#RespectKraków 2026. Kolejny sezon odpowiedzialnej turystyki w Krakowie

2026-11-12

Ponad 12,3 mln wyświetleń kampanii internetowej, tysiące bezpośrednich kontaktów z turystami w przestrzeni miasta oraz rozszerzenie działań edukacyjnych o kolejne grupy odbiorców. Dobiegła końca kolejna edycja kampanii #RespectKraków, której celem jest promowanie odpowiedzialnych postaw wśród osób odwiedzających stolicę Małopolski oraz budowanie równowagi pomiędzy potrzebami mieszkańców, turystów i lokalnego biznesu.

Realizowana od 2019 roku inicjatywa #RespectKraków jest jednym z najważniejszych miejskich projektów poświęconych zrównoważonej turystyce. Jej założenia wynikają z rekomendacji zawartych w „Polityce zrównoważonej turystyki Krakowa na lata 2021-2028”, wskazującej na potrzebę rozwijania ruchu turystycznego w sposób odpowiedzialny, uwzględniający zarówno atrakcyjność miasta dla odwiedzających, jak i jakość życia mieszkańców.

Idea kampanii pozostaje niezmienna: zachęcanie odwiedzających do świadomego korzystania z oferty miasta, poszanowania lokalnych zwyczajów, troski o wspólną przestrzeń oraz odkrywania Krakowa w sposób zgodny z zasadami zrównoważonego rozwoju. Z roku na rok działania są jednak rozwijane i dostosowywane do nowych wyzwań związanych z funkcjonowaniem jednego z najważniejszych ośrodków turystycznych w Polsce.

#RespectKraków w przestrzeni miasta

Podobnie jak w poprzednich latach, działania promocyjne prowadzono bezpośrednio w przestrzeni miejskiej. Materiały kampanii przypominały odwiedzającym o podstawowych zasadach odpowiedzialnego zachowania podczas pobytu w Krakowie: poszanowaniu ciszy nocnej, dbałości o porządek, szacunku wobec mieszkańców oraz ochronie zabytkowego charakteru miasta.

Do komunikacji wykorzystywano różnorodne nośniki znajdujące się na terenie miasta. Przekaz kampanii był obecny m.in. w sieci bus TV, na przystankach komunikacji miejskiej, automatach Krakowskiej Karty Miejskiej, nośnikach digital citylight i słupach ogłoszeniowych. Komunikaty #RespectKraków były widoczne również na tyłach autobusów MPK oraz na naklejkach umieszczonych na oparciach siedzeń w 40 tramwajach, dzięki czemu docierały do mieszkańców i turystów korzystających z komunikacji miejskiej. Animacje wyświetlano także na citylightach na dworcu PKP Kraków Główny oraz kolejny rok z rzędu, w hali odbioru bagażu krakowskiego lotniska, docierając do odwiedzających już w pierwszych chwilach pobytu w mieście.

Kontynuowano także działania prowadzone w obiektach najmu krótkoterminowego. Turyści mogli zapoznać się z materiałami informacyjnymi, plakatami i kodami QR promującymi zasady odpowiedzialnego odwiedzania Krakowa. W dystrybucję materiałów w swoich lokalach włączali się również przedstawiciele lokalnego biznesu, wspierając działania edukacyjne kampanii.

Kampania internetowa o szerokim zasięgu

Istotną częścią tegorocznych działań była kampania realizowana w mediach społecznościowych. Przygotowane materiały promowały odpowiedzialne zachowania podczas pobytu w Krakowie.

Działania prowadzono w mediach społecznościowych i serwisach internetowych, docierając zarówno do potencjalnych odwiedzających planujących przyjazd do Krakowa, jak i do osób przebywających już w mieście. Kampania była realizowana w języku polskim i angielskim, odpowiadając na strukturę ruchu turystycznego w mieście, w której dominują goście krajowi.

Łącznie kampania osiągnęła ponad 12,3 mln wyświetleń, znacząco przekraczając zakładane wskaźniki. Jednym z promowanych przekazów było odkrywanie Krakowa poza utartym szlakiem. To podejście doskonale wpisuje się w rozwijane przez miasto trasy tematyczne, takie jak Smoczy Szlak, Krakowski Szlak Rzemiosła czy Szlak kobiet Krakowa - krakowianki, które pozwalają spojrzeć na Kraków z mniej oczywistej perspektywy. W komunikatach przypominano m.in. o poszanowaniu komfortu mieszkańców, szczególnie w godzinach nocnych, odpowiedzialnym korzystaniu z przestrzeni publicznej oraz świadomym i uważnym poznawaniu miasta.

City Helpers: pomoc, edukacja i badania w przestrzeni miasta

Jednym z najbardziej rozpoznawalnych elementów inicjatywy Respect Kraków pozostają City Helpers. W sezonie turystycznym 2026 byli oni obecni od końca czerwca do połowy września w najbardziej uczęszczanych przez turystów częściach miasta, takich jak Stare Miasto, Kazimierz i bulwary wiślane. Specjalnie przeszkoleni miejscy pomocnicy pełnili dyżury od niedzieli do czwartku w godzinach od 18.00 do 1.00 w nocy, a w piątki i soboty od 18.00 do 2.00 w nocy, udzielając informacji oraz dbając o porządek w przestrzeni miejskiej.

City Helpers dysponują materiałami informacyjnymi dotyczącymi oferty turystycznej miasta, miejsc położonych poza utartym szlakiem oraz aktualnych wydarzeń odbywających się w Krakowie. Ich rola wykracza jednak daleko poza funkcję mobilnej informacji turystycznej. Promują idee #RespectKraków, zachęcają do korzystania z transportu publicznego, informują o zasadach obowiązujących w przestrzeni publicznej oraz przypominają o konieczności poszanowania mieszkańców i historycznego charakteru miasta. Przed rozpoczęciem sezonu City Helpers przechodzą specjalistyczne szkolenia obejmujące m.in. udzielanie pierwszej pomocy, reagowanie w sytuacjach kryzysowych, komunikację z turystami oraz zagadnienia związane z funkcjonowaniem przestrzeni publicznej i ochroną dziedzictwa kulturowego miasta.

Ważnym elementem ich działalności są również badania prowadzone bezpośrednio wśród turystów. Rozmowy z odwiedzającymi pozwalają lepiej poznać ich potrzeby, oczekiwania oraz sposób postrzegania Krakowa. City Helpers prowadzą obserwacje życia nocnego oraz monitorują zjawiska wpływające na funkcjonowanie przestrzeni miejskiej, takie jak poziom hałasu, przepełnienie koszy na odpady, stan infrastruktury miejskiej czy ewentualne uszkodzenia mienia. Nadzorują również funkcjonowanie Parków Kulturowych i identyfikują zjawiska mogące wpływać zarówno na komfort mieszkańców, jak i doświadczenia odwiedzających. Informacje te są przekazywane do odpowiednich

jednostek miejskich. City Helpers w realizacji swoich zadań współpracują z Burmistrzem Nocnym, Komisją Zrównoważonej Gospodarki Nocy oraz Strażą Miejską, która przygotowała specjalny telefon dedykowany Helpersom. Dzięki ich obecności Kraków staje się przestrzenią bardziej uporządkowaną, bezpieczną i przyjazną zarówno dla mieszkańców, jak i odwiedzających.

Tegoroczną edycję City Helpers zrealizowano w ramach otwartego konkursu ofert, w formie powierzenia zadania publicznego organizacji pozarządowej, którego wykonawcą było Stowarzyszenie Adventure.

Dzięki obecności City Helpers kampania #RespectKraków ma wymiar nie tylko promocyjny, ale również edukacyjny i badawczy, umożliwiając bezpośredni kontakt z osobami odwiedzającymi miasto.

Zestaw dobrych praktyk dla branży turystycznej

Uzupełnieniem kampanii Respect Kraków w tym sezonie było przygotowanie zestawu dobrych praktyk dla branży turystycznej.

Publikacja została opracowana z myślą o osobach i podmiotach mających bezpośredni kontakt z turystami: przewodnikach, pilotach wycieczek, organizatorach ruchu turystycznego, gestorach bazy noclegowej, przedsiębiorcach gastronomicznych oraz innych uczestnikach rynku turystycznego.

Przewodnik wskazuje, w jaki sposób codzienne decyzje podejmowane przez podmioty działające w turystyce mogą wspierać zrównoważony rozwój turystyki. Zawiera rekomendacje dotyczące m.in. ograniczania negatywnego wpływu ruchu turystycznego na mieszkańców, promowania odpowiedzialnych zachowań wśród gości, ochrony dziedzictwa kulturowego, wspierania lokalnej gospodarki oraz zachęcania do odwiedzania mniej zatłoczonych części miasta.

Istotnym elementem publikacji jest także podkreślenie odpowiedzialności branży za kształtowanie doświadczeń odwiedzających. To właśnie przedsiębiorcy, przewodnicy czy pracownicy obiektów noclegowych bardzo często są pierwszym źródłem informacji o mieście, mają więc realny wpływ na zachowania turystów podczas pobytu w Krakowie.

Zestaw dobrych praktyk

Taksówkarze wspierają Respect Kraków

Nowością tegorocznej edycji była również współpraca z krakowskimi taksówkarzami. Z inicjatywy Burmistrza Nocnego, w pojazdach pojawiły się materiały przypominające o zasadach odpowiedzialnego zachowania w mieście oraz legalności przewozów.

Dzięki temu przekaz #RespectKraków mógł dotrzeć do turystów już na początku ich pobytu, podczas przejazdów pomiędzy dworcem, lotniskiem, hotelami i najważniejszymi atrakcjami. To kolejny przykład poszerzania grona partnerów kampanii i angażowania środowisk, które mają bezpośredni kontakt z osobami odwiedzającymi Kraków.

Współpraca z branżą taksówkarską pokazuje, że odpowiedzialna turystyka jest wspólnym zadaniem wielu podmiotów funkcjonujących w mieście, a skuteczna komunikacja wymaga wykorzystywania różnorodnych kanałów kontaktu z odwiedzającymi.

Wspólna odpowiedzialność za przyszłość turystyki

Kampania #RespectKraków nie jest jedynie akcją informacyjną prowadzoną w sezonie letnim. To długofalowy program wspierający realizację miejskiej polityki turystycznej i budowanie modelu rozwoju, który uwzględnia potrzeby wszystkich użytkowników miasta.

Odpowiedzialna turystyka staje się coraz ważniejszym elementem funkcjonowania nowoczesnego miasta. Kraków konsekwentnie rozwija działania służące budowaniu świadomych postaw wśród odwiedzających, pokazując, że atrakcyjna oferta turystyczna powinna iść w parze z troską o mieszkańców, dziedzictwo kulturowe i jakość życia w mieście.