

VÝROČNÍ ZPRÁVA 2025

Destinační společnost
Šumava Tourism, z. s.



ÚVODNÍ SLOVO

Rok 2025 představoval první plnohodnotný rok systematického fungování Destinační společnosti Šumava Tourism, z. s., jako oblastní organizace destinačního managementu pro území západní Šumavy a jejího podhůří. Po formálním založení organizace v roce 2024 bylo nezbytné v roce 2025 vybudovat pevné institucionální, komunikační i projektové základy a převést vizi do konkrétních realizovaných kroků.

Prioritou roku 2025 bylo vytvoření funkční a stabilní organizační struktury, posílení členské základny, sjednocení prezentace regionu a zavedení moderních komunikačních nástrojů. Současně bylo cílem ukázat, že destinační management není pouze marketing, ale koordinovaná práce napříč obcemi, podnikateli a dalšími aktéry v území.

V průběhu roku došlo ke spuštění oficiálních sociálních sítí, nového webového portálu, pravidelného newsletteru, tematických mapových výstupů a v závěru roku i mobilní aplikace Šumava žije. Tyto kroky znamenaly zásadní posun směrem k profesionalizaci komunikace a systematickému budování značky Destinace Šumava žije.

Rok 2025 byl zároveň rokem významného institucionálního milníku – získání certifikace CzechTourism jako oblastní organizace destinačního managementu. Současně byla vytvořena strategie rozvoje cestovního ruchu pro turistickou oblast, která definuje klíčové směry a priority dalšího rozvoje destinace. Tento krok potvrzuje naplnění metodických standardů, transparentnost řízení a dlouhodobý koncepční přístup.

Organizace vstoupila do roku 2026 se stabilizovaným týmem, rozšířenou členskou základnou a funkčními nástroji, na nichž lze dále stavět.

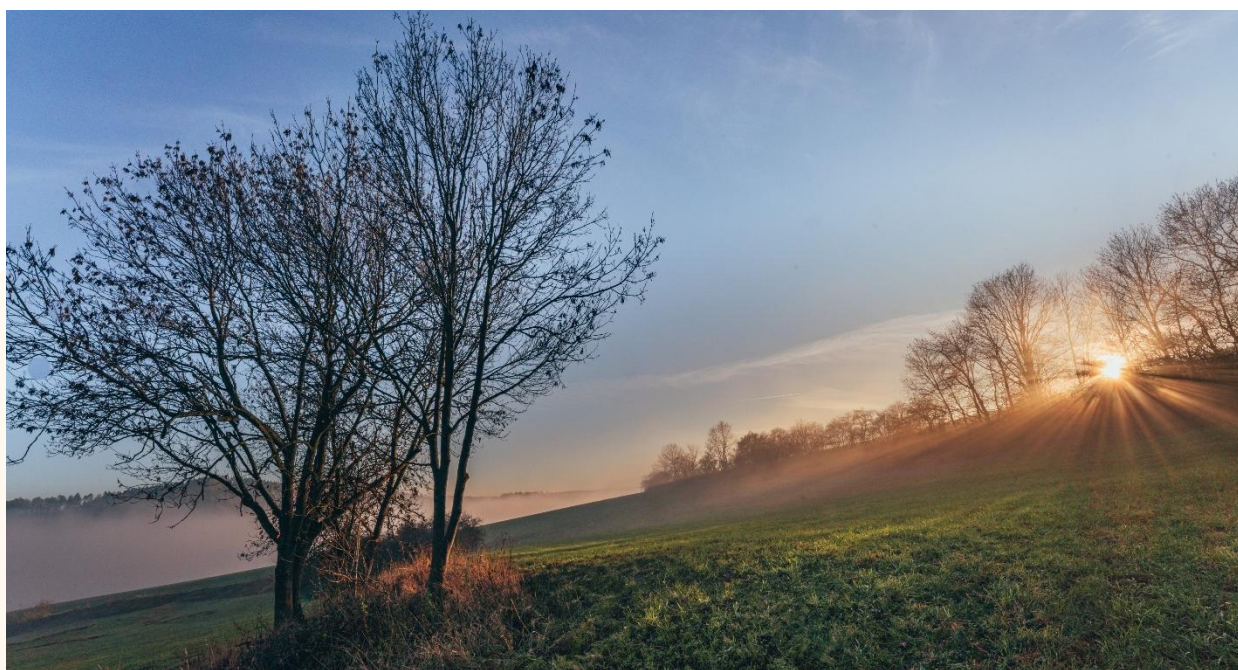
Ing. Monika Bendlová, MBA
ředitelka a statutární zástupce



ZÁKLADNÍ ÚDAJE

k 31. 12. 2025

Název:	Destinační společnost Šumava Tourism, z. s.
Právní forma:	spolek
Typ DMO:	oblastní organizace
Sídlo:	Klostermannovo náměstí 295, 340 04 Železná Ruda
Kraj:	Plzeňský
Okres:	Klatovy
Rozloha turistické oblasti:	cca 1 465 km ²
Počet obcí v oblasti:	55
Počet obyvatel v oblasti:	cca 70 tis.
Počet členů:	49
Ředitelka:	Ing. Monika Bendlová, MBA
IČO:	22078002
Facebook:	https://www.facebook.com/profile.php?id=61570078993450
Instagram:	https://www.instagram.com/destinacesumavazije
Datum založení:	3. 9. 2024



ÚČEL SPOLKU

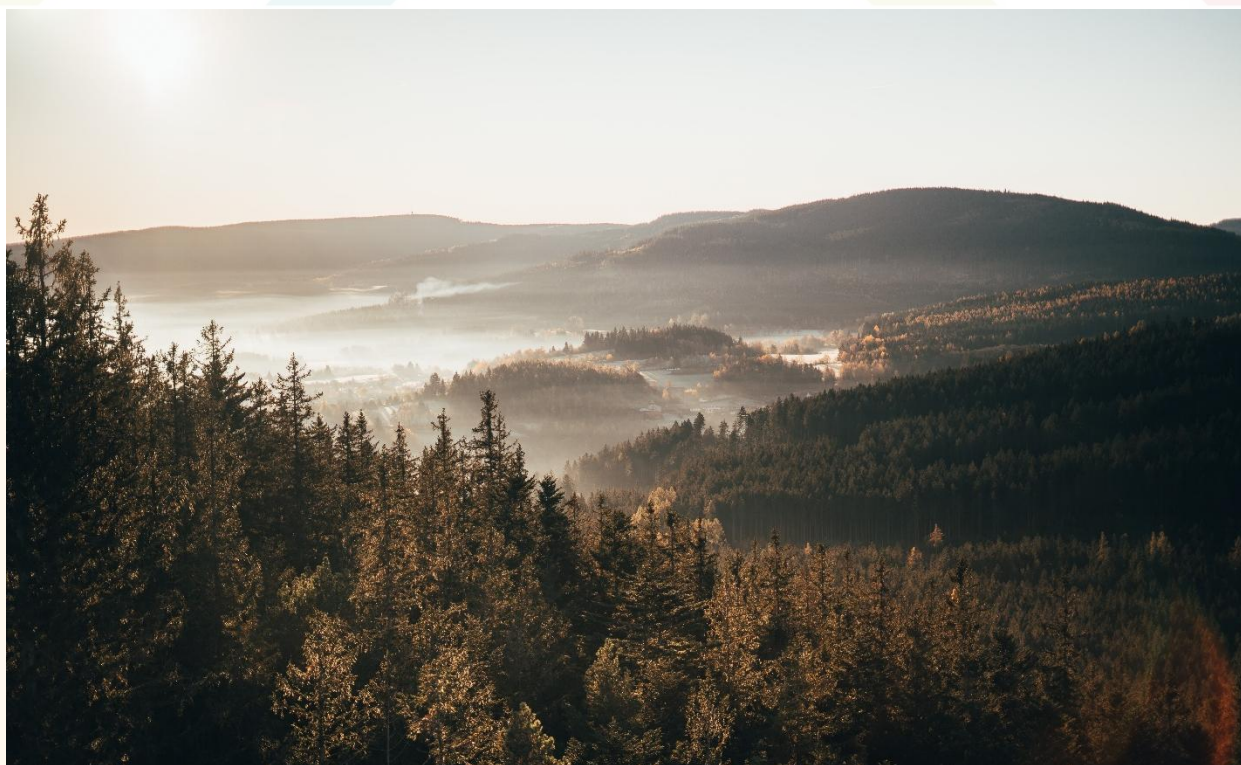
Destinační společnost Šumava Tourism, z. s., byla založena dne 3. září 2024 na základě společné iniciativy klíčových aktérů z veřejného, neziskového i soukromého sektoru.

Poslání organizace spočívá zejména v:

- budování jednotné značky Destinace Šumava žije
- koordinaci marketingových aktivit
- vytváření společných produktů a výstupů
- podpoře spolupráce veřejného a soukromého sektoru
- iniciaci projektů v oblasti udržitelnosti a mobility
- zapojování regionu do národních a přeshraničních aktivit

Účel spolku

Hlavním účelem spolku je koordinace, řízení a rozvoj cestovního ruchu v území západní Šumavy a jejího podhůří. Organizace usiluje o vyvážený rozvoj destinace, který kombinuje marketingovou prezentaci, kvalitní návštěvnický servis, spolupráci aktérů a respekt k přírodnímu a kulturnímu dědictví regionu.



HLAVNÍ ČINNOST SPOLKU

Destinační společnost Šumava Tourism, z. s., byla založena jako oblastní organizace destinačního managementu s cílem podporovat koordinovaný, udržitelný a strategicky řízený rozvoj cestovního ruchu v oblasti západní Šumavy a jejího podhůří. Hlavní činnost spolku je zaměřena na uspokojování a ochranu společných zájmů členů v oblasti cestovního ruchu, přičemž neslouží k výdělečné činnosti. Spolek působí jako platforma spolupráce mezi veřejným, soukromým a neziskovým sektorem a v souladu s aktuálními krajskými a národními strategiemi rozvíjí Destinaci Šumava žije jako atraktivní a konkurenceschopnou turistickou oblast.

Hlavní činnosti spolku:

1. **Spolupracovat při tvorbě a provádění destinačního managementu v oblasti se Stakeholdery cestovního ruchu. Mezi klíčové činnosti při tvorbě a provádění destinačního managementu v oblasti patří zejména:**

- naplňování aktuální Strategie rozvoje cestovního ruchu v oblasti Šumavy a návazně Koncepce rozvoje cestovního ruchu Plzeňského kraje, Koncepce rozvoje cestovního ruchu v Jihočeském kraji, případně strategie krajských centrál cestovního ruchu, ve spolupráci se všemi klíčovými Stakeholdery cestovního ruchu,
- poskytování podpory při naplňování strategií rozvoje cestovního ruchu měst a obcí, místních akčních skupin, zpracování a naplňování Strategického plánu,
- zpracování a naplňování Ročního plánu v souladu se Strategickým plánem,
- zjišťování potřeb a možností aktérů cestovního ruchu a pravidelná komunikace s nimi,
- koordinace toku informací mezi Spolkem a stakeholdery cestovního ruchu a mezi stakeholdery cestovního ruchu navzájem,
- koordinace aktivit aktérů cestovního ruchu (poskytovatelů),
- podpora vzniku nových produktů cestovního ruchu (networking, vzdělávání, iniciace akcí),
- podpora jednotlivých oblastí cestovního ruchu a jejich provázání navzájem, podpora jejich značek,
- efektivní celoroční využívání potenciálu cestovního ruchu,
- pořádání seminářů a vzdělávacích akcí,
- sledování, měření a vyhodnocování efektů a výstupů konkrétních projektů.

HLAVNÍ ČINNOST SPOLKU

2. Prosazovat společné zájmy v oblasti rozvoje cestovního ruchu (prosazování společných zájmů). Mezi klíčová témata při prosazování společných zájmů v oblasti cestovního ruchu patří zejména:

- podpora vzdělávacích procesů za účelem zajištění kvalitních zaměstnanců pro aktéry cestovního ruchu (poskytovatele) a pro zaměstnavatele v přidružených odvětvích cestovního ruchu,
- optimální využití přírody a krajiny oblasti ve spolupráci s relevantními partnery,
- podpora legislativního procesu k přijetí zákona o cestovním ruchu či jiných relevantních zákonných norem podporujících přímo či nepřímo odvětví cestovního ruchu,
- podpora při jednáních o dotačních podmínkách pro rozvoj cestovního ruchu v oblasti, o dotacích na programy vypsane Ministerstvem pro místní rozvoj či jinými orgány státní správy s přesahem do cestovního ruchu, nastavení spolupráce při tvorbě školského vzdělávacího programu, vzdělávání ve vztahu k potřebám trhu, případně zajištění dotačního managementu vč. návazných podpůrných služeb aj.,
- spolupráce se Sdružením turistických oblastí České republiky, případně dále s Asociací horských středisek ČR, Českou unií cestovního ruchu, Svazem obchodu a cestovního ruchu, Asociací organizací cestovního ruchu, Asociací cestovních kanceláří ČR, Asociací hotelů a restaurací ČR a dalšími relevantními profesními organizacemi,
- spolupráce s destinačními agenturami pro příslušné kraje, s okolními oblastními a lokálními DMO, Českou centrálou cestovního ruchu a s Plzeňským a Jihočeským krajem.

3. Zajišťovat pro oblast marketing v odvětví cestovního ruchu. Mezi klíčové řídicí a marketingové činnosti patří zejména:

- propagace loga a využití loga při provádění marketingové komunikace v rámci odvětví cestovního ruchu, zajištění brandingových činností, vč. propagace loga a využití loga při provádění marketingové komunikace, v rámci ČR a zahraničí,
- zajišťování provozu portálu webových stránek a s ním propojených aplikací vč. průběžného provádění jeho update a upgrade coby klíčového informačního přenosového kanálu marketingové komunikace cestovního ruchu,
- pozitivní PR komunikace s médii na mikroregionální, oblastní, národní i mezinárodní úrovni.

ÚZEMNÍ VYMEZENÍ

Destinační společnost Šumava Tourism, z. s., realizuje aktivity destinačního managementu a marketingu na území Destinace Šumava žije, která se nachází na území západní Šumavy a v jejím podhůří.

- Celé území Destinace Šumava žije je součástí okresu Klatovy, který je nejrozsáhlejším okresem v Česku. Obcemi oblasti s počtem obyvatel nad dva tisíce jsou Klatovy, Sušice, Nýrsko a Janovice nad Úhlavou.
- Přibližně 41 % území Destinace Šumava žije pokrývá Národní park Šumava a Chráněná krajinná oblast Šumava.
- V turistické oblasti se nachází řada jedinečných přírodních, ale i kulturně-historických atraktivit.



ORGÁNY SPOLKU

V průběhu roku 2025 došlo ke změně ve složení správní rady v rámci profesní členské skupiny.

Dne 28. 11. 2025 schválili zástupci členské schůze nového zástupce profesní skupiny a člena správní rady Ing. Milana Vyskočila. Ten nahradil Mgr. Kryštofa Částku, který oznámil odstoupení z funkce dne 10. 11. 2025. Odstoupení nabylo účinnosti dne 10. 12. 2025, tedy po uplynutí měsíční lhůty od doručení oznámení.

Správní rada i dozorčí rada se v průběhu roku podílely zejména na:

- schvalování rozpočtu a finančních plánů
- vyhodnocování marketingových aktivit
- přípravě a kontrole procesu certifikace CzechTourism
- projednávání strategického směřování organizace
- řešení personálních a organizačních záležitostí.

Zástupci členských skupin v orgánech spolku ke dni 31. 12. 2025

Členská skupina		Ředitelka	Správní rada	Dozorčí rada
I.	Krajská	Ing. Monika Bendlová, MBA	Bc. Ilona Šnebergerová	Ing. Libor Pícka
II.	Destinační		Zdeněk Bálek	Pavel Javorský
III.	Municipální		Ing. Filip Smola, předseda	Ing. Martin Kříž, předseda
IV.	Profesní		Ing. Milan Vyskočil	Vladimír Kasík



ČLENOVÉ SPOLKU

Destinační společnost Šumava Tourism, z. s., je otevřenou a samosprávnou platformou, která sdružuje rozmanité subjekty se společným cílem – podporovat udržitelný rozvoj cestovního ruchu v oblasti západní Šumavy a jejího podhůří. K 31. prosinci 2025 měl spolek celkem 49 členů. Členové jsou sdruženi do členských skupin dle stanov a interního členění spolku. Tato struktura umožňuje vyvážené zastoupení veřejného, neziskového i soukromého sektoru a vytváří prostor pro efektivní spolupráci, sdílení zkušeností a společné rozhodování o dalším směřování destinace. Každý člen se zároveň podílí na činnosti spolku v souladu s principy komunikace, koordinace a kooperace.

V rámci spolku patří každý člen do jedné ze Členských skupin dle svého charakteru. K 31. prosinci 2025 byl seznam členů spolku následující:

I. členská skupina - krajská

- Plzeňský kraj

II. členská skupina - destinační

- Destinace Sušicko, z. s.
- Muzeum historických motocyklů
- Český svaz ochránců přírody Rejštejn
- Landkreis Regen Arberland
- Klatovské katakomby, z. s.

III. členská skupina - municipální

- Město Klatovy
- Město Železná Ruda
- Město Kašperské Hory
- Obec Srní

IV. členská skupina - profesní

- SPORT SERVICE, spol. s r.o.
- Mgr. Kryštof Částka
- OREA Hotels s.r.o.
- Alteris s.r.o.
- CrossCafé Plzeň s.r.o.
- Pavel Hrach, FO
- HummelsApartment, s.r.o.
- Eva Nechvátalová
- Luboš Bečička
- Marcela Zoufalá
- Enjoy Šumava, s.r.o.
- AV-Retail, s.r.o.
- Jiří Turner
- Petr Filip
- Sportman, s.r.o.
- BENOCO, s.r.o.
- Horest Group, s.r.o.
- Západočeské konzumní družstvo Sušice
- Farma Loužná, s.r.o.
- Hotel a pivovar Belveder, s.r.o.

- Marie Chvojková
- KáVé Klatovy, s.r.o.
- Železnorudsko spol. s r.o.
- Gerlovka, v.o.s.
- Jiří Hanus
- Plody Šumavy
- Tomáš Valenz
- Jan Prach
- To Nej, s.r.o.
- Žíznivej, s.r.o.
- Atelier Stodola, s.r.o.
- Kristýna Nováková
- Lada Zvěřinová
- Mountain Hut, s.r.o.
- Pancíř chata a rozhledna, s.r.o.
- Jan Lusk
- Apetitishop, s.r.o.
- Tomáš Pech
- Mgr. Jaroslav Svoboda, advokát

AKTIVITY SPOLKU V ROCE 2025

Rok 2025 byl prvním plnohodnotným rokem fungování organizace, zaměřeným na profesionalizaci řízení, vybudování komunikačních nástrojů, získání institucionálního uznání a nastavení dlouhodobého strategického rámce pro rozvoj Destinace Šumava žije.

Hlavní aktivity roku 2025:

- **Stabilizace organizační struktury a týmu** – vytvoření funkčního realizačního týmu, nastavení provozních, administrativních a projektových procesů a posílení členské základny
- **Získání certifikace CzechTourism** – udělení statutu Oblastní organizace destinačního managementu (98/100 bodů) jako potvrzení odborné a institucionální kvality organizace.
- **Spuštění oficiálního webu sumavazije.cz** – vybudování centrální digitální platformy destinace (6 500 aktivních uživatelů za prvních 6 měsíců provozu).
- **Systematická komunikace na sociálních sítích** – vybudování online komunity od nuly (cca 1 300 sledujících na Facebooku i Instagramu, statisícové dosahy obsahu).
- **Spuštění mobilní aplikace Šumava žije** – zavedení vlastního digitálního nástroje pro práci s návštěvníkem a realizace pilotního projektu *Zimní výzva 2025-2026*.
- **Realizace marketingových výstupů** – vydání dvou čísel turistických novin Reportér Šumava žije, tematické mapy, mapa veřejné dopravy, mapa dobíjecích stanic pro elektrokola a pravidelný newsletter.
- **Příprava dlouhodobé strategie rozvoje destinace do roku 2032** – zpracování analytické i návrhové části strategie včetně produktového portfolia, segmentace cílových trhů a principů udržitelnosti.



CERTIFIKACE CZECHTOURISM

Získání statutu oblastní organizace destinačního managementu

Rok 2025 byl pro Destinační společnost Šumava Tourism, z. s., klíčovým obdobím z hlediska institucionální konsolidace a odborného ukotvení organizace v rámci národní struktury cestovního ruchu České republiky.

V průběhu roku byl realizován proces certifikace dle Národního systému kategorizace a certifikace organizací destinačního managementu. Tento systém představuje jednotný metodický rámec pro hodnocení výkonnosti, profesionality a strukturální připravenosti organizací destinačního managementu na lokální, oblastní a krajské úrovni.

Dne 15. září 2025 byla organizaci udělena certifikace Oblastní organizace destinačního managementu. Při vstupním hodnocení dosáhla organizace výsledku 98 bodů ze 100 možných, což představuje mimořádně vysoké hodnocení při první účasti v certifikačním procesu.

Získáním certifikace byla Destinační společnost Šumava Tourism, z. s., oficiálně zařazena mezi uznané oblastní organizace destinačního managementu v České republice.

Hodnocené oblasti

Certifikační proces byl koncipován jako komplexní audit funkčnosti organizace. Posuzovány byly následující oblasti:

- Institucionální a právní stabilita
- Řízení a strategické plánování
- Spolupráce v území
- Marketingové a projektové výstupy
- Transparentní hospodaření a kontrolní mechanismy

Význam certifikace pro organizaci

Získání certifikace představuje potvrzení, že organizace splňuje národní standardy pro oblastní destinační management a disponuje odpovídající úrovní odbornosti, řízení i výkonnosti.

Certifikace přináší zejména:

- oficiální uznání organizace v rámci národní struktury cestovního ruchu
- posílení institucionální důvěryhodnosti vůči členským obcím, podnikatelům a partnerům
- vyšší míru legitimacy při jednání s krajskými a národními institucemi
- možnost zapojení do národních a mezinárodních projektových schémát
- systémové ukotvení destinace v rámci prezentace České republiky

MARKETINGOVÉ AKTIVITY

Aplikace Destinace Šumava žije

V roce 2025 se při přípravě mobilní aplikace podařilo:

- úspěšně spustit plně funkční mobilní aplikaci
- zapojit první registrované uživatele
- realizovat pilotní projekt Zimní výzva
- otestovat model gamifikace na úrovni regionu
- ověřit technickou stabilitu systému

Rok 2025 položil technologický a koncepční základ pro další rozvoj aplikace v roce 2026. Získané zkušenosti umožní rozšířit funkčnost, optimalizovat uživatelské prostředí a připravit další tematické výzvy či kampaně.

Aplikace Šumava žije se tak stává strategickým nástrojem pro dlouhodobou práci s návštěvníkem a rozvoj moderní digitální identity destinace.



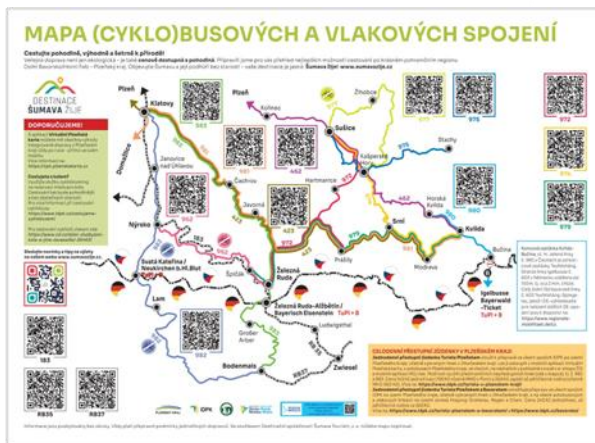
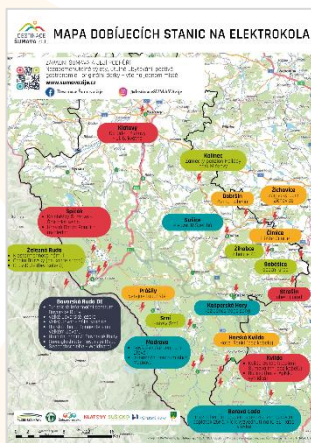
Marketingové výstupy

V roce 2025 byly realizovány následující výstupy:

- vydání dvou turistických novin - Reportér Šumava žije
- tematické mapy turistických cílů
- mapa veřejné dopravy
- mapa dobíjecích stanic pro elektrokolá
- pravidelný newsletter



Marketing byl zaměřen na budování značky, podporu návštěvnosti a sjednocení prezentace regionu.



DIGITÁLNÍ KOMUNIKACE, WEB A SOCIÁLNÍ SÍTĚ

Rok 2025 byl zaměřen na vytvoření jednotné komunikační platformy destinace. Byly zavedeny základní nástroje digitální i tištěné komunikace.

Webové stránky sumavazije.cz byly spuštěny v červenci 2025. Veškeré níže uvedené výsledky tedy představují výkon za přibližně půl roku provozu. I přes toto krátké období se web stal funkční a stabilní informační platformou pro návštěvníky západní Šumavy a jejího podhůří.

Od července do konce roku zaznamenal web:

- 6 500 aktivních uživatelů
- 6 500 nových uživatelů
- 72 000 zaznamenaných interakcí
- průměrnou dobu návštěvy 1 minuta 31 sekund

Rok 2025 byl také prvním rokem systematické komunikace Destinační společnost Šumava žije na sociálních sítích. Profily byly spuštěny na začátku roku s nulovou výchozí komunitou sledujících. Během jednoho roku se podařilo vybudovat stabilní online publikum a vytvořit základ digitální prezentace destinace.

Používané sociální sítě

Facebook: Destinační společnost Šumava žije

V průběhu roku 2025 bylo na Facebooku dosaženo:

- 654 600 zobrazení obsahu
- 12 800 interakcí s obsahem
- 17 200 návštěv stránky
- 1 300 kliknutí na externí odkazy
- přibližně 1 300 nových sledování

Instagram: @destinacesumavazije

Instagramový profil @destinacesumavazije, spuštěný na začátku roku 2025:

- ke konci roku evidoval přibližně 1 300 sledujících.
- podle interních přehledů dosahovala týdenní zhlédnutí obsahu až přibližně 120 000 zobrazení týdně
- nejúspěšnějším formátem byly krátké videoformáty Reels



destinacesumavazije ...

Destinační společnost Šumava žije

Příspěvky (320) Sledující (2 471) Sleduji (465)

- 📌 Objev Šumavu: Tipy na výlety, zážitky & lokální služby, akce
- 📍 Spojujeme obce a podnikatele
- 📌 Naplánuj svůj výlet a ozn... číst dál
- 📍 Destinační společnost Šumava žije a 1 dalších

Sleduji ▾

Zpráva



Destinační společnost Šumava žije

sledující (1,6 tis.) • 100 sleduji

Je důležité, abyste se na Šumavě cítili dobře a věděli, kam vyrazit a kde to žít. Jsme tu pro vás.

Nezisková organizace @destinacesumavazije

👤 Sleduji 📧 Zpráva 🔍 Hledat

STRATEGIE ROZVOJE DESTINACE

Příprava strategie

Rok 2025 byl v oblasti strategického plánování přelomový. Poprvé vznikl ucelený koncepční rámec rozvoje destinace, který:

- sjednocuje pohled na budoucí směřování
- definuje konkrétní priority a opatření
- vytváří základ pro systematické řízení produktů
- umožňuje dlouhodobé plánování investic a projektů

Strategie představuje stabilizační a rozvojový nástroj, který posiluje institucionální vyspělost organizace a vytváří předpoklady pro koordinovaný a odpovědný rozvoj cestovního ruchu v území západní Šumava a její podhůří v následujících letech.

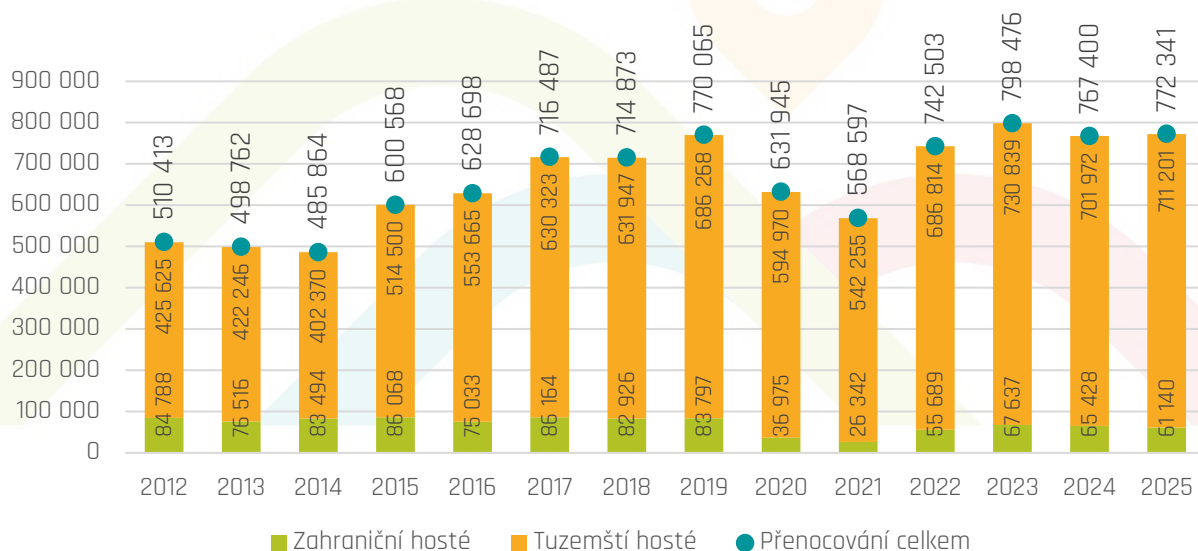


CESTOVNÍ RUCH V OBLASTI

Návštěvnost oblasti

Počet přenocování v hromadných ubytovacích zařízeních (HUZ) byl v letech před pandemií COVID-19 rostoucí, v letech 2020 a 2021 zaznamenala Destinace Šumava žije propad v počtu ubytování. Z pohledu celkového počtu přenocování se podařilo překonat předcovidové hodnoty v letech 2023 až 2025. Velkou zásluhu na tom mají vysoké počty přenocování tuzemských návštěvníků. Počet zahraničních návštěvníků v posledních letech mírně klesá. Podíl přenocování zahraničních návštěvníků v roce 2025 činil zhruba 8%.

Vývoj počtu přenocování v HUZ na území turistické oblasti (2012 - 2025)



Intenzita cestovního ruchu (počet přenocování / počet obyvatel) v roce 2025 dosáhla hodnoty 11,22 což odpovídá více než 2násobku průměru ostatních turistických oblastí. V hustotě cestovního ruchu (počet přenocování / rozloha) dosahuje oblast přibližně 2/3 průměru oblastí v ČR.

Intenzita cestovního ruchu v roce 2025

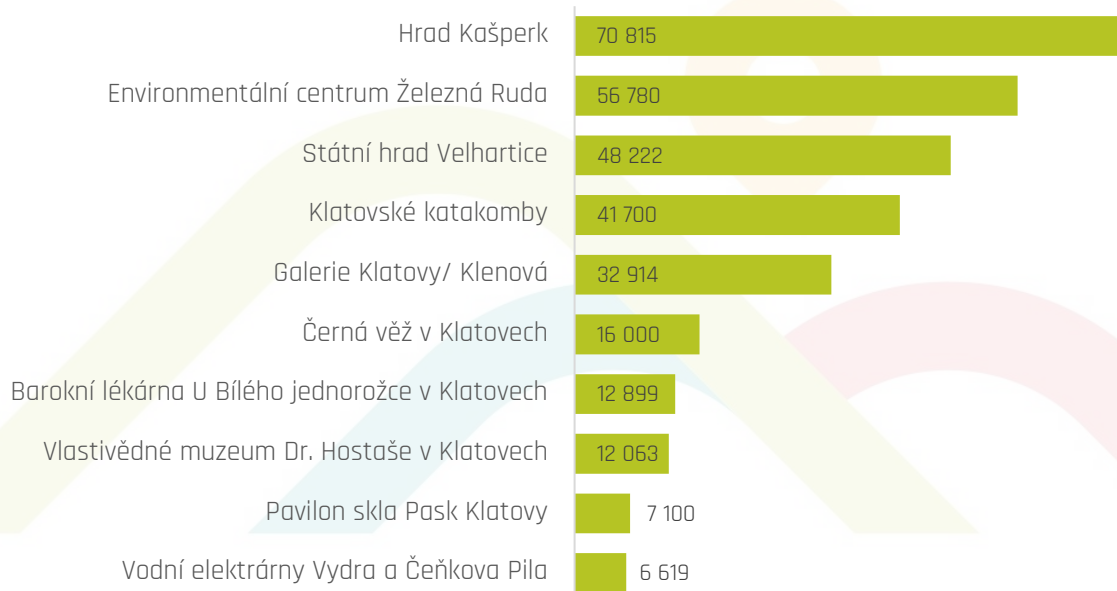
Rok 2024	Destinace Šumava žije	Průměr za oblasti v ČR	Podíl k průměru	Pořadí mezi tur. oblastmi
Intenzita cestovního ruchu (počet přenocování na 1000 obyvatel)	11,22	5,42	207%	9.
Hustota cestovního ruchu (počet přenocování na km ²)	527,2	749,9	70%	27.

CESTOVNÍ RUCH V OBLASTI

Návštěvnost turistických cílů

Na území Destinace Šumava žije monitoruje agentura CzechTourism návštěvnost u 17 objektů. Mezi nimi jsou nejčtenějšími kategoriemi Muzea a galerie a Hrady a zámky.

Návštěvnost TOP 10 památek v Destinaci Šumava žije (2025)



HOSPODAŘENÍ V ROCE 2025

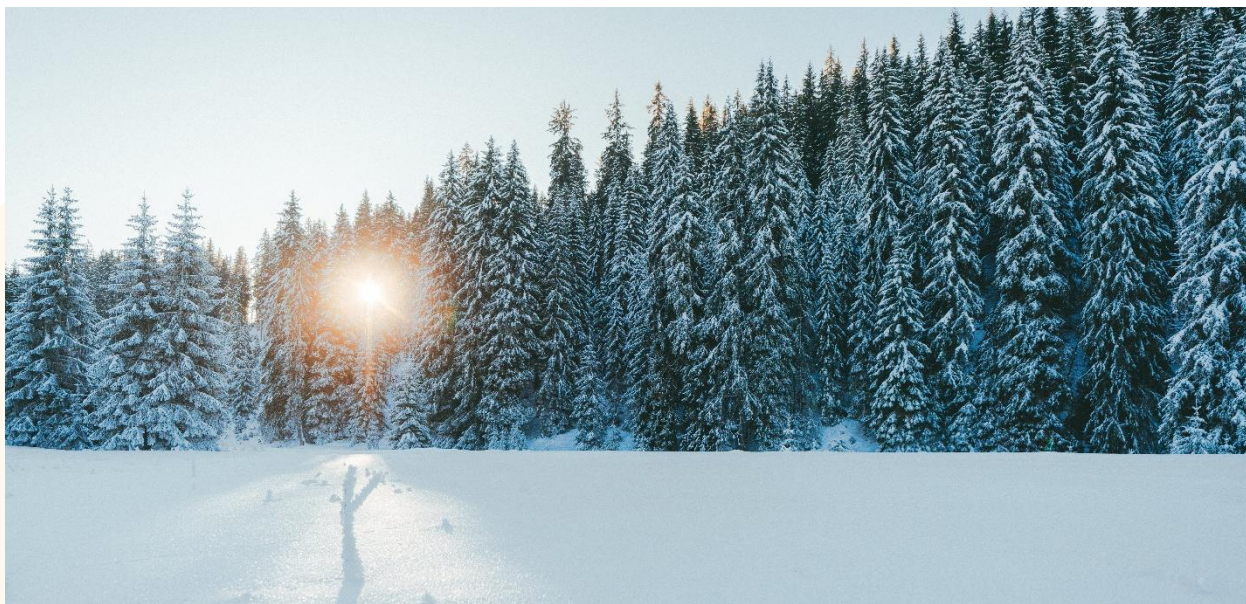
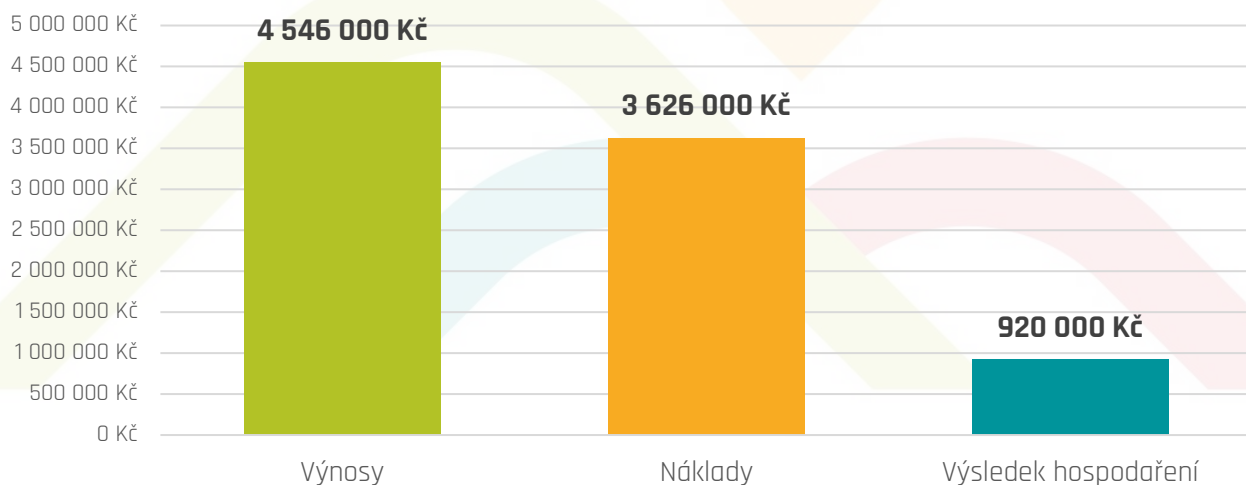
Hospodářský výsledek k 31. 12. 2025

Na následujících stranách představujeme výsledek hospodaření, výkaz zisků a ztrát a rozvahu Destinační společnosti Šumava Tourism, z. s., za rok 2025.

Všechny částky jsou zaokrouhlené na tisíce Kč. Celkové výnosy činily 4 546 000 Kč a skládaly se zejména z členských příspěvků jednotlivých členů. Celkové náklady činily částku 3 626 000 Kč. Největšími položkami byly osobní náklady a nakupované služby.

Celkový výsledek hospodaření spolku skončil v přebytku 920 000 Kč.

Výsledek hospodaření 2025



HOSPODAŘENÍ V ROCE 2025

Rozvaha k 31. 12. 2025

v tisících Kč

Označení a	AKTIVA b	Číslo řádku c	Stav k prvnímu dni účet. období	Stav k poslednímu dni úč. období
			1	2
B.	Krátkodobý majetek celkem (B.I. + B.II. + B.III. + B.IV.)	40	2 280	3 312
B.II.	Pohledávky celkem (součet B.II.1. až B.II.19.)	51	0	8
6.	Pohledávky za zaměstnanci	57	0	3
17.	Jiné pohledávky	68	0	5
B.III.	Krátkodobý finanční majetek celkem (součet B.III.1. až B.III.7.)	71	2 275	3 269
1.	Peněžní prostředky v pokladně	72	0	16
3.	Peněžní prostředky na účtech	74	2 275	3 253
B.IV.	Jiná aktiva celkem (součet B.IV.1. až B.IV.2.)	79	5	35
1.	Náklady příštích období	80	5	35
	AKTIVA CELKEM (A. + B.)	82	2 280	3 312

Označení a	PASIVA b	Číslo řádku c	Stav k prvnímu dni účet. období	Stav k poslednímu dni úč. období
			3	4
A.	Vlastní zdroje celkem (A.I. + A.II.)	01	2 172	3 092
A.I.	Jmění celkem (A.I.1. + A.I.2. + A.I.3.)	02	0	2 172
1.	Vlastní jmění	03	0	2 172
A.II.	Výsledek hospodaření celkem (A.II.1. + A.II.2. + A.II.3.)	06	2 172	920
1.	Účet výsledku hospodaření	07	2 172	920
B.	Cizí zdroje celkem (B.I. + B.II. + B.III. + B.IV.)	10	108	220
B.III.	Krátkodobé závazky celkem (součet B.III.1. až B.III.23.)	21	108	215
5.	Zaměstnanci	26	48	116
6.	Ostatní závazky vůči zaměstnancům	27	4	12
7.	Závazky k institucím sociálního zabezpečení a veřejného zdravotního pojištění	28	25	58
9.	Ostatní přímé daně	30	6	15
22.	Dohadné účty pasivní	43	25	14
B.IV.	Jiná pasiva celkem (součet B.IV.1. až B.IV.2.)	45	0	5
1.	Výdaje příštích období	46	0	5
	PASIVA CELKEM (A. + B.)	48	2 280	3 312



HOSPODAŘENÍ V ROCE 2025

Výkaz zisků a ztrát k 31. 12. 2025

v tisících Kč

Označení a	NÁKLADY b	Číslo řádku c	Činnost		
			hlavní 1	hospodářská 2	celkem 3
A.I.	Spotřebované nákupy a nakupované služby (součet A.I.1. až A.I.6.)	01	1 576	126	1 702
1.	Spotřeba materiálu, energie a ostatních neskladovaných dodávek	02	249	0	249
4.	Náklady na cestovné	05	84	0	84
5.	Náklady na reprezentaci	06	42	0	42
6.	Ostatní služby	07	1 201	126	1 327
A.III.	Osobní náklady (součet A.III.10. až A.III.14.)	12	1 903	0	1 903
10.	Mzdové náklady	13	1 465	0	1 465
11.	Zákonné sociální pojištění	14	437	0	437
13.	Zákonné sociální náklady	16	1	0	1
A.IV.	Daně a poplatky (A.IV.15.)	18	6	0	6
15.	Daně a poplatky	19	6	0	6
A.V.	Ostatní náklady (součet A.V.16. až A.V.22.)	20	15	0	15
22.	Jiné ostatní náklady	27	15	0	15
	NÁKLADY CELKEM (A.I. + A.II. + A.III. + A.IV. + A.V. + A.VI. + A.VII. + A.VIII.)	38	3 500	126	3 626

Označení a	VÝNOSY b	Číslo řádku c	Činnost		
			hlavní 1	hospodářská 2	celkem 3
B.II.	Přijaté příspěvky (součet B.II.2. až B.II.4.)	41	4 503	0	4 503
2.	Přijaté příspěvky zúčtované mezi organizačními složkami	42	4 503	0	4 503
B.III.	Tržby za vlastní výkony a za zboží	45	0	43	43
	VÝNOSY CELKEM (B.I. + B.II. + B.III. + B.IV. + B.V.)	59	4 503	43	4 546
C.	Výsledek hospodaření před zdaněním	60	1 003	-83	920
D.	Výsledek hospodaření po zdanění	61	1 003	-83	920





DĚKUJEME, ŽE SPOLEČNĚ
TVOŘÍME PŘÍBĚH,
KTERÝ STOJÍ ZA TO.