

**UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE**

**FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD**

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

**Bakalářská práce**

**2013**

**Ondřej Baláž**

**UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE**

**FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD**

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra marketingové komunikace a public relations

**Ondřej Baláž**

**Komunikace města Hradec Králové v letech  
2009-2011**

*Bakalářská práce*

Praha 2013

Autor práce: **Ondřej Baláž**

Vedoucí práce: **PhDr. Nora Dolanská, MBA**

Rok obhajoby: 2013

## Bibliografický záznam

BALÁŽ, Ondřej. *Komunikace města Hradec Králové v letech 2009-2011*. Praha, 2012. 53 s. Bakalářská práce (Bc.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra marketingové komunikace a public relations. Vedoucí diplomové práce PhDr. Nora Dolanská, MBA.

### **Abstrakt**

Bakalářská práce na téma Komunikace města Hradec Králové v letech 2009–2011 analyzuje komunikační aktivity vyvíjené statutárním městem Hradcem Králové zejména v oblasti cestovního ruchu. Rozlišuje přitom komunikaci v České republice a v zahraničí. Práce zkoumá jednotlivé propagační aktivity - jak v rámci informačních center, sdruženích cestovního ruchu, prezentace na veletrzích, - tak i prostřednictvím spolupráce s partnerskými městy. Cílem bylo zjistit, do jaké míry jsou tyto kanály využívány efektivně a zda Hradec Králové svou komunikaci v cestovním ruchu řídí plánovitě v rámci destinačního managementu. Pozornost je věnována i samotnému městu z pohledu historie, urbanismu a hlavních turistických atraktivit. Ze zpracovaného materiálu vychází SWOT analýza, která popisuje nedostatky a vyzdvihuje úspěšné počiny Hradce Králové v komunikaci k návštěvníkům. Analýza zároveň naznačuje příležitosti města. Práce obsahuje konkrétní doporučení pro zlepšení destinačního managementu města tak, aby se Hradec Králové v budoucnu mohl lépe prosadit a vymežit v konkurenci ostatních měst jako město kulturních akcí a hostitelské město významných kongresů.

## **Abstract**

This research report on Communication of the City of Hradec Kralove in Years 2009-2011 analyses the communication activities carried out by the statutory city of Hradec Kralove particularly in tourism. It distinguishes communication within the Czech Republic and abroad. The work investigates promotion activities in the city's information centres, tourism organizations, tourism fairs and cooperation with twinned cities. The aim was to establish the effectiveness of communication channels and if Hradec Kralove manages its communication in tourism through destination management. In the research report, the city itself is seen from the vantage point of its history, urbanism and main tourist attractions. SWOT analysis comes from the literature material and describes deficiencies and successful enterprises of Hradec Kralove's communication to visitors. The analysis also implies other opportunities for the city. The literature work also contains particular suggestions for improving the city's destination management in the future. These ideas should help the city strengthen its positioning among other cities as a city of cultural events and host city of important congresses.

## **Klíčová slova**

Hradec Králové, komunikace, cestovní ruch, marketing, destinace cestovního ruchu, propagace, kultura, historie

## **Keywords**

Hradec Kralove, communication, tourism, marketing, tourism destination, promotion, culture, history

**Rozsah práce: 61 833 znaků, 39 stran**

## **Prohlášení**

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracoval samostatně a použil jen uvedené prameny a literaturu.
2. Prohlašuji, že práce nebyla využita k získání jiného titulu.
3. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna pro studijní a výzkumné účely.

V Praze dne 15.5.2012

Ondřej Baláž

## **Poděkování**

Na tomto místě bych rád poděkoval vážené paní PhDr. Noře Dolanské, MBA za její rady, podněty a doporučení, která významně přispěla ke vzniku mé bakalářské práce.

**Institut komunikačních studií a žurnalistiky UK FSV**  
**Teze BAKALÁŘSKÉ diplomové práce**

**TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:**

**Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta:**

**Ondřej Baláž**

**Razítko podatelny:**

**Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta:**

**2009**

**E-mail diplomantky/diplomanta:**

**ondrej.balaz@seznam.cz**

**Studijní obor/typ studia:**

**Marketingová komunikace a public relations/prezenční**

**Předpokládaný název práce v češtině:**

**Komunikace města Hradec Králové v letech 2009 - 2011**

**Předpokládaný název práce v angličtině:**

**Communication of the city of Hradec Králové in years 2009-2011**

**Předpokládaný termín dokončení (semestr, školní rok – vzor: ZS 2012):**

(diplomovou práci je možné odevzdat nejdříve po dvou semestrech od schválení tezí, tedy teze schválené v LS 2010/2011 umožňují obhajovat práci nejdříve v LS 2011/2012)

**LS 2012**

**Základní charakteristika tématu a předpokládaný cíl práce (max. 1000 znaků):**

**Deskripce současné komunikace města Hradec Králové se zaměřením na marketingové aktivity v oblasti cestovního ruchu. Analyzování propagačních aktivit města na úrovni od místní až po mezinárodní v rámci veletrhů a partnerských měst. Zaměření pozornosti na kongresovou turistiku jako potenciál pro další růst královéhradeckého turistického ruchu v budoucnu. Definování silných a slabých stránek komunikace města s návrhem na její vylepšení. Dále práce bude definovat další možné tržní příležitosti Hradce Králové v oblasti cestovního ruchu.**

**Předpokládaná struktura práce (rozdělení do jednotlivých kapitol a podkapitol se stručnou charakteristikou jejich obsahu):**

- 4. Úvod**
- 5. Představení města**
- 6. Turistický ruch ve městě**
- 7. Komunikační aktivity v rámci ČR**
- 8. Komunikační aktivity pro zahraničí**
- 9. Závěr**

**Vymezení zpracovávaného materiálu (např. konkrétní titul periodika a období, za které bude analyzován):**

**oficiální internetové stránky města [www.hradeckralove.org](http://www.hradeckralove.org)**

**časopis Radnice - výtisky z let 2009-2011**

**výroční zprávy města Hradec Králové**

**oficiální propagační tiskoviny**

**Postup (technika) při zpracování materiálu:**

**Rozbor nashromážděných informací z literatury a zpracovávaného materiálu a jeho následná aplikace na marketingové aktivity Hradce Králové. Teoretické informace z literatury poslouží i ke komparaci s praxí ve městě. Z pramenů bude vycházet také návrh způsobu na vylepšení komunikace východočeské metropole.**



**Základní literatura** (nejméně 5 nejdůležitějších titulů k tématu a způsobu jeho zpracování; u všech titulů je nutné uvést stručnou anotaci na 2-5 řádků):

**Johnová, R. Marketing kulturního dědictví a umění: Art marketing v praxi. Grada, 2008**

*Rozdíly a specifika v marketingové komunikaci památek, muzeí a dalších kulturních zařízení od komunikace běžných komerčních subjektů. Zaměření na způsoby komunikace služeb zákazníkům. Pojednání o faktorech ovlivňujících chování zákazníka. Kniha vhodná pro deskripci propagačních aktivit Muzea východních Čech a dalších kulturních zařízení v Hradci Králové.*

**Királová, A. Marketing destinace cestovního ruchu. Ekopress, 2004**

*Analyzování složek marketingu destinace, formulování marketingové strategie a sestavení marketingového plánu. Kniha je zaměřena na Českou republiku, což umožní blíže poznat, jaké marketingové postupy jsou v naší zemi uplatňovány a charakterizovat tak marketing Hradce Králové v rámci České republiky.*

**Jakubíková, D. Marketing v cestovním ruchu, Grada, 2009**

*Všeobecný přehled marketingu a jeho funkcí přínosných pro cestovní ruch. Pohled na turistický ruch z hlediska mikro- a makroekonomického. Životní cyklus výrobku. Rozdělení produktu na jednotlivé vrstvy. Proces vývoje nového produktu a jeho komunikace – možnost užití pro rozvoj kongresové turistiky ve městě.*

**Palatková, M. Marketingová strategie destinace cestovního ruchu. Grada, 2006**

*Historický vývoj marketingových strategií s předpokládaným vývojem do budoucna. Kniha obsahuje dále systém marketingového řízení destinace – možnost porovnání s řízením v Hradci Králové. Na základě četby kapitol o identifikaci tržních příležitostí destinace a jejím umisťování na trhu cestovního ruchu možnost definovat příležitosti pro Hradec Králové.*

**Horner, S. - Swarbrooke, J. Cestovní ruch, ubytování, stravování, využití volného času:**

*Ucelený pohled na marketing cestovního ruchu na celoevropském trhu v 90. letech 20. století., nástin trendů do 21. století, segmentace různých typů zákazníků s přihlédnutím ke státní příslušnosti, zvyků trávit volný čas. Definování základních pojmů cestovní ruch, volný čas, ubytování a stravování. Kniha bude použita při zpracovávání přehledu o cestovním ruchu v Evropě a jeho podobnosti s Hradcem Králové.*

**Benešová, M. Salón republiky. Garamon, 2000**

*Dějiny architektonické a urbanistické výstavby města Hradce Králové na rozhraní 19. a 20. století a přehled nové výstavby po druhé světové válce. Vybráno pro čerpání informací o tom, proč je hradecká architektura vyjímečná v kontextu architektury České republiky a možnosti jejího využití jako jednoho z možných pilířů v propagaci města.*

**Diplomové práce k tématu** (seznam bakalářských, magisterských a doktorských prací, které byly k tématu obhájeny na UK, případně dalších oborově blízkých fakultách či vysokých školách za posledních pět let)

**Soukupová: Návštěvnost turistických atraktivit města Hradec Králové, UHK, 2010**

**Holeček: Analýza marketingového prostředí města Hradec Králové, UHK, 2010**

**Struhařová: Kulturní politika města Hradec Králové a její výstupy, VŠE, 2010**

**Novák: Potenciál cestovního ruchu v okrese Hradec Králové, UJEP, 2010**

**Datum / Podpis studenta/ky**

8.6.2011

.....

# Obsah

ÚVOD.....	3
<b>1. ÚVOD DO MARKETINGU .....</b>	<b>5</b>
<b>2. PŘEDSTAVENÍ MĚSTA .....</b>	<b>7</b>
2.1 HISTORIE.....	7
2.1.1. Etymologie názvu města.....	8
2.2 URBANISTICKÝ VÝVOJ.....	8
2.2.1 Počátky plánování výstavby.....	8
2.2.2 Josef Gočár.....	9
2.2.3 Poválečný vývoj města.....	10
<b>3. CESTOVNÍ RUCH VE MĚSTĚ .....</b>	<b>11</b>
3.1 ATRAKTIVITY MĚSTSKÉ DESTINACE.....	11
3.1.1 Hlavní historické památky.....	11
Katedrála Svatého Ducha.....	12
Bílá věž.....	12
Biskupská rezidence.....	12
Kostel Nanebevzetí Panny Marie.....	12
Bono Publico.....	13
3.1.2 Památky z období „Salónu republiky“.....	13
Gočárovo schodiště.....	13
Muzeum východních Čech.....	13
Městské lázně.....	13
Ulrichovo náměstí.....	14
Labská elektrárna.....	14
3.1.3 Novodobé turistické atraktivity.....	14
Envi dům - Obří akvárium.....	14
Festivalpark.....	15
Hvězdárna a planetárium.....	15
Autodrom (Czechring).....	15
3.2 VÝZNAMNÉ KULTURNÍ AKCE VE MĚSTĚ.....	16
3.3 KONGRESOVÝ CESTOVNÍ RUCH VE MĚSTĚ.....	16
3.3.1 Významné veletrhy, kongresy a výstavy konané ve městě .....	18
3.4 LOGO MĚSTA.....	18
<b>4. KOMUNIKAČNÍ AKTIVITY V RÁMCI ČESKÉ REPUBLIKY.....</b>	<b>20</b>
4.1 INFOCENTRA.....	20
4.2 CALENDARIUM REGINA.....	20
4.3 VELETRHY CESTOVNÍHO RUCHU V ČESKÉ REPUBLICĚ.....	21
4.4 TĚMATA ROKU.....	21
4.4.1 Rok architektury 2010.....	21
4.4.2 Rok rodiny 2011.....	22
4.5 ČLENSTVÍ MĚSTA VE SDRUŽENÍCH .....	23
4.5.1 Česká inspirace.....	23
4.5.2 Královská věnná města.....	23
4.5.3 Sdružení historických sídel Čech, Moravy a Slezska.....	24



## Úvod

Téma své bakalářské práce jsem nazval Komunikace města Hradec Králové v letech 2009–2011. Vedlo mě k tomu několik důvodů. Prvně to byl můj zájem o toto zajímavé město. Trávil jsem zde jako kluk většinu svých letních prázdnin a společně s mými prarodiči jsem dopodrobna prozkoumal takřka celé město i okolí. Časem se k mým koníčkům přidal zájem o architekturu a historii. Můj zájem o město byl již tedy podpořen i z faktografické strany, ne pouze z pocitové. Taktéž můj obor marketingová komunikace a public relations se této problematice dotýká.

Komunikace města Hradce Králové se proto stala jasným favoritem na téma pro mou bakalářskou práci. Chtěl jsem v ní konfrontovat své znalosti o městě s novými poznatky z komunikace samotného města. Byl jsem si vědom, že město této velikostní kategorie možná nebude využívat rozsáhlý repertoár komunikačních prostředků jako velké světové metropole. To mi umožnilo podrobněji se soustředit na analýzu jednotlivých komunikačních kanálů.

V první části práce se věnuji úvodu do problematiky komunikace a marketingu, neboť se domnívám, že je dobré se do tématu ponořit nejdříve z obecné roviny.

Druhá kapitola je věnována představení Hradce Králové. Snažil jsem se o zevrubný popis města tak, aby čtenář získal ucelený a maximální přehled o vývoji města jak z historie, tak i ze současnosti. Podrobněji v této kapitole rozebírám urbanistický vývoj města.

Ve třetí části představuji jednotlivé části cestovního ruchu ve městě. Nechybí tedy popisy významných turistických objektů. Kongresovému cestovnímu ruchu ve městě je věnována celá jedna část. Taktéž se podrobněji zabývám novým logem, kterým se Hradec Králové rozhodl prezentovat.

Oblast komunikace města jsem rozdělil na dvě části – na tu v České republice a v zahraničí. Čtvrtá kapitola tak pojednává o službách, které město nabízí návštěvníkům ve svých infocentrech. Je zde popsána i komunikace s městy v rámci jednotlivých sdružení.

Pátá kapitola pak pojednává o tom, jak město zvládá komunikovat na mezinárodní úrovni a jak se prezentuje na veletrzích. Zvláštní pozornost je věnována spolupráci Hradce Králové s partnerskými městy. Každé z nich je popsáno zvlášť a větší prostor je věnován spolupráci s Valbřichem.

Šestá část obsahuje výsledky analýzy komunikace Hradce Králové v cestovním ruchu. Pro tento účel jsem sestavil SWOT analýzu, která mi umožnila přehledně uspořádat silné a slabé stránky komunikace. Z této analýzy vychází mé doporučení na vylepšení komunikační strategie města do budoucna

Závěrečná část je koncipována jako shrnutí výše popsaných poznatků a vyvození doporučení pro statutární město Hradec Králové v oblasti cestovního ruchu.

# 1. Úvod do marketingu

V posledních letech se odvětví cestovního ruchu v České republice dynamicky rozvíjí. Jednotlivé turistické destinace se nejrůznějšími prostředky propagují ve snaze přilákat turisty k návštěvě právě jejich destinace. S ohledem na počet potenciálních turistických destinací nebo dokonce celých oblastí nebo regionů se může zdát, že se jedná o nelehký úkol. Určitou atraktivní turistickou destinací disponuje každý kraj nejen v našem státě, ale i na celém světě. Nabízí se tedy otázka, jak efektivně přilákat turisty a jiné návštěvníky k návštěvě a tím přispět k rozvoji té které destinace.

Ke zvolení vhodných nástrojů k propagaci může pomoci znalost marketingu. Ten je chápán jako společenský a manažerský proces, jehož prostřednictvím uspokojují jednotlivci a skupiny své potřeby a přání v procesu výroby a směny produktů a hodnot.<sup>1</sup> Na marketing je stále, zvláště v cestovním ruchu, nahlíženo jako na činnost v organizaci okrajového charakteru. Marketing samotný naopak vytváří v podnikání větší ekonomickou hodnotu než jakákoliv jiná činnost.

Marketingově orientované řízení nebylo dosud překonáno. Jeho součástí je např. porozumění trhu, podpora zákazníka, tvorba produktů, inovace nebo budování značky. „Úspěch marketingu spočívá ve schopnosti propojovat vnější a vnitřní prostředí firmy, trh a firmu, zákazníky a akcionáře, kreativitu a analytické dovednosti, sliby a realitu.“<sup>2</sup>

Prvním krokem by měla být situační analýza destinace. Ta sestává z analýzy služeb, produktů, hlavní konkurence, trhu nebo i samotné organizace. Často je pro tento účel užívána tzv. SWOT analýza. Její název je odvozen od oblastí, na které se analýza zaměřuje - Strengths (silné stránky), Weaknesses (slabé stránky), Opportunities (příležitosti) a Threats (hrozby). Při hodnocení může být pro vyjádření určitého stavu použita klasifikace hodnotících kritérií podle nástrojů marketingového mixu 4P – Product (produkt), Price (cena), Place (distribuce) a Promotion (marketingová komunikace).

---

1 Dle: KOTLER, P.; WONG, V.; SAUNDERS, J.; ARMSTRONG, G. *Moderní marketing*. Praha : Grada Publishing, 2007, s. 39.

2 Dle: JAKUBÍKOVÁ, D. *Marketing v cestovním ruchu*. Praha : Grada Publishing, 2009, s. 44.

Marketingová komunikace označuje prostředky, jimiž se firmy pokoušejí informovat spotřebitele, přesvědčovat je a připomínat jim – přímo či nepřímo – produkty a značky, které prodávají.<sup>3</sup> Cílem vytvoření marketingového komunikačního mixu je seznámit cílovou skupinu s produktem firmy a přesvědčit ji o nákupu. Snaží se o vytvoření věrné klientely, zvýšení frekvence a objemu nákupů, seznámení se s veřejností a cílovými zákazníky a redukce fluktuace prodeje.

V praxi by to mohlo znamenat, že Hradec Králové seznámí turisty s nabídkou kulturních akcí a atrakcí a přiměje je navštívit město. Turisté by se měli díky dobré marketingové komunikaci do města vracet pravidelněji a účastnit se ještě většího počtu akcí a vytvořit si pozitivní vztah k Hradci Králové. Samotné město by pak mělo znát typy lidí, kteří ho navštěvují.

Správně nastavená marketingová komunikace by měla obsahovat 5M - Mission (poslání), Message (sdělení), Media (použití médií), Money (peníze) a Measurement (měření výsledků).

Jednotlivé destinace stojí před úkolem, jaký nástroj z marketingu použít tak, aby došlo k dosažení stanoveného cíle. Tímto nástrojem se může stát vhodně zvolený marketingový mix. Ten je možno sestavit z nástrojů ATL a BTL komunikace.

ATL (above the line - neboli nadlinková komunikace) zahrnuje komunikaci prostřednictvím televize, tisku, rádia a outdooru. BTL (below the line) je komunikace podlinková zaměřená na tyto aktivity: public relations, podporu prodeje, direct marketing a osobní prodej.

V případě výskytu nežádoucích jevů, jako enormní návštěvnosti kulturních akcí nebo památek, se nabízí tzv. demarketing, který má zvýšenou poptávku po produktech v cestovním ruchu snížit nebo přesunout, nikdy ji zcela zrušit.

---

<sup>3</sup> Dle: KOTLER, P.; KELLER, K. L. *Marketing management*. Praha : Grada Publishing, 2007, s. 574.

## 2. Představení města

Hradec Králové je největším sídlem východních Čech s postavením statutárního města. Jeho správní hranice tvoří plochu 105,69 km<sup>2</sup> a ve městě k 31.12.2010 žilo 94318 obyvatel.<sup>4</sup>

### 2.1 Historie

Začátek osídlení návrší u soutoku řek Labe a Orlice je datován do konce 9. století. Někdy na přelomu 12. a 13. století došlo v přeměnu osady na město. Z této doby také pochází nejstarší písemná zmínka o Hradci Králové, přesněji z roku 1225 v listině krále Přemysla Otakara I. Ve 14. století se město stává jedním z nejvýznamnějších i díky tomu, že se stalo věnným městem českých královen. Město poctily svým pobytom Eliška Rejčka a Eliška Pomořanská. Počátkem 15. století se Hradec Králové stává jedním z center husitů. Bohužel byl v této době pobořen královský hrad, který již nebyl obnoven. O století později došlo k renesanční přestavbě města. Během třicetileté války je město z velké části zničeno. Oživení přichází s jezuiti, založením biskupství a barokní výstavbou.

Zlom přichází roku 1765, kdy je z rozhodnutí Josefa II. Hradec Králové počat přestavován na vojenskou pevnost. To s sebou neslo následky v podobě zboření předměstí, sevření města do hradeb a hlavně zastavení jeho přirozeného vývoje. Význam pevnosti dokončené v roce 1789 se postupem času ukázal jako klesající. Definitivním potvrzením této skutečnosti byla prusko-rakouská bitva u nedalekého Chlumce roku 1866, kdy pevnost zůstala nevyužita zcela mimo bojiště.

Bořením hradeb až do 30. let 20. století se Hradci Králové naskytla ojedinělá příležitost, které se chopili schopní představitelé města. Vyhlásili soutěže na regulační plány města. Díky jejich realizaci spolu s přizváním věhlasných architektonických jmen se Hradec Králové již ve 30. letech 20. století stává jedním z nejmodernějších měst v tehdejší Československu. Prostorové koncepce se po přerušení 2. světovou válkou drželi i architekti v 50. až 80. letech. Díky tomu se podařilo zajistit relativně dobrou kvalitu nové výstavby města. Ve 20. století jsme tak mohli být svědky přerodu bořené vojenské pevnosti na metropoli krajského formátu.<sup>5</sup>

---

4 Dle: *Český statistický úřad* [ online ]. c2011 [cit. 2012-04-29] Vybrané statistické údaje za obec Hradec Králové. Dostupné z [www:<http://vdb.czso.cz/vdbvo/tabdetail.jsp?kapitola\\_id=5&pro\\_1\\_154=569810&cislotab=MOS+ZV01>](http://vdb.czso.cz/vdbvo/tabdetail.jsp?kapitola_id=5&pro_1_154=569810&cislotab=MOS+ZV01).

5 Zpracováno dle: *Hradec Králové: průvodce věnným městem českých královen – Salóne republiky*. Hradec Králové : Garamon, 2005, s. 13-15.



### **2.1.1. Etymologie názvu města**

První doložená podoba místního jména je *Gradec*, jež se ve staročeštině vyvinulo jako *Hradec* s významem „menší nebo vedlejší hrad“. Když se město stalo roku 1373 věnným městem českých královen, byl ke jménu připojen přívlastek *Králové* od králová znamenající „manželka krále, královna vdova“.<sup>6</sup>

## **2.2 Urbanistický vývoj**

Každé sídlo má svoji jedinečnou strukturu. V případě Hradce Králové je již z letného pohledu na ortofotografickou mapu zástavby města patrné, že sídelních struktur je zde k vidění více, než je na město této velikosti obvyklé. Urbanistický vývoj Hradce Králové je jeven zcela ojedinělým a v Evropě stěží najdeme podobný příklad. Odborníky z urbanismu a architektonické obce je město označováno jako „urbanistická a architektonická čítanka“.

### **2.2.1 Počátky plánování výstavby**

Projekt královéhradecké pevnosti je označován jako „nultý regulační plán města“. Pevnost se však kolem poloviny 19. století stala překážkou hospodářského rozvoje města, a tak byla roku 1851 formálně zrušena. K fyzické likvidaci pevnosti bylo přistoupeno až po roce 1884, kdy císař František Josef I. nařídil „zrušit pevnost za částečného poboření hradeb.“ Od té doby nebylo město bráno za opevněné a představitelé Hradce Králové vypsali první mezinárodní soutěž na regulační plán města.

Soutěži se dostalo publicity zejména v anglicky a německy psaných odborných časopisech. Nejvyššího ocenění se dostalo návrhu pražské Technické kanceláře. Následně byl v roce 1890 představen plán, který do urbanistické osnovy zafixoval obrys bývalé pevnosti – paprskovité uspořádání uliční sítě. Tento prvek je ve Hradci Králové respektován dodnes.

Mohutný hospodářský a technický rozvoj si vyžádal vypsání další soutěže na regulační plán města. Byly navrženy široké městské třídy, výškové regulace zástavby a myšleno bylo také na zeleň v okolí města. Generální zastavovací plán z roku 1911 už definitivně stabilizoval radiálně okružní uspořádání města včetně již zmíněné půdorysné stopy bývalé pevnosti. Další vývoj města byl určen západním směrem k železničnímu nádraží a byl určen prostor budoucího moderního centra Hradce Králové v oblasti dnešního Ulrichova náměstí.

---

6 Zpracováno dle Lutterer, I.; Majtán, M.; Šrámek, R.: *Zeměpisná jména Československa*. Praha : Mladá fronta, 1982, s. 115.

V popisu urbanistického vývoje města na počátku 20. století nelze opomenout osobu tehdejšího starosty Františka Ulricha. Jeho zásluhou mohli v Hradci králové své stavby stavět přední čeští architekti jako Jan Kotěra, Josef Gočár, Osvald Polívka, František Sander nebo Oldřich Liška.

Slibný vývoj královéhradeckého urbanismu byl nakrátko přerušen 1. světovou válkou. Po ní byl vypracován tzv. Regulační plán Velkého Hradce Králové, který měl zahrnout i území obcí ležících ze bývalým ochranným pásmem pevnosti.

### **2.2.2 Josef Gočár**

Stěžejní osobou, která vtiskla meziválečnému Hradci Králové tvář, jakou známe dnes, byl Josef Gočár. První zakázky pro město získal již před 1. světovou válkou, a to díky práci v ateliéru svého učitele Jana Kotěry. Gočárovo patnáctileté tvůrčí období v Hradci Králové se uvedlo stavbami ovlivněnými kubismem a purismem a skončilo realizacemi funkcionalisticky pojatými. Z kubistického období obohatil městskou architekturu o schodiště dnes zvané Gočárovo a budovu Anglobanky na Masarykově náměstí. Zde zakomponoval původní řadu domů do nového jednotného celku tak, aby tvořila mohutnou frontu zdatně sekundující soše T.G. Masaryka. Oproštění od kubismu nese stavba koželužské školy.

Roku 1924 Gočár vyhrál soutěž na podobu dnešního Ulrichova náměstí v tehdy vznikajícím novém centru Hradce Králové. Prostor vyjádřil zvýrazněním věžových domů na nárožích na styku třídy a náměstí, jižní část ohraničil monumentální stavbou Ředitelství státních drah.

Ve stejné době již probíhal čilý stavební ruch na stavbě moderní východočeské metropole. Vyrostlo Gočárovo nejslavnější dílo - soubor budov dnešního Gymnázia J.K.Tyla - a unikátně byla řešena i mateřská škola, která již nesla prvky ryze funkcionalistické.

Při realizaci Sboru kněze Ambrože vynikajícím způsobem využil pozemek trojúhelníkového tvaru a rozmístěním budov vyjádřil oddělení funkce sakrálních a světských staveb. Kostelní budova ve tvaru úzkého kvádru byla omítnuta bíle, zatímco církevní úřady a kolumbárium bylo realizováno v režném zdivu. To bylo užito již dříve při Kotěrově realizaci Muzea východních Čech.

Gočár se věnoval i ryze obytným budovám. Vytvořil obytné bloky Zálabí, lidově dodnes zvané „Gočárovy bloky”. Tyto polootevřené bloky domů mají terasovité uspořádání koncových objektů se zapuštěnými dvory a uvnitř bloku se nachází zahradní prostor pro veřejnost. Gočárova architektonická tvorba pro Hradec Králové byla ukončená realizací stavby dnešního magistrátu města v letech 1932-1935 plně v duchu funkcionalismu. Stavba vynikala jednoduchou formou a výrazným vstupním objektem se stala symbolickou mohutnou branou otevírající město k severu.<sup>7</sup>

### **2.2.3 Poválečný vývoj města**

Éru od začátku 20. století, období, po které se Hradci Králové právem přezdívalo „Salón republiky“, zakončila 2. světová válka. Po ní výstavba města sice respektovala předválečné plány, ale dodatečné změny poplatné tehdejšímu režimu přinesly unifikovanou výstavbu jakou známe z jiných českých měst.

Je zajímavé se podívat, jak si tehdejší městští plánovači představovali vývoj počtu obyvatelstva ve městě. Dle projekce z roku 1982 se počítalo, že do roku 1990 bude mít Hradec Králové 104-108 tisíc obyvatel a do roku 2000 by jeho počet měl vzrůst k přibližně 113-118 tisícům obyvatel.<sup>8</sup>

---

7 Zpracováno dle: *Hradec Králové: průvodce věnným městem českých královen – Salómem republiky*. Hradec Králové : Garamon, 2005, s. 61-70.

8 Zpracováno dle: TOMAN, F. *Sto let výstavby a územního plánování města Hradce Králové*. Hradec Králové : Krajské muzeum východních Čech v Hradci Králové, 1985, s. 59.

### 3. Cestovní ruch ve městě

Cestovní ruch lze brát i z hospodářského hlediska. Je důležitou složkou národního hospodářství většiny států světa. Tento fakt je dán zejména jeho kumulovaným ekonomickým potenciálem ve spojení s dalšími odvětvími ekonomiky, zejména stavebnictvím, dopravou nebo bankovníctvím. Ekonomický přínos cestovního ruchu se zpracovává do tzv. satelitního účtu cestovního ruchu.<sup>9</sup>

Zajištění trvale udržitelného rozvoje cestovního ruchu v destinaci a udržení konkurenceschopnosti jsou hlavní úkoly destinačního managementu. Přestože se jeho jednotlivé role vzájemně prolínají, lze vymezit hlavní funkce :

1. Plánovací funkce: vytváření vizí a koncepce rozvoje, analýzy, monitoringy
2. Funkce nabídky: tvorba a účast na projektech v cestovním ruchu
3. Zastupování zájmů: poukazuje na efekty turistického ruchu na různé subjekty (zaměstnanost, narušování životního prostředí, vysoké ceny v obchodech aj.)
4. Marketingová funkce: tvorba marketingové strategie a plánů, cílem je dostat nabídku destinace ke spotřebiteli a docílit prodeje<sup>10</sup>

#### 3.1 Atraktivita městské destinace

##### 3.1.1 Hlavní historické památky

Téměř všechny historické památky města se nacházejí v historickém jádru uvnitř bývalé pevnosti. Dvě z nich, Katedrála Svatého Ducha a Bílá věž, jsou zdaleka viditelné díky poloze na pahorku v jinak nížinaté oblasti a vytvářejí tak typickou siluetu Hradce Králové. Počtem historických památek se krajská metropole nemůže rovnat jiným městům. Důvodem je již zmíněná přestavba města na vojenskou pevnost, která zastavila stavební rozvoj.

---

<sup>9</sup> Zpracováno dle: *Průmysl cestovního ruchu*. Praha : Ministerstvo pro místní rozvoj ČR 2008, s. 33.

<sup>10</sup> Zpracováno dle: *Průmysl cestovního ruchu*. Praha : Ministerstvo pro místní rozvoj ČR 2008, s. 136-137.

## **Katedrála Svatého Ducha**

Gotická cihlová stavba na největším historickém Velkém náměstí byla založena královnou Eliškou Rejčkou roku 1308. Vojevůdce Jan Žižka zde byl pochován roku 1424. V souvislosti se založením biskupství v Hradci Králové v roce 1664 byla stavba povýšena z kostela na katedrálu. V druhé polovině 19. století byla sakrální stavba novogoticky přestavěna, práce byly zakončeny roku 1901 úpravou obou hlavních věží.

## **Bílá věž**

Bývalá zvonice v renesančním slohu tyčící se do výšky 71,5 metru. Po svém dokončení v roce 1589 sloužila městu jako strážní a požární věž. Své pojmenování získala od bílého stavebního kamene. Nachází se v ní třetí největší zvon v České republice zvaný Augustin. Další zajímavostí je hodinový stroj od Josefa Blažka, který již od roku 1829 netypicky ukazuje velkou ručičkou hodiny a malou minuty. Věž v současnosti slouží jako městská vyhlídka a uvnitř se nachází expozice z dějin této ikonické stavby města.

Město pořádá ve věži speciální programy. Z marketingového hlediska tak návštěva Bílé věže poskytne návštěvníkům koupí vstupenky tříúrovňový produkt, k jádru a vlastnímu produktu dostanou i produkt rozšířený<sup>11</sup> v podobě třeba pozorování svítání z věže, sledování zvonu Augustin při zvonění nebo kouzelnou prohlídku s francouzským kulturním souborem Magiciens du Monde.<sup>12</sup>

## **Biskupská rezidence**

Barokní stavba byla postavena na počátku 18. století. Za pozornost stojí kamenný vchodový portál od Jana Blažeje Santiniho-Aichela a kaple, ve které byl vysvěcen na kněze národní obrozenec Josef Dobrovský.

## **Kostel Nanebevzetí Panny Marie**

Barokní svatostánek na hlavním náměstí stojí již od poloviny 17. století, kdy byl pro jezuitský řád vystavěn dle plánů italského architekta Carla Lugana. Po požáru roku 1762 musela být většina výzdoby nové vytvořena. Uvnitř se nacházejí nejstarší hradecké barokní varhany. Stavba byla doplněna dvěma věžemi roku 1857 a přestavba probíhala v interiérech až do začátku 20. století.

---

11 Zpracováno dle: JAKUBÍKOVÁ, D. *Marketing v cestovním ruchu*. Praha : Grada Publishing, 2009, s. 190.

12 Zpracováno dle: *Hradec Králové: oficiální stránky statutárního města* [ online ]. 2011-05-12 [cit. 2012-04-20] Kouzelnická prohlídka Bílé věže. Dostupné z [www: <http://www.hradeckralove.org/zivot-ve-meste/kouzelnicka-prohlidka-bile-veze>](http://www.hradeckralove.org/zivot-ve-meste/kouzelnicka-prohlidka-bile-veze).

## **Bono Publico**

Toto empírové schodiště vzniklo na místě rybářské branky roku 1810. Je zastřešené a denní světlo na dřevěné schody dopadá třemi tambory nacházejícími se nad odpočívadly.

### **3.1.2 Památky z období „Salónu republiky“**

#### **Gočárovo schodiště**

Ač má funkci převážně užitkovou - spojuje výškově rozdílné části centra města - architekt dílo pojal jako úlohu architektonicko-estetickou. Stavba na místě bývalé vodárenské věže Kropáčka je provedená v armovaném betonu a maximálně využívá možností svého materiálu. Ačkoli se jedná o stavbu rozměry spíše drobnou, architekt Josef Gočár ji vtiskl rysy stavby monumentální. Architektonické řešení schodiště realizovaného v letech z roku 1909-1910 jak po stránce výtvarné, tak i architektonické posunulo vpřed vývoj moderní architektury. Unikátní dílo nese i prvky kubismu.<sup>13</sup>

#### **Muzeum východních Čech**

Na počátku 20. století dorazila moderna i do Hradce Králové prostřednictvím architekta Josefa Kotěry a jeho stavby muzea. Ojedinelá architektura a výzdoba byly důvodem k prohlášení této stavby z glazovaných cihel za jedinou kulturní památku na území města. Ve stálé expozici mohou návštěvníci zhlédnout tři modely města: Žaloudkův zobrazuje město v sevření pevnostních hradeb, model laboratoře pražské fakulty architektury zachycuje stav z roku 2000 a nejnovější model představuje podobu města ve středověku.

#### **Městské lázně**

Budova podle návrhu Oldřicha Lišky byla dostavěna roku 1933. V době otevření byl hlavní atrakcí třicetimetrový bazén s umělým vlnobitím. Později byl dostavěn velký padesátimetrový plavecký bazén. Lázně byly roku 1999 citlivě zrekonstruovány a doplněny o aquapark. Budova lázní je součástí architektonického souboru na nábřeží Labe spolu s objektem Komerční banky na náměstí Osvoboditelů a budovou Sokola.

---

<sup>13</sup> Zpracováno dle: BENEŠOVÁ, M. *Josef Gočár*. Praha : Nakladatelství československých výtvarných umělců, 1958, s. 7.

## **Ulrichovo náměstí**

Monumentální prostor obdélníkového tvaru projektoval Josef Gočár. Při styku Gočárovy třídy s náměstím stojí čtyři nárožní budovy záměrně navýšeny o dvě patra, čímž vytvářejí symbolické vstupní brány. Náměstí dominuje na jižní straně budova bývalého ředitelství drah navržená taktéž Gočárem a severní stranu náměstí uzavírá velkolepý reprezentativní palác továrníka Steinského-Sehnoutky od architekta Novotného. Náměstí nese jméno hradeckého starosty města, který se významně zasloužil o rozvoj města v době éry Salónu republiky.<sup>14</sup>

## **Labská elektrárna**

Vodní dílo na Labi bylo postaveno roku 1912 a dodnes je plně funkční. K elektrárně náleží i segmentový jez zvaný Hučák. Komplex je označován za jednu z nejkrásnějších secesních památek města. Od roku 2008 se v objektu nachází Informační centrum Obnovitelné zdroje, které návštěvníky seznamuje s energetickým hospodářstvím této elektrárny.

### **3.1.3 Novodobé turistické atraktivity**

#### **Envi dům - Obří akvárium**

Unikátní atrakce přesahující rámec města. Považuje se za druhou největší zajímavost východních Čech po Safari ve Dvoře Králové.<sup>15</sup> Návštěvníci mají možnost zažít klima jihoamerického pralesa s originální květenou a vlhkostí kolem 85%. Dále se zde nachází sladkovodní akvárium, kterým je možno procházet v tunelu a sledovat přes 40 druhů ryb ze Střední a Jižní Ameriky. Jednou za týden se koná krmení ryb z ruky potápěče. Součástí je i kavárna Piraña, kde se skutečné piraně nacházejí v akváriích. Od roku 2000 je možno zhlédnout projekci U rejnoka představující dokumentárními filmy o fauně a flóře, stálým divákem je dravá kajmanka Božka obývající terárium v promítacím sále. Centrum tedy plní vzdělávací funkci a maximálně se snaží o vtažení návštěvníka do uvedené problematiky.<sup>16</sup>

---

14 Zpracováno dle: *Wikipedia: otevřená encyklopedie* [ online ]. c2010 [cit. 2012-04-07] Zpráva o činnosti za rok 2010. Dostupné z [www: <http://www.astrohk.cz/rocní\\_zpravy/RZHPHK100.pdf>](http://www.astrohk.cz/rocní_zpravy/RZHPHK100.pdf).

15 Zpracováno dle: *Hradec Králové: průvodce věnným městem českých královen – Salónem republiky*. Hradec Králové : Garamon 2005, s. 113.

16 Zpracováno dle: *Obří akvárium* [ online ]. c2007 [cit. 2012-04-07] Obří akvárium. Dostupné z [www: <http://www.obriakvarium.cz/dum.asp>](http://www.obriakvarium.cz/dum.asp).

## Festivalpark

Prostor pro pořádání akcí s kapacitou 40 tisíc návštěvníků vznikl na ploše bývalého vojenské letiště. Postupně zde byla vybudována podpůrná infrastruktura. Areál hostí dva největší hudební festivaly kraje – Rock for People a Hip Hop Kemp, je však připraven hostit i jakékoli jiné kulturní nebo sportovní akce do kapacity až 120 tisíc osob.<sup>17</sup>

## Hvězdárna a planetárium

V tomto komplexu na okraji města se pořádají naučné programy pro nejširší návštěvnickou obec týkající se problematiky astronomie. Pořádají se i pozorování noční oblohy a jiných úkazů (zatmění Slunce, Měsíce aj.).<sup>18</sup> Součástí vzdělávací činnosti jsou i dvě naučné stezky:

- **Galaktická stezka** – představuje model 11 těles v naší galaxii Mléčné dráze a jednoho objektu v sousední galaxii – Velkém Magellanově mračně – v měřítku 1:170 miliardám. Měřítku odpovídají i vzdálenosti mezi jednotlivými zastaveními na stezce i velikosti modelů těles. Stezka o délce 9,5 km vede od budovy hvězdárny až do Hradeckých lesů.<sup>19</sup>
- **Planetární stezka** – model Sluneční soustavy v měřítku 1:1 miliardě. Na trase 6,5 km je 11 zastavení přibližující kuličkovými modely jednotlivá tělesa. Kromě jednotlivých planet se návštěvníci dozví informace i o Měsíci, měsíci planety Mars Ceres, Halleyově kometě i bývalé planetě Pluto.<sup>20</sup>

## Autodrom (Czechring)

Motoristický areál s mimoúrovňovým křížením a dvěma drahami v blízkosti Festivalparku. Veřejnost si zde může vyzkoušet své řidičské schopnosti, v areálu je možno pořádat i závody, akce nebo výukové programy.<sup>21</sup>

---

17 Zpracováno dle: *Festivalpark* [ online ]. c2012 [cit. 2012-04-28] Obecné informace. Dostupné z [www: <http://www.festivalpark.cz/obecne\\_informace/>](http://www.festivalpark.cz/obecne_informace/).

18 Zpracováno dle: *Hvězdárna a planetárium v Hradci Králové* [ online ]. 2011-03 [cit. 2012-04-07] Zpráva o činnosti za rok 2010. Dostupné z [www: <http://www.astrohk.cz/rocní\\_zpravy/RZHPHK100.pdf>](http://www.astrohk.cz/rocní_zpravy/RZHPHK100.pdf).

19 Zpracováno dle: *Hvězdárna a planetárium Hradec Králové* [ online ]. c2007 [cit. 2012-04-07] Galaktická stezka. Dostupné z [www: <http://www.astrohk.cz/galakticka\\_stezka/galakticka\\_stezka\\_letak\\_a4.pdf>](http://www.astrohk.cz/galakticka_stezka/galakticka_stezka_letak_a4.pdf).

20 Zpracováno dle: *Hvězdárna a planetárium Hradec Králové* [ online ]. c2007 [cit. 2012-04-09] Planetární stezka. Dostupné z [www: <http://www.astrohk.cz/planetarni\\_stezka/planetarni\\_stezka\\_letak\\_a4.pdf>](http://www.astrohk.cz/planetarni_stezka/planetarni_stezka_letak_a4.pdf).

21 Zpracováno dle: *Czechring* [ online ]. c2012 [cit. 2012-04-28] Možnosti autodromu. Dostupné z [www: <http://www.czechring.cz/moznosti-autodromu.php>](http://www.czechring.cz/moznosti-autodromu.php).



### **3.2 Významné kulturní akce ve městě**

- leden:** První den spolu - novoroční ohňostroj
- květen:** Středoevropský jazzový most – hudební festival
- květen:** Na jednom břehu - festival world music
- červen:** Divadlo evropských regionů a Open Air program - divadelní festival
- červen:** Folklórní festival Pardubice - Hradec Králové
- červenec:** Rock for People - jeden z největších hudebních festivalů v ČR
- červenec:** Slavnosti bitvy u Hradce Králové 1866
- červenec:** Nábřeží sochařů – představení plastik zapůjčených na rok městu
- srpen:** Hip Hop Kemp - třídní hip-hopový festival
- září:** Slavnosti královny Elišky – bohatý program ve středověkém stylu
- září:** CIAF - mezinárodní přehlídka vojenských letounů a sportovní akrobacie
- září:** Královéhradecké krajské dožínky
- říjen:** Jazz Goes to Town - prestižní jazzový festival
- říjen:** Hudební fórum - festival moderní vážné hudby
- listopad:** Cinema Open – festival nekomerční filmové tvorby
- prosinec:** Adventní a vánoční trhy

### **3.3 Kongresový cestovní ruch ve městě**

Kongresový cestovní ruch je forma cestovního ruchu, jejíž účastníci jsou motivováni setkáváním s odborníky a odborným programem na kongresech, sympóziích, konferencích, seminářích, přednáškách apod. Tento druh cestovního ruchu je typicky organizován pro předem známý okruh a počet účastníků.

Má zpravidla určité zaměření, předem stanovený cíl jednání, vysoké nároky na organizační a technické zabezpečení a bezprostřední infrastrukturu. Analýzy ukazují, že jde o rostoucí segment trhu s kultivovanou klientelou, jejíž výdaje jsou přibližně třikrát vyšší než je průměrná denní útrata ostatních turistů.<sup>22</sup>

---

<sup>22</sup> Zpracováno dle: PÁSKOVÁ, M.; ZELENKA, J. *Cestovní ruch: výkladový slovník*. Praha : Ministerstvo pro místní rozvoj, 2002, s. 144.

V souvislosti s kongresovým cestovním ruchem se můžeme setkat i výrazem MICE zahrnujícím pojmy Meetings (setkání vymezeného okruhu účastníků), Incentives (pobídkový cestovní ruch), Conventions (kongresy, konference) a Events (krátkodobé akce přinášející výjimečný zážitek). Této oblasti cestovního ruchu se jistě vyplatí věnovat pozornost, není totiž ve velké míře ovlivněna sezónností a taktéž není natolik náchylná k ekonomickým výkyvům.<sup>23</sup>

Každoročně se v Hradci Králové uskuteční kolem osmdesáti mezinárodních kongresů, konferencí, výstav, symposií a veletrhů. Hradecká kongresová centra různých velikostí disponují moderním vybavením a kvalitním servisem. Východočeská metropole je tak schopna hostit i mezinárodní kongresy s několika tisíci účastníky.

Na území města se nacházejí tato kongresová centra:

- **Kongresové centrum Aldis** – největší zařízení svého druhu v Hradci Králové. V 9 sálech je možno pojmout až 2710 návštěvníků. Hlavní kongresový sál má kapacitu 1230 míst. Výstavní prostor kongresového centra nabízí 5100 m<sup>2</sup> výstavních ploch. Poskytuje odpovídající zázemí pro mezinárodní kongresy a výstavy, festivaly, koncerty, plesy a jiné společenské události.
- **Amber hotel Černigov** – ideální místo pro pořádání konferencí, kongresů, seminářů. Nabízí 8 jednacích sálů s kapacitou 900 míst, kongresovou halu pro 500 osob a 800 m<sup>2</sup> výstavních ploch. Výhodou je taktéž umístění ve tříhvězdičkovém hotelu v bezprostřední blízkosti hlavního železničního a autobusového nádraží.
- **Nové Adalbertinum** – budova se nachází přímo v historickém centru na Velkém náměstí. Nabízí 2 jednací sály pro 500 osob a kongresový sál se 400 místy. Součástí je také výstavní prostor 400 m<sup>2</sup>.
- **Univerzita Hradec Králové** – akademické prostředí nabízí auly, 30 jednacích sálů s kapacitou 1360 osob. Je možno využít také kongresový sál pro 350 návštěvníků a 800 m<sup>2</sup> výstavních ploch.
- **Adalbertinum** – rekonstruovaná stavba disponuje 6 jednacími sály v souhrnné kapacitě 850 míst. Má kongresový sál pro 400 osob a nabízí i 200 m<sup>2</sup> výstavních ploch.

---

<sup>23</sup> Zpracováno dle: *Průmysl cestovního ruchu*. Praha : Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2008, s. 84.

### 3.3.1 Významné veletrhy, kongresy a výstavy konané ve městě

#### **Březen:**

Infotour a cykloturistika – veletrh turistických příležitostí

Stavba a zahrada - výstava z oboru stavebnictví a zahradní architektury

Jarní inspirace – výstava nových trendů v zahrádkářství a bydlení

#### **Duben:**

Internet ve státní správě a samosprávě – kongres s mezinárodní účastí

Gastro Hradec - celostátní přehlídka kuchařského a cukrářského umění

#### **Listopad:**

Bytová show - výstava nábytku, interiérů a bytových doplňků

Svět dětí – veletrh zaměřený na děti a jejich potřeby

#### **Prosinec:**

Betonářské dny - mezinárodní kongres o vlastnostech betonových konstrukcí

### 3.4 Logo města



Nové logo Hradce Králové (viz Obr.1 <sup>24</sup>) vzešlo z potřeby vytvořit respektovanou a moderní alternativu pro marketingové a další projekty města. S tradičním symbolem znaku města bylo totiž těžké obstát v místech obklopených živější komerční grafikou. Veřejná soutěž na podobu nového loga proběhla v roce 2007 a ze 200 přihlášených návrhů nebyl vybrán jediný vítězný.

---

<sup>24</sup> Zdroj obrázku: *Hradec Králové, oficiální stránky města* [ online ]. 2010-09-13 [cit. 2012-04-05] Logotyp. Dostupné z [www: <http://www.hradeckralove.org/hradec-kralove/logotyp>](http://www.hradeckralove.org/hradec-kralove/logotyp).

Nové logo nakonec vzniklo ve studiu Lenky Dušánkové, která patřila k týmu zpracovávajícím materiály k projektu „Vize města 2006-2009“. Sama autorka k tomu poznamenala: „Pro podporu celého vizuálu jsme vytvořili jednoduchý prvek. Ten se natolik zalíbil, že jsme byli požádáni více jej rozpracovat pro logotyp města. Ve vytvořeném logotypu ctíme otisk Gočárový architektury, urbanismu a funkcionalismu, na který jsme v Hradci velmi hrdí. Barevnost dokresluje vzdušnost a množství parků v srdci města, dynamická perspektiva pak aktivní život. Pevně věřím, že jsme vytvořili důstojnou značku pro moderní a sebevědomé město.“<sup>25</sup> Font loga nebyl kvůli délce názvu města graficky zpracován a svým provedením v moderním a jednoduchém stylu výborně doplňuje dynamický symbol nad ním. Díky tomu bylo dosaženo rovnováhy obou prvků loga.

V užívání je nové logo od ledna roku 2010. V prvních měsících se nové logo neseťkalo s příznivými ohlasy. Obyvatelé města se jen těžko smiřovali s faktem, že se již nebudou setkávat s tradičním znakem města – stříbrným dvouocasým lvem na červeném pozadí držícím v tlapách velké zlaté písmeno G.<sup>26</sup>

Nové logo je možno užívat pouze se souhlasem města na žádosti podané Kanceláři primátora. Příjemci finanční podpory z magistrátu města o souhlas nežádají. Jednoduše logo používají při propagaci projektu, na který mu byla finanční částka poskytnuta. Závazný popis a grafická podoba jsou definovány v Manuálu logotypu města z roku 2009.<sup>27</sup>

---

25 Zpracováno dle: *Font, první grafický časopis* [ online ]. 2009-11-11 [cit. 2012-04-05] Hradec Králové má nové logo. Dostupné z [www: <http://www.font.cz/logo/hradec-kralove-ma-nove-logo.html>](http://www.font.cz/logo/hradec-kralove-ma-nove-logo.html).

26 Zpracováno dle: FRUHWIRTOVÁ, E. *Regiony24.cz* [ online ]. 2010-02-27 [cit. 2012-04-05] Lidem z Hradce Králové se nelíbí nové logo města. Dostupné z [www: <http://www.regiony24.cz/11-79478-lidem-z-hradce-kralove-se-nelibi-nove-logo-mesta>](http://www.regiony24.cz/11-79478-lidem-z-hradce-kralove-se-nelibi-nove-logo-mesta).

27 Zpracováno dle: *Hradec Králové, oficiální stránky města* [ online ]. 2010-09-13 [cit. 2012-04-05] Logotyp. Dostupné z [www: <http://www.hradeckralove.org/hradec-kralove/logotyp>](http://www.hradeckralove.org/hradec-kralove/logotyp).

## 4. Komunikační aktivity v rámci České republiky

### 4.1 Infocentra

Infocentra v místech turistického ruchu usnadňují jednotlivým městům efektivní extenzi poskytování své nabídky přímou cestou až ke koncovým příjemcům – návštěvníkům. Město si je této výhody vědomo a pro zájemce z řad obyvatel města nebo jeho návštěvníků provozuje prostřednictvím městem vlastněné Hradecké vzdělávací a kulturní společnosti dvě informační centra:

- ➔ **Informační centrum Gočárova třída:** výhodná poloha v městském centru na rušné hlavní ulici nedaleko hlavní železniční a autobusové stanice.
- ➔ **Informační centrum Velké náměstí:** v srdci historické části města hned vedle staré radnice a Bílé věže.

Obě infocentra nabízejí služby týkající se turistického ruchu města Hradec Králové, regionu Hradecko i celého Královéhradeckého kraje. Nalezneme zde propagační materiály všech tří subjektů. Pracovníci nabízejí k prodeji i suvenýry od hrnečků, pohledů až k turistickým známčkám. V infocentru na Gočárové třídě mohou návštěvníci zakoupit vstupenky na koncerty či jiné kulturní akce. To vysvětluje, proč zde panuje čilý ruch bez ohledu na turistickou sezónu.

Obě infocentra jsou v provozu celoročně od pondělí do pátku. V sezóně červen-září pak i o víkendech. Infocentra si pro svou interní potřebu vedou statistiky, do kterých mi bylo umožněno nahlédnout. Díky tomu jsem zjistil, že tato infocentra navštěvují převážně ženy. Z přehledu od 1.2.2011 do 27.4.2012 lze vyčíst, že návštěvníky zajímala především oblast kultury (probíhající/nadcházející kulturní akce – 23,65% všech dotazů) a dopravy (vyhledávání spojení, městská doprava aj. - 9,68%). První příčku však obsadily požadavky na prodej – 32,21%. Celkem bylo v uvedeném období pracovníky vyřízeno 3501 požadavků.

Co se týče cizinců, interní statistiky jich evidovaly v uvedeném období rovných 300. Služeb infocenter využili nejvíce Němci (33%), Britové (23%), Slováci (12,67%), Poláci (11%), Rusové (9,33%) a Francouzi (7%).

### 4.2 Calendarium Regina

Pro potřeby vytvoření komplexního přehledu kulturních a jiných událostí město Hradec Králové iniciovalo vznik Calendaria Regina. Tato tiskovina je vydávána s roční periodicitou v česko-anglické mutaci. Její internetová verze má navíc verze také v němčině, francouzštině, italštině, polštině a ruštině.

### **4.3 Veletrhy cestovního ruchu v České republice**

Hradec Králové svou propagaci pro domácí návštěvníky uskutečňuje také formou účastí na veletrzích cestovního ruchu. Tradičně znamená počátek roku prezentaci města v rámci Královéhradeckého kraje na brněnském veletrhu Go a Regiontour. V únoru se stejným způsobem krajská metropole propaguje v Praze na středoevropském veletrhu cestovního ruchu Holiday World. Na domácí půdě, v kongresovém centru Aldis, se Hradec Králové v březnu účastní veletrhu Infotour a cykloturistika.

Město se na žádném veletrhu neprezentuje samostatně, vždy pouze jako součást prezentace Královéhradeckého kraje nebo regionu Hradecko. V rámci členství ve sdruženích Královská věnná města a Česká inspirace je Hradec Králové propagován spolu s ostatními členskými městy. Někdy však dochází k paradoxu, kdy je město propagováno dvakrát, v rámci kraje nebo oblasti a stánkem Hradeckou kulturní a vzdělávací společností.

### **4.4 Témata roku**

Od roku 2010 spustil magistrát spojení turistických sezón s určitým tématem. V každé tématické sezóně jsou vydávány propagační materiály, které téma návštěvníkům více přibližují. Součástí bývají i akce pro veřejnost, které mají téma návštěvníkům města blíže představit.

#### **4.4.1 Rok architektury 2010**

Premiérou bylo téma architektury města. Město si u této příležitosti připomnělo 100 let tvorby moderní architektury, která městu vtiskla dnešní tvář. Magistrátem byly vydány tištěné materiály související s tématem. Hlavním počinem bylo vydání aktualizované mapy města s názvem *1910-2010: 100 let moderní architektury v Hradci Králové* s popisy architektonických skvostů města.

Hradec Králové také uspořádal veřejné akce. U příležitosti Jarního vítání turistů byl otevřen IV. vycházkový okruh doplňující stávající tři a zaměřující se na současnou architekturu. Osobnost Josefa Gočára si město připomnělo akcemi pro odbornou i širokou veřejnost. Symposium Gočár, premiéra stříhového filmu Šumný Gočár z cyklu Šumných měst<sup>28</sup> byly jedněmi z nich. Lidé měli možnost si prohlédnout i jinak nepřístupné objekty nebo zhlédnout výstavu současné tvorby hradeckých architektů.<sup>29</sup>

#### 4.4.2 Rok rodiny 2011



Obr. 2: Logo Královéhradecký rok rodiny 2011

Druhý tématický ročník se nesl v rodinném duchu, a to doslova – téma bylo Rok rodiny. Poprvé bylo představeno logo, které je z větší míry odvozeno od nového loga města (viz Obr. 2<sup>30</sup>).

Rodiče mohli vybírat z bohatšího repertoáru tiskovin. *Příručka pro dobrodružné rodiny* doporučovala místa a činnosti vhodné k zabavení ratolestí, *Místa přátelská rodině* nabídla seznam míst vhodných pro trávení volného času.<sup>31</sup>

---

28 Zpracováno dle: *Hradec Králové: oficiální stránky statutárního města* [ online ]. 2010-09-06 [cit. 2012-04-23] Nechte se oslovit Gočárem. Dostupné z www: <<http://www.hradeckralove.org/zivot-ve-meste/nechte-se-oslovit-gocarem>>.

29 Zpracováno dle: *Hradec Králové: oficiální stránky statutárního města* [ online ]. c2010 [cit. 2012-04-23] Rok architektury (2010). Dostupné z www: <<http://www.hradeckralove.org/zivot-ve-meste/rok-architektury>>.

30 Zdroj obrázku: *Hradec Králové: oficiální stránky statutárního města* [ online ]. 2012-02-15 [cit. 2012-04-23] Rok rodiny. Dostupné z www: <<http://www.hradeckralove.org/zivot-ve-meste/rok-rodiny>>.

31 Zpracováno dle: *Hradec Králové: oficiální stránky statutárního města* [ online ]. 2012-02-15 [cit. 2012-04-23] Rok rodiny. Dostupné z www: <<http://www.hradeckralove.org/zivot-ve-meste/rok-rodiny>>.

Vydáním *Hravé mapy* s omalovánkami a samolepkami město projevilo zájem i o zpětnou vazbu návštěvníků – po odevzdání anketního lístku na vybraných místech dostali respondenti sadu voskovek. Magistrát se v dotazníku zajímal o počet osob, datum návštěvy, místo získání *Hravé mapy* a na nejlepší zážitek z návštěvy Hradce Králové. Kromě toho město zřídilo speciální emailovou adresu [rodina@mmhk.cz](mailto:rodina@mmhk.cz), kam bylo možné zasílat postřehy, nápady nebo dojmy. Z doprovodných akcí v rámci Roku rodiny bych zmínil prohlídku Bílé věže za účasti strašidel, hledání pokladu na Stříbrném rybníku nebo netradiční dětský den s vojenskou technikou.<sup>32</sup>

## **4.5 Členství města ve sdruženích**

### **4.5.1 Česká inspirace**

Sdružení bylo založeno roku 1995 jako dobrovolný svazek obcí šesti historických měst v Čechách a na Moravě. Dnes jich svazek tvoří již osm a jeho heslem je „Města plná života“. Česká inspirace má za cíl podporovat rozvoj cestovního ruchu zaměřením na kulturní nabídku členských měst. Sdružení vydává vlastní propagační materiály ve třech jazykových mutacích, svůj stánek má na tuzemských i zahraničních veletrzích cestovního ruchu.<sup>33</sup>

### **4.5.2 Královská věnná města**

Sdružují devět měst, která byla v minulosti věnována královnám. V duchu středověku se nese i komunikace. V letech 2009-2011 byly vytvořeny propagační materiály pro „prince a princezny“ (děti) a „královské rodiny“.

Na rok 2012 se připravují materiály pro cílové skupiny adrenalinových požitkářů, seniorů, cyklistů a in-line bruslařů.<sup>34</sup> Sdružení se v březnu 2012 poprvé prezentovalo vlastním stánkem na veletrhu Infotour a cykloturistika.<sup>35</sup>

---

32 Zpracováno dle: *Hradec Králové: oficiální stránky statutárního města* [ online ]. 2011-07-02 [cit. 2012-04-23] Akce roku rodiny. Dostupné z [www: <http://www.hrdeckralove.org/zivot-ve-meste/akce-roku-rodiny>](http://www.hrdeckralove.org/zivot-ve-meste/akce-roku-rodiny).

33 Zpracováno dle: *Česká inspirace* [ online ]. 2011-07-02 [cit. 2012-04-30] O České inspiraci. Dostupné z [www: <http://www.ceskainspirace.cz/o-nas/#zacatek>](http://www.ceskainspirace.cz/o-nas/#zacatek).

34 Zpracováno dle: *Královská věnná města* [ online ]. c2012 [cit. 2012-04-29] Brány královských věnných měst otevřené. Dostupné z [www: <http://www.vennamesta.cz/13/Brany\\_kralovskych\\_vennych\\_mest\\_otevrene/>](http://www.vennamesta.cz/13/Brany_kralovskych_vennych_mest_otevrene/).

35 Zpracováno dle: *Trutnov: oficiální stránky města* [ online ]. c2012 [cit. 2012-04-29] Veletržní premiéra královských věnných měst. Dostupné z [www: <http://www.trutnov.cz/nase-mesto/veletrzni-premiera-kralovskych-vennych-mest>](http://www.trutnov.cz/nase-mesto/veletrzni-premiera-kralovskych-vennych-mest).



### **4.5.3 Sdružení historických sídel Čech, Moravy a Slezska**

Tato nevládní organizace sdružuje 212 obcí nebo jejích částí, ve kterých se dochovaly kulturní hodnoty, zejména nemovité památky. Činnost sestává z propagace významu kulturního dědictví. To zahrnuje pořádání akcí pro veřejnost - výstav, seminářů a konferencí – a vydávání materiálů v tištěné a elektronické verzi propagující kulturní dědictví v historických městech České republiky. Sdružení je také garantem pořádání Dnů evropského dědictví v naší zemi.<sup>36</sup>

---

<sup>36</sup> Zpracováno dle: *Sdružení historických sídel Čech, Moravy a Slezska* [ online ]. c2012 [cit. 2012-04-29] Činnost sdružení. Dostupné z [www:<http://www.shscms.cz/cinnost-sdruzeni.html>](http://www.shscms.cz/cinnost-sdruzeni.html).

## 5. Zahraniční komunikační aktivity

Většina zahraničních aktivit města se odehrává prostřednictvím partnerských měst. Mimoto se Hradec Králové zapojuje do nejrůznějších akcí a mezinárodních projektů. Presentace města probíhá i formou účasti na veletrzích cestovního ruchu v zahraničí.

### 5.1 Partnerská města

Počátky mezinárodní spolupráce mezi městy se datuje až do 60. let 20. stol., kdy se v tehdejší Československu politické poměry více uvolnily. Po roce 1989 v souvislosti s reformou územní správy a samosprávy došlo k dalšímu posunu. Města již mohla navazovat partnerské a jiné svazky s obcemi dle svého výběru. V rámci spolupráce se sousedními zeměmi je právě formát partnerství mezi městy jedním z nejdůležitějších, neboť probíhá i na úrovních osobního setkávání mezi představiteli jednotlivých měst. Partnerství také napomohla vytvoření další spolupráce na úrovni přeshraničních euroregionů.<sup>37</sup> V současnosti má Hradec Králové devět partnerských měst.

#### 5.1.1 Alessandria (Italská republika)

Partnerským městem se Alessandria stala roku 1961 a současná spolupráce se soustřeďuje na oblast školství a kultury. Byla navázána spolupráce nejen mezi univerzitami obou měst, ale i na úrovni středního a základního školství.<sup>38</sup> Hotel pojmenovaný po tomto italském městě se nachází na Slezském předměstí.

---

<sup>37</sup> Zpracováno dle: *Zlín: oficiální stránky města* [online]. 2008-12-03 [cit. 2012-04-09] Historie partnerských vztahů měst v ČR. Dostupné z [www: <http://www.zlin.eu/page/21114.historie-partnerskych-vztahu-mest-v-cr/>](http://www.zlin.eu/page/21114.historie-partnerskych-vztahu-mest-v-cr/).

<sup>38</sup> Zpracováno dle: *Hradec Králové: oficiální stránky statutárního města* [online]. 2010-10-18 [cit. 2012-04-09] Alessandria (Itálie). Dostupné z [www: <http://www.hrdeckralove.org/hradec-kralove/alessandria>](http://www.hrdeckralove.org/hradec-kralove/alessandria).

### 5.1.2 Arnhem (Nizozemské království)

Smlouva o partnerské spolupráci byla podepsána roku 1992. Společným projektem, kterého se obě města účastnila, byl Sociálně-ekonomický rozvoj Hradce Králové. V letech 2004-2005 byl Hradec Králové také partnerem Svazu nizozemských obcí.<sup>39</sup>

### 5.1.3 Banská Bystrica (Slovenská republika)

Partnerství s Hradcem Králové vzniklo roku 1950. Partnerská smlouva byla obnovena v roce 1996. Města spolupracují zejména v oblasti sportu a kultury. Představitelé města navštěvují Banskou Bystricu u příležitosti oslav města a Radvanského jarmoku. Banskobytričtí se naopak i s uměleckými soubory účastní královéhradeckých dožíněk.<sup>40</sup>

### 5.1.4 Černihiv (Ukrajina)

Kontakty obou měst se datují do roku 1966, kdy byla obě města v tzv. družbě. Partnerský svazek formálně vznikl až roku 2010, kdy došlo k podepsání partnerských smluv. I přes krátkou dobu trvání se již podařilo realizovat některé akce. Hradec Králové kupříkladu uspořádal výstavu o díle Josefa Gočára<sup>41</sup>, která byla součástí oficiálního programu oslav dne města Černihiv. Díky partnerství obou měst proběhlo v srpnu 2011 setkání aktivní mládeže z Ruska, Běloruska a Ukrajiny poprvé s českou účastí.<sup>42</sup>

---

39 Zpracováno dle: *Hradec Králové: oficiální stránky statutárního města* [ online ]. 2011-07-22 [cit. 2012-04-09] Arnhem (Nizozemí). Dostupné z [www: <http://www.hradeckralove.org/hradec-kralove/arnhem>](http://www.hradeckralove.org/hradec-kralove/arnhem).

40 Zpracováno dle: *Hradec Králové: oficiální stránky statutárního města* [ online ]. 2010-10-20 [cit. 2012-04-09] Banská Bystrica. Dostupné z [www: <http://www.hradeckralove.org/hradec-kralove/banska-bystrica>](http://www.hradeckralove.org/hradec-kralove/banska-bystrica).

41 Zpracováno dle: *Hradec Králové: oficiální stránky statutárního města* [ online ]. 2011-10-20 [cit. 2012-04-25] Černihiv/Černigov (Ukrajina). Dostupné z [www: <http://www.hradeckralove.org/hradec-kralove/cernihiv-cernigov-ukrajina?lred=1>](http://www.hradeckralove.org/hradec-kralove/cernihiv-cernigov-ukrajina?lred=1)

42 Zpracováno dle: *Hradec Králové: oficiální stránky statutárního města* [ online ]. 2011-09-15 [cit. 2012-04-25] Ukrajinský Černihiv hostil mezinárodní tábor mládeže. Dostupné z [www: <http://www.hradeckralove.org/noviny-a-novinky/ukrajinsky-cernihiv-hostil-mezinarodni-tabor-mladeze>](http://www.hradeckralove.org/noviny-a-novinky/ukrajinsky-cernihiv-hostil-mezinarodni-tabor-mladeze).

### **5.1.5 Gießen (Spolková republika Německo)**

Města podepsala smlouvy o spolupráci již v roce 1990. Těžištěm jejich partnerství je oblast kultury, školství a sportu. Z oblasti školství tak došlo v říjnu 2009 k výměně zkušeností ředitelů základních škol a v květnu 2010 se vybraní žáci základních škol v Gießenu zúčastnili Hradeckých sportovních her, kde své síly poměřili se žáky hradeckých a alessandrijských škol.<sup>43</sup>

### **5.1.6 Kaštela (Chorvatská republika)**

Kaštela je letoviskem při pobřeží Jaderského moře, je tedy jasné, že největší míra spolupráce s Hradcem Králové se děje prostřednictvím oblasti turistického ruchu. Jaká je konkrétní činnost této spolupráce, veřejné zdroje z magistrátu města bohužel neuvádí. Města spolupracují od roku 1992.<sup>44</sup>

### **5.1.7 Metz (Francouzská republika)**

Spolupráci mezi oběma městy můžeme pozorovat zejména v oblasti vzdělávání a kultury. Hradečtí zástupci se pravidelně účastní Slavností Mirabelek, oslav symbolu lotrinské kuchyně, a na Nuit Blanche se prezentují umělci z Hradce Králové. Zástupci Mét se pak účastní Královéhradeckých slavností sborového zpěvu.<sup>45</sup>

### **5.1.8 Wałbrzych (Polská republika)**

Již od počátku partnerství mezi městy od roku 1991 je možno tuto spolupráci popsat jako nejaktivnější ze všech devíti partnerských měst Hradce Králové. Obě města se společně angažují v oblasti ochrany životního prostředí a sportu. Dále došlo k podepsání partnerské smlouvy ke vzdělávacím projektům v rámci programu INTERREG III. Z oblasti turismu byl významným počinem vydání průvodce *Z Wałbrzychu do Hradce Králové*.<sup>46</sup>

---

43 Zpracováno dle: *Hradec Králové: oficiální stránky statutárního města* [ online ]. 2011-11-15 [cit. 2012-04-25] Giessen (Německo) . Dostupné z [www: <http://www.hradeckralove.org/hradec-kralove/giessen>](http://www.hradeckralove.org/hradec-kralove/giessen).

44 Zpracováno dle: *Hradec Králové: oficiální stránky statutárního města* [ online ]. 2010-10-20 [cit. 2012-04-25] Kaštela. Dostupné z [www: <http://www.hradeckralove.org/hradec-kralove/kastela>](http://www.hradeckralove.org/hradec-kralove/kastela).

45 Zpracováno dle: *Hradec Králové: oficiální stránky statutárního města* [ online ]. 2010-10-19 [cit. 2012-04-25] Metz (Francie) Dostupné z [www: <http://www.hradeckralove.org/hradec-kralove/metz>](http://www.hradeckralove.org/hradec-kralove/metz).

46 Zpracováno dle: *Hradec Králové: oficiální stránky statutárního města* [ online ]. 2010-10-19 [cit. 2012-04-30] Wałbrzych (Polsko) Dostupné z [www: <http://www.hradeckralove.org/hradec-kralove/walbrzych>](http://www.hradeckralove.org/hradec-kralove/walbrzych).

Nejvýraznější část spolupráce se však odehrává v rámci společného projektu „Hradec Králové – Walbrzych, města kultury“ zaměřující se na kulturní integraci obou měst. Projekt zahrnuje realizaci pěti projektů:

1. Vydání příručky *Walbrzych, Hradec Králové – kulturní fascinace*

- česko-polská a německoanglická jazyková mutace

2. Kulturní víkendy obou měst

- prezentace české a polské kultury v rámci dvou víkendů v Hradci Králové (květen 2010) a ve Valbřichu (září 2010)

- koncerty, promítání českých a polských filmů, výstavy a piknik pro oživení veřejných prostor

3. Fotografické dílny „Polsko a Čechy objektivem“

- uskutečnění čtyř fotografických plenérů pro 30 účastníků ve věku 18-26 let z obou měst pod vedením lektora

- pořízené fotografie budou použity na putovní výstavu, tisk pohlednic a katalog fotografií

4. Vytvoření kulturní stezky ve Valbřichu a informačního materiálu o kulturních institucích obou měst

- vznik kulturní stezky po vzoru vycházkových okruhů v Hradci Králové

- vydání kulturních map a informačních materiálů o kulturních institucích

5. Závěrečná konference ve Valbřichu

- konání v říjnu 2010, představení proběhlých akcí a představení aktivit v budoucnu<sup>47</sup>

---

47 Zpracováno dle: *Hradec Králové: oficiální stránky statutárního města* [ online ]. c2010 [cit. 2012-04-30] Walbrzych, Hradec Králové – města kultury. Dostupné z [www: <http://www.hradeckralove.org/zivot-ve-meste/walbrzych-hradec-kralove-mesta-kultury>](http://www.hradeckralove.org/zivot-ve-meste/walbrzych-hradec-kralove-mesta-kultury).

### **5.1.9 Wrocław (Polská republika)**

I přes nedávný vznik partnerství v roce 2003 spolu obě města již spolupracují v oblasti školství, kultury a sportu. Hradec Králové s Vratislaví také intenzivně jednal o dostavbě dálnice D11, která bude mít pozitivní dopad nejen na turistický ruch. Vratislavští se zúčastnili Oslav královny Elišky v roce 2009, ve stejném roce nejvyšší hradečtí představitelé navštívili konferenci Fórum evropských občanů. Partnerství s Vratislaví v sobě má potenciál zejména s souvislostí s titulem Evropské hlavní město kultury, jehož nositelem bude polská metropole roku 2016.<sup>48</sup>

### **5.2 Zahraniční veletrhy cestovního ruchu**

Hradec Králové se snaží přilákat na své kulturní akce i návštěvníky ze zahraničí. Roku 2010 se město prezentovalo na významných veletrzích cestovního ruchu. Konkrétně se jednalo o prezentaci v rámci České republiky na veletrhu 50+Beurs v nizozemském Utrechtu. V říjnu 2010 se město v rámci propagace Královéhradeckého kraje účastnilo v ruském Petrohradu veletrhu INWETEX-CIS, čímž reagovalo na nárůst zájmu o region z řad obyvatel států bývalého Sovětského svazu.<sup>49</sup> Hradec Králové byl i součástí prezentace regionu Hradecko na veletrhu Vacances v Bruselu.<sup>50</sup>

---

48 Zpracováno dle: *Hradec Králové: oficiální stránky statutárního města* [ online ]. 2011-07-22 [cit. 2012-04-30] Wrocław (Polsko) Dostupné z www: <<http://www.hradeckralove.org/hradec-kralove/wroclaw>>.

49 Zpracováno dle: *Hradec Králové: oficiální stránky statutárního města* [ online ]. 2010-09-21 [cit. 2012-04-30] Město Hradec Králové se prezentuje i v zahraničí. Dostupné z www: <<http://www.hradeckralove.org/urad/mesto-hradec-kralove-se-prezentuje-i-v-zahranici>>.

50 Zpracováno dle: *Hradec Králové: oficiální stránky statutárního města* [ online ]. c2010 [cit. 2012-04-23] Hradec Králové na významných veletrzích cestovního ruchu. Dostupné z www: <<http://www.hradeckralove.org/zivot-ve-meste/hradec-kralove-na-vyznamnych-veletrzich-cestovniho-ruchu>>.

## 6. Analýza komunikace města

Předchozí kapitoly se věnovaly popisu komunikačních aktivit města Hradce Králové v letech 2009–2011. Zde však budu věnovat prostor zhodnocení těchto aktivit. Za cíl si kladu odhalit slabá místa komunikace a navrhnout možná doporučení na jejich vylepšení v budoucím období. Ta by měla pomoci krajskému městu ještě více vyniknout v konkurenci ostatních míst turistického ruchu, neboť konkurence v cestovním ruchu neustále roste a je třeba Hradec Králové jasně vymezit.

### 6.1 SWOT analýza současného stavu

#### ◆ Strengths (silné stránky)

- výhodná geografická poloha uprostřed východních Čech a 100 km od hlavního města
- dobré dopravní spojení (železniční uzel regionálních tratí a křižovatka silnic I. třídy a dálnice D11, 120 km od mezinárodního letiště Praha-Ruzyně)
- existence historických památek, zachovalé středověké jádro
- funkce krajského sídla, obchodní středisko a kulturní centrum nadregionálního významu
- vybudovaná kongresová infrastruktura
- existence areálu vhodného pro pořádání kulturních akcí s několikatísícovou návštěvností (Festivalpark)
- univerzitní město (ve městě mají své fakulty tři univerzity: Univerzita Hradec Králové, Univerzita Karlova, Univerzita obrany)
- nížinatý charakter města, dostatek zeleně ve městě (snadný pohyb po městě)

#### ◆ **Weaknesses** (slabé stránky)

- neexistence řízení jednotlivých komunikačních aktivit z jednoho místa (např. spolupráci s partnerskými městy probíhá přes Kancelář primátora, kdežto většina aktivit v cestovním ruchu zajišťuje Odbor kultury, sportu a cestovního ruchu)
- konkurence velikostně i geograficky blízkých Pardubic
- nedostatečná kapacita ubytovacích zařízení vysoké kvality zejména pro potřeby kongresového cestovního ruchu (ve městě jsou pouze tři čtyřhvězdičkové hotely a pět tříhvězdičkových<sup>51</sup>)
- absence vlastní prezentace města na veletrzích cestovního ruchu (město je propagováno v rámci České republiky, Královéhradeckého kraje nebo regionu Hradecko)
- komunikace s partnerskými městy s výjimkou Valbřichu je na nízké úrovni (zpravidla se představitelé jednotlivých měst setkávají na pár akcích ročně nebo spolupracují na projektu – chybí kontinuita)

#### ◆ **Opportunities** (příležitosti)

- vyčlenění nového odboru speciálně pro cestovní ruch a komunikaci v něm
- posílení prezentace města
- navázání těsnější spolupráce s ostatními partnerskými městy
- jasné vymezení profilace města
- užití dalších komunikačních kanálů

#### ◆ **Threats** (hrozby)

- možné zrušení velkých akcí, které se ve městě konají, nebo jejich přesun jinam
- odliv kongresových návštěvníků do jiných měst
- finanční krize a s tím související dopad na celý cestovní ruch

---

51 Dle: *Český statistický úřad* [ online ]. 2012-04-10 [cit. 2012-04-29] Hromadná ubytovací zařízení České republiky. Dostupné z [www:<http://www.czso.cz/lexikon/uz.nsf/uz?openform&:569810>](http://www.czso.cz/lexikon/uz.nsf/uz?openform&:569810).



## **6.2 Cíle vycházející ze SWOT analýzy**

### **6.2.1 Vytvoření odboru pro cestovní ruch**

Město se potýká s nejednotným organizováním komunikace v oblasti cestovního ruchu. Odbor kultury, sportu a cestovního ruchu spolupracuje při pořádání akcí ve městě. Vytváří propagační materiály města s novým logem. Zajišťuje účast města na veletrzích cestovního ruchu nebo činnost související s účastí města ve sdruženích cestovního ruchu. Celkově tak odbor zodpovídá za metodickou, analytickou a koncepční činnost v cestovním ruchu města. Komunikace s partnerskými městy je organizována pracovníky Kanceláře primátora. Jelikož spolupráce sestává nejen z oblasti turistického ruchu, ale např. i školství, je toto zvláštní zařazení na místě. Avšak tím pádem může docházet k nedůsledné komunikaci města v cestovním ruchu.

Jako řešení je možné vyčlenění nového Odboru pro cestovní ruch na magistrátu, který by se zabýval pouze činnostmi v této oblasti. Tím by se měly eliminovat různé úrovně činnosti pro cestovní ruch těchto dvou oddělení magistrátu. Zároveň by se tím mohl nový Odbor kultury a sportu plně soustředit na místní záležitosti týkající se samotného města. Odbor pro cestovní ruch by tak vytvořil místo, odkud by se řídil celý destinační marketing města Hradce Králové.

### **6.2.2 Posílení prezentace města**

Hradec Králové by měl zvážit, jakými způsoby by mohl komunikaci směrem k návštěvníkům ještě více zefektivnit. Osobně bych navrhol se soustředit na dvě oblasti: veletrhy a outdoor.

#### **6.2.2.1 Veletržní účast**

Městu bych také doporučil zvážit dosavadní způsob prezentace na veletrzích cestovního ruchu. Dosavadní praxe spočívala v tom, že statutární město Hradec Králové bylo jedním ze spoluvystavovatelů v rámci Královéhradeckého kraje někdy paradoxně i s Hradeckou kulturní a vzdělávací společností.<sup>52</sup> Výsledkem byla bohužel roztříštěnost a zmatečnost hradecké prezentace, nehledě na krajskou konkurenci Českého ráje nebo Krkonoš.

---

52 Dle: *BVV Veletrhy Brno* [ online ]. c2011 [cit. 2012-04-22] Můj katalog firem GO, REGIONTOUR. Dostupné z [www:< http://www.bvv.cz/go-regiontour/2011/muj-ikatalog-firem/>](http://www.bvv.cz/go-regiontour/2011/muj-ikatalog-firem/).

Hradec Králové by se dle mého názoru měl prezentovat výraznějším a samostatným stánkem na těchto veletrzích. Stánek by se od ostatních mohl odlišovat např. funkcionalistickým vzezřením nebo stojanem na letáky v podobě makety Bílé věže.

### **6.2.2.2 Outdoor**

Tyto osvětlené reklamní vitríny jsou v Hradci Králové používány zejména pro prezentaci *Calendaria Regina* s výčtem nadcházejících akcí. Tato forma komunikování je pro tento účel dobrá, neboť citylighty stojí na frekventovaných místech ve městě včetně zastávek městské hromadné dopravy. Zájemcům pak dávají možnost v jakoukoli denní dobu si program v klidu pročíst. Jelikož tyto akce jsou namířeny především na regionální publikum, myslím si, že by stálo za úvahu v exponovaných měsících červnu (Divadlo evropských regionů), září (Czech International Air Fest) a říjnu (Jazz Goes to Town) umístění tohoto programu do citylightů i ve velkých městech s dobrou dopravní dostupností – v Pardubicích a Praze. Je totiž předpoklad, že zájem o tyto akce je nadregionální. Outdoorová prezentace by měla být v blízkosti kulturních institucí, protože se tím zvyšuje pravděpodobnost zásahu cílové skupiny navštěvující a mající zájem o tyto akce.

### **6.2.3 Navázání těsnější spolupráce s partnerskými městy**

Ačkoli má město v současnosti podepsané partnerské smlouvy o spolupráci s devíti městy v zahraničí, aktivity s nimi můžeme popsat jako chabé a slabé. V největší míře probíhá spolupráce jen s polským Valbřichem, kulturně a geograficky velice podobným městem. Celkem přirozeně se tak nabízí posílení komunikace a spolupráce s ostatními partnerskými městy, a to v první fázi hlavně s těmi ležícími v zemích, odkud se rekrutuje nejvíce zahraničních návštěvníků Královéhradeckého kraje. Jedná se tedy o německý Gießen, polskou Vratislav, nizozemský Arnhem a slovenskou Báňskou Bystricu.<sup>53</sup> Polský Valbřich má z mého pohledu spolupráci s Hradcem Králové nadprůměrně kvalitní, tudíž by mohla do jisté míry sloužit jako vzor.

Navrhoval bych vznik propagačních materiálů propagující obě města, Hradec Králové a konkrétní partnerské město. Materiály by byly samozřejmě v bilingvní a měly by být k dispozici v informačních centrech obou měst.

---

53 Dle: *Královéhradecký kraj* [ online ], 2012-02-27 [cit. 2012-04-22] Vývoj počtu přenocování cizinců v HUZ v KHK v období 2000-2010. Dostupné z [www: <http://www.kr-kralovehradecky.cz/cz/krajsky-urad/cestovni-ruch/statistiky/statistiky-29737/>](http://www.kr-kralovehradecky.cz/cz/krajsky-urad/cestovni-ruch/statistiky/statistiky-29737/).

Taktéž stojí za úvahu pořádání kulturních a společenských akcí v obou městech, případně účast na některé již zavedené akci. Tím by se dostalo druhé město více do povědomí účastníků těchto akcí a jistě existuje šance, že by se výsledek těsnější spolupráce projevil na počtu příjezdů návštěvníků.

#### **6.2.4 Jasná profilace města**

Na propagačních materiálech města se o Hradci Králové píše jako o historickém městě s památkami. Ty tu skutečně jsou, jenže podobných historických měst s památkami je v okolí hned několik: Opočno, Nové Město nad Metují nebo Rychnov nad Kněžnou. Jejich výhodou je i to, že kromě historických památek v centru mají i zámek. To milovníky historie přiláká více než město s pár zachovalými památkami. Propagační materiály vyzdvihují i urbanistickou krásu města, ta sice činí z města unikát, ale je otázkou, kolik návštěvníků v cestovním ruchu bude motivováno k cestě právě díky urbanismu města.

Návštěvníci vyhledávají hlavně zábavu a zážitky. Zkrátka to, co jinde nenajdou. To si město uvědomilo a stalo se každoročním dějištěm velkých kulturních akcí včetně těch se zahraničními účinkujícími. V této činnosti jednoznačně doporučuji městu pokračovat. Jen tak se město jasně vymezí a vybuduje pověst destinace kulturních akcí. Výhodu toho směřování vidím i v možnosti rozplánování akcí tak, aby návštěvníci přijížděli do města v určitých intervalech pokud možno po celý rok. Tím se vyhne město tradiční prázdninové návštěvní špičce v červenci a srpnu živené především návštěvníky festivalů ve Festivalparku. Toto jistě ocení nejen samotné město, ale i podnikatelé ve službách.

#### **6.2.5 Využití nových komunikačních kanálů**

Město Hradec Králové spoléhá v komunikaci v cestovním ruchu zejména na nadlinkové komunikační aktivity. Těžiště propagace leží hlavně na tištěných materiálech. Dále je využít outdoor ve formě citylightů po městě. Na veletrzích jsou promítána krátká videa o městě. Nabízí se však více možností.

## **1) Sociální sítě**

Dosud město pomíjí jejich význam, který se stal fenoménem poslední doby. Navrhoval bych vytvoření destinační stránky města na Facebooku. Výhodou by bylo lepší cílení zejména na mladší cílovou skupinu a také rychlé dodání informací odběratelům v případě např. zrušení akce kvůli nepřízní počasí. Další výhodou je bezesporu interaktivita s uživateli sociální sítě. Na profilu by bylo možno vkládat multimediální obsah, prosté psané informace, vytvářet ankety nebo se i uživatelům aktivně klást otázky související s Hradcem Králové.

## **2) Youtube**

Internet však nabízí další možnosti. Propagační spoty, které jsou dnes umístěny na oficiálních stránkách města, by se měly přesunout na Youtube. Navrhují, aby se zde vytvořil i oficiální profil města a byla přidávána videa z akcí konaných v průběhu celého roku. Pokud by byla videa přeložena alespoň do angličtiny nebo doplněna titulky, měla by šanci zaujmout potenciální návštěvníky i touto netradiční cestou.

## **3) Webkamery**

Taktéž se mi jeví jako dobrý nápad využití webových kamer, které by živě snímaly dění ve městě. Zvláště v době pořádání venkovních akcí a při dobrém zaměření kamer by město mohlo žít i online.

## **4) Virtuální prohlídky**

Na turistické internetové prezentaci města je možné si prohlédnout fotogalerii významných míst ve městě. Hradec Králové je ale město dynamické a to by se mělo odrazit i v této části. Jako dobrý způsob, jak toho dosáhnout, je podle mě virtuální prohlídka. Nabízejí se dvě možnosti: zhotovení buď samotným magistrátem města nebo prostřednictvím projektu podobným Google Art. V prvním případě by se jednalo o umístění na turistické stránky města, v případě druhém by byla nafocená místa celosvětově přístupná přes aplikaci Google Street View, pro kterou nyní probíhá focení ulic přímo v Hradci Králové.<sup>54</sup> Google Art Project se však týká virtuálního zpřístupnění objektů, které většinou vlastní město nebo jiné instituce. Proto by bylo v případě zájmu obeznámit s nápadem samotnou společnost Google Česká republika.

---

<sup>54</sup> Dle: *Google mapy Česko* [online]. c2012 [cit. 2012-04-22] Kde právě jezdí naše auta. Dostupné z [www: <http://maps.google.cz/intl/cs/help/maps/streetview/learn/where-is-street-view.html>](http://maps.google.cz/intl/cs/help/maps/streetview/learn/where-is-street-view.html).

## **6.3 Návrh komunikační strategie**

### **6.3.1 Nabízený produkt města**

Identifikace produktu v námi řízené marketingové komunikaci je důležitá pro tvorbu účinné a efektivní marketingové komunikace. Pro město Hradec Králové jsem po analýze jeho situace navrhnul dva směry, kterými by se město mělo do budoucna více profilovat: kulturní akce a kongresy. Bude tedy potřeba potlačit stránku historickou. Dále je potřeba ujasnit, na jaké cílové skupiny bude nová marketingová strategie cílit.

#### **6.3.1.1 Kongresová destinace**

Cílovou skupinou pro toto sdělení je spíše odborná veřejnost. Město však stojí před nelehkým rozhodnutím. Vybaveností kongresové infrastruktury patří ke špičce, ubytovací kapacity však s tímto faktem nekorespondují. I to je zřejmě jedním z důvodů, proč se ve městě pořádají kongresy regionálního nebo státního charakteru většinou jednodenní.

Významným faktorem na pořádání kongresů je existence farmaceutických a lékařských fakult, ty totiž výrazně napomáhají k pořádání kongresů tohoto zaměření. Je ovšem otázkou, do jaké míry je v tomto zainteresováno samotné město.

Prioritou by však měla být progresivnější propagace města jako kongresové destinace. Tím může být inzerce v odborných tiskovinách zabývajících se cestovním ruchem, kongresy atp. Další možnost poskytují jednotlivé veletrhy nejen cestovního ruchu, ale i ty specializované na jiné obory. Zvláště medicínské kongresy by ve městě měly větší šanci zakotvit díky fakultám Univerzity obrany a Univerzity Karlovy.

#### **6.3.1.2 Město zábavy a kultury**

Určit přesnou cílovou skupinu tohoto sdělení je úkolem spíše pro kvalifikovaný výzkum. Já se však pokusím identifikovat hlavní skupiny návštěvníků a způsob, jakým by bylo možné na ně s naším sdělením zacílit.

- 1) **Mládež 15-30 let** – většinou účastníci letních festivalů ve Festivalparku, zpravidla jezdí ve skupinách, spí ve stanech a utrácí za zábavu.

Tato skupina vyhledává informace především na internetu, a to především ty týkající se vybraného festivalu. Do města přijíždí jenom kvůli němu a město a jeho nabídka je moc nezajímá. Pokud ano, tak jde spíše aktivní využití volného času. Stálo by tedy za zvážení po dohodě s pořadatelem nejnavštěvovanějších festivalů Hip Hop Kemp a Rock for People umístit na hlavní stránky těchto akcí stylizované bannery s logem města a výzvami.

„Máš žízeň?“ by po kliknutí nabídlo seznam hospod a restaurací, kde by byla uvedena i přibližná cenová hladina nápojů. „Potřebuješ zchladit?“ zobrazí seznam plaveckých areálů ve městě. Vzhledem ke každoročním problémům se sprchami během festivalů by se mohla najít nemalá skupina lidí, která by tuto nabídku využila. „Chceš víc adrenalinu?“ uživateli zobrazí informaci o nově otevřeném Czechringu, kde by si mohl vyzkoušet divokou jízdu v automobilu. Město by tak pro cílovou skupinou bylo „kámošem, co poradí, jak obohatit zážitky z festivalu“.

I přestože by tyto bannery odkazovaly většinou na soukromé subjekty, mohly by napomoci této cílové skupině zůstat ve městě déle a tím zvýšit příjmy z cestovního ruchu. Již nyní město prostřednictvím dopravního podniku organizuje kyvadlovou dopravu pro návštěvníky obou festivalů a propaguje jejich konání v kulturním přehledu Calendarium Regina. Tato doplňující bannerová propagace se mi tak jeví jako přirozený akt prohloubení spolupráce mezi městem a pořadatelem festivalů. Další z možností by bylo i vydávání speciálních tištěných brožur pro účastníky s informacemi ze zmíněných bannerů a od pořadatelů festivalů a jejich rozdávání na stanicích kyvadlové dopravy ve dnech konání.

- 2) **Rodiny s dětmi** – aktivní většinou o víkendech, vyhledávají různorodou zábavu, kterou zabaví své ratolesti.

U této skupiny se očekává častější a pravidelnější návštěva města než je to u předchozí skupiny mladých. Hradec Králové se na tuto skupinu zaměřil již dříve Rokem rodiny 2011. Zejména dobře byly vypracovány propagační materiály s přehledy míst přátelských rodině a ty s doporučeními na aktivity rodin s dětmi v Hradci Králové. Zejména v posledních letech s výstavbou nového koupaliště Flošna a akcí cílených na děti se město již stalo opravdu přátelské rodině.

3) **Senioři** – lidé důchodového věku, aktivní, disponují volným časem kdykoli.

V této skupině můžeme spatřit rozdíly mezi seniory českými a těmi z vyspělých západoevropských zemí. Je všeobecně známo, že ti západní mají k dispozici finanční částky, které jim umožňují ve stáří cestovat a žít aktivní zdravý život. Z tohoto důvodu by bylo dobré se na tyto potenciální návštěvníky zaměřit vedle tradičních českých seniorů. Tato cílová skupina vyhledává kulturní vyžití za přijatelné ceny a také se stará o své zdraví. V okolí je dostatek lázeňských zařízení (Lázně Bohdaneč, Lázně Bělohrad, Velichovky aj.). Nabízí se zvýhodněné nabídky v rámci léčebných programů, kdy by např. lázeňský host měl koupí pobytu nárok na zlevněné vstupné na kulturní akce zajímavé pro tuto věkovou skupinu (Jazz Goes to Town, Divadlo evropských regionů).

Dle demografických prognóz vyspělých zemí včetně České republiky se bude kategorie lidí důchodového věku stále zvětšovat, tudíž se jedná o docela lukrativní skupinu budoucích návštěvníků.

### **6.3.3 Přepřacování loga**

V rámci nové marketingové komunikace by bylo vhodné přehodnotit stávající logo města. Je sice v užívání od roku 2010, nadšené ovace však nesklidilo. Důvodem může být jeho snadná zaměnitelnost. Logo vyjadřuje pohyb, modernost, svěžest. Stejně atributy a logo bychom však mohli použít na jiné město nebo i obchodní společnost.

Domnívám se, že logo měst by mělo být především jednoznačné a nezaměnitelné. Návštěvníci a obyvatelé by si měli logo identifikovat a spojit si ho pouze s Hradcem Králové. Do jisté míry bylo na dobré cestě předchozí logo, kdy byl sice použit městský erb, ale doplňovala ho vodorovná linie s obloučkem a zalomením, čímž se odkazovalo ke dvěma hlavním architektonickým stylům města – baroku a funkcionalismu.

Nové přepracované logo by si dle mě mělo vzít něco z historie i současnosti. Ponechal bych barvy aktuálního loga, tedy modrou a zelenou. Barevné spektrum bych doplnil o bílou, žlutou a červenou, to aby byly zastoupeny tradiční barvy Hradce Králové. Logo by mohlo buď graficky připomínat siluety Bílé věže a Katedrály Svatého Ducha. Za uvážení stojí v názvu města stylizovat písmeno "K" jako tělo lva v podobné pozici jako na městském erbu.

## **6.4 Cíl komunikační strategie**

Očekávaným výsledkem nově navržené komunikační strategie je posunutí positioningu města Hradce Králové. Ten by měl sejmout dojem města s nejasnou koncepcí směřování v cestovním ruchu k městu profilujícím se jako kulturní metropole nadregionálního významu. Významností akcí a jejich počtem by se mohlo stát jedním z kulturních center České republiky, ne pouze východočeského regionu. Dosažitelným cílem by mohlo být zařazení Hradce Králové kulturní významností po bok takových měst jako Praha, Brno a Plzeň.

Pokud by nová koncepce komunikace přilákala pořadatele nových akcí nebo samo město iniciovalo vznik akcí dalších, mohl by se Hradec Králové směle stát aspirantem na propůjčení titulu Evropské hlavní město kultury. Vzhledem k tomu, že byl u nás tento titul po Praze v roce 2000 propůjčen na rok 2015 významem srovnatelné Plzni<sup>55</sup>, jeví se mi tento cíl pro Hradec Králové jako reálně dosažitelný.

---

<sup>55</sup> Zpracováno dle: *Plzeň 2015* [ online ]. c2012 [cit. 2012-04-22] Co přinese projekt Plzeň – Evropské hlavní město kultury 2015? Dostupné z [www:<http://www.plzen2015.net/kandidujeme/proc-plzen/>](http://www.plzen2015.net/kandidujeme/proc-plzen/).



## Závěr

Analyzováním komunikace města Hradce Králové z dostupných materiálů jsem dospěl k následujícímu závěru: město se potýká s nejednotností komunikace v cestovním ruchu. Důvodem tohoto neuspokojivého stavu je absence destinačního managementu, který by jednotlivé - dnes tříštěné - komunikační aktivity sjednocoval.

Město si již tuto problematiku uvědomuje a v období 2009-2011 začalo komunikaci postupně zaměřovat na témata týkající se architektury a rodin s dětmi. Aby však byla komunikace Hradce Králové úspěšná, je třeba výběr témat zúžit na ta podstatná, která město charakterizují a odlišují od ostatních destinací cestovního ruchu. Komunikace těchto témat by také měla být vytyčena do dlouhodobějšího horizontu, aby u cílové skupiny návštěvníků vzniklo dostatečně silné povědomí o Hradci Králové jako městě kulturních akcí a pořadateli významných kongresů.

Metropole Královéhradeckého kraje by měla zvážit využití nových komunikačních kanálů, které dnešní doba nabízí. Především se jedná o fenomén sociálních sítí. Dále bych doporučil umístit multimediální obsah na kanál Youtube a umožnit virtuální prohlídku prostřednictvím aplikace Google Street View.

Hradec Králové má dobře našlápnuto se stát kulturní metropolí počtem akcí srovnatelnou s většími městy České republiky. V centru pozornosti bylo město na počátku 20. století jako Salón republiky pro svoji výjimečnou architekturu, proč se by nyní nemohlo stát Městem kulturních akcí?

## Summary

By analysing the communication of Hradec Kralove city from available materials I have come to the forthcoming opinion: the city suffers from fragmented communication in tourism. The reason for this unsatisfying state is an absent destination management which would unify all - current individual - communication activities.

The city has already been aware of this issue and has been focusing the communication on topics regarding architecture and families in term 2009 – 2011. It is necessary to make the topics narrow in order to have a successful communication for Hradec Kralove. These topics should be a long-term, strategically planned process to build sufficient awareness within the target group of visitors about Hradec Králové as a culture events city and the organizer of significant congresses.

The metropolis of Hradec Králové Region should consider using new modern-era communication channels. This includes particularly the phenomenon of social networks. Further, I would suggest the posting of multimedia content on an international internet platforms, such as Youtube and to enable virtual sightseeing tours through the Google Street View application.

Hradec Kralove has a good chance to become a culture metropolis comparable to the bigger cities in the Czech Republic in terms of the number of events taking place in the city. The city itself was already in the spotlight in the beginning of the 20<sup>th</sup> century as the Salon of the Republic for its outstanding architecture and should therefore strive to become the City of Culture Events today.

## Použitá literatura

### ***Knihy:***

BENEŠOVÁ, Marie. *Josef Gočár*. Praha : Nakladatelství československých výtvarných, umělců, 1958.

JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Marketing v cestovním ruchu*. Praha : Grada Publishing, 2009. 288 s. ISBN 978-80-247-3247-3.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. *Marketing management*. Praha : Grada Publishing, 2007. 792 s. ISBN 978-80-247-1359-5.

KOTLER, Philip; WONG, Veronica; SAUNDERS, John; ARMSTRONG, Gary. *Moderní marketing*. Praha : Grada Publishing, 2007. 1041 s. ISBN 978-80-247-1545-2.

LUTTERER, Ivan; MAJTÁN, Milan; ŠRÁMEK, Rudolf. *Zeměpisná jména Československa*. Praha : Mladá fronta, 1982. 376 s.

PÁSKOVÁ, Martina; ZELENKA, Josef. *Cestovní ruch : výkladový slovník*. Praha : Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky, 2002. 448 s. ISBN: 80-239-0152-4.

*Průmysl cestovního ruchu*. Praha : Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky, 2008. 264 s. ISBN: 978-80-87147-06-1.

*Hradec Králové: průvodce věnným městem českých královen – Salómem republiky*. Hradec Králové : Garamon, 2005. 157 s. ISBN: 80-86472-23-X.

TOMAN, František. *Sto let výstavby a územního plánování města Hradce Králové*. Hradec Králové : Krajské muzeum východních Čech v Hradci Králové, 1985. 75 s.

### ***Elektronické zdroje:***

*BVV Veletrhy Brno* [ online ]. c2011 [cit. 2012-04-22] Můj katalog firem GO, REGIONTOUR. Dostupné z www: < <http://www.bvv.cz/go-regiontour/2011/muj-ikatalog-firem/>>.

*Czechring* [ online ]. c2012 [cit. 2012-04-28] Možnosti autodromu. Dostupné z www: <<http://www.czechring.cz/moznosti-autodromu.php>>.

*Česká inspirace* [ online ]. 2011-07-02 [cit. 2012-04-30] O České inspiraci. Dostupné z www:<<http://www.ceskainspirace.cz/o-nas/#zacatek>>.

*Český statistický úřad* [ online ]. 2012-04-10 [cit. 2012-04-29] Hromadná ubytovací zařízení České republiky. Dostupné z www:<<http://www.czso.cz/lexikon/uz.nsf/uz?openform&:569810>>.

*Český statistický úřad* [ online ]. c2011 [cit. 2012-04-29] Vybrané statistické údaje za obec Hradec Králové. Dostupné z [www:<http://vdb.czso.cz/vdbvo/tabdetail.jsp?kapitola\\_id=5&pro\\_1\\_154=569810&cislotab=MOS+ZV01>](http://vdb.czso.cz/vdbvo/tabdetail.jsp?kapitola_id=5&pro_1_154=569810&cislotab=MOS+ZV01).

*Festivalpark* [ online ]. c2012 [cit. 2012-04-28] Obecné informace. Dostupné z [www:<http://www.festivalpark.cz/obecne\\_informace/>](http://www.festivalpark.cz/obecne_informace/).

*Google mapy Česko* [ online ]. c2012 [cit. 2012-04-22] Kde právě jezdí naše auta. Dostupné z [www: <http://maps.google.cz/intl/cs/help/maps/streetview/learn/where-is-street-view.html>](http://maps.google.cz/intl/cs/help/maps/streetview/learn/where-is-street-view.html).

*Hradec Králové: oficiální stránky statutárního města* [ online ]. 2011-07-02 [cit. 2012-04-23] Akce roku rodiny. Dostupné z [www: <http://www.hradeckralove.org/zivot-ve-meste/akce-roku-rodiny>](http://www.hradeckralove.org/zivot-ve-meste/akce-roku-rodiny).

*Hradec Králové: oficiální stránky statutárního města* [ online ]. 2010-10-18 [cit. 2012-04-09] Alessandria (Itálie). Dostupné z [www: <http://www.hradeckralove.org/hradec-kralove/alessandria>](http://www.hradeckralove.org/hradec-kralove/alessandria).

*Hradec Králové: oficiální stránky statutárního města* [ online ]. 2011-07-22 [cit. 2012-04-09] Arnhem (Nizozemí). Dostupné z [www: <http://www.hradeckralove.org/hradec-kralove/arnhem>](http://www.hradeckralove.org/hradec-kralove/arnhem).

*Hradec Králové: oficiální stránky statutárního města* [ online ]. 2010-10-20 [cit. 2012-04-09] Banská Bystrica. Dostupné z [www: <http://www.hradeckralove.org/hradec-kralove/banska-bystrica>](http://www.hradeckralove.org/hradec-kralove/banska-bystrica).

*Hradec Králové: oficiální stránky statutárního města* [ online ]. 2011-10-20 [cit. 2012-04-25] Černihiv/Černigov (Ukrajina). Dostupné z [www:<http://www.hradeckralove.org/hradec-kralove/cernihiv-cernigov-ukrajina?lred=1>](http://www.hradeckralove.org/hradec-kralove/cernihiv-cernigov-ukrajina?lred=1).

*Hradec Králové: oficiální stránky statutárního města* [ online ]. 2011-11-15 [cit. 2012-04-25] Giessen (Německo) . Dostupné z [www: <http://www.hradeckralove.org/hradec-kralove/giessen>](http://www.hradeckralove.org/hradec-kralove/giessen).

*Hradec Králové: oficiální stránky statutárního města* [ online ]. c2010 [cit. 2012-04-23] Hradec Králové na významných veletrzích cestovního ruchu. Dostupné z [www: <http://www.hradeckralove.org/zivot-ve-meste/hradec-kralove-na-vyznamnych-veletrzich-cestovniho-ruchu>](http://www.hradeckralove.org/zivot-ve-meste/hradec-kralove-na-vyznamnych-veletrzich-cestovniho-ruchu).

*Hradec Králové: oficiální stránky statutárního města* [ online ]. 2010-10-20 [cit. 2012-04-25] Kaštela. Dostupné z [www: <http://www.hradeckralove.org/hradec-kralove/kastela>](http://www.hradeckralove.org/hradec-kralove/kastela).

*Hradec Králové: oficiální stránky statutárního města* [ online ]. 2011-05-12 [cit. 2012-04-20] Kouzelnická prohlídka Bílé věže. Dostupné z [www: <http://www.hradeckralove.org/zivot-ve-meste/kouzelnicka-prohlidka-bile-veze>](http://www.hradeckralove.org/zivot-ve-meste/kouzelnicka-prohlidka-bile-veze).

*Hradec Králové: oficiální stránky statutárního města* [ online ]. 2010-09-13 [cit. 2012-04-05] Logotyp. Dostupné z www: <<http://www.hradeckralove.org/hradec-kralove/logotyp>>.

*Hradec Králové: oficiální stránky statutárního města* [ online ]. 2010-09-21 [cit. 2012-04-30] Město Hradec Králové se prezentuje i v zahraničí. Dostupné z www: <<http://www.hradeckralove.org/urad/mesto-hradec-kralove-se-prezentuje-i-v-zahranici>>.

*Hradec Králové: oficiální stránky statutárního města* [ online ]. 2010-10-19 [cit. 2012-04-25] Metz (Francie) Dostupné z www: <<http://www.hradeckralove.org/hradec-kralove/metz>>.

*Hradec Králové: oficiální stránky statutárního města* [ online ]. 2010-09-06 [cit. 2012-04-23] Nechte se oslovit Gočárem. Dostupné z www: <<http://www.hradeckralove.org/zivot-ve-meste/nechte-se-oslovit-gocarem>>.

*Hradec Králové: oficiální stránky statutárního města* [ online ]. c2010 [cit. 2012-04-23] Rok architektury (2010). Dostupné z www: <<http://www.hradeckralove.org/zivot-ve-meste/rok-architektury>>.

*Hradec Králové: oficiální stránky statutárního města* [ online ]. 2012-02-15 [cit. 2012-04-23] Rok rodiny. Dostupné z www: <<http://www.hradeckralove.org/zivot-ve-meste/rok-rodiny>>.

*Hradec Králové: oficiální stránky statutárního města* [ online ]. 2011-09-15 [cit. 2012-04-25] Ukrajinský Černihiv hostil mezinárodní tábor mládeže. Dostupné z www: <<http://www.hradeckralove.org/noviny-a-novinky/ukrajinsky-cernihiv-hostil-mezinarodni-tabor-mladeze>>.

*Hradec Králové: oficiální stránky statutárního města* [ online ]. 2010-10-19 [cit. 2012-04-30] Walbrzych (Polsko) Dostupné z www: <<http://www.hradeckralove.org/hradec-kralove/walbrzych>>.

*Hradec Králové: oficiální stránky statutárního města* [ online ]. c2010 [cit. 2012-04-30] Walbrzych, Hradec Králové – města kultury. Dostupné z www: <<http://www.hradeckralove.org/zivot-ve-meste/walbrzych-hradec-kralove-mesta-kultury>>.

*Hradec Králové: oficiální stránky statutárního města* [ online ]. 2011-07-22 [cit. 2012-04-30] Wroclaw (Polsko) Dostupné z www: <<http://www.hradeckralove.org/hradec-kralove/wroclaw>>.

*Hvězdárna a planetárium Hradec Králové* [ online ]. c2007 [cit. 2012-04-07] Galaktická stezka. Dostupné z www: <[http://www.astrohk.cz/galakticka\\_stezka/galakticka\\_stezka\\_letak\\_a4.pdf](http://www.astrohk.cz/galakticka_stezka/galakticka_stezka_letak_a4.pdf)>.

*Hvězdárna a planetárium Hradec Králové* [ online ]. c2007 [cit. 2012-04-09] Planetární stezka. Dostupné z www: <[http://www.astrohk.cz/planetarni\\_stezka/planetarni\\_stezka\\_letak\\_a4.pdf](http://www.astrohk.cz/planetarni_stezka/planetarni_stezka_letak_a4.pdf)>.

*Hvězdárna a planetárium v Hradci Králové* [ online ]. 2011-03 [cit. 2012-04-07] Zpráva o činnosti za rok 2010. Dostupné z www: <[http://www.astrohk.cz/rocní\\_zpravy/RZHPHK100.pdf](http://www.astrohk.cz/rocní_zpravy/RZHPHK100.pdf)>.

FRUHWIRTOVÁ, Eva. *Regiony24.cz* [ online ]. 2010-02-27 [cit. 2012-04-05] Lidem z Hradce Králové se nelíbí nové logo města. Dostupné z www: <<http://www.regiony24.cz/11-79478-lidem-z-hradce-kralove-se-nelibi-nove-logo-mesta>>.

*Font: první grafický časopis* [ online ]. 2009-11-11 [cit. 2012-04-05] Hradec Králové má nové logo. Dostupné z www: <<http://www.font.cz/logo/hradec-kralove-ma-nove-logo.html>>.

*Královéhradecký kraj* [ online ]. 2012-02-27 [cit. 2012-04-22] Vývoj počtu přenocování cizinců v HUZ v KHK v období 2000-2010. Dostupné z www: <<http://www.kr-kralovehradecky.cz/cz/krajsky-urad/cestovni-ruch/statistiky/statistiky-29737/>>.

*Královská věnná města* [ online ]. c2012 [cit. 2012-04-29] Brány královských věnných měst otevřené. Dostupné z www: <[http://www.vennamesta.cz/13/Brany\\_kralovskych\\_vennych\\_mest\\_otevrene/](http://www.vennamesta.cz/13/Brany_kralovskych_vennych_mest_otevrene/)>.

*Obří akvárium* [ online ]. c2007 [cit. 2012-04-07] Obří akvárium. Dostupné z www: <<http://www.obriakvarium.cz/dum.asp>>.

*Plzeň 2015* [ online ]. c2012 [cit. 2012-04-22] Co přinese projekt Plzeň – Evropské hlavní město kultury 2015? Dostupné z www: <<http://www.plzen2015.net/kandidujeme/proc-plzen/>>.

*Sdružení historických sídel Čech, Moravy a Slezska* [ online ]. c2012 [cit. 2012-04-29] Činnost sdružení. Dostupné z www: <<http://www.shscms.cz/cinnost-sdruzeni.html>>.

*Trutnov: oficiální stránky města* [ online ]. c2012 [cit. 2012-04-29] Veletržní premiéra královských věnných měst. Dostupné z www: <<http://www.trutnov.cz/nase-mesto/veletrzni-premiera-kralovskych-vennych-mest>>.

*Zlín: oficiální stránky města* [ online ]. 2008-12-03 [cit. 2012-04-09] Historie partnerských vztahů měst v ČR. Dostupné z www: <<http://www.zlin.eu/page/21114.historie-partnerskych-vztahu-mest-v-cr/>>.

*Wikipedia: otevřená encyklopedie* [ online ]. 2012-03-31 [cit. 2012-04-07] František Ulrich. Dostupné z www: <[http://cs.wikipedia.org/wiki/Franti%C5%A1ek\\_Ulrich](http://cs.wikipedia.org/wiki/Franti%C5%A1ek_Ulrich)>.

## **Seznam příloh**

<b>Příloha č. 1: Logo města (obrázek).....</b>	<b>18</b>
<b>Příloha č. 2: Logo Královéhradecký rok rodiny (obrázek).....</b>	<b>22</b>