



LIBERECKÝ
KRAJ SOBĚ

Výroční zpráva
2025

Úvodem o projektu

Vážení přátelé,

místní výrobci výrazným způsobem obohacují nejen nabídku zajímavých produktů a služeb, ale i komunitní, společenský a kulturní život v kraji. **LIBERECKÝ KRAJ SOBĚ** šíří mezi místní obyvatele a návštěvníky našeho kraje přesvědčení, že podpora lokálních výrobků má smysl pro nás všechny. Je hezké si z výletu či dovolené přivést něco opravdu místního, řemeslného, s puncem originality. **LIBERECKÝ KRAJ SOBĚ** je místem, kde informace najdou jak zájemci o regionální produkty, kreativní dílny nebo návštěvu rodinné farmy, tak sami producenti, ale také obce, města, školy a jejich partnerské organizace.



Nositelem projektu je Liberecký kraj, odbor regionálního rozvoje a evropských projektů a od roku 2021 je řízením projektu pověřena krajská Agentura regionálního rozvoje spol. s r.o. Při příležitosti hodnocení uplynulého roku děkuji poradnímu sboru, který v projektu hraje důležitou roli. Je složen ze zástupců organizací, které regionálním produktům udělují certifikaci a ze zástupců výrobců samotných. Schází se dvakrát do roka osobně, hodnotí a dále směřuje vývoj projektu. Průběžně pak kontroluje rozšiřování databáze o necertifikované výrobce.

V roce 2025 pracoval ve složení: Markéta Pézlová - Místní akční skupina Frýdlantsko, Lucie Podařilová - Sdružení Český ráj, Veronika Váradiová - LAG Podralsko, Petra Hartmanová - Místní akční skupina Krkonoše, Tomáš Tesař a Michal Gorec - řemeslníci, Petr Macháček - farmář, Eva Jankovská - oddělení tiskové a vnějších vztahů, Iva Maršálková - zastupující resort kultury, památkové péče a cestovního ruchu a Ivana Hujerová a Pavlína Koděrová - koordinátorky projektu, oddělení projektů udržitelného rozvoje, odbor regionálního rozvoje a evropských projektů.

Tradiční výroba, řemeslná zručnost a výtvarné dovednosti mají na severu Čech dlouhodobou tradici. Skláři, textiláci, výrobci šperků, české bižuterie, výrobci potravin a další mistři řemesel svým většinou už dávno přesáhli hranice regionu. **LIBERECKÝ KRAJ SOBĚ** propaguje a podporuje typické české výrobky, regionální potraviny, místní služby a tradiční akce. Jsem rád, že Liberecký kraj podporuje lokální ekonomiku prostřednictvím tohoto projektu.

Edvard Kožušník

statutární náměstek hejtmána, resort hospodářského a strategického rozvoje

V Liberci, 31. 1. 2026

Marketing

MARKETINGOVÝ MIX

Po celou dobu projektu je postupně vytvářen mediální obraz, který se rozšiřuje do různých platforem a dílčích kampaní. Na základě pozitivních zkušeností z předchozích let pokračovala po celý rok spolupráce s profesionální firmou pro online marketing a společně byl vypracován marketingový plán, který se na pravidelných jednáních podle výsledků dílčích kampaní zpřesňoval a přizpůsoboval. Kombinovaly se tři základní online platformy – vyhledávače Google a Seznam a sociální síť Facebook; pokračovala také reklama na platformě Instagram. Podle výsledků sledovanosti různých příspěvků a typů reklam byly upravovány parametry nasazených reklam a cílových skupin. Všechny kanály se navzájem komunikačně podporují. Pokračovala rovněž tvorba podcastových rozhovorů „Hlavou, srdcem a rukama“.

Během roku se realizovaly čtyři základní online kampaně s obměnou vizuálů a vánoční kampaň zahrnující podporu videí, vánoční vizuály zaměřené na dárky a speciální reklama na Facebooku v podobě carouselu s tipy na dárky.

REKLAMA

- online

V roce 2025 pokračovala spolupráce s marketingovou agenturou MOMENTUM SYSTEMS. Díky systematické práci se daří dlouhodobě zvyšovat kvalitu návštěvnosti webu a především konverze – tedy pohyb uživatelů směrem k nejdůležitějším prvkům portálu, zejména k tlačítkům „Nakupovat“ a „Navigovat k prodeji“. Spolupráci průběžně rozvíjíme o nové reklamní formáty a platformy v souladu s vývojem projektu.

Online prostředí se dlouhodobě vyznačuje růstem cen reklamy – u platforem společnosti Meta (Facebook, Instagram) i vyhledávací sítě Sklik se meziroční nárůst pohybuje přibližně kolem 10 %, u vyhledávací sítě Google až 22 %. Vzhledem k tomu, že celkový rozpočet na reklamu zůstává již třetím rokem stejný, je mírná optimalizace výkonu na všech těchto platformách přirozeným vývojem. Protože se mění rozložení pozornosti cílové skupiny spíše směrem k vyhledávačům a v rámci sociálních sítí od FB směrem k Instagramu, obměnili jsme tak i finanční zacílení k posílení reklam tímto směrem. Díky tomu se při stejných finančních nákladech daří posilovat dosahy ve vyhledávačích.

Významný nárůst zaznamenává zejména Google, kde systematicky pracujeme také s recenzními formuláři a podporou důvěryhodnosti jednotlivých výrobců. Stabilní růst vykazuje i Seznam.cz.

Reklamy v rámci platforem META byly optimalizovány tak, aby se zachovala nebo rostla proklikovost z reklam, což se podařilo zejména u Instagramové kampaně a také u kampaně zaměřené na podcast.

Reklamní podpora

- Facebook: 2 101 758 / 2 973 375 v r. 2024 (počet zobrazení reklamy na podporu výrobců)
- Google: 1 001 194 / 505 871 v r. 2024
- Seznam: 660 956 / 502 249 v r. 2024

- Počet liků (To se mi líbí) FB stránky z reklamy: +175,63 %
- Návštěvnost Instagram profilu z reklamy: +25,62 %
- Návštěvnost webové podstránky s podcasty z kampaně podcast: +18,56 %
- Návštěvnost webu z obecné kampaně: -7,69 %

Návštěvnost webového portálu www.lksobe.cz

- Návštěvnost portálu: **42 152** / 45 402 v r. 2024
 - 17,77 % uživatelů se na portál pravidelně vrací
- Zobrazení jednotlivých stránek: **68 316** / 79 993 v r. 2024

Celkově statistiky ukazují na stabilní zájem, což je při stále stejném rozpočtu na reklamu úspěchem. Bohužel po nasazení cookies lišty podle zákonných pravidel má návštěvník webu možnost odmítnout sledování svého pohybu po webu, a tudíž statistiky nejsou srovnatelné s předchozími roky. I tak sledujeme zvýšený počet konverzí návštěvníků webu na weby řemeslníků – celkem 4 226 v roce 2025 oproti 3 890 v roce 2024 (tlačítka „Nakupovat“ a „Webové stránky“)

Cílem marketingových aktivit je získávat nové uživatele webu a dovést je k tzv. zápisům firem – profilům jednotlivých výrobců. Součástí profilů jsou důležité interaktivní prvky, které vedou potenciálního zákazníka k další akci. Portál tak nabízí možnost přímého prokliku na řemeslníkův e-shop (tlačítka „Nakoupit v e-shopu“) nebo propojení s mapovou navigací k řemeslníkovi prostřednictvím Google map (tlačítka „Ukázat trasu“). Nadále pokračuje trend návštěvnosti webu z mobilních zařízení (76,2 % uživatelů).

SOCIÁLNÍ SÍŤ A VIDEO

Pokračuje správa profilů na Facebooku a Instagramu. Počet sledujících na facebookovém profilu stále roste. Facebook nadále profilujeme jako kanál pro pozvánky na trhy a akce, kde se mohou lidé potkat s řemeslníky i producenty regionálních potravin. Instagram se zaměřuje na upoutávky na podcastové rozhovory a prezentaci řemesla. Výbornou zkušenost jsme získali s formátem video reels, které vytváříme pro Instagram a díky propojení profilů je sdílíme i na Facebooku.

FB profil – statistika 2025

- Růst základny fanoušků 15 507 / 10 663 v r. 2024
- Návštěvnost profilu 28 331 / 28 220 v r. 2024
- Dosah FB stránky 585 252 / 428 125 uživatelů v r. 2024
- Zobrazení reklam 2 101 758 / 2 979 375 v r. 2024

IG profil – statistika 2025

- Růst základny sledujících 956 / 762 v r. 2024
- Návštěvnost profilu 7 211 / 5 882 v r. 2024

Videa a YouTube (YT) kanál

Pro rok 2025 nevznikla žádná nová videa, ale kanál YouTube se využil pro umístění videí z konference Fórum sociální ekonomiky. Nadále se na sociálních sítích využívala videa na podporu cestovního ruchu – výlety za řemeslem, a i když nebyla využita cílená reklama, tak např. díl zaměřený na Český ráj měl 177 265 zhlédnutí, přičemž **celkový počet zhlédnutí všech videí na YouTube kanálu byl 300 143**. Na konci roku jsme natáčeli videomateriál z různých regionálních adventních trhů a pro Vánoce 2026 tak budeme mít připravena nová promo videa.

REKLAMA V RÁDIU

Pokračovala také reklama v rádiu. Spoty byly vysílány v regionální stanici Rádio Blaník Liberecko. K reklamní spotům v éteru jsme přidali bannerovou reklamu na online platformě Radia.cz a v rámci HbbTV vysílání televize Nova.

Kampaň zasáhla prostřednictvím 1 200 spotů (Rádio Blaník Liberecko) a 840 000 impresí (TV Nova a Radia.cz) celkem 600 100 unikátních posluchačů a sledujících. Celkem kampaň vytvořila 16 502 300 zásahů.



Vizualizace reklamního banneru v rámci programu TV Nova

DALŠÍ FORMY PROPAGACE

- **Účast na trzích a festivalech**

Při účasti na akcích jsme pokračovali v přímé spolupráci s konkrétními řemeslníky. Pokud jsme na akci byli se stánkem LK sobě a prezentovali projekt jako takový, dělo se tak vždy prostřednictvím konkrétního řemesla. Zprostředkovali jsme účast značky Sýr Liberečák na Dni krajů v Poslanecké sněmovně ČR a také jsme prezentovali řemesla pro děti tří libereckých mateřských škol v rámci jejich návštěvy v sídle Agentury regionálního rozvoje. Během roku jsme členům sítě přeposílali nabídky organizátorů trhů a akcí, kteří nás sami oslovují.

29. ledna - 27. února: krajské Týdny pro neziskový sektor (TÝNES), Liberec

Po celou dobu trvání kampaně TÝNES byla v Krajské vědecké knihovně v Liberci umístěna výstavní prezentace projektu a regionálních výrobků.

24.-26. července: Benátská! s Impulsem, Liberec

Letos jsme opět zvolili formu prezentace s naším stánkem, jehož prostor využil výrobce dřevěných a skleněných korálkových šperků a dekorací. Prezentaci jsme vytvořili společně s Křišťálovým údolím a oddělením cestovního ruchu LK.

7.-10. srpna: Křehká krása, Jablonec nad Nisou

Letos poprvé jsme se zúčastnili známého veletrhu skla a bižuterie pořádaného Svazem výrobců skla a bižuterie. S organizátorem jsme se dohodli, že zprostředkujeme prezentaci a prodej výrobků řemeslníků a výrobců netradiční bižuterie, tedy jiné než skleněné a korálkové. Z databáze LKS jsme oslovili členy, kteří tvoří šperky z jiných materiálů, a nakonec se prezentace zúčastnilo 10 značek. Zároveň jsme na stánku měli prostor pro ukázkou samotného řemesla, při které se řemeslníci střídali.

6. září: Krajské dožínky, Brniště

Letošní oslava úrody se konala pod taktovkou zemědělského družstva Brniště. Projekt LK sobě jsme prezentovali samostatným stánkem v rámci trhu. Pro společnou účast jsme vzhledem k tématu akce oslovily značku Mesiho žížalí čaj (hnojiva) a MiLa Vita (bylinná kosmetika).

9.-10. října: EDUCA Expo, Liberec

Po loňské dobré zkušenosti jsme se podruhé zúčastnili veletrhu škol a vzdělávacích příležitostí pro žáky 8. a 9. tříd základních škol. Spolupráci jsme s pořadatelem opět domluvili jako komplexní balíček, kdy jsme v rámci Educa Visit nabídli exkurze studentů do sociálních podniků Texman Liberec a Levandulovna Raspenava (financováno z projektu SELiK – podpora sociální ekonomiky LK) a v rámci Educa Expo jsme se zúčastnili se stánkem. Propagovali jsme produkt Řemeslo do škol, aktivně jsme oslovovali přítomné pedagogy a vysvětlovali možnosti exkurzí do řemeslných dílen a další spolupráce s řemeslníky. Katalog Řemeslo do škol jsme také ve vytištěné podobě zájemcům rozdávali.

26. listopadu - 23. prosince: Adventní trh v Liberci

Ve spolupráci s odborem kancelář hejtmána, který zajistil pronájem jednoho stánku, jsme zprostředkovali zájemcům z řad členů LKS možnost prodeje v omezeném rozsahu 2-4 dní. Nabídku využilo 12 výrobců. Zpětná vazba je velmi pozitivní – účast na podobném trhu je pro řemeslníky vzhledem k finanční i časové náročnosti nedostupná. Takto měli šanci se na trhu ukázat na omezený čas, což je pro ně realizovatelné.

PODCAST

Již třetím rokem byl vydáván podcast „Hlavou, srdcem a rukama“. Jak statistiky ukazují, našel si své pravidelné posluchače, a i mezi výrobci je považován za vítaný nový způsob propagace jejich práce. Každý rozhovor je zpracován také jako článek na blogu a následně je publikován na sociálních sítích. Celkem již bylo vydáno 70 epizod.

Podcast „Hlavou, srdcem a rukama“

- Počet vydaných dílů za rok 2025 16 / 14 v r. 2024
- Návštěvnost podstránky webu 1 264 / 335 v r. 2024

Nejposlouchanější díl – epizoda 66, MissCake (cukrářka z Jablonce nad Nisou):

„Chci přispět k tomu, aby se spojení slov mistr cukrář stalo znovu pojmem. Zásadní je kvalita, nikoliv kvantita.“

NEWSLETTER PRO VEŘEJNOST

Naplno se v roce 2025 rozeběhla rozesílka newsletteru pro veřejnost. Na hlavní stránku webu byl umístěn odkaz k odsouhlasení odběru a sběr adres zájemců, který je propojen s newsletterovou aplikací. Během roku počet odběratelů významně vzrostl, číslo je ale částečně zkresleno spamovými adresami. Relevantní je tak počet unikátních otevření e-mailu a následných prokliků na web. Newsletter vždy obsahuje nový tematický článek a další upoutávky na aktuální akce, podcast apod. Bylo rozesláno 6 newsletterů, nejúspěšnější v počtu otevření byl prosincový na téma „Jak si nedávat špatná předsevzetí“ a v počtu prokliků na web listopadový „Jak si zpříjemnit dlouhé večery“. Tematický článek je umístěn na blogu webu a v obsahu jsou citlivě zakomponovány odkazy a tipy na produkty relevantních

řemeslníků a jejich výrobků. Zároveň se snažíme veřejnost edukovat v souvisejících tématech udržitelného rozvoje, zdravého životního stylu apod.

Název newsletteru	den odeslání	unikátních otevření*	unikátních prokliků*
Dejte vale jarní únavě	28. 3. 2025	134	79
Jaro vrcholí a je tu první farmářská zelenina	15. 5. 2025	292	175
Hurá ven...tipy na outdoorové vybavení i výlety	5. 6. 2025	344	214
Ryby pro zdraví i jako zážitek	24. 6. 2025	285	214
Jak si zpříjemnit dlouhé večery	2. 11. 2025	428	279
Jak si nedávat špatná předsevzetí	31. 12. 2025	649	94

*Statistika k 31. 12. 2025

OFFLINE MÉDIA

Nově jsme se zaměřili na spolupráci s tradičními médii a s pomocí profesionální agentury jsme na podzim zpracovali několik témat pro konkrétní časopisy a deníky. Protože řada z nich zároveň využívá i internetové verze, podařilo se tak efekt multiplikovat i v online prostředí, a to organickou formou. Celkem vyšlo 20 článků s dosahem 1 451 865 potenciálních čtenářů a téma regionálních výrobců i samotné platformy LK sobě se objevilo nejen v místních denících jako MF Dnes Liberecký či Právo Severovýchodní Čechy, ale i v lifestyleových magazínech jako Kreativ nebo Jóga DNES – viz připojené ukázky. Ve spolupráci chceme pokračovat i v dalším roce a zasáhnout tak další cílovou skupinu veřejnosti.

MF Dnes Liberecký, 29. 9. 2025



Právo Severovýchodní Čechy, 21. 10. 2025



Řemeslo do škol

Řemeslo do škol – jednotné nabídkové karty propagující workshopy a exkurze pro školní kolektivy i organizované skupiny – se setkala s velmi pozitivním ohlasem jak u samotných řemeslníků, tak u oslovených škol již v roce 2023, kdy jsme tuto aktivitu zahájili. Nabídka k zapojení je pro řemeslníky trvale přístupná ze zaheslované podstránky webu lksobe.cz a má formu jednotného dotazníku. I noví členové tak mají možnost se do této aktivity průběžně zapojovat. Pro plošnou propagaci této aktivity jsme využili účast na veletrhu středních škol

EDUCA 2025 a plakátek s nabídkou ve formátu PDF ke stažení je součástí webových profilů konkrétních řemeslníků. Nadále je kompletní nabídka řemesel přístupná na krajském portálu www.edulk.cz. Za rok 2025 měla podstránka s nabídkovými kartami Řemeslo do škol 255 zobrazení a 663 událostí, tedy zhlédnutí nebo stažení konkrétních nabídek jednotlivých řemeslníků. Ke konci roku 2025 bylo zapojeno 29 řemeslníků.

<https://edulk.cz/pedagogove/exkurze-za-remeslem>

The image displays three sample offer cards for the 'Řemeslo do škol' (Crafts to Schools) program. Each card is designed to be visually appealing and informative, featuring a title, a representative image, and a clear layout of key details.

- Card 1: Medová Královna (Beehive Crafts)**
 - AKTIVITA:** Vytváření výrobků z vosku a medu.
 - PRO KOGO:** Děti a mládež od 6 do 12 let.
 - DOBA TRVÁNÍ:** 45 minut.
 - MŠ:** Ano
 - ZŠ:** Ano
 - SS + VOŠ:** Ne
- Card 2: Terra Mater, s.r.o. (Bread Baking & Pottery)**
 - AKTIVITA:** Pečení chleba, výroba keramiky.
 - PRO KOGO:** Děti a mládež od 8 do 15 let.
 - DOBA TRVÁNÍ:** 90 minut.
 - MŠ:** Ano
 - ZŠ:** Ano
 - SS + VOŠ:** Ano
- Card 3: Atelier Minart (Glass Art)**
 - AKTIVITA:** Vytváření výrobků z skla.
 - PRO KOGO:** Děti a mládež od 10 do 18 let.
 - DOBA TRVÁNÍ:** 60 minut.
 - MŠ:** Ano
 - ZŠ:** Ano
 - SS + VOŠ:** Ano

Each card also includes a section 'O NÁS' (About Us) and 'PROČ LK SOBĚ?' (Why LK for you?), along with contact information for the respective craftsperson.

Ukázka nabídkových karet Řemeslo do škol

Incentivní nabídka

Koncept vydávání katalogu pro firemní zákazníky vznikl na základě poptávky od řemeslníků v roce 2023. Postupně jsme jej ladili a v roce 2025 se ustálil počet dvou katalogů ročně. Červnový katalog na téma „Udržitelné výrobky“ odešel 238 příjemcům, katalog byl stažen 27krát a v 64 případech se příjemci proklikli na web. Vánoční nabídku odeslanou začátkem října si otevřelo 281 unikátních příjemců, samotný katalog byl stažen 25krát a 83 příjemců newsletteru se prokliklo na web LK sobě. V aktivitě budeme i na základě odezvy samotných výrobců pokračovat, podle zkušeností výrobců je ale dostačující odeslat jeden katalog už na jaře, protože firmy plánují s velkým časovým předstihem.

Správa a rozvoj webu

Od roku 2023 je web plně ve správě firmy MOMENTUM SYSTEMS. V uplynulém roce jsme se soustředili na optimalizaci propojení recenzí u jednotlivých výrobců s vyhledávačem Google. Podařilo se nám zautomatizovat generování unikátních QR kódů odkazujících na konkrétní

profily; tyto kódy se nyní automaticky vkládají do předpřipravených šablon. Každý výrobce si tak může po přihlášení do své administrace stáhnout vlastní originální propagační letáček.

Zároveň jsme vytvořili hodnotící systém, který výrobcům po dosažení určitého počtu kvalitních recenzí automaticky přiděluje pečeť kvality: Ověřená firma / Doporučená firma / TOP firma. Na tento systém navázala předvánoční kampaň se soutěží pro veřejnost – autoři ověřených recenzí byli zařazeni do slosování o vánoční balíčky regionálních výrobků. Díky rostoucímu počtu věrohodných recenzí bude portál LK sobě společností Google postupně zařazován mezi ověřené vyhledávací platformy. Do konce roku se podařilo dvěma značkám získat první stupeň tohoto ověření.

Vedle těchto inovací probíhala běžná správa webu, aktualizace stávajících a tvorba nových profilů. Aktivně jsme také propojovali články na blogu se sociálními sítěmi a podcastovou platformou.

Technický stav webu však již není uspokojivý a nárůst dat přestává zvládat. Analýza pohybu návštěvníků navíc ukazuje, že se nám uživatele nedaří na stránkách udržet delší dobu. Z těchto důvodů jsme přistoupili k přípravě kompletní přestavby webu, která bude dokončena v roce 2026. Během podzimu jsme ve spolupráci s programátory identifikovali problematické procesy a zahájili práce na modernějším vzhledu a lepším uživatelském prostředí.



Edukační programy

Pokračovala **Marketingová ambulance** – aktivita cílené marketingové podpory formou přímých osobních konzultací s odborníkem na konkrétní téma online marketingu. Ve spolupráci s podnikatelským inkubátorem Lipo.ink, který poskytl prostory a online rezervační systém, měli členové LK sobě možnost využít až 3 hodiny osobní bezplatné konzultace. Celková kapacita vycházela z nabídky jednoho lektora, který byl k dispozici každý pátek dopoledne po dobu 2 hodin. Celkem této služby využilo 14 výrobců, kteří vyčerpali 24 hodin podpory. Služba je mezi výrobci stále žádaná, i když celkový počet hodin oproti roku 2024 (30 hodin) mírně klesl.

Pokračovalo také vzdělávání prezenční formou. Tentokrát jsme se zaměřili na téma kyberbezpečnosti a zabezpečení firemních i soukromých mailů či účtů. Seminář se konal 14. března.

Ve spolupráci s Lipo.ink a lektorkou Zuzanou Pětníkovou jsme na základě zpětné vazby členů LK sobě i od lektorky Marketingové ambulance připravili **MarkeThing Akademii – souvislý** vzdělávací cyklus na téma marketing. Program byl v rozsahu 5 seminářů s různými odborníky na vybraná témata a probíhal od 29. ledna do 26. února. Program si účastníci částečně hradili.

VZDĚLÁVACÍ AKADEMIE PRO ZAČÍNÁJÍCÍ SKLÁŘE

Spolupráce s mistry sklářského řemesla přinesla v tomto roce další konkrétní výstup. Podařilo se nám připravit a spustit pilotní ověření vzdělávacího modulu pro mladé začínající skláře. Cílem programu je pomoci mladým absolventům uměleckých sklářských škol a zájemcům o sklářské řemeslo rozvinout jejich podnikatelské dovednosti. Účastníci se učí porozumět trhu, nastavit si realistický a udržitelný byznys model a inspirovat se zkušenostmi mistrů sklářů, kteří v oboru úspěšně podnikají. Teoretickou přípravu jsme navíc propojili s praktickými workshopy zaměřenými na samotné řemeslo – konkrétně na vinutí skla u kahanu.

Program se skládá z teorie – Cesta od řemesla k vlastní značce / Základy podnikání v praxi / Budování značky a komunikace / Jak prodávat – od trhů po online / Spolupráce, granty a projekty / Udržitelný růst a životní rovnováha v řemesle – **a praxe**, která probíhá ve spolupráci se Střední uměleckořemeslnou školou sklářskou v Železném Brodě a sklářkami MgA. Kamilou Parsi Žďárskou a Jiřinou Štrunclovou, držitelkami titulu Mistr tradiční rukodělné výroby Libereckého kraje i České republiky.

Každý teoretický modul vyučují odborníci na dané téma a doplňují je hosté z praxe s konkrétními zkušenostmi z vlastního podnikání. V roce 2025 proběhly první dva teoretické moduly a dvě praktické lekce, program bude pokračovat v roce 2026.

Přímá podpora výrobců

Výrobci využívali možnost individuálních konzultací. Jednalo se o konzultace projektových záměrů a s tím souvisejících možností financování, možnosti propojení marketingových kanálů mezi výrobcí a projektem LK sobě a nastavení vzájemné informovanosti.

Management projektu

Řízení projektu po celý rok prolínalo všemi aktivitami. V úvodu roku jsme se setkali se členy sítě a partnery na **výročním setkání**, které se uskutečnilo v Jablonci nad Nisou 10. února 2025. Tentokrát jsme se kromě platformy Křišťálové údolí spojili také s certifikátorem značky Regionální produkt Jizerské hory. Jelikož na podzim 2024 proběhlo schvalování nových a prodlužování stávajících certifikátů, bylo slavnostní předávání těchto certifikátů zařazeno do programu před samotné setkání členů platformy LK sobě. Řemeslníci a výrobci tak měli možnost se rovnou zúčastnit našeho setkání a seznámit se s obsahem projektu.

Dále jsme pokračovali ve stabilizaci projektu a brand marketingu značky **LIBERECKÝ KRAJ SOBĚ** jak mezi širokou veřejností, tak mezi samotnými výrobcí a partnery. Běžně nás již oslovují

organizátoři akcí s nabídkou na účast řemeslníků. Na řízení se aktivně podílí poradní sbor, který průběžně schvaluje nové zájemce z řad výrobců bez certifikace, vyhodnocuje uplynulé aktivity a podílí se na plánování dalšího období.

Na základě doporučení poradního sboru probíhala po celý rok intenzivní revize členů. Jejím cílem bylo prověřit aktuálnost profilů výrobců, kteří s námi jinak nejsou v kontaktu, tzn. že nevyužívají nabízené služby jako jsou semináře nebo marketingová ambulance a ani se neúčastní trhů. Telefonicky, e-mailem, ale i osobně bylo prověřeno přes 130 zápisů. Závěrečná bilance za rok 2025 je i díky tomu zdánlivě bez nárůstu počtu zveřejněných zápisů. Reálně byl průběh následující:

- **K 31. 12. 2024 bylo publikováno 392 zápisů firem.**
- **Během roku 2025 bylo zveřejněno 28 nových zájemců, 7 zájemců nebylo poradním sborem schváleno a 21 profilů bylo smazáno (ukončení činnosti, změna sídla mimo kraj apod.).**
- **K 31. 12. 2025 tak bylo publikováno 399 zápisů firem.**

Do konečné fáze se nepodařilo posunout Prodejní showroom regionálních výrobků 24/7, provoz zahájen nebyl. Proběhla veřejná zakázka, realizátor je vysoutěžen, ale ani v posunutém termínu – do konce ledna 2026 - se nepodařilo získat stavební povolení. Příprava na samotný provoz probíhá z naší strany kontinuálně a plně se zužitkuje v roce 2026, kdy očekáváme spuštění plného provozu.

Výroční setkání platformy LK sobě – zhodnocení roku 2025 a představení aktivit na rok 2026 - se uskutečnilo 15. ledna 2026 v nově otevřeném kulturním centru Linserka v Liberci.

V Liberci, 31. 1. 2026