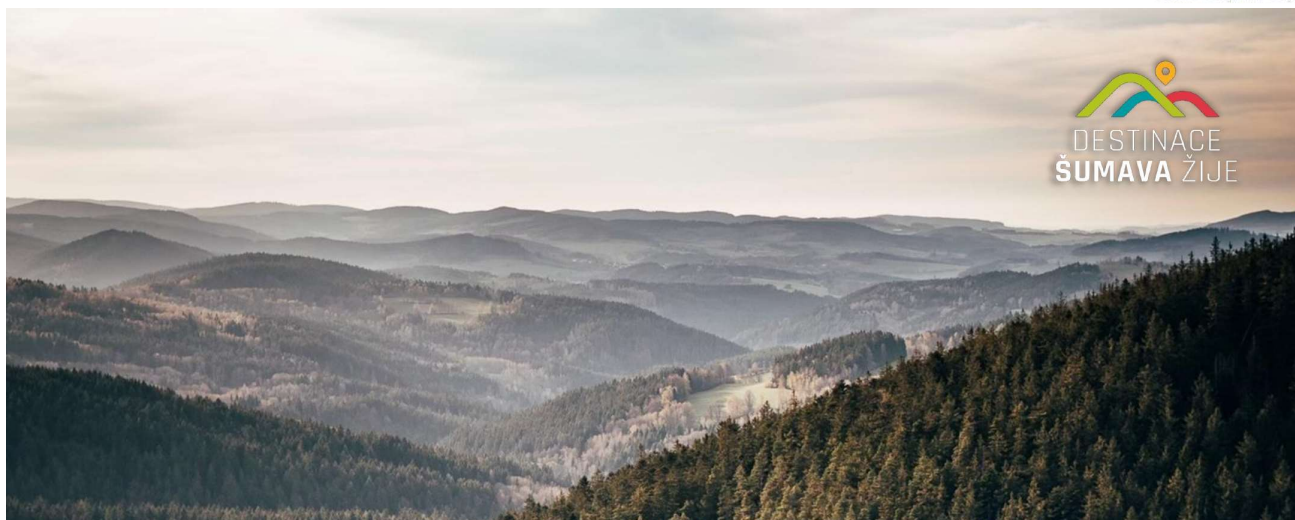




PRODUKTOVÉ PORTFOLIO

Destinace Šumava žije 2026–2028

Definovaný systém produktů cestovního ruchu na úrovni destinace

Kategorizace a certifikace DMO – kritérium 5.3.1

Aktualizovaný produktový rámec vychází ze Strategie udržitelného rozvoje cestovního ruchu v Destinaci Šumava žije 2032. Zachycuje pouze produkty a směry, které DMO skutečně realizuje nebo k jejichž rozvoji přijímá konkrétní závazek.

Koordinátor: Destinační společnost Šumava Tourism, z. s.

Aktualizace: září 2026

Území: západní Šumava a její podhůří

1. Účel dokumentu a manažerské shrnutí

Tento dokument aktualizuje výchozí produktové portfolio Destinace Šumava žije z července 2025. Původní odborný materiál pracoval se sedmi možnými tématy jako s inspirací pro další tvorbu. Aktualizace 2026 proto nepřebírá všech sedm témat jako povinnost k okamžité realizaci, ale stanovuje realistický systém odpovídající kapacitám DMO, aktuálním projektům a závazkům na období 2026–2028.

Produktový systém je záměrně úsporný: jeden dlouhodobý nosný systém, jeden konkrétní sezónní produkt a jeden nový tematický produkt ve vývoji. Vedle nich DMO realizuje marketingové a eventové aktivity, které produkty podporují, ale nejsou automaticky vydávány za samostatné produkty cestovního ruchu.

Vrstva systému	Produkt	Stav	Horizont
Nosný systém	Šumava CARD	realizovaný a dlouhodobě rozvíjený	2026–2028
Tematický produkt	Šumava na talíři	realizace září 2026 – leden 2027	09/2026–01/2027 + vyhodnocení
Produkt ve vývoji	Šumava žije na kole	závazek k vytvoření produktu	léto 2027

Manažerská zásada

DMO nebude formálně deklarovat více produktů, než je schopna koordinovat, komunikovat, měřit a dlouhodobě rozvíjet. Kvalita a skutečná realizace mají přednost před počtem názvů.

2. Vazba na Strategii 2032 a kritérium 5.3.1

Strategie udržitelného rozvoje cestovního ruchu v Destinaci Šumava žije 2032 stanovuje ve Strategickém cíli 3 prioritu 3.1 „Podpora vzniku a rozvoje produktů cestovního ruchu“. Opatření 3.1.1–3.1.3 předpokládají tvorbu a koordinaci produktové nabídky, spolupráci s partnery a průběžnou aktualizaci a inovaci portfolio.

Akční plán na strategii navazuje konkrétní aktivitou „Tvorba produktů cestovního ruchu v Destinaci Šumava žije pro roky 2026–2027“ a počítá také s pravidelnou aktualizací produktové nabídky a marketingu.

Požadavek	Naplnění v portfolio
Vazba na střednědobou strategii	Přímá vazba na Strategii 2032, prioritu 3.1 a akční plán.
Prokazatelný rozvoj / závazek	Šumava CARD v ostrém provozu; Šumava na talíři v realizaci; produkt Šumava žije na kole má definovaný harmonogram přípravy.
Marketing a online nástroje	Web, sociální sítě, aplikace, tiskoviny, soutěže, PR a partnerská distribuce.
Komplexní udržitelnost	Mimosezóna, místní ekonomika, rozložení návštěvnosti, práce s daty a respekt k území.

3. Metodický rámec a architektura produktového systému

Výchozí produktové portfolio z roku 2025 vychází z metodiky CzechTourism. Produkt cestovního ruchu chápe jako komplexní a koordinovaný soubor služeb a zážitků určený konkrétní cílové skupině, který propojuje více subjektů, vytváří návštěvnický zážitek a generuje spotřebu u zapojených partnerů. Aktualizace 2026 tento metodický rámec zachovává.

Šumava CARD je vedena jako nosný rozšířený produktový a distribuční systém. Tematické produkty na ni mohou navazovat prostřednictvím benefitů, partnerů, dat, komunikace a motivace k delšímu či pestřejšímu pobytu.

Stav	Význam
REALIZOVANÝ	Produkt je uveden do praxe a DMO dokládá distribuci, komunikaci a využití.
ROZVÍJENÝ	Produkt je v provozu a systematicky se rozšiřuje o partnery, služby nebo obsah.
VE VÝVOJI	DMO přijalo konkrétní závazek a harmonogram; obsah se dopracovává.
ROZVOJOVÝ ZÁSOBNÍK	Strategicky vhodné téma bez závazku k okamžité realizaci.

3.1 Cílové trhy a segmenty

Primárním zdrojovým trhem zůstává domácí cestovní ruch; z blízkých zahraničních trhů je zásadní zejména Německo. Produktová nabídka pracuje především s návštěvníky hledajícími aktivní pohyb, autentickou přírodu a kulturu, kvalitní služby a regionální gastronomii. Konkrétní segmentace se upřesňuje podle produktu.

3.2 Společné distribuční a komunikační nástroje

- web Destinace Šumava žije a německá mutace;
- mobilní aplikace a digitální obsah;
- Šumava CARD a partnerská síť;
- Šumavský kompas, Reportér Šumava žije, mapy a další tiskoviny;
- sociální sítě a PR;
- informační centra a přímá distribuce u partnerů.

Co není samostatným produktem

Jednorázová marketingová soutěž ani velká externí akce nejsou automaticky produktem cestovního ruchu. V portfoliu jsou vedeny jako podpůrné aktivity, pokud pomáhají rozvíjet konkrétní produkt nebo značku destinace.

4. Produktová karta – Šumava CARD

REALIZOVANÝ A ROZVÍJENÝ | PRIORITA Č. 1

Šumava CARD je hlavním dlouhodobým produktovým a distribučním systémem DMO. Prioritou let 2026–2028 je stabilizace systému, rozšiřování kvalitních partnerů, růst znalosti mezi hosty a zejména zvýšení skutečného využívání benefitů.

Položka	Vymezení
Koordinátor	Destinační společnost Šumava Tourism, z. s.
Území	Celá Destinace Šumava žije – západní Šumava a její podhůří.
Cílová skupina	Ubytovaní hosté: rodiny, páry, jednotlivci, aktivní turisté i návštěvníci kultury, gastronomie a wellness.
Jádro nabídky	Karta hosta vydávaná zapojenými ubytovateli; držitel čerpá konkrétní slevy a výhody u partnerů napříč destinací.
Hlavní přínos	Propojení ubytování, služeb a atraktivit; motivace navštívit více míst a využít více místních služeb.

4.1 Stav k 31. srpnu 2026

Ukazatel	Hodnota
Zapojení ubytovatelé oprávnění kartu vydávat	33
Poskytovatelé služeb s konkrétními výhodami	42
Vydané karty Šumava CARD	2 844
Zaznamenaná využití benefitů	684

Data nejsou pouze výstupovou statistikou. DMO je využívá pro sledování reálného chování hostů, vyhodnocování atraktivity jednotlivých benefitů a další rozhodování o rozvoji partnerské sítě.

4.2 Rozvoj do roku 2028

- rozšiřovat síť ubytovatelů, poskytovatelů služeb a turistických cílů;
- zvyšovat znalost karty před příjezdem i během pobytu a posilovat její skutečné využívání;
- pravidelně vyhodnocovat strukturu čerpání a podle dat upravovat nabídku;
- propojovat Šumava CARD s gastronomickými a připravovanými cyklistickými produkty;
- využívat kartu k podpoře místní ekonomiky, delšího pobytu a lepšího rozložení návštěvnosti.

4.3 KPI

KPI	Frekvence	Smysl
vydané karty	měsíčně / sezónně	dosah systému
čerpání benefitů	měsíčně / sezónně	reálné používání
aktivní vydavatelé a poskytovatelé	čtvrtletně	stabilita partnerské sítě
nejvyužívanější benefity	sezónně	optimalizace nabídky

VIZUÁLNÍ DOKLAD PRODUKTU



Obr. 1: Šumava CARD – hlavní komunikační vizuál nosného produktového a benefitního systému destinace.

5. Produktová karta – Šumava na talíři

REALIZACE: ZÁŘÍ 2026 – LEDEN 2027

Šumava na talíři je sezónní gastronomický produkt zaměřený na podporu mimosezóny v období září–leden. Soutěžní prvek je motivační vrstvou; podstatou produktu je propojená návštěva více gastronomických provozů a ochutnávání různých pokrmů inspirovaných regionem.

Položka	Vymezení
Koordinátor	Destinační společnost Šumava Tourism, z. s.
Území	Zapojené gastronomické provozy napříč Destinací Šumava žije.
Cílová skupina	Návštěvníci motivovaní gastronomií, páry, rodiny, požitkáři, místní i hosté v mimosezóně.
Jádro nabídky	Gastro pas propojující zapojené restaurace. Každý podnik nabízí jiné jídlo s lokálním, tradičním nebo sezónním charakterem.
Mechanika	Účastník absolvuje nejméně 6 různých gastronomických zastavení / ochutnávek a doloží je v gastro pasu.
Odměna	Soutěž o 5 voucherů na degustační menu pro dvě osoby, každý v hodnotě 2 000 Kč, u zapojených partnerů.
Distribuce	Gastro pas, QR komunikace, web, sociální sítě, zapojené restaurace a další kanály DMO.

5.1 Přínos produktu

- podpora návštěvnosti a spotřeby v období září–leden, zejména mimo hlavní letní sezonu;
- propojení více gastronomických podniků do jedné srozumitelné nabídky;
- podpora místních a regionálně inspirovaných chutí, surovin a příběhů;
- motivace hosta navštívit více míst v destinaci;
- měřitelná zpětná vazba prostřednictvím vydaných a dokončených gastro pasů.

5.2 KPI a vyhodnocení ročníku 2026/2027

KPI	Co vyhodnotíme
zapojené provozy	počet aktivních partnerů produktu
distribované gastro pasy	dosah produktu
dokončené gastro pasy	míra dokončení návštěvnické cesty
validace / razítka	minimální počet realizovaných gastronomických návštěv
marketingový dosah	web, sociální sítě a partnerští distributoři
zpětná vazba restaurací	dopad na návštěvnost, útratu a zájem hostů

Po skončení prvního ročníku v lednu 2027 DMO vyhodnotí výsledky a rozhodne o pokračování, úpravě mechaniky nebo dalším rozvoji produktu. Opakování není automatické – rozhodnutí bude datově podloženo.

VIZUÁLNÍ DOKLAD PRODUKTU



Obr. 2: Šumava na talíři – hlavní komunikační vizuál gastronomického produktu podporujícího mimosezonu 2026/2027.

6. Produktová karta – Šumava žije na kole

VE VÝVOJI | UVEDENÍ PLÁNOVÁNO NA LÉTO 2027

DMO přijímá konkrétní závazek připravit koordinovanou letní produktovou nabídku zaměřenou na cykloturistiku. V září 2026 ještě nejsou definitivně určeny trasy, segmenty ani partnerské balíčky; budou dopracovány na základě analýzy území a spolupráce s partnery.

Rozvoj tematicky navazuje na původní strategickou „Šumavskou výzvu“, která počítala s aktivním pohybem, cyklistikou, sportovními areály, půjčovnami, ubytováním a doprovodnými službami. Pro rok 2027 je z tohoto širokého rámce vybrána cykloturistika jako konkrétní letní priorita.

Položka	Rámec přípravy
Název produktu	Šumava žije na kole
Cílový rok	léto 2027
Území	celá destinace – podle vhodnosti tras, infrastruktury, bezpečnosti a citlivosti chráněného území
Předpokládané komponenty	vybrané trasy / itineráře, služby pro cyklisty, půjčovny a servis, ubytování, gastronomie, doprava a tematické benefity Šumava CARD
Princip	návštěvník dostane srozumitelnou koordinovanou cyklistickou zkušenost, nikoli pouze dlouhý seznam tras

6.1 Harmonogram přípravy

Období	Krok
Q4 2026	Produktový brief: cíle, segmenty, mapování nabídky, partnerů a limitů území.
Q1 2027	Výběr konceptu a pilotních tras / itinerářů; dohoda s klíčovými partnery.
Q2 2027	Tvorba webového a mapového obsahu, zapojení služeb, nastavení benefitů a marketingová příprava.
18.–20. 6. 2027	Využití tří denního zahájení letní sezóny / Rock Point Mountain Festivalu v Železně Rudě jako významné komunikační aktivace aktivní Šumavy.
léto 2027	Pilotní uvedení produktu a sběr dat a zpětné vazby.
podzim 2027	Vyhodnocení a rozhodnutí o podobě produktu pro rok 2028.

7. Podpůrné marketingové a eventové aktivity

Následující aktivity nejsou v portfoliu uměle označovány za samostatné produkty. Jsou však důležité pro budování poptávky, propagaci produktů a image destinace.

Aktivita	Zařazení a vazba
Letní soutěž 2026	Marketingová a komunitní aktivace značky; výsledky budou samostatně vyhodnoceny.
Hry XII. zimní olympiády dětí a mládeže 2027	Významná externí sportovní akce posilující zimní sportovní image území; není vlastním produktem DMO.
Třídenní zahájení letní sezóny / Rock Point Mountain Festival 18.–20. 6. 2027	Silná eventová aktivace připravovaného produktu Šumava žije na kole.
Karta Šumaváka	Program pro rezidenty a místní ekonomiku; není produktem cestovního ruchu pro návštěvníky.

7.1 Olympiáda dětí a mládeže 2027 – ověřený rámec

Hry XII. zimní olympiády dětí a mládeže 2027 se podle aktuálního oficiálního webu Českého olympijského týmu uskuteční 24.–28. ledna 2027 v Plzeňském kraji. Více než 1 500 mladých sportovců se představí v deseti sportech a jedné doprovodné soutěži. Zahájení proběhne v těsné blízkosti lyžařského areálu na Špičáku; medailové ceremoniály a Olympijský dům budou v Železných Rudích. Alpské disciplíny, snowboarding a skicross se uskuteční na Špičáku, běžecké soutěže v Nýrsku. Akce představuje mimořádnou komunikační příležitost, nikoli vlastní produkt DMO.

8. Komplexní udržitelnost

Produktový rozvoj není založen pouze na růstu návštěvnosti. DMO sleduje také přínos pro místní ekonomiku, návštěvnický komfort, prostorové a sezónní rozložení návštěvnosti a vztah cestovního ruchu k místním obyvatelům.

Pilíř	Uplatnění
Ekonomický	Šumava CARD a gastro produkt směřují část spotřeby k místním ubytovatelům, restauracím, službám a atraktivitám.
Sezónní	Šumava na talíři je záměrně realizována v období září–leden s cílem podpořit návštěvnost a místní gastronomii mimo hlavní letní sezonu.
Prostorový	Produkty propojují více míst a služeb a nemají koncentrovat návštěvnost pouze do několika nejzatíženějších lokalit.
Environmentální	Produkt Šumava žije na kole bude připraven podle vhodnosti tras, existující infrastruktury a citlivosti chráněného území.
Sociální	Spolupráce s obcemi, podnikateli a místními; oddělená Karta Šumaváka podporuje rezidenty.
Datové řízení	Čerpání Šumava CARD, gastro pasy, online data a zpětná vazba budou podkladem pro další rozhodování.

9. Řízení, aktualizace a vyhodnocování portfolia

Hlavním koordinátorem je Destinační společnost Šumava Tourism, z. s. DMO zajišťuje strategické řízení produktů, propojování partnerů, společnou komunikaci, vyhodnocování dat a rozhodování o dalším rozvoji. Samotné služby poskytují zapojení partneři.

Portfolio bude minimálně jednou ročně revidováno. U každé linie se vyhodnotí využití, partnerská spolupráce, marketingový výkon, udržitelnost a kapacitní náročnost. Výsledkem bude jedno z rozhodnutí: ROZVÍJET – UDRŽET – UPRAVIT – UKONČIT / NAHRADIT.

9.1 Akční plán 09/2026–12/2028

Období	Šumava CARD	Šumava na talíři	Šumava žije na kole
09–11/2026	rozvoj partnerů, komunikace a čerpání	zahájení a průběžná realizace produktu, gastro pas, soutěž o 5 voucherů	produktový brief
12/2026	vyhodnocení dat	pokračování produktu v mimosezóně; průběžná kontrola	mapování nabídky a limitů
Q1 2027	další rozvoj sítě a benefitů	dokončení v lednu, vyhodnocení a rozhodnutí o pokračování	koncept, segmenty, pilotní itineráře
Q2 2027	propojení s letní nabídkou	dle výsledků 2026	obsah, partneři, mapy, benefity, marketing
léto 2027	intenzivní distribuce a sběr dat	dle rozhodnutí	pilotní uvedení produktu
Q4 2027	roční revize	vyhodnocení / úprava	vyhodnocení pilotu a plán 2028
2028	stabilizace a růst skutečného využití	jen při prokázaném přínosu	rozvoj úspěšných částí / úprava konceptu

9.2 Kontrolní matice kritéria 5.3.1

Kontrolovaná oblast	Důkaz	Stav
Definovaný systém	tento dokument 2026–2028	doloženo
Vazba na strategii	Strategie 2032 – strategický cíl 3, priorita 3.1	doloženo
Vazba na operativní dokument	Akční plán – tvorba a aktualizace produktů	doloženo
Prokazatelný rozvoj / závazek	Šumava CARD, Šumava na talíři, harmonogram produktu Šumava žije na kole	doloženo
Marketing a online nástroje	web, aplikace, sociální sítě, tisk, PR a partnerské kanály	doloženo
Udržitelnost	kapitola 8 + strategický rámec DMO	doloženo
Vyhodnocování	KPI a roční revize	nastaveno

10. Postavení původních témat z portfolia 2025

Výchozí portfolio z července 2025 uvádělo sedm možných témat: Čistá příroda, čistá mysl; Šumavské hrady & zámky; Šumavské tradice; Ozvěny 20. století; Brána Šumavy; Šumavská výzva; Květina z podhůří. Dokument je prezentoval jako možná základní témata a inspiraci pro tvorbu portfolia. Aktualizace 2026 je proto neruší, ale ponechává je v rozvojovém zásobníku bez závazku k okamžité realizaci.

Aktualizace přímo navazuje na široce pojatou Šumavskou výzvu, z níž je pro rok 2027 vybrána konkrétní cyklistická priorita. Téma Brána Šumavy není nyní vedeno jako samostatný produkt; případné budoucí zpracování bude vyžadovat nové a přesnější územní vymezení tak, aby odpovídalo reálné vstupní funkci více částí destinace.

11. Zdroje a návazné podklady

- Strategie udržitelného rozvoje cestovního ruchu v Destinaci Šumava žije 2032 – analytická a návrhová část, červenec 2025.
- Výchozí produktové portfolio Destinace Šumava žije, červenec 2025.
- Akční plán Strategie udržitelného rozvoje cestovního ruchu v Destinaci Šumava žije – aktivity pro roky 2026–2027.
- Interní statistika Šumava CARD, stav k 31. 8. 2026: 33 ubytovatelů, 42 poskytovatelů služeb, 2 844 vydaných karet a 684 čerpání benefitů.
- Interní příprava produktu Šumava na talíři: září 2026 – leden 2027; gastro pas; minimálně 6 ochutnávek; soutěž o 5 voucherů na degustační menu pro dvě osoby, každý v hodnotě 2 000 Kč.
- CzechTourism – Implementační manuál Kategorizace DMO, kritérium 5.3.1.
- Český olympijský tým – Hry XII. zimní olympiády dětí a mládeže 2027, aktuální oficiální stránka.
- Web a komunikační kanály Destinace Šumava žije.

Závěrečné vymezení

Destinace Šumava žije pro období 2026–2028 pracuje s omezeným, řízeným a prokazatelným produktovým portfoliem. Jeho jádrem je Šumava CARD, na který navazují konkrétní tematické produkty. Portfolio bude průběžně aktualizováno podle dat, kapacit DMO, potřeb partnerů, poptávky návštěvníků a principů udržitelného rozvoje.