

STRATEGIE ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU
REGIONU KRKONOŠE PRO ROKY 2025-2032



KRKONOŠE | 2025
2032

MANAŽERSKÝ SOUHRN

ÚVODNÍ ČÁST

KONTEXT VZNIKU A ÚČEL STRATEGIE

Strategie 2025–2032 přímo navazuje na předchozí strategický dokument pro období 2015–2025, z jehož vyhodnocení vyplývá naplnění stanovených cílů ze 75 % v oblasti cestovního ruchu a ze 71 % v oblasti souvisejícího zázemí, prostředí a infrastruktury. Nová strategie reflektuje aktuální trendy v cestovním ruchu i specifické výzvy, kterým Krkonoše čelí:

- Potřeba adaptace na klimatickou změnu, zejména v kontextu zimní sezóny
- Nutnost řešení overtourismu v nejvytíženějších lokalitách
- Rostoucí poptávka po autentických a udržitelných zážitcích
- Digitální transformace služeb a marketingu
- Měnicí se očekávání různých skupin návštěvníků
- Potřeba posílení konkurenceschopnosti vůči zahraničním destinacím

Účelem strategie je:

- Poskytnout jasný směr rozvoje cestovního ruchu v destinaci
- Definovat konkrétní opatření a projekty pro naplnění stanovené vize
- Zajistit efektivní koordinaci aktivit všech aktérů v destinaci
- Stanovit systém měření a hodnocení dosažených výsledků
- Podpořit získávání finančních zdrojů pro realizaci rozvojových projektů

STRUKTURA A PROCES ZPRACOVÁNÍ STRATEGIE

Strategie vzniká ve třech na sebe navazujících částech:

1. Analytická část (duben - srpen 2024)

- Zpracovatel: KROKEM s.r.o.
- Zahrnuje detailní analýzu dat, dotazníková šetření mezi obyvateli (771 respondentů) a odbornou veřejností (100 respondentů), řízené rozhovory s aktéry a participativní workshopy
- Vznikla za přispění prostředků státního rozpočtu České republiky z programu Ministerstva pro místní rozvoj



2. Návrhová (strategická) část (červenec - prosinec 2024)

- Zpracovatel: Polášek & company s.r.o.
- Definiuje vizi, strategické pilíře a konkrétní opatření včetně způsobu implementace
- Obsahuje základní produktové portfolio destinace
- Vzniká v úzké spolupráci s destinační společností a klíčovými aktéry v regionu

Detailní rozpracování produktového portfolia je plánováno na rok 2025, kdy budou podrobně rozpracovány jednotlivé produktové řady v návaznosti na strategickou část dokumentu.

Souběžně s tvorbou strategie probíhá proces vytváření nového destinačního brandu Krkonoš, který je vyvíjen v synergii se strategickými cíli a bude následně implementován do marketingových aktivit destinace.



MANAŽERSKÉ SHRUTÍ

Strategie rozvoje cestovního ruchu v turistické oblasti Krkonoše na období 2025-2032 představuje klíčový koncepční dokument pro koordinovaný a udržitelný rozvoj cestovního ruchu v regionu. Vzniká v době, kdy destinace čelí několika zásadním výzvám – od klimatické změny přes měnící se požadavky návštěvníků až po potřebu digitální transformace.

Krkonoše jsou dlouhodobě jednou z nejvýznamnějších turistických destinací České republiky s více než 1,1 milionem hostů ročně a přibližně 3,8 miliony přenocování (2023). Oblast disponuje mimořádným přírodním bohatstvím v čele s Krkonošským národním parkem, kvalitní infrastrukturou pro zimní i letní aktivity a rozvinutou sítí služeb.

Vize strategie směřuje k pozici Krkonoš jako respektované evropské horské destinace, která dokáže skloubit ochranu unikátní přírody s rozvojem kvalitního a udržitelného cestovního ruchu. Naplňování této vize je postaveno na pěti strategických pilířích:

1. Udržitelné řízení a rozvoj destinace
2. Nabídka a produkt destinace
3. Marketing, komunikace a brand destinace
4. Spolupráce v destinaci
5. Inovace a nové technologie v cestovním ruchu

Strategie obsahuje 26 konkrétních opatření s jasně definovanými cíli a měřitelnými indikátory. Jejich realizace přispěje k:

- Posílení pozice Krkonoš jako celoroční destinace
- Snížení negativních dopadů cestovního ruchu
- Zvýšení kvality služeb a zážitků návštěvníků
- Lepší koordinaci mezi všemi aktéry v destinaci
- Efektivnějšímu využívání moderních technologií

SHRNUTÍ ANALYTICKÉ ČÁSTI

HLAVNÍ CHARAKTERISTIKY DESTINACE

Turistická oblast Krkonoše představuje nejvýznamnější horskou destinaci v České republice. Rozkládá se na území dvou krajů (Královéhradecký a Liberecký) a zahrnuje 58 obcí s přibližně 60 tisíci obyvateli. Oblast se vyznačuje:

- Mimořádným přírodním bohatstvím (Krkonošský národní park)
- Velmi vysokou intenzitou cestovního ruchu (druhou nejvyšší v ČR)
- Kvalitní infrastrukturou pro zimní i letní aktivity
- Rozsáhlou sítí ubytovacích zařízení (přes 1000 HUZ s více než 86 000 lůžky)
- Rozvinutým systémem turistických informačních center (26 TIC, z toho 10 certifikovaných)

KLÍČOVÁ ZJIŠTĚNÍ Z ANALÝZ

Návštěvnost a výkonnost **(dle analýzy mobilních dat operátorů)**

- V roce 2022 navštívilo oblast 3,564 mil. turistů a výletníků
- Realizováno bylo 5,5898 milionu přenocování
- 18 přenocování tvořili zahraniční návštěvníci (především z Německa – 42 % a Polska – 13 %)
- Průměrná délka pobytu činí 3,37 dne

Sezónnost

- Nejvyšší návštěvnost v zimní sezóně (35 % přenocování v Q1)
- Druhá nejvyšší návštěvnost v létě (32 % přenocování v Q3)
- Významný potenciál pro rozvoj jarní a podzimní sezóny

Ekonomické dopady

- Celková spotřeba iniciovaná cestovním ruchem: 12-17 miliard Kč
- Příjmy do veřejných rozpočtů: 4,7-6,4 miliardy Kč
- Vytvořeno 10-14 tisíc pracovních míst

HLAVNÍ VÝZVY PRO ROZVOJ DESTINACE

1. Adaptace na klimatickou změnu

- Zkracování zimní sezóny
- Nutnost investic do technického zasněžování
- Potřeba diverzifikace nabídky

2. Řešení potenciálního přetížení destinace

- Vysoká koncentrace návštěvníků v hlavních sezónách
- Přetížení nejvyhledávanějších lokalit
- Potřeba lepšího řízení návštěvnických toků

3. Rozvoj udržitelných forem turismu

- Rostoucí poptávka po šetrných formách cestovního ruchu
- Nutnost sladění rozvoje turismu s ochranou přírody
- Potřeba zapojení místních komunit

4. Konkurenceschopnost

- Silná konkurence zahraničních destinací
- Nutnost zvyšování kvality služeb
- Potřeba inovací a digitalizace

5. Destinační spolupráce

- Potřeba efektivnější koordinace aktivit
- Nutnost zapojení více stakeholderů
- Rozvoj přeshraniční spolupráce

SHRNUTÍ SWOT ANALÝZY

Mezi nejvýznamnější **silné stránky** destinace patří:

- Jedinečné přírodní bohatství a Krkonošský národní park
- Kvalitní lyžařská infrastruktura
- Rozvinutá síť turistických tras a služeb
- Dlouhodobá tradice turistiky

Klíčové **příležitosti** zahrnují:

- Dostavbu dálnice D11
- Rozvoj lokálních železnic
- Podporu karavaningu a kempování
- Usměrnění návštěvnosti

Hlavní **slabé stránky** představují:

- Přetížení středisek cestovního ruchu
- Horší dopravní dostupnost
- Nedostatečná doprovodná infrastruktura
- Nedostatek atraktivit při nepřízní počasí

Nejvýznamnější **hrozby** jsou:

- Klimatické změny
- Konkurence zahraničních středisek
- Limity rozvoje infrastruktury ve vazbě na ochranu přírody
- Prohlubování overtourismu
- Nedostatek kvalifikovaných pracovníků

ZÁVĚRY PRO NÁVRHOVOU ČÁST

Na základě provedených analýz je zřejmé, že Krkonoše mají velmi silnou pozici na trhu cestovního ruchu, ale čelí několika zásadním výzám. Pro další rozvoj destinace je klíčových následujících 6 bodů.

- 1. Posílit udržitelnost cestovního ruchu**
- 2. Lépe řídit návštěvnické toky**
- 3. Rozvíjet celoroční nabídku**
- 4. Zlepšit koordinaci mezi aktéry**
- 5. Implementovat moderní technologie**
- 6. Posilovat konkurenceschopnost**

VIZE 2032

„KRKONOŠE JAKO EVROPSKÁ HORSKÁ DESTINACE UDRŽITELNÉHO CESTOVNÍHO RUCHU, NABÍZEJÍCÍ CELOROČNÍ AUTENTICKÉ ZÁŽITKY V HARMONII S PŘÍRODOU A MÍSTNÍ KOMUNITOU.“

VIZE „DESTINACE KRKONOŠE 2032“

Krkonoše, nejvyšší české hory, jsou uznávanou destinací, která úspěšně kombinuje ochranu unikátní přírody s rozvojem kvalitního a udržitelného cestovního ruchu. Nabízí rozmanitou škálu zážitků po celý rok, od aktivní dovolené přes kulturní vyžití až po relaxaci, a to s využitím moderních technologií a inovativních řešení. Destinace je charakteristická silnou spoluprací všech aktérů, včetně přeshraniční kooperace, a aktivním zapojením místních komunit do rozvoje turismu.

VIZE „ORGANIZACE DESTINAČNÍHO MANAGEMENTU KRKONOŠE 2032“

DMO Krkonoše je respektovaným lídrem v oblasti destinačního managementu, působícím v optimální právní formě. Vyniká profesionálním přístupem k řízení destinace, efektivním využíváním dat a digitálních technologií, a schopností pružně reagovat na měnící se podmínky trhu a vnější vlivy. DMO úspěšně koordinuje rozvoj destinace, zajišťuje její jednotnou prezentaci prostřednictvím silného brandu a podporuje inovace v cestovním ruchu. Je klíčovým partnerem pro všechny zainteresované strany v regionu a aktivně přispívá k udržitelnému rozvoji Krkonoš.



STRATEGICKÉ PILÍŘE

Pilíř 1: Udržitelné řízení a rozvoj destinace

Cíl pilíře: Vytvořit a implementovat systém udržitelného řízení destinace, který zajistí rovnováhu mezi rozvojem cestovního ruchu, ochranou přírodních hodnot a potřebami místní komunity.

Strategický kontext:

- Reakce na klimatickou změnu a její dopady na cestovní ruch
- Potřeba efektivního řízení návštěvnických toků
- Nutnost profesionalizace destinačního managementu
- Adaptace na měnící se podmínky trhu

Pilíř 2: Nabídka a produkt destinace

Cíl pilíře: Rozvinout konkurenceschopnou a diverzifikovanou nabídku turistických produktů a služeb s důrazem na celoroční využití destinace a autentické zážitky.

Strategický kontext:

- Potřeba snížení sezónnosti
- Rostoucí poptávka po autentických zážitcích
- Nutnost diferenciací od konkurenčních destinací
- Potřeba rozvoje nabídky pro různé cílové skupiny

Pilíř 3: Marketing, komunikace a brand destinace

Cíl pilíře: Vybudovat silnou značku Krkonoš a efektivně komunikovat jedinečné hodnoty destinace směrem k cílovým skupinám s využitím moderních marketingových nástrojů.

Strategický kontext:

- Implementace nového brandu Krkonoš
- Digitalizace marketingové komunikace
- Potřeba cílené komunikace pro různé segmenty
- Budování pozitivní image destinace

Pilíř 4: Spolupráce v destinaci

Cíl pilíře: Posílit koordinaci a spolupráci mezi všemi aktéry v destinaci včetně přeshraniční spolupráce a aktivního zapojení místních obyvatel.

Strategický kontext:

- Potřeba efektivní koordinace aktivit
- Rozvoj přeshraniční spolupráce
- Zapojení místních komunit
- Posílení partnerské sítě DMO



Pilíř 5: Inovace a nové technologie v cestovním ruchu

Cíl pilíře: Implementovat inovativní řešení a moderní technologie pro zlepšení návštěvnického zážitku a efektivnější řízení destinace.

Strategický kontext:

- Digitální transformace služeb
- Využití dat pro řízení destinace
- Inovace v oblasti udržitelného turismu
- Rozvoj smart řešení

OPATŘENÍ NÁVRHOVÉ ČÁSTI

Pilíř	Opatření	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	Odpovědnost
1. Udržitelné řízení a rozvoj	1.1 Implementace principů udržitelného CR									DMO + KRNAP
	1.2 Rozvoj krizového managementu									DMO
	1.3 Digitalizace destinačního managementu									DMO
	1.4 Optimalizace organizační struktury DMO									DMO + členské obce
	1.5 Monitoring a řízení návštěvnosti									DMO + KRNAP
	1.6 Vzdělávání a edukace regionu									DMO
2. Nabídka a produkt	2.1 Diverzifikace turistické nabídky									DMO + poskytovatelé
	2.2 Podpora regionálních produktů									DMO + regionální značky
	2.3 Rozvoj celoroční nabídky									DMO + poskytovatelé
	2.4 Zkvalitnění infrastruktury									DMO + obce
	2.5 Rozvoj kulturního turismu									DMO + kulturní instituce
3. Marketing a komunikace	3.1 Implementace jednotného brandu									DMO
	3.2 Rozvoj digitálního marketingu									DMO
	3.3 Cílený marketing pro segmenty									DMO
	3.4 Zlepšení image destinace									DMO
	3.5 Rozvoj interní komunikace									DMO

Pilíř	Opatření	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	Odpovědnost
4. Spolupráce v destinaci	4.1 Posílení partnerské sítě									DMO
	4.2 Rozvoj přeshraniční spolupráce									DMO + PL partneři
	4.3 Podpora lokálních iniciativ									DMO + obce
	4.4 Koordinace aktivit									DMO
	4.5 Zapojení místních obyvatel									DMO + obce
5. Inovace a technologie	5.1 Implementace smart řešení									DMO + tech. partneři
	5.2 Podpora digitalizace služeb									DMO + poskytovatelé
	5.3 Rozvoj VR/AR v atraktivitách									DMO + atraktivita
	5.4 Podpora inovací									DMO
	5.5 Rozvoj datové analytiky									DMO



PRODUKTOVÉ PORTFOLIO DESTINACE A TURISTICKÁ NABÍDKA

STÁVAJÍCÍ TURISTICKÁ NABÍDKA

Stávající turistická nabídka je zveřejněna na zimní a letní verzi turistického portálu

krkonose.eu

NAVRŽENÁ PRODUKTOVÁ TÉMATA PRO OBDOBÍ 2025 - 2032

Ativní dovolená

- Zimní sporty - sjezdové lyžování a snowboarding, běžecké lyžování a skialpinismus.
- Letní aktivity - pěší turistika, cyklo-turistika, adrenalinové aktivity

Poznávací turismus

- Přírodní a kulturní dědictví
- Interpretační a vzdělávací programy

Dětská dovolená

- Pohádkové Krkonoše
- Dětská hřiště a dětské parky (např. v rámci lyžařských areálů jako letní nabídka aktivit pro děti)
- Tematické rodinné programy

Odpočinek a relaxace

- Wellness a lázeňství
- Relaxační zóny
- Přírodní terapie a digital detox

Tradice a gastronomie

- Krkonošské originální produkty
- Regionální gastronomické zážitky
- Řemeslné a kulturní tradice

MICE Tourismus

- Kongresová infrastruktura
- Incentivní programy
- Speciální firemní balíčky

TOP 3 PRODUKTOVÁ TÉMATA

AKTIVNÍ DOVOLENÁ

Aktivní dovolená zahrnuje širokou škálu sportovních a outdoorových aktivit, od pěší turistiky a cykloturistiky po zimní sporty, jako je lyžování, běžecké lyžování a skialpinismus. Krkonoše jsou v této oblasti dlouhodobě lídrem v ČR díky své přírodní unikátnosti, rozvinuté infrastruktuře a celoroční využitelnosti.

Výhoda pro region

- Přirozený charakter regionu jako centra aktivního odpočinku.
- Silná infrastruktura (turistické trasy, sjezdovky, běžecké stopy, cyklotrasy).
- Sezónní rozmanitost – léto i zima nabízí odlišné zážitky.

Příležitost

- Rozvoj smart řešení (mobilní aplikace, predikce návštěvnosti).
- Podpora méně známých tras pro zmírnění přetížení exponovaných lokalit.
- Marketing cílený na zahraniční aktivní turisty.

Proč?

Aktivní dovolená je tradičně hlavním tahounem návštěvnosti Krkonoš. Její atraktivita umožňuje propagaci regionu jako destinace pro sportovce, rodiny i seniory. Navíc rozvoj infrastruktury může být financován i z prostředků EU a státní podpory.

POZNÁVACÍ TURISMUS

Poznávací turismus se zaměřuje na kulturní a přírodní dědictví regionu. Patří sem návštěvy muzeí, naučných stezek, kulturních akcí, přírodních zajímavostí, ale i historických lokalit či tematické exkurze zaměřené na environmentální vzdělávání.

Výhoda pro region

- Silné propojení přírodních krás (KRNAP) s kulturním dědictvím.
- Možnost celoroční návštěvnosti (expoze, stezky).
- Přitažlivost pro zahraniční i domácí turisty s vyšším vzděláním.





Příležitost

- Podpora modernizace muzeí a naučných stezek prostřednictvím digitálních technologií (např. AR, VR).
- Větší zaměření na přeshraniční spolupráci s polskými Krkonošemi.
- Rozvoj zážitkových a cizojazyčných programů.

Proč?

Poznávací turismus diverzifikuje nabídku a posiluje návštěvnost mimo hlavní sezóny. Navíc zdůrazňuje hodnoty regionu, jako je ochrana přírody a autenticita, což je klíčové pro udržitelný rozvoj cestovního ruchu.

DĚTSKÁ DOVOLENÁ

Zaměřuje se na rodiny s dětmi a zahrnuje interaktivní atraktivity - tematické stezky, dětská hřiště, dětské parky a rodinné aktivity spojené s přírodou a vzděláváním. Typickou nabídkou v tomto tématu jsou Pohádkové Krkonoše.

Výhoda pro region

- Posiluje pověst Krkonoš jako bezpečné a přívětivé destinace pro rodiny.
- Dětské atrakce často přispívají k delším pobytům rodin.
- Široká cílová skupina - rodiny s dětmi různého věku do 10 let, školní skupiny.

Příležitost

- Rozšíření tematických tras, např. propojených s postavou Krakonoše.
- Podpora vývoje indoor atrakcí, které zvýší atraktivitu i za nepříznivého počasí.
- Zlepšení nabídky rodinných balíčků včetně dětských menu, animačních programů a hlídání.

Proč?

Rodinná dovolená je stabilní a udržitelný segment, který přispívá k mimosezónní návštěvnosti a rovnoměrnému rozložení cestovního ruchu. Kromě toho má tento produkt silný marketingový potenciál díky značce „Pohádkové Krkonoše“.

ZÁVĚR

Strategie rozvoje cestovního ruchu v turistické oblasti Krkonoše 2025–2032 představuje klíčový dokument pro koordinovaný rozvoj cestovního ruchu v následujícím období. Vychází z podrobné analýzy současného stavu a stanovuje jasnou vizi budoucího směřování destinace.

Hlavní závěry strategie

Krkonoše mají potenciál stát se skutečně celoroční destinací evropského významu, která:

- Efektivně kombinuje ochranu unikátní přírody s rozvojem udržitelného cestovního ruchu
- Nabízí konkurenceschopné produkty pro různé cílové skupiny
- Systematicky pracuje na snižování sezónnosti
- Využívá moderní technologie pro řízení destinace a zkvalitňování služeb
- Staví na silné spolupráci všech aktérů v území

Klíčové výzvy pro implementaci

Pro úspěšnou realizaci strategie bude klíčové:

- Adaptace na klimatické změny, zejména v kontextu zimní sezóny
- Efektivní řízení návštěvnických toků a předcházení overtourismu
- Zajištění dostatečných lidských a finančních zdrojů pro realizaci opatření
- Koordinace velkého množství aktérů v území
- Udržení konkurenceschopnosti vůči okolním destinacím

Předpoklady úspěchu

Úspěšná implementace strategie závisí na:

- Aktivním zapojení všech klíčových aktérů v destinaci
- Zajištění stabilního financování rozvojových aktivit
- Efektivní koordinaci ze strany DMO
- Systematickém monitoringu a vyhodnocování postupu
- Flexibilitě při reagování na měnící se podmínky

KRKONOŠE | 2025 2032

STRATEGIE ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU REGIONU KRKONOŠE PRO ROKY 2025-2032



Zadavatel:
Krkonoše - svazek měst a obcí

Dodavatel:
Ing. Jaromír Polášek

Termín realizace:
8 - 12/2024