

MAPA STRATEGIE ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU V DESTINACI ŠUMAVA ŽIJE 2025-2032

VICE: Západní Šumava je celoročně atraktivní destinací, která propojuje přírodní krásy, aktivní odpočinek a kvalitní služby. Klade důraz na udržitelný rozvoj a harmonii mezi návštěvníky a místními. Díky spolupráci aktérů se stává ideálním místem pro výlety i delší pobyty.

MISE: Destinace Šumava žije podporuje udržitelný cestovní ruch, který respektuje přírodní i kulturní dědictví a přináší užitek místním i návštěvníkům. Usiluje o pestrou nabídku zážitků a rozvoj spolupráce, díky čemuž se stává celoročně vyhledávanou destinací.

GLOBÁLNÍ CÍL: Posílit destinační spolupráci v Destinaci Šumava žije, na základě společné propagace a koordinace zvýšit její atraktivitu a přispět ke stabilní návštěvnosti oblasti v celoročním měřítku a na celém území.

Indikátory pro měření globálního cíle	Výchozí hodnota (2024)	2026	2029	2032
Počet obyvatel na území Destinace Šumava žije	69 231	vyšší hodnota	vyšší hodnota	vyšší hodnota
Počet přenocování v hromadných ubytovacích zařízeních mimo centrální oblast destinace	270 149	280 000	300 000	320 000
Procento přenocování v HUZ mimo letní a zimní sezonu (podíl přenocování realizovaný ve 2., a 4. čtvrtletí)	42 %	43 %	44 %	45 %
Celkový počet členů spolku Destinace Šumava žije	40	80	150	200

STRATEGICKÉ CÍLE:

1) Efektivně využívat potenciál cestovního ruchu v Destinaci Šumava žije a rozvíjet vysokou kvalitu nabídky služeb	2) Nastavit dlouhodobě udržitelný efektivní systém destinační spolupráce a její udržitelné financování	3) Efektivně vykonávat destinační marketing v Destinaci Šumava žije, rozvíjet produktové portfolio
---	---	---

TEMATICKÁ OPATŘENÍ:

1.1 Rozvoj dopravní infrastruktury a veřejné dopravy v destinaci 1.1.1: Iniciovat modernizaci příjezdových komunikací a rozvoj parkovacích kapacit v klíčových lokalitách, podpořit zónové parkování. 1.1.2: Spolupracovat na posílení veřejné dopravy v destinaci v souladu se zájmy cestovního ruchu a místních obyvatel, podpořit dopravu specializovanými linkami. 1.1.3: Podporovat celoroční sjízdnost komunikací, iniciovat kvalitní zimní údržbu silnic. 1.1.4: Komunikovat s investory o podpoře ekologických řešení v rámci rozvoje dopravní infrastruktury. 1.2 Rozvoj méně navštěvovaných lokalit a aplikace principů udržitelného cestovního ruchu 1.2.1: Směřovat rozvoj do méně vytížených lokalit a odlehčovat exponovaným místům. 1.2.2: Uplatňovat ekologické přístupy a udržitelný rozvoj prostřednictvím programů zaměřených na ochranu přírody a kulturních památek. 1.2.3: Podporovat místní kulturní akce a festivaly, které návštěvníkům přibližují lokální zvyky a tradice. 1.2.4: Podporovat celoroční provoz gastronomických zařízení a prodlužovat otevírací dobu atraktivit. 1.3 Rozšiřování a zkvalitňování nabídky služeb cestovního ruchu 1.3.1: Podporovat rozšíření nabídky indoor aktivit – wellness, spa, herny, tvořivé dílny apod. 1.3.2: Rozvíjet doprovodnou infrastrukturu – veřejné toalety, navigace, místa pro odpočinek. 1.3.3: Zvyšovat kvalitu veřejného prostoru – úprava zeleně, mobiliář, modernizace center obcí. 1.3.4: Iniciovat vznik kvalitního ubytování reflektujícího charakter oblastí a nových stellplatzů na atraktivních místech 1.4 Rozvoj infrastruktury a služeb pro aktivní turismus 1.4.1: Pravidelně rekonstruovat a udržovat trasy a infrastrukturu pro aktivní turismus. 1.4.2: Vytvářet a udržovat doprovodnou infrastrukturu – parkoviště, stojany, nabíjecí stanice, odpočívadla. 1.4.3: Podporovat sportovní služby přizpůsobené návštěvníkům – bikeparky, síť půjčoven, areály. 1.4.4: Organizovat závody a akce, které podpoří komunitu sportovců a zvýší zájem o aktivní trávení volného času.	2.1 Rozvoj udržitelného systému destinační spolupráce a komunikace se členy a partnery 2.1.1: Rozšiřovat členskou základnu o nové členy a zapojovat je do činnosti destinační společnosti. 2.1.2: Pravidelně komunikovat se členy prostřednictvím platformy a podporovat vzájemné setkávání. 2.1.3: Koordinovat kalendář místních akcí a festivalů, aby se minimalizovala kolize a řídila návštěvnost. 2.1.4: Nastavit dlouhodobý plán personálního rozvoje destinační společnosti a sdílet příležitosti s členy. 2.2 Efektivní financování destinační společnosti a spolupráce 2.2.1: Zavést pravidla pro mimořádné a projektové členské příspěvky a posilovat dlouhodobé financování. 2.2.2: Zvyšovat podíl vlastní hospodářské činnosti na financování destinační společnosti. 2.2.3: Aktivně vyhledávat národní i evropské granty a dotace na rozvoj cestovního ruchu. 2.2.4: Každoročně sestavovat rozpočtový výhled a zapojovat členy do participativního rozpočtování. 2.3 Prohlubování spolupráce s aktéry cestovního ruchu 2.3.1: Rozvíjet dlouhodobou spolupráci s DMO, krajskou centrálou a sousedními destinacemi. 2.3.2: Spolupracovat se Správou NP na udržitelném rozvoji cestovního ruchu. 2.3.3: Posilovat vztahy s německými partnery a rozvíjet návaznost služeb a dopravy. 2.3.4: Podporovat a koordinovat vznik lokálního merchandisingu ve spolupráci s umělci a řemeslníky	3.1 Podpora vzniku a rozvoje produktů cestovního ruchu 3.1.1: Vytvořit a koordinovat rozvoj produktové nabídky s ohledem na specifika jednotlivých podoblastí. 3.1.2: Spolupracovat na vzniku nových produktů s partnery – NP Šumava, CHKO, sousedními DMO a německou stranou. 3.1.3: Koordinovat, udržovat a rozvíjet produktové portfolio, eliminovat nefunkční produkty a hledat nové příležitosti. 3.2 Vytvoření informačního portálu a mobilní aplikace s benefitním systémem 3.2.1: Vytvořit mobilní aplikaci jako digitálního průvodce a nástroj pro správu benefitního systému. 3.2.2: Vybudovat síť partnerů pro vydávání a akceptaci benefitních karet včetně slev, pojištění apod. 3.2.3: Implementovat do aplikace nástroje výhod pro místní i návštěvníky – slevy, jízdné, zážitky. 3.3 Rozvoj marketingové strategie v destinaci 3.3.1: Rozvíjet jednotnou vizuální identitu a společnou marketingovou strategii s partnery a DMO. 3.3.2: Zaměřit se na online marketing, kvalitní web a komunikaci přes sociální síť včetně influencerů. 3.3.3: Budovat PR destinace skrze média, organizace press tripů a účasti na veletrzích. 3.4 Řízení destinace a rozhodování na základě relevantních dat 3.4.1: Vytvořit systém sběru dat pro interní rozhodování a sdílení s obcemi, krajem a partnery. 3.4.2: Realizovat pravidelný sběr zpětné vazby návštěvníků k hodnocení služeb a identifikaci slabých míst. 3.4.3: Pravidelně šetřit postoje místních obyvatel, sledovat jejich vnímání cestovního ruchu a řešit podněty.
---	---	---

MAPA STRATEGIE ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU V DESTINACI ŠUMAVA ŽIJE 2025-2032

Indikátory pro měření 1. strategického cíle	do roku 2026	do roku 2029	do roku 2032	Indikátory pro měření 2. strategického cíle	do roku 2026	do roku 2029	do roku 2032	Indikátory pro měření 3. strategického cíle	do roku 2026	do roku 2029	do roku 2032
Počet projektů na zlepšení veřejné dopravy	2	4	6	Celkový počet členů spolku ze soukromého a neziskového sektoru	50	100	150	Tvorba produktů cestovního ruchu	Sestavit portfolio produktů	Alespoň 1× ročně ověřit aktualnost a zájem	Alespoň 1× ročně ověřit aktualnost a zájem
Počet nových specializovaných spojů veřejné dopravy (např. cyklobusy)	5	9	13	Podíl mimořádných a projektových členských příspěvků ze všech příspěvků (mimo Plzeňský kraj)	50%	100%	200%	Počet realizovaných marketingových kampaní	7	12	18
Počet projektů zlepšujících infrastrukturu mimo centrální oblast	2	4	6	Počet společných projektů s okolními DMO	min. 1 ročně	min. 1 ročně	min. 1 ročně	Nárůst počtu návštěvníků webových stránek ročně oproti roku 2025	+50%	+100%	+200%
Počet nových či modernizovaných naučných stezek mimo centrální oblast	2	4	6	Počet setkání se členy spolku a aktéry cestovního ruchu (hromadná, tematická apod.)	min. 2 ročně	min. 2 ročně	min. 2 ročně	Implementace návštěvnické karty (mobilní aplikace s benefitním systémem)	Vytvoření 1. verze benefitního systému	Rozvoj benefitního systému	Rozvoj benefitního systému
Délka nově vybudovaných nebo rekonstruovaných pěších a cyklo stezek (v km)	25 km	45 km	65 km	Počet aktérů zapojených do sdílení informací ve společném kalendáři akcí	20	30	40	Počet stažení mobilní aplikace	-	3 000	6 000
Počet projektů zaměřených na minimalizaci negativních dopadů turismu	3	6	9	Počet zaměstnanců destinační společnosti	3	5	7	Počet zapojených partnerů do návštěvnické karty	–	50	150
Počet projektů na zlepšení veřejné dopravy	2	4	6	Počet aktivit realizovaných ve spolupráci s ostatními DMO	2	4	6				
				Počet místních umělců zapojených do aktivní spolupráce	5	10	15				

AKČNÍ PLÁN PRO ROKY 2025 – 2032 - AKTIVITY A PROJEKTY ZA ÚČELEM NAPLNĚNÍ STRATEGIE

Priorita	Projekt / aktivita	Vazba na opatření	Priorita	Projekt / aktivita	Vazba na opatření
I	☐ Organizovat pravidelná setkávání a jednání partnerů destinační společnosti	2.1.2	III	☐ Iniciovat provedení revize zimní údržby komunikací	1.1.3
I	☐ Sestavit detailní přehled komunikací na turisticky exponovaných místech, zaměřit se na kritické body z pohledu kapacity a zimní údržby	1.1.1	III	☐ Představení návrhu turistické linky dopravním a územním aktérům	1.1.4
I	☐ Oslovení místních komunit (MAS, Svazky obcí, spolky) s cílem vytipovat méně známé lokality a prvky antropologického dědictví, jejich začlenění do propagačních materiálů a produktů cestovního ruchu	1.2.1 1.2.3	III	☐ Sestavit společný kalendář akcí a podpořit vznik nových událostí v období s nízkou nabídkou – sportovní, kulturní, lidové	1.4.4 2.1.3
I	☐ Sestavit harmonogram údržby a péče o veřejná prostranství, zeleň a doprovodnou infrastrukturu na významných místech, identifikovat místa s nedostatečnou infrastrukturou	1.3.2, 1.3.3, 1.4.2	III	☐ Identifikace příležitostí a partnerů pro rozvoj ubytování a stellplatzů	1.3.4
I	☐ Revidovat systém značení a orientace v terénu, nastavit pravidelný systém jejich údržby a kontroly, akcentovat body záchrany	1.4.1	III	☐ Vymyslet koncept společné platformy pro komunikaci se svými členy, její revize po nějaké době fungování	2.1.2
I	☐ Sestavit seznam potenciálních členů DMO, pravidelnou rozesilkou newsletteru, osobním setkáním a prezentací výsledků činnosti DMO je motivovat ke členství	2.1.1	III	☐ Zpracovat plán personálního zajištění DMO včetně kompetencí, náplně práce a rozvoje týmu	2.1.4
I	☐ Nastavit pravidla fungování mimořádných a projektových členských příspěvků	2.2.1	III	☐ Sestavit přehled možných činností vedoucích k samofinancování organizace destinačního managementu	2.2.2, 2.3.4 3.2.2
I	☐ Tvorba produktů cestovního ruchu v Destinaci Šumava Žije pro roky 2026–2027	3.1	III	☐ Zřízení systému pro aktivní vyhledávání a využívání dotačních příležitostí	2.2.3
I	☐ Zajistit automatizované předávání a sdílení informací v rámci webové platformy mezi zapojenými subjekty na české i bavorské straně národního parku.	2.3.3 3.2.1	III	☐ Zpracování ročního rozpočtového výhledu a podpora participativního přístupu k rozpočtu	2.2.4
I	☐ Jednotná vizuální identita Destinace Šumava Žije	3.3.1	III	☐ Zřízení pracovní skupiny pro spolupráci mezi destinací a Správou NP Šumava	2.3.2
I	☐ Rozšířit tým destinační společnosti o jednoho zaměstnance	2.1.4	III	☐ Identifikace a navázání spolupráce s hlavními německými partnery	2.3.3
II	☐ Zajistit tracking turistických proudů, např. na základě analýzy GSM dat	1.1.2	III	☐ Vytvoření nebo rozšíření stávající kolekce lokálních produktů a suvenýrů s jednotným vizuálním stylem	2.3.4
II	☐ Provést šetření mezi místními obyvateli a návštěvníky za účelem spokojenosti s provozem veřejné dopravy, vytipovat kritické linky/místa	1.1.4	III	☐ Iniciovat a podporovat spolupráci na vzniku produktů v Destinaci Šumava Žije	3.1
II	☐ Diskutovat s odbornou veřejností (Správa národního parku, NPÚ, Hnutí Brontosaurus, vysoké školy aj.) formy edukačních programů pro návštěvníky	1.2.2 1.3.1	III	☐ Spolupráce na tvorbě produktů, které se týkají více turistických oblastí	3.1.2
II	☐ Oslovit a motivovat provozovatele služeb ohledně otevírací doby, diskutovat bariéry vedoucí k jejímu prodloužení	1.2.4	III	☐ Pravidelná aktualizace nabídky produktů cestovního ruchu a marketingu	3.1.3
II	☐ Provést zmapování a rozvoj indoor nabídky a kvalitního zázemí pro návštěvníky	1.3.1 1.3.4	III	☐ Zadání vývoje mobilní aplikace propojující průvodcovské funkce a benefitní systém	3.2.1
II	☐ Vytvoření sítě specializovaných půjčoven a návazných sportovních služeb	1.4.3	III	☐ Navázání spolupráce s klíčovými emitenty a akceptanty návštěvnické karty	3.2.2
II	☐ Vytvoření platformy pro koordinaci a výměnu meziobecní a meziregionální spolupráce DMO	2.3.1, 3.2.1	III	☐ Návrh modulu benefitního systému pro místní obyvatele	3.2.3
II	☐ Strategie produktové nabídky Destinace Šumava Žije 2032	3.1	III	☐ Pravidelně vypracovat marketingový plán s důrazem na online prostředky marketingové komunikace, evaluace	3.3.1 3.3.2
II	☐ Definování koncepčního územního rozsahu za účelem digitálního průvodce a benefitního systému pro návštěvníky a místní	3.2.1	III	☐ Systematický rozvoj PR aktivit destinace ve spolupráci s médii a odbornou veřejností	3.3.2 3.3.3
II	☐ Nastavit systém sběru a ukládání dat, využívat jej při činnosti rozhodování destinační společnosti	3.4	III	☐ Zavedení systému pro sběr a vyhodnocování zpětné vazby od návštěvníků	3.4.2
				☐ Evaluace a aktualizace akčního plánu	všechna