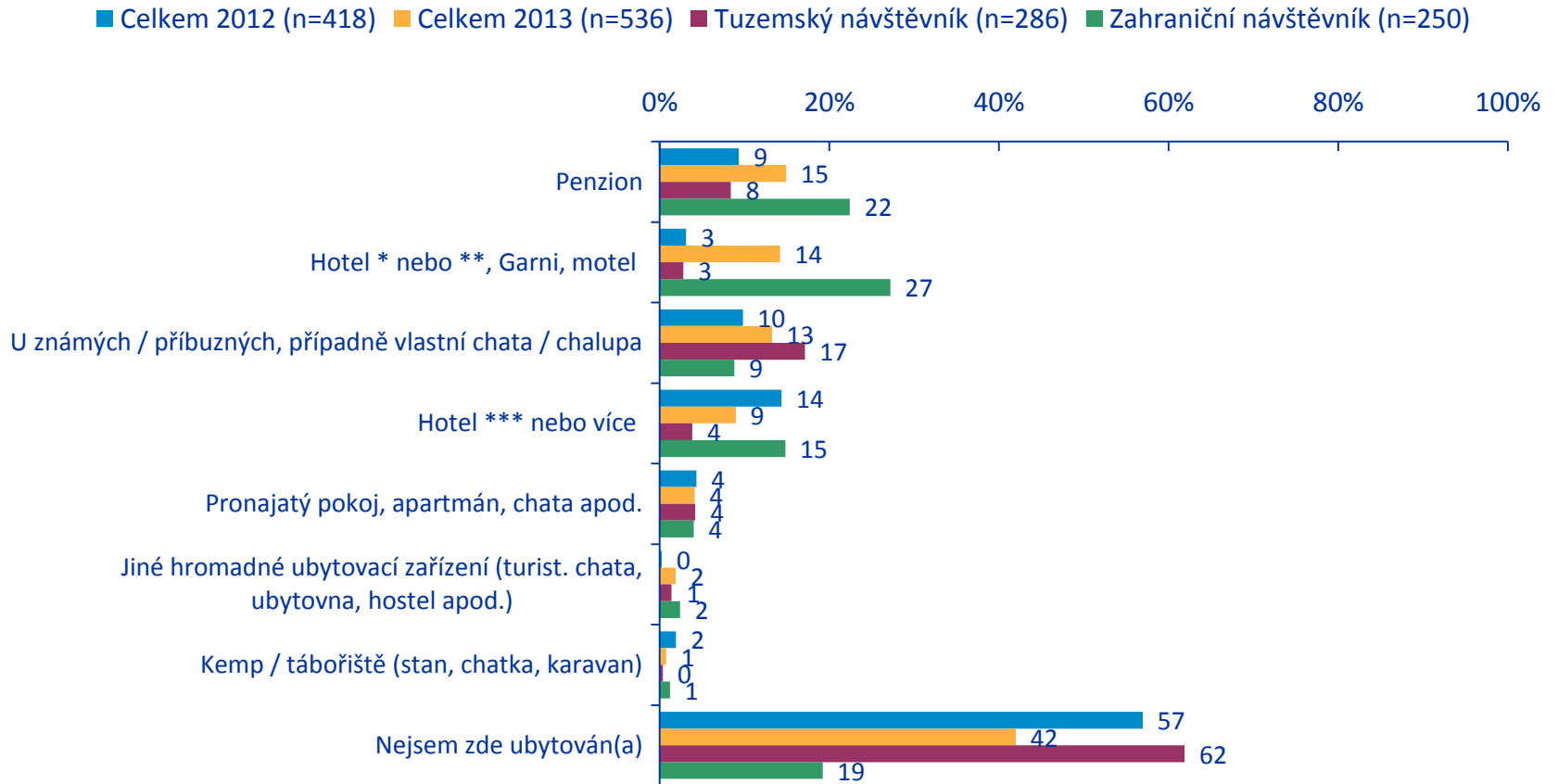
Většina návštěvníků přijíždí do Plzně po vlastní trase. 8 % přijíždí organizovaně se skupinou. Jedná se především o seniory německé národnosti.



# Způsob ubytování

Q5. Kde jste v Plzni ubytován(a)?

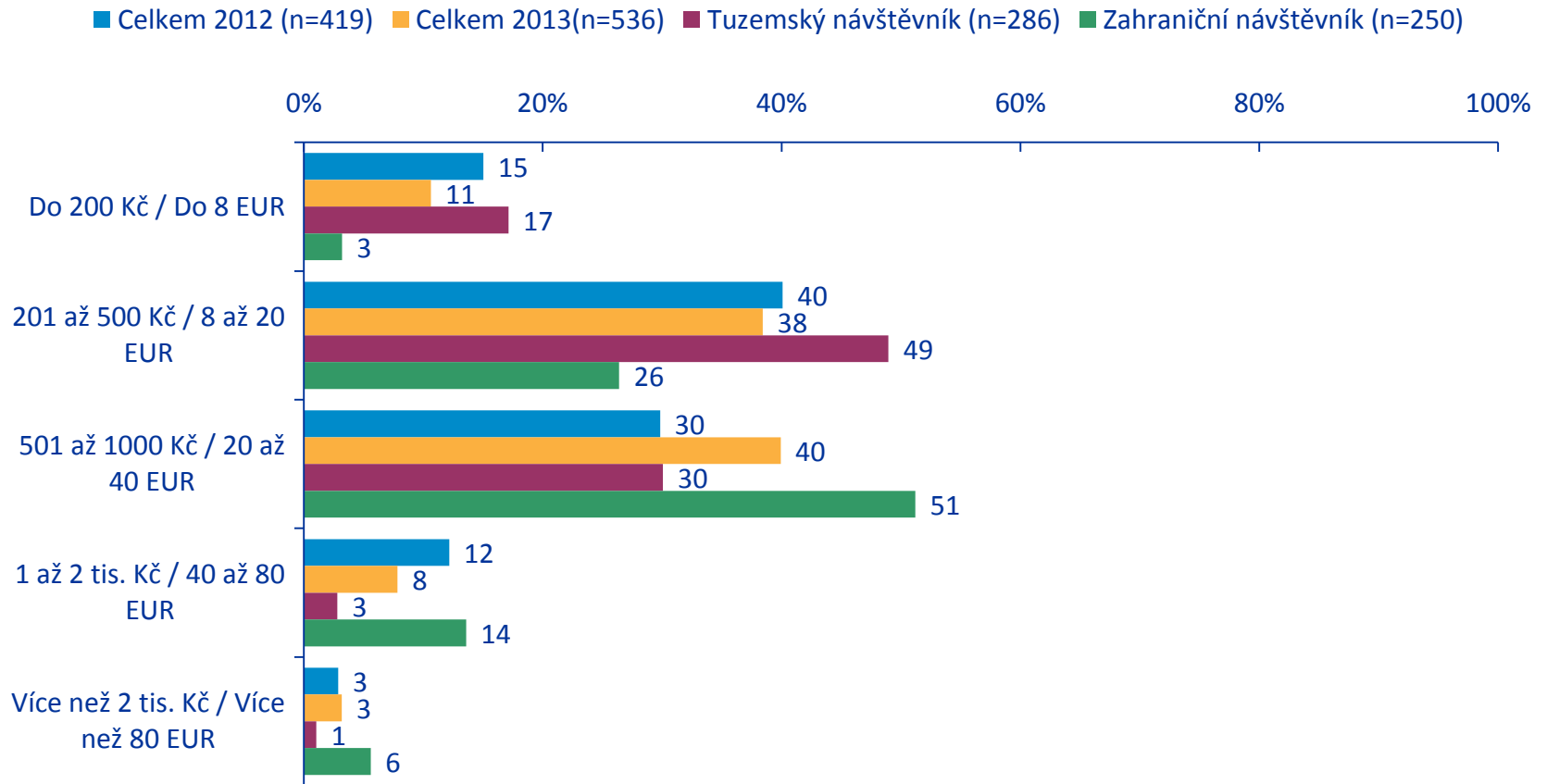
Nejčastějším typem ubytování je penzion nebo hotel nižší kategorie. Tuzemští turisté také využívají svých kontaktů a přespávají u příbuzných nebo známých.



# Útrata v místě pobytu

Q25. Kolik Vás stojí v průměru na osobu a den Váš pobyt v Plzni?

Oproti loňskému roku se zvýšila průměrná denní útrata. Tuzemští turisté v průměru utrácejí 201 – 500 Kč denně, u zahraničních turistů je tato částka vyšší. Pohybuje se mezi 501 – 1000 Kč na den.



# Útrata v místě pobytu (třídění)

Q25. Kolik Vás stojí v průměru na osobu a den Váš pobyt v Plzni?

Rozdíl mezi vyšší útraty českých a zahraničních návštěvníků je mimo jiné způsoben tím, že zahraniční návštěvníci jsou v Plzni častěji ubytováni než tuzemští návštěvníci.

V %	Celkem 2012 (n=419)	Celkem 2013 (n=536)	Tuzemští návštěvníci (n=286)	Zahraňní návštěvníci (n=250)	Jednodenní návštěva (n=235)	Vícedenní návštěva (n=301)	S dětmi (n=144)	Bez dětí (n=392)	Do 25 let (n=80)	26 až 34 let (n=104)	35 až 49 let (n=205)	50 až 59 let (n=90)	60 let a více (n=57)
Do 200 Kč	15	11	17	3	17	5	15	9	16	6	6	13	23
201 až 500 Kč	40	38	49	26	53	27	35	40	49	45	41	26	21
501 až 1000 Kč	30	40	30	51	29	49	38	41	30	42	42	38	44
1 až 2 tis. Kč	12	8	3	14	0	14	8	8	4	5	6	16	12
Více než 2 tis. Kč	3	3	1	6	1	5	3	3	1	2	3	8	0

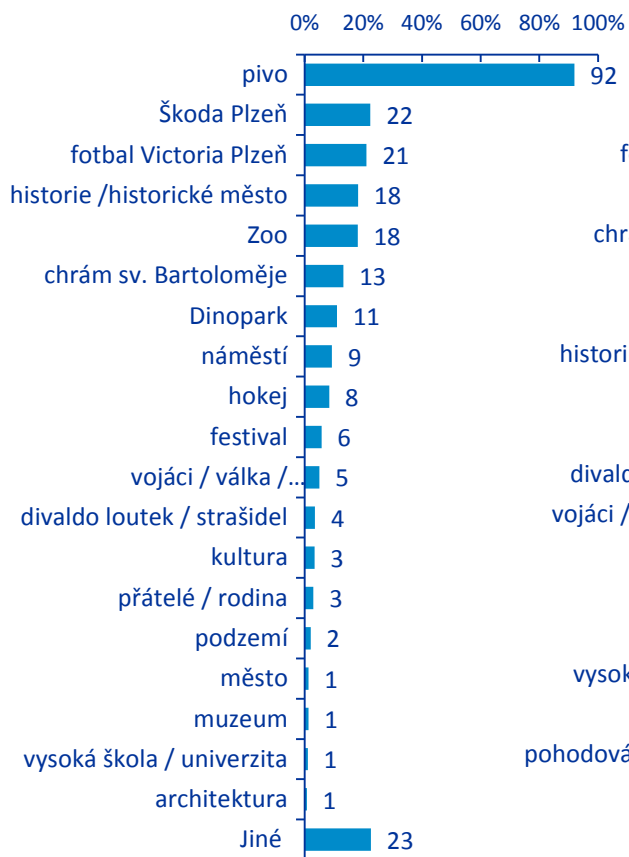


# Vnímání města Plzně

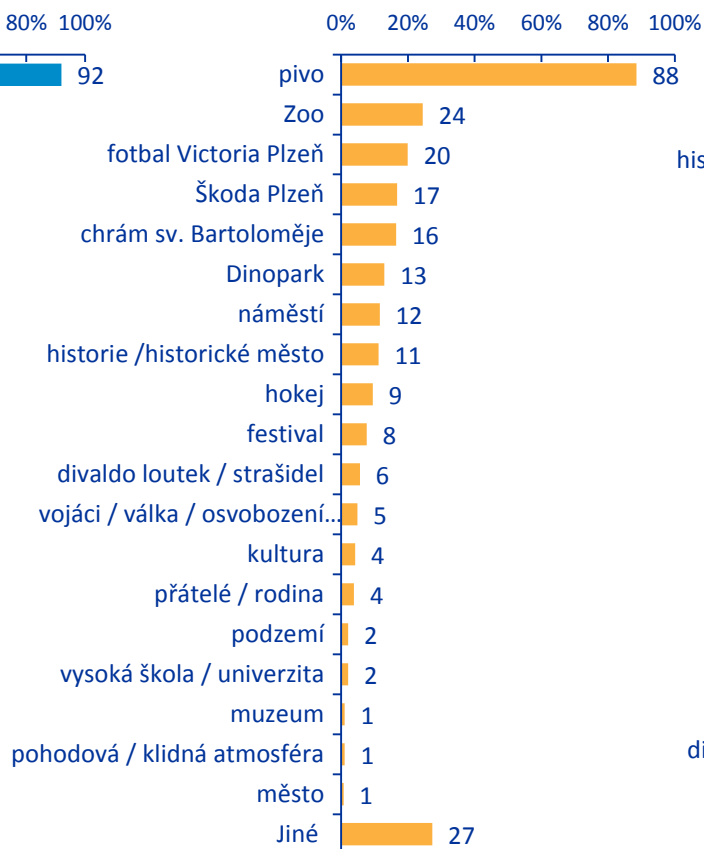
# S čím si návštěvníci Plzeň spojují: všechny asociace

Q7. Co se Vám vybaví, když se řekne Plzeň?

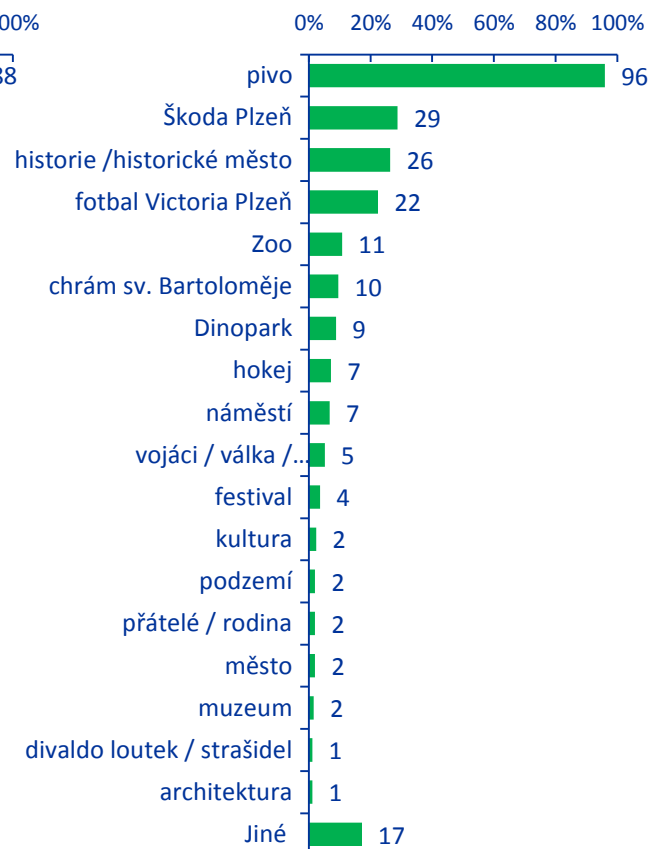
Nejčastější asociace spojené s Plzní se týkají piva a to jak mezi tuzemskými tak zahraničními návštěvníky. Dále je to fotbal, Škoda Plzeň a památky, které jsou více asociované mezi zahraničními návštěvníky.



Celkem n=536



Tuzemští návštěvníci n=286

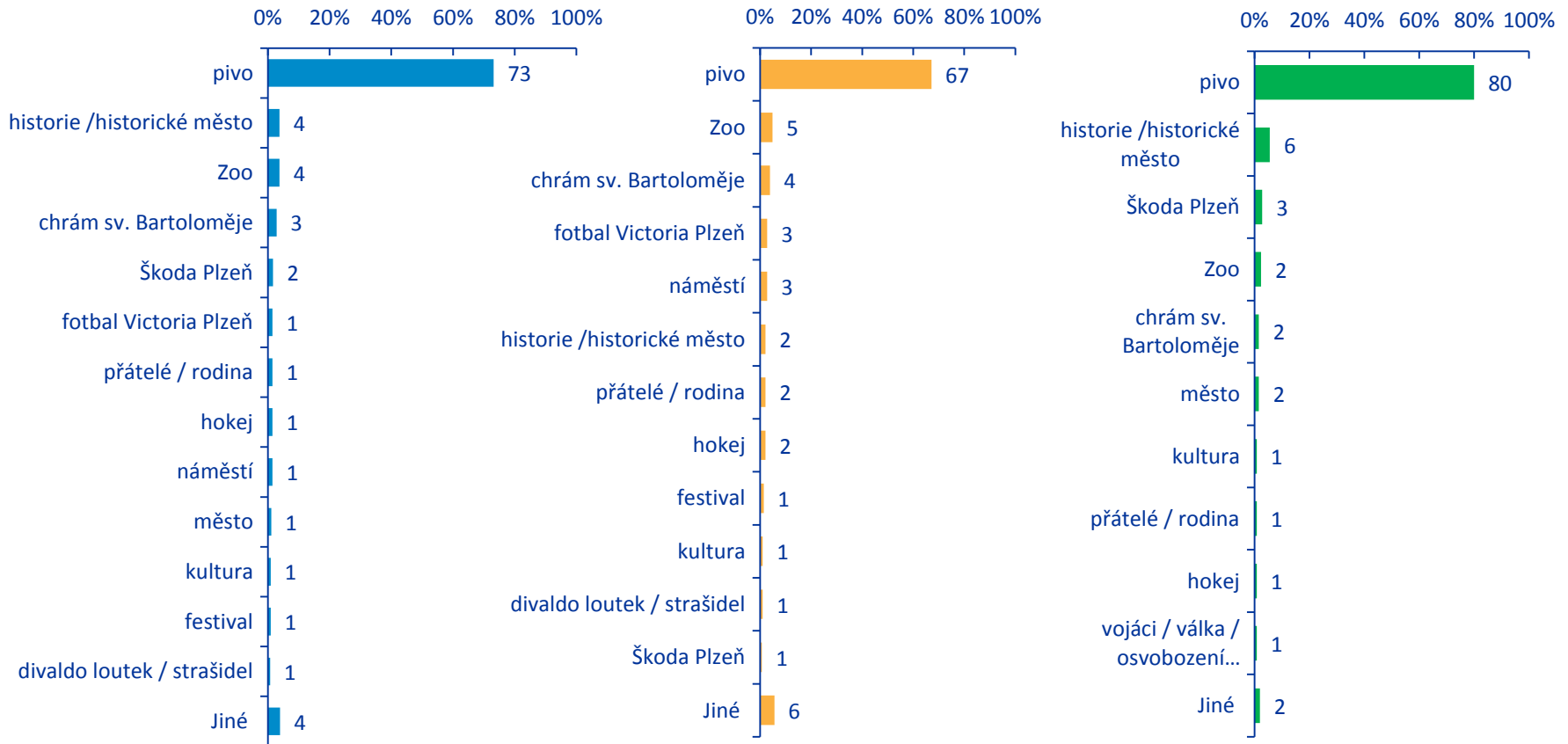


Cizinci n=250

# S čím si návštěvníci Plzeň spojují: první asociace

Q7. Co se Vám vybaví, když se řekne Plzeň?

Na prvním místě se tuzemským i zahraničním návštěvníkům vybaví ve spojitosti s Plzní, pivo.



Celkem n=536

Tuzemští návštěvníci n=286

Cizinci n=250

# S čím si návštěvníci Plzeň spojují (třídění)

Q7. Co se Vám vybaví, když se řekne Plzeň?

Zatímco pivo v souvislosti s Plzní je na prvním místě mezi všemi kategoriemi, Škoda Plzeň je v povědomí spíše turistů starších 50 let. Zoo si zase oproti ostatním kategoriím návštěvníků asociují více rodiny s dětmi.

V %	Celkem 2013 (n=536)	Jednodenní návštěva (n=235)	Více denní návštěva (n=301)	S dětmi (n=144)	Bez dětí (n=392)	Do 25 let (n=80)	26 až 34 let (n=104)	35 až 49 let (n=205)	50 až 59 let (n=90)	60 let a více (n=57)
pivo	92	89	94	88	94	90	94	93	90	91
Škoda Plzeň	22	14	29	22	22	8	18	23	33	30
fotbal Victoria Plzeň	21	21	21	17	22	11	18	24	23	26
historie /historické město	18	14	21	17	19	19	18	18	20	18
Zoo	18	20	16	32	13	14	18	22	17	11
chrám sv. Bartoloměje	13	15	12	13	14	14	15	12	14	11
Dinopark	11	11	11	19	8	10	7	13	12	11
náměstí	9	14	6	10	9	10	8	10	12	5
hokej	8	8	9	6	9	9	6	11	3	11
festival	6	5	7	2	7	9	9	5	3	2
vojáci / válka / osvobození americkou armádou	5	7	4	3	6	1	8	4	6	7
dívadlo loutek / strašidel	4	5	2	7	2	4	4	3	3	4
kultura	3	4	3	3	4	10	4	2	1	0
přátelé / rodina	3	3	3	5	2	0	7	2	3	2

# S čím si návštěvníci Plzeň spojují (třídění)

## Tuzemští návštěvníci

Q7. Co se Vám vybaví, když se řekne Plzeň?

Tuzemští návštěvníci si s Plzní asociují především pivo. Především rodiny s dětmi si s Plzní spojují Zoo. S fotbalem si Plzeň spojuje pětina návštěvníků.

V %	Celkem (n=286)	Jedno- nní návštěva (n=182)	Více- den ní návštěva (n=104)	S dětmi (n=95)	Bez dětí (n=191)	Do 25 let (n=60)	26 až 34 let (n=60)	35 až 49 let (n=107)	50 až 59 let (n=35)	60 let a více (n=24)
pivo	88	87	90	84	91	87	98	89	80	79
Zoo	24	24	25	42	16	18	25	30	29	8
fotbal Victoria Plzeň	20	21	17	15	23	12	22	21	26	25
Škoda Plzeň	17	15	19	11	20	10	22	18	20	13
chrám sv. Bartoloměje	16	16	17	16	17	17	17	15	17	21
Dinopark	13	14	12	21	9	13	8	18	9	8
náměstí	12	14	7	14	10	12	8	13	14	8
historie /historické město	11	12	10	9	12	12	10	10	11	17
hokej	9	8	13	6	11	12	5	11	6	13
festival	8	5	13	3	10	8	10	8	6	0
divadlo loutek / strašidel	6	5	6	9	4	3	5	6	9	8
vojáci / válka / osvobození americkou armádou	5	7	2	3	6	2	8	5	6	4
kultura	4	4	4	4	4	10	3	3	3	0
přátelé / rodina	4	3	5	5	3	0	7	3	9	4
podzemí	2	2	2	2	2	2	0	3	3	4
vysoká škola / univerzita	2	3	1	2	2	2	0	3	6	0

# S čím si návštěvníci Plzeň spojují (třídění)

## Zahraniční návštěvníci

Q7. Co se Vám vybaví, když se řekne Plzeň?

Zahraniční návštěvníci si s Plzní vybaví hlavně pivo. Škoda Plzeň je známější spíše mezi staršími návštěvníky. Památky si vybaví čtvrtina turistů.

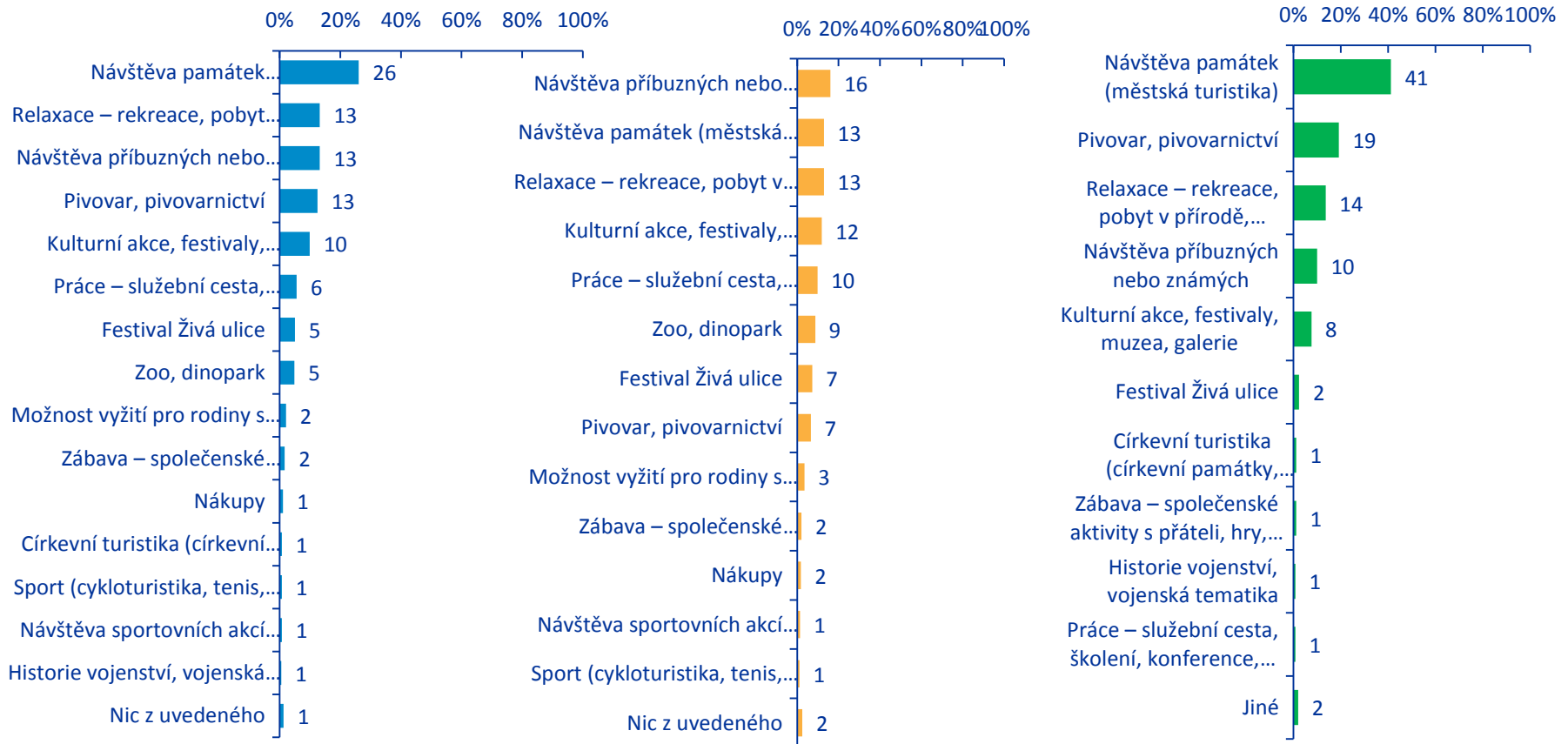
V %	Celkem (n=250)	Jednodenní návštěva (n=53)	Více denní návštěva (n=197)	S dětmi (n=49)	Bez dětí (n=201)	Do 25 let (n=20)	26 až 34 let (n=44)	35 až 49 let (n=98)	50 až 59 let (n=55)	60 let a více (n=33)
pivo	96	94	96	94	97	100	89	97	96	100
Škoda Plzeň	29	8	35	45	25	0	14	30	42	42
historie /historické město	26	23	27	31	25	40	30	26	25	18
fotbal Victoria Plzeň	22	19	23	22	22	10	14	28	22	27
Zoo	11	8	12	12	10	0	9	14	9	12
chrám sv. Bartoloměje	10	11	9	6	10	5	14	9	13	3
Dinopark	9	4	10	16	7	0	5	8	15	12
hokej	7	9	7	4	8	0	7	11	2	9
náměstí	7	11	6	4	7	5	7	6	11	3
vojáci / válka / osvobození americkou armádou	5	8	5	4	5	0	7	4	5	9
festival	4	4	4	0	4	10	7	2	2	3
kultura	2	4	2	0	3	10	5	2	0	0
podzemí	2	4	2	0	2	10	5	1	0	0
přátelé / rodina	2	0	3	4	1	0	7	2	0	0
město	2	6	1	2	2	0	5	2	2	0
muzeum	2	2	2	2	1	5	0	1	4	0

# **Důvody návštěvy a hlavní aktivity**

# Hlavní aktivita, za kterou jezdí návštěvníci do Plzně

Q12. Co bylo hlavním důvodem/aktivitou, kvůli které jste přijel(a) do Plzně?

Turisté nejčastěji přijíždějí od Plzně kvůli památkám a relaxaci. Češi jako nejčastější důvod uvádí návštěvu příbuzných nebo známých. Pro zahraniční turisty je lákadlem také pivovar.



Celkem n=536

Tuzemští návštěvníci n=286

Cizinci n=250



# Hlavní aktivita, za kterou jezdí návštěvníci do Plzně (třídění) - Tuzemští návštěvníci

Q12. Co bylo hlavním důvodem/aktivitou, kvůli které jste přijel(a) do Plzně?

Tuzemští návštěvníci jezdí do Plzně především za příbuznými nebo známými, ale i kvůli památkám a relaxaci. Návštěva je jednodenní a týká se rodin s dětmi. Kulturní akce jsou atraktivnější pro návštěvníky, kteří jsou v Plzni ubytovaní.

V %	Celkem (n=286)	Jednodenní návštěva (n=182)	Více denní návštěva (n=104)	S dětmi (n=95)	Bez dětí (n=191)	Do 25 let (n=60)	26 až 34 let (n=60)	35 až 49 let (n=107)	50 až 59 let (n=35)	60 let a více (n=24)
Návštěva příbuzných nebo známých	16	15	18	12	18	23	20	11	11	17
Návštěva památek (městská turistika)	13	9	20	12	14	13	13	10	23	8
Relaxace – rekreace, pobyt v přírodě, odpočinek, procházky apod.	13	12	14	18	10	8	13	15	14	13
Kulturní akce, festivaly, muzea, galerie	12	9	16	8	14	5	12	15	14	13
Práce – služební cesta, školení, konference, obchod apod.	10	13	4	3	13	13	18	7	6	0
Zoo, dinopark	9	13	2	22	2	2	3	16	6	13
Festival Živá ulice	7	8	7	6	8	10	10	7	3	4
Pivovar, pivovarnictví	7	6	8	4	8	7	0	7	9	17
Možnost vyžití pro rodiny s dětmi	3	4	3	8	1	2	2	5	6	4
Zábava – společenské aktivity s přáteli, hry, noční život, dobré jídlo, pití apod.	2	2	2	1	3	8	0	0	0	4
Nákupy	2	3	0	0	3	3	2	1	0	4
Jiné	6	6	6	6	6	6	7	6	8	3

# Hlavní aktivita, za kterou jezdí návštěvníci do Plzně (třídění) - Zahraniční návštěvníci

Q12. Co bylo hlavním důvodem/aktivitou, kvůli které jste přijel(a) do Plzně?

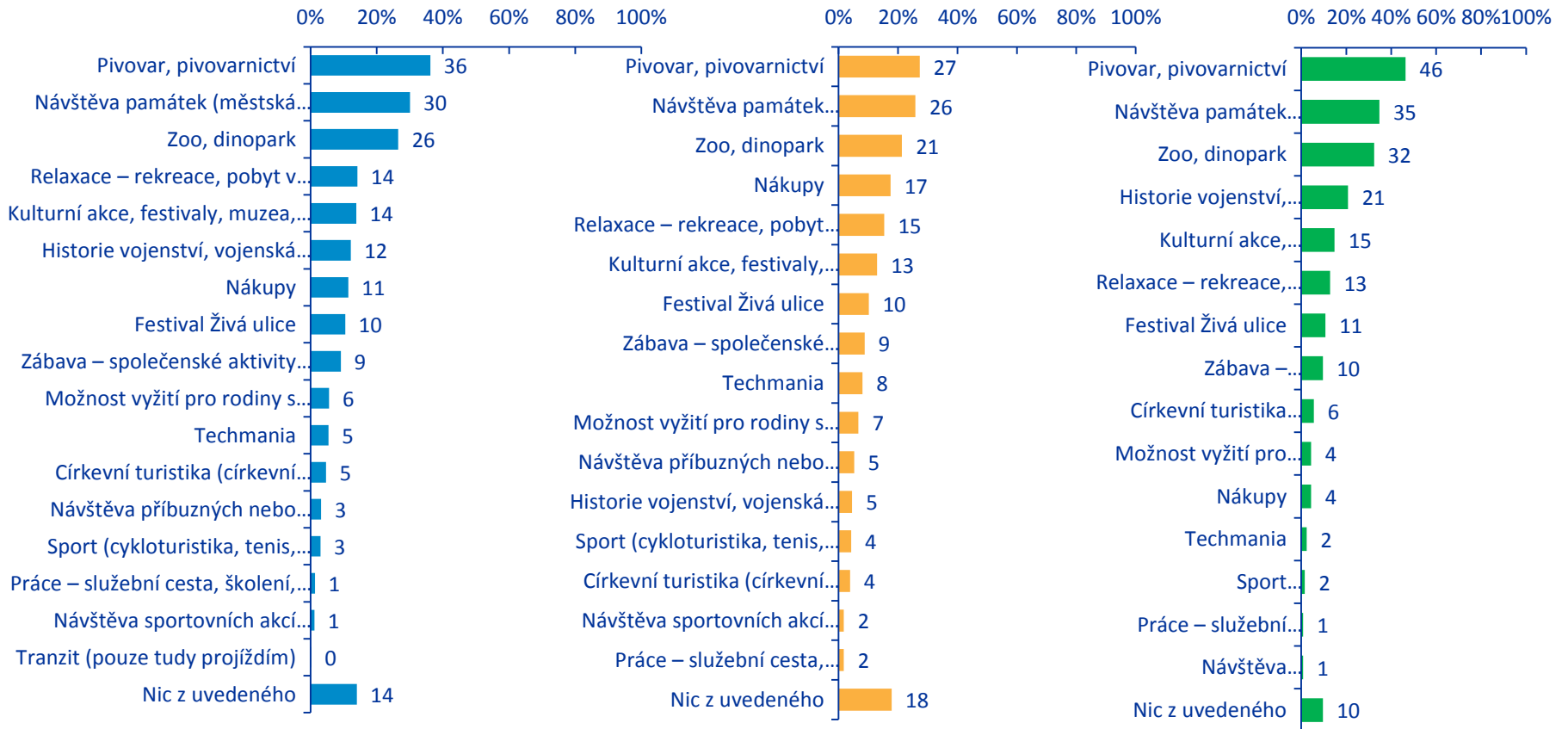
Zahraniční turisté jezdí do Plzně především kvůli památkám. Pro pětinu je atraktivní návštěva pivovaru. Relaxovat jezdí především ti, kteří přijedou na den.

V %	Celkem (n=250)	Jednodenní návštěva (n=53)	Více denní návštěva (n=197)	S dětmi (n=49)	Bez dětí (n=201)	Do 25 let (n=20)	26 až 34 let (n=44)	35 až 49 let (n=98)	50 až 59 let (n=55)	60 let a více (n=33)
Návštěva památek (městská turistika)	41	15	34	44	44	55	47	40	43	35
Pivovar, pivovarnictví	19	20	11	16	22	33	17	20	20	14
Relaxace – rekreace, pobyt v přírodě, odpočinek, procházky apod.	14	40	23	10	11	0	21	12	13	16
Návštěva příbuzných nebo známých	10	10	16	11	9	0	6	11	8	16
Kulturní akce, festivaly, muzea, galerie	8	0	0	10	9	12	2	9	7	10
Festival Živá ulice	2	5	7	2	0	0	0	3	2	2
Církevní turistika (církevní památky, náboženské aktivity apod.)	1	0	0	2	2	0	0	2	1	0
Zábava – společenské aktivity s přáteli, hry, noční život, dobré jídlo, pití apod.	1	5	2	1	0	0	0	2	1	2
Historie vojenství, vojenská tematika	1	5	0	1	0	0	2	1	1	0
Práce – služební cesta, školení, konference, obchod apod.	1	0	2	1	0	0	2	1	1	0
Jiné	2	0	5	2	3	0	3	0	3	5

# Aktivity provozované v Plzni

Q13. Které další aktivity během své návštěvy Plzně provozujete?

Kromě návštěvy památek se těší velké oblibě návštěva pivovaru, ale také Zoo a Dinopark a kulturní akce. Zahraniční návštěvníky láká také historie vojenství, české návštěvníky lákají také nákupy.



Celkem n=536

Tuzemští návštěvníci n=286

Cizinci n=250

# Aktivity provozované v Plzni (třídění)

## Tuzemští návštěvníci

Q13. Které další aktivity během své návštěvy Plzně provozujete?

Tuzemští návštěvníci se dále věnují návštěvě pivovaru a památek, nákupům a relaxaci. Rodiny s dětmi navštěvují Zoo nebo Dinopark

V %	Celkem (n=286)	Jednodenní návštěva (n=182)	Více denní návštěva (n=104)	S dětmi (n=95)	Bez dětí (n=191)	Do 25 let (n=60)	26 až 34 let (n=60)	35 až 49 let (n=107)	50 až 59 let (n=35)	60 let a více (n=24)
Pivovar, pivovarnictví	27	22	37	20	31	23	25	32	26	25
Návštěva památek (městská turistika)	26	20	37	23	27	15	32	30	29	17
Zoo, Dinopark	21	14	35	35	15	15	22	28	11	21
Nákupy	17	18	16	17	18	33	18	14	6	8
Relaxace – rekreace, pobyt v přírodě, odpočinek, procházky apod.	15	13	19	15	16	20	18	10	9	29
Kulturní akce, festivaly, muzea, galerie	13	10	18	18	10	10	13	11	20	17
Festival Živá ulice	10	7	15	8	11	15	8	10	9	4
Zábava – společenské aktivity s přáteli, hry, noční život, dobré jídlo, pití apod.	9	5	15	2	12	18	10	5	3	8
Techmania	8	7	11	9	7	5	5	14	0	8
Možnost vyžití pro rodiny s dětmi	7	5	10	17	2	2	3	13	3	4
Návštěva příbuzných nebo známých	5	3	9	5	5	8	5	3	9	4
Historie vojenství, vojenská tematika	5	3	7	3	5	2	2	7	11	0
Sport (cykloturistika, tenis, golf apod.)	4	3	6	4	4	8	3	3	6	0
Církevní turistika (církevní památky, náboženské aktivity apod.)	4	3	6	4	4	2	5	7	0	0
Návštěva sportovních akcí (závody, utkání, apod.)	2	0	5	1	2	2	2	3	0	0
Práce – služební cesta, školení, konference, obchod apod.	2	1	3	0	3	5	2	1	0	0
Jiné aktivity	18	23	8	18	18	12	20	17	21	18

# Aktivity provozované v Plzni (třídění)

## Zahraniční návštěvníci

Q13. Které další aktivity během své návštěvy Plzně provozujete?

Zahraniční turisté navštěvují jak památky tak pivovar. Zajímá je historie vojenství. Rodiny s dětmi navštěvují Zoo nebo Dinopark.

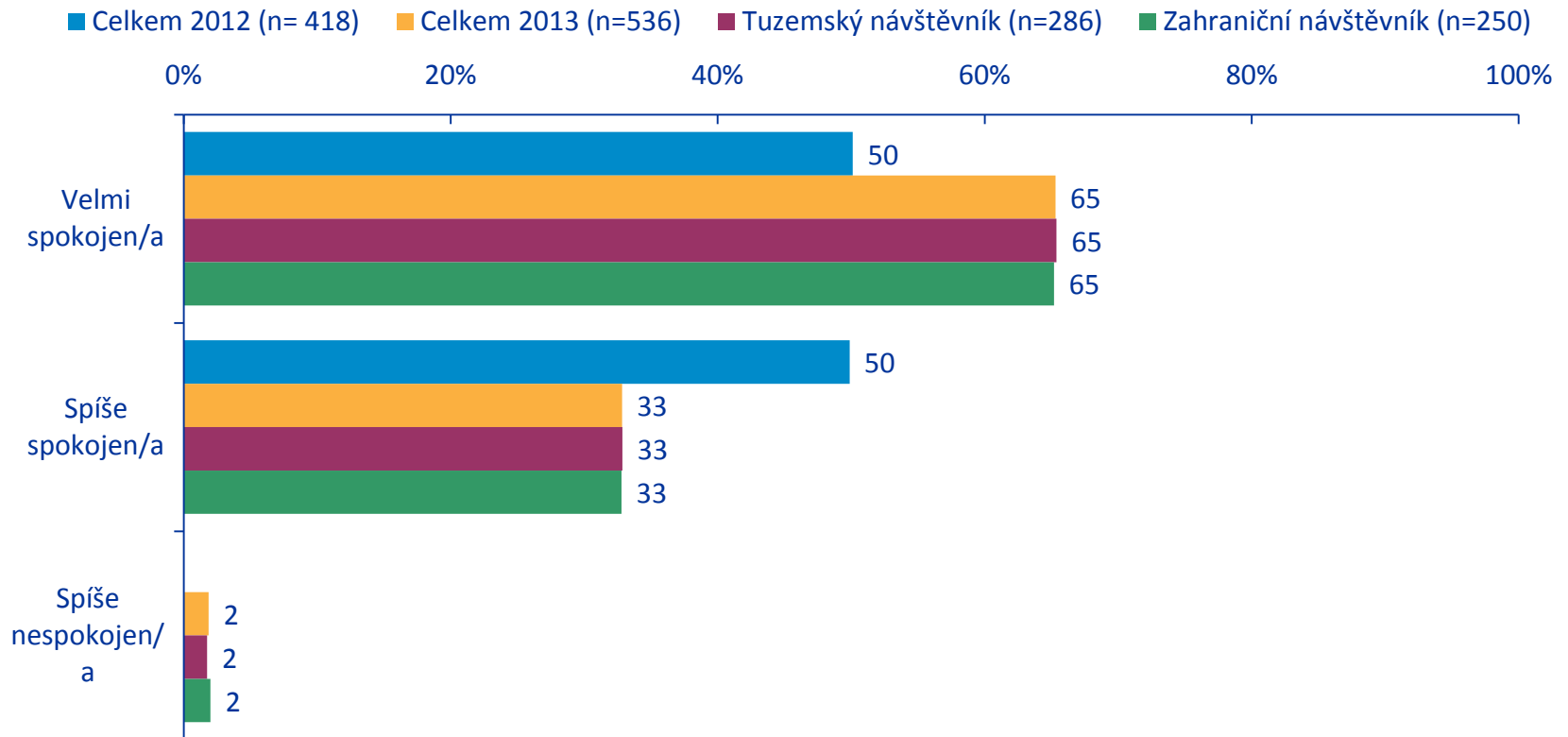
V %	Celkem (n=250)	Jednodenní návštěva (n=53)	Více denní návštěva (n=197)	S dětmi (n=49)	Bez dětí (n=201)	Do 25 let (n=20)	26 až 34 let (n=44)	35 až 49 let (n=98)	50 až 59 let (n=55)	60 let a více (n=33)
Pivovar, pivovarnictví	46	34	50	47	46	30	39	49	51	52
Návštěva památek (městská turistika)	35	23	38	35	35	45	32	35	38	27
Zoo, Dinopark	32	9	39	61	25	20	30	39	36	18
Historie vojenství, vojenská tematika	21	15	22	29	19	15	7	19	31	30
Kulturní akce, festivaly, muzea, galerie	15	11	16	20	13	15	7	15	15	24
Relaxace – rekreace, pobyt v přírodě, odpočinek, procházky apod.	13	11	13	12	13	15	27	10	5	12
Festival Živá ulice	11	4	13	24	7	5	0	11	22	9
Zábava – společenské aktivity s přáteli, hry, noční život, dobré jídlo, pití apod.	10	6	11	6	10	30	9	7	9	6
Církevní turistika (církevní památky, náboženské aktivity apod.)	6	8	5	6	5	10	7	5	5	3
Možnost vyžití pro rodiny s dětmi	4	0	6	16	1	5	2	5	7	0
Nákupy	4	2	5	6	4	10	0	6	2	6
Techmania	2	2	3	2	2	10	5	2	0	0
Sport (cykloturistika, tenis, golf apod.)	2	0	2	2	1	10	0	2	0	0
Práce – služební cesta, školení, konference, obchod apod.	1	0	1	0	1	0	2	1	0	0
Návštěva příbuzných nebo známých	1	0	1	0	1	0	2	0	2	0
Jiné aktivity	10	20	6	10	15	5	6	15	12	7

# Spokojenost s návštěvou

# Spokojenost s návštěvou obecně

Q15. Jak jste celkově spokojen/a s návštěvou Plzně?

Téměř všichni návštěvníci Plzně hodnotí svůj pobyt velmi pozitivně. Narostlo procento velmi spokojených a to až o 15 %.



# Spokojenost - Celkem

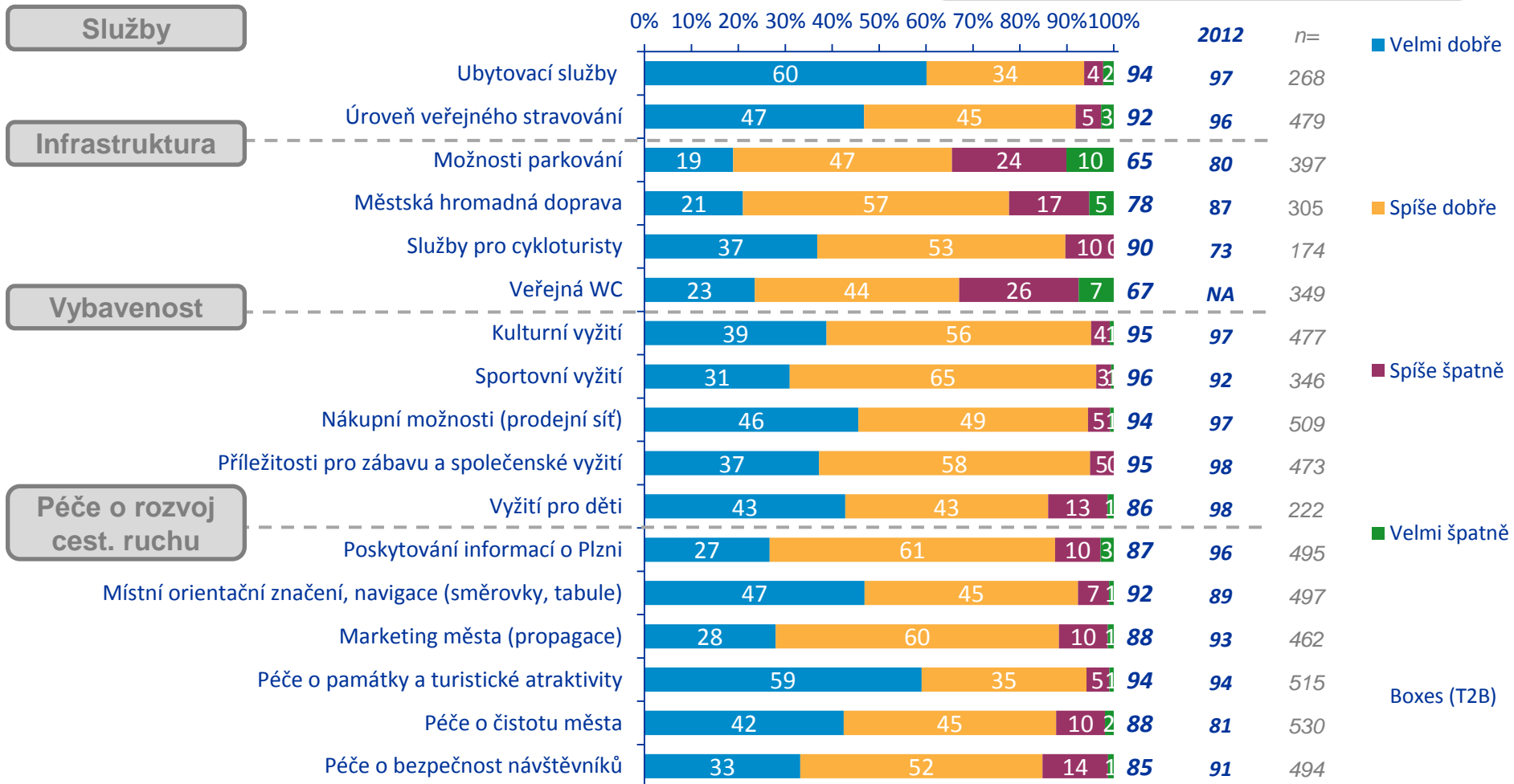
Q16. Jak celkově hodnotíte následující služby poskytované v Plzni?

Q17. Jak hodnotíte infrastrukturu v Plzni?

Q18. Jak hodnotíte vybavenost Plzně v následujících oblastech?

Q19. Jak hodnotíte péči o rozvoj cestovního ruchu v Plzni?

Návštěvníci jsou podobně jako v roce 2012 **spokojeni** hlavně s ubytovacími službami, veřejným stravováním, společenským a kulturním vyžitím, nákupy. **Zhoršilo se hodnocení** možností dětských aktivit, poskytování informací o Plzni, bezpečnost návštěvníků a parkování (možná způsobené festivalem). **Vzrostla spokojenost** se službami pro cykloturisty.



Boxes (T2B)



# Co návštěvníkům nejvíce vadí

Q22A. Co Vám v Plzni nejvíce schází, co Vám vadí?

V %	Celkem 2013 (n=536)	Tuzemští návštěvníci (n=286)	Zahraniční návštěvníci (n=250)	Jednodenní návštěva (n=235)	Více denní návštěva (n=301)	S dětmi (n=144)	Bez dětí (n=392)	Do 25 let (n=80)	26 až 34 let (n=104)	35 až 49 let (n=205)	50 až 59 let (n=90)	60 let a více (n=57)
bezdomovci	27	26	29	20	33	28	27	24	30	28	29	23
nečistota v ulicích	4	3	5	2	5	4	4	1	7	3	2	7
rozkopané ulice	2	3	0	3	2	3	2	1	3	2	2	2
Nic	39	36	42	47	33	37	40	38	37	41	39	39
Jiné	15	20	10	16	14	18	13	25	18	9	15	13
Nevím	13	12	14	12	13	10	14	11	5	17	13	16

Pozn.: uvedeny výroky pokud >1%

# Co návštěvníky nejvíce zaujalo

Q22B. Co se Vám v Plzni nejvíce líbí, co Vás nejvíce zaujalo?

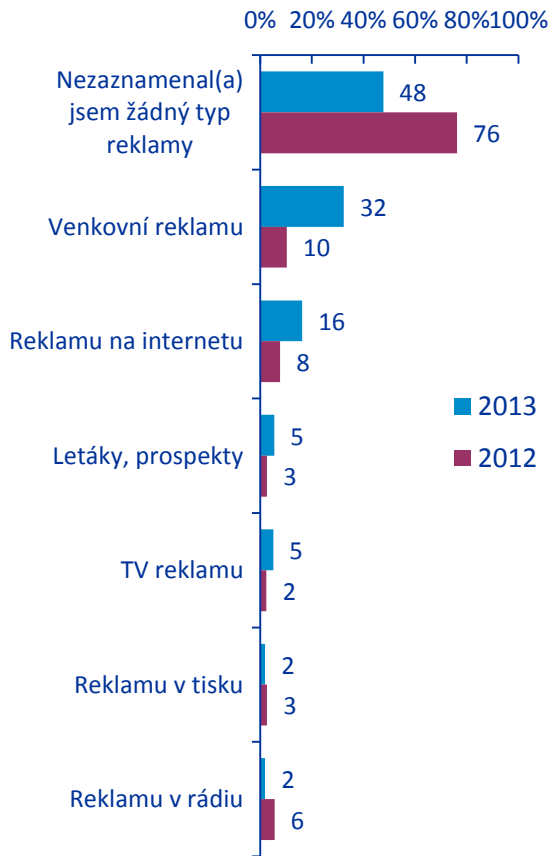
V %	Celkem 2013 (n=536)	Tuzemští návštěvníci (n=286)	Zahraniční návštěvníci (n=250)	Jednodenní návštěva (n=235)	Více denní návštěva (n=301)	S dětmi (n=144)	Bez dětí (n=392)	Do 25 let (n=80)	26 až 34 let (n=104)	35 až 49 let (n=205)	50 až 59 let (n=90)	60 let a více (n=57)
historické centrum a památky	24	26	22	23	25	22	24	30	31	20	21	19
pivo	17	11	24	10	23	14	18	18	10	18	21	23
náměstí	10	10	10	11	9	10	10	9	7	10	13	11
chrám sv. Bartoloměje	7	6	8	8	7	6	8	5	11	4	13	7
zoo	5	8	2	8	3	17	1	3	8	8	2	2
příroda / Borský park	5	9	0	6	5	7	4	11	4	6	2	0
Dinopark	4	2	6	1	6	8	3	0	3	5	8	4
celkově hezké město	3	2	5	2	4	3	3	1	4	3	2	5
architektura	3	2	3	3	2	1	3	3	5	2	3	2
festival	2	3	2	2	3	1	3	3	5	2	1	0
kašny	2	2	2	1	3	3	2	0	0	3	4	0
jídlo / restaurace	2	1	3	1	3	1	2	4	1	2	2	0
kultura	2	2	2	0	3	3	2	4	0	2	2	0
podzemí	2	0	4	0	3	1	2	1	2	1	1	4
jiné	12	16	7	24	1	3	15	8	9	14	5	23

# Informační zdroje

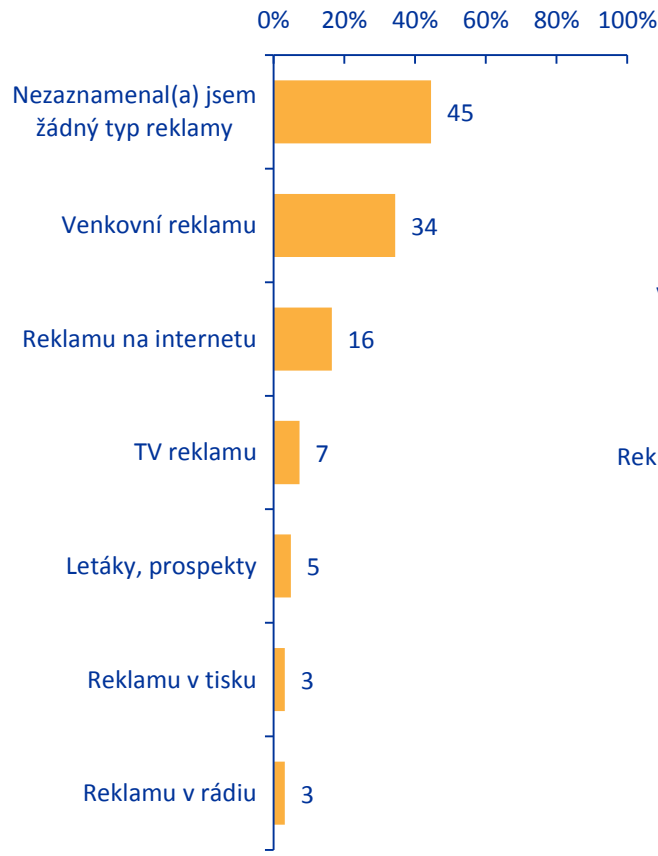
# Reklamy, upoutávky na Plzeň

Q8. Zaznamenala/a jste před svým příjezdem nějakou reklamu/upoutávku na Plzeň? Pokud ano, jakou?

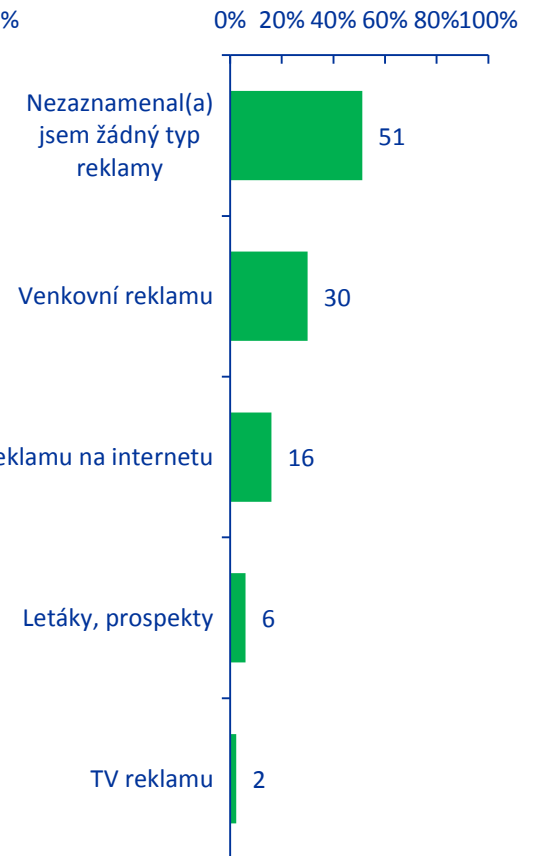
Zvýšilo se povědomí o reklamách nebo upoutávkách na Plzeň. Třetina návštěvníků viděla venkovní reklamu, část návštěvníků zaznamenala reklamu na internetu.



Celkem 2013 n=536  
Celkem 2012 n= 418



Tuzemští návštěvníci n=286

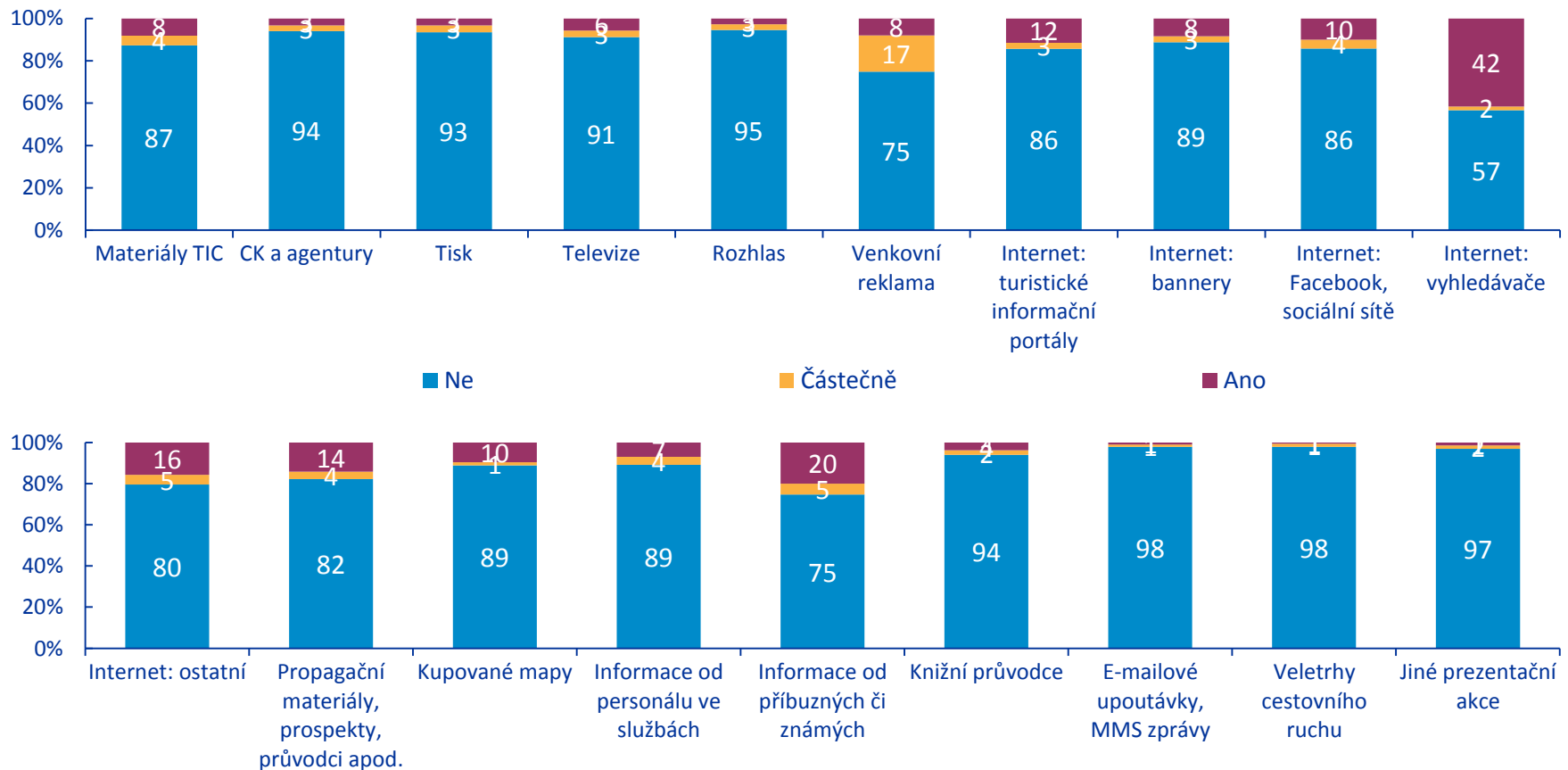


Cizinci n=250

# Využívané zdroje informací - celkem

Q23. Využil(a) jste při přípravě Vaší dovolené (výletu) v Plzni některé informace z následujících zdrojů?

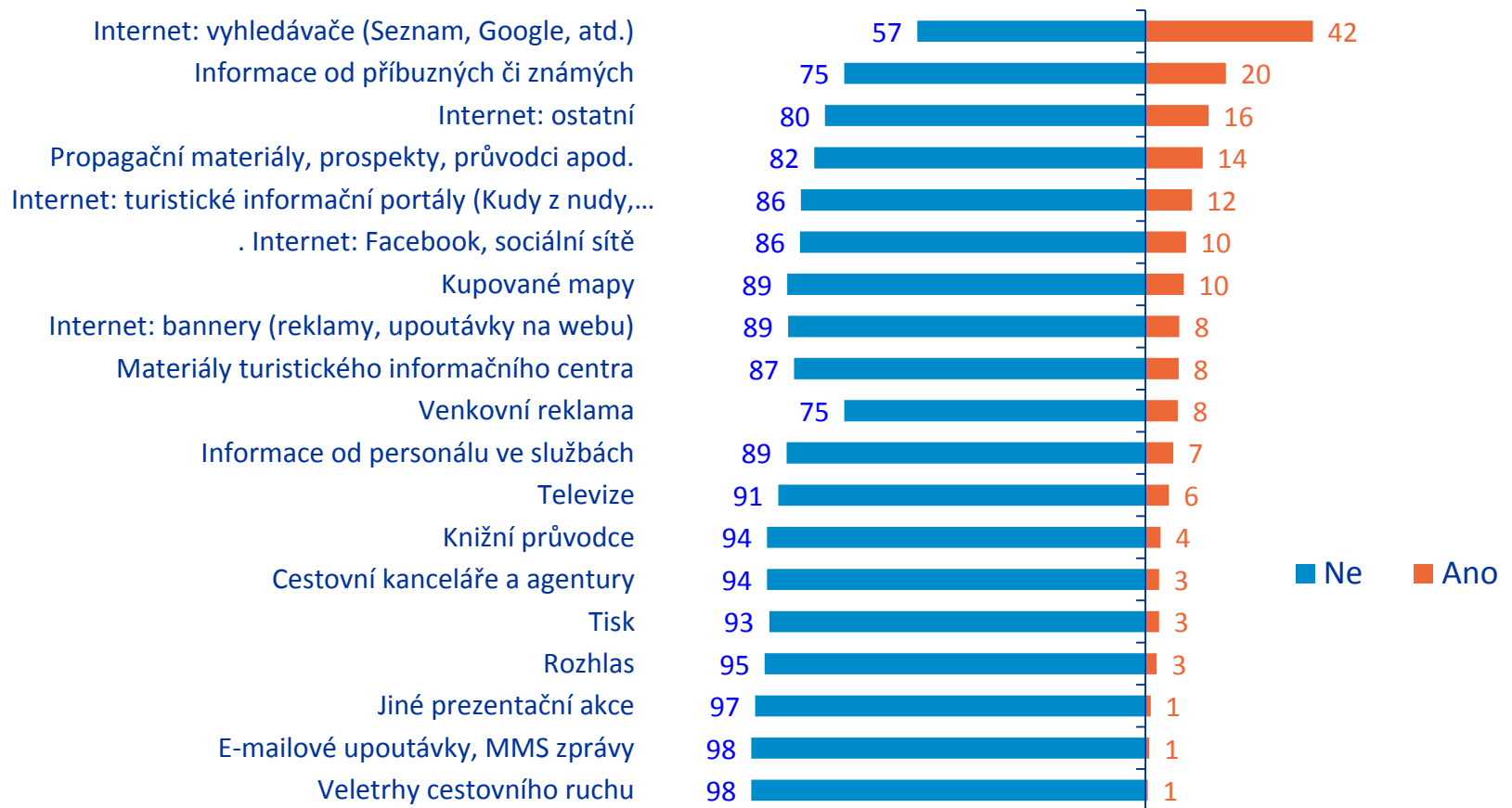
Nejčastějším zdrojem informací je internet a to především internetové vyhledávače. Významnou roli hraje doporučení známých nebo příbuzných. Venkovní reklama fungovala jako zdroj informací částečně.



# Využívané zdroje informací - celkem

Q23. Využil(a) jste při přípravě Vaší dovolené (výletu) v Plzni některé informace z následujících zdrojů?

Zatímco v roce 2012 byly internetové vyhledávače důležité v získávání informací o Plzni pro 26 % návštěvníků, v roce 2013 to bylo již 42 %. Důležitost příbuzných a známých jako informačních zdrojů tak meziročně klesla o 13 %.

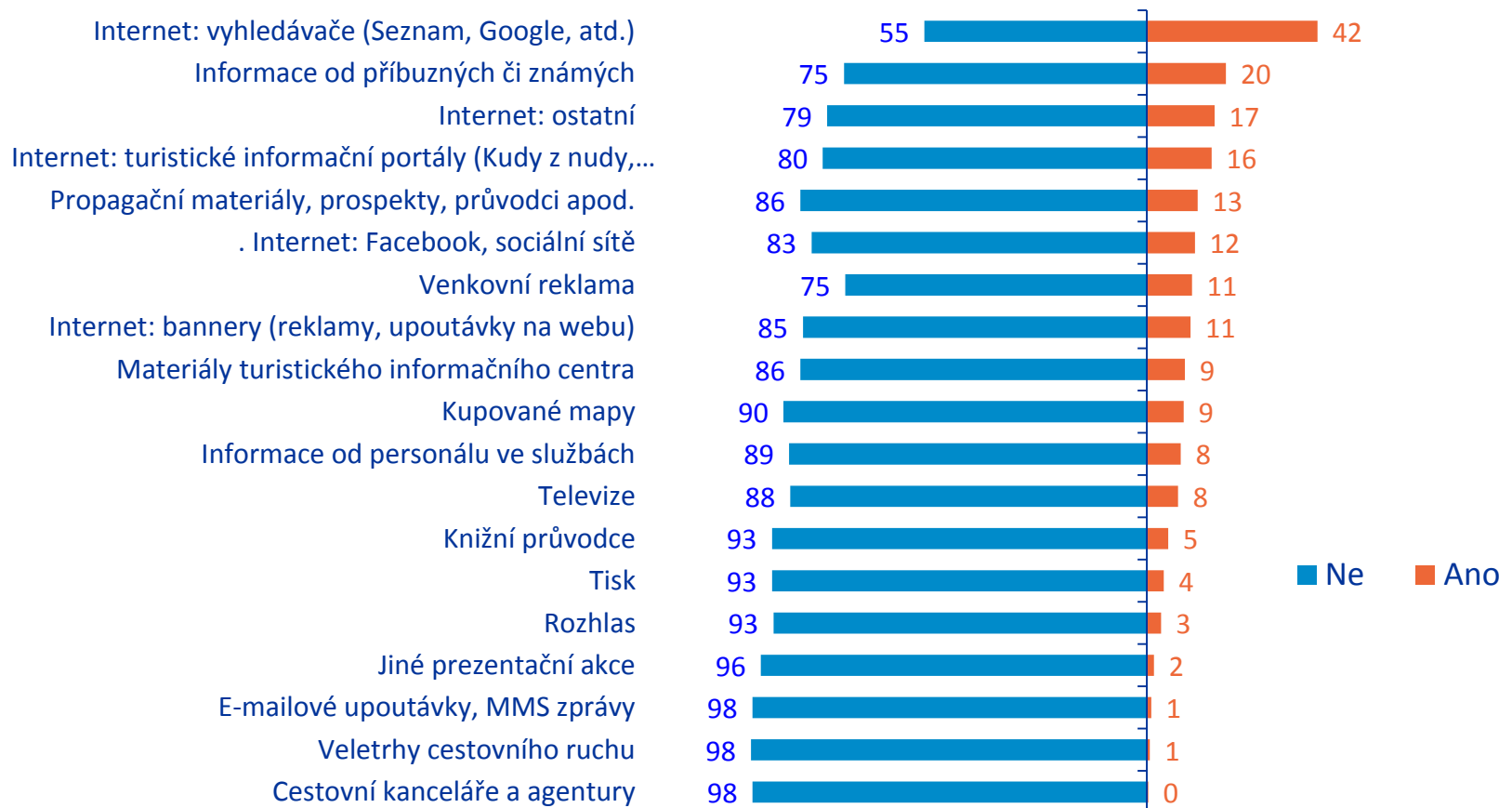


Pozn.: uvedeny pouze odpovědi ano x ne, vynechána odpověď „částečně“

# Využívané zdroje informací – tuzemští návštěvníci

Q23. Využil(a) jste při přípravě Vaší dovolené (výletu) v Plzni některé informace z následujících zdrojů?

Pro tuzemské návštěvníky je nejčastějším zdrojem informací internet a příbuzní nebo známí. Kromě internetových vyhledávačů vzrostla důležitost turistických informačních portálů naopak klesla důležitost sociálních sítí, pokud jde o hledání informací k návštěvě Plzně.

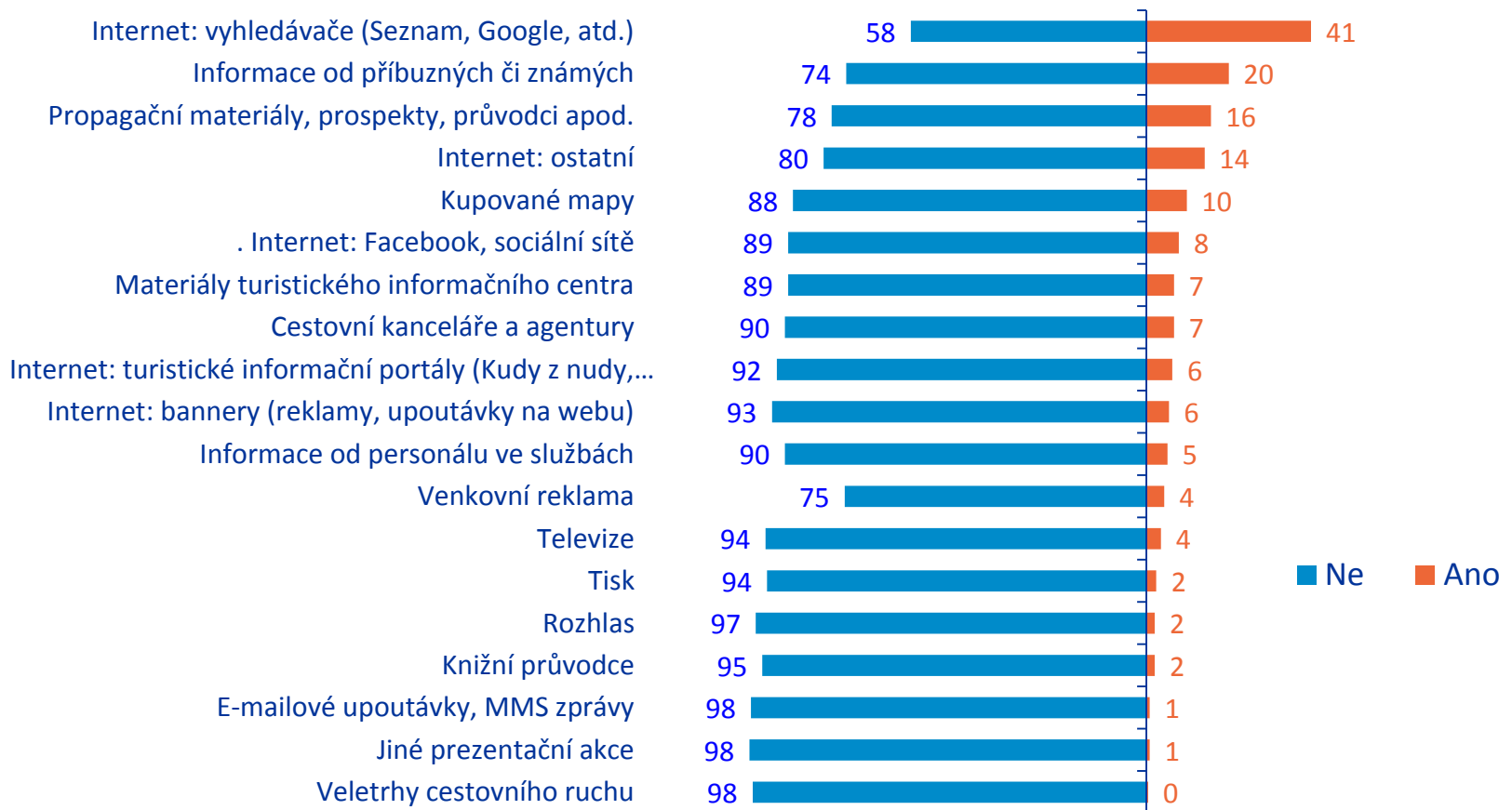


Pozn.: uvedeny pouze odpovědi ano x ne, vynechána odpověď „částečně“

# Využívané zdroje informací – zahraniční návštěvníci

Q23. Využil(a) jste při přípravě Vaší dovolené (výletu) v Plzni některé informace z následujících zdrojů?

Podobně jako u tuzemských návštěvníků narostla důležitost internetových vyhledávačů pokud jde o hledání informací k návštěvě Plzně. Vzrostla také důležitost propagačních materiálů a to dvojnásobně. Klesla důležitost cestovních agentur.

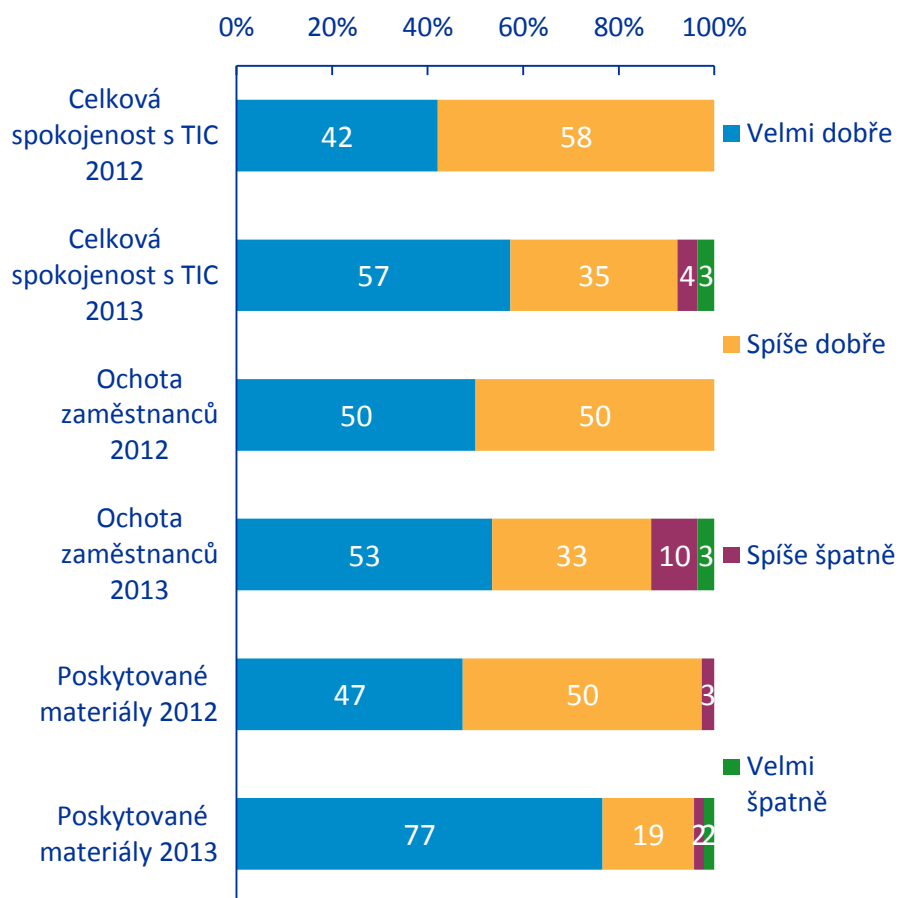
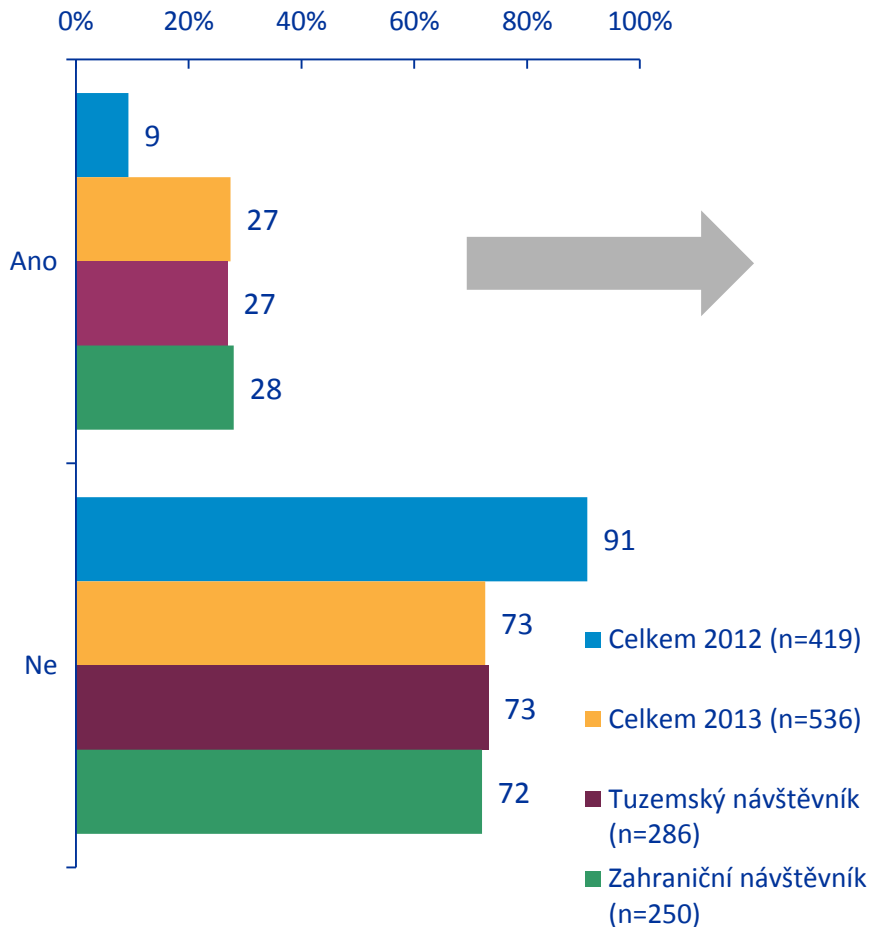


Pozn.: uvedeny pouze odpovědi ano x ne, vynechána odpověď „částečně“



Q20. Navštívil(a) jste v Plzni Turistické informační centrum (TIC)? Q21. Jak hodnotíte služby Turistického informačního centra?

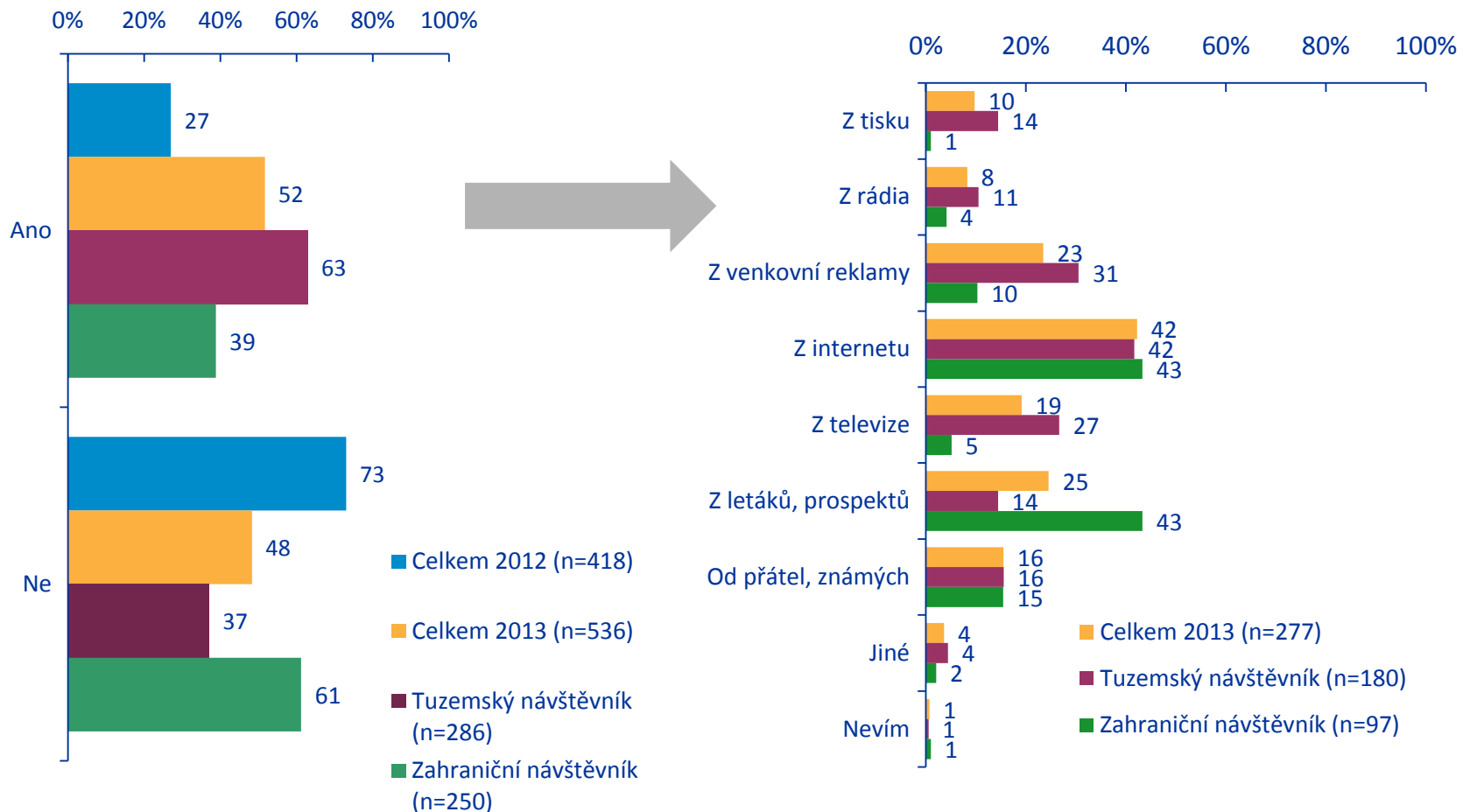
Více než čtvrtina turistů navštívila v Plzni Turistické informační centrum. Celková spokojenost se službami TIC je na vysoké úrovni. Oproti loňsku je však hůře hodnocena ochota zaměstnanců.



# Plzeň město kultury

Q9A. Víte, že Plzeň je Evropským hlavním městem kultury pro rok 2015? Q9B. Jak jste se o tom dozvěděl(a)?

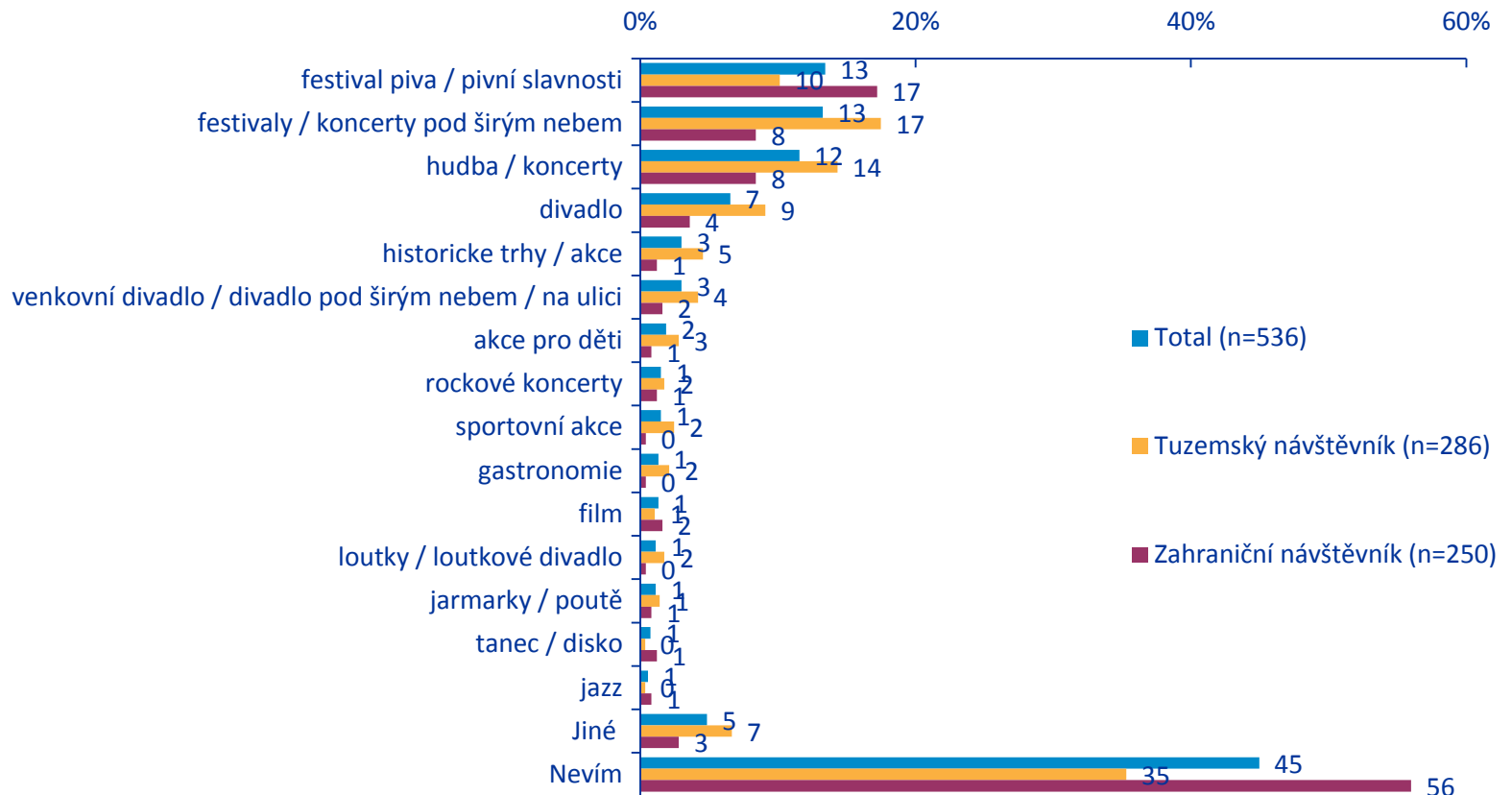
Polovina návštěvníků Plzně má povědomí o tom, že je Plzeň Evropským městem kultury pro rok 2015. Došlo k nárůstu o 25 % oproti roku 2012. Čeští turisté mají tuto informaci především z internetu a z venkovní reklamy, zahraniční turisté z internetu a z letáků / prospektů.



# Preferované kulturní akce v rámci Evropského hlavního města kultury

Q9C. Jaké kulturní akce by se Vám líbily v Plzni jako v Evropském hlavním městě kultury 2015?

Především zahraniční turisté by nejvíce ocenili slavnosti piva. Tuzemští návštěvníci by uvítali především různé typy festivalů a koncertů.





**Michal Straka**

Product & Business Development  
Director

[michal.straka@ipsos.com](mailto:michal.straka@ipsos.com)

GSM: +420 731 534 206

**Tatiana Wartuschová**

Account Director Ipsos Public Affairs

[Tatiana.wartuschova@ipsos.com](mailto:Tatiana.wartuschova@ipsos.com)

GSM: +420 724 601 265



Ipsos Tambor, Národní 6, 110 00 Praha 1, +420 226 513 111  
Ipsos Tambor SR, Heydukova 12, 811 06 Bratislava, +421 252 932 142

[www.ipsos.cz](http://www.ipsos.cz) [www.ipsos.com](http://www.ipsos.com)