



## Za nami III Konferencja Kraków Data Lab

2026-03-26

20 marca 2026 roku, w Muzeum Sztuki i Techniki Japońskiej Manggha, odbyła się konferencja Kraków Data Lab, poświęcona roli danych w turystyce. Wydarzenie zostało zorganizowane przez Kraków Tourism Alliance wspólnie z partnerami projektu SCT HUB - Codesign the Future of Sustainable Cultural Tourism: Krakowskim Biurem Festiwalowym, Fundacją Polish Heritage, Uniwersytetem Jagiellońskim, Agencją Rozwoju Miasta Krakowa oraz Urzędem Miasta Krakowa. Spotkanie skupiło przedstawicieli branży turystycznej, kultury, biznesu oraz ekspertów zajmujących się analityką danych, a motyw przewodni konferencji brzmiał: „Bez danych jesteś tylko kolejną osobą z opinią”.

Pierwszą część wydarzenia wypełnił blok wykładów pod nazwą „**Prognoza rynku krakowskiego 2026**”. **Podczas wystąpień przedstawiono szereg analiz opartych na rozmaitych źródłach** pokazujących najważniejsze trendy, zachowania odwiedzających oraz zmieniające się uwarunkowania rynkowe.

Wystąpienie inauguracyjne poprowadził **Jarosław Grabczak, Head of Commercial Product w eSky Group**, który omówił wpływ internetowych biur podróży na decyzje produktowe i zachowania klientów. Wskazał, że dane są w istocie pytaniem, a nie odpowiedzią, ponieważ dopiero odpowiednia interpretacja pozwala wydobyć ich wartość. Zwrócił uwagę na zjawisko decyzyjnego paraliżu odbiorców przy zbyt dużej liczbie dostępnych opcji oraz na to, że w procesie zakupowym kluczową rolę odgrywa pierwsze wrażenie wizualne. Przytoczył także dane wskazujące, że ponad 70% rezerwujących stanowią osoby z pokolenia Z, natomiast 91% poszukujących korzysta z narzędzi opartych na sztucznej inteligencji, jednak niewielki procent rzeczywiście im ufa. Na koniec swojej prezentacji podkreślił, że Kraków powinien komunikować dobrą relację ceny do jakości, a jednocześnie inwestować w rynki generujące niski wolumen, ale wysoką wartość. Podkreślił również możliwość szybkiego reagowania na globalne kryzysy poprzez właściwe wykorzystanie dostępnych danych.

Następnie **Bartłomiej Węglarz z Centrum Obsługi Informatycznej UMK** opowiedział, w jaki sposób dane wykorzystywane są przez Urząd Miasta Krakowa, podkreślając, że choć miasto generuje ogromne ilości informacji, kluczowe jest ich właściwe łączenie, aby móc odpowiedzialnie zarządzać turystyką. Jednocześnie zaprezentował, jak w praktyce wygląda takie zarządzanie oparte na realnych danych i konsekwentnym podejściu data driven, które stanowi fundament decyzji podejmowanych przez miasto. Podkreślił również znaczenie stałego dialogu o danych, prowadzonego m.in. dzięki wydarzeniom takim jak Data Lab. Zachęcił do korzystania z portalu [Otwarte Dane Urzędu Miasta Krakowa](#), wskazując, że transparentność i dostępność informacji mają kluczowe znaczenie dla wszystkich podmiotów współtworzących lokalny ekosystem turystyczny.

Następnie **Ryandeep Bains, Account Director w STR**, omówił trend na światowym rynku hotelowym. Wskazał, że w ciągu minionych pięćdziesięciu lat liczba podróżujących wzrosła siedmiokrotnie, a Europa pozostaje najsilniejszym rynkiem hotelowym, oferując siedem na dziesięć pokoi dostępnych na świecie. Po pandemii liczba pokoi w Europie wzrosła aż o 340 tysięcy. Podkreślił, że według przewidywań na 2026 rok w Europie kluczową rolę w generowaniu ruchu turystycznego odegra kilka rynków, wśród których wymienił Niemcy, USA, kraje Bliskiego Wschodu oraz Chiny.



Polska natomiast znalazła się na drugim miejscu w Europie pod względem liczby nowych hoteli. Zauważył również, że według badań za 2025 rok, wśród krajów Europy Środkowo-Wschodniej to krakowski Rynek Główny był najczęściej odwiedzanym miejscem, wyprzedzając Wilno, warszawską Starówkę oraz Budapeszt.

**Christophe Ramaciotti z Amadeusa** przedstawił, w jaki sposób dane lotnicze i hotelowe pomagają zrozumieć połączenia Krakowa ze światem oraz kierunki, z których najczęściej przyjeżdżają odwiedzający. Dane wskazały najdynamiczniej rosnące rynki emisyjne, takie jak Rumunia, Bułgaria i Izrael, a także miasta, w których Kraków najczęściej pojawia się w wyszukiwaniach — Londyn, Tel Aviv i Manchester. Pokazał również, które rynki generują najdłuższe pobyty, i podkreślił znaczenie analizy sezonowości oraz podejmowania działań zmierzających do wyrównywania jej w skali miasta.

**Wojciech Liszka z Seerio** omówił szczegółową analizę krakowskiego rynku spotkań biznesowych na tle Europy. Najważniejszymi sektorami w 2025 roku były branża IT, turystyczna oraz consulting, a co istotne, znaczna część spotkań była efektem nowego biznesu. Podkreślił konieczność przechodzenia od domysłów do decyzji opartych na konkretnych danych. Zauważył także, że choć w tym momencie zapotrzebowanie na przestrzenie konferencyjne nie jest niewielkie to zapytania pojawiają się średnio na kilka miesięcy przed wydarzeniem.

Kolejnym prelegentem był **Tomasz Czerski, dyrektor Software & Big Data w Orange**, który zaprezentował, jak dane z telefonii komórkowej pozwalają analizować ruch turystyczny w czasie rzeczywistym. Zwrócił uwagę na imponującą liczbę 11,6 miliona nocujących turystów w Krakowie w 2025 roku oraz na możliwość obalania powszechnych mitów, takich jak przekonanie, że wszyscy odwiedzający kierują się w pierwszej kolejności na Wawel. Przedstawił również analizy związane z sezonowością, świętami i weekendami, a także wpływ dużych wydarzeń, takich jak koncerty w Tauron Arenie, które generują dodatkowy ruch w centrum miasta i skłaniają część uczestników do wydłużenia pobytu.

Następne wystąpienie należało do **Grzegorza Suszki z Visa**, który omówił dane pochodzące z transakcji kartami płatniczymi pozwalające budować profil turysty odwiedzającego Kraków. Wydatki turystów najczęściej dotyczą handlu, gastronomii oraz zakupów spożywczych, a szczególne wzrosty zauważalne są w grudniu oraz w okresie wakacyjnym. Główne rynki emisyjne według Visa w 2025 roku to Ukraina, Wielka Brytania, USA, Niemcy, Hiszpania, Francja i Norwegia. Ciekawym wnioskiem była struktura wiekowa przyjezdnych, w której dominowała grupa 22–29 lat. Omówiono także analizę rynku Airbnb i potencjał, jaki może on wnieść do struktury noclegowej miasta.

Zwieńczeniem konferencji był panel dyskusyjny z udziałem przedstawicieli miasta, branży hotelarskiej, turystycznej i sektora kultury. Moderatorem panelu był **Rafał Abramczyk** z Klips hotel data intelligence. Punktem wyjścia do rozmowy było główne pytanie postawione przez organizatorów: „**Jakie wnioski dla biznesu krakowskiego oraz DMO można wyciągnąć z zaprezentowanych danych?**”. W panelu uczestniczyli: **Natalia Kulec-Greń, Dyrektor Wydziału ds. Turystyki Urzędu Miasta Krakowa; Grzegorz Soszyński z Kraków Tourism Alliance; Agnieszka Dąbrowska z PI Apartamenty & Hotele; Jacek Stasikowski z Accor Group; Radosław Altheim z Q Hotels oraz Carolina Pietyra z Krakowskiego Biura Festiwalowego.**



**Magiczny  
Kraków**

W dyskusji przedstawicielki samorządu zaakcentowały, że rozwój turystyki powinien opierać się przede wszystkim na jakości oraz na trosce o zrównoważony wpływ ruchu turystycznego na codzienne życie mieszkańców. Poruszono kwestię, czy właściwszą strategią jest inwestowanie w stabilne i przewidywalne rynki, czy też elastyczne reagowanie na trendy skokowe, które pojawiają się w krótkim czasie. Podkreślono również, że miasto dysponuje danymi pochodzącymi z wielu różnych źródeł, dlatego kluczowe jest nie tylko ich mądre interpretowanie i analiza w odpowiednim kontekście, lecz także zapewnienie ciągłości zbierania danych, aby możliwe było skuteczne śledzenie zmian i wyciąganie trafnych wniosków. Zauważono, że sam nadmiar informacji nie gwarantuje lepszych rezultatów — dopiero właściwe ich odczytanie i zrozumienie pozwala na wypracowanie świadomych i odpowiedzialnych działań. Wskazywano także na rosnącą rolę sztucznej inteligencji, która ułatwia dostęp do informacji i pomaga rozpraszać popyt w przestrzeni miejskiej, wspierając tym samym bardziej zrównoważone zarządzanie ruchem turystycznym.

W rozmowie pojawiły się również propozycje wzmocnienia reputacji Krakowa poprzez rozwój siatki połączeń lotniczych na rynki emisyjne premium oraz budowanie rozpoznawalności miasta dzięki dużym produkcjom filmowym.

**Konferencja Kraków Data Lab 2026** udowodniła, że dane są fundamentem skutecznego zarządzania turystyką i niezbędnym narzędziem w budowaniu zrównoważonego rozwoju. Wspólna praca miasta, branży i instytucji kultury nad ich interpretacją i wykorzystaniem tworzy solidne podstawy do podejmowania świadomych, długofalowych decyzji, a także do kreowania atrakcyjnej i odpowiedzialnej oferty Krakowa.