



# KONCEPCE ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU V ČESKÉM KRUMLOVĚ A V TURISTICKÉ OBLASTI ČESKÝ KRUMLOV REGION 2025–2032

***Návrhová část***

Říjen 2025

economic  
impact

KREIA  
group

## DMO Český Krumlov Region, z. s.

náměstí Svornosti 2, 381 01 Český Krumlov

IČ: 08814112

24. 10. 2025

Vážená paní ředitelko,

dovolujeme si Vám předložit návrhovou část studie Koncepce rozvoje cestovního ruchu v Českém Krumlově a v turistické oblasti Český Krumlov Region 2025–2032 v návaznosti na odvětví kultury a sportu.

V rámci této části studie je stanovena pro cestovní ruch v Českém Krumlově a jeho okolí dlouhodobá vize a mise. Za účelem jejich naplnění jsou popsány strategické cíle, které jsou rozpracovány do konkrétních opatření. Důležitou součástí struktury cílů jsou indikátory, které umožňují průběžně kontrolovat jejich naplňování.

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.

**Ondřej Špaček**

Economic impactT v.o.s.

### Obsah strategické studie:

#### **NÁVRH CÍLOVÝCH SKUPIN**

**6**

#### **STRATEGICKÁ ČÁST**

**10**

Vize, mise, strategické cíle a opatření

13

Strategický cíl 1 – služby & infrastruktura

19

Strategický cíl 2 – destinační management

29

Strategický cíl 3 – destinační marketing

36

Strategický cíl 4 – propojení cestovního ruchu, sportu  
a kultury

44

#### **IMPLEMENTAČNÍ ČÁST**

**49**

Proces naplňování a vyhodnocování Koncepce

50

# Přínosy cestovního ruchu pro Český Krumlov a jeho okolí

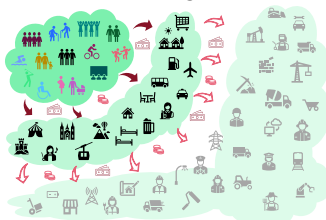
Rozvinutý cestovní ruch ve městě a jeho okolí má **pozitivní dopady** na všeobecný rozvoj i na ekonomiku oblasti, přispívá k budování infrastruktury (aquapark) a financování projektů (např. Vyšný). Tyto důsledky se dále multiplikuji prostřednictvím vlivu turismu na návazná odvětví.

## Přímý dopad do rozpočtu města



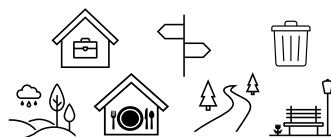
**Poplatek z pobytu**, vstupného, příjmy z parkování, **pronájem** venkovních ploch, reklamních ploch...

## Sekundární dopady do ekonomiky města



**Multiplikace ek. přínosů** v návazných odvětvích

## Investice do veřejného prostoru



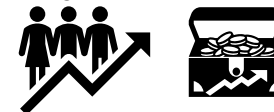
Investice do cestovního ruchu často vedou ke **zlepšení infrastruktury**, která je využívána i místními obyvateli.

## Zvýšení známosti a prestiže města



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

## Pozitivní dopad na vývoj počtu obyvatel města



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 ve městě a jeho okolí** pozitivní vliv na ekonomické fungování i kvalitu života místních obyvatel a tím pádem **může pozitivně ovlivňovat vývoj počtu obyvatel města a přilehlých obcí**.

## 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



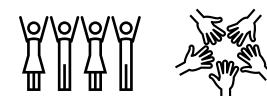
Fungující cestovní ruch má pozitivní dopad na možnosti trávení volného času místních obyvatel, využívání infrastruktury a **nabídky, která by bez cestovního ruchu nevznikla**.

## Lepší kvalita života



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 / oblastí



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

# Přínosy destinační spolupráce pro Český Krumlov a jeho okolí

**Dobře nastavená a dlouhodobě efektivní destinační spolupráce** může výrazně **pomoci zdravému a udržitelnému rozvoji** cestovního ruchu nejen ve městě, ale v celé turistické oblasti, který má **pozitivní vliv na obec i její obyvatele**. Funkčně navržená, dostatečně financovaná a kvalitně personálně zabezpečená **destinační společnost** může vykonávat velké množství aktivit, zastřešovat rozvojové projekty a záměry, které by jinak muselo zajišťovat město či 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 města i regionu.
- Společnost může pomoci s vývojem nových **turistických produktů a služeb**, které jsou přizpůsobené specifikům města a jeho okolí 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



- Inicjuje **spolupráci mezi aktéry** cestovního ruchu a koordinuje ji tak, aby probíhala efektivně a **na partnerské úrovni**.
- Zajišťuje **centralizovaný sběr dat o cestovním ruchu** ve městě i okolí, analyzuje je a členům a dalším aktérům poskytuje data o turismu v oblasti **a jeho přínosech**.



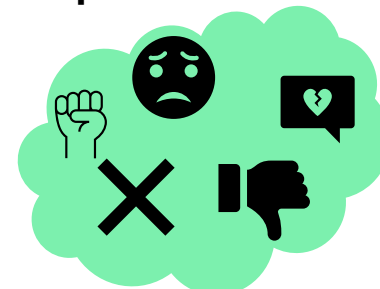
- V případě správného nastavení se společnost může **podílet na efektivním výběru poplatku z pobytu**.

## Destinační marketing a propagace oblasti



- Společnost může **centralizovat marketingové a propagační aktivity**, což zvyšuje viditelnost a atraktivitu města a 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 pomohou **v integraci a synergii odvětví sportu a kultury ve městě**.

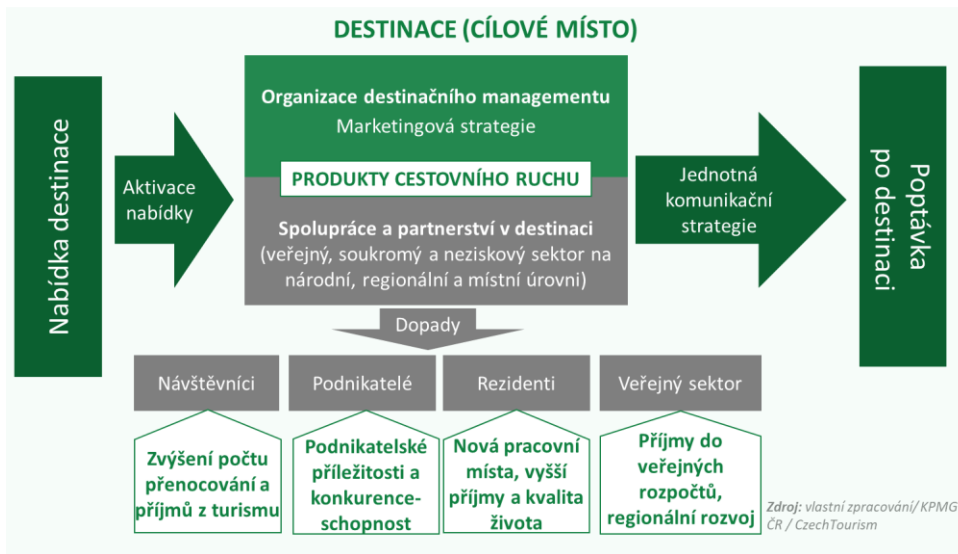
## Zabránění negativním dopadům turismu



- Destinační společnost může vykonávat a koordinovat aktivity, které povedou k **minimalizaci negativních dopadů nadměrné koncentrace turistů** v jednom místě nebo čase, což je v Krumlově signifikantní téma.
- Neřešení tohoto rizika může zvyšovat **iritaci místního obyvatelstva** a jeho celkovou nespokojenost, případný odliv a tím snížení personálních kapacit ve službách cestovního ruchu.

# Východiska pro rozvoj destinační spolupráce

## Role destinační společnosti

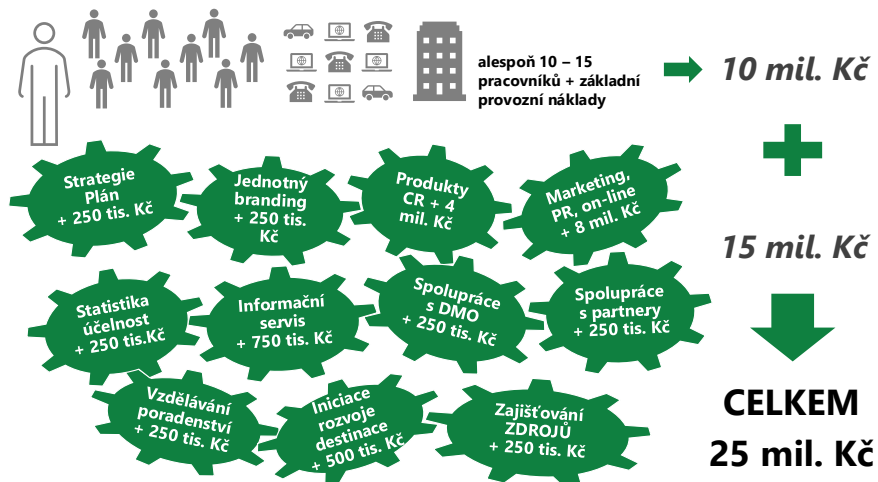


## Ekonomické efekty destinačního managementu



- ✓ Dlouhodobě efektivně fungující destinační agentura přináší vyšší rozsah a kvalitu služeb v cestovním ruchu.
- ✓ Ve spolupráci s efektivním marketingem dochází k nárůstu tržeb a celkové spotřeby.
- ✓ Díky multiplikačním efektům v ekonomice má významný pozitivní dopad na veřejné rozpočty i zaměstnanost.

## Aktivity dlouhodobě funkční oblastní DMO



## 3K jako základní zásada 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.

# NÁVRH CÍLOVÝCH SKUPIN

# Návrh cílových skupin návštěvníků (1/3)

## Segmentace klientely

Pro **město Český Krumlov** byly na základě archetypální segmentace turistické populace určeny tři hlavní cílové skupiny. Top segmenty tvoří **Požitkáři** – návštěvníci, kteří přijíždějí za kvalitní gastronomií, kulturou, historií a autentickým zážitkem z místa, a **Poutníci**, kteří hledají klid, smysluplnost a hlubší vztah k místu skrze procházky, duchovní místa či kulturní program. Doplnkový segment tvoří Pařmeni – mladé publikum navštěvující akce a účastníci se nočního života a festivalů; jejich pobyt je důležitý, ale zároveň vyžaduje citlivé řízení a koordinaci z hlediska bezpečnosti, hluku a dopadu na veřejný prostor. Pro **okolí města Český Krumlov** jsou klíčovými cílovými skupinami **Rekreanti**, kteří vyhledávají pohodový pobyt v přírodě, aktivní trávení volného času a klidné prostředí venkova, dále skupina **Poutníci**, pro které je okolí města ideální pro delší procházky, přírodní i duchovní místa. Doplnkově se zde objevují Dobrodruzi, kteří preferují objevování méně známých míst, outdoorové aktivity a netradiční zážitky.

Segment	Krátký popis segmentu	Město Český Krumlov	Okolí Českého Krumlova
<b>Požitkáři</b>	Preferují pohodlí, kvalitní služby a snadnou dostupnost. Často využívají cestovní kanceláře, zajímají se o místní gastronomii, přírodu a relaxaci ve wellness. Inspiraci čerpají z časopisů a prospektů.	✓	
<b>Rekreanti</b>	Cestují za odpočinkem a pohodou, nejčastěji s rodinou. Program si organizují sami, vyhledávají kulturní akce, zábavu, aquaparky či posezení s blízkými. Informace získávají od známých nebo z televize.		✓
<b>Poutníci</b>	Cestují za hlubším poznáním kultury, tradic a historie. Navštěvují památky, hrady, historická města. Jsou citliví na hodnoty, vzdělání a zajištění. Plánují cestu individuálně a čerpají z knih a internetu.	✓	✓
<b>Pařmeni</b>	Mladí cestovatelé hledající noční zábavu. Cestují ve skupině, levně, bez cestovky. Ubytování řeší až na místě, program staví na barech, klubech a spontánnosti.	✓	
<b>Dobrodruzi</b>	Zvídaví a aktivní cestovatelé, často muži různého věku. Lákají je neznámá místa, hory a výzvy. Cestu si pečlivě plánují, informace hledají sami. Cestování je pro ně naplnění snu i výzva k objevování.		✓

# Návrh cílových skupin návštěvníků (2/3)

## Segmentace klientely & cílové skupiny

Kromě archetypální segmentace, která napomáhá lépe porozumět motivacím a hodnotám různých typů návštěvníků, je pro Český Krumlov nezbytné pracovat také s dalšími typy segmentace zaměřenými na konkrétní cílové skupiny. Mezi klíčové segmenty patří především **organizované skupinové zájezdy**, a to zejména z asijských trhů a dalších zámořských destinací (např. USA), které často navštěvují město v rámci časově omezených okruhů po Evropě. Dále je důležité zohlednit **MICE klientelu**, která do města přijíždí na menší konference, firemní akce nebo odborná setkání. Tento segment zahrnuje i firmy, které poptávají menší, exkluzivní prostory pro luxusní eventy nebo incentivní pobyty. Specifickou a často opomíjenou skupinou jsou také **místní obyvatelé**, kteří využívají vybrané turistické služby, navštěvují kulturní či komunitní akce a podílejí se tak na vytváření živého městského prostředí. Tyto segmenty je vhodné sledovat odděleně, neboť vyžadují odlišné přístupy v oblasti produktového rozvoje, komunikace i řízení návštěvnosti.

### ORGANIZOVANÉ SKUPINOVÉ ZÁJEZDY

- Cílovou skupinu organizovaných zájezdů tvoří **zahraniční turisté i jednodenní návštěvníci**, kteří přijíždějí v rámci předem naplánovaných programů cestovních kanceláří.
- Tito návštěvníci často absolvují prohlídku města s průvodcem, mají omezený čas na individuální aktivity a vyhledávají především ikonické památky a silný vizuální zážitek.
- Jejich pobyt je **krátký, ale intenzivní**, což klade nároky na kvalitní orientační systém, dobře dostupná hygienická zařízení, vyhrazené prostory pro autobusovou dopravu a koordinaci pohybu větších skupin v exponovaných částech města.
- Vzhledem k jejich způsobu návštěvy je vhodné přizpůsobit nabídku i interpretaci místního dědictví tak, aby i v omezeném čase získali pozitivní zážitek z destinace.

### MICE

- Segment MICE zahrnuje návštěvníky přijíždějící do města za účelem účasti na **menších konferencích, pracovních setkáních, firemních akcích či incentivních pobytech**.
- Tito hosté kladou důraz na **vysokou úroveň služeb, exkluzivitu prostředí a bezproblémovou a precizní organizaci**.
- Často jde o klientelu s **vyšší kupní silou**, která preferuje kvalitní ubytování, gastronomii a zážitky šité na míru.
- Pro úspěšný rozvoj tohoto segmentu je klíčové disponovat vhodnými multifunkčními prostory, profesionálním technickým zázemím, dobrou dopravní dostupností a schopností nabídnout zajímavý doprovodný program, který propojí pracovní a volnočasové, resp. rekreační, odpočinkové aktivity v unikátním prostředí města.

### MÍSTNÍ OBYVATELÉ

- Místní obyvatelé představují specifickou, avšak důležitou cílovou skupinu, která **využívá vybrané turistické služby** a aktivně se zapojuje do kulturního i společenského života ve městě.
- **Navštěvují vybrané památky, účastní se festivalů, trhů a komunitních akcí** a spoluvytvářejí autentickou atmosféru destinace.
- Jejich vztah k místu je dlouhodobý, a proto je důležité, aby cestovní ruch nevytvářel nadměrné zatížení, ale naopak přinášel i benefity pro kvalitu jejich života.
- Zapojení místních do plánování, komunikace i využívání nabídky turismu podporuje udržitelnost a posiluje sociální soudržnost ve městě.

# Návrh cílových skupin návštěvníků (3/3)

## Segmentace klientely & cílové skupiny

Neopomenutelnou cílovou skupinou jsou individuální návštěvníci označovaní jako **FIT** (*Free Independent Travelers*), kteří do Českého Krumlova cestují samostatně, tj. **bez organizace cestovní kanceláře**.

Tato **početná a rozmanitá skupina** zahrnuje cestovatele různých věkových kategorií, zájmů i délky pobytu. Přestože je jejich chování individuální, **sdílejí některé společné znaky** – vysokou míru samostatnosti při plánování, důraz na autentické zážitky, využívání digitálních nástrojů a ochotu objevovat i méně známá místa.

V rámci této skupiny se vyskytují **odlišnosti** v chování a očekáváních **podle geografického původu**. Zatímco tuzemští a blízcí zahraniční návštěvníci (např. ze Slovenska, Rakouska či Německa) často přijíždějí opakovaně, na kratší pobyty a vlastním vozidlem, cestovatelé ze vzdálenějších trhů – jako jsou USA, Jižní Korea nebo Latinská Amerika – obvykle navštěvují město v rámci delší cesty po Evropě, kladou důraz na ikonické památky a spoléhají se více na digitální informace a navigaci. Tomu je vhodné přizpůsobit nejen komunikaci a nabídku produktů, ale i infrastrukturu a služby v místě.

### INDIVIDUÁLNÍ NÁVŠTĚVNÍCI

- Individuální turisté tvoří **rozmanitou skupinu návštěvníků**, kteří si svůj pobyt **plánují samostatně**, často s důrazem na osobní zážitek, flexibilitu a objevování mimo hlavní proud.
- Lze generalizovat, že se zajímají zejména o **kulturní dědictví, architekturu, gastronomii** nebo **volnočasové aktivity** v autentickém prostředí.
- Vyznačují se **delší dobou pobytu** než návštěvníci organizovaných skupinových zájezdů, a častěji **využívají místní ubytování, stravovací zařízení a doprovodné služby**. Také mají vysokou míru spontánních rozhodnutí, např. zůstávají neplánovaně v destinaci déle, pokud se v ní cítí dobře.
- Pro tuto skupinu je klíčové zajistit **přehledné informace**, dostupnou **digitální navigaci, možnost online rezervace služeb a dobrou návaznost dopravy**.

### BLÍZKÉ TRHY - INDIVIDUÁLNÍ

- Turisté z blízkých trhů, zejména ze Slovenska, Německa, Rakouska, Polska a Maďarska, **často přijíždějí opakovaně**, a to jak na **kratší pobyty** (např. víkendové), tak v rámci **poznávacích cest po regionu**.
- Tito návštěvníci obvykle disponují **vlastním vozidlem**, dobře se orientují a mají zájem o **kombinaci známých atraktivit a méně exponovaných míst**.
- Důležitými faktory při rozhodování jsou **kvalita služeb, čistota, bezpečnost a jazyková vybavenost personálu**.
- V nabídce destinace je vhodné akcentovat **mimosezónní témata, kulturní program a možnosti aktivního trávení volného času**.

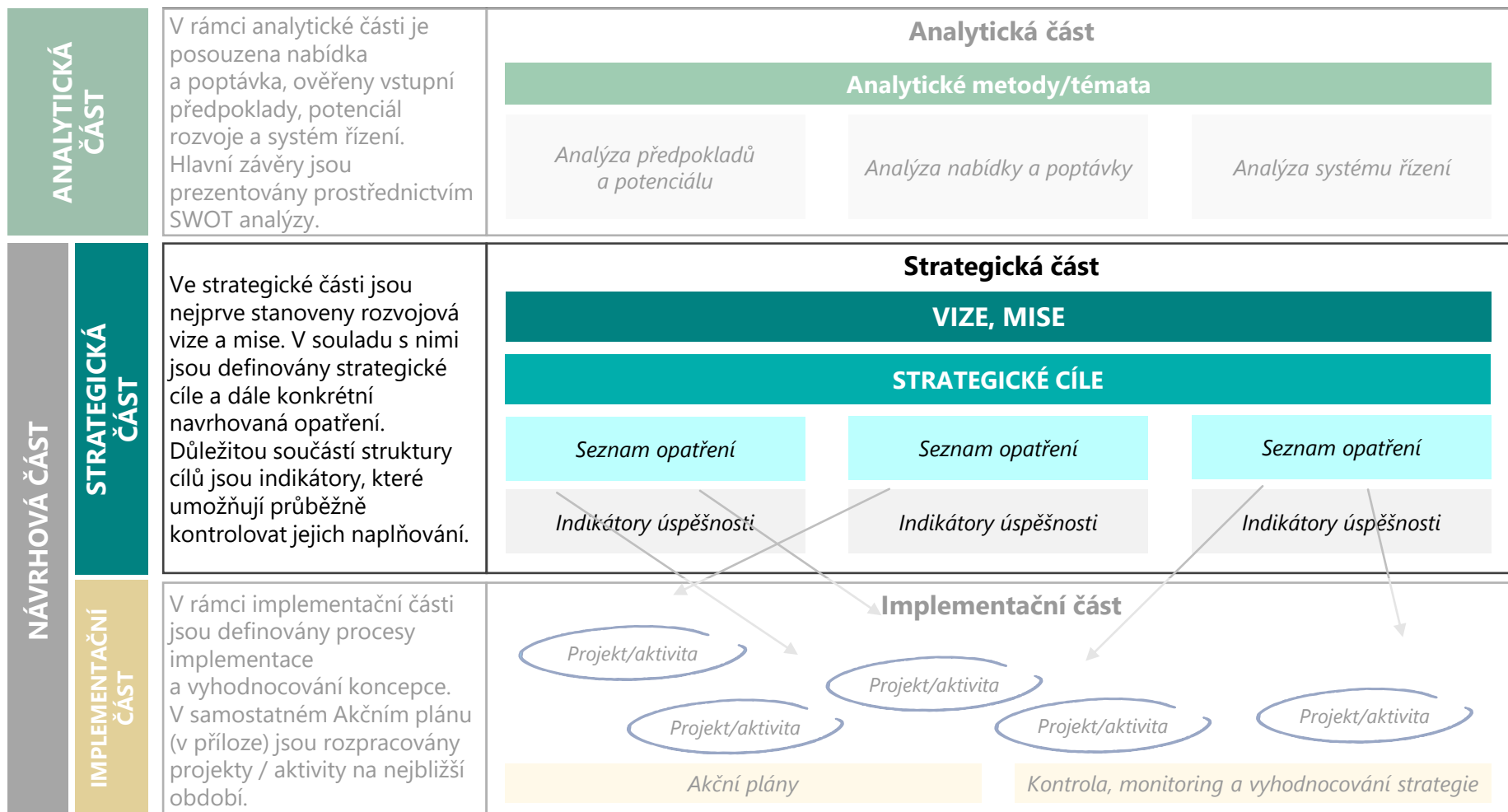
### VZDÁLENÉ TRHY - INDIVIDUÁLNÍ

- Návštěvníci ze vzdálených trhů, jako jsou USA, Jižní Korea nebo Latinská Amerika, obvykle navštěvují Český Krumlov jako **součást delší cesty po střední Evropě**.
- Tito turisté mají **zájem o ikonické památky**, jedinečné kulturní zážitky a příběhy spojené s historií místa.
- Jejich **pobyt bývá kratší, ale mohou mít vyšší útratu**.
- Často spoléhají na **online informace, digitální mapy a recenze** a očekávají **vysoký standard služeb**.
- Pro tento segment je důležitá kvalitní prezentace destinace v zahraničí, jazyková dostupnost, dobré dopravní napojení a nabídka rychle dostupných, ale hodnotných zážitků.

# STRATEGICKÁ ČÁST

# Struktura Koncepce a metodika tvorby

Dokument odpovídá doporučené **struktuře a metodickému postupu pro tvorbu strategických dokumentů v ČR** (Metodika přípravy veřejných strategií. MMR, 2018), je členěn na Analytickou část a Návrhovou část.

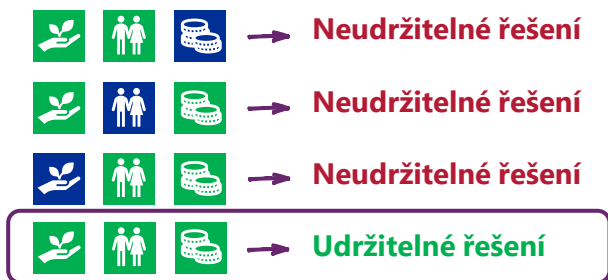


# Aspekty udržitelnosti Koncepce

- Udržitelný cestovní ruch je klíčem k dlouhodobé prosperitě regionů. Pokud je plánován s ohledem na místní zdroje a kvalitu života obyvatel, může přinášet přínosy i v budoucnu. Vyžaduje to promyšlené plánování, řízení a flexibilní přístup k aktivitám i infrastruktuře.
- Klíčová je také úzká spolupráce mezi všemi zúčastněnými stranami. Cílem je **vytvořit vyvážený systém**, který bude přínosný jak pro region a jeho obyvatele, tak pro návštěvníky, přičemž zachová přírodní a kulturní hodnoty i pro budoucí generace.
- Subjekty působící v cestovním ruchu by se zároveň měly řídit **zásadami ESG a evropskými směrnici** týkajícími se udržitelnosti, včetně zajištění důstojných pracovních podmínek, férového přístupu k zaměstnancům, rovného postavení v dodavatelských řetězcích a zohlednění ekologických a sociálních dopadů své činnosti.

## JAKÉ ŘEŠENÍ JE UDRŽITELNÉ?

Navrhovaná řešení musí vyvažovat a propojovat všechny tři pilíře udržitelného cestovního ruchu. Je důležité, aby byla koncepční, dlouhodobá a v souladu se všemi klíčovými subjekty.



*\*Rozvoj méně navštěvovaných míst v CHKO Blanský les musí být v souladu s limity ochrany přírody stanovenými Správou CHKO a konzultován s AOPK ČR.*

## 3 PILÍŘE UDRŽITELNÉHO CESTOVNÍHO RUCHU



## PŘÍKLADY PRAKTICKÝCH OPATŘENÍ PRO DOSAŽENÍ UDRŽITELNOSTI:

- **Vzdělávání a komunikace:** informovat o přínosech udržitelného cestování a doporučovat lokální aktivity
- **Podpora místních iniciativ:** zapojit obyvatele do tvorby nabídky a prodeje regionálních produktů
- **Šetrná doprava:** podporovat pěší turistiku, cyklodopravu a veřejnou dopravu
- **Méně známá místa\*:** zviditelnovat atraktivní, méně navštěvovaná místa
- **Regenerativní turismus:** umožnit návštěvníkům zapojit se do péče o destinaci (např. dobrovolnictvím).

# VIZE, MISE, STRATEGICKÉ CÍLE & OPATŘENÍ

# Strategická část Koncepce - základní schéma

## VIZE

**Český Krumlov a jeho okolí – autentická a dynamická destinace světového dědictví uprostřed jedinečné krajiny. Místo, kde se historie setkává s kvalitními službami, přírodním bohatstvím, udržitelným přístupem a respektem k místním.**

## MISE

- **Chránit autenticitu Českého Krumlova, jeho historický ráz, kulturní dědictví a neopakovatelnou atmosféru světové UNESCO perly**
- **Dále budovat cestovní ruch jako nedílnou součást života města, která přináší hodnoty pro obyvatele i návštěvníky**
- **Zajišťovat harmonii mezi turismem a každodenním životem obyvatel, s respektem k jejich potřebám, prostředí a komunitě**
- **Podporovat udržitelný, vyvážený a celoroční turismus**
- **Dbát na zvyšování kvality služeb a zážitků, které odrážejí místní identitu, originalitu a profesionalitu**
- **Zvyšovat přínosy z cestovního ruchu pro místní ekonomiku a zaměstnanost**

## STRATEGICKÉ CÍLE

### 1. Posílení kvality služeb a infrastruktury CR

Cílem je zvýšit úroveň zážitku návštěvníků prostřednictvím **modernizace a zkvalitnění služeb a investováním do nosné i podpůrné infrastruktury** v destinaci (tedy město a jeho okolí). To zahrnuje jak veřejné, tak soukromé prvky, které přímo ovlivňují komfort, dostupnost a celkovou atraktivitu Českého Krumlova a jeho okolí.

### 2. Rozvoj destinačního managementu v regionu

Smyslem je posílit roli destinačního managementu jako **klíčového koordinátora rozvoje cestovního ruchu** na úrovni turistické oblasti. Destinační management by měl být stabilním, důvěryhodným a aktivním partnerem obcí, podnikatelů, kulturních a sportovních institucí a dalších zainteresovaných aktérů v Českém Krumlově i jeho okolí.

### 3. Zvýšení profesionality destinačního marketingu

Cíl nastavuje systematické **využívání nástrojů a principů destinačního marketingu** k budování atraktivního image regionu, posilování značky, skladbou produktového portfolia a efektivní komunikaci s cílovými skupinami. Destinační marketing slouží jako most mezi nabídkou a poptávkou a zajišťuje dlouhodobě udržitelný rozvoj cestovního ruchu.

### 4. Propojení cestovního ruchu s kulturou a sportem

**Posílení spolupráce a koordinace** mezi aktéry v oblasti cestovního ruchu, kultury a sportu, **zejména při plánování, propagaci a realizaci** společných nebo tematicky propojených **akcí**.

# Přehled strategických cílů a opatření (1/2)

## Strategický cíl 1 – Posílení kvality služeb a infrastruktury cestovního ruchu

Cílem je **zvýšit úroveň zážitku návštěvníků prostřednictvím modernizace a zkvalitnění služeb a investováním do nosné i podpůrné infrastruktury** v destinaci (tedy město a jeho okolí). To zahrnuje jak veřejné, tak soukromé prvky, které přímo ovlivňují komfort, dostupnost a celkovou atraktivitu Českého Krumlova a jeho okolí.

### Opatření:

#### CR1.1 Ochrana autenticity města Český Krumlov jako historického města

CR1.2 Podpora zvýšení kvality služeb (především ubytovacích a stravovacích)

CR1.3 Podpora celoroční nabídky a rozvoje stávajících i nových aktivit pro prodloužení délky pobytu (např. outdoorové aktivity v rozvojové oblasti Vyšný)

CR1.4 Zlepšení dopravní dostupnosti včetně optimalizace systému parkování v turistické oblasti

CR1.5 Rozvoj infrastruktury pro cykloturistiku

CR1.6 Zajištění, rozvoj a udržení zaměstnanců v cestovním ruchu včetně podpory zkvalitnění zázemí pro jejich práci i pobyt

CR1.7 Implementace inkluze a bezbariérovosti ve službách cestovního ruchu

CR1.8 Vytváření podmínek pro rozvoj, modernizaci a digitalizaci informačních turistických center a návštěvnických center

## Strategický cíl 2 – Rozvoj destinačního managementu v regionu

Smyslem je posílit roli **destinačního managementu jako klíčového koordinátora rozvoje cestovního ruchu** na úrovni turistické oblasti. Destinační management by měl být stabilním, důvěryhodným a aktivním partnerem obcí, podnikatelů, kulturních a sportovních institucí a dalších zainteresovaných aktérů v Českém Krumlově i jeho okolí.

### Opatření:

#### CR2.1 Rozšíření členské základny prostřednictvím nábory nových členů včetně zapojení subjektů z širšího území destinace

CR2.2 Nastavení efektivního systému řízení a komunikace spolku s cílem zajištění stabilního a efektivního výkonu destinačního managementu

CR2.3 Zajištění dlouhodobého, vícezdrojového a stabilního financování spolku

CR2.4 Rozvoj systematické spolupráce s aktéry v území i mimo něj, zahrnující mezioborovou, meziobecní i přeshraniční dimenzi, a pokračování v pravidelných setkáních v souladu s principem 3K (Komunikace – Kooperace – Koordinace)

CR2.5 Rozvoj a profesionalizace turistických informačních center či návštěvnických center v destinaci

CR2.6 Podpora zvyšování kvality a dostupnosti lidských zdrojů v cestovním ruchu

# Přehled strategických cílů a opatření (2/2)

## Strategický cíl 3 – Zvýšení profesionality destinačního marketingu

Cíl nastavuje **systematické využívání nástrojů a principů destinačního marketingu** k budování atraktivního image regionu, posilování značky, skladbou produktového portfolia a efektivní komunikaci s cílovými skupinami. Destinační marketing slouží jako most mezi nabídkou a poptávkou a zajišťuje dlouhodobě udržitelný rozvoj cestovního ruchu.

### Opatření:

#### **CR3.1 Rozvíjet portfolio produktů cestovního ruchu a systematicky o něj pečovat**

CR3.2 Pravidelně komponovat marketingový plán a rozpočet a na jejich základě realizovat marketingové kampaně

#### **CR3.3 Inovovat a rozšířit systém sběru a sdílení dat o návštěvnosti a chování turistů**

CR3.4 Orientovat se na potřeby místních - pravidelně provádět šetření iritace, pořádat diskuze, komunikovat přínosy cestovního ruchu

CR3.5 Sestavit a komunikovat zásady ohleduplného chování návštěvníků s cílem předcházet nežádoucím projevům

CR3.6 Upravit a dále rozvíjet transparentní a nediskriminující pravidla pro zapojení poskytovatelů služeb cestovního ruchu do komunikace a propagace nabídky destinace

## Strategický cíl 4 – Propojení cestovního ruchu s kulturou a sportem

**Posílení spolupráce a koordinace** mezi aktéry v oblasti cestovního ruchu, kultury a sportu, **zejména při plánování, propagaci a realizaci** společných nebo tematicky propojených **akcí**.

### Opatření:

CR4.1 Vytvořit platformu pro spolupráci a koordinaci aktivit v oblasti cestovního ruchu, sportu a kultury na úrovni úzké spolupráce koordinátorů za jednotlivé oblasti

#### **CR4.2 Vybudovat benefitní systém „Karta návštěvníka“, s návazností na stávající Kartu Krumlováka**

CR4.3 Koordinovat plánování a časové rozložení akcí napříč oblastmi cestovního ruchu, kultury, sportu a případně dalšími obory

CR4.4 Podporovat a rozvíjet společné mezioborové a koprodukční projekty (např. společné eventy, festivaly, vzájemné doprovodné programy ap.)

CR4.5 Podporovat rozvoj vzájemných vztahů a výměnu zkušeností mezi aktéry z oblastí cestovního ruchu, kultury a sportu

CR4.6 Nastavit společný propagační rámec pro prezentaci propojené nabídky města v oblasti cestovního ruchu, kultury a sportu

# Rámcový harmonogram naplňování strategie

Zde je uveden rámcový harmonogram naplňování koncepce a jednotlivých opatření.

Strategický cíl	Číslo	Název opatření (stručný)	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032
Služby & infrastruktura	CR1.1	<b>Ochrana autenticity města Český Krumlov jako historického města</b>	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX
	CR1.2	Podpora zvýšení kvality služeb (především ubytovacích a stravovacích)	x	x	XXX	XXX	x	x	XXX	XXX
	CR1.3	Podpora celoroční nabídky a rozvoje stávajících i nových atrakтивit pro prodloužení délky pobytu (např. outdoorové aktivity v rozvojové oblasti Vyšný)	x	x	x	XXX	XXX	x	x	x
	CR1.4	Zlepšení dopravní dostupnosti vč. optimalizace systému parkování v turistické oblasti		XXX	XXX	XXX	x	x	x	x
	CR1.5	Rozvoj infrastruktury pro cykloturistiku		x	x	x	XXX	XXX	XXX	x
	CR1.6	Zajištění, rozvoj a udržení zaměstnanců v cestovním ruchu včetně podpory zkvalitnění zázemí pro jejich práci i pobyt	x	x	x	x	x	x	x	x
	CR1.7	<i>Implementace inkluze a bezbariérovosti ve službách cestovního ruchu</i>				x	x	XXX	XXX	x
	CR1.8	<i>Vytváření podmínek pro rozvoj, modernizaci a digitalizaci informačních turistických center a návštěvnických center</i>		x	x	XXX	XXX	x	x	x
Destinační management	CR2.1	<b>Rozšíření členské základny prostřednictvím nábory nových členů včetně zapojení subjektů z širšího území destinace</b>	x	XXX	x	x	x	x	x	x
	CR2.2	Nastavení efektivního systému řízení a komunikace spolku s cílem zajištění efektivního výkonu destinačního managementu	XXX	XXX	x	x	x	x	x	x
	CR2.3	Zajištění dlouhodobého, vícezdrojového a stabilního financování spolku			XXX	XXX	XXX	x	x	x
	CR2.4	Rozvoj systematické spolupráce s aktéry v území i mimo něj, zahrnující mezioborovou, meziobecní i přeshraniční dimenzi, a pokračování v pravidelných setkáních v souladu s principem 3K (Komunikace – Kooperace – Koordinace)			x	x	XXX	XXX	x	x
	CR2.5	<i>Rozvoj a profesionalizace turistických informačních center či návštěvnických center v destinaci</i>		x	x	x	x	XXX	XXX	XXX
	CR2.6	Podpora zvyšování kvality a dostupnosti lidských zdrojů v cestovním ruchu	x	x	x	x	x	x	x	x
Destinační marketing	CR3.1	<b>Rozvíjet portfolio produktů cestovního ruchu a systematicky o něj pečovat</b>	XXX	XXX	XXX	x	x	x	x	x
	CR3.2	Pravidelně komponovat marketingový plán a rozpočet a na jejich základě realizovat marketingové kampaně	x	x	x	x	x	x	x	x
	CR3.3	<b>Inovovat a rozšířit systém sběru a sdílení dat o návštěvnosti a chování turistů</b>	x	x	x	XXX	XXX	XXX	x	x
	CR3.4	Orientovat se na potřeby místních - pravidelně provádět šetření iritace, pořádat diskuze, komunikovat přínosy cestovního ruchu		x		x		x		x
	CR3.5	<i>Sestavit a komunikovat zásady ohleduplného chování návštěvníků s cílem předcházet nežádoucím projevům</i>		XXX	XXX	XXX				
	CR3.6	Upravit a dále rozvíjet transparentní a nediskriminující pravidla pro zapojení poskytovatelů služeb cestovního ruchu do komunikace a propagace nabídky destinace	XXX	XXX	XXX					
Propojení cestovního ruchu, sportu a kultury	CR4.1	Vytvořit platformu pro spolupráci a koordinaci aktivit v oblasti cestovního ruchu, sportu a kultury na úrovni úzké spolupráce koordinátorů za jednotlivé oblasti	x	XXX	XXX	x	x	x	x	x
	CR4.2	<b>Vybudovat benefiční systém „Karta návštěvníka“, s návazností na stávající Kartu Krumlováka</b>	x	x	XXX	XXX	x	x	x	x
	CR4.3	Koordinovat plánování a časové rozložení akcí napříč oblastmi cestovního ruchu, kultury, sportu a případně dalšími obory	x	x	x	x	x	x	x	x
	CR4.4	Podporovat a rozvíjet společné mezioborové a koprodukční projekty (např. společné eventy, festivaly, vzájemné doprovodné programy ap.)		XXX	x	x	x	x	x	x
	CR4.5	<i>Podporovat rozvoj vzájemných vztahů a výměnu zkušeností mezi aktéry z oblastí cestovního ruchu, kultury a sportu</i>		XXX	XXX	x	x	x	x	x
	CR4.6	Nastavit společný propagační rámec pro prezentaci propojené nabídky města v oblasti cestovního ruchu, kultury a sportu	x	x	x	x	XXX	XXX	XXX	x

XXX intenzivní projektová činnost

x dlouhodobá průběžná aktivita

# Indikátory hodnotící rozvoj cestovního ruchu v rámci Koncepce

Rozvoj cestovního ruchu je v rámci Koncepce měřen následujícími indikátory:

Indikátory pro měření rozvoje cestovního ruchu	Výchozí rok	do roku 2027	do roku 2029	do roku 2032	Zdroj pro měření
<b>Počet obyvatel Českého Krumlova</b>	<b>12 944</b> (2024)	Vyšší hodnota	Vyšší hodnota	Vyšší hodnota	ČSÚ
<b>Poměr návštěvníků mimo 3.Q (roční rozložení návštěvnosti)</b> <i>Sledování oficiálních statistik ČSÚ pro šetření v HUZ a ostatních zdrojů dat pro IUZ, komparace dat</i>	<b>53 %</b> (2024)	55 %	60 %	65 %	ČSÚ, Vlastní evidence
<b>Průměrná délka pobytu</b>	<b>1,64</b> (2024)	1,7	1,8	1,9	ČSÚ, Vlastní evidence
<b>Počet produktů cestovního ruchu, které zahrnují i služby na území mimo Český Krumlov</b>		2	3	4	Vlastní evidence
<b>Počet členů DMO</b>	8	12	25	50	Vlastní evidence
<b>Realizace benefitního systému „Karta návštěvníka“</b>	Není zavedena	Připravena technická realizace projektu	Zahájen plnohodnotný provoz	Zapojeno 25 % významných ubytovatelů a 25 % provozovatelů atraktivit (v kultuře, sportu i cest. ruchu)	Vlastní evidence

## STRATEGICKÝ CÍL 1 – Služby & infrastruktura

*Cílem je zvýšit úroveň zážitku návštěvníků prostřednictvím modernizace a zkvalitnění služeb a investováním do nosné i podpůrné infrastruktury v destinaci (tedy město a jeho okolí). To zahrnuje jak veřejné, tak soukromé prvky, které přímo ovlivňují komfort, dostupnost a celkovou atraktivitu Českého Krumlova a jeho okolí.*

# Opatření za účelem naplnění Strategického cíle 1

Název opatření	Popis opatření	Odpovědnost	Priorita
<p><b>CR1.1</b> Ochrana autenticity města Český Krumlov jako historického města</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b>Cíl opatření:</b> zachovat statut památky UNESCO a především <b>chránit autenticitu historického prostředí</b> města.</li> <li>➤ <b>Důvod opatření:</b> udržet město živým, kulturně hodnotným a srozumitelně interpretovaným místem pro návštěvníky i místní obyvatele bez negativních efektů cestovního ruchu (např. tzv. turistická past).</li> <li>➤ Podstatné je striktní <b>dodržování památkové ochrany</b> při jakýchkoli stavebních úpravách a rozvoji, aby se zabránilo narušení historické struktury a genia loci města.</li> <li>➤ Za účelem <b>snížení vizuálního smogu</b> ve veřejném prostoru se navrhuje dva kroky. Prvním je zavedení <b>jednotného a esteticky sladěného prezentačního mobiliáře</b> (plakátovací plochy, citylighty, vitríny, mapové stojany) ve správě města nebo DMO, který bude sloužit pro propagaci akcí a atraktivit v Českém Krumlově a jeho okolí. Toto opatření umožní eliminovat nevhodné a nelegální výlepy plakátů a stojanů, které narušují vzhled města. Druhým opatřením je <b>nastavení jasných pravidel pro venkovní vzhled provozoven v historickém centru města</b>, včetně reklamy, vývěsních štítů či výkladních skříní, přičemž město zároveň nabídne konzultace či finanční podporu podnikatelům na úpravu provozoven v souladu s těmito pravidly.</li> <li>➤ Taktéž je doporučeno sjednotit <b>vizuální styl veřejného prostoru</b> – například formou manuálu městského mobiliáře, orientačního systému a omezení reklamního - vizuálního smogu (nad rámec výše uvedeného).</li> <li>➤ Město <b>podpoří lokální podniky, tradiční řemesla a provozy</b>, které přispívají k autenticitě města a odlišují ho od jiných turistických destinací.</li> <li>➤ <b>Obyvatelé města budou zapojováni do rozhodování o změnách v centru</b>, aby byly kroky ve veřejném prostoru v souladu s místní identitou a potřebami komunity. Je možné zvážit zavedení participativního rozpočtu.</li> <li>➤ Bude rozvíjen <b>systém školení průvodců a interpretace kulturního dědictví</b> s důrazem na příběhy místa a respekt k jeho hodnotám. Tyto hodnoty budou návštěvníkům srozumitelně předávány prostřednictvím různých forem – například informačními panely, mobilními aplikacemi nebo průvodcovskými službami – s cílem vysvětlit specifika chráněného území.</li> <li>➤ Město průběžně <b>investuje do údržby infrastruktury</b> tak, aby byla funkční a zároveň nenarušovala autenticitu prostředí.</li> <li>➤ V rámci komunikace s návštěvníky vzniknou <b>zásady ohleduplného chování</b> (viz Opatření CR3.2), který jim pomůže lépe porozumět místu a chovat se vhodně.</li> </ul>	Město Český Krumlov	I
		<p><b>Role města / destinace</b></p>	<p><b>Spolupráce</b></p>
<p>Koordinace komplexního přístupu k ochraně autenticity města, spolupráce na nastavení pravidel památkové péče, regulace vzhledu reklamních poutačů, mobiliáře a dalších prvků ve městě, osvěta a propagace hodnoty historického centra města</p>	<p>Ministerstvo kultury ČR, NPÚ, Státní hrad a zámek Český Krumlov, UNESCO, ICOMOS, místní spolky, občanská sdružení, akademické instituce</p>		

# Opatření za účelem naplnění Strategického cíle 1

Název opatření	Popis opatření	Odpovědnost	Priorita
<p><b>CR1.2</b> Podpora zvýšení kvality služeb (především ubytovacích a stravovacích)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b>Cíl opatření:</b> zvýšit spokojenost návštěvníků, prodloužit délku jejich pobytu, zatraktivnit destinaci i mimo hlavní sezónu a podpořit konkurenceschopnost místních podnikatelů.</li> <li>➤ <b>Důvod opatření:</b> přispět a navázat k dosavadnímu budování image Českého Krumlova jako destinace, kde kvalita a autenticita jdou ruku v ruce a boří zavedené negativní vnímání (nízký standard služeb, overtourism).</li> <li>➤ Opatření se zaměřuje <b>na systematické zvyšování kvality služeb, zejména v oblasti ubytovacích a stravovacích služeb</b> v Českém Krumlově i v přílehlé turistické oblasti, a to jak v oblasti nabídky, tak i zázemí a personálu.</li> <li>➤ Podpora by měla cílit zejména na <b>modernizaci a rekonstrukci zařízení</b>, zavádění digitálních nástrojů, vzdělávání pracovníků a vytváření prostředí, které <b>odpovídá potřebám současného návštěvníka</b>.</li> <li>➤ Město by mělo disponovat <b>kvalitním navigačním systémem</b> a informačním značením nejen v rámci historického centra, ale i v přílehlém okolí. S ohledem na vysoký počet skupinových zájezdů z asijských zemí je důležité, aby byly prvky systému srozumitelné i pro zahraniční návštěvníky a přispívaly k plynulejší orientaci a komfortnímu pohybu ve městě.</li> <li>➤ V oblasti gastronomie je žádoucí například <b>diverzifikace nabídky, rozvoj regionální kuchyně</b>, zapojení lokálních dodavatelů a podpora kvalitních gastronomických akcí. Právě <b>podpora gastronomických akcí</b> může přispět k informovanost návštěvníků o místních regionálních potravinách.</li> <li>➤ Důležitou součástí opatření je také <b>implementace vlastního certifikačního systému, standardů kvality a technických požadavků</b>, které objektivně garantují úroveň poskytovaných služeb. Je vhodné zvážit vznik vlastního systému kvality na principu <i>DMO doporučuje</i>, který bude definován jasnými, transparentními a nediskriminačními pravidly. Subjekty zapojené do systému kvality mohou například čerpat výhody spojené s propagací, sdílením dat a odbornou podporou (viz Opatření CR3.6).</li> <li>➤ Důraz by měl být kladen na <b>zachování autenticity destinace</b>, ale zároveň i na zavádění <b>nových forem ubytování</b> (glamping, tematické ubytování apod.), pro což skrývá potenciál území v širším okolí města.</li> <li>➤ Služby je třeba cíleně rozvíjet také s ohledem na <b>potřeby menších MICE akcí</b> (catering, dopravci, průvodci).</li> </ul>	DMO	II
		<p><b>Role města / destinace</b></p> <p>Koordinační a podpůrná role – poradenská a metodická podpora podnikatelům, zprostředkování školení, zavádění standardů kvality, spolupráce na tvorbě atraktivní nabídky především mimo hlavní sezónu</p>	<p><b>Spolupráce</b></p> <p>Místní podnikatelé, města a obce, Jihočeský kraj, školy, vzdělávací instituce, certifikační systémy, NNO, spolky, CzechTourism</p>

# Opatření za účelem naplnění Strategického cíle 1

Název opatření	Popis opatření	Odpovědnost	Priorita
<p><b>CR1.3</b> Podpora celoroční nabídky a rozvoje stávajících i nových aktivit pro prodloužení délky pobytu (např. outdoorové aktivity v bývalém lomu Vyšný)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b>Cíl opatření:</b> zvýšit průměrné délky pobytu, větší rozprostření návštěvnosti v čase i prostoru a podpora místní ekonomiky prostřednictvím moderních, dostupných a celoročně využitelných zážitků.</li> <li>➤ <b>Důvod opatření:</b> aktuální vysoká koncentrace turismu ve 3. čtvrtletí, jejíž snížení vyžaduje posílení celoroční návštěvnosti Českého Krumlova a jeho okolí. Toho lze dosáhnout buď rozšiřováním nabídky stávajících aktivit a nebo rozvojem aktivit nových nezávislých na sezóně či počasí, které povedou k prodloužení délky pobytu návštěvníků a k zvýšení atraktivity destinace mimo hlavní sezónu.</li> <li>➤ Součástí opatření je rozvoj <b>vnitřních atraktivit</b>, jako jsou kulturní a komunitní centra či dětské herny, a organizace mimosezónních akcí, které udrží město živé a atraktivní po celý rok. Důraz je kladen na <b>kvalitu, originalitu a výjimečnost nabídky</b>, která podpoří celkovou autenticitu města.</li> <li>➤ Klíčová je <b>diverzifikace turistických produktů a neustálé navyšování jejich kvality</b> – kulturních, sportovních i rekreačních – tak, aby oslovily různé typy návštěvníků, popř. motivovali návštěvníky k opakované návštěvě.</li> <li>➤ Součástí opatření je také <b>cílený marketing</b> zaměřený na prezentaci Českého Krumlova jako atraktivní destinace po celý rok (viz Opatření CR3.1)</li> <li>➤ Možnou aktivitou v rámci opatření je <b>zavedení kombinovaného vstupného</b>, což úzce souvisí s připravovanou návštěvnickou kartou – viz Opatření CR4.2.</li> <li>➤ Při tvorbě nových programů a aktivit cestovního ruchu je důležité myslet i na jejich využití pro <b>MICE segment a pro organizované skupinové zájezdy</b> jako doprovodný, resp. rozšiřující program.</li> <li>➤ Významnou nově budovanou atraktivitou, která přispěje k celoroční návštěvnosti a rozšíření nabídky volnočasových aktivit, je <b>aquapark</b> (nyní v realizaci).</li> <li>➤ Specifickým záměrem je <b>rozvoj areálu bývalého lomu Vyšný</b>, který má vysoký potenciál pro vznik moderního outdoorového areálu zaměřeného na sport, relaxaci i adrenalinové aktivity (lanový park, jump park, vodní hřiště). Tato lokalita by měla nabídnout zážitek odlišný od historického centra a přispět k jeho odlehčení. Zároveň může nabídnout vhodnou alternativní aktivitu, která může pomoci k prodloužení délky pobytu návštěvníků Českého Krumlova.</li> <li>➤ Vzhledem k faktu, že oblast lomu spadá do CHKO Blanský les, je nutné <b>konzultovat záměry rozvoje se Správou</b>, aby byl zajištěn soulad plánovaných aktivit s limity stanovenými na ochranu přírodního dědictví (prostor lomu je součástí II. zóny ochrany CHKO).</li> </ul>	Město Český Krumlov DMO	II
		<p><b>Role města / destinace</b></p> <p>Strategické vedení a koordinace aktivit v oblasti cestovního ruchu, podpora spolupráce zainteresovaných subjektů (místní podnikatelé, kulturní instituce, spolky, organizátoři akcí), iniciace a rozvoj nových turistických produktů, spolupráce na zajištění kvalitní nabídky služeb, marketingová komunikace a propagace destinace, komunikace s veřejností a zapojování místních obyvatel, finanční podpora vybraných projektů a soukromých investorů</p>	<p><b>Spolupráce</b></p> <p>Města a obce, Jihočeský kraj, Ministerstvo pro místní rozvoj, Státní fond životního prostředí, místní podnikatelé, provozovatelé atraktivit, poskytovatelé ubytovacích a stravovacích služeb, soukromí investoři a provozovatelé, místní dopravci, vzdělávací instituce, nestátní neziskové organizace (NNO), spolky, místní obyvatelé, Správa CHKO Blanský les</p>

# Opatření za účelem naplnění Strategického cíle 1

Název opatření	Popis opatření	Odpovědnost	Priorita
<p><b>CR1.4</b> Zlepšení dopravní dostupnosti vč. optimalizace systému parkování v turistické oblasti</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b>Cíl opatření: zjednodušit a zefektivnit dopravu</b> v Českém Krumlově a okolí jak pro turisty, tak pro místní obyvatele. Jde o komplexní přístup k optimalizaci všech forem dopravy a <b>zlepšení orientace v destinaci</b>.</li> <li>➤ <b>Důvod opatření:</b> problémy s dopravou a parkováním v destinaci.</li> <li>➤ Důležitým aspektem je <b>posílení a zatraktivnění veřejné dopravy</b>, včetně městské hromadné dopravy v Českém Krumlově, a také regionálních autobusových a vlakových spojů, které by měly lépe propojovat Český Krumlov s okolními obcemi a turistickými atrakcemi.</li> <li>➤ Důraz je kladen na <b>rozvoj a údržbu pěších tras</b> jako součást udržitelné mobility a také podporu <b>ekologicky šetrných forem</b> dopravy v celé destinaci (sdílená kola, rozšíření infrastruktury pro cyklistiku).</li> <li>➤ <b>Doporučuje se nadále iniciovat a podporovat výstavbu obchvatu</b> Českého Krumlova pro odlehčení centra města od tranzitní dopravy pro projíždějící směrem na Lipno.</li> <li>➤ Je nezbytné pokračovat v dlouhodobém rozvoji <b>efektivního systému parkování</b> pro osobní automobily, motocykly, autobusy i karavany, např. <b>zahrnutím dosud nezaplatněných úseků do systému parkování</b>, prováděním pravidelné analýza kapacit a cen a jejich úpravu a škálování cenové sazby dle využití v čase (měsíce, dny v týdnu, části dní). Místní obyvatelé mohou být ze systému vyjmuti např. pomocí Karty Krumlováka (viz Opatření CR4.2)</li> <li>➤ Nesmí být opomenut ani další <b>rozvoj systému parkování pro zájezdové autobusy</b> jako nástroje pro regulaci návštěvnosti, avšak s průběžnou optimalizací motivující k mimosezónnímu využití.</li> <li>➤ Součástí opatření by rovněž měla být <b>analýza možnosti parkování v okolí města Český Krumlov</b>, kde nedostatek parkovacích kapacit brání dalšímu rozvoji návštěvnosti. Tato analýza by měla identifikovat konkrétní lokality, které mají turistický potenciál, ale jejichž atraktivita je omezena chybějícím nebo nevyhovujícím parkováním. Rozvoj parkování v oblasti zasahující do území CHKO Blanský les, je <b>nutné konzultovat se správou této oblasti</b>, aby byl zajištěn soulad plánovaných řešení s limity stanovenými na ochranu přírodního dědictví</li> <li>➤ Pro zlepšení navigace po destinaci je vhodné využít <b>moderní digitální technologie</b>, jako jsou mobilní aplikace s interaktivními mapami, navigací a aktuálními informacemi o dopravě a parkování a zajistit lepší viditelnost navigačních cedulí s aktuální obsazeností parkovišť. .</li> </ul>	Město Český Krumlov	II
		<p><b>Role města / destinace</b></p>	<p><b>Spolupráce</b></p>
<p>Tvorba a aktualizace územního plánu, jednání s vyššími územně samosprávnými celky, regulace dopravy v historickém centru města Český Krumlov, implementace chytrých dopravních systémů, podpora rozvoje alternativních forem dopravy iniciace a řízení projektů, legislativní a regulační činnost, financování a investice, analýza a monitoring</p>	<p>Města a obce, Jihočeský kraj, provozovatelé atraktivit, poskytovatelé ubytovacích a stravovacích služeb, místní podnikatelé, vzdělávací instituce, NNO, spolky, místní dopravci, Správa CHKO Blanský les</p>		

# Opatření za účelem naplnění Strategického cíle 1

Název opatření	Popis opatření	Odpovědnost	Priorita
<p><b>CR1.5</b> Rozvoj infrastruktury pro cykloturistiku</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b>Cíl opatření:</b> vytvořit systém propojených a bezpečných cyklotras, který bude zahrnovat především <b>cyklostezky a cyklotrasy vedené mimo silnice</b>.</li> <li>➤ <b>Důvod opatření:</b> okolí Českého Krumlova má nevyužitý potenciál pro cyklistiku, který je zvláště patrný s rozšiřujícím se trendem elektrokol. Pro plné využití tohoto potenciálu je nezbytné výrazné <b>zlepšení cyklistické infrastruktury</b>.</li> <li>➤ Klíčové je <b>podporovat dokončení Vltavské cyklostezky a komplexní sítě cyklostezek</b>, např. v oblasti Blanského lesa (okruh Kájov-Chvalšiny-Brloh-Křemže-Zlatá Koruna) nebo směrem k přehradě Lipno (např. napojení na Černou v Pošumaví), zlepšit na nich <b>značení tras a doplnit podpůrnou infrastrukturu</b> pro cyklisty jako jsou stojany na kola, cyklo boxy, servis pointy a dobíjecí stanice pro elektrokola.</li> <li>➤ <b>Rozvoj v oblasti CHKO Blanský les je nutné konzultovat se správou této oblasti</b>, aby byl zajištěn soulad plánovaných aktivit s limity stanovenými na ochranu přírodního dědictví.</li> <li>➤ Důležitá je také <b>podpora služeb pro cyklisty</b> a motivace ubytovacích a stravovacích zařízení k nabídce „cyklo-friendly“ služeb (úschovny kol, mytí kol, půjčovny, servisy, speciální menu pro sportovce apod.)</li> <li>➤ Na rozvoji cyklostezek je potřeba spolupracovat zejména s okolními oblastními organizacemi destinačního managementu (viz Opatření CR2.4).</li> </ul>	Město Český Krumlov	II
		<p><b>Role města / destinace</b></p> <p>Identifikace potřeb a potenciálu, koordinace aktivit zapojených subjektů, marketing a propagace, tvorba produktů a podpora služeb</p>	<p><b>Spolupráce</b></p> <p>Města a obce, Jihočeský kraj, Nadace Jihočeské cyklostezky (NJC), Lesy ČR a další správci pozemků, soukromí provozovatelé a podnikatelé, Správa CHKO Blanský les</p>

# Opatření za účelem naplnění Strategického cíle 1

Název opatření	Popis opatření	Odpovědnost	Priorita
<p><b>CR1.6</b> Podpora vzniku a rozvoje ubytovacích kapacit vhodných pro pracovníky v cestovním ruchu</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b>Cíl opatření:</b> podpořit zajištění dostatečného počtu kvalifikovaných zaměstnanců a s tím spojené systematické <b>zvyšování kvality poskytovaných služeb</b> (a uspokojení specifik speciálních trhů, jako je např. MICE sektor).</li> <li>➤ <b>Důvod opatření:</b> překonat výzvy spojené s nedostatkem pracovních sil a fluktuací, které negativně ovlivňují úroveň služeb a celkovou spokojenost návštěvníků.</li> <li>➤ Důležitou rolí turistické oblasti v tomto opatření je <b>podpora výstavby dostupného bydlení pro zaměstnance</b> (využít lze např. rozvojové území ve Vyšném) a s tím spojená eliminace překážek pro příchod nových zaměstnanců.</li> <li>➤ V případě vhodných podmínek je možné získat tyto <b>zaměstnance jako trvalé obyvatele města</b>. Toto je možné pouze v případě, že se zároveň podaří zlepšit rozvrstvení návštěvníků v průběhu roku, což může vést ke stavu, kdy zaměstnavatelé v cestovním ruchu jsou stabilními celoročními zaměstnavateli.</li> <li>➤ Opatření by také mělo podpořit <b>vzdělávání a profesní rozvoj</b>, včetně jazykových dovedností a digitálních kompetencí.</li> </ul>	<p>Město Český Krumlov</p> <hr/> <p>Podpora výstavby bydlení pro zaměstnance, iniciace a podpora programů vzdělávání, podpora rekvalifikace a certifikace, spolupráce se zaměstnavateli a profesními organizacemi</p>	<p>II</p> <hr/> <p>Developeři, investoři, podnikatelé v cestovním ruchu, vzdělávací instituce, profesní asociace, rekvalifikační agentury</p>

# Opatření za účelem naplnění Strategického cíle 1

Název opatření	Popis opatření	Odpovědnost	Priorita
<p><b>CR1.7</b> Implementace inkluze a bezbariérovosti ve službách cestovního ruchu</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b>Cíl opatření:</b> zpřístupnit Český Krumlov a okolí všem návštěvníkům bez ohledu na jejich fyzická či smyslová omezení. Smyslem je tak <b>vytvořit přátelské a vstřícné prostředí</b>, které těmto hostům umožní plnohodnotný zážitek z návštěvy destinace.</li> <li>➤ <b>Důvod opatření:</b> zajistit rovné příležitosti pro osoby s pohybovým, zrakovým či sluchovým postižením, ale i pro rodiny s malými dětmi využívajících kočárků, popř. seniory, kteří ocení lehčí přístup.</li> <li>➤ Opatření se zaměřuje na <b>úpravu veřejných prostranství</b>, jako jsou chodníky, přechody a informační systémy, a to tak, aby byly snadno použitelné pro všechny, a rozvoj relevantní infrastruktury a úprav v CHKO Blanském lesem.</li> <li>➤ Důležité je rovněž <b>odstranění stavebních bariér</b> v ubytovacích a stravovacích zařízeních, kulturních památkách a dalších atraktivitách. Při realizaci tohoto úkolu je nezbytné zohlednit omezení daná charakterem historických a památkově chráněných objektů. Vhodným způsobem realizace může být i podpůrný program pro soukromé investory.</li> <li>➤ Součástí opatření je také <b>rozvoj dovedností a znalostí personálu</b> v cestovním ruchu. To znamená, že zaměstnanci projdou specializovanými školeními, aby se naučili, jak efektivně a s empatií komunikovat a poskytovat služby hostům s různými specifickými potřebami.</li> </ul>	Město Český Krumlov	III
		<p><b>Role města / destinace</b></p> <p>Úprava veřejných prostranství, tvorba a dodržování stavebních předpisů, dotační poradenství, mapování a certifikace bezbariérových služeb, aktivní propagace bezbariérové nabídky, koordinace školení pro personál z oboru cestovního ruchu</p>	<p><b>Spolupráce</b></p> <p>Provozovatelé turistických atraktivit, poskytovatelé ubytovacích a stravovacích služeb, dopravní společnosti, organizace zastupující osoby se zdravotním postižením, vzdělávací instituce, Správa CHKO Blanský les</p>

# Opatření za účelem naplnění Strategického cíle 1

Název opatření	Popis opatření	Odpovědnost	Priorita
<p><b>CR1.8</b> Vytváření podmínek pro rozvoj, modernizaci a digitalizaci informačních turistických center a návštěvnických center</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b>Cíl opatření:</b> kontinuálně <b>rozvíjet, modernizovat a zefektivnit systém poskytování informací a služeb návštěvníkům</b> v regionu. Jedná se o komplexní přístup, který propojuje fyzická TIC/návštěvnická centra s moderními digitálními nástroji.</li> <li>➤ <b>Důvod opatření:</b> TIC či návštěvnická centra jsou klíčovým bodem prvního kontaktu s návštěvníky. Jejich dostupnost zásadně ovlivňuje celkový dojem z destinace.</li> <li>➤ V rámci tohoto opatření se doporučuje iniciovat <b>vznik alespoň 1 dodatečného TIC</b> v Českém Krumlově a zvážit posílení TIC v dalších obcích s turistickým potenciálem (např. Zlatá Koruna, Chvalšiny...).</li> <li>➤ Opatření zahrnuje <b>podporu zkvalitňování stávajících zřízení a realizaci nových návštěvnických center</b>, například ve spolupráci s vybranými turistickými cíli i mimo území Českého Krumlova.</li> <li>➤ Doporučuje se nastavit také <b>systém pravidelné údržby, renovace a modernizace</b> jak informačních tak návštěvnických center.</li> <li>➤ Podporovat rozvoj informačních a návštěvnických center a jejich vybavení <b>moderními technologiemi</b>, jako jsou dotykové obrazovky, virtuální realita nebo rozšířená realita, které nabídnou poutavou prezentaci regionu a jeho atraktivit.</li> <li>➤ Vedle toho bude kladen důraz na rozvoj a implementaci <b>komplexní digitální platformy</b>, která bude zahrnovat mobilní aplikace, webové stránky, sociální média a chatboty. Tyto nástroje poskytnou aktuální informace o akcích, službách, dopravě apod., a zároveň umožní rezervace a nákupy vstupenek.</li> </ul>	Město Český Krumlov DMO	III
		<p><b>Role města / destinace</b></p>	<p><b>Spolupráce</b></p>
		<p>Investice do vzniku, rozvoje, modernizace, digitalizace a údržby prostor prostřednictvím dotací a grantů, instalace interaktivních digitálních prvků, sběr a analýza dat o chování návštěvníků, školení personálu</p>	<p>Místní podnikatelé, investoři, potenciální partneři, technologické firmy, vývojáři, provozovatelé turistických atraktivit, Správa CHKO Blanský les</p>

# Indikátory hodnotící dosažení Strategického cíle 1

Strategický cíl 1 je v rámci Koncepce měřen následujícími indikátory.

Při plnění strategických cílů v oblasti rozvoje infrastruktury rozvíjející cestovní ruch není DMO zpravidla realizátorem, ale iniciátorem:

Indikátory pro měření strategického cíle 1	do roku 2027	do roku 2029	do roku 2032	Zdroj pro měření
Délka nově vybudovaných cyklostezek / cyklotras / pěších tras	10 km	15 km	20 km	Vlastní evidence
Počet realizovaných projektů podporujících rozvoj doprovodné infrastruktury pro cyklistiku (stojany, nabíječky, servis pointy ...)	2	4	6	Vlastní evidence
Počet infrastrukturních projektů / počet optimalizovaných stávajících atraktivit podporujících celoroční cestovní ruch / počet nově vybudovaných atraktivit podporujících celoroční cestovní ruch / prodloužení sezóny v Český Krumlov Region	1	2	3	Vlastní evidence
Počet infrastrukturních projektů podporujících cestovní ruch / počet nově vybudovaných atraktivit mimo území Českého Krumlova	1	2	3	Vlastní evidence
Počet certifikovaných turistických informačních center v Český Krumlov Region	2	3	3	Vlastní evidence
Počet projektů vedoucích k modernizaci a zefektivnění poskytování informací návštěvníkům v Český Krumlov Region	1	2	3	Vlastní evidence

## STRATEGICKÝ CÍL 2 – Destinační management

*Smyslem je posílit roli destinačního managementu jako klíčového koordinátora rozvoje cestovního ruchu na úrovni turistické oblasti. Destinační management by měl být stabilním, důvěryhodným a aktivním partnerem obcí, podnikatelů, kulturních a sportovních institucí a dalších zainteresovaných aktérů v Českém Krumlově i jeho okolí.*

# Opatření za účelem naplnění Strategického cíle 2

Název opatření	Popis opatření	Odpovědnost	Priorita
<p><b>CR2.1</b> Rozšíření členské základny prostřednictvím náboru nových členů včetně zapojení subjektů z širšího území destinace</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b>Cíl opatření:</b> posílit <b>reprezentativnost a kapacitu oblastní organizace</b> destinačního managementu prostřednictvím <b>postupného rozšiřování členské základny</b>. Aktivní zapojování subjektů z různých sektorů – podnikatelů, kulturních a sportovních organizací, vzdělávacích institucí i veřejné správy – v podobě, jako bylo činěno dosud, přispívá k větší stabilitě a efektivitě celé struktury.</li> <li>➤ <b>Důvod opatření:</b> růst členské základny nejen vede ke stabilitě DMO, umožní také lépe reflektovat potřeby různorodých skupin a efektivně realizovat konkrétní rozvojové aktivity v území.</li> <li>➤ Základem opatření je budovat transparentní a funkční procesy s ohledem na dlouhodobou udržitelnost systému. Dále je nezbytné <b>posilovat rozhodovací a komunikační mechanismy</b> v rámci oblastní organizace destinačního managementu, které umožní rovné a důstojné zapojení všech jejích členů a partnerů.</li> <li>➤ Nedílnou součástí tohoto opatření pro hlubší spolupráci s oblastí sportu a kultury v Českém Krumlově je <b>definování role koordinátora za cestovní ruch</b>, vymezení jeho kompetencí a pravomocí.</li> <li>➤ Důvěra a otevřenost jsou klíčové pro motivaci ke spolupráci, stejně tak jako <b>systém pravidelného setkávání</b>, který je v oblasti již zavedený.</li> <li>➤ Podmínkou úspěchu je <b>aktivní oslovení a komunikace přínosů členství směrem k subjektům</b> z oblasti cestovního ruchu, gastronomie, kultury, sportu i neziskového sektoru. Výhody jako sdílení informací, účast na společných akcích či možnost ovlivnit směřování DMO by měly být jasně prezentovány.</li> <li>➤ Vzhledem k tomu, že současná členská základna je tvořena převážně subjekty z města Český Krumlov, je nezbytné <b>cíleně zapojovat i aktéry z okolních obcí</b>. Doporučuje se aktivní mapování a oslovování relevantních subjektů a jejich zapojení do strategických struktur organizace.</li> <li>➤ Vhodným nástrojem je <b>spolupráce s místními akčními skupinami (MAS)</b>, svazky obcí a vedením obcí, které mohou působit jako iniciátoři a zprostředkovatelé zájmu o členství.</li> <li>➤ Pro lepší koordinaci aktivit a regionální vyváženost se doporučuje vytvářet <b>tematické nebo teritoriální pracovní skupiny</b>, které budou řešit specifické potřeby jednotlivých částí destinace – např. oblast Blanského lesa.</li> </ul>	DMO	I
		<p><b>Role města / destinace</b></p> <p>Podpora náboru nových členů prostřednictvím vlastních komunikačních kanálů a kontaktů, zajištění důvěryhodnosti a transparentnosti rozhodovacích procesů v organizaci, zviditelnění přínosů členství ve spolku pro místní podnikatele a instituce, iniciování společných setkání a workshopů s mimoměstskými aktéry</p>	<p><b>Spolupráce</b></p> <p>Město Český Krumlov, místní podnikatelé, sportovní a kulturní instituce, nestátní neziskové organizace (NNO), provozovatelé atraktivit cestovního ruchu, poskytovatelé ubytování a služeb v menších obcích, obce v území ORP Český Krumlov, svazky obcí a mikroregiony, místní akční skupiny (MAS), Jihočeský kraj, zainteresované státní instituce, Správa CHKO Blanský les</p>

# Návrh pracovní náplně koordinátora cestovního ruchu

Níže uvedený **seznam aktivit** v sobě zahrnuje činnosti, kterým se bude věnovat **koordinátor cestovního ruchu**. Koordinátor cestovního ruchu bude **hlavním garantem naplňování této Koncepce rozvoje cestovního ruchu**. Je nutné podotknout, že bez zřízení této pozice (resp. alokování dostatečného množství kvalitních personálních kapacit) nebude proveditelné naplnit v plném rozsahu opatření z této Koncepce.

## Seznam vybraných aktivit a činností, které by měl zajišťovat koordinátor cestovního ruchu:

- Zodpovídá za **naplňování Koncepce rozvoje cestovního ruchu**, naplňování akčního plánu; připravuje pravidelně podklady pro vyhodnocování plnění Koncepce, informuje o nich vedení města, zastupitelstvo a koordinátory za oblast sportu a kultury.
- Koordinuje pracovníky, kteří se podílejí na rozvoji cestovního ruchu v oblasti Český Krumlov Region a mají vliv na odvětví cestovního ruchu (informační centrum, parkování, atraktivita pro návštěvníky).
- Podílí se na optimalizaci provozu vybraných atraktivit a zodpovídá za stav infrastruktury relevantní pro cestovní ruch ve městě (např. navigační systém, veřejné WC).
- Úzce spolupracuje s provozovateli parkovišť a společně se podílí na rozvoji parkovacího systému (spolupráce s IT dodavatelem systému, údržba, rozvoj, vyhodnocování a návrhy úprav...).
- Zodpovídá za provoz a rozvoj turistických informačních center – koordinace provozu, rozvoj personálu, nové aktivity aj.
- Zodpovídá za shromažďování a vyhodnocování důležitých informací v odvětví cestovního ruchu (ekonomické ukazatele, návštěvnost, zpětná vazba...) a jejich předávání vedení města Český Krumlov, členům DMO a obyvatelům turistické oblasti Český Krumlov Region.
- Zodpovídá za marketingové aktivity města a turistické oblasti v oblasti cestovního ruchu, připravuje cílené marketingové kampaně. Vybrané marketingové aktivity řeší společně s koordinátory za oblast sportu a cestovního ruchu.
- Zodpovídá za komunikaci na webu a sociálních sítích týkající se cestovního ruchu a aktuálnost informací.
- Koordinuje přípravu marketingových materiálů, včetně jejich plánování, zajištění výroby, obsahu apod. Taktéž ve spolupráci s ostatními koordinátory.
- Spolupracuje s místními spolky a pomáhá s koordinací termínů akcí a aktivit významných z pohledu cestovního ruchu, spolupráce na organizaci aktivit významných pro cestovní ruch.
- Spolupracuje s obcemi na území turistické oblasti v aktivitách CR i s obcemi sousedícími s turistickým regionem, spolupracuje s okolními organizacemi destinačního managementu.
- Koordinuje komunikaci a spolupráci s místními podnikateli v cestovním ruchu, připravuje pravidelná setkání.
- Komunikuje s občany ohledně záležitostí týkajících se cestovního ruchu (řešení provozních záležitostí, příjem a vypořádání stížností, ...).
- Komunikuje s městskou i státní policií ohledně záležitostí cestovního ruchu a kultivování cestovního ruchu.
- ...

# Opatření za účelem naplnění Strategického cíle 2

Název opatření	Popis opatření	Odpovědnost	Priorita
<b>CR2.2</b> Nastavení efektivního systému řízení a komunikace spolku s cílem zajištění stabilního a efektivního výkonu destinačního managementu	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b>Cíl opatření:</b> dále podporovat efektivní, stabilní a profesionální výkon oblastního destinačního managementu.</li> <li>➤ <b>Důvod opatření:</b> stávající právní forma a organizační uspořádání organizace vykazují určité nedostatky, které omezují její efektivní fungování.</li> <li>➤ Je nutné <b>nastavit efektivní systém vnitřního fungování spolku a jeho orgánů</b>, efektivní způsob komunikace spolku a jeho členů a systém řízení a rozhodování. Systém musí umožnit každému členovi, aby se mohl spravedlivě a přiměřeně podílet na fungování spolku a na procesu rozhodování.</li> <li>➤ To zahrnuje <b>jasně definované kompetence</b>, rozhodovací procesy, systém vedení i zapojení členů/partnerů a především převedení kompetencí města na organizaci. Například je doporučeno <b>posílit roli ředitele spolku změnami ve stanovách, což je naplánováno na 2. pol. roku 2025.</b></li> <li>➤ Transformace by měla vést k posílení odborného aparátu, <b>větší profesionalizaci, zvýšení důvěry partnerů a vyšší efektivitě</b> v oblasti řízení turismu na oblastní úrovni.</li> <li>➤ Příklad možného organizačního uspořádání je v příloze č. 1 této Koncepce.</li> </ul>	DMO	II
		<b>Role města / destinace</b>	<b>Spolupráce</b>
		Iniciátor změny, zajištění expertní podpory (právo), sdílení kapitálu (finance, lidské zdroje) na činnost	Současní členové spolku, odborní poradci na řízení neziskových organizací, Jihočeský kraj, Jihočeská centrála cestovního ruchu, Správa CHKO Blanský les
<b>CR2.3</b> Zajištění dlouhodobého, vícezdrojového a stabilního financování spolku	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b>Cíl opatření:</b> umožnit <b>střednědobé plánování, personální stabilitu, nezávislost a flexibilitu</b> v realizaci aktivit.</li> <li>➤ <b>Důvod opatření:</b> <b>stabilní a předvídatelné financování</b> je zásadní podmínkou pro profesionální fungování destinačního managementu.</li> <li>➤ Financování by mělo být <b>vícezdrojové – kombinující veřejné prostředky, členské příspěvky, projektové dotace i vlastní výnosy spolku</b>. Více je přiblíženo na modelu na slidu <i>Systém členských příspěvků</i>.</li> <li>➤ Jednou z poskytovaných služeb DMO je <b>informování členů o relevantních dotačních programech</b> a poskytování podpory při přípravě a zpracování žádostí.</li> <li>➤ Mezi <b>doporučené aktivity vedoucí k vyšší finanční stabilitě a samostatnosti</b> lze například zahrnout:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ aktivní vyhledávání dotačních a grantových příležitostí (např. norské fondy, IROP, krajské dotace),</li> <li>○ rozvoj vlastních příjmů (např. prodej dat nebo marketingových služeb, merchandise, suvenýry),</li> <li>○ zřízení finanční rezervy nebo fondu pro předfinancování projektů.</li> </ul> </li> </ul>	<b>Odpovědnost</b>	<b>Priorita</b>
		DMO	II
		<b>Role města / destinace</b>	<b>Spolupráce</b>
		Strategický finanční partner (forma mimořádného příspěvku), spolugarant transparentnosti rozpočtu, pomoc s přípravou dotačních žádostí	Jihočeský kraj, vybraná ministerstva (MMR), regionální rozvojové agentury, místní akční skupiny, Správa CHKO Blanský les

# Opatření za účelem naplnění Strategického cíle 2

Název opatření	Popis opatření	Odpovědnost	Priorita
<p><b>CR2.4</b> Rozvoj systematické spolupráce s aktéry v území i mimo něj, zahrnující mezioborovou, meziobecní i přeshraniční dimenzi, a pokračování v pravidelných setkáních v souladu s principem 3K (Komunikace – Kooperace – Koordinace)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b>Cíl opatření:</b> posílit vzájemné propojování aktérů, sdílení informací a příkladů dobré praxe, společné plánování i realizaci projektů, které přesahují kompetence jednotlivých institucí.</li> <li>➤ <b>Důvod opatření:</b> spolupráce mezioborových a meziobecních aktérů přispívá k efektivnějšímu využívání zdrojů, kvalitnějším službám a udržitelnějšímu rozvoji.</li> <li>➤ Opatření se zaměřuje na <b>systematické budování spolupráce mezi různými aktéry napříč sektory</b> (cestovní ruch, kultura, příroda, školství, podnikání), územími (město – venkov) <b>i nadregionálně</b>, (např. s CHKO Blanský les, sousední kraje) a se <b>sousedními státy</b>, tedy Rakouskem a Německem, resp. pohraničními regiony, především Horní Rakousko (Linec) a Bavorsko (Pasov). Český Krumlov má díky své poloze a významu potenciál stát se přirozeným koordinacním centrem této spolupráce. Důraz je kladen na úzkou spolupráci s okolními oblastními organizacemi destinačního managementu, především <i>Novohradsko - Doudlebsko, Turistický spolek Lipenska, Českobudějovicko - Hlubocko, PRO Šumavsko</i> a další.</li> <li>➤ V popředí zájmu je snaha o <b>vytvoření otevřeného a funkčního komunikačního prostoru</b> – jak v rámci destinačního managementu, tak směrem k externím partnerům. Klíčovou součástí jsou <b>pravidelná, tematicky zaměřená setkávání</b>, která naplňují princip 3K: komunikace – kooperace – koordinace. Tato setkávání musí být participativní, přínosná a vedená s důrazem na skutečné zapojení všech zúčastněných.</li> <li>➤ Vyjma setkávání zahrnuje opatření <b>celou řadu aktivit</b>, například aktivní oslovení institucí, formování pracovní-tematických skupin napříč obory, formování společných projektů i marketingových kampaní a různorodé varianty prospěšné a obohacující spolupráce. Dále lze zmínit například:             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ stanovení pravidelného kalendáře různých typů setkání (např. valné hromady, pracovní skupiny, tematická fóra, diskusní stoly),</li> <li>○ vytvoření digitální platformy pro operativní i strategickou komunikaci (např. newsletter, sdílený online prostor, informační nástěnka),</li> <li>○ zapojení zástupců z různých sektorů a mimoměstských členů do pracovních struktur organizace,</li> <li>○ facilitace a moderace setkání externími odborníky při řešení složitých nebo konfliktních témat,</li> <li>○ nabídky školení a vzdělávání zvyšujících kompetence členů v oblastech spolupráce, strategického řízení nebo řízení projektů.</li> </ul> </li> </ul>	DMO	II
		<p><b>Role města / destinace</b></p>	<p><b>Spolupráce</b></p>
<p>Zprostředkovatel a garant spolupráce, podpora společných projektů a strategických partnerství, modelové město pro sdílení příkladů dobré praxe, aktivní člen sdílející data a investiční záměry, zástupce veřejného zájmu přinášející do diskuze širší kontext a potřeby obyvatel</p>	<p>Město Český Krumlov, Správa CHKO Blanský les, Správa NP Šumava, Lesy ČR, Povodí Vltavy, partnerská města (např. Vöcklabruck, Hauenberg), DMO Českobudějovicko - Hlubocko, DMO Novohradsko - Doudlebsko, Turistický spolek Lipenska, města a obce, kulturní a sportovní instituce, turistická informační centra v regionu, vzdělávací instituce, zástupci MAS a mikroregionů, Jihočeská centrála cestovního ruchu, CzechTourism, zahraniční partneři</p>		

# Opatření za účelem naplnění Strategického cíle 2

Název opatření	Popis opatření	Odpovědnost	Priorita
<b>CR2.5</b> Rozvoj a profesionalizace turistických informačních center či návštěvnických center v destinaci	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b>Cíl opatření:</b> v rámci Českokrumlovka je důležité nejen udržet vysokou úroveň služeb ve stávajících TIC a návštěvnických centrech, ale také posílit jejich síť a profesionalitu napříč územím.</li> <li>➤ <b>Důvod opatření:</b> návštěvníci se s destinací často poprvé setkávají prostřednictvím turistických informačních center či návštěvnických center, a proto je jejich profesionalita klíčová. Kvalitní služby a aktuální informace formují první dojem z regionu a posilují jeho konkurenceschopnost.</li> <li>➤ Navrhuje se optimalizovat <b>plán pravidelného školení pracovníků TIC a návštěvnických center</b> (jazyková vybavenost, práce s digitálními nástroji, storytelling, krizová komunikace) na základě dosavadní praxe.</li> <li>➤ Neméně důležité je se dále orientovat na <b>propojení TIC do síťového modelu destinační spolupráce</b> (sdílení informací, jednotná data, doporučení, přístup k rezervačním systémům).</li> <li>➤ Nelze opomenout také také <b>motivaci stávajících a nově zřízených turistických informačních center k certifikaci</b> v rámci jednotné klasifikace TIC dle A.T.I.C.</li> </ul>	DMO Město Český Krumlov	III
		<b>Role města / destinace</b>	<b>Spolupráce</b>
		Spoluúčast na financování TIC/ návštěvnických center ze strany okolních obcí a měst, poskytnutí prostor pro nové TIC, kompozice standardizace a jednotného vzhledu TIC	TIC v regionu, A.T.I.C., Jihočeská centrála cestovního ruchu, CzechTourism, obce a města, provozovatelé atraktivit a služeb cestovního ruchu
<b>CR2.6</b> Podpora zvyšování kvality a dostupnosti lidských zdrojů v cestovním ruchu	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b>Cíl opatření:</b> zajistit dostatek kvalifikované pracovní síly ve službách cestovního ruchu a přidružených odvětví a dále <b>podpořit jejich systematické vzdělávání, a to především u členů DMO</b>. Důraz je kladen na oblast zákaznického servisu, jazykových a digitálních dovedností aj. Mezi vhodné formy patří například odborná školení, workshopy a sdílení dobré praxe.</li> <li>➤ <b>Důvod opatření:</b> reakce na úbytek a nedostatek kvalifikované pracovní síly, který omezuje rozvoj a kvalitu poskytovaných služeb.</li> <li>➤ Ve spolupráci s Jihočeským krajem a školskými odborníky se doporučuje provést <b>analýzu proveditelnosti zřízení nové střední školy se zaměřením na cestovní ruch, kulturní a sportovní management</b> přímo v Českém Krumlově. Taková škola by reagovala na nedostatek kvalifikovaných pracovníků v regionu a zároveň by se mohla stát přirozeným partnerem DMO a místních podnikatelů při přípravě odborné praxe či specializovaných oborů.</li> <li>➤ Kvalitní služby v destinaci jsou podmíněny <b>dostupností stabilního a motivovaného personálu</b>. Vzhledem k omezeným možnostem bydlení je potřeba iniciovat zkvalitnění ubytovacích podmínek pro pracovníky ve službách, a to jak v rámci sezónního, tak celoročního zaměstnání (více viz Opatření CR1.3).</li> </ul>	<b>Odpovědnost</b>	<b>Priorita</b>
		DMO Město Český Krumlov	II
		<b>Role města / destinace</b>	<b>Spolupráce</b>
Iniciátor a koordinátor spolupráce mezi školami, zaměstnavateli a partnery, podpora vzdělávání a rekvalifikací, zajištění kvalitního zázemí pro pracovníky (bydlení, doprava, služby)	Jihočeský kraj, MŠMT, podnikatelé a provozovatelé služeb cestovního ruchu, realitní a developerské subjekty (ve vztahu k lokalitě Vyšný)		

# Indikátory hodnotící dosažení Strategického cíle 2

Strategický cíl 2 je v rámci Koncepce měren následujícími indikátory:

Indikátory pro měření strategického cíle 2	Výchozí rok	do roku 2027	do roku 2029	do roku 2032	Zdroj pro měření
Počet členů z řad měst a obcí	1 (2025)	5	8	10	Vlastní evidence
Podíl členů mimo území města Český Krumlov		10 %	15 %	20 %	Vlastní evidence
Změna stanov a systému řízení spolku		<b>Schválena změna</b>			Vlastní evidence
Příjem z členských příspěvků		Vyšší hodnota	Vyšší hodnota	Vyšší hodnota	Vlastní evidence
Počet realizovaných setkání ročně s členy, partnery a zainteresovanými aktéry		2 ročně	3 ročně	3 ročně	Vlastní evidence
Počet setkání s TIC a dalšími poskytovateli informací		1 ročně	1 ročně	1 ročně	Vlastní evidence
Počet školení a vzdělávacích akcí pro členy a partnery DMO		2 ročně	2 ročně	2 ročně	Vlastní evidence

## STRATEGICKÝ CÍL 3 – Destinační marketing

*Cíl nastavuje systematické využívání nástrojů a principů destinačního marketingu k budování atraktivního image regionu, posilování značky, skladbou produktového portfolia a efektivní komunikaci s cílovými skupinami. Destinační marketing slouží jako most mezi nabídkou a poptávkou a zajišťuje dlouhodobě udržitelný rozvoj cestovního ruchu.*

# Opatření za účelem naplnění Strategického cíle 3

Název opatření	Popis opatření	Odpovědnost	Priorita
<p><b>CR3.1</b> Rozvíjet portfolio produktů cestovního ruchu a systematicky o něj pečovat</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b>Cíl opatření:</b> dále rozvíjet aktuální portfolio produktů cestovního ruchu a ve výsledku zajistit moderní, rozmanitou a kvalitně spravovanou nabídku produktů destinace, která bude atraktivní pro různé cílové skupiny, posílí image destinace a přispěje k růstu návštěvnosti i prodloužení pobytů.</li> <li>➤ <b>Důvod opatření:</b> navázat na stávající činnost DMO jako jednu z fundamentálních aktivit celé organizace.</li> <li>➤ Na základě analýzy stávající nabídky cestovního ruchu pokračovat v <b>mapování aktuální situace</b> ve městě a přilehlé turistické oblasti a tím identifikovat silné a slabé stránky potenciálních produktů a posoudit jejich atraktivitu pro různé typy návštěvníků a zdrojové trhy.</li> <li>➤ Následně se doporučuje <b>definovat nová nosná témata cestovního ruchu či upřesnit ta stávající</b>, která vycházejí z charakteru a potenciálu území, a pro každé téma budou určeny konkrétní produkty, které je budou reprezentovat.</li> <li>➤ U jednotlivých produktů bude <b>stanovena jejich jedinečnost a přidaná hodnota</b> pro návštěvníka (tzv. USP – Unique Selling Proposition a RTB – Reason to Believe).</li> <li>➤ Produkty se doporučuje jako doposud <b>vytvářet ve spolupráci s místními partnery a poskytovateli služeb</b>, přičemž bude podporována i aktivita zdola a zapojení místní komunity.</li> <li>➤ Portfolio produktů je nutné <b>pravidelně vyhodnocovat</b> z hlediska návštěvnosti, poptávky a spokojenosti na základě stávajících zkušeností, a na základě toho portfolio upravovat – méně funkční produkty budou optimalizovány nebo vyřazeny, nové příležitosti doplněny.</li> <li>➤ Dále je nutné <b>aktivně sledovat trendy</b> v cestovním ruchu a inspirace z jiných regionů, které mohou přinést nové náměty pro rozšíření a inovaci nabídky.</li> <li>➤ Zavede se <b>systém měření výkonnosti</b> a dopadů jednotlivých produktů pomocí sledování návštěvnosti, prodejnosti, zpětné vazby a dalších dostupných dat.</li> <li>➤ Produkty budou <b>vhodně provázány s návštěvnickou kartou</b> (viz Opatření CR4.2) a dalšími podpůrnými nástroji, které přispějí ke zvýšení motivace k delšímu pobytu a opakované návštěvě.</li> <li>➤ Konkrétní exemplární návrhy produktů cestovního ruchu jsou v <i>příloze č. 2</i> této Koncepce.</li> </ul>	DMO	I
		<p><b>Role města / destinace</b></p> <p>Podpora konkrétních produktů, koordinátor a moderátor spolupráce mezi sektory, strategický garant kvality a relevance produktů</p>	<p><b>Spolupráce</b></p> <p>Poskytovatelé služeb cestovního ruchu, kulturní a sportovní instituce, obce a města v regionu, místní akční skupiny, Jihočeská centrála cestovního ruchu, CzechTourism, Správa CHKO Blanský les</p>

# Opatření za účelem naplnění Strategického cíle 3

Název opatření	Popis opatření	Odpovědnost	Priorita
<p><b>CR3.2</b> Pravidelně komponovat marketingový plán a rozpočet a na jejich základě realizovat marketingové kampaně</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b>Cíl opatření: pravidelně tvořit a realizovat marketingový plán</b> destinace, který vychází ze strategických priorit a reálných možností destinačního managementu a dosavadních zkušeností a činnosti.</li> <li>➤ <b>Důvod opatření:</b> navázat na stávající činnost DMO jako jednu z fundamentálních aktivit celé organizace.</li> <li>➤ Jako doposud, každý rok by měl vznikat konkrétní marketingový plán včetně <b>rozpočtu</b>, který bude reagovat na aktuální témata, dostupné kapacity i příležitosti k propagaci.</li> <li>➤ Ideální je plán připravovat ve <b>spolupráci s hlavními partnery</b> – členy DMO, Jihočeským krajem, resp. krajskou centrálou cestovního ruchu, a CzechTourismem – aby bylo možné dosáhnout větší efektivity, sladit témata a optimalizovat či sdílet náklady.</li> <li>➤ Marketingové aktivity by měly být <b>rozděleny podle cílových skupin</b> (např. Požitkáři, Poutníci, MICE, skupinové zájezdy) a jednotlivých <b>období roku</b>, přičemž je třeba přihlížet i k <b>mimosezonním pobídkám</b> a potřebě rovnoměrně rozprostřít návštěvnost během roku.</li> <li>➤ Dosavadní praxe ukázala, že vhodné je kombinovat <b>online nástroje</b> (např. sociální sítě, které jsou již nyní obsluhovány, spolupráce s influencery, digitální kampaně) s <b>offline kanály</b> (letáky, regionální média, redakční články či účast na akcích) a to s ohledem na cílovou skupinu. Důraz by měl být kladen na <b>autentický obsah, vizuálně silné prvky a sdílení příběhů</b>, které osloví cílové skupiny.</li> <li>➤ Součástí marketingového plánování a realizace kampaní by mělo být důsledné využívání <b>jednotné vizuální identity destinace, resp. brandu</b>, která posílí rozpoznatelnost, profesionalitu a důvěryhodnost všech výstupů vůči návštěvníkům i partnerům. Lze použít a dále rozvíjet aktuální brand Český Krumlov Region.</li> <li>➤ Součástí opatření je také <b>pravidelné vyhodnocování účinnosti realizovaných kampaní</b> – například prostřednictvím sledování dosahu, zpětné vazby návštěvníků nebo dat o návštěvnosti. Na základě těchto poznatků je třeba flexibilně upravovat další kroky a přizpůsobovat plán aktuální situaci a trendům.</li> <li>➤ Marketingový plán by měl být <b>průběžně sdílen s členy DMO</b>, což podpoří koordinaci, spolufinancování a sladění individuálních aktivit jednotlivých partnerů s celkovou strategií destinace.</li> </ul>	DMO	II
		<p><b>Role města / destinace</b></p>	<p><b>Spolupráce</b></p>
		<p>Koordinátor marketingových aktivit, garant jednotné vizuální identity, plánovač a vyhodnocovatel kampaní, zprostředkovatel spolupráce mezi partnery, nositel strategie rozvoje cestovního ruchu, iniciátor společných projektů, správce marketingového rozpočtu, poskytovatel dat a analytických podkladů</p>	<p>Členové DMO, Jihočeská centrála cestovního ruchu, CzechTourism, kulturní a sportovní instituce, provozovatelé atraktivit, poskytovatelé ubytovacích a stravovacích služeb, mikroregiony a místní akční skupiny, regionální média, influencery a PR agentury, odborní dodavatelé marketingových služeb</p>

# Opatření za účelem naplnění Strategického cíle 3

Název opatření	Popis opatření	Odpovědnost	Priorita
<p><b>CR3.3</b> Inovovat a rozšířit systém sběru a sdílení dat o návštěvnosti a chování turistů</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b>Cíl opatření:</b> sledovat nejen objem návštěvnosti, ale především chování, motivace a zpětnou vazbu návštěvníků a různé jiné aspekty návštěvnosti.</li> <li>➤ <b>Důvod opatření:</b> dále rozvíjet <b>systém pravidelného sběru dat o návštěvnosti</b> destinace a <b>pohybu turistů</b> (např. senzory, wifi tracking, GPS, anonymní SIM data), např. úspěšnou implementací projektu <b>Tourism Data Monitoring and Management</b>, na kterém je aktuálně pracováno.</li> <li>➤ Doporučuje se však kombinovat <b>více zdrojů dat</b> (TIC, ubytování, atraktivita, veřejná doprava, mobilní operátoři, Google aj, eventové a MICE agentury).</li> <li>➤ <b>Výsledkem je vyhodnocovat dopad</b> jednotlivých kampaní a produktů na základě konkrétních metrik a vytvářet přehledné <b>měsíční a roční přehledy</b>, využitelné pro plánování, komunikaci i evaluaci opatření.</li> <li>➤ <b>Data sdílet s partnery a členy DMO</b> – ve formě dashboardů, newsletterů nebo interaktivních přehledů a <b>rozšířit měření také do okolních oblastí</b> – místa v okolí řeky Vltavy pro sledování vodního turismu, instalace sčítačů na cyklostezkách, brány v CHKO Blanský les aj.</li> </ul>	<p>DMO Město Český Krumlov</p>	<p>I</p>
		<p><b>Role města / destinace</b></p>	<p><b>Spolupráce</b></p>
		<p>Poskytovatel dat z městských služeb, instalace prvků ve městě pro sběr dat, pomoc s integrací systémů a nastavením právních rámců pro práci s daty</p>	<p>Českokrumlovský rozvojový fond, Tourdata, Jihočeská centrála cestovního ruchu, univerzity a vysoké školy, města a obce, výzkumné agentury, Správa CHKO Blanský les</p>

# Opatření za účelem naplnění Strategického cíle 3

Název opatření	Popis opatření	Odpovědnost	Priorita
<p><b>CR3.4</b></p> <p>Orientovat se na potřeby místních - pravidelně provádět šetření iritace, pořádat diskuze, komunikovat přínosy cestovního ruchu</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b>Cíl opatření:</b> zajistit systematickou komunikaci s místní komunitou.</li> <li>➤ <b>Důvod opatření:</b> vedle pozitivních přínosů působí cestovní ruch v Českém Krumlově i zátěž pro místní obyvatele, a proto je nezbytné jim poskytnout péči.</li> <li>➤ Pravidelně <b>realizovat ankety a šetření mezi obyvateli</b> (např. míra spokojenosti, míra iritace, návrhy na zlepšení), např. zavedením jednoduchého <b>online i offline nástroje</b>, kde se mohou občané vyjádřit k dopadům turismu.</li> <li>➤ Rovněž se doporučuje <b>organizovat veřejné diskuze a tematická fóra</b>, kde se budou sbírat podněty, ale i vysvětlovat záměry DMO a města.</li> <li>➤ Systematicky <b>komunikovat přínosy cestovního ruchu</b> – ekonomické, kulturní i komunitní, například formou článků-storytellingu v lokálním, zpravodaji.</li> <li>➤ <b>Zapojit obyvatele do kampaní</b> (např. ambasadoři, sdílení příběhů, participativní marketing) a <b>vnímat obyvatele jako spolutvůrce destinace</b>, nikoliv pasivní oběť cestovního ruchu.</li> <li>➤ Iniciovat <b>financování infrastruktury pro místní obyvatele</b> (dětská hřiště, workout hřiště) např. z poplatků za ubytování, komunikovat tuto skutečnost. Zvážit možnost zavedení participativního rozpočtu.</li> <li>➤ Vytvořit <b>benefitní systém pro obyvatele města</b>, který nabídne zvýhodněné vstupy a slevy u zapojených provozovatelů služeb cestovního ruchu. Systém bude navázán na tzv. Kartu Krumlováka a bude motivovat místní obyvatele k aktivnějšímu využívání nabídky ve městě (viz Opatření CR4.2)</li> </ul>	<p>DMO Město Český Krumlov</p>	<p>II</p>
		<p><b>Role města / destinace</b></p>	<p><b>Spolupráce</b></p>
<p>Realizace sběru dat a výzkumné ankety mezi obyvateli, komunikace přínosů, alokace vybraných financí z cestovního ruchu do městské infrastruktury, vytváří neutrální prostor pro dialog mezi veřejností, podnikateli a DMO</p>	<p>Školy, knihovny, komunitní centra (prostor pro osvětu a diskusi), univerzity a vysoké školy, města a obce, výzkumné agentury, místní akční skupiny, občanské spolky a iniciativy</p>		

# Opatření za účelem naplnění Strategického cíle 3

Název opatření	Popis opatření	Odpovědnost	Priorita
<p><b>CR3.5</b> Sestavit a komunikovat zásady ohleduplného chování návštěvníků s cílem předcházet nežádoucím projevům</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b>Cíl opatření:</b> eliminovat či přinejmenším snížit nežádoucí projevy a chování návštěvníků.</li> <li>➤ <b>Důvod opatření:</b> vysoká koncentrace některých skupin turistů v historickém centru i jeho okolí vede k projevům nežádoucího chování (např. hluk, znečištění, nerespektování místních pravidel), které snižují kvalitu života obyvatel a negativně ovlivňují image destinace.</li> <li>➤ Vytvořit <b>stručný, srozumitelný a vizuálně přívětivý seznam zásad ohleduplného chování</b>, který návštěvníkům přibližuje základní pravidla respektující místní prostředí, obyvatele a kulturní dědictví.</li> <li>➤ <b>Vycházet z osvědčených příkladů</b> z jiných evropských měst, která čelí podobnému tlaku turismu (např. Hallstatt, Benátky, Amsterdam).</li> <li>➤ <b>Zapojit místní obyvatele, podnikatele a instituce do přípravy</b> i propagace seznamu – posílí to jeho legitimitu a přijetí.</li> <li>➤ <b>Komunikovat</b> seznam na všech relevantních místech a platformách – web DMO a města, informační centra, sociální sítě, ubytovací zařízení, tiskoviny.</li> <li>➤ Zvážit <b>propojení seznamu s benefičními prvky</b> – např. návštěvník, který se chová ohleduplně, může získat výhodu, slevu nebo odměnu, ideálně formou pop-up akcí, semi-guerillovým marketingem apod.</li> <li>➤ Pravidelně <b>hodnotit účinnost zásad</b> a vyhodnocovat dopady na kvalitu života místních obyvatel a změny/vzorce chování návštěvníků.</li> </ul>	DMO	III
		<p><b>Role města / destinace</b></p> <p>Zastřešující autorita a nositel hodnot, které chce město návštěvníkům sdělit, spoluautor obsahu zásad, zajišťuje viditelnost seznamu</p>	<p><b>Spolupráce</b></p> <p>Místní komunity, TIC, kulturní instituce, Jihočeská centrála cestovního ruchu, ubytovatelé a provozovatelé atraktivit, místní obyvatelé a podnikatelé, Správa CHKO Blanský les</p>

# Opatření za účelem naplnění Strategického cíle 3

Název opatření	Popis opatření	Odpovědnost	Priorita
<p><b>CR3.6</b> Upravit a dále rozvíjet transparentní a nediskriminující pravidla pro zapojení poskytovatelů služeb cestovního ruchu do komunikace a propagace nabídky destinace</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b>Cíl opatření:</b> dále rozvíjet transparentní a spravedlivý systém, který umožní všem poskytovatelům služeb cestovního ruchu v Český Krumlov Region rovnocenný přístup k propagaci a distribuci informací prostřednictvím komunikačních kanálů DMO.</li> <li>➤ <b>Důvod opatření:</b> potřeba sjednotit postupy a vytvořit jasný rámec pro zapojení poskytovatelů služeb do distribuce informací a propagace destinace, který usnadní koordinaci a zvýší transparentnost celého procesu.</li> <li>➤ Je doporučeno stanovit <b>jasná, rovná a srozumitelná pravidla</b>, podle kterých se mohou poskytovatelé služeb zapojit do <b>komunikačních a propagačních aktivit</b> destinace ze strany města či organizace destinačního managementu.</li> <li>➤ Pravidla <b>nesmí mít diskriminační povahu</b>, musí být rovnocenná pro všechny poskytovatele služeb cestovního ruchu (ubytování, stravování, atraktivita, průvodci aj.).</li> <li>➤ Tato pravidla by měla být <b>veřejně dostupná a komunikovaná</b>, aby každý subjekt věděl, jaké podmínky musí splnit pro účast (např. v letáčích, na webu, v mapách, kampaních), popř. přímo distribuována do sídel a provozoven.</li> <li>➤ Součástí pravidel by měly být <b>kvalitativní a obsahové standardy</b> (např. informace o dostupnosti, otevřenosti, cenách, jazykových verzích), které zajistí důvěryhodnost vůči návštěvníkům.</li> <li>➤ Pravidla by měla být <b>konzultována se zástupci různých sektorů</b>, aby reflektovala reálné podmínky a potřeby všech typů poskytovatelů.</li> <li>➤ Důležitá je <b>pravidelná aktualizace pravidel</b> na základě zpětné vazby a vývoje trhu a komunikace těchto změn.</li> <li>➤ Vhodné je propojit tato pravidla s označením, resp. certifikací „doporučeno DMO“, které bude fungovat jako značka důvěry a kvality (viz Opatření CR1.2).</li> <li>➤ Pro zvýšení motivace podnikatelů k zapojení do systému distribuce informací a propagace destinace lze <b>uspořádat soutěž o nejlepší turistický počín</b> – například nejlepší rekonstrukci ubytovacího zařízení, inovativní službu, nápad v oblasti udržitelnosti, originální marketingovou kampaň nebo zážitek pro návštěvníky. Soutěž může být spojena s veřejným hlasováním, odbornou porotou a symbolickým oceněním (např. značka kvality, propagace vítězů v kanálech DMO).</li> </ul>	DMO	II
		<p><b>Role města / destinace</b></p> <p>Zajištění spravedlivého a otevřeného systému propagace, tvorba a schválení pravidel, komunikace pravidel veřejnosti, garance rovného přístupu pro všechny typy subjektů.</p>	<p><b>Spolupráce</b></p> <p>Členové DMO, poskytovatelé služeb (ubytovatelé, gastronomie, atrakce), podnikatelská sdružení, profesní svazy, Jihočeská centrála cestovního ruchu,, CzechTourism, místní akční skupiny a mikroregiony</p>

# Indikátory hodnotící dosažení Strategického cíle 3

Strategický cíl 3 je v rámci Koncepce měřen následujícími indikátory:

Indikátory pro měření strategického cíle 3		do roku 2027	do roku 2029	do roku 2032	Zdroj pro měření
<b>Tvorba produktů cestovního ruchu</b>	Sestavit, pravidelně aktualizovat a rozvíjet portfolio produktů cestovního ruchu s ohledem na udržitelnost a vyváženost příjezdů návštěvníků		Alespoň 1x ročně ověřit aktuálnost a zájem o produkty	Alespoň 1x ročně ověřit aktuálnost a zájem o produkty	Vlastní evidence
<b>Počet partnerů zapojených do produktů cestovního ruchu</b>		Vyšší hodnota	Vyšší hodnota	Vyšší hodnota	Vlastní evidence
<b>Počet marketingových kampaní dle plánu</b>		2 ročně	4 ročně	4 ročně	Vlastní evidence
<b>Počet dotazníkových šetření</b> (návštěvníci, místní obyvatelé, aktéři)		1 ročně	1 ročně	1 ročně	Vlastní evidence
<b>Počet reportů, interpretací nebo analýz ze statistik CR ročně distribuovaných členům DMO</b>		2 ročně	4 ročně	4 ročně	Vlastní evidence
<b>Existence zásad ohleduplného chování a jejich veřejná dostupnost</b>		Vytvořeno a zveřejněno	Kontrola a případná úprava	Kontrola a případná úprava	Vlastní evidence

## STRATEGICKÝ CÍL 4 – Propojení cestovního ruchu, kultury a sportu

*Posílení spolupráce a koordinace mezi aktéry v oblasti cestovního ruchu, kultury a sportu, zejména při plánování, propagaci a realizaci společných nebo tematicky propojených akcí.*

# Opatření za účelem naplnění Strategického cíle 4

Název opatření	Popis opatření	Odpovědnost	Priorita
<p><b>CR4.1</b></p> <p>Vytvořit platformu pro spolupráci a koordinaci aktivit v oblasti cestovního ruchu, sportu a kultury na úrovni úzké spolupráce koordinátorů za jednotlivé oblasti</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b>Cíl opatření:</b> nastavit spolupráci a koordinaci nejdříve v jednotlivých oblastech samostatně (Strategické cíle 1 až 3) a následně napříč oblastmi.</li> <li>➤ <b>Důvod opatření:</b> koordinovaný a vyvážený rozvoj sledovaných oblastí.</li> <li>➤ Tento bod považuje zpracovatel za zcela <b>zásadní pro úspěšné naplnění celé Koncepce.</b></li> <li>➤ Koordinátoři za 3 oblasti –cestovní ruch, kulturu a sport by měli na pravidelných jednáních řešit:               <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b>aktuální problémy a možnosti dalšího rozvoje,</b></li> <li>➤ <b>plánované akce a možné formy spolupráce,</b></li> <li>➤ <b>informování koordinátorů o naplňování patřičné části této Koncepce,</b></li> <li>➤ <b>kolizní kalendář a další.</b></li> </ul> </li> <li>➤ <b>Doporučeným koordinátorem pro oblast cestovního ruchu</b> je ředitel/ředitelka společnosti <b>DMO Český Krumlov Region, z. s.</b></li> </ul>	<p>DMO Město Český Krumlov PRO - SPORT ČR</p>	<p>II</p>
		<p><b>Role města / destinace</b></p>	<p><b>Spolupráce</b></p>
		<p>Stanovení pravidel, definování vhodného fungování, koordinace aktivit, podpora spolupráce mezi sektory, zajištění financování</p>	<p>Provozovatelé služeb cestovního ruchu, profesní svazy, místní kulturní, sportovní a neziskové organizace, podnikatelské subjekty</p>
<p><b>CR4.2</b></p> <p>Vybudovat benefiční systém „Karta návštěvníka“, s návazností na stávající Kartou Krumlováka</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b>Cíl opatření:</b> zavést <b>benefiční systém ve formě karty návštěvníka</b>, která bude plnit <b>motivační, benefiční a věrnostní funkci</b>, a bude <b>cílit na prodloužení délky pobytu a loajalitu návštěvníků a podpoření opakovaných návštěv.</b></li> <li>➤ <b>Důvod opatření:</b> podpořit a rozvinout dosavadní snahy o implementaci benefičního systému pro návštěvníky.</li> <li>➤ Technicky i obsahově <b>propojit systém s Kartou Krumlováka</b> – zajistit kompatibilitu, využít synergie při sdílené správě a nabídnout odlišné funkce pro rezidenty a návštěvníky.</li> <li>➤ <b>Zvážit možné formy distribuce a podmínek vydání</b> – prostřednictvím ubytovatelů, zdarma či za úplaty, prověřit možnosti více úrovní karty.</li> <li>➤ <b>Navrhnout systém benefičtů</b> – slevy na vstupy, dopravu, parkování, gastronomie, kulturní a sportovní akce.</li> <li>➤ <b>Zajistit spolupráci s emitenty a akceptanty karty</b> (ubytovatelé, poskytovatelé atraktivit a služeb), definovat jejich roli a zapojení do systému.</li> <li>➤ <b>Zrealizovat pilotní provoz</b> a následně systém upravit dle zpětné vazby.</li> <li>➤ <b>Podpořit zavedení komunikační kampaní</b> a využít systém ke <b>sběru dat o chování návštěvníků případně k marketingovým účelům.</b></li> </ul>	<p><b>Odpovědnost</b></p>	<p><b>Priorita</b></p>
		<p>DMO Město Český Krumlov PRO - SPORT ČR</p>	<p>I</p>
		<p><b>Role města / destinace</b></p> <p>Iniciátor a garant propojení systému návštěvnícké karty s již existující Kartou Krumlováka, koordinace klíčových partnerů, zajištění technické a správní kompatibility obou systémů</p>	<p><b>Spolupráce</b></p> <p>Emitenti, Akceptanti, dopravní podnik, provozovatelé ubytovacích zařízení, IT dodavatel, městské příspěvkové organizace</p>

# Opatření za účelem naplnění Strategického cíle 4

Název opatření	Popis opatření	Odpovědnost	Priorita
<b>CR4.3</b> Koordinovat plánování a časové rozložení akcí napříč oblastmi cestovního ruchu, kultury, sportu a případně dalšími obory	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b>Cíl opatření:</b> zlepšit komunikaci mezi pořadateli akcí a koordinovat jejich plánování tak, aby se minimalizovalo vzájemné konkurování a naopak využívaly možné synergie.</li> <li>➤ <b>Důvod opatření:</b> v důsledku velkého množství akcí v Českém Krumlově, zejména v letní sezóně, <b>dochází k časovým, akustickým i tematickým kolizím</b> mezi jednotlivými akcemi.</li> <li>➤ Pořadatelé by se měli pravidelně <b>setkávat a sdílet plánované termíny</b>, ideálně za koordinace města nebo jím pověřených institucí (koordinátoři pro jednotlivé oblasti). Je vhodné si nejprve definovat, co označit za termínovou kolizi.</li> <li>➤ <b>Je doporučováno motivovat pořadatele k zadávání termínů svých akcí do sdíleného (kolizního) kalendáře</b> a vést diskuzi s ostatními pořadateli ještě před finálním potvrzením termínu.</li> <li>➤ Tam, kde je to vhodné, by se měly akce konat společně a být vzájemně propojeny; v ostatních případech <b>časově rozděleny tak, aby si nekonkurovaly a tedy</b> podporovat spolupráci pořadatelů i s cílem vzájemného <b>sdílení návštěvníků</b>, např. formou společné propagace více akcí.</li> <li>➤ Aby se předešlo kolizím akcí, je navrhováno zavést <b>konkrétní pravidla pro jejich plánování a podporu</b>, např. může být nastavena podmínka, že akce, která není zanesena do kolizního kalendáře, nebude mít nárok na městskou dotaci.</li> <li>➤ Zároveň by měly být dotačně zvýhodněny akce konané v mimosezónním období, které přispívají k rovnoměrnějšímu rozložení návštěvnosti v průběhu celého roku.</li> </ul>	DMO Město Český Krumlov PRO - SPORT ČR	II
		<b>Role města / destinace</b>	<b>Spolupráce</b>
		Koordinace, správa sdíleného kalendáře Komunikace	Koordinátoři pro sport a kulturu, místní kulturní a sportovní organizace, subjekty cestovního ruchu, neziskové organizace, podnikatelské subjekty, Správa CHKO Blanský les
<b>CR4.4</b> Podporovat a rozvíjet společné mezioborové a koprodukční projekty (např. společné eventy, festivaly, vzájemné doprovodné programy ap.)	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b>Cíl opatření:</b> propojovat zavedené i nové akce napříč oblastmi cestovního ruchu, sportu, kultury a dalších odvětví.</li> <li>➤ <b>Důvod opatření:</b> snížit kanibalizaci akcí a podpořit jejich mezioborovost.</li> <li>➤ Podporovat akce, které využívají <b>vzájemné synergie</b> a tvoří obsah s doprovodnými programy tak, aby zahrnoval <b>více oblastí</b> (např. propojit Krumlovský vodácký maraton s kult. večerem na náplavce nebo běžeckého/cyklistický závod s kulturním festivalem či řemeslnými trhy).</li> <li>➤ Zaměřit podporu na <b>společné eventy, tematické víkendy, festivaly, doprovodné programy nebo spoluorganizované akce</b> různých subjektů.</li> <li>➤ Vytvářet koncepty a formáty, které umožní <b>vzájemné využití cílových skupin návštěvníků</b>.</li> <li>➤ Město může tyto projekty a programy <b>motivovat např. zvýhodněním</b> v dotačním systému (např. bodové zvýhodnění) nebo nabídkou záštity, propagace a zvýhodněného zázemí.</li> </ul>	<b>Odpovědnost</b>	<b>Priorita</b>
		DMO Město Český Krumlov PRO - SPORT ČR	II
		<b>Role města / destinace</b>	<b>Spolupráce</b>
Podpora mezioborových projektů, koordinace a propagace, nastavení motivačního systému	Pořadatelé akcí, místní kulturní a sportovní organizace, NNO, podnikatelské subjekty		

# Opatření za účelem naplnění Strategického cíle 4

Název opatření	Popis opatření	Odpovědnost	Priorita
<b>CR4.5</b> Podporovat rozvoj vzájemných vztahů a výměnu zkušeností mezi aktéry z oblastí cestovního ruchu, kultury a sportu	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b>Cíl opatření:</b> vzájemně <b>pochopit potřeby</b> a možností jednotlivých aktérů a sektorů a hledat <b>konkrétních forem spolupráce</b>.</li> <li>➤ <b>Důvod opatření:</b> posilovat vzájemné vztahy a výměnu zkušeností mezi aktéry ze uvedených oblastí, aby se podpořila jejich koordinace, vzájemná informovanost a efektivnější spolupráce při rozvoji destinace a města.</li> <li>➤ <b>Podpora pravidelného setkávání a sdílení zkušeností</b> mezi aktéry napříč cestovním ruchem, sportem a kulturou.</li> <li>➤ Město nebo jím určené instituce může tato <b>setkání organizačně zajišťovat</b> či moderovat, např. formou tematických kulatých stolů, otevřených diskusních fór nebo pracovních skupin.</li> <li>➤ V rámci těchto platforem je možné <b>sdílet i praktické zkušenosti</b> s pořádáním akcí, marketingem, financováním, dobrovolnictvím či spoluprací se školami a firmami.</li> <li>➤ Vznik této platformy zároveň <b>posílí osobní vazby a důvěru mezi aktéry</b>, což je základ pro úspěšnou mezioborovou spolupráci.</li> </ul>	DMO Město Český Krumlov PRO - SPORT ČR	III
		<b>Role města / destinace</b>	<b>Spolupráce</b>
		Iniciace a organizace setkání, podpora výměny zkušeností	Pořadatelé akcí, místní kulturní a sportovní a neziskové organizace, podnikatelské subjekty
<b>CR4.6</b> Nastavit společný propagační rámec pro prezentaci propojené nabídky města v oblasti cestovního ruchu, kultury a sportu	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b>Cíl opatření:</b> zajistit <b>soulad komunikačních výstupů všech aktérů v oblasti cestovního ruchu, kultury a sportu</b> s již existující <b>vizuální identitou města</b>.</li> <li>➤ <b>Důvod opatření:</b> v rámci komunikace <b>posilovat image města</b> jako kulturně autentického, komunitně živého a profesionálně řízeného místa pro návštěvu i život.</li> <li>➤ Podporovat <b>používání jednotného grafického a jazykového stylu</b> v tištěných i online materiálech, na sociálních sítích, webových stránkách, propagačních kampaních i v rámci akcí.</li> <li>➤ Vytvářet <b>návaznost mezi jednotlivými tématy a oblastmi</b> (cestovní ruch, kultura, sport) prostřednictvím jednotné vizuální a obsahové linky, která bude srozumitelně odrážet charakter a hodnoty města.</li> <li>➤ Usnadnit <b>přístup k nástrojům jednotného stylu</b> (šablony, manuály, příklady dobré praxe) a poskytnout <b>metodickou podporu</b> relevantním aktérům v území.</li> <li>➤ <b>Za účelem sdílení návštěvníků vytvářet další formáty a nástroje vzájemné spolupráce</b> – např. kombinované vstupenky, integrované programové přehledy či tematicky propojené balíčky.</li> </ul>	<b>Odpovědnost</b>	<b>Priorita</b>
		DMO Město Český Krumlov PRO - SPORT ČR	II
		<b>Role města / destinace</b>	<b>Spolupráce</b>
		Zajištění konceptu a vizuální identity, koordinace obsahu a aktivit, metodická podpora, sdílení nástrojů	TIC, pořadatelé akcí, místní kulturní a sportovní organizace

# Indikátory hodnotící dosažení Strategického cíle 4

Strategický cíl 4 je v rámci Koncepce měřen následujícími indikátory:

Indikátory pro měření strategického cíle 4	Výchozí rok (2025)	do roku 2027	do roku 2029	do roku 2032	Zdroj pro měření
<b>Pravidelné setkávání koordinátorů za oblast cestovního ruchu, kultury a sportu</b>		Minimálně 4 setkání ročně			Vlastní evidence
<b>Počet akcí, kde došlo k termínové kolizi</b> (min. účast 300 návštěvníků)	Počet akcí, kde došlo k termínové kolizi (min. účast 300 návštěvníků)	- 25 %	- 50 %	-50 %	Vlastní evidence
<b>Počet akcí pořádaných ve spolupráci více subjektů</b> (např. ZUŠ a PRO-SPORT ČR, Knihovna a PRO-SPORT ČR, kino a PRO-SPORT ČR, zřizované a nezávislé subjekty ap.)	Počet akcí pořádaných ve spolupráci více subjektů	Více než v předchozím roce	Více než v předchozím roce	Více než v předchozím roce	Vlastní evidence
<b>Nastavení pravidel a využívání jednotného komunikačního stylu a vizuální identity pro společnou propagaci</b>	Neexistuje	Vytvořeno, pilotně využíváno			Vlastní evidence
<b>Míra spokojenosti návštěvníků se sportovní-kulturními akcemi ve městě (%)</b>	Nezjištěno	55 %	75 %	85 %	Průzkum veřejnosti

# IMPLEMENTAČNÍ ČÁST

# Proces naplňování a vyhodnocování Koncepce

# Principy naplňování Konceptce

Konceptce rozvoje cestovního ruchu v Českém Krumlově a v turistické oblasti Český Krumlov Region je součástí **jednotné a integrované konceptce volnočasových aktivit**, která je založena na společné analytické části.

Přestože má každá oblast – sport, kultura a cestovní ruch – svou vlastní návrhovou koncepci, jsou **všechny dokumenty navrženy tak, aby se vzájemně nedostávaly do konfliktu**. Naopak se doplňují, reflektují společná témata, **využívají příležitosti k propojení a rozvíjejí aktivity**, které mohou přinést synergický efekt.

Pro každou oblast je stanoven **koordinátor/koordinátorka**, který/á zodpovídá za soulad při realizaci opatření a aktivit. Jeho/jejím úkolem je zajistit, aby **rozvoj v rámci jedné oblasti (sport, kultura, cestovní ruch) nepůsobil negativně na ostatní**, ale naopak přispíval k vyváženému a udržitelnému rozvoji volnočasových možností města.

## Konceptce rozvoje kultury, cestovního ruchu a sportu ve městě Český Krumlov 2025–2032



## Konceptce rozvoje kultury v návaznosti na rozvoj cestovního ruchu a sportu ve městě Český Krumlov 2025–2032

Koordinátor/ka za kulturu  
**manažer/ka kultury (MÚ Český Krumlov) / DMO Český Krumlov Region**



## Konceptce rozvoje cestovního ruchu v Českém Krumlově a v turistické oblasti Český Krumlov region 2025–2032

Koordinátor/ka za cestovní ruch  
**ředitel/ka DMO Český Krumlov Region, z. s.**



## Konceptce rozvoje sportu v návaznosti na rozvoj kultury a cestovního ruchu ve městě Český Krumlov 2025–2032

Koordinátor/ka za sport  
**ředitel/ka PRO-SPORT ČK o.p.s.**



# Kontrola, monitoring a vyhodnocování Koncepce

Pro dosažení stanovených opatření bude Koncepce průběžně monitorována a v určeném termínu aktualizována. Monitoring Koncepce je prováděn průběžně v souladu se stanovenými indikátory. Komplexní vyhodnocení Koncepce a její případná aktualizace je prováděna minimálně v polovině a na konci období.

		Garant aktivity / projektu	Koordinátor strategie za cestovní ruch	Výbor / Členská schůze DMO Český Krumlov region	Rada města Český Krumlov
<b>Průběžné vyhodnocení a monitoring</b>	Každý rok	Připravuje podklady	Vypracovává zprávu o plnění Koncepce	Projednává a schvaluje	Projednává a schvaluje body týkající se rozvoje města Český Krumlov
<b>Komplexní vyhodnocení a aktualizace</b>	V polovině období (2028)	Připravuje podklady	Připravuje zprávu a návrh aktualizace		
<b>Závěrečné vyhodnocení</b>	Po uplynutí období (konec 2032)	Připravuje podklady	Připravuje závěrečnou zprávu o naplnění Koncepce		

Vyhodnocování Koncepce je prováděno na základě indikátorů, které jsou stanoveny pro úroveň cílů a aktivit v rámci jednotlivých opatření. Indikátory slouží především k měření míry naplňování Koncepce. V Koncepti jsou stanoveny dva základní typy indikátorů:

<b>Indikátory hodnotící obecný rozvoj cestovního ruchu ve sledované oblasti</b>	Měří celkovou účinnost Koncepce. Jejich naplnění závisí na způsobu implementace dokumentu i na vnějších podmínkách – např. ekonomický vývoj. Pokud dojde k objektivním změnám vnějších podmínek, případně podstatné změně způsobu implementace, je nezbytné hodnoty těchto indikátorů aktualizovat.
<b>Indikátory pro jednotlivé strategické cíle</b>	Měří výsledky na úrovni aktivit, které jsou uvedeny v jednotlivých tematických opatřeních. Indikátory slouží pro zjištění toho, zda jsou jednotlivá opatření realizována tak, jak byly naplánovány. Indikátory slouží pro průběžné vyhodnocení a monitoring implementace Koncepce.

## Jak vyhodnocovat indikátory?

Indikátory je možné vyhodnocovat za předpokladů dostupnosti dat a informací jako součást vytvořeného systému sběru dat a informací. Pro každý indikátor uvedený v této Koncepti je proto nutné sledovat relevantní data.

S blížícím se koncem období, pro který je tato Koncepce připravena, je vhodné zahájit přípravu nového strategického dokumentu, tak aby na sebe mohly dokumenty navazovat, a tudíž pokračoval dlouhodobý komplexní přístup k rozvoji cestovního ruchu v turistické oblasti.

# Kontrola, monitoring a vyhodnocování Koncepce

## Způsob vyhodnocení – zpráva o plnění

Vyhodnocování probíhá prostřednictvím pravidelných **zpráv o plnění Koncepce**. Jde o stručnou informaci, která obsahuje způsob naplňování jednotlivých typových aktivit / projektů Koncepce.

Tato zpráva je předkládána gestorovi Koncepce, tzn. Výboru a Členské schůzi DMO Český Krumlov Region k projednání a schválení.

Relevantní body koncepce, které se týkají rozvoje cestovního ruchu ve městě Český Krumlov jsou předkládány k projednání a schválení i radě města.

Pro vyhodnocení Koncepce je doporučeno využít jednoduchou tabulkovou formu.

## Šablona pro vyhodnocení Koncepce

### Příklad: CR 1.5 - Rozvoj infrastruktury pro cykloturistiku

Název typové aktivity	Garant aktivity	Způsob naplnění / Vyhodnocení	Náklady		Hodnota indikátoru	
			Předpokládané	Skutečné	Požadovaná	Dosažená

Je nezbytné, aby vyhodnocení koncepce a vypracování závěrečné zprávy probíhalo ve spolupráci s koordinátory sportu a kultury. Koordinátoři zároveň nesou zodpovědnost za průběh realizace a naplnění Koncepce.

# Akční plán

## Akční plán

Zatímco strategický dokument definuje dlouhodobé cíle, vizi, misi a priority, akční plán je **konkrétní a podrobný seznam kroků, aktivit a iniciativ, které je třeba provést, aby se těchto cílů dosáhlo**. Je zpravidla vyhotoven na kratší časové období a je průběžně vyhodnocován.

- Pokud jsou skutečné výsledky odlišné od očekávaných, analyzujte příčiny. Zjistěte, co funguje, co nefunguje a proč.
- Na základě analýzy odchylek navrhněte doporučení pro zlepšení. Pokud je to nutné, upravte akční plán nebo způsob realizace.
- Minimálně jednou ročně prověřte celý akční plán, abyste zjistili, zda stále odráží vaše prioritní cíle, aktuální realitu a výzvy.
- S blížícím se koncem období, na který je nastavený akční plán, vytvořte akční plán v souladu s aktuální podobou strategie a stavu naplněnosti předcházejícího akčního plánu, aby stanovené cíle byly realizovatelné a přitom vedly k naplnění cílů Koncepce.

Akční plán je uveden v samostatném souboru.

**Kontaktní osoba:**

**ONDŘEJ ŠPAČEK**

CEO

Rozvoj regionů, turismus, kultura a sport

+420 602 265 851

[o.spacek@kreia.cz](mailto:o.spacek@kreia.cz)

[www.kreia.cz](http://www.kreia.cz)

**economic  
impact**

**KREIA**  
group

**Poznámka:**

Práci na studii jsme započali v únoru 2025 a ukončili v říjnu 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.