



# Lázeňští hosté v Česku pod drobnohledem

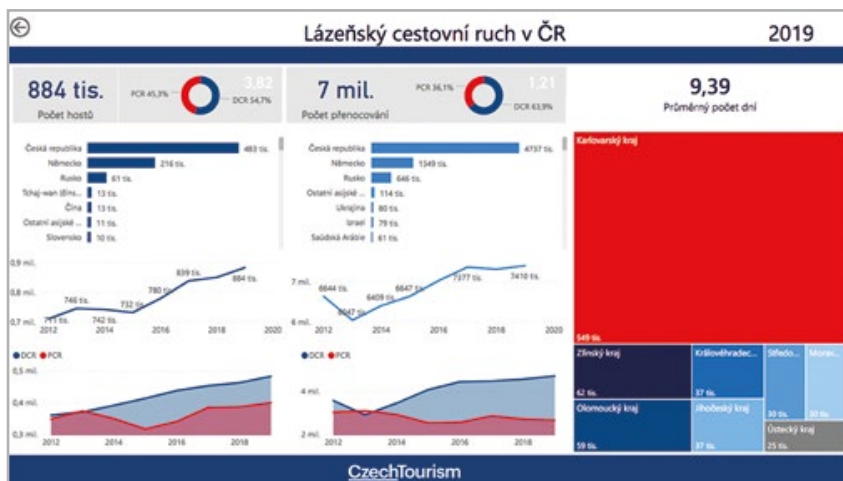
V českých lázních se v roce 2019 rekreovalo 884 000 klientů (nárůst o 3,82 %). Z toho 55 % tvoří Češi, 24 % Němci a 7 % Rusové. Dva ze tří lázeňských hostů míří do lázní v Karlovarském kraji.

České lázeňství je světovým unikátem a neznamená pouze léčebné procedury či minerální prameny. Lázeňské komplexy budov lákají také svojí architekturou a historií. Milovníci přírody si přijdou na své při procházkách po okolí a naopak gurmáni a požitkáři uvítají místní speciality a společenský život. Možnost kombinování těchto zážitků je také jedním z aspektů, proč se lázeňskému cestovnímu ruchu v roce 2019 dařilo.

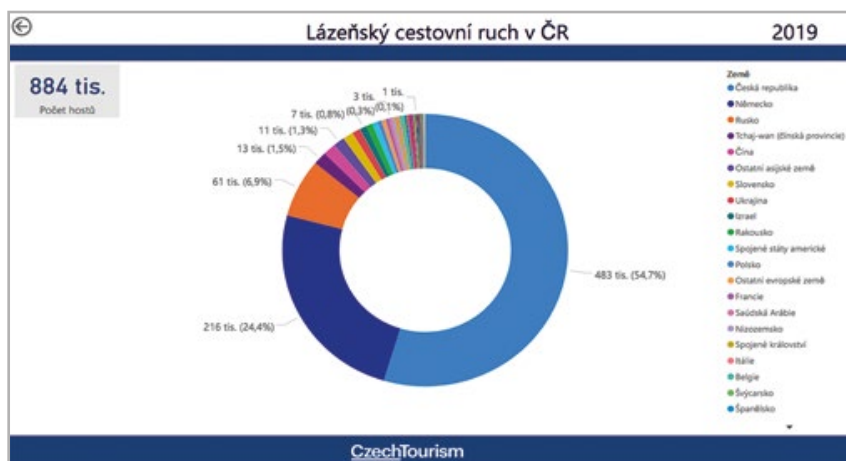
## Meziroční nárůst počtu hostů: 3,82 %

V roce 2019 se v českých lázních ubytovalo 884 000 hostů (nárůst o 3,82 %), přičemž více rostly počty českých lázeňských hostů než zahraničních. Křivka

Obr. 1 LÁZEŇSKÝ CESTOVNÍ RUCH V ČR V ROCE 2019



Obr. 2 PODÍL ZDROJOVÝCH TRHŮ NA LÁZEŇSKÉM TURISMU V ČR



také v segmentu lázeňství. Například z Tchaj-wanu jich do lázní přijelo v roce 2019 více než 13 000. V lázních se ovšem ubytují pouze na 1 noc. Podobně se chovají i turisté z Číny či Jižní Koreje. Naopak více než 20 dnů zde stráví turisté ze Saúdské Arábie.

## Izrael, Ukrajina, USA – potenciálně zajímavé trhy s rozdílnými potřebami i vývojem příjezdů

Nadprůměrnou dobu v českých lázních tráví také Izraelci (12,5 dne). Bohužel počty jejich příjezdů meziročně klesají. Rozhodně musím z tohoto úhlu pohledu zmínit ještě dva velmi zajímavé segmen-

domáčího lázeňského turismu je také více vyrovnaná a dlouhodobě stabilně rostoucí.

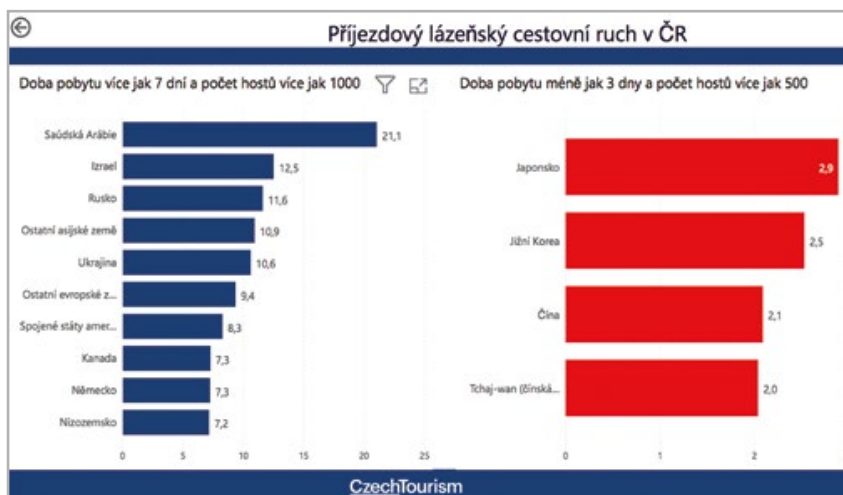
## Více než polovinu lázeňských hostů tvoří Češi

55 % lázeňských hostů tvoří Češi. Na druhém místě jsou Němci (24 %) a na třetím Rusové (7 %). V celkovém měřítku jsou ostatní národnosti zastoupeny vždy jen minoritně.

## Do lázní na otočku z Tchaj-wanu, Číny, Jižní Koreje, naopak ze Saúdské Arábie na více než 20 dnů

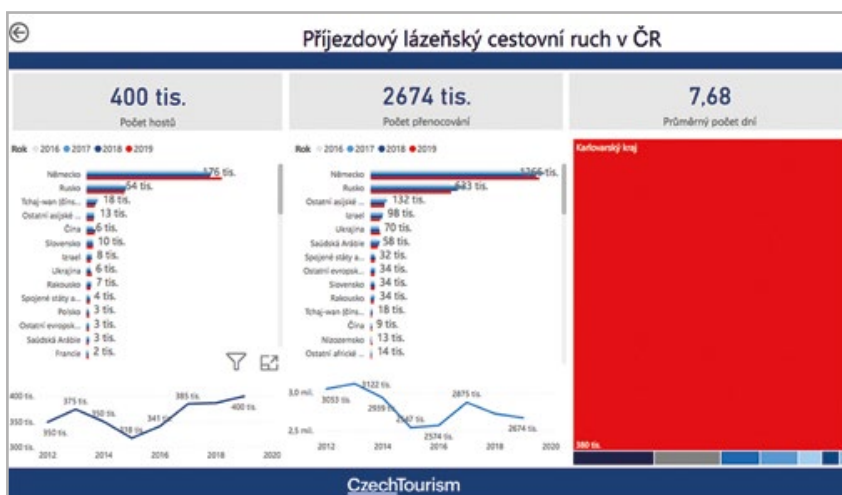
Do popředí se v absolutních počtech příjezdů dostávají turisté z asijských zemí

Obr. 3 PRŮMĚRNÁ DOBA POBYTU LÁZEŇSKÝCH HOSTŮ Z VYBRANÝCH ZEMÍ





Obr. 4 POČET HOSTŮ, PŘENOCOVÁNÍ A PRŮMĚRNÝ POČET DŇÍ DLE ZDROJOVÝCH TRHŮ



ni ruch. Například v Olomouckém kraji se v roce 2019 ubytovalo v lázních více než 58 000 Čechů a ve Zlínském kraji to bylo 56 000. Navíc se čeští lázeňští hosté ubytují v lázních v průměru na 10,8 dne, a vytvářejí tím masu čítající 4,7 mil. přenocování ročně.

Nejdéší dobu pobytu v lázních mají turisté v Moravskoslezském kraji. Zde je průměrná doba pobytu českých lázeňských hostů dokonce 18,9 dne!

### CzechTourism a podpora lázeňství

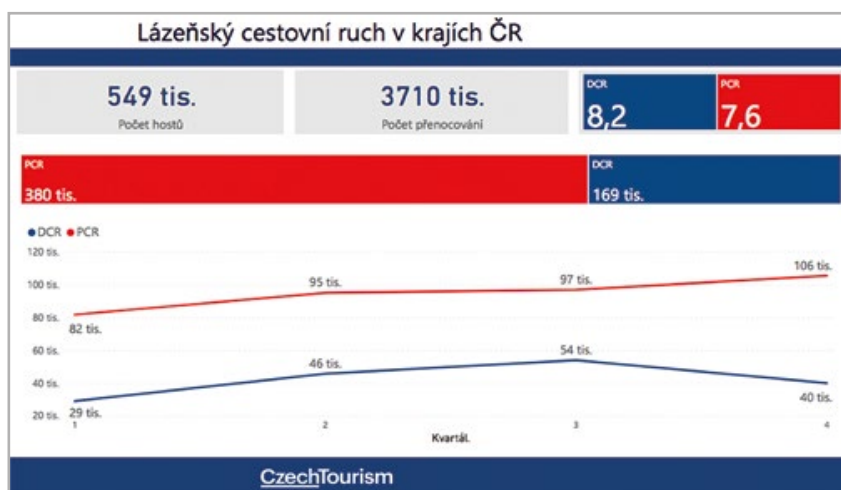
Na závěr jsem položila tři otázky Ivetě Jakoubkové, produktové manažerce lázeňství a medicínského turismu agentury CzechTourism.

ty, a to turisty z Ukrajiny a Spojených států amerických. Ukrajinci mají průměrnou dobu pobytu podobnou ruské klientele, 10,6 dne. Počty hostů meziročně rostou a v počtech přenocování (více než 80 000) se dostávají na páté místo. Turisté z USA mají také velmi dlouhou dobu pobytu (v průměru 8,3 dne) a celkový počet přenocování je 38 000.

### Téměř dvě třetiny lázeňské klientely míří do Karlovarského kraje

Karlovarský kraj je z hlediska lázeňského cestovního ruchu klíčový. V roce 2019 jej navštívilo 549 000 lázeňských hostů a jako jediný kraj má výrazně vyšší podíl

Obr. 5 LÁZEŇSKÝ CESTOVNÍ RUCH V KRAJÍCH ČR



Obr. 6 DOMÁCÍ LÁZEŇSKÝ CESTOVNÍ RUCH



zahraničních lázeňských klientů (380 000). Jejich počet meziročně mírně vzrostl a návštěva kulminuje ve 4. kvartálu. Naopak domácí turisté nejčastěji jezdí do lázni ve 3. kvartálu.

### V krajích mimo Karlovarského kraje tvoří Češi 94 % lázeňských hostů

Pokud pomínu lázně v Karlovarském kraji, je pro většinu ostatních lázní v České republice naprosto zásadní právě domácí cestov-

### Jak konkrétně pomáhá agentura CzechTourism rozvoji českého lázeňství?

Ve spolupráci s kolegy z našich zahraničních zastoupení aktivně komunikujeme a propagujeme české lázně v zahraničí. Kromě pravidelných aktivit v sousedních zemích propagujeme české lázeňství v zemích Blízkého východu či v Izraeli. Snažíme se také vycházet vstříc požadavkům lázeňských subjektů a pomáháme oslovovat i nové trhy. V tomto směru letos připravujeme například fam trip pro zástupce cestovních kancelářů a agentur z Kanady.

### Karlovarský kraj je z hlediska lázeňství unikátní, jak jsou na tom lázně v ostatních krajích? Mají potenciál přilákat a zejména obsloužit zahraniční klientelu?

Za mne rozhodně ano. Samozřejmě koncentrace i unikátnost lázní v západních Čechách je opravdu výjimečná, o čemž



Obr. 7 VÝZNAM DOMÁCÍHO LÁZEŇSKÉHO CESTOVNÍHO RUCHU

svědčí i nominace západočeského lázeňského trojúhelníku (Karlovy Vary, Mariánské Lázně a Františkovy Lázně) na seznam světového dědictví UNESCO. Věřím, že se nám kontinuálně daří zvyšovat povědomí a příjezdy i do dalších lázeňských míst po celé ČR. Jazyková vybavenost, kvalita léčeni i služeb se dlouhodobě zvyšuje. Rozšiřuje se nabídka léčebných i preventivních programů. V kombinaci s pestrou škálou dalšího vyžití včetně

ně sportovních, historických, kulturních i gastronomických zážitků mají naše lázně určitě co nabídnout.

**V letošním roce je plánována významná událost, a tou je EXPO v Dubaji. Jak se na tento veletrh připravujete?**

Začátkem letošního roku, ještě před vypuknutím pandemie koronaviru, jsme se úspěšně účastnili veletrhu IMTM v Tel Avivu-Jaffě. Českou republiku a naše lázeňství

spolu s námi propagovalo celkem 14 subjektů (zástupců regionů, lázní či hotelů). V tuto chvíli doufáme, že se do podzimu situace s pandemií uklidní a my budeme schopni realizovat všechny plánované aktivity na EXPU v Dubaji. Chystáme rotační expozici Českého pavilonu s názvem České lázně. A to ve spolupráci se 3 spoluvystavovateli – Lázně Teplice, Lázně Bělohrad a Léčebné lázně Mariánské Lázně. V rámci doprovodného programu také připravujeme odborný B2B workshop. ■

**Kompletní analýzu lázeňství, ale i řadu dalších neméně zajímavých analytických materiálů, naleznete v Marketingovém informačním systému ([mis.czechtourism.cz](http://mis.czechtourism.cz)).**

AUTORKOU TEXTU JE

**Soňa Machová,**  
vedoucí oddělení marketingového výzkumu agentury CzechTourism.  
Tel.: 777 702 753  
E-mail: [machova@czechtourism.cz](mailto:machova@czechtourism.cz)  
[www.czechtourism.cz](http://www.czechtourism.cz)



Zdroj dat: Český statistický úřad, zpracování Institutu turismu