


# STRATEGIE UDRŽITELNÉHO ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU V DESTINACI ŠUMAVA ŽIJE 2032

## ANALYTICKÁ ČÁST

**Červenec 2025**

KROKEM | KREIA group

*zdroj foto: FB Destinace Šumava žije*

**Destinační společnost Šumava Tourism, z. s.**
Klostermannovo náměstí 295, 340 04 Železná Ruda
IČ: 22078002

7. 7. 2025

Vážená paní ředitelko,

dovolujeme si Vám předložit **Analytickou část Strategie udržitelného rozvoje cestovního ruchu v Destinaci Šumava žije 2032.**

Studie se skládá ze tří hlavních částí.

Analytická část představuje základní východiska pro strategii rozvoje, nabízí analýzu nabídky a poptávky cestovního ruchu, analýzu systému turismu a zhodnocení stávajících strategických dokumentů. Součástí analytické části je zároveň dotazníkové šetření a řízené rozhovory se zástupci odvětví. Součástí je i dopadová analýza zabývající se ekonomickými dopady turismu v oblasti a SWOT analýza.

Na analytickou část studie navazuje v samostatném dokumentu návrhová část studie, která se skládá ze strategické a implementační části.

Pevně věříme, že Vám tato studie poskytne užitečné informace a bude hodnotným podkladem pro Vaši další činnost. V případě Vašeho zájmu jsme připraveni Vám nabídnout asistenci při používání zpracovaného materiálu či v rámci případné budoucí spolupráce.

S pozdravem

**Ondřej Špaček**
KROKEM s.r.o.

**Obsah:**

| | |
|---|---|
| Představení zpracovatele studie | 3 |
| Metodika tvorby strategie cestovního ruchu | 4 |
| **ANALYTICKÁ ČÁST** | **5** |
| Základní informace o turistické oblasti | 6 |
| Analýza primární nabídky cestovního ruchu | 8 |
| Analýza sekundární nabídky cestovního ruchu | 29 |
| Analýza infrastruktury podporující cestovní ruch | 38 |
| Analýza návštěvnosti | 53 |
| Analýza cílových skupin | 59 |
| Analýza systému řízení turismu a jeho institucionálního zajištění | 67 |
| Dopadová analýza | 73 |
| Analýza souvisejících strategických dokumentů | 82 |
| Příklady obdobných oblastí s podobným charakterem | 89 |
| Výsledky dotazníkového šetření | 91 |
| Participace odborné veřejnosti | 97 |
| SWOT analýza | 102 |

Příloha:
Podrobné výstupy dotazníkových šetření

# Představení zpracovatele strategie

Společnosti **KROKEM s.r.o.**, **Economic Impact v.o.s.**, **Economic Impact Art s.r.o.** a **Culture Matters s.r.o.** jsou součástí **KREIA group**, která provádí zpracování odborných studií v oblasti strategie cestovního ruchu, sportu, kultury, kulturních a kreativních odvětví, studie rozvoje území, studie ekonomických dopadů, cost-benefit analýzy, studie proveditelnosti, provozní a finanční modely organizací a akcí. Dále se věnuje evaluaci kulturních organizací, vzdělávání, konzultacím a poradenství.

**Společnosti ze skupiny KREIA group úspěšně dokončily cca 500 projektů pro více než 250 klientů.**

## Produktové portfolio

- Komplexní **strategie rozvoje** měst / obcí / regionů
- Odvětvové / sektorové **strategie**
  - cestovní ruch
  - kultura, kulturní a kreativní odvětví
  - sport
  - komplexně volnočasové odvětví ve městě / v obci / v regionu
- **Strategie dlouhodobé udržitelnosti** organizací a jejich projektů, analýza činnosti a návrh doporučení v oblasti provozu, řízení lidských zdrojů, interních procesů, atd
- **Studie finanční a obchodní proveditelnosti** pro investiční záměry (vč. provozního finančního modelu a návazného investičního vyhodnocení)
- Koncepční **studie využitelnosti**, **lokační studie** pro nevyužívané / neefektivně využívané objekty / brownfieldy, variantní multikriteriální hodnocení
- **Studie realizovatelnosti** sportovních, kulturních a dalších **akcí**
- Studie realizovatelnosti investičních i „měkkých" projektů
- **Studie ekonomických dopadů** / multiplikačních efektů (pro investiční projekty, „měkké" projekty, akce či organizace)
- **Územní a socio-demografické studie**
- Projektové **cost-benefit analýzy**
- **Analýza mobility** ve městě / v obci / v regionu
  - analýza přítomného obyvatelstva (skutečný počet obyvatel, dynamika přítomnosti osob v území)
  - analýza dojížďky a vyjížďky (počet pravidelně dojíždějících a vyjíždějících osob z daného území, zdroje a cíle dojížďky a vyjížďky)
  - analýza turistické návštěvnosti města / obce / regionu (počty a struktura turistů a návštěvníků)
- **Demografická analýza** vč. socio-ekonomických analýz a návazné komplexní projekce vývoje počtu obyvatel
- **Evaluace** správních, servisních, kulturních či sportovních organizací města / obce
- **Strategie** nastavení systému **produktů** cestovního ruchu
- **Založení** a nastavení rozvoje organizací destinačního managementu (**DMO**)
- **Vzdělávání**, konzultace, poradenství…

**více informací na www.kreia.cz**

# Metodika tvorby strategie cestovního ruchu

DESTINACE ŠUMAVA ŽIJE

**ANALYTICKÁ ČÁST**

V rámci analytické části je posouzena nabídka a poptávka, ověřeny vstupní předpoklady, potenciál rozvoje a systém řízení. Hlavní závěry jsou prezentovány prostřednictvím SWOT analýzy.

**Analytická část**

**Analytické metody**

- *Analýza předpokladů a potenciálu*
- *Analýza nabídky a poptávky*
- *Analýza systému řízení*
- *Dopadová analýza*

**NÁVRHOVÁ ČÁST**

**STRATEGICKÁ ČÁST**

Ve strategické části jsou nejprve stanoveny rozvojová vize a mise. v souladu s nimi je definován globální cíl, který je rozpracován na strategické cíle a dále na navrhovaná opatření. Důležitou součástí struktury cílů jsou indikátory, které umožňují průběžně kontrolovat jejich naplňování.

**Strategická část**

**VIZE, MISE**

**GLOBÁLNÍ CÍL**
**Strategické cíle**

- *Seznam opatření*
- *Seznam opatření*
- *Seznam opatření*
- *Indikátory úspěšnosti*
- *Indikátory úspěšnosti*
- *Indikátory úspěšnosti*

**IMPLEMENTAČNÍ ČÁST**

V rámci implementační části je zpracován rámcový akční plán, který stanovuje konkrétní projekty a aktivity pro určené období. Dále jsou definována rizika implementace strategie a možnosti eliminace těchto rizik a představen proces vyhodnocování strategie.

**Implementační část**

**Akční plán**

- *Projekt/aktivita*
- *Projekt/aktivita*
- *Projekt/aktivita*
- *Projekt/aktivita*
- *Projekt/aktivita*
- *Projekt/aktivita*

- *Kontrola, monitoring a vyhodnocování strategie*
- *Analýza rizik rozvoje cestovního ruchu*

KROKEM | KREIA group



# ANALYTICKÁ ČÁST

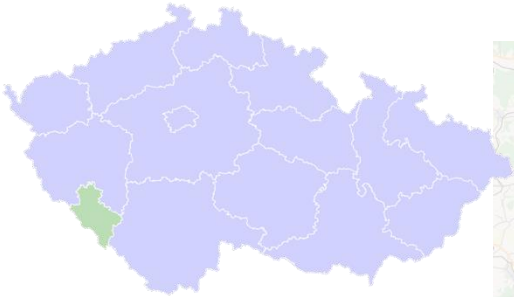
*zdroj foto: FB Destinace Šumava žije*

# Základní informace o turistické oblasti

# Základní informace o Destinaci Šumava žije

Organizace destinačního managementu Destinační společnost Šumava Tourism, z. s., byla založena v roce 2024. Spolek realizuje aktivity destinačního managementu a marketingu na území Destinace Šumava žije, která se nachází na území západní Šumavy a v jejím podhůří.

**Kraj:** Plzeňský
**Okres:** Klatovy
**Sídlo:** Železná Ruda
**Rozloha TO:** cca 1 465 km²
**Počet obcí v TO :** 55
**Počet obyvatel v TO:** cca 70 tis.
**Ředitelka:** Ing. Monika Bendlová, MBA
**Právní forma:** zapsaný spolek
**Rok založení:** 2024
**Typ DMO:** oblastní organizace



***Logo Destinace Šumava žije***

***Schéma území Destinace Šumava žije***




- 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.

# Analýza primární nabídky cestovního ruchu

Území Destinace Šumava žije má velký potenciál pro cestovní ruch díky nabídce jedinečných přírodních atraktivit, ale také bohaté nabídce kulturně-historických zajímavostí. Velkým lákadlem turistické oblasti jsou bezesporu **Národní park** a **Chráněná krajinná oblast Šumava**. NP Šumava a CHKO Šumava tvoří dohromady nejrozsáhlejší chráněné území v Česku. Zaujmou řadou přírodních zajímavostí, ale zároveň představují skvělé zázemí pro sportovce. Turistická oblast má vynikající podmínky pro pěší turistiku, lyžování, běžecké lyžování nebo horskou cyklistiku.

Turistická oblast také ale nabízí i množství atraktivit kulturně-historického typu. Zaujmou především středověké hrady (**Kašperk**, **Velhartice**, **Švihov**). Za populační centra oblasti můžeme považovat **Klatovy a Sušici**, které využívají své polohy bran Šumavy a do kterých se soustřeďuje značné množství především kulturně-historických atraktivit. Zajímavou zvláštností této destinace je řada **zaniklých obcí** na území západní Šumavy.

# Národní park Šumava

Národní park Šumava je největší národní park v Česku. Byl vyhlášen v roce 1991 a nachází se v jihozápadní části země u hranic s Německem a Rakouskem. Spolu s německým Národním parkem Bavorský les tvoří jednu z největších souvislých lesních oblastí ve střední Evropě. Právě rozsáhlé plochy neporušeného lesa a rašelinišť patří mezi největší lákadla NP Šumava.

## NÁRODNÍ PARK ŠUMAVA

- **Založeno:** 1991
- **Rozloha:** 681 km$^2$ (z toho 344 km$^2$ v Destinaci Šumava žije)
- **Nadmořská výška:** 570 – 1 378 m n. m. (Plechý)
- **Průměrná roční teplota:** +3°C až +6°C
- **Srážky:** 1000 – 1200 mm/rok, sníh v průměru 91 cm (leží až 150 dní v roce)
- **Klidová území:** Klidová území v Národním parku Šumava jsou opatřením, kterým se na území národních parků reguluje pohyb návštěvníků. Tato regulace je nutná především s ohledem na ochranu vzácných druhů živočichů a tam, kde se trvale vyskytují, hnízdí, vyvádějí mláďata, zimují, tedy tam, kde jsou nejcitlivější k rušení lidmi. Nový návrh klidových území na Šumavě otevírá bezmála tři tisíce hektarů území, které jsou doposud nepřístupné, nebo je možné jimi projít jen po vyznačených stezkách. Návštěvníci tak budou moci detailně poznávat jejich jedinečnost.
- **Příklady klidových území:**
  - Klidové území šumavských rašelinišť
  - Klidové území rysa ostrovida
  - Klidové území sokola stěhovavého

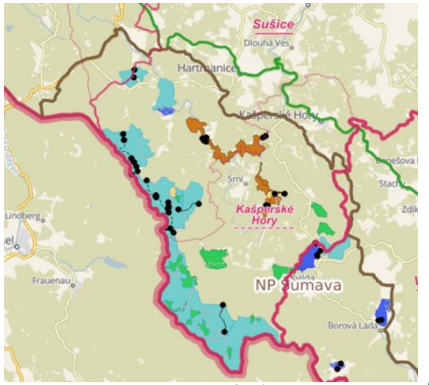
Ze správního hlediska se NP Šumava rozkládá na území Plzeňského kraje (okres Klatovy) a Jihočeského kraje (okres Prachatice). Do Plzeňského kraje na severozápadě spadá **50,2%** plochy, přičemž zasahuje do území 9 obcí. **Celá část NP Šumava zasahující do Plzeňského kraje spadá do Destinace Šumava žije.**




### Výpravy za divočinou



Vedle volně přístupných turistických tras, nabízí NP Šumava pro skupiny také „Výpravy za divočinou" s průvodcem do míst s omezeným vstupem. V roce 2024 se jednalo o nabídku 21 tras v sedmi desítkách termínů.




zdroj: npsumava.cz

# Návštěvnická centra a informační střediska NP Šumava

Ve správě Národního parku Šumava se celkem nachází 13 objektů poskytujících služby turistům. 2 z nich jsou kategorizovány jako návštěvnická centra: NC Srní a NC Kvilda, dalších 8 jako informační střediska. Na území spadajícím do Destinace Šumava žije se z toho nachází 5 objektů:



*zdroj foto: npsumava.cz*

## INFORMAČNÍ STŘEDISKO KAŠPERSKÉ HORY

Stála expozice IS se zaměřuje se na vodní ekosystémy, lesy a environmentální témata.



*zdroj foto: npsumava.cz*

## INFORMAČNÍ STŘEDISKO ALŽBĚTÍN

IS je umístěné v budově nádraží na česko-německé hranici, představuje spolupráci v ochraně přírody.



*zdroj foto: npsumava.cz*

## INFORMAČNÍ STŘEDISKO POLEDNÍK

Informační středisko se nachází v budově rozhledny Poledník.



*zdroj foto: npsumava.cz*

## INFORMAČNÍ STŘEDISKO BŘEZNÍK

Sezónní informační středisko se nachází v objektu zrekonstruované historické schwarzenberské hájovny na Březníku.



*zdroj foto: npsumava.cz*

## NÁVŠTEVNÍCKE CENTRUM SRNÍ

Jednou z největších atrakcí Národního parku Šumava je jistě návštěvnické centrum Srní. Centrum prezentuje původní druhy volně žijících zvířat v jejich přirozeném biotopu, reintrodukované a nebo dříve vyhynulé druhy. Bezpochyby největším lákadlem je výběh s vlky na rozloze 3 hektary.

Přímo uprostřed výběhu v Srní vede 300 m dlouhá lávka ve výšce 4 – 5 metrů nad zemí, opatřená řadou pozorovacích přístřešků. Na lávce ve výběhu jsou také informace o komunikaci mezi vlky.

Mimo výběhu s vlky se můžete v areálu vydat po naučné stezce, na které pět informačních panelů přibližuje život šelmy, která v minulosti patřila k běžnému životu místního lesa.

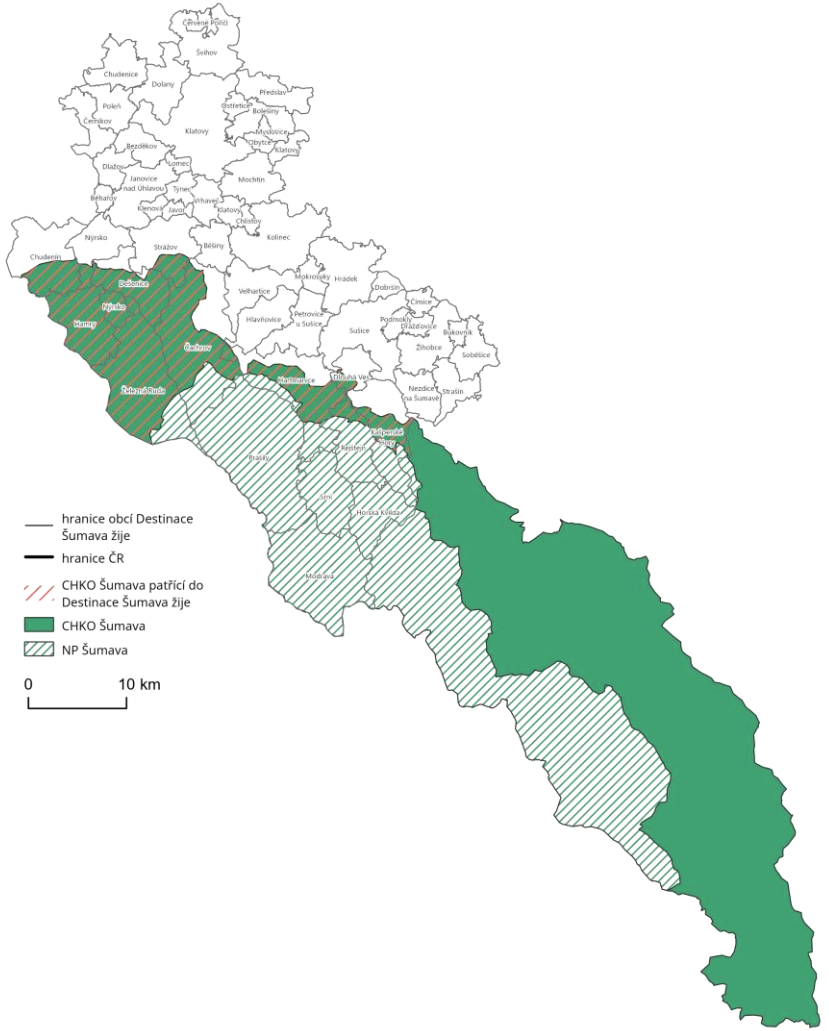
V roce 2024 dosáhla návštěvnost centra 117 tisíc.

# Chráněná krajinná oblast Šumava

CHKO Šumava byla vyhlášena v roce 1963 a původně byla největším chráněným územím Československa. V roce 1991 byla její nejcennější část převedena do nově vzniklého Národního parku Šumava. Zbývající území CHKO dnes slouží jako ochranné pásmo národního parku. Přestože se většina nejcennějších lokalit stala součástí NP Šumava, CHKO stále nabízí řadu jedinečných přírodních atrakcí.

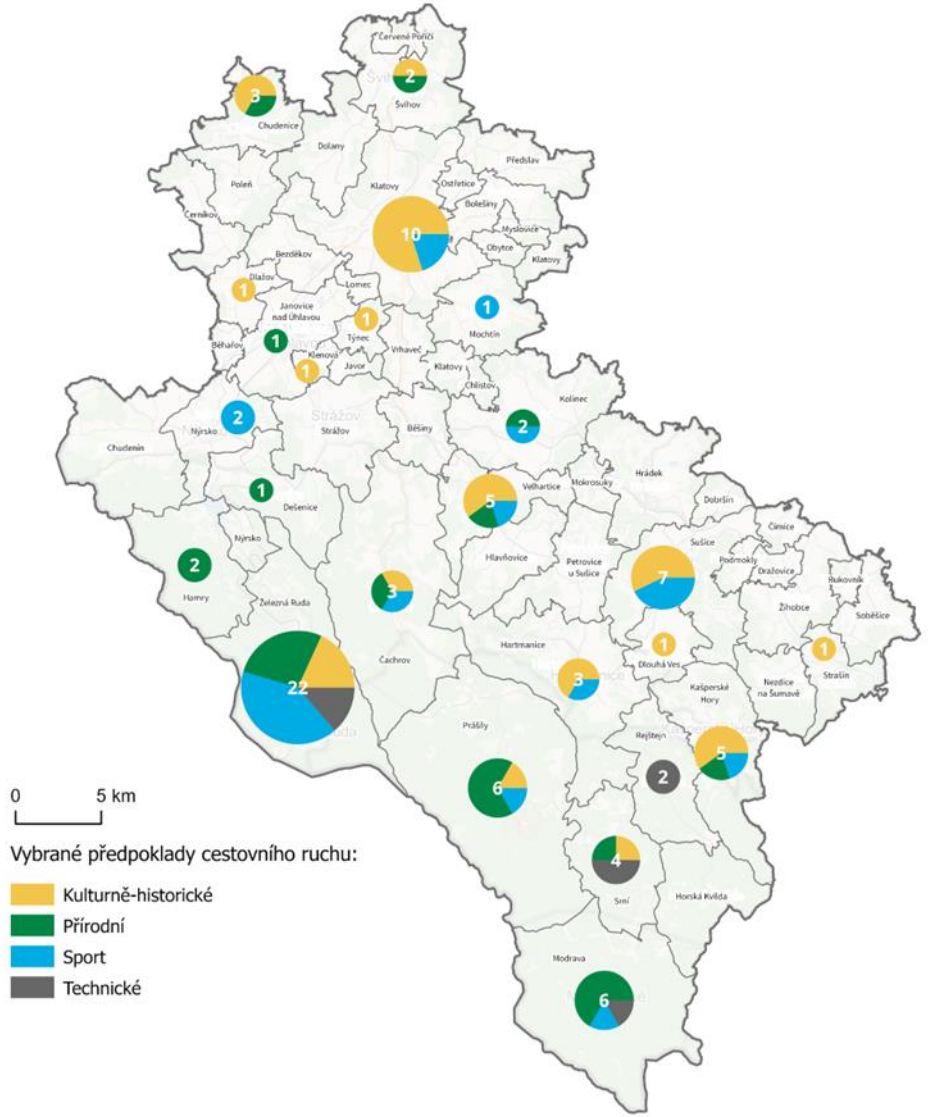
## CHKO ŠUMAVA

- **Založeno:** 1963
- **Rozloha:** 993 km$^2$ (262 km$^2$ v Destinaci Šumava žije)
- **Nadmořská výška:** 498 – 1362 m n. m. (Boubín)
- **Počet obyvatel:** 21 000
- Významnou součástí CHKO jsou přírodní rezervace a přírodní památky. Mezi nejznámější patří **NPR Boubínský prales**, **Bílá strž**, **Černé** a **Čertovo jezero**, PR Královská hvozd, Hamižná hora a Milešický prales.
- Společně s NP Bavorský les tvoří CHKO a NP Šumava rozsáhlý ekosystém, který je v Evropě jedinečný. Tato oblast poskytuje útočiště mnoha vzácným druhům rostlin a živočichů, včetně rysa ostrovida a tetřeva hlušce. Díky zachovalé přírodě a rozlehlým lesům je Šumava často označována jako „**zelené plíce Evropy**“.
- Z organizačního hlediska je správa Chráněné krajinné oblasti Šumava začleněna do správy Národního parku Šumava. Sídlem správy je Vimperk.
- Do Plzeňského kraje (okres Klatovy a současně Destinace Šumava žije) zasahuje **26,3 %** rozlohy CHKO, přičemž zasahuje na území 12 obcí. Zbývajících 73,7 % leží v Jihočeském kraji (okresy Český Krumlov a Prachatice), kde CHKO zasahuje na území 27 obcí.



# Prostorové rozmístění vybraných atraktivit cestovního ruchu

- Mapa zobrazuje vybrané turistické atraktivity v oblasti, které jsou jednotlivě představeny dále v prezentaci. Pomocí mapy si můžeme vytvořit představu o prostorové struktuře atraktivit v oblasti.
- Vidíme, že atraktivity jsou na území rozloženy poměrně rovnoměrně, ale v různých částech území převažují různé kategorie.
- Kulturně-historické atraktivity se nacházejí spíše v podhůří Šumavy, významným centrem těchto atraktivit jsou Klatovy.
- Přírodní atraktivity jsou soustředěny především v obcích Modrava, Železná Ruda a Prášily, které se nacházejí v Národním parku nebo v Chráněné krajinné oblasti Šumava.
- Železná Ruda je významným centrem sportovních atraktivit, nachází se zde několik lyžařských středisek.
- Celkově lze říci, že sportovní atraktivity jsou poměrně rovnoměrně rozloženy s tím, že v horských oblastech jde hlavně o skiareály a v podhorských oblastech se zase nachází letní sportovní vybavenost.
- Všechny představené technické atraktivity se nacházejí buď v Národním parku nebo v Chráněné krajinné oblasti Šumava.



# Přírodní předpoklady cestovního ruchu – vybrané atraktivity

Až 41 % rozlohy Destinace Šumava žije se nachází v NP a CHKO Šumava, z čehož přirozeně vyplývá široká nabídka přírodních zajímavostí. Návštěvníci zde mohou obdivovat rozmanitou přírodu od hlubokých lesů a malebných horských plání až po ledovcová jezera a rašeliniště.



*zdroj foto: kudyznudy.cz*

## ČERTOVO JEZERO

Toto jezero ledovcového původu jako jediné šumavské jezero patří do povodí Dunaje. Dosahuje hloubky až 36 m a jeho vodní plocha má rozlohu 9,7 ha.



*zdroj foto: kudyznudy.cz*

## ČERNÉ JEZERO

Největší ledovcové jezero na Šumavě, známé svou tmavou barvou. Pověstmi opředeno jezero je oblíbeným cílem turistů a inspirovalo mnoho umělců.



*zdroj foto: kudyznudy.cz*

## PRÁŠILSKÉ JEZERO

Ledovcové jezero je hluboké až 15 m, je hrazeno žulovými balvany a morénovými valy. Z jezera vytéká Jezerní potok, který se vlévá do řeky Křemelné.



*zdroj foto: kudyznudy.cz*

## JEZERO LAKA

Jezero Laka je nejmenší a nejvýše položené ledovcové jezero na české straně Šumavy. V minulosti bylo kvůli železné oponě nepřístupné, nyní je však oblíbeným cílem turistů.



*zdroj foto: kudyznudy.cz*

## VODNÍ NÁDRŽ NÝRSKO

Slouží jako zdroj pitné vody pro Klatovsko a Domažlicko. Její hráz je 36 m vysoká a 337 m široká. Platí zde zákaz koupání.



*zdroj foto: kudyznudy.cz*

## ŘEKA KŘEMELNÁ

Řeka teče hlubokým kaňonem s přirozeným řečištěm, kde se vyskytují vzácné rostliny a živočichové. Její kaňon je chráněn a přístup do něj je omezen.



*zdroj foto: kudyznudy.cz*

## POVYDŘÍ

Chráněná oblast Povydří se nachází v kaňonu řeky Vydry a je známá díky naučné stezce spojující Antýgl a Čeňkovu Pilu. Malebná trasa je velmi oblíbená.



*zdroj foto: regiony.rozhlas.cz*

## STARÁ ÚHLAVA

Přírodní památka Stará Úhlava vznikla při regulaci řeky Úhlavy v 30. a 40. letech 20. století. Původní koryto řeky tak nyní představuje jezero.

# Přírodní předpoklady cestovního ruchu – vybrané atraktivity



zdroj foto: sumava.cz

## PRAMEN ÚHLAVY

Úhlava pramení na Šumavě na svahu Pancíře v nadmořské výšce 1 110 m. V oblasti najdeme nepravý turistický pramen. Reálně se pramen nachází o něco níž.



zdroj foto: sumavanet.cz

## PRAMEN ŘEZNÉ

Řeka Řezná pramení v nadmořské výšce 1031 m v přírodní rezervaci Prameniště na jižním svahu hory Pancíř, nedaleko Železné Rudy.



zdroj foto: kudyznudy.cz

## VODOPÁD BÍLÁ STRŽ

Se svou výškou 13 m je nejvyšším vodopádem v české části Šumavy. Nachází se v hlubokém údolí Bílého potoka.



zdroj foto: kudyznudy.cz

## TŘÍJEZERNÍ SLAŤ

Rašeliništěm prochází naučná stezka s povalovým chodníkem, která seznamuje návštěvníky s místní vegetací a vznikem rašeliny. Slať je přístupná pro pěší i cyklisty.



zdroj foto: kudyznudy.cz

## MODRAVSKÉ SLATĚ

Největší komplex šumavských rašelinišť se nachází v první zóně národního parku. Oblast lze projít po značených stezkách, ale ke většině slatí se lze dostat pouze s průvodcem.



zdroj foto: kudyznudy.cz

## CIKÁNSKA SLAŤ

Představuje jeden z největších rašeliništních celků v oblasti Modravských slatí. Nachází se v nadmořské výšce 1103 m a je v současnosti v procesu revitalizace, kdy se obnovuje zavodnění a rašeliniště.



zdroj foto: regiony.rozhlas.cz

## BOREK U VELHARTIC

Přírodní rezervace se pyšní zachovalou šumavskou přírodou a skalami porostlými borovicemi, které skrývají stopy po těžbě stříbra. Na okraji rezervace stojí chata Jana Wericha.



zdroj foto: wikipedia.cz

## KRALOVSKÝ HVOZD

Jedná se o přírodní památku v CHKO Šumava. Zahrnuje například Černé a Čertovo jezero. V minulosti se název používal pro rozsáhlé česko-německé pohraniční území.

# Přírodní předpoklady cestovního ruchu – vybrané atraktivity



zdroj foto: sumavanet.cz

## OSTRÝ

Dvojvrchol Ostrý, někdy je také nazývaný „Prsa Matky Boží, na česko-německé hranici nabízí nádherné výhledy na Šumavu a do Bavorska.



zdroj foto: kudyznudy.cz

## ČERNÁ HORA

Od roku 2012 se na vrcholu této 1315 metrů vysoké hory nachází turistická vyhlídka, která je ideální zastávkou pro návštěvníky mířící k pramenům Vltavy.



zdroj foto: kudyznudy.cz

## HORA SVAROH

1334 m vysoká hora se nachází na hranici s Německem. Vrchol je známý svými skalisky. Přístup je možný z české i německé strany, ale výstup z ČR je náročnější.



zdroj foto: zeleznaruda.cz

## PRENET

1071 m vysoká hora je krajním bodem Pancířského hřbetu. V současnosti je známý především díky obnovené kapli sv. Kunhuty a možnosti turistiky.



zdroj foto: kudyznudy.cz

## OBLÍK

Je jedním z nejkrásnějších šumavských vrcholů s kruhovým výhledem z vrcholové skály. Na dříve odlesněné plošině dnes roste nový les a možnost výhledu může být do budoucna omezena.



zdroj foto: kudyznudy.cz

## AMÁLINO ÚDOLÍ

Bývalá zlatonosná oblast je nyní chráněnou přírodní rezervací s bohatou faunou a flórou. Naučné stezky vedou údolím a nabízejí návštěvníkům možnost objevovat jak přírodní krásy, tak historické stopy těžby zlata.



zdroj foto: kudyznudy.cz

## AMERICKÁ ZAHRADA

Jde o nejucelenější sbírkou severoamerických dřevin v Česku. Od roku 1969 je chráněným územím spravovaným CHKO Český les.



zdroj foto: npsumava.cz

## MEŠTIŠŤSKÉ ROKLE

Přírodní rezervace poblíž Čachrova chrání prameniště, rašeliniště a nivy potoka Jelenky s cennými rostlinnými i živočišnými druhy.

# Kulturně-historické předpoklady cest. ruchu – vybrané atraktivity

Destinace Šumava žije nepostrádá bohatou nabídku kulturně-historických zajímavostí. Velkým lákadlem oblasti budou jistě středověké hrady, které se zde nacházejí, ale nesmíme zapomenout ani na zajímavé turistické rozhledny, muzea a další kulturní památky.



*zdroj foto: kudyznudy.cz*

## HRAD KAŠPERK

Nejvýše položený královský hrad v Čechách. Založen Karlem IV. jako strážní bod Zlaté stezky.



*zdroj foto: kudyznudy.cz*

## HRAD ŠVIHOV

Vodní hrad ze 14. století, který sloužil jako obranná pevnost. Proslavil se jako kulisa pohádky Tři oříšky pro Popelku.



*zdroj foto: kudyznudy.cz*

## HRAD VELHARTICE

Nachází se na skalním ostrohu u říčky Ostružná a skládá se z gotického paláce, věže Putna, renesančního zámku a skanzenu.



*zdroj foto: kudyznudy.cz*

## HRAD A ZÁMEK KLENOVÁ

Ke středověkému hradu byl v 19. století přistavěn zámek. Zřícenina hradu je dnes volně přístupná a slouží jako galerie pod širým nebem, má však i vnitřní expozici.



*zdroj foto: zamekchudenice.cz*

## ZÁMEK CHUDENICE

Barokní zámek je nejstarším sídlem šlechtického rodu Czerninů. Od roku 1945 je zámek majetkem obce Chudenice.



*zdroj foto: zameknemilkov.com*

## ZÁMEK NEMILKOV

Zámek prochází rekonstrukcí, ale nabízí komentované prohlídky, které umožňující nahlédnout za oponu probíhající rekonstrukce.



*zdroj foto: kudyznudy.cz*

## ZÁMEK TÝNEC

Zámek je jednou z nejvýznamnějších barokních staveb své doby. Procházel dlouhou rekonstrukcí a od roku 2024 je možné ho navštívit.



*zdroj foto: kudyznudy.cz*

## ZÁMEK ŽIHOBCE

Barokní zámek ve kterém dnes sídlí muzeum Lamberská stezka, zároveň je znám jako významné útočiště pro kolonii netopýrů.

# Kulturně-historické předpoklady cest. ruchu – vybrané atraktivity



zdroj foto: kudyznudy.cz

## JEZUITSKÝ KOSTEL KLATOVY

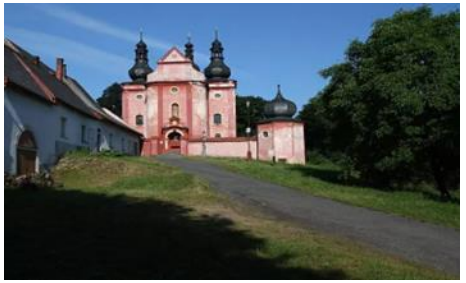
Kostel Neposkvrněného početí Panny Marie a svatého Ignáce je barokní dominantou Klatov. Byl postaven v 17. století. Pod ním se nacházejí známé katakomby.



zdroj foto: kudyznudy.cz

## KOSTEL SV. VAVŘINCE

Kostel je ceněným příkladem barokní architektury. Vznikl jako součást dominikánského kláštera. Nyní slouží k pořádání výstav současného umění.



zdroj foto: kudyznudy.cz

## KOSTEL NAROZENÍ PANNY MARIE

Původně románský kostel byl v barokním stylu dokončen v letech 1736–1739, kdy se stal významným poutním místem.



zdroj foto: kudyznudy.cz

## KAPLE ANDĚLA STRÁŽNEHO

Ranně barokní kaple se nachází na vrchu Stráž nad Sušici. Kaple byla postavena v letech 1682–1683 a v roce 1735 rozšířena. Konají se zde pravidelné poutě.



zdroj foto: plzen.rozhlas.cz

## ČERNÁ VĚŽ

Dominanta města Klatovy, vysoká 81 m. Nabízí panoramatický výhled na město a okolí.



zdroj foto: katakomby.cz

## KLATOVSKÉ KATAKOMBY

Podzemní prostory pod jezuitským kostelem v Klatovech ukrývají mumie ze 17. a 18. století. Unikátní klimatické podmínky zde umožnily jejich přirozenou konzervaci. Expozice prošla v letech 2011 - 2022 zásadní proměnou.



zdroj foto: kudyznudy.cz

## SYNAGOGA HARTMANICE

Zrekonstruovaná synagoga v Hartmanicích slouží jako muzeum a připomínka společného soužití českých, židovských a německých obyvatel v oblasti Šumavy.



zdroj foto: kudyznudy.cz

## HAUSWALDSKÁ KAPLE

Poutní místo s bohatou historií a legendami o zázračných uzdraveních, které bylo obnoveno po zničení v roce 1958. Návštěvníci mohou prozkoumat okolí kaple, včetně naučné stezky okolo Kostelního vrchu.

# Kulturně-historické předpoklady cest. ruchu – vybrané atraktivity



zdroj foto: kudyznudy.cz

## U BÍLEHO JEDNOROŽCE

V přízemí budovy se nachází barokní lékárna, jedna z nejzachovalejších památek svého druhu v Evropě. Nadzemní podlaží slouží jako výstavní sál galerie.



zdroj foto: kudyznudy.cz

## GALERIE KLATOVY/KLENOVÁ

Spravuje hrad a zámek Klenová, v němž provozuje galerii. Druhou pobočkou galerie je Dům U Bílého jednorožce v Klatovech. kde galerie sídlí v nadzemních podlažích.



zdroj foto: pask-klatovy.cz

## PASK KLATOVY

Pavilon se zaměřuje na šumavské sklo, zejména na unikátní sbírku skla Lötz z Klášterského Mlýna. Expozice představuje více než 600 exemplářů historického skla.



zdroj foto: kudyznudy.cz

## VLASTIVĚDNÉ MUZEUM DR. HOSTAŠE

Regionální muzeum zaměřené na historii Klatovska. Obsahuje archeologické, etnografické a umělecké sbírky.



zdroj foto: kudyznudy.cz

## MUZEUM ŠUMAVY

Muzeum má celkem 4 pobočky: V Sušici, Kašperských Horách, Železné Rudě a Dobré Vodě. Muzea prezentují historii Šumavy, ale každá expozice se zaměřuje na místní specifika.



zdroj foto: kudyznudy.cz

## MUZEUM HISTORICKÝCH MOTOCYKLŮ

Sídlí v Kašperských Horách a Železné Rudě. Oboje expozice nabízí sbírku historických motocyklů, která by mohla zaujmout znalce ale i laiky.



zdroj foto: sumava.cz

## MUZEUM ŠUMAVSKÝCH MINERÁLŮ

Soukromé muzeum šumavských minerálů ve Velharticích nabízí unikátní expozici minerálů ze Šumavy i celého světa, zkamenělé dřevo, šumavské sklo a další.



zdroj foto: kudyznudy.cz

## SKLÁŘSKÉ MUZEUM ANNÍN

Muzeum ve sklárně Annín představuje historii i současnost šumavského sklářství. Od roku 2016 zde opět funguje sklářská huť, kde si návštěvníci mohou vyfouknout vlastní skleněný předmět.

# Kulturně-historické předpoklady cest. ruchu – vybrané atraktivity



*zdroj foto: kudyznudy.cz*

## ROZHLEDNA BOLFÁNEK

Rozhledna se nachází na vrchu nad Chudenicemi. Nabízí krásný výhled na Šumavu a okolí. Původně byla součástí poutního kostela sv. Wolfganga.



*zdroj foto: kudyznudy.cz*

## ROZHLEDNA SVATOBOR

31,6 m vysoká rozhledna nabízí panoramatický výhled na krajinu. Současná stavba pochází z roku 1934 a doplňuje ji chata v alpském stylu z roku 1935.



*zdroj foto: kudyznudy.cz*

## ROZHLEDNA ŠPIČÁK

26,5 m vysoká ocelová stavba s dřevěným obložením postavená v roku 2014. Rozhledna nabízí po zdolání 135 schodů jedinečný výhled na celou Šumavu.



*zdroj foto: kudyznudy.cz*

## ROZHLEDNA SEDLO U ALBRECHTIC

27,75 m vysoká rozhledna stojí v nadmořské výšce 902 m. Na vyhlídkovou plošinu ve výšce 23,75 m vede 139 schodů. Rozhledna je celoročně volně přístupná.



*zdroj foto: kudyznudy.cz*

## ROZHLEDNA POLEDNÍK

Rozhledna je vysoká 37 m a vede na ni 227 schodů. Přístupná je v letních měsících a pro návštěvníky je připraveno několik vyhlídkových pater a expozic.



*zdroj foto: kudyznudy.cz*

## ROZHLEDNA SV. MARKÉTA

25 m vysoká rozhledna nabízí úchvatné výhledy na Domažlicko, Klatovsko a Šumavu. Vyhlídková plošina se nachází ve výšce 19,2 m.



*zdroj foto: kudyznudy.cz*

## ROZHLEDNA PANCÍŘ

Z rozhledny se naskýtá jeden z nejkrásnějších výhledů na Šumavě, s pohledy na Bavorsko a Alpy. V zimě je rozhledna nepřístupná, ale výhled je možný z terasy.

# Technické předpoklady cest. ruchu – vybrané atraktivity

V oblasti se nachází několik zajímavých technických atraktivit. Většina z nich je spojena s vodou, ať už se jedná o staré, ale stále funkční vodní elektrárny nebo bývalou infrastrukturu pro těžbu dřeva. Unikátem je i tunel Špičák, který byl do roku 2007 nejdelším železničním tunelem v ČR.



*zdroj foto: cez.cz*

## VODNÍ ELEKTRÁRNA ČERNÉ JEZERO

Do provozu byla uvedena v roce 1930. K výrobě energie využívá vodu z Černého jezera, byla unikátní stavbou své doby.



*zdroj foto: cez.cz*

## VODNÍ ELEKTRÁRNA VYDRA

Stále funkční elektrárna byla uvedena do provozu v roce 1942. Elektrárny Čeňkova pila a Vydra jsi lze prohlédnout v rámci jedné expozice „Šumavská energie".



*zdroj foto: cez.cz*

## VODNÍ ELEKTRÁRNA ČEŇKOVA PILA

Vodní elektrárna byla založena v polovině 19. století jako pila na zpracování dřeva, a od roku 1912 nepřetržitě vyrábí elektřinu.



*zdroj foto: kudyznudy.cz*

## LANOVKA NA PANCÍŘ

Nejstarší lanovka na Šumavě, která je v provozu už víc než 50 let a stále se pyšní původním stavem. Délka lanovky je 2750 metrů a jízda na vrchol trvá přibližně 22 minut.



*zdroj foto: kudyznudy.cz*

## HRADLOVÝ MOST RECHLE

72 m dlouhý most je replikou historického mostu sloužícího k zachytávání a směrování plaveného dřeva do plavebního kanálu.



*zdroj foto: turisturaj.cz*

## ŠPIČÁCKY TUNEL

1744 m dlouhý tunel postavený v letech 1874-1877 byl až do roku 2007 nejdelším železničním tunelem v Česku.



*zdroj foto: kudyznudy.cz*

## VCHYNICKO-TETOVSKÝ PLAVEBNÝ KANÁL

Kanál postavený na konci 18. století obchází nesplavný úsek řeky Vydry. Podél kanálu vede naučná stezka.



*zdroj foto: kudyznudy.cz*

## VODNÍ ZÁMEK SRNÍ

Důmyslná technická stavba slouží jako vyrovnávací komora, která reguluje přítok vody pro vodní elektrárnu Vydra.

# Sportovní vybavenost – vybrané atraktivity

V turistické oblasti se nachází nabídka sportovní infrastruktury, která zajišťuje možnost kvalitně si zasportovat v zimním i letním období. Infrastruktura pokrývá široké množství sportů, avšak nenachází se zde mnoho unikátních sportovišť v nadregionálním kontextu.



*zdroj foto: lyzovani.spicak.cz*

## SKIAREÁL ŠPIČÁK

Skiareál nabízí sjezdovky pro začátečníky, rodiny s dětmi a experty. Známí je nejprudší českou sjezdovkou Šance.



*zdroj foto: skinadrazi.cz*

## SKIAREÁL NAD NÁDRAŽÍM – BELVEDER

Propojení dvou lyžařských areálů nabízí lyžování na obou stranách kopce. Skiareál dohromady nabízí 5 lyžařských vleků a 7 sjezdovek.



*zdroj foto: samoty.com*

## SKIAREÁL SAMOTY

Ve skiareálu se nacházejí 4 vleky. Součástí je půjčovna lyží a lyžařská škola. Kromě toho areál nabízí možnost večerního lyžování a řadu běžeckých tras.



*zdroj foto: skikasperky.cz*

## SKIAREÁL KAŠPERSKÉ HORY

Jde o menší středisko ideální pro rodinnou zimní dovolenou. Nabízí upravené a zasněžované sjezdovky s dopravou zajištěnou 2 hlavními vleky a 1 dětským




*zdroj foto: weissovalouka.cz*

## SKIAREÁL WEISSOVA LOUKA

Areál je ideální pro začátečníky, ale i pro středně pokročilé lyžaře. Nabízí dětský lanový vlek, půjčovnu vybavení, a večerní lyžování.



*zdroj foto: alpalouka.cz*

## SKIAREÁL ALPALOUKA

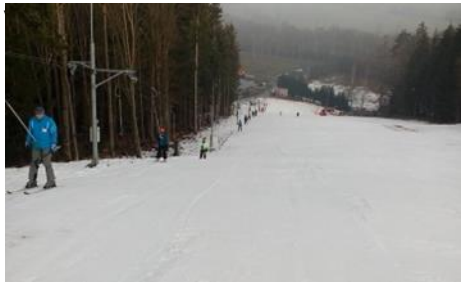
Areál s 900 m dlouhou sjezdovkou, vybavenou kotvovým a dětským vlekem. Areál nabízí bezplatné parkování, občerstvení, lyžárnu a sociální zařízení.



*zdroj foto: skiarealy-sjezdovky.cz*

## SKIAREÁL U DEBRNÍKU

Jeden z menších skiareálů v Železné Rudě, k dispozici je jeden 540 m dlouhý vlek. Skiareál nemá možnost vlastního zasněžování.



*zdroj foto: skiarealnyrsko.cz*

## SKIAREÁL NÝRSKO

Skiareál ponouká jednu modrou sjezdovku s možností večerního lyžování, dětský pohyblivý pás, ski servis a školu.

# Sportovní vybavenost – vybrané atraktivity



zdroj foto: la-hartmanice.com

## SKIAREÁL HARTMANICE

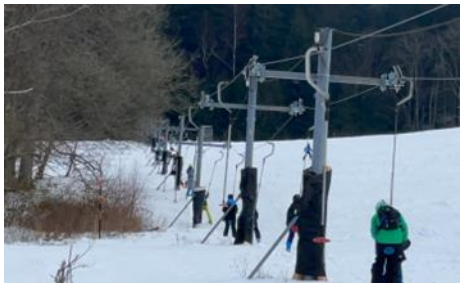
600 m dlouhý svah s proměnlivým sklonem. Areál je ideální pro rodiny s dětmi a obsluhuje ho vlek s kapacitou 700 osob za hodinu.



zdroj foto: skiarealy-sjezdovky.cz

## SKIAREÁL KOCOUROV

Menší skiareál disponuje jedním vlekem, sjezdovkou a snowparkem. Skiareál má možnost umělého zasněžování.



zdroj foto: skiarealy-sjezdovky.cz

## SKIAREÁL BRČÁLNIK

Areál disponuje jedním vlekem a 500 m dlouhou sjezdovkou vhodnou pro rodiny s dětmi a lyžařské výcviky.



zdroj foto: rsjavorna.cz

## SKIAREÁL JAVORNÁ

Lyžařský areál nabízí 4 sjezdovky o celkové délce 1670 m s 2 vleky a výukovou školou. Lyžuje se výhradně na přírodním sněhu.



zdroj foto: sumava.spicak.cz

## BIKEPARK ŠPIČÁK

Bikepark nabízí různé terénní trasy pro horská kola s obtížností pro začátečníky i pokročilé, přičemž sedačková lanovka zajišťuje přepravu na vrchol.



zdroj foto: kudyznudy.cz

## BIKEPARK VELHARTICE

Bikepark Velhartice na kopci Borek nabízí tři tratě pro bikery všech úrovní. K dispozici je zde i vlek a občerstvení.



zdroj foto: kudyznudy.cz

## SPORTOVNÍ AREÁL NAD NÁDRAŽÍM

Areál nabízí aktivity jako je lanové centrum, jízda na slalomových kárách, trampolíny s tubingovou dráhou a dětské hřiště.



zdroj foto: offpark.cz

## OFFPARK

Součástí OFFPARKU jsou lanové parky v Sušici a Prášilech. Kromě toho si v rámci OFFPARKU lze zahrát paintball, převést se na terénních koloběžkách nebo si půjčit raft pro plavbu na Otavě.

# Sportovní vybavenost – vybrané atraktivity

Na území destinace Šumava žije se nachází dva kryté bazény a několik letních koupališť. **Krytý bazén** se nachází v Klatovech a v Sušici, obě města disponují i **letním koupalištěm**, ta se poté primárně nachází ve větších městech a obcích. Zpravidla jsou koupaliště a bazény součástí areálů s nabídkou širšího sportovního vyžití.




*zdroj foto: mestosusice.cz*

## SPORTOVIŠTĚ SUŠICE

Městské sportoviště sdružuje řadu sportovních aktivit. Jeho součástí je plavecký bazén, letní koupaliště, zimní stadion, wellness nebo fitness centrum.



*zdroj foto:. tsklatovy.cz*

## PLAVECKÝ AREÁL KLATOVY

Krytý bazén v Klatovech nabízí 25 metrový plavecký bazén, dětský bazén, relaxační zónu s vířivkou, tobogánem, divokou řekou a dalšími atrakcemi. Součástí je také saunové centrum.



*zdroj foto: koupaliste-kolinec.cz*

## SPORTOVNÍ AREÁL KOLÍNEC

Areál nabízí koupaliště napájené vodou z řeky Ostružná. Najdete zde také lezeckou stěnu, hřiště na pétanque, dětské hřiště a rezervovatelná sportoviště.



*zdroj foto: sportoviste-nyrsko.cz*

## SPORTOVIŠTĚ NÝRSKO

Město Nýrsko v rámci svého multifunkčního sportoviště nabízí řadu sportovních aktivit. Součástí je outdoorová ledová plocha, letní koupaliště se slanou vodou nebo in-line dráha.



*zdroj: atelier-u5.cz*

## KOUPALIŠTĚ JANOVICE NAD ÚHLAVOU

Koupaliště v Janovicích nad Úhlavou nabízí dva venkovní bazény se slanou vodou, dětské herní prvky, skluzavky, sportovní hřiště a občerstvení v přilehlé pivnici.



*zdroj foto: kudyznudy.cz*

## PŘÍRODNÍ KOUPALIŠTĚ ŽABÁKY

Přírodní koupaliště Žabáky u Železné Rudy je rekonstruovaný biotop s písčitou pláží, molem a čistou vodou z přítoku řeky Řezné.



*zdroj foto: sportclubklatovy.cz*

## CENTRUM MÍČOVÝCH SPORTŮ

Centrum nabízí komplexní zázemí pro sportovní týmy a kluby, které si zde mohou uspořádat soustředění. Součástí areálu jsou hřiště na čím dál tím oblíbenější padel. Kromě sportovní vybavenosti centrum poskytuje i ubytování.



*zdroj foto: sportoviste-susice.cz*

## SKATEPARK SUŠICE

Skatepark nabízí více než 1100 m² plochy pro různé sporty, jako jsou skateboardy, in-line brusle, koloběžky nebo BMX. Skatepark je postaven podle nejvyšších standardů.

# Vybrané zaniklé obce – vybrané příklady

Kromě bohaté nabídky přírodních zajímavostí jsou nedílnou součástí Šumavy i zaniklé obce a jejich pohnutá historie. Pozůstatky těchto obcí jsou památníkem staré Šumavy a vytvářejí jedinečný genius loci místa. Projekt „Historické album Šumavy" se snaží tyto obce připomenout.



*zdroj foto: kudyznudy.cz*

## ZHŮŘÍ U REJŠTEJNA

Obec stála na trase Zlaté stezky z Kašperských Hor do Pasova, po roce 1945 se jí stal osudným poválečný odsun sudetských Němců.



*zdroj foto: npsumava.cz*

## HORNÍ ŽDÁNIDLA

Osada byla založena na počátku 19. století pro dřevaře z Rakouska a Bavorska. Obyvatelé zde žili skromným životem zaměřeným na těžbu dřeva a tkaní lnu.



*zdroj foto: npsumava.cz*

## ZELENÁ HORA

Osada byla založená v 18. století. Obyvatelé se živili především těžbou dřeva a plavením. Dnes místo nabízí krásné výhledy do krajiny.



*zdroj foto: kudyznudy.cz*

## HŮRKA

Založena byla v roce 1732 a skládala se ze dvou částí: Staré a Nové Hůrky. Osada byla známá sklářskou výrobou.



*zdroj foto: npsumava.cz*

## STODŮLKY

Stodůlky byly rozsáhlou šumavskou obcí s více než 500 obyvateli, známou svou králováckou rychtou.



*zdroj foto: kudyznudy.cz*

## KEPELSKÉ ZHŮŘÍ

Obec byla založená dřevorubci a uhlíři v 17. století, v 50. letech zcela zničena. Odehrál se tu jeden z posledních bojů druhé světové války.



*zdroj foto: npsumava.cz*

## PASEKA

Osada na svahu pod silnicí Hartmanice-Železná Ruda vznikla kolem brusírny skla Gross-Werke. Žilo zde přes 300 obyvatel.



*zdroj foto: npsumava.cz*

## VCHYNICE-TETOV

Osada založená na konci 18. století, se rozvíjela díky těžbě dřeva a plavebnímu kanálu, avšak její obyvatelé se často potýkali s neúrodou a chudobou.

# Vybrané sportovní, kulturní a společenské události

## LEDEN

Turistické oblasti výrazně dominují sportovní události, zejména závody horských kol a běžecké závody, které jsou v průběhu roku doplněny poměrně pestrou nabídkou kulturních a společenských akcí. Poněkud překvapivá je absence zimních sportovních událostí.

## ÚNOR




*zdroj foto: hannah.cz*

### ŠUMAVSKÝ RYS

Celodenní skialpový den, který nabízí testování vybavení, workshopy s Horskou službou, a závod Šumavský rys.




*zdroj foto: ticketstream.cz*

### SNOW PARTY NA ŠPIČÁKU

Špičák v zimě ožívá největší šumavskou open air party. Show s živými DJ sety, koncerty, venkovními bary a afterparty se koná přímo pod sjezdovkou.

## BŘEZEN




*zdroj foto: kudyznudy.cz*

### JÍZDA PŘES LOUŽI

Oblíbená zimní akce ve Skiareálu Špičák, kde se účastníci snaží překonat bazén s vodou na nejrůznějších nemotorových plavidlech.

## DUBEN




*zdroj foto: horskypulmaraton.cz*

### HORSKÝ PŮLMARATON SUŠICE

Horský půlmaraton Sušice láká běžce do šumavské přírody na trasy s dechberoucími výhledy přes ikonické vrcholy.




*zdroj foto: kudyznudy.cz*

### VELIKONOČNÍ KAŠPERSKÉ HORY

Velikonoční neděle v Kašperských Horách ožívá tradičními slavnostmi s jarmarkem, hudebními vystoupeními a dalším programem.

# Vybrané sportovní, kulturní a společenské události

## KVĚTEN




*zdroj foto: susickenoviny*

### OSVOBOZENÍ SUŠICE A KLATOV AMERICKOU ARMÁDOU

Sušice a Klatovy jsou jedny ze západočeských měst osvobozených americkou armádou. Tuto skutečnost si obyvatelé každoročně připomínají.




*zdroj foto: authorkralsumavy.cz*

### CRAFT KRÁL ŠUMAVY RUN

Běžecký závod, který nabízí účastníkům možnost vybrat si ze dvou tras, a to 10 km a 22 km. Závod vede převážně po lesních a polních cestách.




*zdroj foto: kudyznudy.cz*

### GULÁŠ FEST A ZÁVODY BABETT

Guláš fest a závod babett je zábavná akce, která kombinuje kulinářskou soutěž v přípravě guláše se závodem na mopedech značky Babetta.




*zdroj foto: kudyznudy.cz*

### AUTHOR KRÁL ŠUMAVY MTB

Maraton horských kol Král Šumavy je největší MTB maraton v Česku, který každoročně láká tisíce cyklistů na různé trasy v podhůří Šumavy.

## ČERVEN




*zdroj foto: kasperk.cz*

### DEN DĚTÍ NA HRADĚ KAŠPERK

Kašperk o víkendu 1. - 2. června ožije historickými aktivitami pro děti, včetně rýžování zlata a střelby z kuše




*zdroj foto: ktfv.cz*

### KLATOVSKÝ FESTIVAL VÍNA

Festival pořádaný místním spolkem vinařů, představuje vína z deseti moravských rodinných vinařství. Kromě degustace vín nabízí festival i kulturní program.

## ČERVENEC




*zdroj foto: kudyznudy.cz*

### MEZINÁRODNÍ FOLKLÓRNÍ FESTIVAL KLATOVY

Festival v Klatovech každoročně představuje folklórní soubory z celého světa, které oživují město tradičními tanci a hudbou.




*zdroj foto: klatovsky.denik,cz*

### KLATOVSKÁ POUŤ

Klatovská pouť je každoroční akce, která nabízí tradiční pouťové atrakce. Pouť se koná ve stejnou dobu jako mezinárodní folklórní festival.

# Vybrané sportovní, kulturní a společenské události

## SRPEN




zdroj foto: kdesizacvicit.cz

### 7 POHOŘÍ TRAIL RUN

Série závodů po 7 českých pohořích. Závod na Šumavě nabízí tři trasy o délkách 5, 10 a 20 km, které vedou přes vrcholy Špičák a Pancíř, či podél Černého jezera.




zdroj foto: rockin.cz

### ROCK IN KLATOVY

Rockin.cz přináší do Klatov rockový festival s vystoupeními populárních českých kapel. Festival se koná v campu Lázně.




zdroj foto: klatovsky.denik.cz

### DOBOXNÁ

sportovní událost v Nýrsku, kde se konají zápasy v kickboxu, boxu a thajském boxu. Akce nabízí více než 20 zápasů v různých disciplínách.

## ZÁŘÍ




zdroj foto: kdesizacvicit.cz

### ČESKÝ POHÁR VODÁKŮ NA ÚHLAVĚ

Turistický závod na horním toku řeky Úhlavy každoročně přiláká stovky vodáků.




zdroj foto: trojhradi.cz

### DNY ŠUMAVSKÉHO TROJHRADÍ

Společná akce hradů Rabí, Velhartic a Kašperku. Akce se obvykle koná dvakrát ročně na jaře a na podzim a bývá tematicky zaměřená.




zdroj foto: kudyznudy.cz

### BĚHEJ LESY ŽELEZNÁ RUDA

Běžecký závod, který láká účastníky do hlubokých lesů Šumavy a k ledovcovým jezerům. Závodníci se mohou těšit na trasy o různých délkách.




zdroj foto: klatovsky-denik.cz

### SVATOVÁCLAVSKÉ OSLAVY V KLATOVECH

Součástí oslav je historický průvod v čele se svatým Václavem na koni, středověký jarmark s řemeslnými stánky a kulturní vystoupení

# Vybrané sportovní, kulturní a společenské události

## ŘÍJEN




zdroj foto: exchallenge.cz

### EXTREME CHALLANGE

adrenalinový závod, který kombinuje běh, paragliding, horské kolo a kajak v malebné krajině Šumavy. Účastníci mohou soutěžit v jedné ze tří kategorií.




zdroj foto: authorkralsumavy.cz

### PANCÍŘSKE STRÁNĚ MTB

MTB závod, který každoročně přivádí cyklisty do šumavských hor. Závod se vyznačuje technicky náročnými sjezdy či prudkými stoupáními.




zdroj foto: kudyznudy.cz

### DEN OTEVŘENÝCH ATELIERŮ (SUŠICE, KLATOVY)

Během Dne otevřených ateliérů mají návštěvníci Sušice a Klatov jedinečnou možnost vstoupit do uzavřených prostor, kde se setkají s místními umělci a řemeslníky.

## LISTOPAD

## PROSINEC




zdroj foto: pr.denik.cz

### ADVENTNÍ KLATOVY

Předvánoční Klatovy ožívají pestrým adventním programem, který zahrnuje rozsvícení vánočního stromu, řemeslné trhy a kulturní akce, a to až do 23. prosince.




zdroj foto: authorkralsumavy.cz

### VÁNOČNÍ BĚH POD ČERNOU VĚŽÍ

Tradiční sváteční závod v Klatovech. Jedná se o běh pro všechny věkové kategorie, jehož hlavním cílem je radost z pohybu a sváteční pohoda.

# Analýza sekundární nabídky cestovního ruchu

**Počet ubytovacích zařízení** v Destinaci Šumava žije je na velmi vysoké úrovni. Oblast disponuje vysokým počtem ubytovacích zařízení v mnoha kategoriích – **od hotelů vyšší kategorie po apartmány, kempy a tábořiště**.

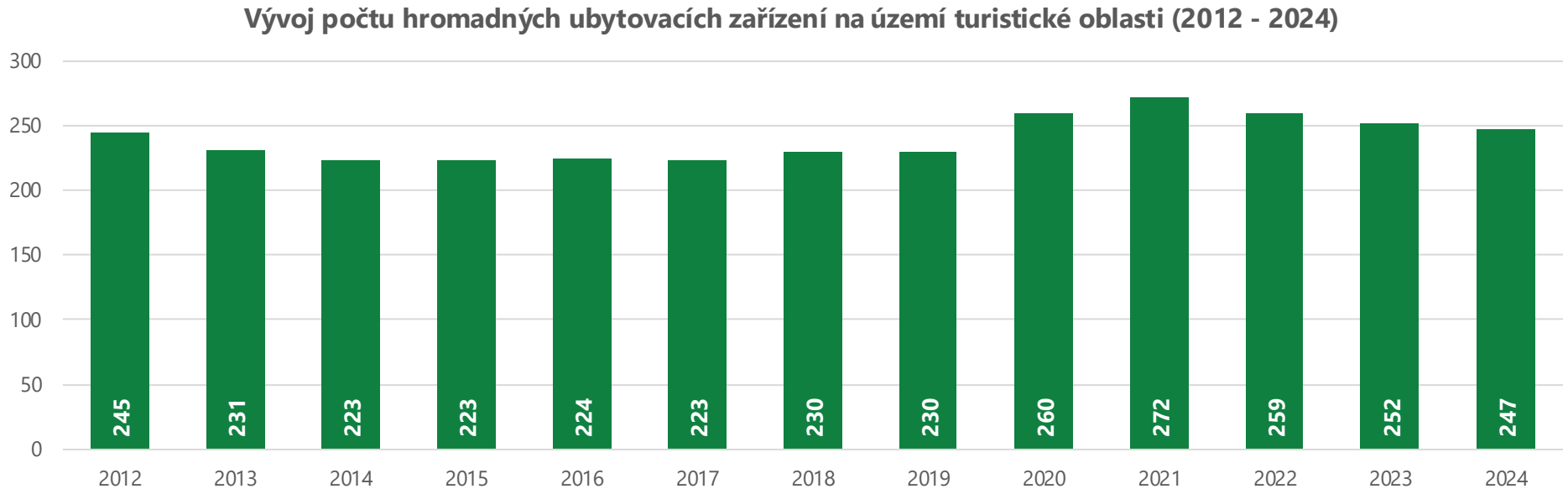
**Konferenční prostory na území Destinace Šumava žije** jsou situovány především do větších měst. Nachází se převážně v hotelích a penzionech. Většina těchto zařízení nabízí mimo samotné konferenční prostory také zázemí pro firemní akce či teambuildingy.

Na území Destinace Šumava žije se nachází celkem **23 informačních center**, 11 z nich je certifikovaných.

V oblasti lze najít i širokou nabídku míst pro **kempování**. Kempy jsou nejrůznější kvality a nabízí různorodou úroveň služeb. Mimo kempy lze využít i **stellplatzy**.

# Počet hromadných ubytovacích zařízení

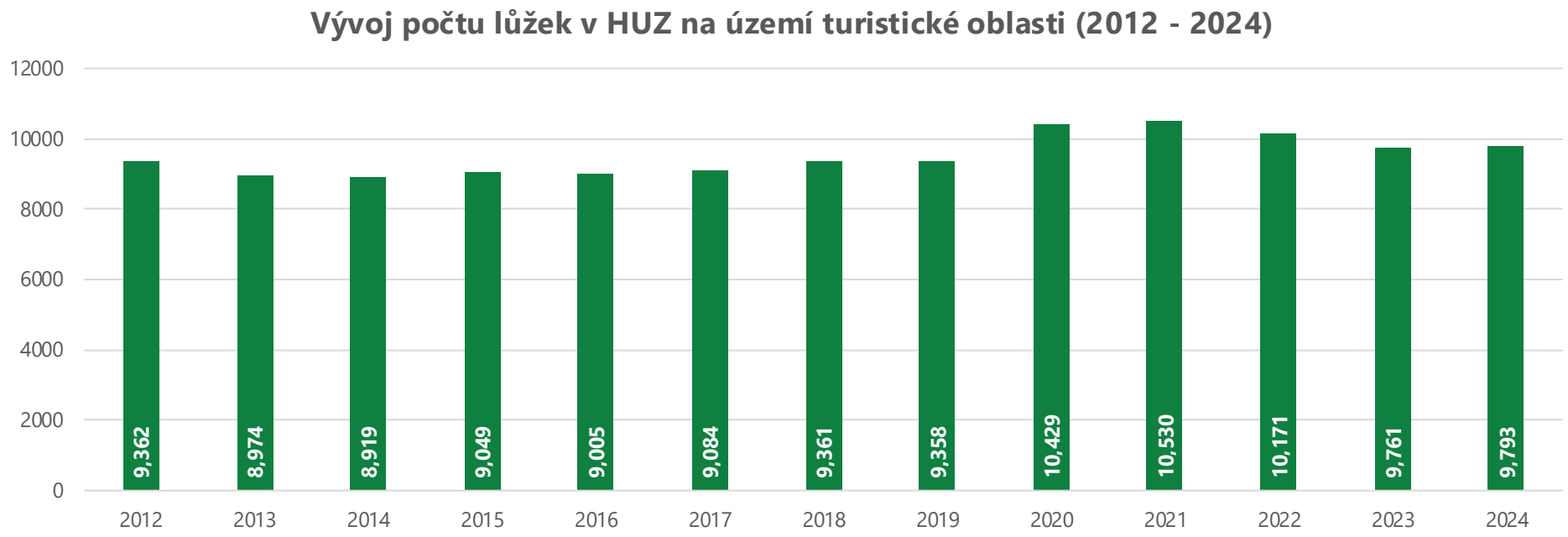
Na grafu je dle údajů Českého statistického úřadu analyzován **vývoj počtu hromadných ubytovacích zařízení**, které se nacházejí na území dle aktuálního vymezení Destinace Šumava žije. Z údajů je možné identifikovat v posledních dvou letech **mírný pokles počtu HUZ** v oblasti, ale hodnota je vyšší než před předcházejícím nárůstem v nestandardních covidových letech . Za rok 2023 **počet hromadných ubytovacích zařízení na 1 km²** území odpovídá přibližně **130 % průměru Česka, počet ubytovacích zařízení na počet obyvatel** oblasti odpovídá poté téměř **čtyřnásobku průměru ostatních oblastí**.




| Rok 2024 | Šumava žije | Průměr za oblasti v ČR | Podíl k průměru | Pořadí mezi tur. oblastmi |
|---|---|---|---|---|
| Počet HUZ na 1 km² | 0,17 | 0,13 | 132 % | 16. |
| Počet HUZ na 1 000 obyvatel | 3,57 | 0,93 | 385 % | 7. |

# Počet lůžek v hromadných ubytovacích zařízení

Na grafu je dle údajů Českého statistického úřadu analyzován **vývoj počtu lůžek v hromadných ubytovacích zařízení**, které se nacházejí na území dle aktuálního vymezení Destinace Šumava žije. I u tohoto ukazatele došlo k nestandardnímu nárůstu v roce 2020. Zároveň ale došlo v dalších letech k poklesu lůžek. I zde však platí, že se stále jedná o hodnotu vyšší než před pandemií Covid-19. **U počtu lůžek v HUZ na 1 km² území odpovídá přibližně průměru hodnoty Česka, počet lůžek na počet obyvatel odpovídá trojnásobku průměru ostatních oblastí.**

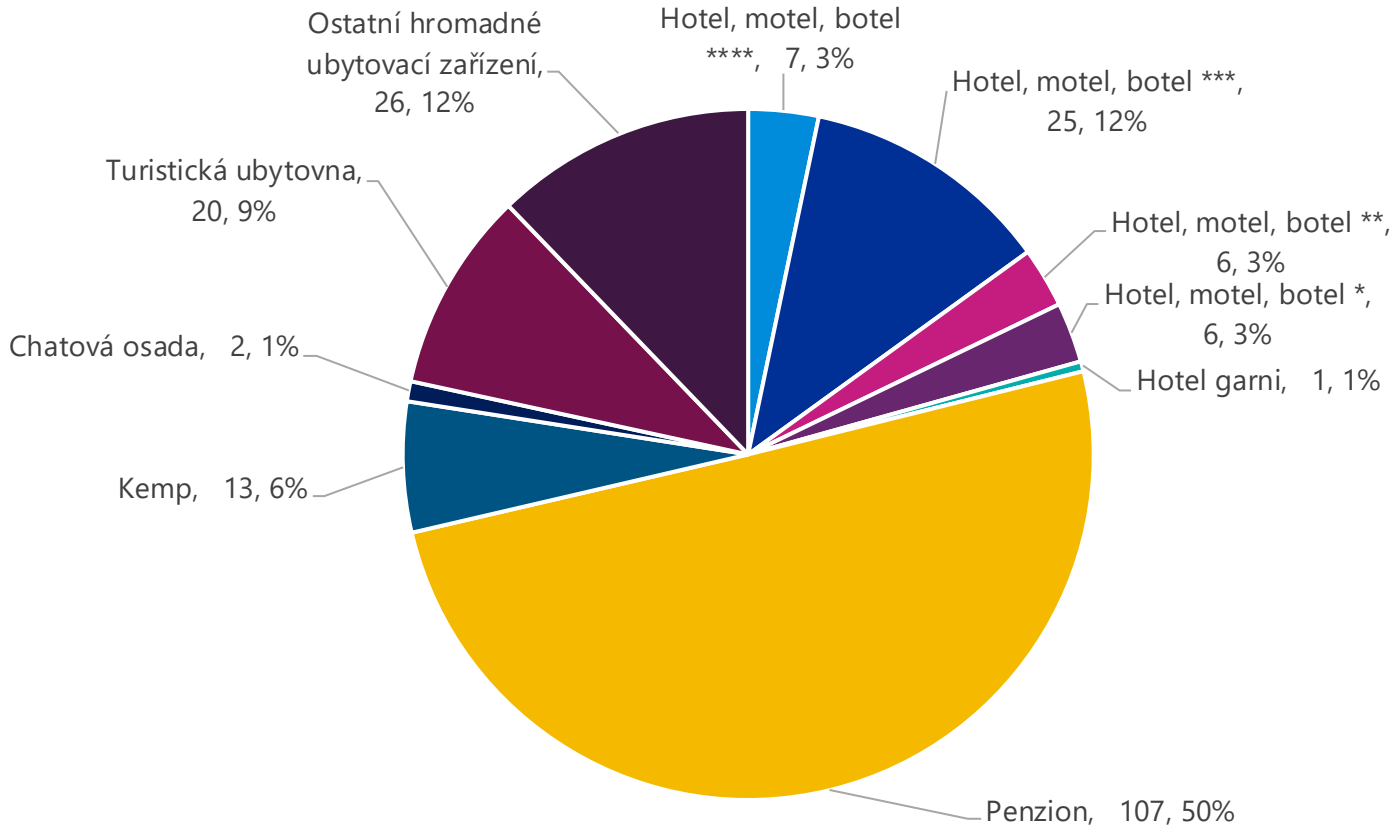



| Rok 2024 | Šumava žije | Průměr za oblasti v ČR | Podíl k průměru | Pořadí mezi tur. oblastmi |
|---|---|---|---|---|
| Počet lůžek v HUZ na 1 km² | 6,69 | 7,10 | 94 % | 24. |
| Počet lůžek v HUZ na 1 000 obyvatel | 141,45 | 51,36 | 275 % | 8. |

# Hromadné ubytovací zařízení – typologie

Dle dat ČSÚ pro Destinaci Šumava žije za rok 2023 je mezi hromadnými ubytovacími zařízení (HUZ) nejvíce zastoupena kategorie penzion (50 %). Hotely všech kategorií mají podíl 22% (nejčetnější kategorií jsou hotely ***). Dále doplňují ubytovací infrastrukturu oblasti kempy, turistické ubytovny a další typy HUZ.

**Hromadná ubytovací zařízení v Destinaci Šumava žije dle kategorií**



# Vybrané kongresové a konferenční kapacity

V Destinaci Šumava žije jsou kongresové a konferenční kapacity situovány především ve větších městech a v turisticky oblíbených lokalitách. Nachází se převážně v hotelích a v penzionech.

Většina těchto zařízení nabízí mimo samotné konferenční prostory také zázemí pro firemní akce či teambuildingy. Samozřejmostí je nabídka ubytování, stravování a v některých případech i wellnessu.

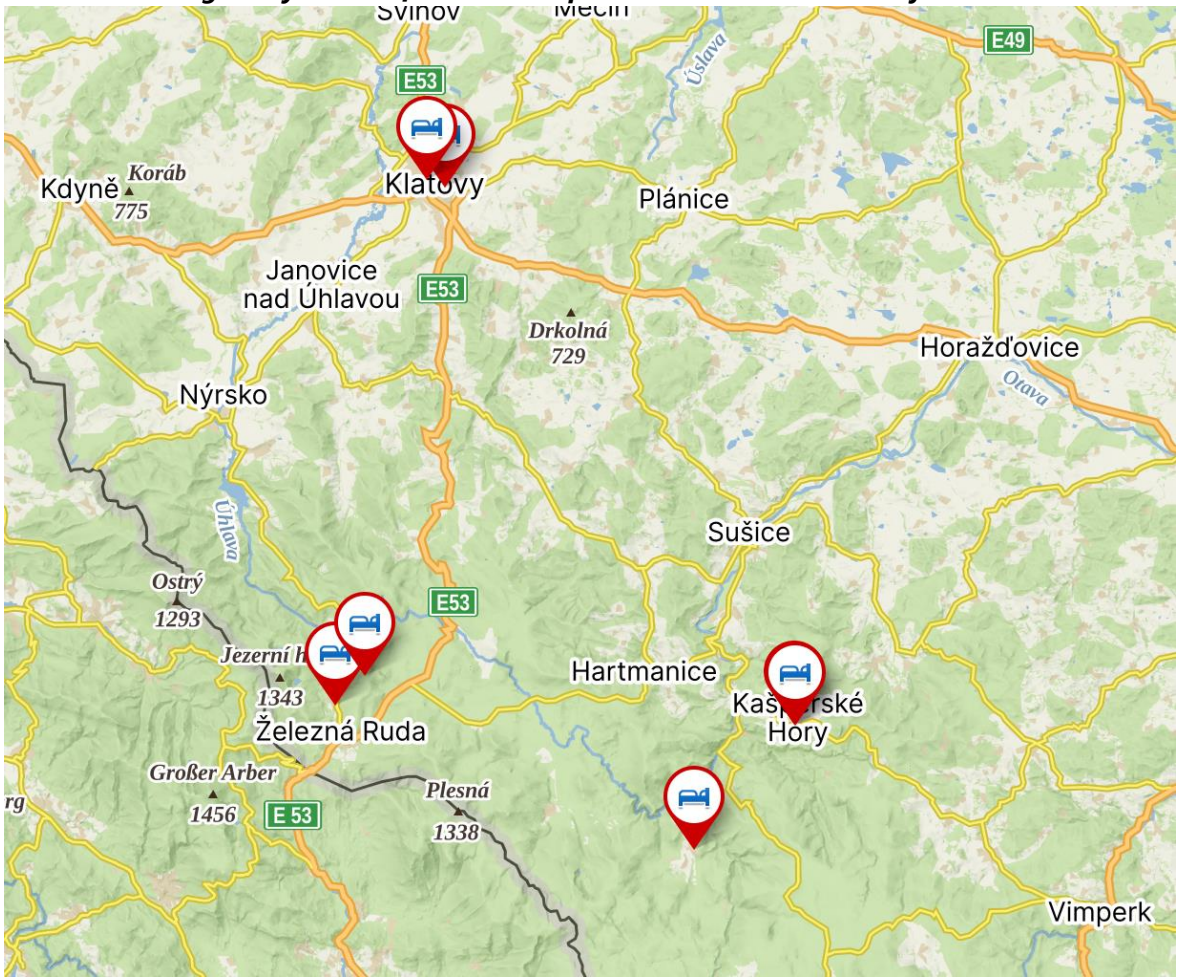


*zdroj foto: hotely-srni.cz*

**HOTELY SRNÍ, SRNÍ**

Hotel nabízí kongresový sál pro 300 osob, další sál pro 90 osob a 9 salónků s celkovou kapacitou 300 osob. Dále nabízí široké možnosti relaxačních a sportovních aktivit.

***Rozmístění kongresových a konferenčních kapacit v Destinaci Šumava žije***




*zdroj: mapy.cz*

# Vybrané kongresové a konferenční kapacity



*zdroj foto: orea.cz*

**OREA RESORT HORIZONT, ŽELEZNÁ RUDA**

Resort nabízí kongresový sál pro 200 osob a menší salónky pro školení a semináře. K dispozici je moderní technika a wellness centrum pro relaxaci.



*zdroj foto: krasnecesko.cz*

**HOTEL KAŠPERK, KAŠPERSKÉ HORY**

Hotel nabízí moderně vybavený konferenční sál pro 55 osob a další salonky pro menší skupiny, stylové prostředí s historickým nádechem a prostory pro relaxaci.



*zdroj foto: mapy.cz*

**WELLNESS HOTEL CENTRÁL, KLATOVY**

Hotel disponuje konferenčním sálem s kapacitou až 140 osob při divadelním uspořádání a salonkem pro 60 osob. K dispozici je moderní technické vybavení a možnost variabilního uspořádání prostor.



*zdroj foto: hotel-rozvoj.com*

**HOTEL ROZVOJ, KLATOVY**

Hotel Rozvoj nabízí moderně vybavený konferenční sál s kapacitou 120 osob, cateringové služby a volnočasové aktivity.



*zdroj foto: hotel.cz*

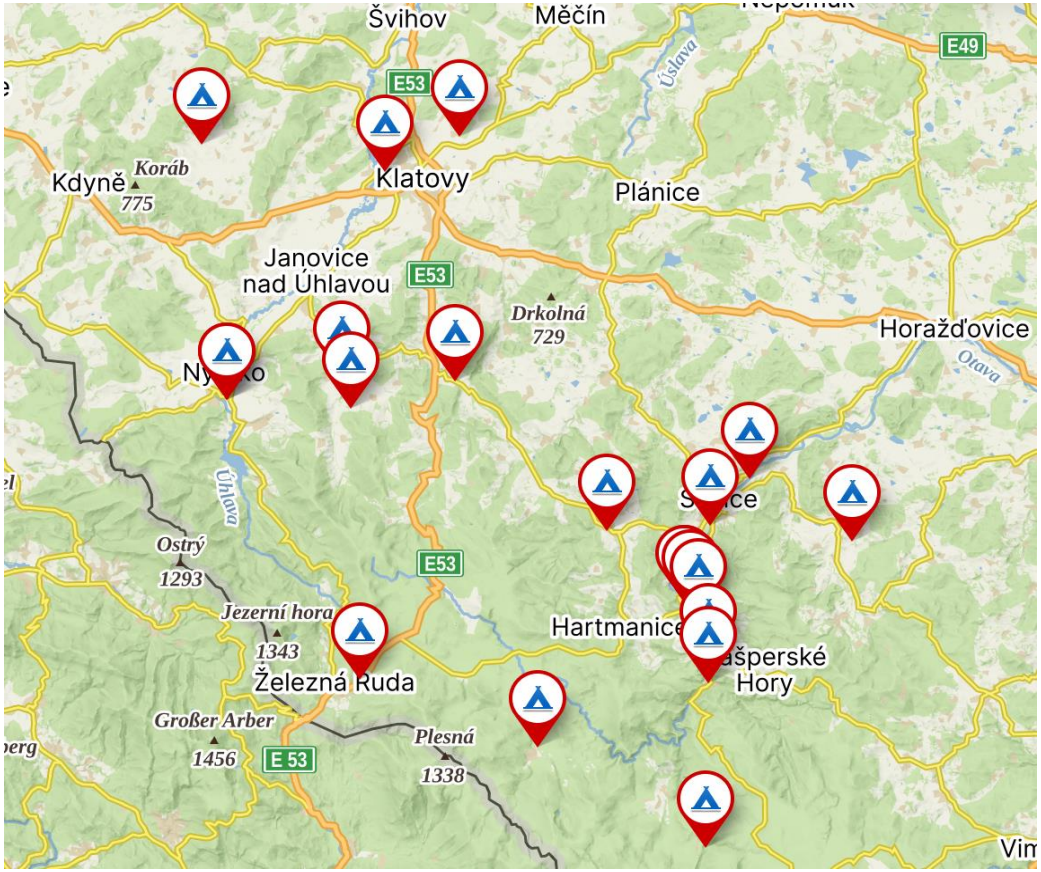
**HOTEL ČERTŮV MLÝN, ŽELEZNÁ RUDA**

Hotel nabízí konferenční místnost s kapacitou až 60 osob. Nachází se v klidném rekreačním středisku Železná Ruda - Špičák, v blízkosti lyžařských areálů a turistických tras.

# Nabídka vybraných kempů a karavanových stání

V Destinaci Šumava žije lze najít širokou nabídku míst pro kempování. Kempy jsou nejrůznější kvality a nabízí různorodou úroveň služeb. Mezi **nejlépe vybavené** patří **Camping Železná Ruda**, který kromě míst pro stany a karavany nabízí moderní, stylové chatky. Většina kempů nabízí občerstvení, jinde lze využít kuchyňku či blízký obchod nebo restauraci. Na Šumavě se také nachází několik nouzových tábořišť.

***Rozmístění autokempů na západní Šumavě a jejím podhůří***




*zdroj: mapy.cz*

**Camping Železná Ruda**



*zdroj foto: campingzeleznaruda.cz*

**Autocamp Klášterský Mlýn**



*zdroj foto: dokempu.cz*

# Nabídka vybraných kempů a karavanových stání

***Seznam kempů v Destinaci Šumava žije***

| Kemp | Adresa | Chatky | Stany | Karavany, obytná auta | Občerstvení |
|---|---|---|---|---|---|
| Autocamping Antýgl | Vchynice-Tetov I 98, 34192 Srní | ne | ano | ano | ano |
| Autokemp Annín | Annín, 34201 Dlouhá Ves - Annín | ne | ano | ano | ano |
| Tábořiště Annín II "U mě dobrý" | Bohdašice, 34201 Dlouhá Ves - Bohdašice | ano | ano | ano | ano |
| Annín Tree Park Camp | Bohdašice, 34201 Dlouhá Ves - Bohdašice | ano | ano | ano | ne |
| Autokempink Nové Městečko | Nové Městečko 38, 34201 Dlouhá Ves - Nové Městečko | ano | ano | ano | ano |
| AutoKemp Radešov | Rejštejn, 34192 Rejštejn | ano | ano | ano | ano |
| Autocamp Klášterský mlýn | Klášterský Mlýn, 34192 Rejštejn - Klášterský Mlýn | ano | ano | ano | ano |
| Veřejné tábořiště Prášily | Prášily, 34201 Prášily | ne | ano | ano | ne |
| Camping Železná Ruda | Železná Ruda 574, 34004 Železná Ruda | ano | ano | ano | ano |
| Autokemp Nýrsko | U Koupaliště 778, 34022 Nýrsko | ano | ano | ano | ano |
| Kemp Vojetice | Vojetice 9, 34201 Petrovice u Sušice - Vojetice | ne | ano | ano | ano |
| Camping U dvou ořechů | Splž 13, 34021 Strážov - Splž | ne | ano | ano | ne |
| Bistro a kemp UHUGAGA | Strážov, 34021 Strážov | ano | ano | ano | ano |

# Nabídka vybraných kempů a karavanových stání

***Další možnosti kempů***

| Kemp | Adresa | Chatky | Stany | Karavany, obytná auta | Občerstvení |
|---|---|---|---|---|---|
| EuroCamp Běšiny | Běšiny 220, 33901 Běšiny | ano | ano | ano | ano |
| Autocamping Klatovy | Dr. Sedláka 829, 33901 Klatovy III | ne | ano | ano | ne |
| Kemp Pošumavský aeroklub Klatovy z.s. | Klatovy, Chaloupky 573 | ano | ano | ano | ano |
| Kemp Sušice | Nádražní 1318, 34201 Sušice II | ano | ano | ne | ano |
| Chatová osada Luh | Sušice II, 34201 Sušice II | ano | ano | ano | ano |
| Kemp TJ Žihobce | Žihobce 20, 34201 Žihobce | ano | ano | ano | ano |
| Kemp Úžlebec | Černíkov, 34506 Černíkov | ne | ano | ano | ano |

# Analýza infrastruktury podporující cestovní ruch

Destinace Šumava žije má **vynikající podmínky pro pěší turistiku**, **cykloturistiku** a **běžecké lyžování**. Územím prochází řada turistických a cyklistických tras nadregionálního významu, které doplňuje hustá síť stovek kilometrů značených turistických tras a cyklotras. Je zde také **velké množství naučných stezek** pokrývajících **přírodní** a **kulturně-historická témata**. Kombinace přírodních krás s bohatým a mnohovrstevnatým kulturním dědictvím je jedním z **jedinečných rysů** této oblasti.

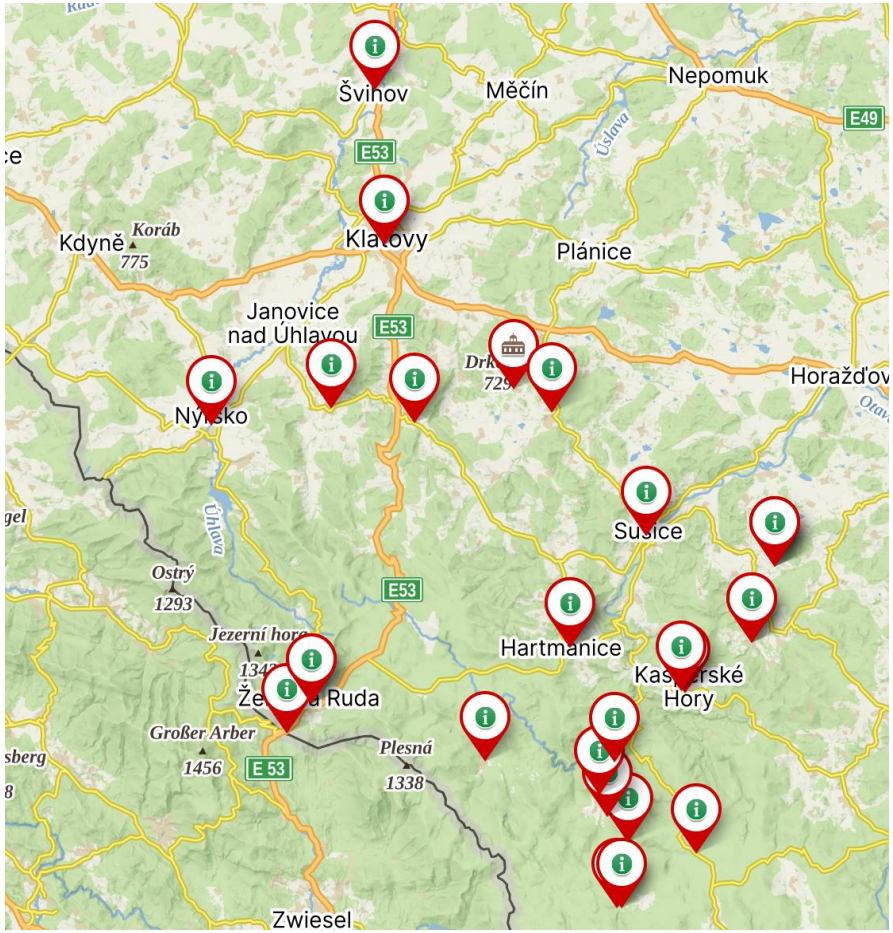
V oblasti je také několik zajímavých řek pro vodáky, ale většinu úseků lze sjíždět jen v omezené době během roku, ať už kvůli nedostatku vody, nebo regulaci ze strany Národního parku Šumava.

Z **dopravního hlediska** je oblast poměrně **dobře dostupná** jak autem, tak veřejnou dopravou, přičemž nejlepší přístup do oblasti je ze směru **od Plzně**.

# Turistická informační centra

Na území Destinace Šumava žije se nachází celkem **23 informačních center**, z toho 11 certifikovaných v rámci „Jednotné klasifikace turistických informačních center ČR". 17 infocenter je dostupných celoročně. Turistická informační centra poskytují standardní rozsah služeb, které odpovídají jejich velikosti.

***Rozmístění informačních center v turistické oblasti Šumava žije***




zdroj: mapy.cz

**Informační turistické centrum Železná Ruda**




zdroj foto: aticcr.cz

**Informační centrum Modrava**




zdroj foto: kudyznudy.cz

# Turistická informační centra

***Seznam informačních center v Destinaci Šumava žije***

| # | Infocentrum | Adresa | Certifikace A.T.I.C. | Otevírací doba |
|---|---|---|---|---|
| 1 | Informační turistické centrum Železná Ruda | Klatovská 287, 340 04 Železná Ruda | (A) | celoročně |
| 2 | Městské kulturní a informační středisko Kašperské Hory | Náměstí 1, 341 92 Kašperské Hory | (B) | celoročně |
| 3 | Informační centrum Klatovy | Náměstí Míru 63, 339 01 Klatovy | (B) | celoročně |
| 4 | Informační centrum Modrava | Modrava 63, 341 92 Modrava | (B) | celoročně |
| 5 | Kulturní a informační centrum města Nýrsko | Náměstí 122, 340 22 Nýrsko | (C) | celoročně |
| 6 | Informační středisko obce Prášily | Prášily 110, 342 01 Sušice | (C) | celoročně |
| 7 | Informační centrum Sušice | Náměstí Svobody 138, 342 01 Sušice | (C) | celoročně |
| 8 | Městské informační středisko a knihovna Hartmanice | Hartmanice 40, 342 01 Hartmanice | (C) | celoročně |
| 9 | Infocentrum Žihobce | Žihobce 9, 342 01 Sušice | (C) | celoročně |
| 10 | Informační centrum Švihov | nám. Dr. E. Beneše 38, 340 12 Švihov | (C) | červenec - srpen |
| 11 | Zámek Mlázovy | Mlázovy 1, 341 42 Kolinec | (C) | březen – listopad |

# Turistická informační centra

***Seznam informačních center v Destinaci Šumava žije***

| Infocentrum | Adresa | Certifikace A.T.I.C. | Otevírací doba |
|---|---|---|---|
| Informační středisko Strážov | Strážov 71, 34021 Strážov | ✗ | celoročně |
| Informační centrum Eurocamp Běšiny | Běšiny 220, 33901 Běšiny | ✗ | červen - září |
| Informační centrum Kolinec | Kolinec 112, 34142 Kolinec | ✗ | celoročně |
| Informační středisko Alžbětín | Alžbětín, 34004 Železná Ruda - Alžbětín | ✗ | leden - říjen |
| Informační centra malých vodních elektráren Vydra a Čeňkova pila | Srní 35, 34192 Srní | ✗ | červen - září |
| Informační centrum Srní | Srní 106, 34192 Srní | ✗ | celoročně |
| Návštěvnické centrum Srní | Srní, 34192 Srní | ✗ | celoročně |
| Informační středisko Rokyta | Vchynice-Tetov I 83, 34192 Srní - Vchynice-Tetov I | ✗ | celoročně |
| Informační středisko Kašperské Hory | Sušická 399, 34192 Kašperské Hory | ✗ | celoročně |
| Informační centrum Nezdice na Šumavě | Nezdice na Šumavě 1, 34201 Nezdice na Šumavě | ✗ | červenec - srpen |
| Návštěvnické centrum Dřevák | Modrava 12, 34192 Modrava | ✗ | celoročně |
| Informační středisko Horská Kvilda | Horská Kvilda 40, 38501 Horská Kvilda | ✗ | celoročně |

# Dopravní dostupnost Destinace Šumava žije

Destinace Šumava žije je z hlediska dopravní infrastruktury dobře integrována do Plzeňského kraje, což zajišťuje dobrou dopravní dostupnost do Plzně a následně i do Prahy. Hraniční přechod v Železné Rudě zajišťuje spojení oblasti se zahraničím. O něco horší je napojení území na dopravní infrastrukturu Jihočeského kraje, a to jak z hlediska automobilové, tak veřejné dopravy.

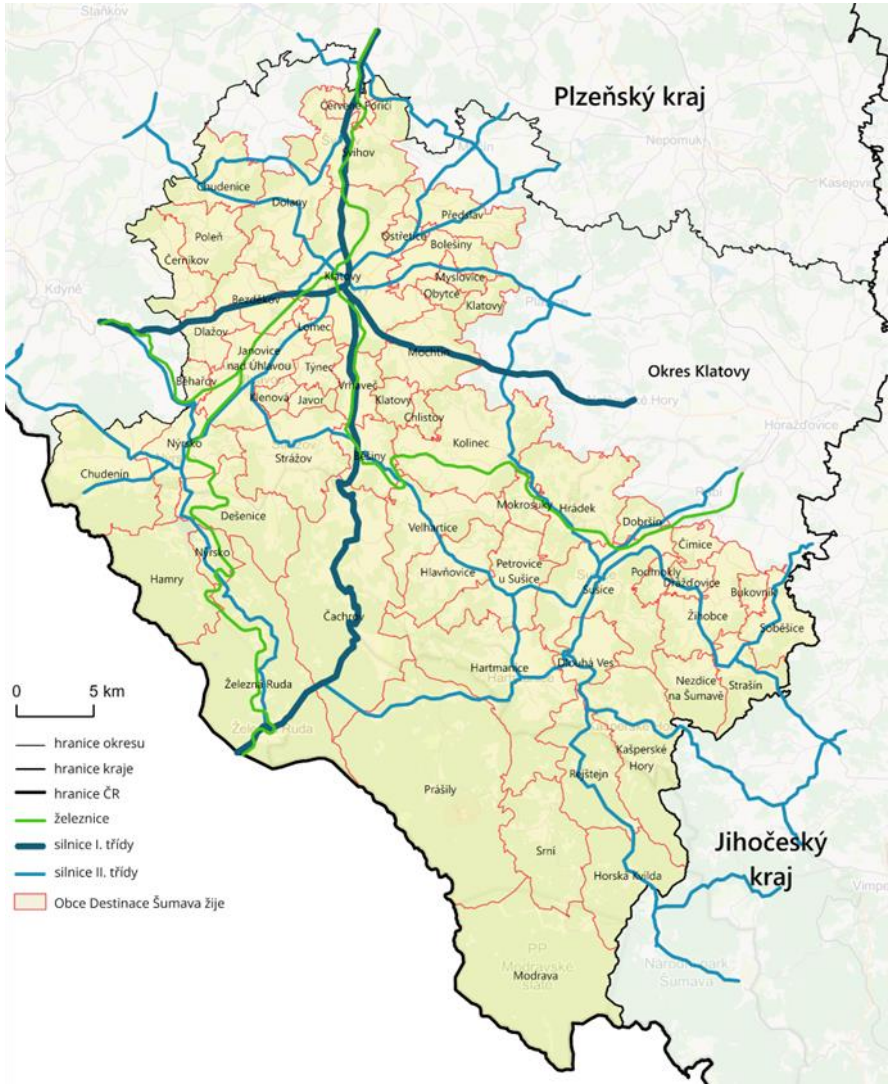
## SILNIČNÍ DOPRAVA

Celé území Destinace Šumava žije je dobře dostupné autem. O něco lepší je dostupnost západní části, která je dobře napojena na Plzeň silnicí I. třídy č. 27. Tato silnice prochází západní částí území od severu k jihu, prochází Klatovy a v Železné Rudě tvoří hraniční přechod do Německa. Z pochopitelných důvodů je dostupnost horských oblastí na jihovýchodě území horší.

***Dopravní dostupnost autem do vybraných větších měst***

| Trasa | Vzdálenost | Dojezdový čas |
|---|---|---|
| Klatovy – Praha | 134 km | 1 h 35 min |
| Klatovy – Plzeň | 43,4 km | 42 min |
| Klatovy – České Budějovice | 108,9 km | 1 h 38 min |
| Sušice – Plzeň | 73,3 km | 1 h 7 min |
| Sušice – České Budějovice | 93,8 km | 1 h 24 min |
| Železná Ruda – Plzeň | 81,9 km | 1 h 14 min |
| Železná Ruda – Passau | 85,2 km | 1 h 8 min |
| Železná Ruda – Regensburg | 127,9 km | 1 h 33 min |
| Modrava – Plzeň | 102,7 km | 1 h 39 min |
| Modrava – České Budějovice | 87,4 km | 1 h 22 min |

***Mapa dopravní infrastruktury v Destinaci Šumava žije***



# Dopravní dostupnost Destinace Šumava žije

## ŽELEZNIČNÍ DOPRAVA

Vlakové spojení mezi oblastí a okolím zajišťuje především rychlík R 16 Berounka. Spojuje Prahu s Klatovy a dvakrát denně dokonce Prahu a Železnou Rudu, kde je hraniční železniční přechod do Německa. Kromě toho je Železná Ruda spojena s Klatovy osobním vlakem a během letní sezóny jezdí denně také spěšný vlak Plzeň – Železná Ruda-Alžbětin. Mimo linku Klatovy - Železná Ruda vede územím také linka Klatovy - Horažďovice, která zastavuje v Sušici. Cesty na této lince jsou podmíněny přestupem v Klatovech.

## AUTOBUSOVÁ DOPRAVA

Destinace Šumava žije je dobře propojena autobusovou dopravou. Směrem ven je oblast spojena s Plzní linkami, které vedou buď přes Klatovy nebo Sušici. Sušice má také přímé autobusové spojení s Prahou.

## CYKLOBUSY

Během letní sezóny jezdí na území Destinace Šumava žije několik cyklobusů. Tyto cyklobusy jezdí od poloviny května do polovina září o víkendech. Přes prázdniny už jezdí každý den. Tyto linky jsou zaměřeny na rozvoj ekologické mobility v Národním parku Šumava, přičemž linky 423, 462 a 981 zajišťují spojení do národního parku z Plzně a Domažlic a další linky zajišťují spojení v rámci národního parku. Projekt je známý jako „Zelené linky Šumavy" a funguje jak v části Šumavy spadající do Plzeňského a Jihočeského kraje, tak i na německé straně.

## SKIBUSY

Město Železná Ruda provozuje každoročně skibus, který v zimní sezóně zajišťuje bezplatnou dopravu mezi všemi skiareály v Železné Rudě.

***Rychlík Berounka***



*zdroj: wikimedia.org*

***„Zelené linky Šumavy"***



*zdroj: denik.cz*

***„Zelené linky Šumavy" v Destinaci Šumava žije***




*zdroj: npsumava.cz*

***Dopravní dostupnost vlakem a autobusem do vybraných větších měst***

| Trasa | Minimální počet přestupů | Dojezdový čas |
|---|---|---|
| Vlak | | |
| Klatovy – Plzeň | 0 | 47 min |
| Klatovy – České Budějovice | 1 | 2 h 17 min |
| Sušice – Plzeň | 1 | 1 h 24 min |
| Sušice – České Budějovice | 1 | 1 h 29 min |
| Bus | | |
| Klatovy – Plzeň | 0 | 1 h 2 min |
| Klatovy – České Budějovice | 2 | 3 h 40 min |
| Sušice – Plzeň | 0 | 1 h 50 min |
| Sušice – České Budějovice | 1 | 2 h 25 min |

# Vybrané turistické trasy a naučné stezky

Destinace Šumava žije má vynikající podmínky pro pěší turistiku různých obtížností. Jsou zde stovky kilometrů značených turistických tras a nespočet naučných stezek jak přírodního, tak kulturně-historického charakteru, které odkazují na bohatou a často pohnutou historii regionu.

## Stezka Českem



Územím Destinace Šumava žije procházejí také části 2 etap dálkové turistické trasy Stezka Českem. Jedná se o etapu Západní Šumava, která je celkově dlouhá 116 km a vede mezi Železnou Rudou a Rozvadovem, a etapu Šumava, která je celkově dlouhá 105 km a vede mezi Železnou Rudou a Plechým.

*zdroj: kudyznudy.cz*

## Hadí stezka



Hadí stezka, dlouhá 4,6 km, se zaměřuje na představení Šumavské fauny a flóry. Stezka, i když její název může naznačovat, že se zaměřuje na hady, se věnuje širšímu přírodnímu kontextu této oblasti, kde můžete potkat zmiji obecnou, která je zde vzácným obyvatelem.

*zdroj: kudyznudy.cz*

## Naučná stezka Utajená obrana železné opony




Naučná stezka má dvě trasy: Belveder vhodnou pro pěší, ta seznamuje s poválečnými bunkry, a Debrník vhodnou i pro cyklisty. Na stezce jsou umístěny naučné tabule a zpřístupněné pevnostní objekty. Vstup do objektů je na vlastní nebezpečí.

*zdroj: kudyznudy.cz*

## Po stopách Popelky



Nenáročná procházka nebo vyjížďka po stopách filmových míst známé pohádky Tři oříšky pro Popelku. Stezka začíná před hradem Švihov a vede přibližně 3 km do Mezihoří.

*zdroj: hrad-svihov.cz*

## Dřevařská stezka



38 km dlouhá stezka vás provede místy, která byla v minulosti spjata s těžbou dřeva v oblasti Šumavy. Na trase se nachází řada historických objektů, které dokumentují tuto historii, včetně vodních nádrží, Vchynicko-Tetovského plavebního kanálu, vodních elektráren a vazišť vorů.

*zdroj: sumava-bavorskyles.cz*

## Klatovský vycházkový okruh



Okruh vede historicky i přírodně zajímavými místy Klatov a jejich okolí, přičemž na vybraných stanovištích jsou umístěny informační tabule s historickými údaji a panoramatickými fotografiemi. Trasa měří 12 km a je značena žlutou místní značkou.

# Vybrané turistické trasy a naučné stezky

## Šumavská sklářská stezka



36 km dlouhá trasa, která vede po pozůstatcích sklářství v oblasti Šumavy. Stezka je rozdělena do čtyř úseků a celkem obsahuje 16 zastavení, přičemž trasa je vyznačena symbolem skláře ve žlutém čtverci. Každý úsek nabízí jedinečný pohled na historii místního sklářství.

*zdroj: sumava-bavorskyles.cz*

## Naučná stezka Cestou zlatokopů



Naučná stezka do Amálina údolí vede do historického zlatonosného revíru u Kašperských Hor. Je zde možné vidět pozůstatky po dolování od 14. do 20. století. Trasa vede kolem šachet, štol a zbytků středověké úpravny zlaté rudy, přičemž informační tabule přibližují historii těžby.

*zdroj: kudyznudy.cz*

## Naučná stezka Karla Klostermanna



Naučná stezka dlouhá 4 km začíná u infocentra na Rokytě a vede přes šest zastavení o Karlu Klostermannovi a jeho díle. Trasa míjí místa spojená se spisovatelem, jako je Březník nebo Klostermannův most u Turnerovy chaty.

*zdroj: kudyznudy.cz*

## Naučná stezka strážců hranice



Naučná stezka sleduje historický vývoj ochrany hranic v západních a jihozápadních Čechách. Okružní trasa o délce 19,5 km vede z Kašperských Hor přes Řetenice, Ždánov a hrad Kašperk zpět do výchozího bodu. Informační tabule poskytují vhled do života pohraničníků i pašeráků, včetně odkazu legendárního Krále Šumavy.

*zdroj: kasperske-hory.info*

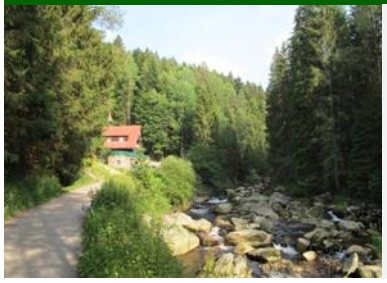
## Datlíkova stezka



4 km dlouhá naučná trasa vedoucí ze Špičáku k Černému jezeru. Stezka je doplněna kvízy pro děti, které provází postava datlíka tříprstého, na trase najdete QR kódy s podrobnějšími informacemi. Trasa je otevřena od 15. června do 15. září a je vhodná i pro rodiny s dětmi od 4 let, cyklisté se na ni nemohou vydat.

*zdroj: kudyznudy.cz*

## Naučná stezka Povydří



7,5 km dlouhá naučná stezka Povydří mezi Antýglem a Čeňkovou Pilou patří k nejkrásnějším trasám Šumavy. Cesta nabízí výhledy na peřeje, viklany, obří hrnce i kamenná moře, přičemž v polovině trasy se nachází Turnerova chata s expozicí vydry říční.

*zdroj: kudyznudy.cz*

# Vybrané turistické trasy a naučné stezky

## Zlatá stezka

Územím Destinace Šumava žije prochází také nejrozsáhlejší síť turistických tras na české i německé straně Šumavy. Název Zlatá stezka je odvozen od názvu síti historických obchodních cest, které procházely Šumavou a spojovaly Čechy s Podunajím. Na české straně je vyznačeno celkem 631 km stezek, které jsou s německou stezkou propojeny 13 přeshraničními trasami.

Územím Šumavy prochází 5 etap: Kdyně → Nýrsko, Nýrsko → Javorná, Javorná → Hartmanice, Hartmanice → Kašperské Hory a Kašperské Hory → Stachy. Kromě toho se v oblasti nacházejí další 4 etapy, které slouží k napojení na německou část stezky.





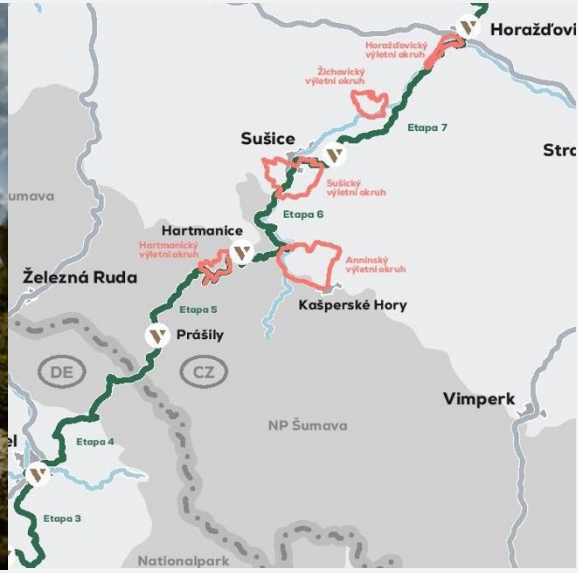

*zdroj: zlatoustezkou.cz, mapy.cz*

## Vintířova stezka

Územím Destinace Šumava žije prochází i část česko-bavorské Vintířovy stezky. Vintířova stezka je pěší dálková poutní stezka, která propojuje významná místa spjatá se středověkým poustevníkem a prvním obyvatelem Šumavy svatým Vintířem.

Stezka je rozdělena do 9 jednodenních etap v celkové délce 162 km. Územím Destinace Šumava žije prochází čtyři z těchto etap: Zweisel → Prášily, Prášily → Hartmanice, Hartmanice → Sušice a Sušice → Horažďovice. Na území oblasti jsou také tři navázané výletní okruhy: Hartmanický, Anninský a Sušický.






*zdroj: turisturaj.cz*

# Infrastruktura pro běžecké lyžování

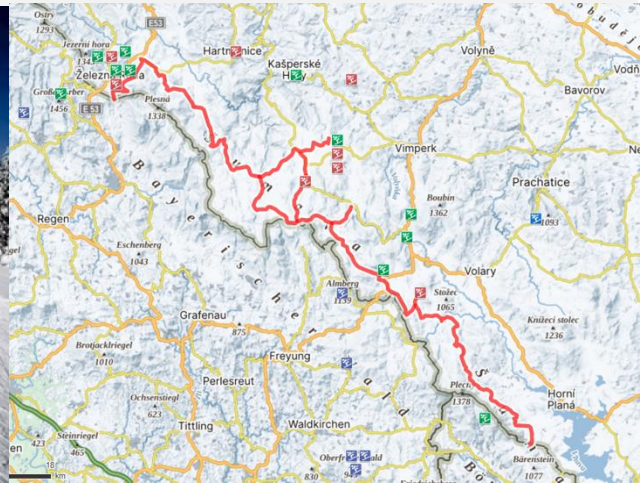
Destinace Šumava žije má ideální podmínky pro běžecké lyžování. Zimní krajina Šumavy je nejen krásná, ale svým reliéfem i velmi vhodná pro běžecké lyžování. Pozvolná stoupání a mírné sjezdy jsou charakteristické pro většinu Šumavy. Vhodnost terénu je navíc umocněna projektem Bílá stopa, který vytváří hustou síť udržovaných běžeckých tratí spojujících celou Šumavu - nikde jinde v Česku nepokrývá síť běžeckých stop tak velké území jako právě na Šumavě.

## Šumavská magistrála

Šumavská magistrála začíná v Železné Rudě a vede přes Prášily, Modravu, Bučinu a Strážný až k Zadní Zvonkové, přičemž měří 163,5 km. Trasa prochází malebnou krajinou Šumavy s nádhernými výhledy, lesními cestami a historickými osadami. Trasa není totožná se Šumavskou cyklomagistrálou.

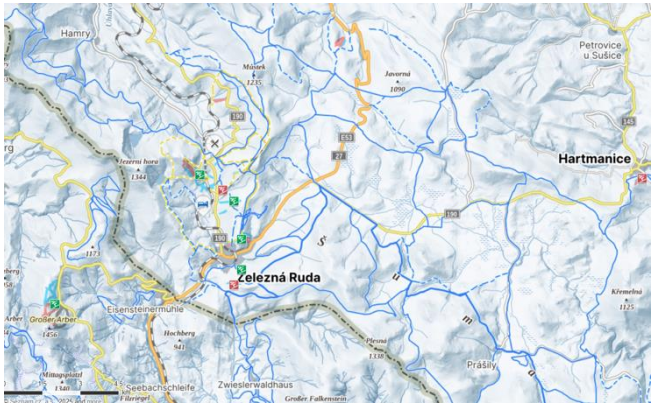
Běžkaři zde mohou zažít náročné stoupání na Černou horu (1272 m n. m.) i pohodové úseky podél plavebního kanálu. Podél trasy jsou možnosti občerstvení, ubytování i nouzové nástupní body. Doporučuje se rozdělit přejezd na několik dní a ubytování rezervovat předem. Magistrála končí u hraničního přechodu Pestřice/Sonnenwald s možností pokračovat v Rakousku.

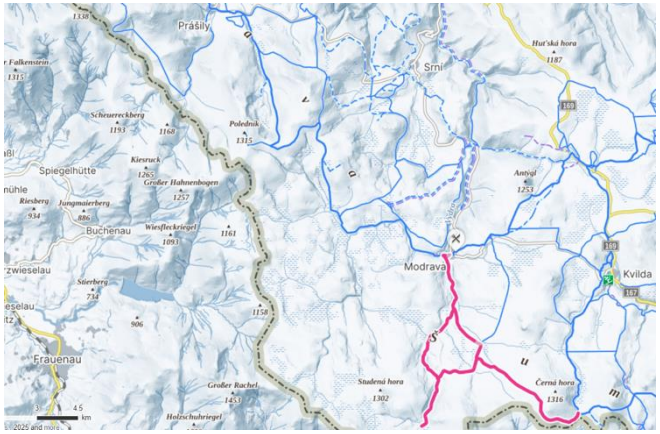





zdroj: bilastopa.cz, mapy.cz

***Lyžařské trasy na území Destinace Šumava žije***




zdroj: mapy.cz

# Vybrané trasy pro běžecké lyžování

## Z Modravy na Březník



Nenáročná 17km trasa vede strojově upravenými cestami centrální Šumavy a nabízí výhledy na Modravské slatě, Luzenské údolí i vrchol Luzného. Cestou navštívíte samotu Březník a bývalou sklářskou osadu Filipovu Huť, odkud následuje pohodové klesání zpět do Modravy.

*zdroj: kudyznudy.cz*

## Po hřebenech Pancíř – Můstek - Prenet



Trasa ze Špičáckého sedla na hřebenovku Pancíř – Můstek – Prenet je profilově náročná, ale odmění vás nádhernými výhledy. Pro ty, kteří se neradi vracejí stejnou cestou, je tu možnost o něco delšího okruhu kolem kaple na Suchých Studánkách.

*zdroj: bilastopa.cz*

## Z Prášil na Hůrku a Šerlův dvůr



Běžkařská trasa nabízí nenáročný okruh nádhernou šumavskou přírodou. Cesta vede přes bývalou sklářskou osadu Hůrka, kde dodnes stojí hřbitovní kaple sv. Kříže a majestátní alej stoletých stromů, až k místům spjatým s legendárním filmem Král Šumavy.

*zdroj: kudyznudy.cz*

## Ze Srní k Tříjezerní slati



18,5 km dlouhý běžkařský okruh u Srní vás zavede kolem plavebního kanálu, přes Hauswaldskou kapli, Tříjezerní slať a geologickou expozici Rokyta. Trasa nabízí krásné výhledy, historické zajímavosti a možnost navštívit vlčí výběh v Návštěvnickém centru Srní.

*zdroj: kudyznudy.cz*

## Z Hojsovy Stráže na Můstek



Běžkařská trasa z Hojsovy Stráže přes hřeben Můstku (1 234 m n. m.) nabízí nádherné výhledy na Šumavu i zastávky na historicky významných místech. Cesta vede kolem kříže Karla Teischla, účastníka operace Valkýra, a zpět do Hojsovy Stráže se vrací malebnou lesní stezkou.

*zdroj: kudyznudy.cz*

## Zaniklými obcemi Prášilska



Středně náročná běžkařská trasa z Prášil vás provede krajinou zaniklých obcí Prášilska, kolem Prášilského potoka, Gsengetu a Zlatého stolečku. Nabízí historické památky, krásné výhledy a možnost odbočky k jezeru Laka či do bývalé sklářské vsi Hůrka.

*zdroj: kudyznudy.cz*

# Cyklistika – vybrané cyklotrasy a cyklostezky

Území Destinace Šumava žije má ideální podmínky pro cykloturistiku téměř všech obtížností. Oblastí prochází několik cyklotras nadregionálního významu, které doplňují stovky kilometrů značených místních tras a okruhů. Postupně přibývají také vyhrazené cyklostezky.

## EuroVelo 13 – Stezka železné opony



Se svou délkou 10 400 km je nejdelší evropskou cyklotrasou. V Česku vede podél česko-německé a později česko-rakouské hranice. Na území Destinace Šumava žije prochází Železnou Rudou, kde přechází do Německa, v Prášilech se vrací na českou stranu a dále pokračuje na Modravu.

*zdroj:: eurovelo13.cz*

## Šumavská cyklomagistrála



Celá dálková Šumavská magistrála měří 163,5 km a je vedena po silnicích, účelových komunikacích a lesních cestách. Na 25 km dlouhém úseku z Gerlovy Hutě do Srní vede trasa po jediné šumavské cyklostezce, tedy po účelové komunikaci vyhrazené pro cyklisty.

*zdroj: regiontourist.cz*

## Cyklotrasa 305 – Staňkov – Sušice




Cyklistická trasa 305 vede ze Staňkova přes Klatovy do Sušice. Vede převážně po silnicích a účelových komunikacích. Celková délka trasy činí 73 km.

*zdroj: klatovskonakole.cz*

## Otavská cyklistická cesta




Otavská cyklistická cesta měří 133 km a začíná na Šumavě u Modravy. Sleduje tok Vydry a následně Otavy až k jejímu soutoku s Vltavou, přičemž spojuje horské úseky s pohodovými pasážemi v podhůří. Trasa vede jak přes historická města tak i krásné přírodní scenérie.

*zdroj: cyklistevytani.cz*

## Cyklotrasa 38 – Šumavská cyklotrasa



Nadregionální cyklotrasa č. 38, tzv. Šumavská cyklotrasa, vedená v úseku Železná Ruda - Dobřany je jednou z 6 nadregionálních cyklotras v Plzeňském kraji. Od hraničního přechodu v Železné Rudě, kde se napojuje na cyklostezku Regental vede přes Klatovy směrem k Plzeňské aglomeraci.

*zdroj: plzenskonakole.cz*

## Farmářská stezka



Naučná cyklotrasa vede malebnou krajinou přírodního parku Kochánov a nabízí nádherné výhledy na šumavské kopce. Na trase z Petrovic u Sušice lze obdivovat lidovou architekturu, sakrální objekty i přírodní zajímavosti, jako jsou vlčí a sněžné jámy či chráněné modříny na Mochově.

*zdroj: kudyznudy.cz*

# Infrastruktura pro horskou cyklistiku

Západní Šumava a její podhůří přirozeně láká kromě běžné silniční cyklistiky také milovníky horských kol. Kromě zážitků z jízdy po šumavských vrších si bikeři mohou vybrat z nepříliš široké, přesto kvalitní nabídky freeridových/sjezdových tras, pumptracků a singletracků pro horská kola.

## BIKE X ZONE Sušice



Sušice je v komunitě bikerů známá díky závodu ENDURO X RACE proto zde vznikl ambiciózní projekt BIKE X ZONE. Ten nabízí skvělé traily pro horská kola, od přírodních stezek po moderní flow traily. Díky rozmanitému terénu je ideálním místem pro všechny nadšené cyklisty. *zdroj: mtbczech.cz*

## Javornické okruhy



Javornické okruhy nejsou singletrackový resort, nabízejí autentický MTB zážitek na propojených lesních cestách a technických pěšinách v nedotčené přírodě Javornické hornatiny. Trasy nejsou značené, takže pro orientaci je nutná GPS, kterou si lze zapůjčit.

*zdroj: mtbczech.cz*

## Pumptrack Železná Ruda



Pumptrack o rozloze 1000 metrů čtverečních nabízí dva okruhy – vnitřní pro menší děti a vnější pro zkušenější jezdce i profesionály. Slouží jako ideální doplněk bikeparku Špičák, kde si jezdci mohou nejprve potrénovat a rozjezdit se, než vyrazí na náročnější trasy.

*zdroj: mtbczech.cz*

## Bikepark Špičák



Bikepark Špičák je jedním z nejrychleji se rozvíjejících bikeparků v Česku. Zaměřuje se hlavně na freeride a downhill. Nabízí pestré tratě s dřevěnými překážkami, skoky a legendární sjezdovou trať Struggle, která hostí IXS evropský pohár. *zdroj: mtbczech.cz*

## Bikepark Velhartice



Bikepark u Velhartic se specializuje na disciplínu dirt jump. Nabízí 3 tratě různé obtížnosti. Trať Bejbina je vhodná pro začátečníky, druhá trať Mr Brownie je vhodná pro středně pokročilé a poslední a nejtěžší trať Route 73 slibuje během jedné jízdy 73 m poletu vzduchem.

*zdroj: bikevelhartice.cz*

## Pumptrack Sušice



Pumptrack v Sušici se nachází poblíž koupaliště, venkovní posilovny a skateparku. Jedná se o modulární dráhu, která je vhodná pro děti i zkušené bikery k tréninku techniky a plynulosti jízdy.

*zdroj: kudyznudy.cz*

## Pumptrack Klatovy



Pumptracková dráha byla otevřena v srpnu 2022. Speciálně navržený asfaltový povrch lze projet nejen na kole či koloběžce, ale i na inline bruslích nebo longboardu a to i bez šlapání či odrážení. V sousedství se nachází také BMX dráha, skatepark a další sportoviště.

*zdroj: klatovy.cz*

# Infrastruktura pro vodní turismus – vybrané prvky

Destinace Šumava žije nabízí několik velmi zajímavých řek pro vodáctví. Problémem však je, že v oblasti se nacházejí především horní toky řek, které mohou být zajímavou výzvou pro zkušenější vodáky, ale během roku je jejich průtok příliš nestálý na to, aby vytvořil podmínky pro masivnější rozvoj vodní turistiky v oblasti. Město Sušice je častým výchozím bodem pro splouvání Otavy. Tok Otavy od Sušice je již vhodný i pro začátečníky a je sjízdný téměř celoročně. Z tohoto důvodu zde sídlí několik půjčoven lodí. Naprostá většina tohoto nejfrekventovanějšího úseku se však nachází už mimo území Destinace Šumava žije.

## Sjízdné úseky řek v Destinaci Šumava žije

| Řeka | Úsek | Obtížnost | Kilometráž | Sjízdnost | Podmínky |
|---|---|---|---|---|---|
| Vydra | • Modrava – Antýgl | WW III | 11,9 – 7,1 | 1.3. - 31.5. pouze So, Ne a svátky | Velmi náročná řeka, která protéká v hlubokém lesnatém údolí s velkým spádem v národním parku Šumava. Sjízdnost je výrazně omezena regulací Národního parku |
| Otava | • Čeňkova pila – Rejštejn<br>• Rejštejn - Sušice | WW II-III<br>WW I | 112,9 – 106<br>106 – 89,5 | 15.3. – 31.10.<br>180 dní / rok | Úsek je sjízdný na jaře nebo po vydatných deštích. Sjízdnost horního úseku je regulována na období od 15.3. do 31.10. Národním parkem |
| Úhlava | • Přehrada Nýrsko – Janovice nad Úhlavou<br>• Janovice nad Úhlavou – Přeštice | ZWC (WWI)<br>ZWC | 93,5 – 75,9<br>75,9 – 31,3 | 30 dní / rok<br>250 dní / rok | Horní úsek je sjízdný v případě vypouštění vody z Vodní nádrže Nýrsko, v době vypouštění vody se zde konají závody |
| Ostružná | • Kouklovna – Mokrosuky<br>• Mokrosuky – ústí do Otavy | WW I<br>ZWC | 20,9 – 9,2<br>9,2 – 0,0 | 30 dní / rok<br>65 dní / rok | Řeka s četnými jezy, z nichž některé jsou sjízdné, ústí do Otavy přepadem, kterému předchází kilometrový náhon. |

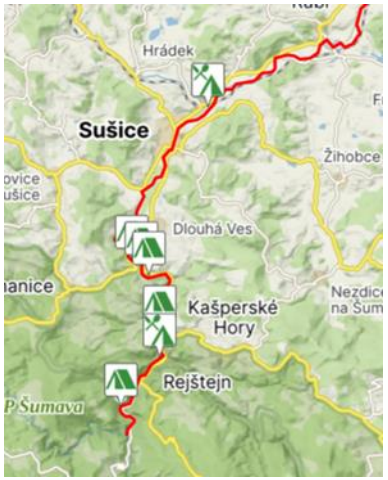
## Vodácké kempy a tábořiště v Destinaci Šumava žije

### OTAVA

1) 1,8 km plavby – Pavlova louka
2) 5,1 km – Penzion a kemp Klášterský mlýn
3) 6,5 km – Autokemp Radešov
4) 11 km – Autocamping Annín I
5) 11,8 km – Autokemp Nové Městečko
6) 12,4 km –Tábořiště Annín II „U mě dobrý"
7) 22,7 km – Vodácké tábořiště Sušice

OTAVA PĚŠKY | LODÍ | NA KOLE

O rozvoj cestovního ruchu pěšky, lodí i na kole v okolí řeky Otavy dbá **Otava.fun**, společný projekt měst Sušice, Horažďovice, Strakonice a Písek








zdroj foto: npsumava.cz



zdroj: vodackanavigace.cz, raft.cz, npsumava.cz

# Infrastruktura pro vodní turismus – vybrané půjčovny lodí

## Půjčovna lodí Otava



Rodinná půjčovna lodí na Otavě s více než 20letou tradicí nabízí zapůjčení kánoí, raftů a kajaků včetně dopravy lodí a osob. Lodě vydávají v Sušici a poskytují bezplatný odvoz lodí z pěti míst.

*zdroj: firmy.cz*

## Lodní servis Strakonice a Sušice



Lodní servis Strakonice a Sušice* je půjčovna lodí na Otavě, která poskytuje kvalitní služby, včetně zapůjčení kanoí, raftů a kajaků. Nabízí zdarma dopravu lodí do 7 nástupních míst po celé řece Otavě a výdejnu lodí v Sušici přímo u řeky, nedaleko vlakového nádraží.

## Půjčovna lodí Samba Otava



Půjčovna Samba nabízí kanoe, rafty, kajaky a nafukovací kanoe. Mají loděnici v Sušici. Je v provozu od června do srpna, v září a v květnu jen o víkendech.

*zdroj: pujcovna-lodi.cz*

## Půjčovna lodí Otavatour



Půjčovna lodí v Sušici nabízí již více než 10 let pronájem lodí, raftů a vodáckého vybavení s možností přepravy na určené místo po řece Otavě. Trasy jsou vhodné pro rodiny i zkušené vodáky.

*zdroj: otavatour.cz*

## OFFPARK



Společnost se zaměřuje na zajišťování různých typů outdoorových aktivit. Jednou z nich je rafting na řece Otavě, pro který nabízí pronájem raftů. Rafty si lze zapůjčit v Sušici.

*zdroj: offpark.cz*

## Půjčovna lodí Vydrýsek



Samotná půjčovna se nachází v Katovicích, tedy mimo území Destinace Šumava žije. Hlavním výdejním místem lodí je ale opět Sušice.

*zdroj: vodackanavigace.cz*

**zdroj: facebook.com/lodni.servis.strakonice*

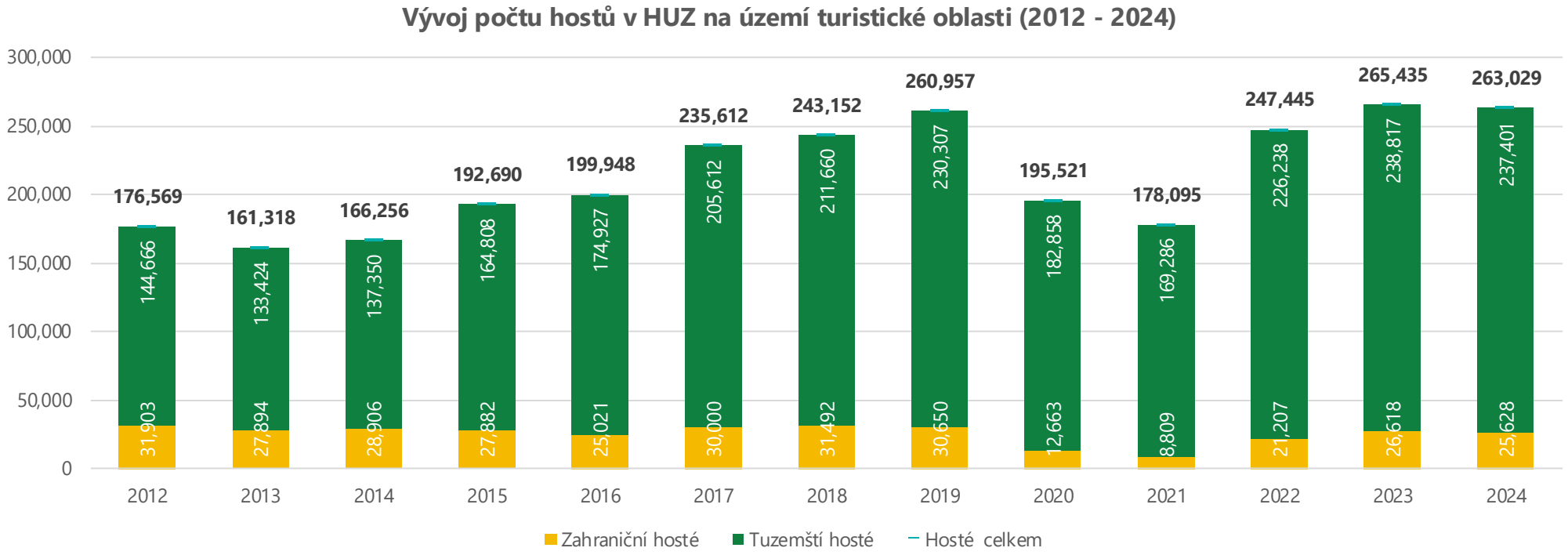
# Analýza návštěvnosti

Z analýzy návštěvnosti vyplývá, že intenzita cestovního ruchu v Destinaci Šumava žije je jedna z nejvyšších v České republice, jedná se o turistickou oblast s 9. nejvyšší intenzitou, dle metriky porovnávající počet přenocování a počet obyvatel. Celkový počet hostů i přenocování se po propadu způsobeném pandemií Covid-19 vrátil na předchozí trendy, a v obou ukazatelích se podařilo původní hodnoty překonat. Doposud se však **nepodařilo vrátit se na předpandemické hodnoty u zahraničních návštěvníků**. V roce 2024 realizovali zahraniční návštěvníci přibližně 10% přenocování v HUZ, více než polovina z nich byli návštěvníci z Německa.

Destinace Šumava žije má nadprůměrnou střední délku pobytu, pohybující se kolem 3 přenocování.

# Počet hostů v hromadných ubytovacích zařízeních

Z dat ČSÚ vyplývá, že **počet hostů v HUZ ve sledované oblasti dlouhodobě narůstá**, vyjma let postižených pandemií Covid-19. Po odeznění pandemie došlo k mírnému nárůstu tuzemských hostů, u hostů ze zahraničí se doposud nepodařilo předpandemických hodnot dosáhnout. Celkový počet hostů za posledních deset let vzrostl o přibližně 50 %.

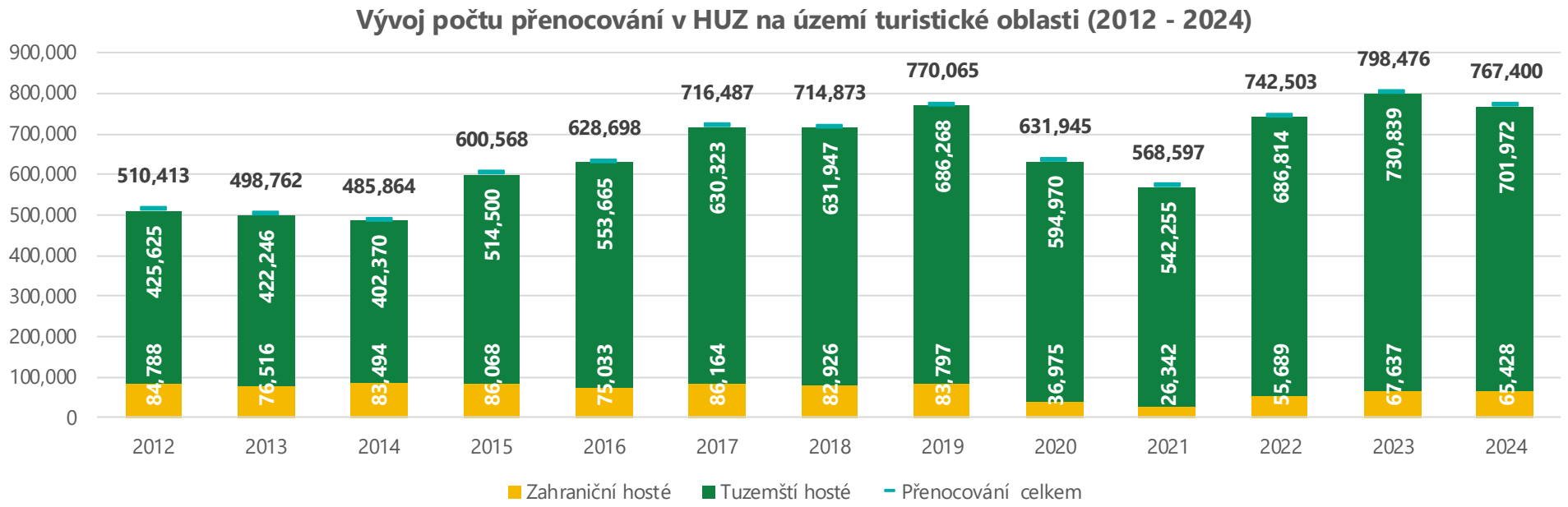



| Rok 2024 | Šumava žije | Průměr za oblasti v ČR | Podíl k průměru | Pořadí mezi tur. oblastmi |
|---|---|---|---|---|
| Intenzita cestovního ruchu (počet hostů / počet obyvatel) | 3,80 | 2,09 | 182% | 9. |
| Intenzita cestovního ruchu (počet hostů / rozloha) | 179,56 | 289 | 62% | 25. |

*zdroj: ČSÚ*

# Počet přenocování v hromadných ubytovacích zařízeních

**Počet přenocování v 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 roce 2023. Počet zahraničních návštěvníků se doposud vyrovnat nepodařilo. Podíl přenocování zahraničních návštěvníků v roce 2024 činil přibližně 10 %.
**Intenzita cestovního ruchu** (počet přenocování / počet obyvatel) v roce 2024 dosáhla hodnoty 11,09 což odpovídá více než 2násobku průměru ostatních turistických oblastí. V metrice (počet přenocování / rozloha) je oblast rovna cca. 2/3 průměru oblastí v ČR.



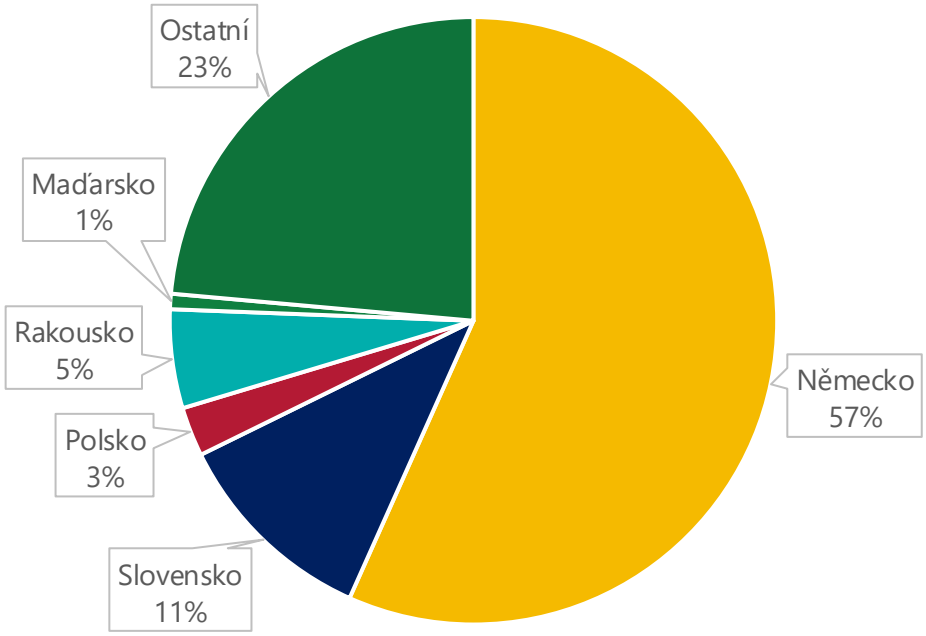

| Rok 2024 | Šumava žije | Průměr za oblasti v ČR | Podíl k průměru | Pořadí mezi tur. oblastmi |
|---|---|---|---|---|
| Intenzita cestovního ruchu (počet přenocování / počet obyvatel) | 11,09 | 5,26 | 211 % | 9. |
| Intenzita cestovního ruchu (počet přenocování / rozloha) | 523,87 | 726,36 | 72 % | 25. |

*zdroj: ČSÚ*

# Návštěvnost – podíly zahraničních turistů

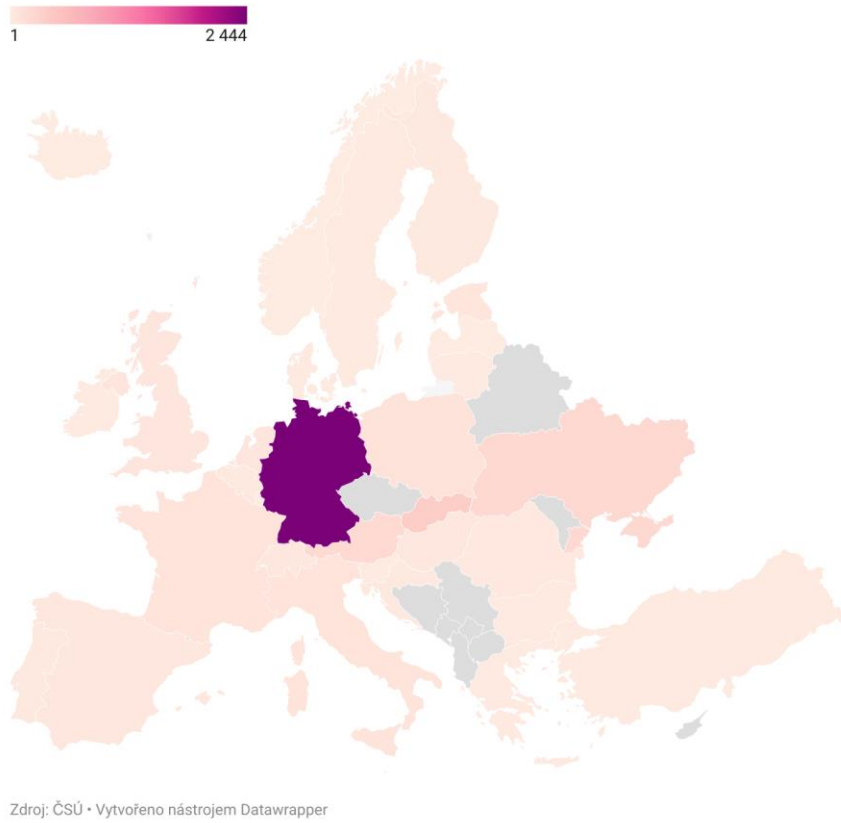
V Destinaci Šumava žije bylo v roce 2024 realizováno **přibližně 10 % přenocování v HUZ zahraničními návštěvníky**. Nejčetnějšími návštěvníky oblasti pocházeli z Německa (57 %), Slovenska (11 %), Rakouska (5 %) a Polska (3 %).

**Podíl zahraničních návštěvníků oblasti podle zemí původu (2024)**




zdroj: ČSÚ

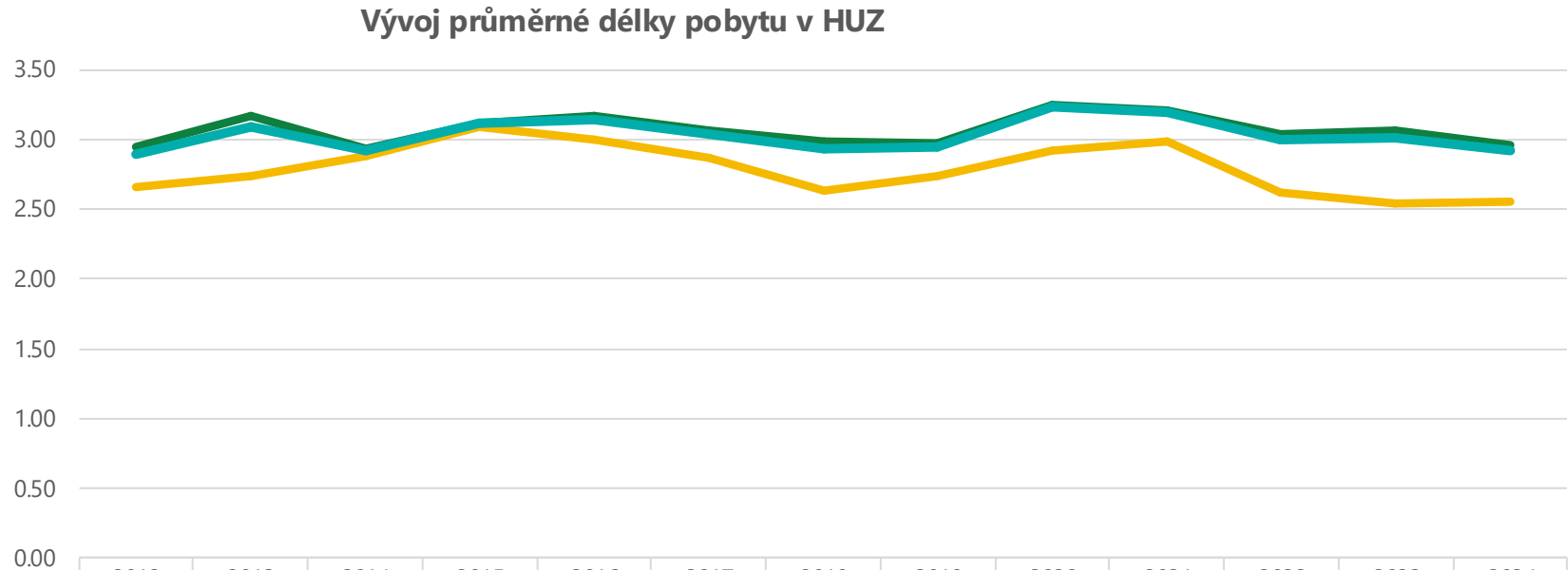
**Podíl zahraničních turistů dle zemí** (detail 2023)




*Mapa vychází z nejaktuálnějších momentálně dostupných kompletních dat (rok 2023)*

# Průměrný počet přenocování

Průměrný počet přenocování v hromadných ubytovacích zařízeních v oblasti se **dlouhodobě pohybuje kolem 3 přenocování za pobyt. Destinace Šumava žije má průměrnou celkovou délku pobytu v HUZ přibližně o čtvrtinu delší,** než činí průměr turistických oblastí v Česku. Sledované území má mezi oblastmi v Česku 16. nejdelší délku pobytu v HUZ.



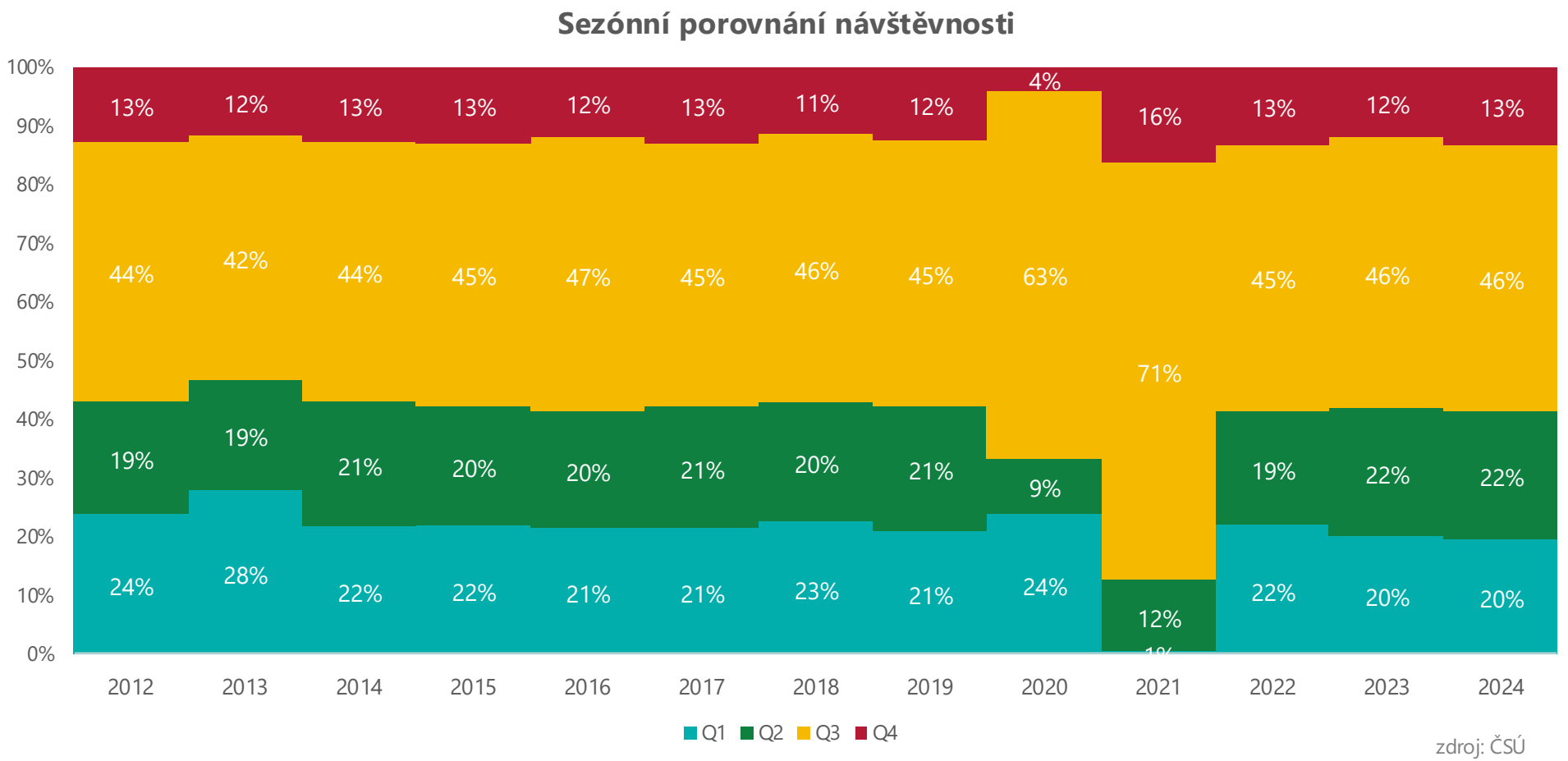

| | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Délka pobytu - zahraniční hosté | 2.66 | 2.74 | 2.89 | 3.09 | 3.00 | 2.87 | 2.63 | 2.73 | 2.92 | 2.99 | 2.63 | 2.54 | 2.55 |
| Délka pobytu - Tuzemští hosté | 2.94 | 3.16 | 2.93 | 3.12 | 3.17 | 3.07 | 2.99 | 2.98 | 3.25 | 3.20 | 3.04 | 3.06 | 2.96 |
| Délka pobytu - celkem | 2.89 | 3.09 | 2.92 | 3.12 | 3.14 | 3.04 | 2.94 | 2.95 | 3.23 | 3.19 | 3.00 | 3.01 | 2.92 |

| Rok 2024 | Šumava žije | Průměr za oblasti v ČR | Podíl k průměru | Pořadí mezi tur. oblastmi |
|---|---|---|---|---|
| **Průměrná délka pobytu celkem** | **2,92** | **2,51** | **116%** | **16.** |

*zdroj: ČSÚ*

# Sezonní porovnání návštěvnosti v HUZ - čtvrtletí

Rozpad návštěvnosti vycházející z analýzy přenocování v HUZ ukazuje **podíl přenocování v jednotlivých čtvrtletích**. Vzhledem k charakteru Destinace Šumava žije je **nejvyšší podíl návštěvníků ve 3. kvartálu**, kam spadá převážná část letní turistické sezóny, **následně jsou pak 1. a 2. kvartál s podobným podílem okolo 20 %**. Oproti jiným turistickým oblastem v Česku, není rozložení návštěvnosti zas tak nevyrovnané. Přesto je zde **nadále potenciál pro větší rozprostření návštěvnosti do mezisezón**.



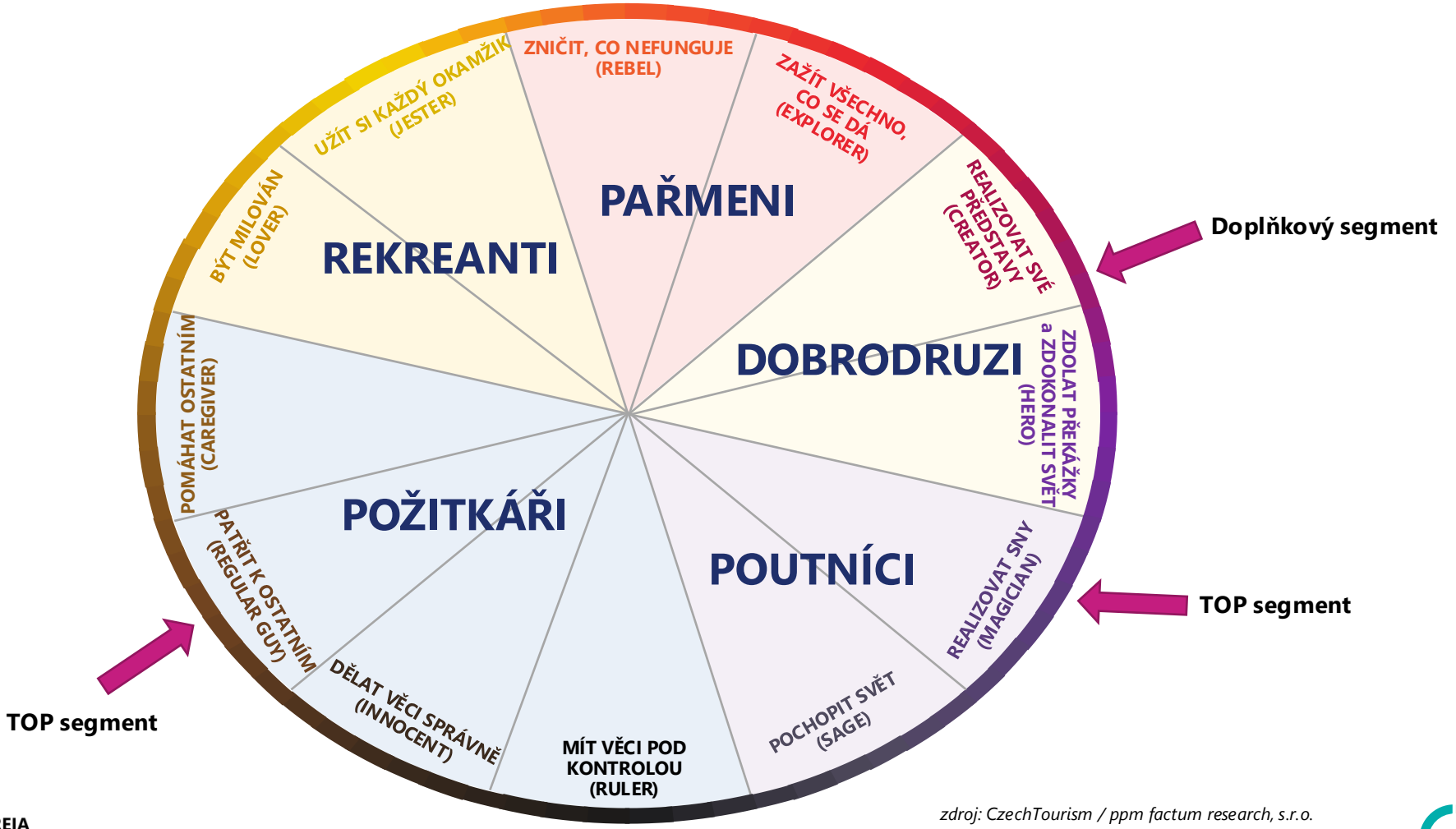

zdroj: ČSÚ

# Analýza cílových skupin

**Archetypální segmentace cílových skupin** je založena na přístupu potenciálních návštěvníků k cestování. Podle jejich způsobu cestování, očekávání, životního stylu, bariér, preferovaném typu destinace a chování je možné rozlišit pět základních skupin - pařmeni, dobrodruzi, poutníci, požitkáři a rekreanti. **TOP segment pro Destinaci Šumava žije jsou poutníci a požitkáři, vhodným doplňkovým segmentem jsou dobrodruzi.**

# Archetypální segmentace cílových skupin

Agentura CzechTourism v současné době využívá moderní archetypální segmentaci cílových skupin cestovního ruchu.
Archetypální segmentace se zakládá na spotřebním chování, postojích a očekávání návštěvníka v destinaci. Segmentace rozlišuje celkem pět archetypů: rekreanti, pařmeni, požitkáři, poutníci a dobrodruzi. Jednotlivé skupiny při plánování cesty využívají odlišné zdroje informací a v destinaci vyhledávají jiné aktivity.




*zdroj: CzechTourism / ppm factum research, s.r.o.*

# Archetypální segmentace cílových skupin – dobrodruzi

**Pro dobrodruhy** je nejdůležitější **poznávání nových míst** se snahou o **autentický zážitek**. **Trasa** bývá pečlivě **naplánovaná bez** využití **cestovních kanceláří a** její součástí je **poznávání lokálních obyvatel a návštěva** místních **kulturních akcí a** koncertů. Při cestování často **aktivně sportují a** rádi **podnikají turistické výlety** za atraktivitami v okolí destinace. Dobrodruzi jsou **zajištění lidé** nejrůznějšího věku.



**KDO JSME?**

Jsme častěji **muži.** Jsme lidé **nejrůznějšího věku**. V porovnání s ostatními segmenty jsme častěji **solidně zajištění.** Často **aktivně sportujeme**, rádi chodíme na **výlety**, máme rádi **turistiku**, rádi chodíme do **kina a** účastníme se **kulturních událostí**. Nakupujeme často **přes internet**.



## DŮVODY K CESTOVÁNÍ

Vyhledáváme především **nevšední a exotické destinace**. Cestujeme, abychom objevovali neobjevené, poznali nepoznané. Lákají nás i **hory a vysokohorská turistika**. Civilizaci se nicméně nevyhýbáme. Rádi poznáváme místní obyvatele, účastníme se jejich **kulturních akcí a koncertů**.

## BARIÉRY V CESTOVÁNÍ

Od cestování nás nic **neodrazuje**. Jakákoliv skutečnost, kterou by ostatní mohli vnímat jako bariéru anebo komplikaci, vnímáme jako **výzvu a součást cesty.** Jakoukoliv překážku, která se nám postaví do cesty, je potřeba zvládnout a překonat.

## ZPŮSOB CESTOVÁNÍ

Trasu naší cesty máme dopředu promyšlenou. V**íme, co chceme navštívit a kam se chceme podívat**. Dopředu máme i vytipované anebo dokonce zarezervované ubytování. **Služby** tuzemských **cestovních kanceláří** vesměs **nevyužíváme**. Nocleh řešíme často prostřednictvím **couch-surfingu**.

## DESTINACE A ZDROJ INFORMACÍ

**Cestováním si plníme** své **sny**. Z destinací nás nejvíce láká **východní Evropa, subsaharská Afrika, Střední a Jižní Amerika, Austrálie, Nový Zéland, Oceánie a Arktida a Antarktida**. Cestujeme často i po Evropě. Informace o destinacích získáváme na **internetu**, z filmů a seriálů. Tipy na další destinace shromažďujeme během cest.

*zdroj dat: CzechTourism / ppm factum research, vizualizace pomocí AI*

# Archetypální segmentace cílových skupin – poutníci

Segment **poutníků** cestuje za **poznáním místní kultury, tradic obyvatel a lokálních jídel**. Na svých cestách **navštěvují hrady a zámky, historická města a památky**. Poutníci jsou velmi **citliví na dodržování lidských práv a toleranci**. **Informace** o destinaci čerpají převážně z **dokumentů** nebo **knih** a jedná se především o **zajištěné a vysokoškolsky vzdělané** cestovatele.



**KDO JSME?**

Jsme častěji **muži**. Lidé ve věku **45-64 let**. Jsou mezi námi spíše **vysokoškoláci a** lidé žijící ve **velkých městech**, často jsou mezi námi i **senioři**. Mnohdy máme pocit, že **máme dostatek peněz,** často **finančně podporujeme potřebné**. Věnujeme se vlastnímu **sebevzdělávání**. Rádi čteme **knihy**, navštěvujeme **muzea a výstavy**. Volný čas rádi trávíme **o samotě**.



## DŮVODY K CESTOVÁNÍ

Cestujeme, abychom poznali **duchovní tradici místních obyvatel**. Zajímáme se o **místní kulturu**, **tradice** obyvatel, jejich **výrobky a** lokální **potraviny**. Na cestách rádi poznáváme místní architekturu, trávíme čas prozkoumáváním **památek, historických měst, hradů a zámků**.

## BARIÉRY V CESTOVÁNÍ

Velký důraz klademe na **dodržování lidských práv a toleranci**. Od určitých destinací nás proto velice odrazuje, pokud mentalita a náboženství místních obyvatel nerespektuje lidská práva a není citlivá a otevřená vůči lidem s odlišnými názory a vírou.

## ZPŮSOB CESTOVÁNÍ

Často cestujeme na **delší vzdálenosti**. Když už se někam vydáme, tak tam strávíme déle než dva týdny. Častěji cestujeme **sami**.

## DESTINACE A ZDROJ INFORMACÍ

Přitahuje nás **Blízký východ, severní Afrika, jihovýchodní a východní Asie, Dálný východ a Indie**. Po Evropě převážně necestujeme. Inspiraci a informace čerpáme především z **dokumentů**.

*zdroj dat: CzechTourism / ppm factum research, vizualizace pomocí AI*

# Archetypální segmentace cílových skupin – požitkáři

Pro **požitkáře** je při jejich cestách důležitá **kvalita nabízených služeb a snadná dostupnost**. Na cesty se vydávají **prostřednictvím cestovních kanceláří**, které pro ně zařizují i dílčí výlety. **Informace** o destinacích **čerpají z časopisů**, **propagačních materiálů** cestovních kanceláří. Při cestách rádi **poznávají přírodu**, **ochutnávají** místní **speciality** a **relaxují** v lázních a wellness centrech.



**KDO JSME?**

Jsme častěji **ženy a** lidé ve věku **35–64 let**. Je pro nás důležité, aby nás naše **práce bavila a přinášela nám uspokojení**. Rádi pracujeme na **zahradě a** čteme **časopisy**.

Rádi si hrajeme s dětmi a milujeme **pasivní odpočinek - nicnedělání**.



## DŮVODY K CESTOVÁNÍ

Během cestování chceme navštívit zajímavou **krajinu a** obecně rádi využíváme možnost **poznávat přírodu**. Na dovolené rádi využíváme **luxusní služby a** dopřáváme si **kvalitní ubytování**. Rádi poznáváme **místní pochoutky a** oceníme kvalitní a zajímavou gastronomii. Rádi trávíme čas v **lázních a wellness**.

## BARIÉRY V CESTOVÁNÍ

Od cestování nás odrazuje **obtížná letecká dostupnost**, **nestabilní politická situace**, **nízká úroveň zdravotnictví a nízká kvalita potravin**. Destinace, kde hrozí, že budeme **okradeni, a** místa, kde je **špína,** nás nelákají. Nemáme rádi ani **destinace s extrémními teplotami**.

## ZPŮSOB CESTOVÁNÍ

Cestujeme na různě dlouhé výlety. Podnikáme **jednodenní cesty**, ale účastníme se i **víkendových pobytů** anebo **týdenních až dvoutýdenních cest.** Většinou využíváme služeb **cestovní kanceláře a** kupujeme si pobyt včetně dílčích výletů. Přespáváme mezinárodních anebo místních hotelech. Cestujeme s rodinou, dětmi, vnoučaty a přáteli.

## DESTINACE A ZDROJ INFORMACÍ

Nejčastěji cestujeme do **střední a západní Evropy a Severní Ameriky**. Často také cestujeme po vlasti. Informace o destinacích získáváme z **časopisů a novin**, z nabídky **cestovních kanceláří a** propagačních materiálů.

*zdroj dat: CzechTourism / ppm factum research, vizualizace pomocí AI*

# Archetypální segmentace cílových skupin – rekreanti

Segment **rekreantů** jezdí na **levnou dovolenou** především za účelem **odpočinku**. **Informace o cílové destinaci** získávají **od známých** nebo v **televizi** a zájezd bývá realizovaný prostřednictvím **cestovní kanceláře**. **Program** si však rekreanti **organizují sami** a je založený na **trávení času s rodinou při nenáročných aktivitách** jako jsou nákupy, sledování televize či posezení s blízkými.



**KDO JSME?**

Jsme častěji **ženy a mladí ve věku 18 - 34 let**. Máme spíše nižší vzdělání. Jsou mezi námi často **studenti**. V práci jsou pro nás nejdůležitější **peníze**. Raději si peníze **půjčíme**, než abychom spořili. Rádi trávíme čas **nakupováním** – především oblečení a módních doplňků. Volný čas trávíme s oblibou **sledováním televize, surfováním na internetu a posezením s přáteli a rodinou**.



## DŮVODY K CESTOVÁNÍ

Účelem naší dovolené je **dostat se k vodě – k moři, k jezerům či do hor do zařízení s bazénem a wellness**. Čas dovolené trávíme **na plážích, koupáním, relaxem**. Na našich cestách se také snažíme levně nakupovat a obecně nám jde o to ušetřit peníze.

## BARIÉRY V CESTOVÁNÍ

U některých destinací nás odrazuje, že místní **nemluví naším rodným jazykem nebo alespoň anglicky.**

## ZPŮSOB CESTOVÁNÍ

Na dovolenou jezdíme častěji na **prodloužené víkendy**, ale i déle. Nejčastěji si koupíme **dopředu** celý **zájezd od cestovní kanceláře**. **Výlety** si ale vesměs **organizujeme sami**. Cestujeme často s partnerem. Bydlíme nejčastěji v rezortu / hotelu nebo v kvalitním penzionu.

## DESTINACE A ZDROJ INFORMACÍ

**Nejoblíbenější destinací** je pro nás klidná **lokace u vody**, **na horách**, ideálně u moře ve Středomoří, v JV Evropě anebo ve Skandinávii. **Tipy** na dovolenou získáváme nejčastěji **od známých**, ale také třeba z **medií**.

*zdroj dat: CzechTourism / ppm factum research, vizualizace pomocí AI*

# Archetypální segmentace cílových skupin – pařmeni

**Hlavním důvodem pro cestování** segmentu **pařmenů** je především **noční zábava** na **nových místech**, která je **cenově dostupná**. Cílovou destinaci navštěvují **bez cestovní kanceláře** a ve **skupině přátel** na základě **doporučení na internetu.** Ubytovávají se v **hostelech, apartmánech nebo u známých**. **Program řeší** tradičně **až na místě** a je založený na **navštěvování barů a klubů**.



**KDO JSME?**

Jsme častěji muži. Většinou jsme mladí lidé ve věku **18-34 let**. Jsme častěji **studenti** anebo **výdělečně činní.** Častěji patříme mezi **solidně zajištěné**. Zajímáme se o **moderní technologie**, rádi posloucháme **hudbu a s** oblibou navštěvujeme **bary**, **restaurace** a **hospody**.



## DŮVODY K CESTOVÁNÍ

Chceme si užívat. Do zahraničí si jedeme užít především **levný alkohol**. Cestujeme, abychom se nespoutaně bavili v **klubech**, na **párty** apod. Náplní našich cest může být i **sportovní vyžití**.

## BARIÉRY V CESTOVÁNÍ

Nejezdíme do míst, kde jsou **vysoké ceny a** hrozí případné **komplikace** v podobě administrativy spojené s vízovou povinností. Chceme jednoduchou a lacinou zábavu. S tím souvisí i skutečnost, že od cestování do určité destinace nás odradí, pokud se dozvíme, že **místní neumějí anglicky**.

## ZPŮSOB CESTOVÁNÍ

Ubytování řešíme buď dopředu anebo až na místě, v každém případě **sami**, **bez cestovní kanceláře**. Často cestujeme ve **skupině přátel**. **Program a** de facto i náplň cesty řešíme až **na místě**.
Na svých cestách spíme buďto u **známých** anebo v **hostelu**.

## DESTINACE A ZDROJ INFORMACÍ

V rámci Evropy cestujeme často. Destinací, do které velice rádi zajedeme, je **Česká republika**. O zajímavých turistických místech se dozvídáme díky **internetu anebo filmům a seriálům**.

*zdroj dat: CzechTourism / ppm factum research, vizualizace pomocí AI*

# Klíčové archetypy pro Destinaci Šumava žije

Na základě odborného posouzení zpracovatele byly vytipovány 3 segmenty vhodné pro Destinaci Šumava žije. Na základě přírodních a kulturních podmínek a infrastruktury, kterou nabízí Destinace Šumava Žije **jsou segmenty s největším potenciálem poutníci a požitkáři**. Doplňkovým segmentem jsou pak **dobrodruzi**.



## POUTNÍCI

- **TOP segment pro Destinaci Šumava Žije**
- Západní Šumava a její podhůří nabízí bohatou historii a kulturní dědictví, včetně hradů, zámků a kostelů
- Ve srovnání s jinými oblastmi, jejichž část leží v národním parku, není Destinace Šumava žije turisticky tak vytížená.
- Možnost nalákat tento segment na klid a putování přírodou mimo hlavní sezonu.
- Poutníky můžou zaujmout muzea a památky v oblasti.
- Dále podporovat natáčení televizních pořadů typu Toulavá kamera, které jsou podnětem k vycestování tohoto segmentu.



## POŽITKÁŘI

- **TOP segment pro Destinaci Šumava Žije**
- Šumava žije nabízí množství wellness hotelů a útulných pensionů se snadnou dostupností autem.
- V oblasti se nachází několik restaurací na vyšší úrovni, které mohou zaujmout svou nabídkou lokálních specialit.
- Požitkáře taky zaujme krásná příroda na území oblasti.
- Soustředit se na nabízení balíčků kombinující pobyt v nadstandardním ubytování, zážitkovou gastronomii a relaxační aktivity.
- Dále pracovat na propagaci oblasti pro tento archetyp, je rostoucí a patří do něj vysoce bonitní návštěvníci.



## DOBRODRUZI

- **Doplňkový segment pro Destinaci Šumava Žije**
- Destinace Šumava žije nabízí rozmanité terény pro náročnější turistiku a outdoorové aktivity.
- V oblasti se nachází několik skiareálů a bikeparků pro vyznavače adrenalinových sportů, zároveň se na území pořádají závody např. v terénní cyklistice.
- Pro posílení nabídky pro tuto skupinu by bylo zapotřebí rozšířit nabídku pro neobvyklé a adrenalinové aktivity a sporty.
- Do budoucna by mohlo vzniknout více cyklotras a okruhů s náročnějším terénním profilem.

*zdroj dat: CzechTourism / ppm factum research, vizualizace pomocí AI*

# Analýza systému řízení turismu a jeho institucionálního zajištění

Destinace Šumava žije je v systému kategorizace destinačního managementu na úrovni **oblastní organizace destinačního managementu (DMO)**. Úzce spolupracuje s Plzeňským krajem a nově vzniklou Centrálou cestovního ruchu Plzeňského kraje. Výkonem destinačního managementu v Destinaci Šumava žije je pověřen **spolek Destinační společnost Šumava Tourism, z. s.** Spolek jako nově zřízená organizace prochází přípravnými pracemi pro certifikaci v rámci Národního systému kategorizace a certifikace DMO.

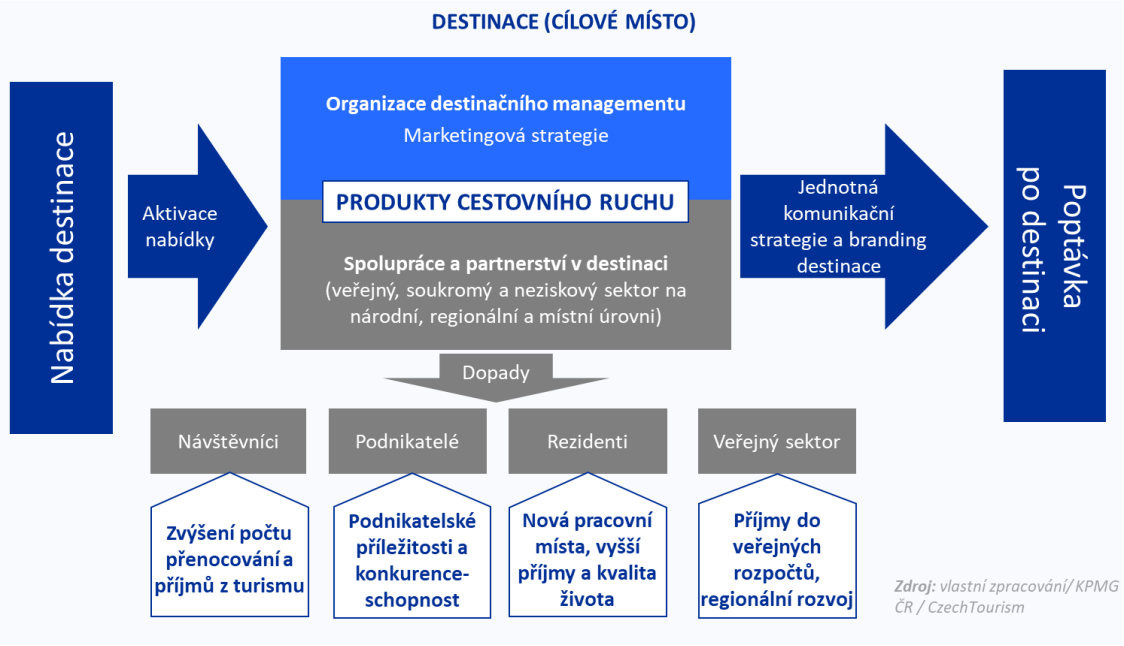
# Pozitivní dopady funkční destinační spolupráce

## ROLE DMO V ŘÍZENÍ DESTINACE

DMO představuje na daném území (destinaci) klíčový **subjekt vytvořený za účelem efektivnějšího řízení cestovního ruchu.**

Jejím úkolem je na základě principu destinačního managementu **strategicky plánovat a řídit marketingové aktivity s** cílem **propojovat nabídku destinace s její poptávkou.** Výsledkem je **udržitelný rozvoj destinace**, ve které jsou uspokojeny **potřeby návštěvníků, participujících podnikatelů** a zvýšena **kvalita života rezidentů**.

- Hlavním cílem oblastní DMO je **zvyšování konkurenceschopnosti turistické oblasti** na trhu cestovního ruchu v Česku
- Funkční oblastní DMO k tomu přispívá tím, že **koordinuje činnosti subjektů CR a** poskytuje svým partnerským subjektům **marketingové a servisní služby,** a to jak partnerům z oblasti cestovního ruchu a z municipálního sektoru (primárně), tak také partnerům / subjektům z návazných odvětví (doplňkově, rozvojově).
- Tím jistě dochází k **zefektivnění realizace marketingových aktivit / propagace oblasti a k využívání dostupných zdrojů** v odvětvích cestovního ruchu a návazně i v zemědělství, ve výrobě, ve službách a v dalších…



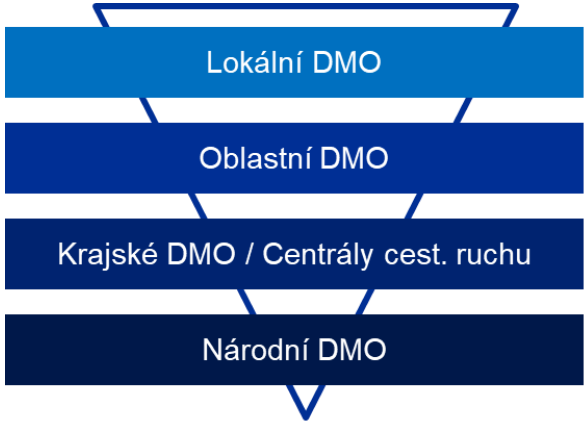

*Zdroj: vlastní zpracování/ KPMG ČR / CzechTourism*

### 3K jako základní princip destinačního managementu:

- **Komunikace** – soustavná vzájemná výměna informací mezi subjekty cestovního ruchu v destinaci.
- **Koordinace** - zajištění věcného, finančního, časového a prostorového souladu organizace realizovaných aktivit v destinaci jednotlivými subjekty cestovního ruchu.
- **Kooperace** – spolupráce mezi subjekty cestovního ruchu v destinaci, na jejímž základě vznikají synergické efekty ve formě přidané hodnoty pro spolupracující subjekty.

# Destinační spolupráce v ČR

**Pro organizace destinačního managementu jsou definovány následující kategorie, které vycházejí především z územní působnosti, charakteru a zaměření těchto společností:**




| Kategorie organizace destinačního managementu | Typická úroveň působnosti |
|---|---|
| Lokální DMO | Obec, město, mikroregion (svazek obcí) – místní destinace |
| Oblastní DMO | Kulturně nebo geograficky vymezené území |
| Krajská DMO / Centrála CR | Kraj – krajská destinace |
| Národní DMO | Stát – destinace Česká republika |

*zdroj: CzechTourism*

- Organizací destinačního managementu na **národní úrovni je v Česku organizace CzechTourism**.
- V Česku je **aktuálně certifikováno**:
  - **11 krajských** organizací destinačního managementu
  - **56 oblastních** organizací destinačního managementu
  - **7 lokálních** organizací destinačního managementu

# Destinační spolupráce v Destinaci Šumava žije (1/2)

Institucionální pokrytí cestovního ruchu v Destinaci Šumava žije je kompletní a plnohodnotné, zahrnuje všechny úrovně řízení – od příslušných ministerstev až po oblastní destinační společnost, která spravuje turistickou oblast.

| Úroveň | Název organizace | Popis hlavní činnosti |
|---|---|---|
| Národní | **CzechTourism** | Cílem je koordinovat propagaci České republiky jakožto turistické destinace, a to jak v zahraničí, tak v České republice. |
| | **Ministerstvo pro místní rozvoj** | Ministerstvo je metodickým a koordinačním orgánem pro všechny subjekty působící v oblasti cestovního ruchu. |
| | **Ministerstvo životního prostředí** | Řídící a kontrolní orgán, který dohlíží na činnost NP i CHKO, sice bez přímého vlivu na rozvoj cestovního ruchu, ale podstatným aktérem. |
| Krajská | **Centrála cestovního ruchu Plzeňského kraje** | Nově vzniklý subjekt bude v budoucnu koordinovat rozvoj cestovního ruchu na území Plzeňského kraje s důrazem na aktivaci rozličného potenciálu a v zájmu udržitelnosti. |
| | **Plzeňský kraj (odbor kultury, památkové péče a cestovního ruchu)** | Součástí uvedeného odboru je oddělení cestovního ruchu, které formuje krajské strategické dokumenty a analýzy, zpracovává administraci dotačních programů a podobné spektrum činností. |
| | **Jihočeský kraj (odbor kultury a památkové péče)** | Odbor se podílí na rozvoji cestovního ruchu v regionu prostřednictvím koncepčního plánování, podpory kulturních a turistických projektů a spolupráce s destinačními partnery. |
| | **Jihočeská centrála cestovního ruchu** | Příspěvková organizace, která koordinuje a řídí cestovní ruch v celém kraji, vytváří podporu domácího a příjezdového cestovního ruchu a vykonává funkci krajského destinačního managementu pro destinaci Jižní Čechy. |
| Municipální | **Města & obce** | Přístupy obcí a měst na Šumavě k cestovnímu ruchu jsou různorodé a odrážejí lokální podmínky, potřeby obyvatel a zkušenosti s turismem. Zatímco některé obce vnímají cestovní ruch jako příležitost k rozvoji, jiné se snaží omezit jeho negativní dopady (především overtourism) a hledají cesty k udržitelnému turismu. Obce však rozvíjí infrastrukturu a přispívají k rozvoji služeb i propagaci. |
| | **MAS, Svazky obcí, mikroregiony (Mikroregion Šumava – západ, Mikroregion Horní Vltava – Boubínsko, MAS Šumavsko, MAS Pošumaví apod. )** | V regionu Šumavy působí několik místních akčních skupin (MAS), mikroregionů a svazků obcí, které, přestože nemají cestovní ruch vždy jako hlavní prioritu, významně přispívají k jeho rozvoji prostřednictvím komunitních akcí, participativních rozpočtů a podpory místních iniciativ. |

# Destinační spolupráce v Destinaci Šumava žije (2/2)

| Úroveň | Název organizace | Popis hlavní činnosti |
|---|---|---|
| Oblastní / Lokální | **Destinační společnost Šumava Tourism** | Organizace, která působí v Plzeňském kraji a zaměřuje se na podporu rozvoje a marketingovou propagaci šumavského regionu ve spolupráci s místními aktéry cestovního ruchu. |
| | **PRO Šumavsko** | Certifikovaná oblastní organizace destinačního managementu, která koordinuje rozvoj a propagaci cestovního ruchu v jihočeské části Šumavy a Pošumaví prostřednictvím spolupráce obcí, podnikatelů a neziskových organizací. |
| | **Turistická oblast Pošumaví** | Oblastní organizace destinačního managementu (DMO), která působí v Plzeňském kraji. Jejím cílem je rozvoj a propagace cestovního ruchu v regionu Pošumaví, zahrnujícím oblasti jako Plánicko, Předslavsko, Střední Pošumaví a Prácheňsko. |
| | **Destinace Sušicko** | Lokální destinační společnost, která podporuje cestovní ruch v oblasti Sušicka, propaguje území a vytváří platformu pro propojení veřejného, soukromého a neziskového sektoru. |
| Specializované | **Správa NP a CHKO Šumava** (+ AOPK ČR) | Hlavní orgán, který se stará o ochranu přírody, péči o krajinu, povolování činností v rámci chráněných oblastí destinace. Popsány výše v této Strategii. |
| | **Neziskové organizace a občanská sdružení, spolky** | Organizace jako Hnutí DUHA (se svými dlouhodobými kampaněmi zaměřenými na Šumavu), Přátelé Šumavy, různé okrašlovací spolky a ekologické iniciativy nemají jako svůj primární cíl rozvoj cestovního ruchu, ale svou činností mohou významně ovlivňovat jeho podobu, například prosazováním udržitelných forem turismu a ochranou přírodních hodnot. |
| Vybrané organizace v Německu | **Ferienregion Nationalpark Bayerischer Wald** | Národní parky Šumava a Bavorský les jsou od roku 2009 držiteli certifikace *Transboundary Park*, která oceňuje jejich příkladnou přeshraniční spolupráci. Zmíněné organizace spolu s českými protějšky realizují projekty zaměřené na ochranu přírody, výzkum, monitoring a udržitelnost cestovního ruchu. Velkým plusem je tak koordinovaný rozvoj na obou stranách hranic. |
| | **Tourismusverband Ostbayern** | |
| Potenciální partneři z okolí | okolní města a obce (Klatovy, Domažlice), významné atraktivity cestovního ruchu v okolí (Zoologická zahrada Plzeň), sousední organizace destinačního managementu (Český les, Lipno) a mnoho dalších, především na Německé straně regionu. | |

# Představení významných aktérů cestovního ruchu v destinaci

Pro efektivní zajištění rozvoje cestovního ruchu na západní Šumavě a jejím podhůří je nezbytná koordinovaná činnost nejen organizací destinačního managementu (DMO), ale také aktérů veřejné správy. Níže jsou blíže představeni nejdůležitější organizace v oblasti:

## PLZEŇSKÝ KRAJ

V souladu se zákonem č. 129/2000 Sb., o krajích, rozvíjí cestovní ruch na území turistické oblasti Šumava žije Plzeňský kraj. V rámci organizační struktury krajského úřadu Plzeňského kraje je gesce cestovního ruchu svěřena odboru kultury, památkové péče a cestovního ruchu. Tento odbor je pořizovatelem klíčových strategických rozvojových dokumentů v oblasti cestovního ruchu a současně vytváří podmínky pro co nejefektivnější rozvoj cestovního ruchu a využití potenciálu tohoto odvětví v rámci kraje.

**Kontaktní osoba:** Josef Kuželka

**Založeno:** 2000

**Web:** plzensky-kraj.cz

## CENTRÁLA CESTOVNÍHO RUCHU PLZEŇSKÉHO KRAJE, Z.Ú.

V Plzeňském kraji byla v prosinci 2024 založena krajská organizace destinačního managementu - Centrála cestovního ruchu Plzeňského kraje. Aktuálně prochází ve spolupráci s krajem k přebírání kompetencí v oblasti rozvoje cestovního ruchu a příprava na plnohodnotné zahájení činnosti v podobné formě, v jaké je vykonáván destinační management u jiných krajských organizací tohoto typu.

**Kontaktní osoba:** Ilona Šnebergerová

**Založeno:** 2024

## DESTINAČNÍ SPOLEČNOST ŠUMAVA TOURISM, Z. S.

Destinační spolupráci v Destinaci Šumava Žije rozvíjí Destinační společnost Šumava Tourism, z. s. Spolek byl založen v září 2024, jeho zakladateli byl Plzeňský kraj, vybraná města a obce (Klatovy, Železná Ruda, Kašperské Hory, Srní) a další aktéři působící v oblasti cestovního ruchu (Destinace Sušicko, Muzeum historických motocyklů, společnost SPORT SERVICE, spol. s r. o. a Mgr. Kryštof Částka). Společně vytváří, koordinují a pečují o projekty na území destinace, společnou propagaci a rozvoj cestovního ruchu. Hlavní činností destinační společnosti je uvádět do života projekty na podporu cestovního ruchu v turistickém regionu, produkty cestovního ruchu a zajištění jejich financování. Destinační společnost Šumava Tourism aktuálně připravuje podklady pro certifikaci v rámci národního systému kategorizace DMO.

**Kontaktní osoba:** Monika Bendlová

**Založeno:** 2024

*Zdroj: plznesky-kraj.cz*

*Zdroj: Destinační společnost Šumava Tourism, z. s.*

# Dopadová analýza

Dopadová analýza je založená na analýze dat Českého statistického úřadu pro hromadná ubytovací zařízení za rok 2024, kalkulaci výletníků a na kalkulaci průměrné útraty těchto návštěvníků. Turisté a výletníci v Destinaci Šumava žije realizovali v roce 2024 celkem přibližně **3,5 milionu návštěvodnů.**

**Spotřeba iniciovaná cestovním ruchem na sledovaném území za rok 2024 činila 3,5-4,8 miliard Kč**, příjmy generované do veřejných rozpočtů činily 1,3 – 1,8 miliard Kč. Na základě spotřeby generované cestovním ruchem bylo vytvořeno **2900-3900 pracovních míst**.

# Ekonomické efekty destinačního managementu

**Dobře fungující destinační management může mít několik ekonomických efektů, jako například:**

**Zvýšení tržeb místních podniků**: Díky destinačnímu managementu mohou být místní podniky a služby efektivněji propagačně prezentovány.

**Zvýšení počtu turistů**: Destinační management může pomoci zvýšit počet turistů v dané oblasti. Například správně cílená reklama a marketingové kampaně mohou přilákat více návštěvníků, což vede ke zvýšení příjmů z turistického ruchu.

**Prodloužení délky pobytu**: Lepší nabídka služeb v oblasti cestovního ruchu a komplexní nabídka produktů cestovního ruchu vede k prodloužení průměrné délky pobytu.

**Podpora rozvoje nových podniků**: Destinační management může podpořit rozvoj nových podniků v oblasti turistického ruchu. Například může pomoci s financováním a marketingem nových turistických atrakcí nebo podpořit rozvoj nových turistických služeb.

**Zvýšení investic:** Dobře fungující destinační management může přilákat investory do oblasti. Investorům může být představen potenciál turistického ruchu a možnosti pro investice v oblasti turistického ruchu a jeho infrastruktury.

**Zvýšení zaměstnanosti:** Růst turistického ruchu může vést ke zvýšení poptávky po místních službách a produktech, což může vést ke vzniku nových pracovních míst.



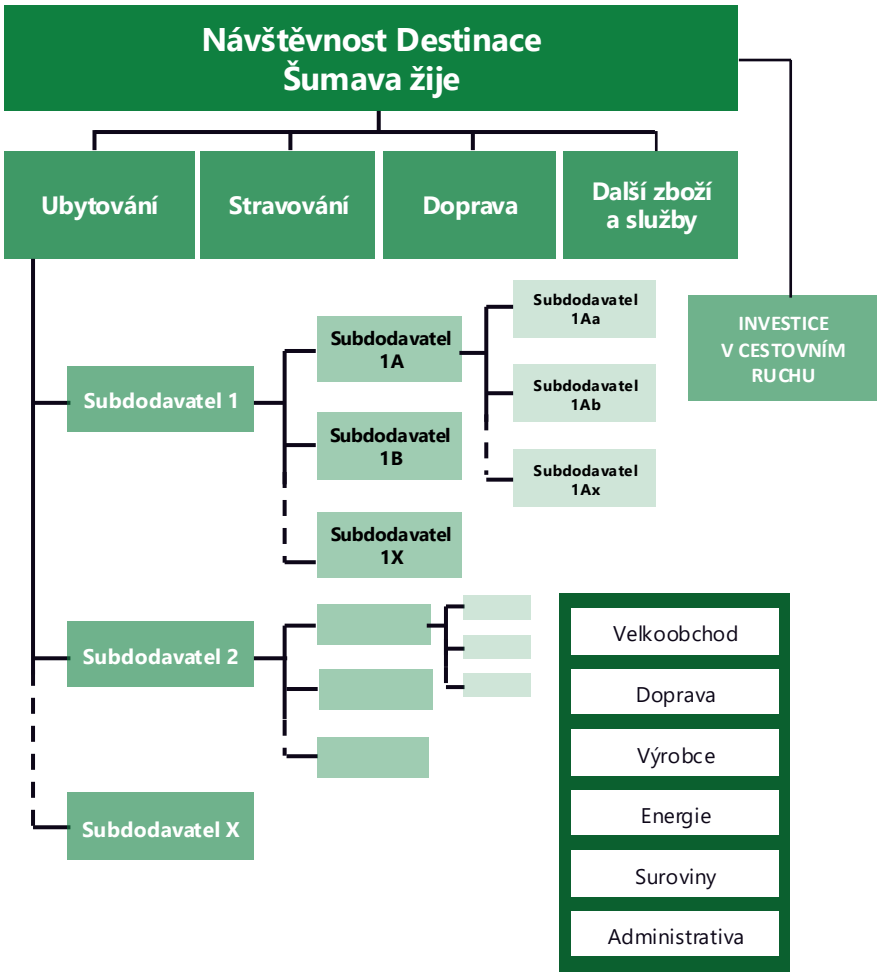



# Metodický přístup – princip multiplikačního efektu

Za účelem vyčíslení ekonomického dopadu vyplývajícího z kultury a cestovního ruchu v Destinaci Šumava žije je nejprve nutné **identifikovat a vyčíslit primární spotřebu** spojenou s kulturou a cestovním ruchem v oblasti. Ekonomická spotřeba (útrata) je primárním vstupem do multiplikačního modelu, díky kterému je možné komplexně vyhodnotit ekonomické dopady a přínos pro veřejné rozpočty.

- Ekonomický dopad na základě spotřeby spojené s návštěvností Destinace Šumava žije se projevuje v celé řadě odvětví národního hospodářství. Význam tohoto dopadu pro veřejné rozpočty je možné kalkulovat pomocí **analýzy odběratelsko-dodavatelských vztahů (input-output analýzy),** která dokáže vyčíslit i multiplikační efekt způsobený zvýšením produkce celých dodavatelských řetězců.
- V analýze odběratelsko-dodavatelských vztahů je základním zdrojem celková útrata za nakoupené služby a produkty (kulturu, ubytování, stravování, dopravu aj.). Tyto výdaje se následně rozdělují mezi subdodavatele kupovaných služeb. Do modelu tak vstupují např. dodavatelé dopravy, energií, surovin apod. (viz grafika)

**Grafické zobrazení principu zohlednění multiplikačního efektu:**




Pro výpočet ekonomických dopadů byla využita **input-output analýza**, která je nejpřesnější a nejsložitější metodou. Umožňuje vyčíslit také **multiplikační efekty**, které jsou způsobeny vazbami dotčených organizací (pořadatele, hotelů, restaurací apod.) na další odvětví ekonomiky díky dodavatelským vztahům. Tuto metodu vynalezl ekonom W. Leontief, který za ni získal v roce 1973 **Nobelovu cenu**. V současnosti se input-output analýza používá na celém světě k výpočtům dopadů různých projektů, veřejných výdajů ap.
V Česku byla tato metoda aplikována na české podmínky a národní účty a schválena Ministerstvem kultury ČR jako **certifikovaná Metodika pro výpočet ekonomických dopadů kulturních organizací**.

# Vysvětlení ukazatelů kvantifikovatelných dopadů

**Jednotlivé ukazatele popisující ekonomické dopady vyplývající z cestovního ruchu v Destinaci Šumava žije spolu navzájem souvisí. Ze spotřeby, která je realizována v návaznosti na návštěvnost, vyplývají tržby v multiplikaci a z nich příjmy pro veřejné rozpočty.**

## Iniciovaná spotřeba

V návaznosti na návštěvnost Destinace Šumava žije a atraktivit v něm je iniciována spotřeba nákupem produktů a využíváním služeb návštěvníky. Jedná se především o útratu za vstupenky, ubytování, gastronomii, volnočasové aktivity a další služby.




## Tržby v multiplikaci

Ekonomická spotřeba je primárním vstupem do multiplikačního modelu, díky kterému je možné komplexně vyhodnotit zvýšení obratu v celé ekonomice. Na základě analýzy odběratelsko-dodavatelských vztahů lze vyčíslit multiplikační efekty, tzn. tržby všech subjektů v dotčených dodavatelských řetězcích.



## Příjmy pro veřejné rozpočty

Příjmy pro veřejné rozpočty jsou kalkulovány na základě výpočtu ekonomických dopadů a za využití daňových sazeb za rok 2024 (DPH, daně z příjmu právnických osob, spotřební daně, poplatky za pobyt, daně z příjmu fyzických osob a odvody sociálního a zdravotního pojištění).




## Vytvoření pracovních příležitostí



V návaznosti na spotřebu návštěvníků jsou vytvářeny pracovní příležitosti v odvětví cestovního ruchu, kultury i v dalších návazných odvětvích. Jedná se jednak o pracovní místa přímo spojená s poskytováním služeb návštěvníkům a obyvatelům Destinace Šumava žije, ale i další pracovní místa v dodavatelských odvětvích. Díky multiplikačnímu efektu dodavatelských řetězců se zvyšuje objem práce v rámci celé ekonomiky ČR.

## Investiční potenciál – ziskové marže



Část z tržeb v multiplikaci vyplývajících ze spotřeby v Destinaci Šumava žije tvoří ziskovou marži podnikajících subjektů. Významná část marže je využita investičně do rozvoje jejich aktivit a zkvalitňování služeb. Jedná se jak o subjekty cestovního ruchu, tak další podnikající subjekty, které dodávají služby a zboží pro návštěvníky nebo primární poskytovatele služeb.

# Ekonomické dopady z návštěvnosti Destinace Šumava žije

Vstupní data pro výpočty vychází z dat návštěvnosti z Českého statistického úřadu pro HUZ, kalkulace výletníků a z kalkulace průměrné útraty těchto návštěvníků. Celkem **1,6 milionu turistů a návštěvníků** v Destinaci Šumava žije realizovalo v roce 2024 **útratu cca 3,5-4,8 miliard Kč**.
Tato iniciovaná spotřeba vytváří v české ekonomice **2900-3900 pracovních míst**.

## Iniciovaná spotřeba

*Spotřeba spojená s ubytováním a gastronomií*

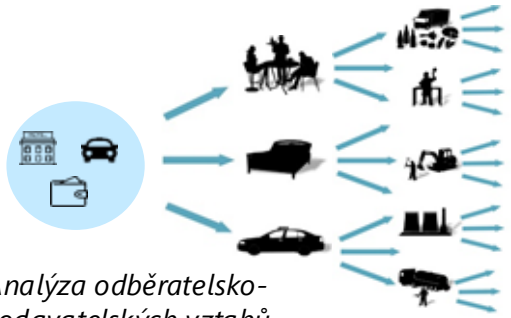
*Spotřeba spojená s dopravou a přesuny v rámci oblasti*

*Spotřeba za služby a zboží v návaznosti na návštěvu turistické oblasti*

**cca 3,5 – 4,8 mld. Kč**

**Spotřeba iniciovaná návštěvností Destinace Šumava žije v roce 2024**

## Tržby v multiplikaci



*Analýza odběratelsko-dodavatelských vztahů*

**cca 6,3 – 8,6 mld. Kč**

**Tržby v multiplikaci vyplývající z návštěvnosti Destinace Šumava žije v roce 2024**

## Příjmy pro veřejné rozpočty




*Příjmy pro veřejné rozpočty na území ČR (DPH, SPD, DPFO, DPPO, SP, ZP, atd.)*

**cca 1,3 – 1,8 mld. Kč**

**Příjmy pro veřejné rozpočty z návštěvnosti Destinace Šumava žije v roce 2024**

## Vytvoření pracovních příležitostí

*Pracovní místa přímo spojená s návštěvností destinace a místa vznikající v důsledku iniciovaných ekonom. dopadů*

**cca 2900 – 3900 FTE**

**Počet vytvořených pracovních úvazků v návaznosti na návštěvnost Destinace Šumava žije v roce 2024**

*FTE - ekvivalent přepočtených plných ročních pracovních úvazků)*

## Investiční potenciál - Ziskové marže

*Část tržeb v multiplikaci tvoří ziskovou marži ek. subjektů. Ti část z ní spotřebují, ale významná část je reinvestována.*

**cca 320 – 430 mil. Kč**

**Ziskové marže různých ekonomických subjektů v návaznosti na návštěvnost Destinace Šumava žije v roce 2024**

# Nekvantifikovatelné dopady

## Dopady v oblasti volnočasové nabídky

- Cestovní ruch přispívá k rozšíření možností trávení volného času v různých oblastech (kulturní, sportovní, vzdělávací, atd.).
- Nabídka volnočasových aktivit může působit preventivně proti nežádoucím sociálním jevům (např. vandalismu) a zároveň přispívá osobnostnímu rozvoji.
- Volnočasové aktivity rovněž umožňují trávit více času s rodinou či přáteli.

## Kvalita života v Destinaci Šumava žije

- Díky ekonomické aktivitě v návaznosti na cestovní ruch se snižuje riziko odlivu ekonomicky aktivního obyvatelstva z oblasti.
- V návaznosti pak dochází k udržení kvalifikované pracovní síly, což vede ke zvyšování kvality života v Destinaci Šumava žije a k regionálnímu rozvoji.

## Prestiž Destinace Šumava žije

- Zvyšující se prestiž může mít pozitivní dopady v podobě přílivu investic a dalšího zvyšování turistické návštěvnosti.
- Prestiž lze zvyšovat např. prostřednictvím médií, která informují o konání akcí v oblasti, případně o činnosti organizací působících v oblasti.
- Média tak přispívají k dobrému jménu Destinace Šumava žije a pozitivní publicita láká do oblasti další návštěvníky.

## Příležitosti pro podnikatele

- Cestovní ruch poskytuje možnosti pro malé a střední podnikatele v různých odvětvích.
- Tyto příležitosti se týkají například poskytovatelů doplňkových služeb v oblasti cestovního ruchu, podniků zabývajících se marketingem a propagací, ale i dalších oblastí podnikání.
- Cestovní ruch je průřezové a iniciační odvětví, jenž zahrnuje mimo jiné dopravu, ubytovací a stravovací zařízení, turistická zařízení, služby cestovních kanceláří a agentur, průvodcovské služby, informační systémy, informační centra aj.
- V České republice tvoří přibližně 3 % HDP, při zahrnutí multiplikace pak až 6 % HDP.

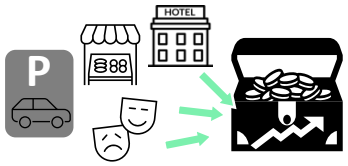
# Nekvantifikovatelné dopady

| Přínosy a dopady turismu v Destinaci Šumava žije | | Potenciální rizika spojená s případným dlouhodobějším útlumem turismu v Destinaci Šumava žije (např. z důvodu ekonomického poklesu, bezpečnostní situace, pandemie…) | |
|---|---|---|---|
| **Ekonomické přímé** | **Ekonomické nepřímé** | **Ekonomické přímé** | **Ekonomické nepřímé** |
| ▪ Výdaje návštěvníků – pozitivní vliv na investice – příliv kapitálu do Destinace Šumava žije<br>▪ Výdaje spojené s investicemi do výstavby a rozvoje<br>▪ Zaměstnanost místních občanů<br>▪ Daňové a jiné příjmy (např. rekreační poplatek)<br>▪ Kladný vliv na ceny nemovitostí | ▪ Nízká nezaměstnanost<br>▪ Zvýšená spotřeba obyvatel<br>▪ Zvýšení poptávky po službách subdodavatelů<br>▪ Zvýšení konkurenceschopnosti a významu Destinace Šumava žije<br>▪ Výdaje návštěvníků v Destinaci Šumava žije<br>▪ Vznik nových podnikatelských příležitostí | ▪ Pokles příjmů plynoucích z útrat návštěvníků Destinace Šumava žije<br>▪ Pokles zisků v odvětví cestovního ruchu a i v návazných odvětvích<br>▪ Útlum kapitálových výdajů spojených s investicemi do obnovy a rozvoje<br>▪ Pokles zaměstnanosti<br>▪ Snížení nebo úplná eliminace příjmů z poplatků za ubytování | ▪ Snížení poptávky po službách dodavatelů<br>▪ Ztráta investičního potenciálu<br>▪ Pokles příjmů z cestovního ruchu a spotřeby obyvatel Destinace Šumava žije<br>▪ Ztráta konkurenceschopnosti a ekonomické významu |
| **Sociální, demografické** | **Marketingové a PR** | **Sociální, demografické** | **Marketingové a PR** |
| ▪ Pozitivní dopad na spokojenost a kvalitu života obyvatel<br>▪ Podpora rozvoje obchodních vztahů<br>▪ Pozitivní saldo migrace obyvatel<br>▪ Zvýšení atraktivity pro udržení a příliv vzdělaných obyvatel<br>▪ Pozitivní vliv na aktivní trávení volného času dětí a mládeže | ▪ Zvýšení povědomí a zájmu o Destinace Šumava žije a její opakované návštěvy<br>▪ Zviditelnění Destinace Šumava žije pro další segmenty klientely<br>▪ Růst prestiže Destinace Šumava žije a přilákání dalších investorů<br>▪ Posílení zájmu o turismus v Destinaci Šumava žije | ▪ Negativní saldo migrace obyvatel<br>▪ Odliv ekonomicky aktivních obyvatel<br>▪ Pokles příležitostí pro aktivní trávení volného času<br>▪ Potenciál nárůstu vandalismu a sociálně patologických jevů | ▪ Pokles atraktivity Destinace Šumava žije pro návštěvníky<br>▪ Nedostatek podnětů pro přilákání návštěvníků a potenciálních investorů<br>▪ Potřeba vytvoření nové koncepce strategie<br>▪ Vyšší náklady na propagaci Destinace Šumava žije |

# Přínosy cestovního ruchu pro obec a její občany

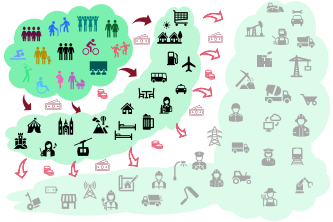
**Rozvinutý cestovní ruch v obci a jejím okolí** má **pozitivní dopady** na všeobecný rozvoj obce i na ekonomiku obce a obecní rozpočet. Tyto důsledky se dále multiplikují prostřednictvím vlivu turismu na návazná odvětví.

## Přímý dopad do rozpočtu obce



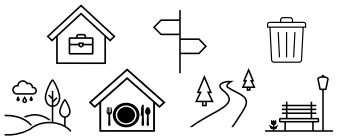

**Poplatek z pobytu**, vstupného, příjmy z parkování, **pronájem** venkovních ploch, reklamních ploch...

## Sekundární dopady do ekonomiky obce



**Multiplikace ek. přínosů** v návazných odvětvích

## Investice do veřejného prostoru



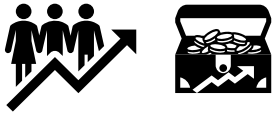
Investice do cestovního ruchu často vedou ke **zlepšení infrastruktury**, která je využívána i místními obyvateli .

## Zvýšení známosti a prestiže obce



Rozvinutý cestovní ruch vede k větší známosti obce, což má **pozitivní dopad i na ekonomiku obce**, schopnost **získávat investice, občany**...

## Pozitivní dopad na vývoj počtu obyvatel obce



Uvedené přínosy cestovního ruchu mají **pozitivní vliv na příchod nových obyvatel** (nebo zabránění odlivu), což má opět dopady do rozpočtu.

Stejně tak má **dlouhodobě fungující cestovní ruch v obci a jejím okolí** pozitivní vliv na ekonomické fungování i kvalitu života místních obyvatel a tím pádem **může pozitivně ovlivňovat vývoj počtu obyvatel obce**.

## Zaměstnání přímo v cestovním ruchu



Místní obyvatelé mohou nalézt **zaměstnání a finanční příjem** přímo ve službách spojených s cestovním ruchem.

## Zaměstnání v návazných odvětvích



Občané mohou mít **příjem i ze zaměstnání a živností**, které jsou na cestovní ruch přímo či nepřímo navázány.

## Kvalita trávení volného času



Fungující cestovní ruch má pozitivní dopad na možnosti trávení volného času místních obyvatel, využívání infrastruktury a **nabídky, která by bez cestovního ruchu nevznikla**.

## Lepší kvalita života v obci



Rozvinutý cestovní ruch má pozitivní dopad na **rozsah a kvalitu služeb pro místní obyvatele** – dopravní obslužnost, kvalita zdravotnictví, vyšší bezpečnost, infrastruktura pro cyklisty...

## Vyšší sounáležitost s obcí



Představené přínosy cestovního ruchu vliv na celkovou spokojenost, **sounáležitost obyvatel s obcí a tvorbu místní komunity**, což vede k udržení obyvatelstva.

# Přínosy destinační spolupráce pro obec a její občany

**Dobře nastavená a dlouhodobě efektivní destinační spolupráce** může výrazně **pomoci zdravému a udržitelnému rozvoji** cestovního ruchu v turistické oblasti, který má **pozitivní vliv na obec i její obyvatele**. Dobře nastavená, dostatečně financovaná a kvalitně personálně zabezpečená **destinační společnost** může vykonávat velké množství aktivit, zastřešovat rozvojové projekty a záměry, které by jinak musely zajišťovat obce a další aktéři cestovního ruchu.

## Zvyšování kvality nabídky v cestovním ruchu a její koordinace



- Destinační společnost může efektivně **koordinovat aktivity mezi obcemi** a zajišťovat, že jejich nabídky se **doplňují, místo aby byly v konkurenci**. To vede k větší celkové přitažlivosti regionu.
- Společnost může pomoci s vývojem nových **turistických produktů a služeb**, které jsou přizpůsobené specifikům regionu a potřebám **cílových trhů a skupin**.
- Destinační společnost může **iniciovat investice do cestovního ruchu**, koordinovat aktivity spojené s financováním investičních projektů.

## Lepší spolupráce subjektů na rozvoji cestovního ruchu



- Iniciuje **spolupráci mezi aktéry** cestovního ruchu a koordinuje ji tak, aby probíhala efektivně a **na partnerské úrovni**.

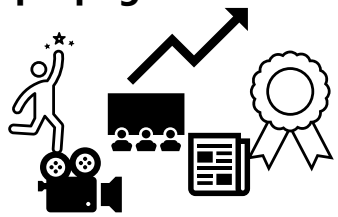


- Zajišťuje **centralizovaný sběr dat o cestovním ruchu** v oblasti, analyzuje je a obcím a dalším aktérům poskytuje data o turismu v oblasti **a jeho přínosech**.



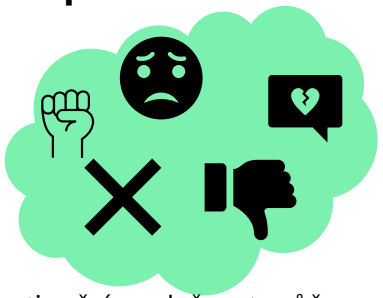
- V případě správného nastavení se společnost může **podílet na efektivním výběru poplatku z pobytu**.

## Destinační marketing a propagace oblasti



- Společnost může **centralizovat marketingové a propagační aktivity**, což zvyšuje viditelnost a atraktivitu regionu.
- Místní obce se tak mohou dostat do povědomí širšího spektra turistů a přitom **nemusí marketingové aktivity samy vykonávat** a koordinovat.
- Destinační společnost může zajišťovat a koordinovat i takové marketingové aktivity, které by **pro jednotlivou obec nebyly smysluplné či realizovatelné** (např. turistická karta, cílená kampaň…).

## Zabránění negativním dopadům turismu



- Destinační společnost může vykonávat a koordinovat aktivity, které povedou k **minimalizaci negativních dopadů nadměrné koncentrace turistů** v jednom místě nebo čase.
- Neřešení tohoto rizika může zvyšovat **iritaci místního obyvatelstva** a jeho celkovou nespokojenost.
- Destinační společnost může **koordinovat kroky na území celé oblasti** a tím zvyšovat jejich efektivitu.

# Analýza souvisejících strategických dokumentů

Na území Destinace Šumava žije má vliv několik strategických dokumentů, které jsou buď přímo koncepcí cestovního ruchu, či mají alespoň zahrnutou kapitolu týkající se cestovního ruchu. V minulosti byli připraveny strategie jak na úrovni krajů (Plzeňský a Jihočeský), tak i na úrovni regionů v okolí oblasti západní Šumavy a jejího podhůří. Větší města ve sledovaném území mají také zpracované strategické plány a programy rozvoje. Tyto dokumenty se ve většině případů věnují také oblasti cestovního ruchu.

# Strategické dokumenty k řízení cest. ruchu – souhrn

Dokumenty, které ke správě a rozvoji cestovního ruchu ve sledované oblasti využívají zainteresování aktéři, sumarizuje následující tabulka.

**Strategické dokumenty k řízení cestovního ruchu v Destinaci Šumava žije**

| Název studie / dokumentu | Zadavatel | Zpracovatel | Datum vzniku | Vliv na cestovní ruch |
|---|---|---|---|---|
| Koncepce rozvoje cestovního ruchu pro Šumavu | Regionální rozvojová agentura Šumava | Jihočeská Silva Nortica | 2023 | Přímý |
| Studie usměrnění cestovního ruchu v regionu Šumavy | Správa Národního parku Šumava | PROCES – Centrum pro rozvoj obcí a regionů, s.r.o. | 11/2023 | Přímý |
| Strategický plán rozvoje města Klatovy 2017–2025 | Město Klatovy | KPMG Česká republika | 9/2017 | Vedlejší |
| Strategie cestovního ruchu města Klatov | Město Klatovy | KPMG Česká republika | 1/2021 | Přímý |
| Rozvojová strategie Bayerischer Wald – Šumava 2020+ | Bayerischer Wald – Šumava Region | Rothkopf-Projektmanagement | 6/2021 | Vedlejší |
| Marketingová strategie Šumavy | Mikroregion Šumava-západ a Mikroregion Horní Vltava-Boubínsko | Ing. Robert Španěl, Ing. Lenka Čechová, Ing. Roman Reiser | 5/2012 | Vedlejší |
| Strategie rozvoje cestovního ruchu Kašperské Hory | Město Kašperské Hory | interní | 10/2012 | Přímý |
| Koncepce rozvoje cestovního ruchu Plzeňského kraje 2014-2020 | Plzeňský kraj | KPMG Česká republika | 12/2013 | Přímý |

# Strategické dokumenty k řízení cest. ruchu – souhrn

**Strategické dokumenty k řízení cestovního ruchu v Destinaci Šumava žije**

| Název studie / dokumentu | Zadavatel | Zpracovatel | Datum vzniku | Vliv na cestovní ruch |
|---|---|---|---|---|
| Koncepce rozvoje cestovního ruchu Jihočeského kraje 2021-2030 | Jihočeský kraj | Jihočeská centrála cestovního ruchu | 2021 | Přímý |
| Strategie rozvoje cestovního ruchu 2024+ | Destinace Sušicko, z.s. | interní | 9/2023 | Přímý |
| Marketingová strategie TO Pošumaví | Turistická oblast Pošumaví, z.s. | management TO Pošumaví | 2018 | Vedlejší |
| Koncepce rozvoje cestovního ruchu 2012-2015 Javorník na Šumavě a okolí | Nadační fond Karla Klostermanna | KP projekt s.r.o. | 9/2012 | Přímý |

# Strategické dokumenty k řízení cest. ruchu – popis 1/4

| Koncepce rozvoje cestovního ruchu pro Šumavu | |
|---|---|
| **Zadavatel:** **RRA Šumava**<br>**Zpracovatel:** **Jihočeská Silva Nortica**<br>Vydáno: 2023<br>Rozsah: 126 stran | Komplexní strategie rozvoje cestovního ruchu na Šumavě s důrazem na udržitelnost a vyvážený vztah mezi turismem a ochranou přírody. Dokument analyzuje současný stav turismu, jeho dopady a možnosti rozvoje. SWOT analýza identifikuje klíčové výzvy a příležitosti v oblasti životního prostředí, infrastruktury, ekonomiky a řízení cestovního ruchu. Návrhová část stanovuje strategické cíle včetně decentralizace návštěvnosti, podpory autentických komunit a zlepšení infrastruktury. Důraz je kladen na citlivou péči o obce, vytvoření destinační organizace a zavedení efektivního marketingu. |
| **Studie usměrnění cestovního ruchu v regionu Šumavy** | |
| **Zadavatel:** **Správa Národního parku Šumava**<br>**Zpracovatel:** **PROCES – Centrum pro rozvoj obcí a regionů, s. r. o.**<br>Vydáno: listopad 2023<br>Rozsah: 164 stran | Studie se zaměřuje na regulaci návštěvnosti v regionu Šumavy s cílem minimalizovat negativní dopady na přírodu a zvýšit udržitelnost cestovního ruchu. Analytická část mapuje přírodní podmínky, turistickou atraktivitu, infrastrukturu a turistickou zátěž na chráněná území. SWOT analýza identifikuje hlavní výzvy a příležitosti. Návrhová část se soustředí na regulaci pohybu návštěvníků, rozvoj udržitelné turistiky, ochranu citlivých ekosystémů a optimalizaci dopravy. Dokument rovněž obsahuje doporučení pro strategické řízení cestovního ruchu a implementační opatření. |
| **Strategie rozvoje města Klatovy 2017–2025** | |
| **Zadavatel:** **Město Klatovy**<br>**Zpracovatel:** **KPMG Česká republika s.r.o.**<br>Vydáno: září 2017<br>Rozsah: 69 stran | Strategický dokument zaměřený na rozvoj Klatov do roku 2025. Obsahuje analýzu socioekonomických podmínek, infrastruktury a cestovního ruchu. SWOT analýza identifikuje klíčové faktory rozvoje. Strategie stanovuje priority jako podporu podnikání, zlepšení dopravy a posílení turistického potenciálu. Součástí je akční plán s konkrétními opatřeními. |

# Strategické dokumenty k řízení cest. ruchu – popis 2/4

| Strategie cestovního ruchu města Klatov | |
|---|---|
| **Zadavatel:** **Město Klatovy**<br>**Zpracovatel:** **KPMG Česká republika, s.r.o.**<br>Vydáno: leden 2021<br>Rozsah: 75 stran | Strategický dokument zaměřený na rozvoj cestovního ruchu v Klatovech. Analyzuje současnou situaci v oblasti turismu, návštěvnosti, infrastruktury a poptávky. SWOT analýza identifikuje klíčové výzvy a příležitosti. Návrhová část se soustředí na podporu nabídky cestovního ruchu, zlepšení destinačního managementu a marketingové strategie. Implementační část obsahuje konkrétní opatření, monitoring a financování projektů. |
| **Rozvojová strategie Bayerischer Wald – Šumava 2020+** | |
| **Zadavatel:** **Bayerischer Wald – Šumava Region**<br>**Zpracovatel:** **Rothkopf-Projektmanagement**<br>Vydáno: červen 2021<br>Rozsah: 91 stran | Strategie rozvoje přeshraniční spolupráce mezi Bavorským lesem a Šumavou se zaměřením na cestovní ruch, vzdělávání, výzkum, ochranu přírody, zdravotnictví a regionální rozvoj. Dokument analyzuje socioekonomické podmínky regionu, identifikuje výzvy pro přeshraniční spolupráci a stanovuje strategické cíle a projekty. Důraz je kladen na udržitelný turismus, zlepšení dopravní infrastruktury, inovace a posílení přeshraničních vazeb mezi institucemi a komunitami. |
| **Marketingová strategie Šumavy** | |
| **Zadavatel:** **Mikroregion Šumava-západ a Mikroregion Horní Vltava-Boubínsko**<br>**Zpracovatel:** **Ing. Robert Španěl, Ing. Lenka Čechová, Ing. Roman Reiser**<br>Vydáno: květen 2012<br>Rozsah: 297 stran | Strategický dokument zaměřený na jednotnou propagaci Šumavy jako turistické destinace. Analyzuje současný stav marketingu regionu, cílové skupiny, konkurenci a SWOT analýzu. Definuje vizi, strategické cíle a doporučení pro efektivní marketingovou komunikaci. Návrhová část se soustředí na vytvoření jednotné značky Šumavy, koordinaci marketingových aktivit a zlepšení infrastruktury cestovního ruchu. Součástí je implementační plán s konkrétními opatřeními pro udržitelný rozvoj turismu a posílení regionální identity. |

# Strategické dokumenty k řízení cest. ruchu – popis 3/4

| Strategie rozvoje cestovního ruchu Kašperské Hory | |
|---|---|
| **Zadavatel:** **Město Kašperské Hory**<br>**Zpracovatel:** **interní**<br>Vydáno: říjen 2012<br>Rozsah: 138 stran | Strategie definuje směřování rozvoje cestovního ruchu v Kašperských Horách se zaměřením na turistickou nabídku, infrastrukturu a marketing. Obsahuje analýzu současného stavu, SWOT analýzu a návrhovou část s prioritami rozvoje. Hlavní důraz je kladen na posílení image města jako turistické destinace, rozvoj infrastruktury, lepší organizaci cestovního ruchu a efektivnější marketing. Dokument také obsahuje návrhy konkrétních opatření a doporučení pro udržitelnost a rozvoj městské turistické nabídky. |
| **Koncepce rozvoje cestovního ruchu Plzeňského kraje 2014-2020** | |
| **Zadavatel:** **Plzeňský kraj**<br>**Zpracovatel:** **KPMG Česká Republika**<br>Vydáno: prosinec 2013<br>Rozsah: 69 stran | Strategický dokument zaměřený na udržitelný rozvoj cestovního ruchu v Plzeňském kraji. Analytická část hodnotí nabídku a poptávku v turismu, infrastrukturní zázemí a ekonomické přínosy odvětví. SWOT analýza identifikuje klíčové výzvy a možnosti rozvoje. Návrhová část se věnuje definování hlavních produktů cestovního ruchu, včetně jejich marketingu, řízení destinačního managementu a přeshraniční spolupráce. Strategie také obsahuje návrh legislativních změn pro efektivnější podporu regionálního turismu. |
| **Koncepce rozvoje cestovního ruchu Jihočeského kraje 2021-2030** | |
| **Zadavatel:** **Jihočeský kraj**<br>**Zpracovatel:** **Jihočeská centrála cestovního ruchu**<br>Vydáno: 2021<br>Rozsah: 43 stran | Strategický dokument zaměřený na rozvoj cestovního ruchu v Jihočeském kraji do roku 2030. Obsahuje analýzu nabídky a poptávky v turismu, infrastruktury a konkurence. SWOT analýza identifikuje klíčové faktory rozvoje. Návrhová část stanovuje strategické cíle včetně posílení značky Jižní Čechy, stabilizace řízení cestovního ruchu, ekonomického přínosu turismu a investic do infrastruktury a digitalizace. Součástí je implementační plán s opatřeními pro efektivní marketing, rozvoj produktů a krizový management. |

# Strategické dokumenty k řízení cest. ruchu – popis 4/4

| Strategie rozvoje cestovního ruchu 2024+ | |
|---|---|
| **Zadavatel:** **Destinace Sušicko, z.s.**<br>**Zpracovatel:** **interní**<br>Vydáno: září 2023<br>Rozsah: 43 stran | Strategický dokument zaměřený na rozvoj cestovního ruchu v oblasti Sušicka. Analyzuje současný stav turismu, infrastruktury a konkurence. SWOT analýza identifikuje klíčové silné a slabé stránky destinace. Návrhová část stanovuje cíle v oblasti efektivního řízení destinace, rozvoje turistických produktů, zlepšení infrastruktury a optimalizace marketingu. Strategie klade důraz na udržitelnost, spolupráci aktérů cestovního ruchu a lepší využití přírodního a kulturního dědictví regionu. |
| **Marketingová strategie TO Pošumaví** | |
| **Zadavatel:** **Marketingová strategie TO Pošumaví**<br>**Zpracovatel:** **management TO Pošumaví**<br>Vydáno: 2018<br>Rozsah: 81 stran | Strategie zaměřená na rozvoj a propagaci turistické oblasti Pošumaví. Obsahuje analýzu nabídky a poptávky cestovního ruchu, včetně lokalizačních, realizačních a selektivních předpokladů. SWOT analýza identifikuje klíčové faktory rozvoje regionu. Návrhová část definuje strategické cíle, vizi destinace a konkrétní turistické produkty jako Pošumavské baroko, Otavská plavba či filmovou turistiku. Dokument klade důraz na destinační management, zlepšení marketingové komunikace a rozšíření turistické sezóny |
| **Koncepce rozvoje cestovního ruchu 2012-2015 Javorník na Šumavě a okolí** | |
| **Zadavatel:** **Nadační fond Karla Klostermanna**<br>**Zpracovatel:** **KP projekt s.r.o.**<br>Vydáno: září 2012<br>Rozsah: 81 stran | Strategický dokument zaměřený na rozvoj cestovního ruchu v oblasti Javorníku na Šumavě. Analytická část hodnotí územní předpoklady, turistické atrakce, infrastrukturu a služby. SWOT analýza identifikuje silné a slabé stránky regionu. Návrhová část obsahuje strategické cíle, priority rozvoje, návrhy na propagaci destinace a plán financování. Důraz je kladen na udržitelný turismus, rozvoj turistických produktů a zlepšení spolupráce mezi aktéry cestovního ruchu. |

# Příklady podobných oblastí s kvalitním řízením a propagací cestovního ruchu

Na evropském kontinentu se nachází celá řada území, která sdílí podobné geografické a kulturní rysy jako Šumava. Ať už jde o národní parky s vysokou návštěvností nebo o regiony v horských a podhorských oblastech, tyto destinace vynikají profesionálním přístupem k řízení turismu, kvalitní infrastrukturou a silnou destinační značkou. Cílem této části je představit inspirativní příklady z různých koutů Evropy, kde se daří skloubit ochranu přírody s řízením a propagací cestovního ruchu na vysoké úrovni.

# Příklady podobných oblastí s kvalitním řízením a propagací cestovního ruchu

## region Bodamského jezera (Německo, Rakousko, Švýcarsko, Lichtenštejnsko)



Oblast Bodamského jezera představuje vzor přeshraniční spolupráce v cestovním ruchu. Destinace je řízena jednou organizací která koordinuje společný marketing, informační systémy i rozvoj infrastruktury napříč zeměmi. Díky jednotné značce a integrované nabídce spojuje jezero, historická města i přístup do Alp do atraktivního a udržitelného turistického celku.

Zdroj: feuerer-reisen.de

## Triglavský národní park (Slovinsko)



Triglavský národní park rozvíjí přeshraniční spolupráci a drží Evropskou chartu udržitelného turismu, čímž propojuje ochranu přírody s kvalitním řízením návštěvnosti. Cíleně zapojuje místní obce, farmáře, podnikatele i neziskové organizace do plánování a propagace cestovního ruchu, důraz je kladen na propagaci šetrné formy sportu a rekreace v přírodě.

Zdroj: erjavcevakoca.cz

## Národní park Oulanka (Finsko)



Finský park Oulanka zavedl koncept „Land of National Parks“, který cíleně rozkládá návštěvnost do širšího regionu a propaguje méně známé přírodní lokality. Díky zapojení partnerů v oblasti cestovního ruchu a silnému regionálnímu marketingu se daří snižovat dopady přetížení a posilovat udržitelný turismus.

Zdroj: finlandnaturally.com

**Další oblasti jako příklad destinací s fungujícím benefitním systémem**

- **Bavorský les (Německo) – GUTi karta**

Karta GUTi zajišťuje bezplatnou dopravu pro návštěvníky ubytované v partnerských zařízeních. Funguje jako nástroj měkkého turismu a propojuje podnikatele s regionálními aktivitami i marketingem.

- **Černý les (Německo) – KONUS karta**

KONUS umožňuje turistům bezplatně využívat regionální dopravu v celé oblasti Schwarzwaldu. Zapojeno je přes 140 obcí a tisíce podnikatelů, čímž karta podporuje ekologickou mobilitu i rozvoj služeb.

- **Ticino (Švýcarsko) – Ticino Ticket**

Hosté ubytovaní v regionu Ticino získají zdarma kartu, která umožňuje neomezené cestování veřejnou dopravou a slevy na desítky atrakcí. Kartu podporují místní podnikatelé i dopravci a systém výrazně posiluje udržitelnost i regionální ekonomiku.

# Výstupy z dotazníkových šetření

V rámci studie bylo realizováno **dotazníkové šetření v únoru 2025** formou online veřejně přístupné ankety. Odkaz na dotazník byl distribuován prostřednictvím sociálních sítí Destinační společnosti Šumava Tourism, partnerských měst a dalších organizací, popř. přímým oslovením pomocí e-mailu.

Vzorek respondentů tím pádem **není reprezentativním vzorkem celé populace sledovaného území**, nicméně vysoký počet odpovědí (n=466 v případě šetření místních obyvatel, n=81 v případě šetření u odborné veřejnosti) dodává výzkumu jistou váhu. Výzkum byl rozdělen na 2 dotazníky, které byly určeny pro:

- **obyvatele území Destinace Šumava žije** a jejich postoje k cestovnímu ruchu,
- **zástupce odborné veřejnosti v cestovním ruchu** a jejich názory na stav a další rozvoj turismu na území oblasti západní Šumavy a jejího podhůří.

**Podrobné výsledky výzkumu jsou uvedeny v samostatné příloze.**

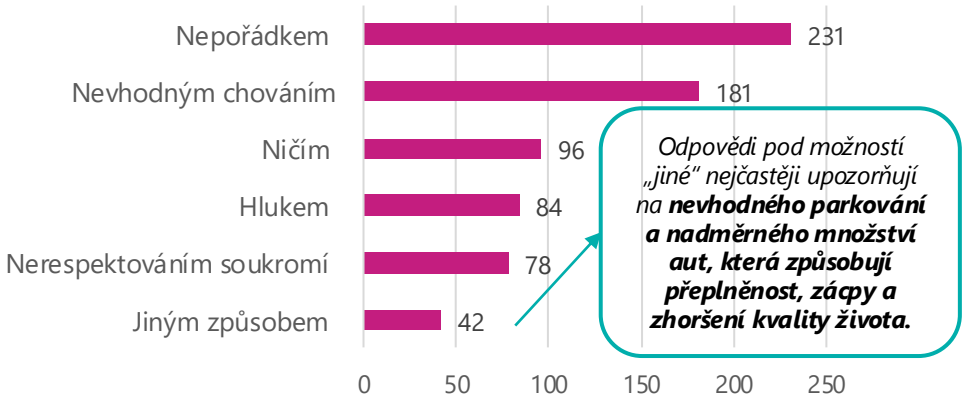
# Dotazníkové šetření mezi místními obyvateli o cestovním ruchu (1/2)

**Průběh dotazování:** **únor 2025**
**Distribuce:** anketa byla distribuována prostřednictvím sociálních sítí Destinační společnosti Šumava Tourism, partnerských měst a dalších organizací, formou odkazu na online dotazník
**Výběr respondentů:** vzorek není koncipován jako reprezentativní a s tímto vědomím je nezbytné přistupovat k interpretaci výsledků
**Počet respondentů celkem:** 466
**Filtrační otázka:** úvodní filtrační otázku validující status „obyvatele" vyplnilo 460 osob, poté bylo 18 respondentů vyloučeno (netráví na Šumavě tolik času, aby vyplnění takovým respondentem bylo relevantní),
**celkový počet respondentů celého dotazníku byl tedy 448**

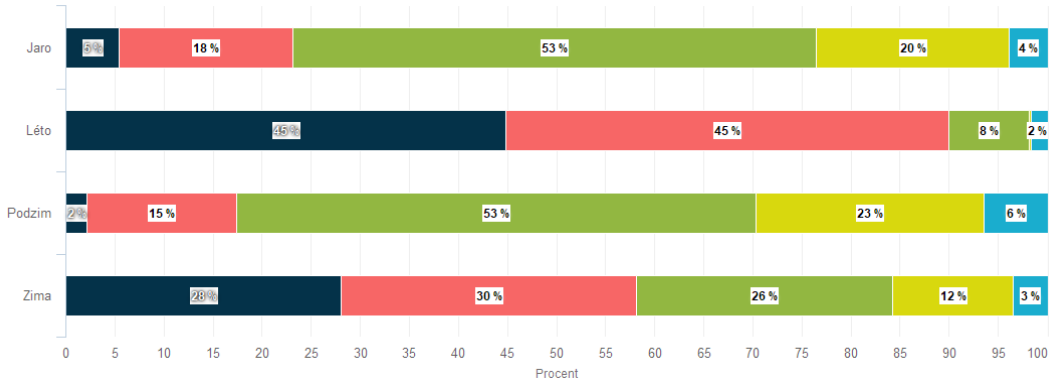
## HLAVNÍ ZÁVĚRY:

- *Stálý, nebo téměř stálý* pohyb návštěvníků v Destinaci Šumava žije zaznamenalo 73 % respondentů, odpověď *občas* uvedlo 23 % respondentů. Nicméně, přítomnost návštěvníků vnímá 59 % respondentů *spíše pozitivně* a *velmi pozitivně* pak 15 % dotazovaných. *Spíše negativně* působí návštěvnost na 23 % účastníků výzkumu. Přestože se v některých částech Destinace objevují náznaky overtourismu, lze na základě této ankety konstatovat, že ze strany místních obyvatel zatím není patrná výraznější míra iritace vůči cestovnímu ruchu.
- *Léto* a *zima* jsou označeny jako období roku, kdy je návštěvnost vnímána jako *velmi vysoká, až neúnosná* (45 % v létě, 28 % v zimě) nebo *vysoká, ale únosná* (45 % v létě, 30 % v zimě). Naopak, přiměřené jsou hlavně *jaro* i *podzim* (obě 53 %).
- Návštěvníci nejvíce obtěžují *místní nepořádkem* (50 %) a *nevhodným chováním* (39 %). Na druhou stranu, uvedli respondenti řadu přínosů, které cestovní ruch Šumavě přináší. Jsou to:
  - *pracovní příležitosti a ekonomický rozvoj* (53 %, 246 odpovědí),
  - *vyšší rozsah a úroveň* služeb (51 %, 234 odpovědí),
  - *oživení kulturního a společenského života v oblasti* (31 %, 144 odpovědí),
  - *kvalitnější péče o veřejný prostor* (23 %, 107 odpovědí) a další.

***Čím Vás v turistické oblasti "Šumava žije" nejvíce obtěžují návštěvníci / turisté?***




***Posuďte ze svého pohledu, jaká je v turistické oblasti Šumava žije intenzita cestovního ruchu v jednotlivých ročních obdobích?***

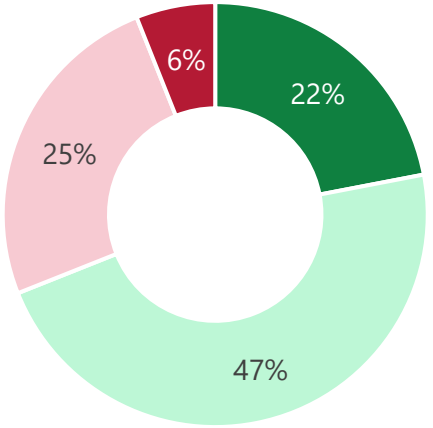


# Dotazníkové šetření mezi místními obyvateli o cestovním ruchu (2/2)

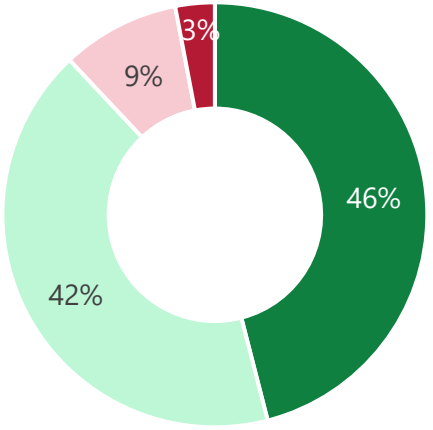
## HLAVNÍ ZÁVĚRY (POKRAČOVÁNÍ):

- 47 % respondentů *spíše souhlasí* a *22 % rozhodně souhlasí* s tím, že pro místní obyvatele vyplývají z cestovního ruchu přínosy. Obdobně, 46 % rozhodně souhlasí a 42 % spíše souhlasí s tím, že se Plzeňský kraj a města a obce mají v Destinaci Šumava žije podílet na podpoře rozvoje cestovního ruchu z veřejných prostředků
- Jako *spíše nekvalitní* (47 %) a *velmi nekvalitní* (22 %) hodnotí dotazovaní parkování a vlakovou či autobusová veřejnou dopravu (26 % / 25 % spíše nekvalitní, 8 % / 6 % velmi nekvalitní), což naznačuje směry, které by bylo potřeba posílit. Respondenti se u patřičné otevřené otázky shodli, že právě rozvoj infrastruktury je klíčový pro rozvoj cestovního ruchu na sledovaném území.
- Respondenti vnímají jako hlavní cílovou skupinu Destinace milovníky aktivního trávení volného času, cykloturisty a účastníky zážitkových programů, kde souhlas s atraktivní nabídkou těmto skupinám vyjádřilo 93 % respondentů (59 % rozhodně ano, 34 % spíše ano). Naopak nejnižší zájem vykazují účastníci konferencí (MICE) a milovníci festivalů a kultury, kde převažují spíše negativní odpovědi.

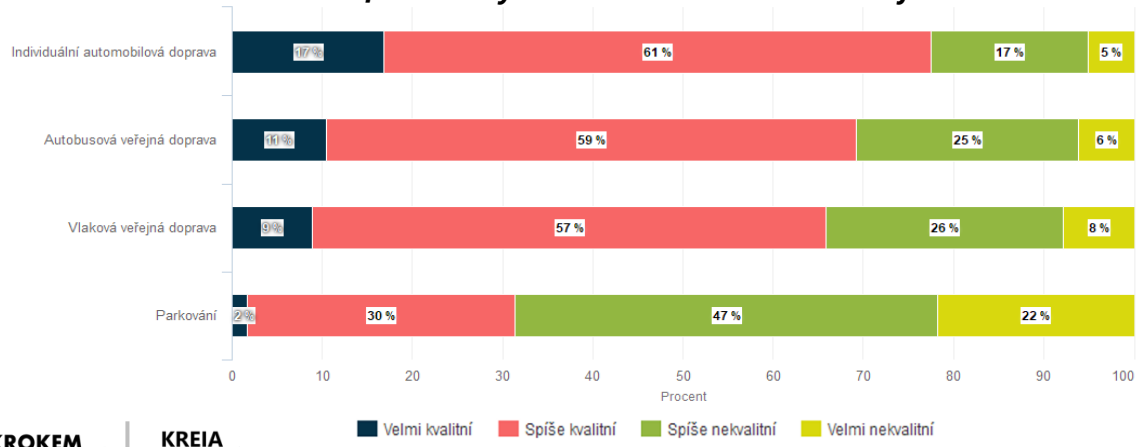
***Souhlasíte s tvrzením, že pro trvale žijící obyvatele vyplývají přínosy z cestovního ruchu, resp. turistů navštěvujících turistickou oblast "Šumava žije"?***




***Mají se Plzeňský kraj a města a obce v oblasti Šumava žije podílet na podpoře rozvoje cestovního ruchu z veřejných prostředků?***




***Jak hodnotíte kvalitu služeb v dopravě a kvalitu dopravní infrastruktury v turistické oblasti "Šumava žije"?***



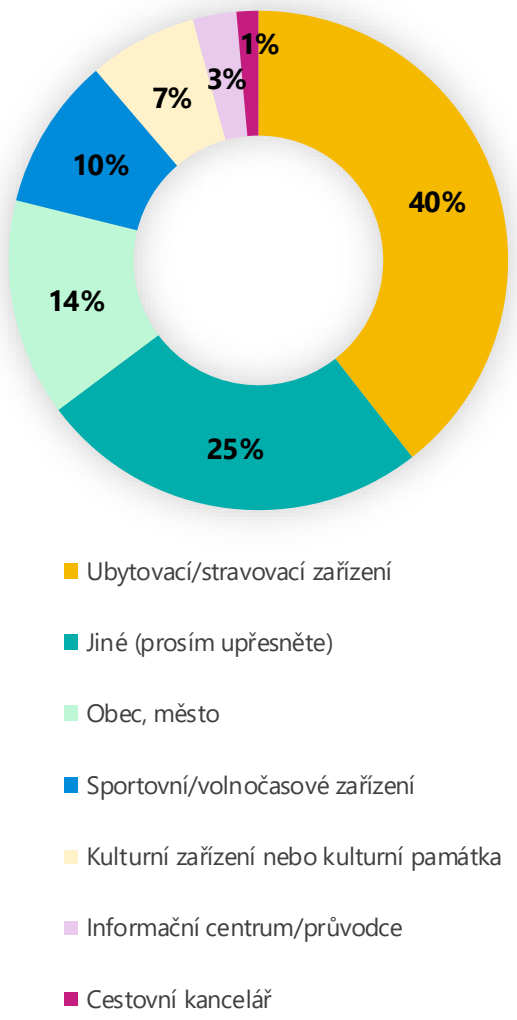
# Dotazníkové šetření mezi odbornou veřejností v cestovním ruchu (1/3)

**Průběh dotazování:** únor 2025
**Distribuce**: respondenti, resp. tematicky relevantní subjekty působící v oblasti cestovního ruchu, byli osloveni s žádostí o vyplnění online dotazníku e-mailem
**Výběr respondentů:** nereprezentativní, jednalo se o veřejně dostupné anonymní dotazníkové šetření a s tímto je třeba k interpretaci výsledků přistupovat
**Celkový počet respondentů:** 81

## HLAVNÍ ZÁVĚRY:

- Drtivá většina respondentů (80%) *rozhodně souhlasí* s tím, že cestovní ruch by měl být v Destinaci Šumava žije podporován jako významné ekonomické odvětví, přičemž nesouhlas vyjádřilo pouze 5% dotázaných.
- Většina respondentů (53%) hodnotí současné rozvojové podmínky pro cestovní ruch ze strany kraje a obcí jako *spíše vyhovující*, zatímco 40% (33% *spíše nevyhovujících* a 7% *úplně nevyhovujících*) vyjádřilo určitou nespokojenost. Pouze 7% respondentů považuje podmínky za *zcela vyhovující*.
- Nejvyšší intenzita cestovního ruchu je v létě, kdy téměř 80% respondentů hodnotí návštěvnost jako *vysokou nebo velmi vysokou*, zatímco v ostatních ročních obdobích převažují odpovědi označující intenzitu jako *přiměřenou* či *nízkou*. Naopak na jaře a na podzim je cestovní ruch v Destinaci Šumava žije vnímán s výrazným podílem odpovědí hodnotících intenzitu jako *nízkou* nebo *nízkou – nevyhovuje mi to* (38 % podzim, 29 % jaro).
- Respondenti nejčastěji vnímají jako hlavní přínos cestovního ruchu v Destinaci Šumava žije *vytváření pracovních příležitostí a ekonomický rozvoj* (75%) a *zvýšení rozsahu a úrovně služeb* (53%). Pozitivně je také hodnoceno *oživení kulturního a společenského života* (45%), zatímco aspekty jako *kvalitnější péče o krajinu* nebo *péče o kulturní památky* byly označovány méně často. Je vidno, že výsledek se shoduje s postojem místních obyvatel.

***Jaký sektor zastupujete?***
***n=21***

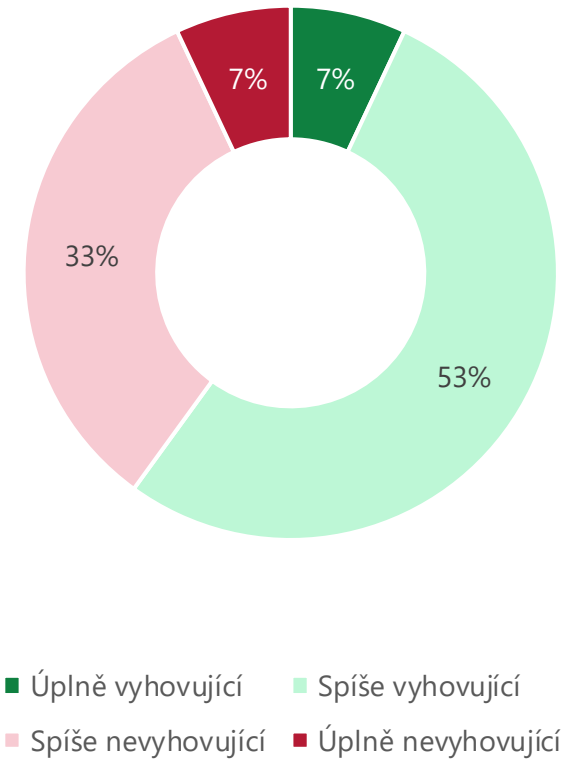


# Dotazníkové šetření mezi odbornou veřejností v cestovním ruchu (2/3)

## HLAVNÍ ZÁVĚRY (POKRAČOVÁNÍ):

- Respondenti nejčastěji jako hlavní bariéru rozvoje cestovního ruchu vnímají *nedostatečnou dopravní infrastrukturu* (51 %), a dále *nedostatečnou infrastrukturu související s turistickým servisem* (49 %). Významnými omezeními jsou rovněž *nedostatek kvalifikovaných pracovníků v oblasti služeb* (47 %) a *omezující přístup orgánů ochrany přírody k rozvoji turismu* (42 %). Vedle těchto klíčových problémů rezonují také dlouhodobě neřešené otázky jako je nízká kvalita marketingové komunikace a omezené finanční prostředky na destinační rozvoj.
- Výsledky šetření u odborné veřejnosti potvrzuje, že Destinace Šumava žije je nejatraktivnější zejména pro *milovníky aktivního trávení volného času, cykloturisty a běžkaře*, kde až 91 % respondentů odpovědělo pozitivně (64 % „rozhodně ano", 27 % „spíše ano"). Naopak nejnižší atraktivitu vnímají respondenti u účastníků konferencí a kongresů (MICE), milovníků festivalů a kultury a cestovatelů se zájmem o ekologicky šetrné cestování, kde převažují spíše negativní odpovědi.
- Kvalita dopravních služeb a infrastruktury ve sledované oblasti je vnímána *spíše negativně*, přičemž nejkritičtěji hodnocené je **parkování**, které 64 % respondentů označilo za *spíše* nebo *velmi nekvalitní*. Také autobusová a vlaková veřejná doprava jsou častěji hodnoceny jako *spíše nekvalitní* (62 % a 58 %), zatímco individuální automobilová doprava je vnímána o něco lépe, ale i zde převažují negativní hodnocení (71 % spíše nekvalitní).
- Odborná veřejnost považuje za nejdůležitější, aby portál Destinace Šumava žije poskytoval informace o *aktivitách a turistických cílech* (100 % respondentů považuje za velmi důležité nebo důležité) a kalendář akcí (96 %), informace o ubytování (96 %) a o dalších doprovodných službách (91 %). Naopak rezervační /nákupní systém, nebo případně e-shop a audioprůvodce jsou vnímané jako méně podstatné služby, kdy více než polovina respondentů je označila za *méně důležité* nebo *nedůležité*.

***Jaké rozvojové podmínky podle vašeho názoru v současné době vytváří kraj a zainteresovaná města a obce při rozvoji cestovního ruchu na svém území?***

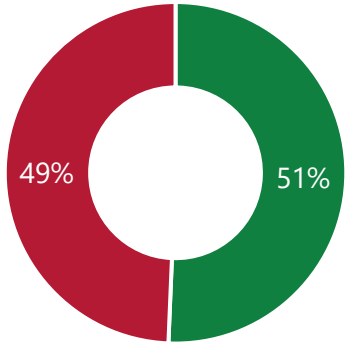


# Dotazníkové šetření mezi odbornou veřejností v cestovním ruchu (3/3)

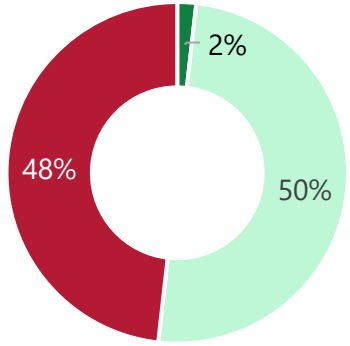
**HLAVNÍ ZÁVĚRY (POKRAČOVÁNÍ):**

- Více než polovina respondentů (51 %, 38 osob) ví o existenci DS Šumava Tourism jako destinační společnosti v Destinaci Šumava žije, zatímco 49 % (37 osob) tuto informaci nezná. To ukazuje na poměrně vyrovnanou informovanost, což naznačuje prostor pro další zvýšení povědomí o organizaci mezi veřejností a partnery.
- Pouze 22 % respondentů (16 osob) uvedlo, že spolupracují s organizací DS Šumava Tourism, zatímco 78 % (58 osob) spolupráci nenavázalo, což ukazuje na potřebu dalšího rozvoje partnerských vztahů a zvyšování zapojení aktérů v regionu.
- Hlavním důvodem nespolupráce s DS Šumava Tourism je skutečnost, že 60 % respondentů (34 osob) uvedlo, že jim spolupráce nebyla nabídnuta, zatímco 18 % (10 osob) nemá o spolupráci zájem a dalších 18% (10 osob) uvedlo jiné důvody, například neznalost organizace nebo osobní okolnosti. Pouze 5 % respondentů (3 osoby) uvedlo, že v minulosti spolupracovali, ale nebyli spokojeni s výsledky. Spolupráce s DS Šumava Tourism probíhá nejčastěji na základě členství v organizaci a dlouhodobé partnerské smlouvy (27 %, 4 osoby), přičemž další formy spolupráce, jako je jiná dohoda, zakladatelství organizace nebo neformální partnerství, mají stejný podíl 20 % (shodně 3 osoby).
- Většina respondentů (78 %, 45 osob) uvedla, že by o spolupráci s organizací destinačního managementu uvažovala v závislosti na konkrétní nabídce, zatímco 16 % (9 osob) by spolupráci přijalo a 7 % (4 osoby) ji odmítá. 48 % ale není ochotno za spolupráci platit.
- Za nejdůležitější činnost DS Šumava Tourism považují respondenti podporu tvorby lokálních a regionálních produktů cestovního ruchu (64 %, 45 osob), dále vytváření partnerství (56%) a zajišťování finančních prostředků na rozvoj oblasti (56%), přičemž důraz je kladen také na koncepční směřování a marketingové aktivity.

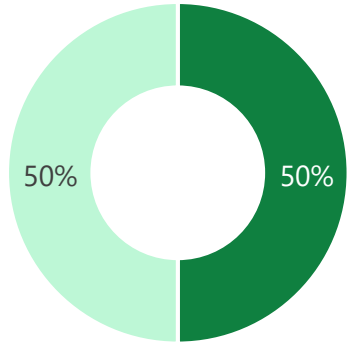
***Je Vám známo, že na území oblasti "Šumava žije" podporuje a rozvíjí cestovní ruch Destinační společnost Šumava Tourism, z.s.?***




***Pokud by Vám byla spolupráce nabídnuta, byli byste ochotni přispět finančními prostředky?***




***Jste se spoluprací s DS Šumava Tourism spokojeni?***



# Participace odborné veřejnosti

V rámci studie bylo provedeny **tři participativní workshopy**, kam byli pozváni hlavní aktéři cestovního ruchu v Destinaci Šumava žije. **První dva workshopy (přípravný a analytický)** se mimo jiné zabýval přínosy cestovního ruchu pro turistickou oblast, společnou vizí a bariérami pro rozvoj cestovního ruchu na západní Šumavě a jejím podhůří. **Třetí workshop (návrhový)** byl věnován zejména koordinaci cestovního ruchu a diskusi o možných návrzích možných opatřeních a aktivit, které mohou pomoci rozvoji cestovního ruchu v oblasti.

V rámci přípravy strategie proběhly **řízené rozhovory s vybranými aktéry cestovního ruchu** v destinaci. Získané informace doplňují analytickou část studie a jsou důležitým vstupem pro návrhovou část.

# Participativní workshopy

# Workshop přípravný – 21. 1. 2025, Železná Ruda

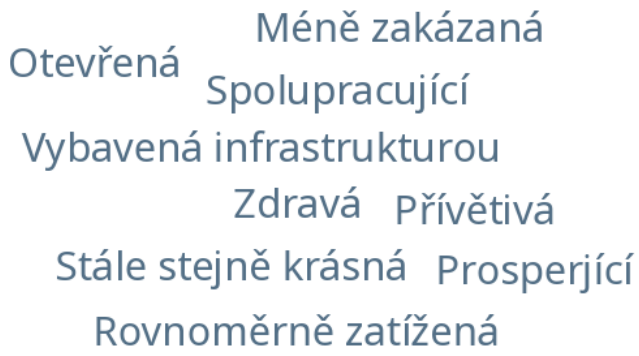
V **úterý 21. ledna 2025** se v **Železné Rudě** konal první přípravný workshop, na který byli pozváni zásadní aktéři cestovního ruchu v Destinaci Šumava žije.

- Zástupci destinačního managementu
- Zástupci měst a obcí z turistické oblasti
- Zástupci turistických cílů a atraktivit
- Zástupci společnosti Krokem

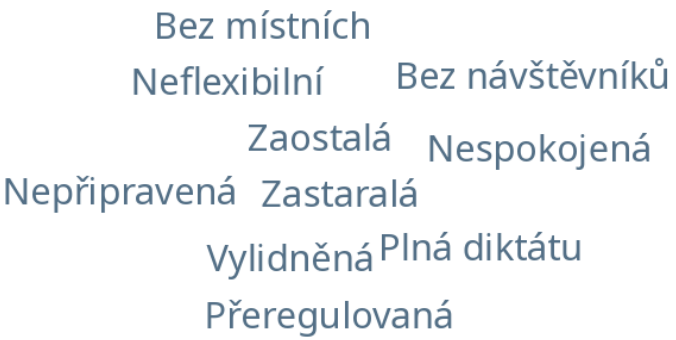
**V průběhu workshopu byla s účastníky diskutována následující témata:**

- Vize Destinace Šumava žije do budoucna
  - Jaká má destinace být?
  - Jaká by být neměla?
- Bariéry rozvoje Destinace Šumava žije
  - Bariéry v oblasti infrastruktury
  - Bariéry v oblasti marketingu
  - Bariéry v oblasti spolupráce

**Jaká CHCEME, aby byla destinace Šumava žije za cca 10 let? (Přívlastky)**




**Jaká NECHCEME, aby byla destinace Šumava žije za cca 10 let? (Přívlastky)**



# Workshop analytický – 4. 3. 2025, Klatovy

V **úterý 4. března 2025** se v refektáři Jezuitské koleje v Klatovech konal analytický workshop, na který byli pozváni zásadní aktéři cestovního ruchu v Destinaci Šumava žije.

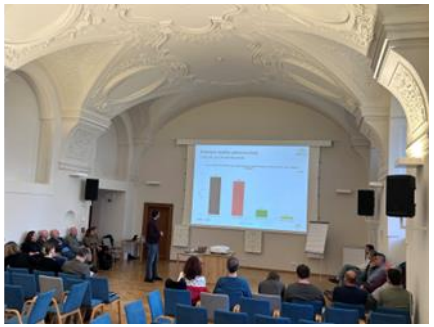
- Zástupci destinačního managementu
- Zástupci měst a obcí z turistické oblasti
- Zástupci turistických cílů a atraktivit
- Zástupci společnosti Krokem
- Workshopu se zúčastnilo 25 účastníků

**V průběhu workshopu byla s účastníky diskutována následující témata:**

- Přínosy cestovního ruchu
- Návštěvnost turistické oblasti
- Bariéry a problémy rozvoje
- Nabídka cestovního ruchu
- Neobjevené skvosty destinace
- Představení tvorby strategie





# Workshop analytický – 4. 3. 2025, Klatovy

**Výběr z informací probíraných na workshop:**

## Bariéry v oblasti infrastruktury a rozvoje potenciálu

- Nedostatečná podpora veřejné dopravy
- Špatná propojenost jednotlivých částí Šumavy
- Nedostatek podpůrné infrastruktury – odpadkové koše, WC…
- Nedostatek parkovacích míst, systém parkování
- Nedostatek infrastruktury pro nepřízeň počasí
- Nedostatek bydlení pro místní a pro zaměstnance
- Vztahy mezi ubytovacími zařízeními a apartmány, Airbnb…
- Limity dané Národním parkem, Lesy ČR
- Nepropojené cyklostezky
- Slabá nabídka mimo hlavní sezónu
- Nedostatek obchodů
- Špatná dostupnost některých cílů
- Odborné školy v oblasti cestovního ruchu v destinaci
- Nedostatečný orientační a navigační systém

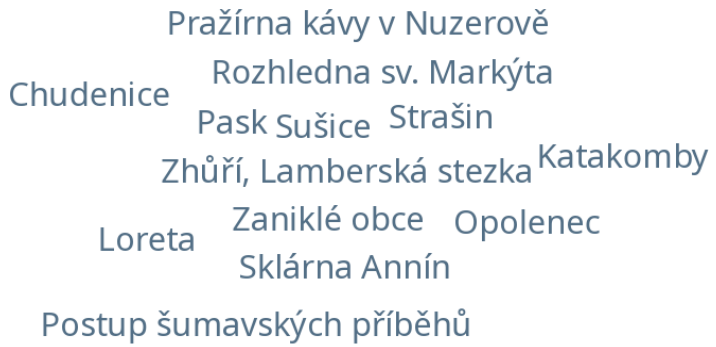
## Bariéry v oblasti destinační spolupráce

- Nedostatek kvalitního personálu
- Nedostatečná jazyková vybavenost
- Nedostatečná koordinace mezi zájmy CR a NP
- Nedostatečná koordinace mezi podnikateli a státní správou
- Neochota některých aktérů spolupracovat
- Vysoká byrokracie
- Vzájemná spolupráce podnikatelů

## Bariéry v oblasti marketingu a propagace

- Lepší zaměření na konkrétní cílové skupiny
- Neucelená nabídka produktů cestovního ruchu
- Nedostatečné využití bran Šumavy – Klatovsko, Sušicko…
- Nedostatečný společný marketing
- Nízká reakce na nové trendy a udržitelnost
- Nedostatečná propagace místních poskytovatelů služeb
- Neschopnost vysvětlit přívětivým způsobem zákazy v NP

**Co považujete za NEOBJEVENÉ SKVOSTY destinace?** 009



# SWOT analýza

**Závěry z analytické části Strategie jsou sumarizovány pomocí tzv. SWOT analýzy**, která představuje silné stránky (Strengths), slabé stránky (Weaknesses), příležitosti (Opportunities) a hrozby (Threats). SWOT analýza je rozdělena do jednotlivých oblastí:

1) analýza nabídky a potenciálu cestovního ruchu,
2) analýza destinační spolupráce, marketingu a komunikace.

Analytická část je zásadním zdrojem pro formování strategických a taktických kroků v návrhové části.

# SWOT analýza - metodika

Analýza SWOT je jednou z **nejvíce rozšířených metod strategické analýzy a plánování.** Pomáhá **identifikovat silné stránky, slabé stránky, příležitosti a hrozby. Je velmi univerzální,** používá se jak v obchodních společnostech, tak v neziskových organizacích i ve veřejné správě. Je možné ji využít k hodnocení celé organizace, komplexní strategie či území i k posouzení specifického segmentu, produktu, projektu, strategického rozhodnutí.

| | Pomáhající | Škodlivé |
|---|---|---|
| **Vnitřní původ**<br>Faktory vychází z posuzovaného subjektu samotného, dokáže je ovlivňovat, odlišovat se od jiných subjektů | **SILNÉ STRÁNKY**<br>▪ Vlastnosti, které dávají (např. projektu) výhodu nad ostatními<br>▪ V čem je (např. projekt) lepší než ostatní<br>▪ Vymezení předností<br>▪ Co nám jde, v čem jsme dobří<br>**STREGTHS** | **SLABÉ STRÁNKY**<br>▪ Vlastnosti, které znevýhodňují (např. projekt) ve srovnání s ostatními<br>▪ V čem je (např. projekt) horší než ostatní<br>▪ Vymezení nedostatků<br>▪ Co nám nejde, v čem jsme slabí<br>**WEAKNESSES** |
| **Vnější původ**<br>Faktory, které posuzovaný subjekt nedokáže ovlivnit, existují nezávisle na subjektu.<br>Např. politické, ekonomické, sociální, technologické, legislativní, ekologické | **PŘÍLEŽITOSTI**<br>▪ Potenciální vnější příležitosti – šance pro rozvoj a posílení pozice<br>▪ Prvky v prostředí, které by (např. projekt) mohl využít ve svůj prospěch<br>▪ Vymezení pozitivních možností, změn<br>▪ Co nás může pozitivně ovlivnit<br>**OPPORTUNITIES** | **HROZBY**<br>▪ Možná rizika, která ohrožují dosažení cílů<br>▪ Prvky v prostředí, které by (např. projektu) mohly způsobit potíže<br>▪ Vymezení negativních možností, rizik<br>▪ Co nás může negativně ovlivnit<br>**THREATS** |

# SWOT analýza – předpoklady a potenciál cestovního ruchu

## SILNÉ STRÁNKY

- **NP Šumava a CHKO Šumava** – nejrozsáhlejší přírodní komplex v České republice
- **Pestrost destinace** – komplexní nabídka pro návštěvníky jak v horských oblastech, tak v podhůří
- Vyhledávaná a hojně navštěvovaná **destinace v letním i zimním období**
- Široká nabídka **sportovních, kulturních a společenských akcí**
- Nespočet značených **turistických tras, naučných stezek, cyklotras a cyklostezek**
- Zavedený systém **cyklobusů** v letní sezóně
- Nejrozsáhlejší systém **běžecký stop na jednom území** v České republice
- Zavedený systém **skibusů** v zimní sezóně

## SLABÉ STRÁNKY

- **Přetížení středisek** cestovního ruchu
- **Nedostatečná spolupráce** mezi soukromými subjekty a municipalitami
- **Negativní vnímání cestovního ruchu** částí místních obyvatel
- Horší dopravní dostupnost, nedostatečné **množství a kapacita parkovišť**
- Nedostatek atraktivit **v případě nepřízně počasí**
- Nedostačující **doprovodná a podpůrná infrastruktura** pro turisty
- **Odliv rezidentů** z oblasti
- **Limity spojené s ochranou přírody**, zonace (NP, CHKO)
- **Nižší hustota železniční sítě**

## PŘÍLEŽITOSTI

- Zlepšení **dopravní obslužnosti destinace hromadnou dopravou** a její rozšíření **i do období mimo sezónu**
- Navýšení **parkovacích kapacit**
- **Jednotná propagace** oblasti, a to včetně méně známých míst za účelem rozložení návštěvníků do celé destinace
- Komplexní systém zveřejňování **společenských, kulturních a sportovních akcí**, zprovoznění **kalendáře akcí**
- Vybudování dalších **ubytovacích kapacit** pro různé cílové skupiny obyvatel
- Iniciace provozování **farmářských obchodů / místních podnikatelů v menších obcích**
- **Obnova vrcholových chat** jako nového turistického cíle pro turisty
- Zapojení **průvodců specializovaných** na pohnutou historii Šumavy
- **Turistické trasy a cyklotrasy** s možností **přeshraničního** přechodu

## HROZBY

- **Klimatické změny** způsobující zkrácení zimní sezóny a nutnost dalších investic do technického vybavení středisek
- Velká **konkurence zahraničních lyžařských středisek,** (kvalita, kapacita, vybavenost, doprovodné služby, cena…)
- Riziko prohloubení **negativních dopadů overtourismu** – zejména v letních a zimních měsících a na zvlášť exponovaných místech
- Riziko **neřešení problémů overturismu** může vést k překročení únosné meze trpělivosti místních
- **Nedostatek kvalifikovaných a profesionálních zaměstnanců** ve službách a jeho možný negativní dopad na kvalitu
- Riziko **zhoršení ekonomické nebo bezpečnostní situace** může negativně ovlivnit celý sektor cestovního ruchu

# SWOT analýza – destinační management, destinační marketing

## SILNÉ STRÁNKY

- **Ustanovená destinační společnost – spolek, ve kterém jsou zastoupeny všechny skupiny aktérů cestovního ruchu** (zástupci kraje, měst, obcí, provozovatelé turistických cílů / atraktivit, poskytovatelé služeb, podnikatelé)
- **Velkorysé financování** ze strany Plzeňského kraje
- **Průběžné rozšiřování členské základny** (narůstající počet členů)
- Vybudovaná **sít informačních center** pro turisty
- **Proaktivní přístup** zaměstnanců destinační společnosti
- Nově vytvořené **logo** destinační společnosti
- Pravidelná **aktivita na sociálních sítích** (Facebook, Instagram)

## SLABÉ STRÁNKY

- **Pestrost území** – rozdílné priority a zájmy obcí a dalších subjektů
- Malé **zapojení soukromých subjektů** do destinační spolupráce
- Nedostatečná **informovanost aktérů v cestovním ruchu o činnosti a přínosech** destinační společnosti pro území
- Nedostatečné **personální kapacity a finanční zdroje** k dlouhodobě efektivní destinační spolupráci
- **Limity pro rozvoj** cestovního ruchu, které s sebou přináší **systém ochrany v národním parku**

## PŘÍLEŽITOSTI

- **Prohloubení přeshraniční spolupráce s Německem** a využití tohoto silného trhu
- **Prohloubení spolupráce se správou NP Šumava** a hledání nových způsobů pro využití přírodních památek tak, aby byla zajištěna jejich dlouhodobá udržitelnost
- Pravidelné **setkávání s aktéry** v cestovním ruchu
- **Zacílení na trendy v oblasti marketingu a komunikace** s návštěvníky i místními obyvateli – např. vytvoření turistické karty / aplikace pro návštěvníky a karty občana pro místní obyvatele
- **Zacílení na mezisezony –** možnost stát se celoročním bezpečným zaměstnavatelem

## HROZBY

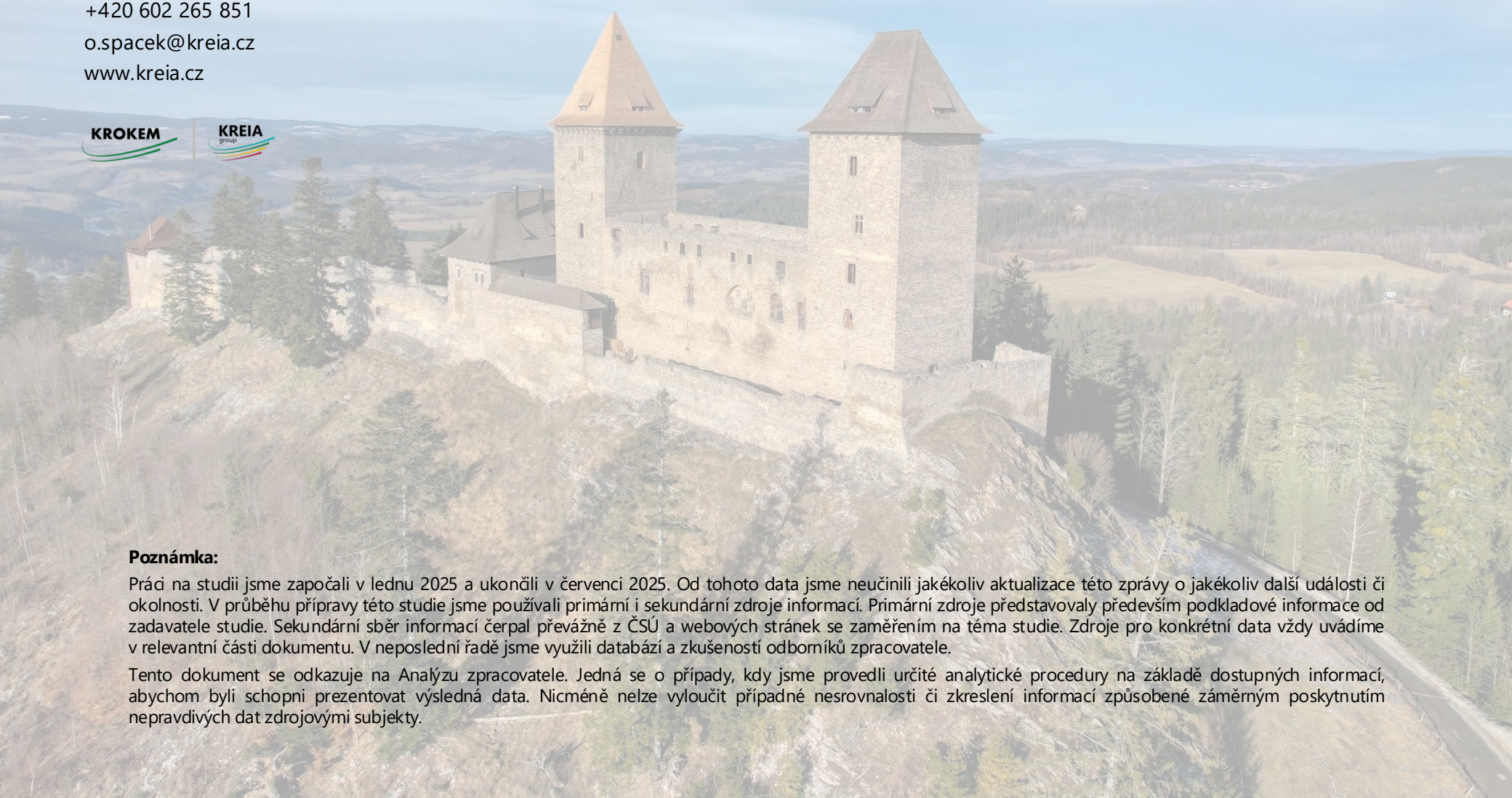
- Za současné ekonomické situace v ČR **hrozí snižování podpory od státu** – nedostatek finančních prostředků na podporu cestovního ruchu ze strany státu
- Závislost financování rozvoje cestovního ruchu **na veřejných zdrojích**
- **Ztráta konkurenceschopnosti** destinace v případě nekvalitní nabídky (cena, dostupnost i kvalita služeb)
- **Krátkodobé zájmy a záměry** části podnikatelů

**Kontaktní osoba:**

**ONDŘEJ ŠPAČEK**
CEO
Rozvoj regionů, turismus, kultura a sport

+420 602 265 851
o.spacek@kreia.cz
www.kreia.cz

DESTINACE ŠUMAVA ŽIJE



**Poznámka:**

Práci na studii jsme započali v lednu 2025 a ukončili v červenci 2025. Od tohoto data jsme neučinili jakékoliv aktualizace této zprávy o jakékoliv další události či okolnosti. V průběhu přípravy této studie jsme používali primární i sekundární zdroje informací. Primární zdroje představovaly především podkladové informace od zadavatele studie. Sekundární sběr informací čerpal převážně z ČSÚ a webových stránek se zaměřením na téma studie. Zdroje pro konkrétní data vždy uvádíme v relevantní části dokumentu. V neposlední řadě jsme využili databází a zkušeností odborníků zpracovatele.

Tento dokument se odkazuje na Analýzu zpracovatele. Jedná se o případy, kdy jsme provedli určité analytické procedury na základě dostupných informací, abychom byli schopni prezentovat výsledná data. Nicméně nelze vyloučit případné nesrovnalosti či zkreslení informací způsobené záměrným poskytnutím nepravdivých dat zdrojovými subjekty.