

Košice, dňa 15.01.2026

Informácia o zámere objednať alebo zadať štátnu reklamu v roku 2026

.....

zverejnená v súlade s ustanovením § 103a zákona č. 264/2022 Z. z. o mediálnych službách a o zmene a doplnení niektorých zákonov (zákon o mediálnych službách) v znení neskorších právnych predpisov a s článkom 25 Nariadenia Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2024/1083 z 11. apríla 2024, ktorým sa stanovuje spoločný rámec pre mediálne služby na vnútornom trhu a mení smernica 2010/13/EÚ (Európsky akt o slobode médií) v platnom znení

1.) Propagácia Štátnej filharmónie Košice a podujatí prostredníctvom sociálnych sietí

Účel reklamy: budovanie značky a povedomia o Štátnej filharmónii Košice a jej činnosti, ako aj propagácia konkrétnych podujatí, abonentiek, zvýhodnených balíkov a darčkových poukazov za účelom ich predaja

Kritériá na obsahovú službu alebo online platformu, kde sa zverejní štátna reklama, na poskytovateľa obsahovej služby alebo poskytovateľa online platformy:

- sociálna sieť, ktorá patrí podľa počtu aktívnych užívateľov k najpoužívanejším na území Slovenskej republiky
- oslovované cieľové skupiny: muži a ženy vo veku 15 a viac rokov
- dosah: územie celej Slovenskej republiky
- poskytovanie najmä nasledujúcich služieb: optimalizácia na dosah a zobrazenia príspevkov, privádzanie používateľov na webové stránky (napr. detail podujatia alebo predaj vstupeniek), optimalizácia na prekliky na odkaz alebo návštevy vstupnej stránky, podpora interakcií s obsahom (reakcie, komentáre, zdieľania, prehratia videa), optimalizácia na mieru zapojenia, získavanie kontaktov prostredníctvom formulárov (napr. registrácia na newsletter), optimalizácia na odoslané formuláre, optimalizácia na konverzie realizované na webovej stránke, a to všetko pre zverejnené kampane na propagáciu samostatných podujatí (predaj vstupeniek), kampane na propagáciu abonentiek a zvýhodnených balíkov (napr. Sezóna na mieru), kampane na propagáciu celej koncertnej sezóny, pre príspevky na budovanie povedomia o značke Štátna filharmónia Košice, príspevky na propagáciu vzdelávacích, rodinných a komorných koncertov, príspevky na podporu predaja darčkových poukazov a na propagáciu online obsahu (krátkych videí)
- rozsah: poskytovanie služieb počas celého kalendárneho roka 2026, pričom konkrétny počet a časovanie jednotlivých aktivít nie je možné presne určiť vopred, keďže závisí od aktuálnych komunikačných potrieb a spoločenskej situácie
- lehota dodania služby: bezodkladné poskytnutie služieb po zadaní zadávateľa

2.) Propagácia Štátnej filharmónie Košice na území celej Slovenskej republiky prostredníctvom online médií a spravodajských portálov zameraných na klasickú hudbu

Účel reklamy: budovanie značky a povedomia o Štátnej filharmónii Košice a jej činnosti v rámci celého Slovenska

Kritériá na obsahovú službu alebo online platformu, kde sa zverejní štátna reklama, na poskytovateľa obsahovej služby alebo poskytovateľa online platformy:

- portál celospoločenského významu, ktorý je prioritne zameraný na klasickú hudbu
- oslované cieľové skupiny: muži a ženy vo veku 15 a viac rokov
- dosah: územie celej Slovenskej republiky
- poskytovanie vybraných služieb najmä z nasledujúcich služieb: zverejňovanie PR článkov, zverejňovanie programových avíz aktuálneho týždňa, zverejňovanie tlačových správ zadávateľa, zverejňovanie profilových článkov, zverejňovanie súťaží o vstupenky, príprava a zverejnenie redakčných výstupov, poskytnutie priestoru na internetovej stránke vo forme bannerového miesta
- rozsah: poskytovanie služieb počas celého kalendárneho roka 2026, pričom konkrétny počet a časovanie jednotlivých aktivít nie je možné presne určiť vopred, keďže závisí od aktuálnych komunikačných potrieb a spoločenskej situácie
- lehota dodania služby: lehota závisí od poskytovanej služby, napr. zverejnenie PR článku bezodkladne po jeho doručení zadávateľom, zverejnenie programového avíza aktuálneho týždňa bezodkladne po jeho doručení zadávateľom, zverejnenie tlačovej správy zadávateľa bezodkladne po jej doručení zadávateľom, zverejnenie profilového článku bezodkladne po jeho doručení zadávateľom, zverejnenie súťaže o vstupenky bezodkladne po jej doručení zadávateľom, príprava a zverejnenie redakčných výstupov v priebehu roka 2026, poskytnutie priestoru na internetovej stránke vo forme bannerového miesta bezodkladne po doručení podkladov od zadávateľa

3.) Propagácia Štátnej filharmónie Košice na území celej Slovenskej republiky prostredníctvom online médií a spravodajských portálov nezameraných na klasickú hudbu

Účel reklamy: budovanie značky a povedomia o Štátnej filharmónii Košice a jej činnosti v rámci celého Slovenska

Kritériá na obsahovú službu alebo online platformu, kde sa zverejní štátna reklama, na poskytovateľa obsahovej služby alebo poskytovateľa online platformy:

- portál celospoločenského významu, ktorý nie je prioritne zameraný na klasickú hudbu
- oslované cieľové skupiny: muži a ženy vo veku 15 a viac rokov
- dosah: územie celej Slovenskej republiky
- poskytovanie vybraných služieb najmä z nasledujúcich služieb: zverejňovanie PR článkov, zverejňovanie programových avíz aktuálneho týždňa, zverejňovanie tlačových správ zadávateľa, zverejňovanie profilových článkov, zverejňovanie súťaží o vstupenky, príprava a zverejnenie redakčných výstupov, poskytnutie priestoru na internetovej stránke vo forme bannerového miesta
- rozsah: poskytovanie služieb počas celého kalendárneho roka 2026, pričom konkrétny počet a časovanie jednotlivých aktivít nie je možné presne určiť vopred, keďže závisí od aktuálnych komunikačných potrieb a spoločenskej situácie
- lehota dodania služby: lehota závisí od poskytovanej služby, napr. zverejnenie PR článku bezodkladne po jeho doručení zadávateľom, zverejnenie programového avíza aktuálneho týždňa bezodkladne po jeho doručení zadávateľom, zverejnenie tlačovej správy zadávateľa bezodkladne po jej doručení zadávateľom, zverejnenie profilového článku bezodkladne po jeho doručení zadávateľom, zverejnenie súťaže o vstupenky bezodkladne po jej doručení zadávateľom, príprava a zverejnenie redakčných výstupov v priebehu roka 2026, poskytnutie priestoru na internetovej stránke vo forme bannerového miesta bezodkladne po doručení podkladov od zadávateľa

po jeho doručení zadávateľom, zverejnenie súťaže o vstupenky bezodkladne po jej doručení zadávateľom, príprava a zverejnenie redakčných výstupov v priebehu roka 2026, poskytnutie priestoru na internetovej stránke vo forme bannerového miesta bezodkladne po doručení podkladov od zadávateľa

4.) Propagácia Štátnej filharmónie Košice v česko-slovenskom priestore prostredníctvom online médií a spravodajských portálov

Účel reklamy: budovanie značky a povedomia o Štátnej filharmónii Košice a jej činnosti v rámci česko-slovenského priestoru s primárnym zameraním na územie Českej republiky

Kritériá na obsahovú službu alebo online platformu, kde sa zverejní štátna reklama, na poskytovateľa obsahovej služby alebo poskytovateľa online platformy:

- portál celospoločenského významu, ktorý je zameraný na klasickú hudbu
- oslovované cieľové skupiny: muži a ženy vo veku 15 a viac rokov
- dosah: primárne územie celej Českej republiky
- poskytovanie vybraných služieb najmä z nasledujúcich služieb: zverejňovanie PR článkov, zverejňovanie programových avíz aktuálneho týždňa, zverejňovanie tlačových správ zadávateľa, zverejňovanie profilových článkov, zverejňovanie súťaží o vstupenky, príprava a zverejnenie redakčných výstupov, poskytnutie priestoru na internetovej stránke vo forme bannerového miesta
- rozsah: poskytovanie služieb počas celého kalendárneho roka 2026, pričom konkrétny počet a časovanie jednotlivých aktivít nie je možné presne určiť vopred, keďže závisí od aktuálnych komunikačných potrieb a spoločenskej situácie
- lehota dodania služby: lehota závisí od poskytovanej služby, napr. zverejnenie PR článku bezodkladne po jeho doručení zadávateľom, zverejnenie programového avíza aktuálneho týždňa bezodkladne po jeho doručení zadávateľom, zverejnenie tlačovej správy zadávateľa bezodkladne po jej doručení zadávateľom, zverejnenie profilového článku bezodkladne po jeho doručení zadávateľom, zverejnenie súťaže o vstupenky bezodkladne po jej doručení zadávateľom, príprava a zverejnenie redakčných výstupov v priebehu roka 2026, poskytnutie priestoru na internetovej stránke vo forme bannerového miesta bezodkladne po doručení podkladov od zadávateľa

5.) Propagácia Štátnej filharmónie Košice prostredníctvom influencer marketingu v úvode roka 2026

Účel reklamy: budovanie značky a povedomia o Štátnej filharmónii Košice a jej činnosti

Kritériá na obsahovú službu alebo online platformu, kde sa zverejní štátna reklama, na poskytovateľa obsahovej služby alebo poskytovateľa online platformy:

- online tvorca alebo poskytovateľ mediálnych služieb na požiadanie, ktorý má profil na sociálnych sieťach patriacich podľa počtu aktívnych užívateľov k najpoužívanejším na území Slovenskej republiky
- oslovované cieľové skupiny: muži a ženy vo veku 15 a viac rokov
- dosah: územie celej Slovenskej republiky
- poskytovanie najmä nasledujúcich služieb: vytvorenie a zverejnenie videa na vybraný koncert zadávateľa, propagácia prostredníctvom 1 krátkeho videa a 1 setu krátkych videí na sociálnych sieťach patriacich podľa počtu aktívnych užívateľov k najpoužívanejším na území Slovenskej republiky
- rozsah: jednorazové poskytnutie služieb do 09.03.2026
- lehota dodania služby: do 09.03.2026

Kritéria výberu

- splnenie podmienok vyžadovaných platnými právnymi predpismi pre poskytovanie požadovanej služby
- splnenie predpokladov na možnosť poskytnutia požadovanej služby
- možnosť osloviť cieľové skupiny
- dosah a sledovanosť/čítanosť/online zásah poskytovateľa
- relevantnosť mediálneho výstupu poskytovateľa pre cieľové skupiny
- obsahová a charakterová kompatibilita poskytovateľa s cieľom zadávateľa, ktorým je rozvíjať národnú hudobnú kultúru v Slovenskej republike a dôstojne reprezentovať slovenskú hudobnú kultúru v zahraničí, a to sprístupňovaním diel pôvodnej slovenskej hudobnej tvorby a svetovej hudobnej tvorby verejnosti
- primeranosť ceny vzhľadom na rozsah a kvalitu poskytovanej služby
- ochota pristúpiť k vzájomnej spolupráci so zadávateľom na základe poskytnutia protiplnenia zo strany zadávateľa spočívajúceho v propagácii poskytovateľa
- efektivita a predpokladaná pridaná hodnota spolupráce
- skúsenosti poskytovateľa s mediálnou prezentáciou kultúrnych a verejnoprospešných aktivít, pokiaľ je to relevantné
- pravdepodobnosť konverzie na reálnu návštevu podujatia, pokiaľ je to relevantné
- schopnosť flexibilne reagovať na aktuálne komunikačné potreby zadávateľa
- kreativita a schopnosť proaktívne pristupovať k poskytovaniu služby
- podpora plurality mediálneho prostredia
- zabezpečenie rovnomernej distribúcie výdavkov medzi primerane široké spektrum poskytovateľov pôsobiacich na relevantnom trhu

Aktualizácia informácie ku dňu 20.04.2026

6.) Propagácia Štátnej filharmónie Košice prostredníctvom influencer marketingu k festivalu Košická hudobná jar 2026

Účel reklamy: budovanie značky a povedomia o Štátnej filharmónii Košice a jej činnosti, budovanie značky festivalu Košická hudobná jar a propagácia festivalu a predaja vstupeniek na podujatia počas festivalu

Kritériá na obsahovú službu alebo online platformu, kde sa zverejní štátna reklama, na poskytovateľa obsahovej služby alebo poskytovateľa online platformy:

- online tvorca alebo poskytovateľ mediálnych služieb na požiadanie, ktorý má profil na sociálnych sieťach patriacich podľa počtu aktívnych užívateľov k najpoužívanejším na území Slovenskej republiky
- oslovované cieľové skupiny: muži a ženy vo veku 15 a viac rokov
- dosah: územie celej Slovenskej republiky
- poskytovanie najmä nasledujúcich služieb: vytvorenie a zverejnenie videa/videí na vybrané podujatie zadávateľa alebo k festivalu a vytvorenie a zverejnenie 1 setu krátkych videí alebo fotografií na vybrané podujatie zadávateľa alebo k festivalu, a to všetko na sociálnych sieťach

patriacich podľa počtu aktívnych užívateľov k najpoužívanejším na území Slovenskej republiky

- rozsah: jednorazové poskytnutie služieb do 30.06.2026
- lehota dodania služby: do 30.06.2026

7.) Propagácia Štátnej filharmónie Košice na lokálnom území prostredníctvom vysielania v rozhlasovej službe

Účel reklamy: budovanie značky a povedomia o Štátnej filharmónii Košice a jej činnosti, budovanie značky festivalu Košická hudobná jar a propagácia festivalu a predaja vstupeniek na podujatia počas festivalu

Kritériá na obsahovú službu alebo online platformu, kde sa zverejní štátna reklama, na poskytovateľa obsahovej služby alebo poskytovateľa online platformy:

- miestne regionálne médium s priamym dosahom na obyvateľov mesta a blízkeho okolia
- oslované cieľové skupiny: muži a ženy vo veku 15 a viac rokov
- dosah: územie košického kraja a susediacich krajov
- poskytovanie najmä nasledujúcich služieb: vytvorenie a vysielanie reklamného spotu podľa určenia zadávateľa
- rozsah: jednorazové vytvorenie reklamného spotu a jeho vysielanie v počte minimálne 50x, a to v čase určenom zadávateľom
- lehota dodania služby: od 14.05.2026 do 31.05.2026

Kritéria výberu

- splnenie podmienok vyžadovaných platnými právnymi predpismi pre poskytovanie požadovanej služby
- splnenie predpokladov na možnosť poskytnutia požadovanej služby
- možnosť osloviť cieľové skupiny
- dosah a sledovanosť/čítanosť/online zásah poskytovateľa
- relevantnosť mediálneho výstupu poskytovateľa pre cieľové skupiny
- obsahová a charakterová kompatibilita poskytovateľa s cieľom zadávateľa, ktorým je rozvíjať národnú hudobnú kultúru v Slovenskej republike a dôstojne reprezentovať slovenskú hudobnú kultúru v zahraničí, a to sprístupňovaním diel pôvodnej slovenskej hudobnej tvorby a svetovej hudobnej tvorby verejnosti
- primeranosť ceny vzhľadom na rozsah a kvalitu poskytovanej služby
- ochota pristúpiť k vzájomnej spolupráci so zadávateľom na základe poskytnutia protiplnenia zo strany zadávateľa spočívajúceho v propagácii poskytovateľa
- efektivita a predpokladaná pridaná hodnota spolupráce
- skúsenosti poskytovateľa s mediálnou prezentáciou kultúrnych a verejnoprospešných aktivít, pokiaľ je to relevantné
- pravdepodobnosť konverzie na reálnu návštevu podujatia, pokiaľ je to relevantné
- schopnosť flexibilne reagovať na aktuálne komunikačné potreby zadávateľa
- kreativita a schopnosť proaktívne pristupovať k poskytovaniu služby
- podpora plurality mediálneho prostredia

- zabezpečenie rovnomernej distribúcie výdavkov medzi primerane široké spektrum poskytovateľov pôsobiacich na relevantnom trhu

Aktualizácia informácie ku dňu 15.05.2026

8.) Propagácia Štátnej filharmónie Košice prostredníctvom influencer marketingu v období od júna 2026 do decembra 2026

Účel reklamy: budovanie značky a povedomia o Štátnej filharmónii Košice a jej činnosti a prípadne predaj vstupeniek na podujatia

Kritériá na obsahovú službu alebo online platformu, kde sa zverejní štátna reklama, na poskytovateľa obsahovej služby alebo poskytovateľa online platformy:

- online tvorca alebo poskytovateľ mediálnych služieb na požiadanie, ktorý má profil na sociálnych sieťach patriacich podľa počtu aktívnych užívateľov k najpoužívanejším na území Slovenskej republiky
- oslovované cieľové skupiny: muži a ženy vo veku 15 a viac rokov
- dosah: územie celej Slovenskej republiky
- poskytovanie vybraných služieb najmä z nasledujúcich služieb: vytvorenie a zverejnenie videa/videí na vybrané podujatie zadávateľa alebo k činnosti zadávateľa a vytvorenie a zverejnenie setu/setov krátkych videí alebo fotografií na vybrané podujatie zadávateľa alebo k činnosti zadávateľa, a to všetko na sociálnych sieťach patriacich podľa počtu aktívnych užívateľov k najpoužívanejším na území Slovenskej republiky
- rozsah: poskytovanie služieb od júna 2026 do decembra 2026, pričom konkrétny počet a časovanie jednotlivých aktivít nie je možné presne určiť vopred, keďže závisí od aktuálnych komunikačných potrieb a spoločenskej situácie
- lehota dodania služby: bezodkladné poskytnutie služieb po zadaní zadávateľa

Kritéria výberu

- splnenie podmienok vyžadovaných platnými právnymi predpismi pre poskytovanie požadovanej služby
- splnenie predpokladov na možnosť poskytnutia požadovanej služby
- možnosť osloviť cieľové skupiny
- dosah a sledovanosť/čítanosť/online zásah poskytovateľa
- relevantnosť mediálneho výstupu poskytovateľa pre cieľové skupiny
- obsahová a charakterová kompatibilita poskytovateľa s cieľom zadávateľa, ktorým je rozvíjať národnú hudobnú kultúru v Slovenskej republike a dôstojne reprezentovať slovenskú hudobnú kultúru v zahraničí, a to sprístupňovaním diel pôvodnej slovenskej hudobnej tvorby a svetovej hudobnej tvorby verejnosti
- primeranosť ceny vzhľadom na rozsah a kvalitu poskytovanej služby
- ochota pristúpiť k vzájomnej spolupráci so zadávateľom na základe poskytnutia protiplnenia zo strany zadávateľa spočívajúceho v propagácii poskytovateľa

- efektívita a predpokladaná pridaná hodnota spolupráce
- skúsenosti poskytovateľa s mediálnou prezentáciou kultúrnych a verejnoprospešných aktivít, pokiaľ je to relevantné
- pravdepodobnosť konverzie na reálnu návštevu podujatia, pokiaľ je to relevantné
- schopnosť flexibilne reagovať na aktuálne komunikačné potreby zadávateľa
- kreatívita a schopnosť proaktívne pristupovať k poskytovaniu služby
- podpora plurality mediálneho prostredia
- zabezpečenie rovnomernej distribúcie výdavkov medzi primerane široké spektrum poskytovateľov pôsobiacich na relevantnom trhu