



Podsumowanie roku 2024 w krakowskiej turystyce

2025-01-31

W minionym roku Kraków umocnił swoją pozycję jako centrum turystyki, stawiając jednocześnie na zrównoważony rozwój i współpracę z lokalną społecznością. Liczba odwiedzających Kraków, których przyciąga bogata oferta, ponownie wzrosła. Miasto odniosło kolejne sukcesy w międzynarodowych rankingach, zdobywając wyróżnienia zarówno między innymi dzięki dziedzictwu kulturowemu i rosnącej renomie w dziedzinie gastronomii. Przyjrzyjmy się kluczowym wydarzeniom i osiągnięciom, które kształtowały krakowską turystykę w ubiegłym roku.

Międzynarodowe wyróżnienia dla miasta

Kraków jest nieustannie doceniany przez odwiedzających w prestiżowych rankingach, trafiając na podium w zestawieniach najpiękniejszych miast Polski, najlepszych miast na jesienny city break (2. miejsce) oraz najciekawszych zimowych destynacji w Europie (również 2. miejsce). Zgodnie z badaniem Post Office Travel Money City Costs Barometer, Kraków uplasował się na 4. pozycji wśród najbardziej atrakcyjnych miast na city break w Europie. Z kolei Airbnb wyróżniło miasto, przyznając mu 5. miejsce w rankingu lokalizacji oferujących najczystsze miejsca noclegowe. Co więcej, Kraków jest jednym z zaledwie dwóch polskich miast, które trafiły do najnowszej edycji rankingu 100 najlepszych miast świata portalu Resonance Consultancy. Zwieńczeniem tych wyróżnień było uznanie przez portal timeout.com krakowskiej choinki bożonarodzeniowej za najpiękniejszą na świecie.

Miasto, które przyciąga

Wysokie standardy i liczne rekomendacje przekładają się na rosnącą liczbę odwiedzających Kraków. Dane mobilne potwierdzają, że w sezonie letnim (czerwiec-wrzesień 2024 r.) do stolicy Małopolski przybyło aż 4,8 miliona odwiedzających – ponad 200 tys. więcej niż w analogicznym okresie poprzedniego roku. Wśród nich około 400 tysięcy stanowili goście z zagranicy, przede wszystkim z Niemiec, Wielkiej Brytanii, USA, Słowacji i Izraela. Kraków coraz bardziej przyciąga także turystów z krajów Zatoki Perskiej, takich jak Arabia Saudyjska czy Zjednoczone Emiraty Arabskie. Ich mieszkańcy cenią w Krakowie nie tylko bogate dziedzictwo kulturowe, ale również bardzo dobrze rozwiniętą infrastrukturę turystyczną oraz ofertę coraz lepiej dopasowaną do ich potrzeb. Rosnącą popularność Krakowa można zaobserwować także wśród mieszkańców Czech.

Turysta wybiera zrównoważenie

Globalne trendy i oczekiwania klientów w turystyce i branży spotkań pokazują, że co raz więcej podróżnych bierze pod uwagę zrównoważony rozwój podczas planowania wyjazdu i poszukuje informacji na ten temat. Obecnie nie liczy się tylko ilość, a przede wszystkim jakość świadczonych usług turystycznych i komfort użytkowników miasta. Kraków, jako pierwsze polskie miasto, od 2022 roku znajduje się w międzynarodowym rankingu Global Destination Sustainability Index (GDS-Index), który ocenia miasta pod kątem ekologii, odpowiedzialności społecznej, dostawców usługi strategii zarządzania. W 2024 roku Kraków poprawił swoją pozycję w rankingu, zajmując 72. miejsce i awansując o 8 pozycji względem poprzedniego roku. Ten wynik to efekt działań takich jak Budżet Obywatelski, inicjatywa Kraków dla Równości czy projekt City Helpers. Miasto awansowało szczególnie w kategorii „Destination Management”, czyli strategii zarządzania turystyką.



Odpowiedzialny rozwój i równowaga

Rosnący ruch turystyczny wywołał ożywioną dyskusję na temat zrównoważonego rozwoju i odpowiedzialnego zarządzania turystyką w Krakowie. Miejska polityka turystyczna opiera się na „Polityce Zrównoważonej Turystyki Krakowa na lata 2021–2028”, będącej strategicznym dokumentem wyznaczającym kierunki rozwoju turystyki w mieście. Kluczowymi wyzwaniem pozostają zachowanie autentycznego charakteru miasta, zaspokajanie potrzeb odwiedzających, a jednocześnie troska o komfort mieszkańców oraz ochronę dziedzictwa kulturowego i przyrodniczego. Odpowiedzią na te wyzwania jest realizowana od 2019 roku inicjatywa Respect Kraków, wpisująca się w zasady zrównoważonej turystyki. Jej celem jest dążenie do harmonijnego zaspokojenia potrzeb odwiedzających, mieszkańców i przedsiębiorców.

Fot. Ela Marchewka

Kampania Respect Kraków, prowadzona w okresie letnim 2024 roku, promowała miasto jako otwarte i przyjazne, ale jednocześnie stawiała wyraźne oczekiwania wobec turystów, takie jak m.in. szanowanie ciszy nocnej, unikanie śmiecenia czy niespożywanie alkoholu w miejscach publicznych. Komunikaty były obecne w Internecie, gdzie kampania osiągnęła 10 milionów odsłon, a także w przestrzeni miejskiej, np. na nośnikach reklamowych, plakatach czy w hali odbioru bagażu na lotnisku Kraków Airport. Program po raz kolejny wspierali City Helpers – miejscy pomocnicy, którzy korygują niepożądane zachowania w centrum miasta, udzielają informacji oraz promują lokalne wydarzenia i instytucje kultury.

Gospodarka nocy - nowy kierunek rozwoju

Zrównoważony rozwój gospodarki nocy stał się w 2024 roku jednym z priorytetów polityki turystycznej Krakowa. To szerokie pojęcie obejmuje ofertę kulturalną, gastronomiczną, rekreacyjną i transportową, a także bezpieczeństwo. Z tej sfery życia miasta korzystają zarówno mieszkańcy, jak i odwiedzający oraz usługodawcy. Odpowiednie nią zarządzanie powinno minimalizować konflikty, a zarazem przynosić korzyści wszystkim wymienionym grupom.

Aby sprostać tym wyzwaniom, w sierpniu 2024 roku powołano Komisję Zrównoważonej Gospodarki Nocy oraz Burmistrza Nocnego, który przewodzi pracom Komisji. To dwa nowe podmioty, których zadaniem jest wypracowywanie strategii i rozwiązań w zakresie gospodarki nocnej, w oparciu o badania oraz dialog pomiędzy mieszkańcami, przedsiębiorcami i odwiedzającymi. Te działania stanowią kolejny krok w budowaniu zrównoważonej przyszłości Krakowa.

Foto. Ela Marchewka

Opłata turystyczna i najmem krótkoterminowy

Opłata turystyczna od lat pobierana jest w wielu miejscach za granicą. Jest to rodzaj opłaty, którą uiszczają turyści odwiedzający daną destynację, na której terenie taka opłata jest ustanowiona. Opłata ta jest formą rekompensaty za wzmożoną eksploatację przestrzeni miasta – jego infrastruktury, szczególnie przy wzmożonym ruchu turystycznym, jakim jest overtourism. W Polsce pobierana jest opłata miejscowa i uzdrowiskowa. Niemniej jednak, lokalne



wprowadzenie każdej z nich uzależnione jest od spełnienia między innymi warunków klimatycznych. Kraków od lat apeluje o wprowadzenie w Polsce opłaty turystycznej poprzez zmianę ustawy o podatkach i opłatach lokalnych. W październiku radni jednogłośnie przyjęli rezolucję w tej sprawie, skierowaną do rządu RP. Propozycja zakłada, że środki z takiej opłaty trafiałyby do budżetu gmin i byłyby przeznaczane na projekty związane z poprawą komfortu mieszkańców i turystów. Opłata miałaby być niezależna od warunków klimatycznych, co wymaga nowelizacji przepisów. Pomysł wielokrotnie przedstawiano na szczeblu krajowym i w ramach dyskusji branżowych. Z inicjatywy Krakowa, na forum Unii Metropolii Polskich im. Adama Adamowicza, podjęto wspólne działania, mające na celu ustanowienie regulacji w zakresie opłaty turystycznej. W listopadzie 2024 roku przygotowany został Apel członków Unii Metropolii Polskich do Ministra Sportu i Turystyki w sprawie opłaty turystycznej, Podobny apel podjęto również w sprawie pilnego uregulowania zjawiska najmu krótkoterminowego. Prezydent Miasta Krakowa prowadzi ewidencję obiektów świadczących usługi hotelarskie, niebędących obiektami hotelarskimi (np. apartamenty). Ewidencja ta prowadzona jest za pomocą nowoczesnego narzędzia, służącego do prowadzenia ewidencji miejsc noclegowych w obiektach niekategoryzowanych (eKON). W 2024 r. do Wydziału ds. Turystyki wpłynęło ponad 550 wniosków o wpis do ewidencji. Prowadzenie rejestru oraz wprowadzenie zmian w zakresie regulacji najmu krótkoterminowego jest szczególnie istotne w kontekście rozporządzenia Parlamentu Europejskiego z 29 lutego 2024 roku w sprawie gromadzenia i udostępniania danych dotyczących najmu krótkoterminowego. Warunkiem podjęcia skutecznych działań na rzecz regulacji zjawiska turystycznego najmu krótkoterminowego jest wprowadzenie do prawa krajowego przepisów, umożliwiających identyfikację gospodarzy działających w sektorze najmu krótkoterminowego przy pomocy indywidualnego numeru rejestracyjnego.

W trosce o dziedzictwo kulturowe, środowisko i jakość życia mieszkańców, przedstawiciele lokalnej branży turystycznej opracowali Manifest Krakowski. Dokument ten jest niekonwencjonalną formą wypowiedzi, w której swoje stanowisko wyrażają interesariusze rynku turystycznego, w tym m.in. Gmina Miejska Kraków, przedsiębiorcy turyści, stowarzyszenia branżowe, instytucje kultury, Kraków Airport. To głos krakowskiej turystyki, mówiący o potrzebie wzmacniania odpowiedzialnej turystyki w mieście, prowadzonej w poszanowaniu materialnego i niematerialnego dziedzictwa Krakowa oraz w poczuciu troski o jakość życia mieszkańców aglomeracji krakowskiej. Wiosną 2024 roku, Manifest został przekazany do Ministerstwa Sportu i Turystyki oraz przedstawiony kandydatom na urząd Prezydenta Miasta Krakowa.

Sukcesy kulinarne Krakowa

Kraków umocnił swoją pozycję na kulinarnej mapie Europy. Restauracja Bottiglieria 1881, jako jedyna w Polsce, utrzymała swoje dwie gwiazdki Michelin. W 2024 roku w przewodniku Michelin dwa krakowskie lokale otrzymały wyróżnienie Bib Gourmand, przyznano także rekomendacje dla 19 lokali z naszego miasta. Te sukcesy umacniają pozycję Krakowa jako kulinarnej stolicy Polski, przyciągającej smakoszy z całego świata. Podkreśla także rolę lokalnych produktów oraz nowoczesnego spojrzenia na kuchnię tradycyjną.

W minionym roku Kraków przystąpił do „paktu mediolańskiego” - zrzeszenia 240 metropolii z 74 krajów, które wdrażają zrównoważone systemy żywnościowe. Przystąpienie do „paktu mediolańskiego” umożliwi w przyszłości m.in. opracowanie krakowskiej polityki żywnościowej



poprzez stworzenie zasad zielonych zamówień i dostaw realizowanych przez miejskie instytucje. W kolejnym kroku będzie możliwe utworzenie farmy miejskiej, z której zasobów będą mogli korzystać krakowianie.

Turystyczne nowości poza utartym szlakiem

Kraków stale rozwija swoją ofertę, wprowadzając nowe produkty turystyczne, które łączą historię, kulturę i lokalne opowieści z potrzebami zrównoważonego rozwoju. Przykładem jest rewitalizacja dawnych fortów Twierdzy Kraków, która przynosi nowe życie militarnej historii miasta. W 2024 roku po raz trzeci zorganizowano Dni Twierdzy Kraków, które zgromadziły rekordową liczbę uczestników – niemal 3 500 osób. Forty, będące niegdyś elementem austriackich umocnień, stają się alternatywą dla tradycyjnych atrakcji turystycznych, takich jak Rynek Główny czy Wawel. Dzięki temu pomagają w dekoncentracji ruchu turystycznego na ternie miasta.

Fot. Paweł Krzan

Rozrasta się także Smoczy Szlak - wyjątkowy produkt turystyczny, który pozwala spojrzeć na Kraków przez pryzmat lokalnych opowieści i legend. W różnych zakątkach miasta pojawiają się kolejne figurki smoków, które nie tylko przyciągają najmłodszych, ale również zapraszają do odkrywania mniej znanych części Krakowa. Trasa prowadzi turystów przez miejsca pełne ciekawostek, łącząc kulturę z dobrą zabawą i edukacją.

Jednym z wyróżniających się produktów turystycznych miasta jest Szlak Krakowianek, opowiadający o życiu i działalności niezwykłych kobiet związanych z Krakowem. Spacerując tym szlakiem, turyści poznają losy artystek, działaczek społecznych i mieszkanek Krakowa, które wpłynęły na historię i tożsamość miasta. Szlak ten uzupełnia tradycyjną narrację historyczną o perspektywę kobiecą, oferując świeże spojrzenie na bogatą spuściznę Krakowa.

Bogata oferta Krakowa prezentowana jest za pomocą licznych wydawnictwach promocyjnych oraz na stronach internetowych. Miasto stale wydaje i aktualizuje przewodniki turystyczne, które w tej chwili dostępne są w 18 wersjach językowych.

W ramach działań na rzecz zrównoważonej turystyki przeprowadzono także dwa otwarte konkursy ofert dla NGO, mające na celu promocję krakowskich produktów turystycznych i szlaków tematycznych. Dzięki nim zrealizowano m.in. projekt „Krakowskie Wyprawy Odkrywców”, cykl filmów „Odkrywamy Twierdzę Kraków” oraz inicjatywę „Bądź ambasadorem kongresów w Krakowie”, a także opracowano Krakowski Informator o Usługach Zdrowotnych i zorganizowano tegoroczną edycję Dni Twierdzy Kraków.

Kraków konsekwentnie udowadnia, że odpowiedzialne zarządzanie turystyką i tworzenie nowych, atrakcyjnych produktów mogą iść w parze, przynosząc korzyści zarówno mieszkańcom, jak i odwiedzającym.

Budowa wizerunku miasta

Kraków to nie tylko miasto dedykowane turystyce poznawczej, ale również jeden z



najważniejszych ośrodków turystyki biznesowej w Polsce. Miasto dysponuje nowoczesnym zapleczem konferencyjnym, które przyciąga wydarzenia na najwyższym poziomie międzynarodowym. W 2024 roku, przy zaangażowaniu Kraków Convention Bureau, zorganizowano 70 wydarzeń branżowych: spotkań, konferencji i targów, które nie tylko przyciągnęły uczestników z całego świata, ale również wspierały rozwój lokalnej gospodarki. Miasto aktywnie promuje swoją ofertę poza granicami kraju, uczestnicząc w międzynarodowych targach branżowych i biznesowych. W 2024 roku Kraków reprezentowany był na 10 targach biznesowych oraz 12 targach branżowo-konsumenckich.

Fot. Wydział ds. Turystyki

Warto wspomnieć, że miasto regularnie organizuje wizyty studyjne, których w 2024 roku odbyło się 61. Ich uczestnikami byli zagraniczni i krajowi dziennikarze, influencerzy, touroperatorzy oraz osoby opiniotwórcze z: Włoch, Niemiec, Hiszpanii, USA, Wielkiej Brytanii i Francji, mające wpływ na budowę wizerunku turystycznego Krakowa i komercjalizację jego produktów. Efektem tych wizyt są informacje, które pojawiły się w mediach, m.in. The Jerusalem Post, hiszpańskim magazynie turystycznym Periodista Digital oraz radiu Intereconomia, niemieckich Bayerische Staatszeitung, Frau aktuell i Nachsten Dienstag in Reiselust, francuskim tygodniku Point de Vue, włoskich Il Viaggio Torino Magazine i Enjoy Living, belgijskim Imago Magazine, północnoirlandzkie Derry Journal i Sunday World Magazine oraz liczne publikacje w mediach społecznościowych o znaczących zasięgach, m.in. w USA i Niemczech. Ukazały się także 2 artykuły w dwujęzycznym magazynie pokładowym PLL LOT „Kaleidoscope” oraz 4 w branżowym miesięczniku „Wiadomości Turystyczne”. Kraków promował się również w wydaniu specjalnym „Turystyka filmowa” magazynu „Nowa turystyka”. Dzięki wizytom studyjnym miasto umacnia swoją pozycję na mapie turystyki europejskiej, pokazując, że Kraków to miejsce otwarte, przyjazne i gotowe na wyzwania przyszłości.

Współpraca europejskich miast historycznych

Kraków aktywnie realizuje inicjatywy międzynarodowe, które wspierają politykę zrównoważonego rozwoju. Jednym z kluczowych projektów jest „SCT HUB - Codesign the Future of Sustainable Cultural Tourism” (pol. Współprojektowanie przyszłości zrównoważonej turystyki kulturowej). To innowacyjny, pierwszy tego typu w Polsce projekt, mający na celu stworzenie narzędzi umożliwiających rozwój turystyki kulturowej w sposób harmonijny, niewpływający negatywnie na życie mieszkańców miast historycznych. Kraków, jako jedno z dwóch polskich miast, uzyskał blisko 5 milionów euro dofinansowania z programu „Europejska Inicjatywa Miejska” na realizację tego przedsięwzięcia.

Miasto od 2023 roku angażuje się również w projekt „Tourism in Balance”, finansowany ze środków programu Interreg Europe. Współpracując z miastami takimi jak Rzym, Amsterdam, Braszów, Sewilla i Tallin. Kraków poszukuje rozwiązań dla wyzwań związanych z nadmiernie skoncentrowanym ruchem turystycznym. Partnerzy projektu wymieniają się doświadczeniami i opracowują strategie wspierające zrównoważony rozwój turystyki, korzystając ze wsparcia Uniwersytetu Nauk Stosowanych w Bredzie, specjalizującego się w badaniach nad turystyką.

Fot. Ela Marchewka



**Magiczny
Kraków**

Zrównoważona turystyka codzienną praktyką

Rok 2024 wyraźnie pokazał, że przyszłość turystyki w Krakowie musi być oparta na zrównoważonym podejściu, które uwzględnia potrzeby wszystkich użytkowników miasta – mieszkańców, przedsiębiorców z branży turystycznej oraz odwiedzających. W czasach, gdy liczba odwiedzających w miastach historycznych stale rośnie, Kraków ma wyjątkową szansę stać się wzorem dla innych destynacji, pokazując, że harmonia między lokalnym życiem a turystyką jest możliwa.

Aby potencjał miasta został w pełni wykorzystany, konieczne jest konsekwentne wdrażanie kompleksowej strategii zrównoważonego rozwoju turystyki, a samo pojęcie „zrównoważona turystyka” nie może być jedynie modnym hasłem – musi stać się dla wszystkich realnym planem działania.