



Třebíč si oblíbili Američané a návštěvníci z jižní Moravy

Do Třebíče přijelo v loňském roce (2023) téměř sto osm tisíc turistů. Největšímu zájmu se těšily památky zapsané na Seznam světového a kulturního dědictví UNESCO – areál bývalého benediktinského kláštera s bazilikou sv. Prokopa a židovská čtvrť se židovským hřbitovem. Díky vánočně osvětlené Třebíči a programům nejen na Karlově náměstí se podařilo prodloužit turistickou sezónu až do konce roku. To si pochvalují i podnikatelé v cestovním ruchu, provozovatelé kaváren i restaurací. „Ze zahraničních turistů převažují návštěvníci z USA a ze sousedních států, jako je Rakousko, Slovensko, Německo a Polsko. Z českých turistů do Třebíče vloni přijelo nejvíce návštěvníků z Jihomoravského kraje, z Prahy a také z jiných koutů Vysočiny,“ vyjmenovává Nikola Černá, Městského kulturního střediska Třebíč.

Netradiční a tematické prohlídky lákají

Velmi oblíbené jsou kostýmované prohlídky baziliky sv. Prokopa a také židovské čtvrti, které pořádají pracovníci městského kulturního střediska.

„Velkým lákadlem bývá zpřístupnění celého zámeckého areálu na Noc kostelů nebo Noc muzeí. Návštěvník má možnost projít všechny objekty v zámeckém areálu v netradičním čase,“ říká ředitelka Městského kulturního střediska Třebíč Nikola Černá. Do Třebíče míří turisté nejen za památkami UNESCO, ale také za českým unikátem – větrným mlýnem, který kdysi mlel stromovou kůru pro potřeby koželuhů. Kroky turistů pak často vedou do třebíčského zámku, kde

sídlí Muzeum Vysočiny Třebíč. Vybrat si mohou ze tří prohlídkových tras a seznámit se s dějinami regionu, významnými osobnostmi a nahlédnout do života majitelů zámku.

Spolupráce s podnikateli v cestovním ruchu funguje

Třetím rokem v Třebíči úspěšně funguje platforma pro setkávání aktérů a podnikatelů v cestovním ruchu. Vedení města, Městské kulturní středisko a destinační společnost Třebíčsko se setkává s majiteli restaurací, ubytovacích zařízení i s institucemi, které turisté navštěvují. Vzájemně si předávají informace, podněty ke zlepšení. Město zdarma poskytuje propagační materiály i mapy a je na podnikatelích, jak je pro své hosty využijí. Třebíč je součástí destinační společnosti Třebíčsko – společná propagace a spolupráce je další podporou ve zvýšení zájmu o tuto lokalitu.

Ochutnejte Třebíč – kampaň, která má za cíl do Třebíče přilákat turisty

Ochutnejte Třebíč je název marketingové kampaně, která láká navštívit Třebíč a ochutnat ji všemi smysly. V letošním roce se bude dále pokračovat. Nabídku toho, co lidé mohou v Třebíči vidět, slyšet, ochutnat a zažít najdou na turistickém portálu www.visittrebic.eu. Na webu města Třebíče je už nyní zveřejněn přehled všech významných kulturních událostí a festivalů na rok 2024.

Václav Prchal

Poznámka redakce: Vlivem chybné metodiky je statistika MKS o počtu návštěvníků značně zkreslená. Sčítají se totiž návštěvníci všech památek, jakoby se jednalo o různé osoby. Skutečný počet návštěvníků je tak ve skutečnosti zhruba poloviční až třetinový. o "spokojenosti" podnikatelů v cestovním ruchu a v pohostinství pak svědčí množství uzavíraných podniků v posledním roce....