#RespectKraków – odpowiedzialna turystyka w sercu miasta

2026-06-26

Współczesna turystyka to nie tylko odkrywanie nowych miejsc, lecz także odpowiedzialność za ich przyszłość. Na tym założeniu opiera się krakowska inicjatywa #RespectKraków. Realizowany przez magistrat projekt promuje odpowiedzialne postawy wśród osób odwiedzających Kraków oraz buduje wizerunek miasta jako miejsca przyjaznego zarówno mieszkańcom, jak i turystom.

Projekt od 2019 roku realizuje Wydział ds. Turystyki Urzędu Miasta Krakowa. Ma on zwiększać świadomość zasad dobrego współistnienia wszystkich uczestników ruchu turystycznego, poszanowania lokalnej społeczności oraz odpowiedzialnego korzystania z miejskiej infrastruktury i oferty. Istotnym elementem projektu jest współtworzenie spójnego i atrakcyjnego wizerunku Krakowa jako miasta światowego dziedzictwa UNESCO, oferującego bogate i różnorodne życie kulturalne. Kampania promuje lokalną kuchnię opartą na tradycjach i regionalnych produktach, a także zachęca do odkrywania mniej znanych, lecz równie interesujących miejsc poza głównymi szlakami turystycznymi.

Ważnym aspektem kampanii jest kształtowanie odpowiedzialnych postaw wśród odwiedzających. Są oni zachęcani do świadomego korzystania z oferty miasta, z poszanowaniem jego przestrzeni i mieszkańców. Dotyczy to w szczególności przestrzegania zasad współżycia społecznego i przepisów porządkowych. W praktyce dotyczy to takich palących tematów, jak respektowanie ciszy nocnej, korzystanie z koszy na śmieci czy unikanie spożywania alkoholu w miejscach publicznych. Takie podejście pozwala zachować równowagę między rozwojem turystyki a komfortem życia mieszkańców.

Pierwsza edycja kampanii została zrealizowana w ramach europejskiego projektu „Tourism Friendly Cities”, finansowanego z programu URBACT. Udział w nim umożliwił przedstawicielom Wydziału ds. Turystyki zapoznanie się z kampanią „Enjoy Respect Venezia”. Rozwiązania zastosowane we Włoszech stały się inspiracją do stworzenia koncepcji #RespectKraków, dopasowanej do lokalnych uwarunkowań i specyfiki miasta. Projekt wpisuje się także w założenia „Polityki zrównoważonej turystyki Krakowa na lata 2021–2028” i opiera się na dialogu oraz współpracy między kluczowymi uczestnikami rynku turystycznego: mieszkańcami, turystami i przedsiębiorcami.

Kampania outdoorowa

W sezonie wakacyjnym materiały graficzne i animacje kampanii są dobrze widoczne w kanałach komunikacji miejskiej oraz przestrzeni publicznej, co znacząco zwiększa ich zasięg i rozpoznawalność. Pojawiają się m.in. w pojazdach komunikacji miejskiej – na ekranach Bus TV, a także na przystankach autobusowych i tramwajowych. Docierają zarówno do mieszkańców, jak i licznie odwiedzających Kraków turystów.

Kampania wykorzystuje również automaty Krakowskiej Karty Miejskiej oraz nowoczesne nośniki typu digital citylight, rozmieszczone w strategicznych lokalizacjach o dużym natężeniu ruchu. Działania obejmują także Kraków Airport, gdzie już w hali odbioru bagażu podróżnych wita animacja prezentująca w przystępny sposób najważniejsze zasady obowiązujące w mieście. Dzięki temu

odwiedzający jeszcze przed opuszczeniem lotniska otrzymują jasne i czytelne wskazówki dotyczące funkcjonowania w przestrzeni miejskiej.

Uzupełnieniem kampanii są działania wdrożone w ostatnim roku – reklamy „Respect Kraków” umieszczone na oparciach siedzeń w tramwajach oraz na tyłach autobusów. Animacja projektu pojawia się także w hali Dworca Głównego PKP, co dodatkowo wzmacnia spójność i widoczność przekazu w kluczowych punktach miasta.

Do działań aktywnie włączają się również krakowscy przedsiębiorcy z sektora turystycznego i usługowego. Materiały informacyjne oraz elementy identyfikacji wizualnej kampanii pojawiają się w hotelach, restauracjach, barach oraz innych miejscach istotnych dla odwiedzających. Dzięki współpracy z lokalnym biznesem przekaz kampanii pozostaje spójny i szeroko obecny, co sprzyja skutecznemu budowaniu świadomości oraz promowaniu odpowiedzialnego korzystania z uroków Krakowa.

Kampania internetowa

Kampania „Respect Kraków” prowadzona jest również w mediach społecznościowych oraz YouTube. W odpowiedzi na rosnące zainteresowanie Krakowem, potwierdzone wynikami badań ruchu turystycznego, działania komunikacyjne są kierowane zarówno do odbiorców zagranicznych, jak i krajowych.

Dzięki wykorzystaniu algorytmów platform społecznościowych przekaz trafia do precyzyjnie określonych grup, które – zgodnie z analizami – najczęściej odwiedzają miasto, w tym do odbiorców krajowych oraz gości z Wielkiej Brytanii. Co ważne, komunikaty o zasadach dobrego zachowania wyświetlane są także na miejscu – na telefonach użytkowników miasta. Kampania internetowa prowadzona w 2025 roku wygenerowała ponad 13 milionów wyświetleń we wszystkich kanałach komunikacji.

Jesienią 2025 roku uruchomiono również witrynę internetową Respect Kraków: https://respectkrakow.um.krakow.pl/, zawierającą podstawowe dane o mieście i kampanii, adresy punktów informacyjnych oraz praktyczne materiały dla odwiedzających. Dostęp do strony ułatwia m.in. kod QR umieszczony w materiałach informacyjno-promocyjnych.

City Helpers

Wraz z początkiem wakacji na ulice Krakowa ponownie wyruszają City Helpersi – miejscy pomocnicy, którzy od 2021 roku aktywnie wspierają działania miasta na rzecz odpowiedzialnej turystyki. Ich obecność stała się stałym elementem letniego krajobrazu centrum oraz ważnym ogniwem budowania pozytywnych relacji między mieszkańcami a odwiedzającymi. Od poniedziałku do czwartku oraz w niedziele działają od 18:00 do godziny 1:00, natomiast w piątki i soboty – do 2:00 w nocy. Pozwala to lepiej odpowiadać na wyzwania związane z funkcjonowaniem miasta nocą w zależności od dnia tygodnia.

City Helpersi pełnią rolę ambasadorów programu Respect Kraków. Charakterystycznie ubrani, są łatwo rozpoznawalni, otwarci i gotowi do pomocy zarówno turystom, jak i krakowianom. Działają

przede wszystkim w najbardziej uczęszczanych częściach miasta – na Starym Mieście, Kazimierzu oraz na Bulwarach Wiślanych. W tych miejscach udzielają pomocy, odpowiadają na pytania i reagują na bieżące potrzeby – w tym zakłócanie porządku w przestrzeni miejskiej.

Ich zadaniem jest nie tylko pomoc, lecz także edukacja. Przypominają o zasadach obowiązujących na terenie parków kulturowych, informują o lokalnych przepisach oraz promują odpowiedzialne korzystanie z miasta. Dzięki odpowiedniej wiedzy, zachęcają również do odkrywania mniej oczywistych atrakcji poza ścisłym centrum, wspierając tym samym rozpraszanie ruchu turystycznego.

W realizacji swoich zadań współpracują z Burmistrzem Nocnym, Komisją Zrównoważonej Gospodarki Nocy oraz Strażą Miejską, która przygotowuje ich do pracy poprzez specjalistyczne szkolenia, m.in. z zakresu reagowania w sytuacjach kryzysowych oraz podstaw samoobrony. Dzięki ich obecności Kraków staje się przestrzenią bardziej uporządkowaną, bezpieczną i przyjazną – zarówno dla mieszkańców, jak i dla odwiedzających, którzy chcą poznawać wyjątkowy charakter stolicy Małopolski w sposób świadomy i odpowiedzialny.

Inicjatywa #RespectKraków pokazuje, że rozwój turystyki może iść w parze z troską o jakość życia mieszkańców oraz ochronę dziedzictwa kulturowego. Zrównoważona turystyka to wspólna odpowiedzialność wszystkich użytkowników miasta – tylko dzięki wzajemnemu szacunkowi możliwe jest zachowanie jego unikalnego charakteru dla przyszłych pokoleń.

Artykuł jest częścią cyklu publikacji Gminy Miejskiej Kraków na temat stanu turystyki w Krakowie. Cykl ma pomóc usystematyzować kluczowe pojęcia i zjawiska oraz analizować wady i zalety krakowskiej turystyki w oparciu o dane. Jest też zachętą do aktywnego udziału w dialogu społecznym pomiędzy mieszkańcami, przedsiębiorcami a samorządem.