

STRATEGICKÁ ČÁST



KRKONOŠE | 2025
2032

STRATEGIE ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU
REGIONU KRKONOŠE PRO ROKY 2025-2032



Zpracováno: 08-12/2024
Schváleno: 06. 12. 2024

Zadavatel: Krkonoše - svazek měst a obcí
Zpracovatel: Ing. Jaromír Polášek

ÚVODNÍ ČÁST

MANAŽERSKÉ SHRNUÍ

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

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
- Měnící 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.
- Definuje 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.



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:

S

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

Hlavní **slabé stránky** představují:

W

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

Klíčové **příležitosti** zahrnují:

O

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

Nejvýznamnější **hrozby** jsou:

T

- 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 výzvám. Pro další rozvoj destinace je klíčové:

- 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**

Tyto závěry jsou reflektovány v návrhové části strategie prostřednictvím pěti strategických pilířů a konkrétních opatření.

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 KRKONOŠE 2032“

DESTINAČNÍHO

MANAGEMENTU

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 diferenciacie 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

VAZBY MEZI PILÍŘI

Všech pět strategických pilířů je vzájemně provázáno a společně tvoří komplexní rámec pro rozvoj destinace:

Pilíř 1 (Udržitelné řízení)

Pilíř 2 (Nabídka a produkt)

Pilíř 3 (Marketing)

Pilíř 4 (Spolupráce)

Pilíř 5 (Inovace)

vytváří základní rámec pro fungování destinace

definuje konkrétní produkty a služby

zajišťuje jejich efektivní komunikaci

podporuje koordinaci všech aktivit

poskytuje nástroje pro modernizaci destinace



OPATŘENÍ NÁVRHOVÉ ČÁSTI

PILÍŘ 1: UDRŽITELNÉ ŘÍZENÍ A ROZVOJ DESTINACE



Výchozí situace a zdůvodnění

Krkonoše jako nejvýznamnější horská destinace v ČR čelí několika zásadním výzvám v oblasti udržitelného rozvoje:

- Rostoucí tlak na přírodní prostředí v důsledku vysoké návštěvnosti
- Dopady klimatických změn na zimní sezónu
- Potřeba efektivnějšího řízení návštěvnických toků
- Nutnost pokračování procesu profesionalizace destinačního managementu
- Absence systematického přístupu ke krizovému řízení

Opatření 1.1: Implementace principů udržitelného cestovního ruchu

Cíl opatření: Zavést systematický přístup k udržitelnému rozvoji cestovního ruchu v Krkonoších.

Aktivity:

- Zpracování a implementace strategie udržitelného turismu
- Zavedení systému certifikace udržitelných služeb v destinaci
- Vytvoření systému monitoringu dopadů cestovního ruchu
- Edukace návštěvníků o principech odpovědného cestování
- Podpora environmentálně šetrných forem dopravy v destinaci

Časový rámec: 2025–2027

Odpovědnost: DMO ve spolupráci se Správou KRNP

Indikátor: Získání certifikace udržitelné destinace do roku 2027

Opatření 1.2: Rozvoj krizového managementu

Cíl opatření: Zvýšit odolnost destinace vůči krizovým situacím.

Aktivity:

- Ve spolupráci s krajskými úřady a úřady obcí s rozšířenou působností vytvořit krizový plán destinace
- Nastavení komunikačních kanálů pro případné krizové scénáře
- Ověření pilotních scénářů
- Provádění pravidelných aktualizací krizového plánu destinace

Časový rámec: 2025-2026 (vytvoření) 2027 - 2032 (aktualizace)

Odpovědnost: DMO

Indikátor: Vytvoření a každoroční aktualizace krizového plánu destinace

Opatření 1.3: Digitalizace destinačního managementu

Cíl opatření: Zefektivnit řízení destinace pomocí digitálních nástrojů.

Aktivity:

- Implementace destinačního informačního systému
- Zavedení systému pro sběr a analýzu dat o návštěvnosti
- Digitalizace interních procesů DMO
- Vytvoření platformy pro sdílení dat mezi partnery
- Rozvoj prediktivních nástrojů pro řízení destinace

Časový rámec: 2028-2032

Odpovědnost: DMO

Indikátor: Implementace minimálně 2 nových digitálních nástrojů pro řízení destinace do roku 2032

Opatření 1.4: Optimalizace organizační struktury DMO

Cíl opatření: Transformovat DMO na efektivnější právní formu.

Aktivity:

- Analýza vhodných právních forem
- Příprava transformačního plánu
- Realizace právní transformace
- Nastavení nových procesů řízení
- Profesionalizace týmu DMO

Časový rámec: 2026-2030

Odpovědnost: DMO, členské obce

Indikátor: Dokončení transformace DMO na novou právní formu do konce roku 2030

Opatření 1.5: Monitoring a řízení návštěvnosti

Cíl opatření: Zavést systém pro efektivní monitoring a usměrňování toků návštěvníků.

Aktivity:

- Zavedení systému měření návštěvnosti v klíčových lokalitách
- Vytvoření návštěvnického dispečinku
- Implementace systému včasného varování před přetížením
- Rozvoj nástrojů pro aktivní řízení návštěvnických toků
- Vytvoření systému motivačních opatření pro návštěvníky

Časový rámec: 2025-2028

Odpovědnost: DMO ve spolupráci se Správou KRNAP

Indikátor: Zavedení systému monitoringu návštěvnosti ve všech klíčových lokalitách do roku 2028

Opatření 1.6: Vzdělávání a edukace regionu

Cíl opatření: Systematicky vzdělávat aktéry cestovního ruchu.

Aktivity:

- Vytvoření vzdělávacího plánu pro partnery DMO
- Realizace školení a workshopů
- Sdílení příkladů dobré praxe
- Organizace studijních cest
- Vytvoření znalostní báze pro partnery

Časový rámec: 2025-2032

Odpovědnost: DMO

Indikátor: Realizace minimálně 2 vzdělávacích akcí ročně pro partnery/členy DMO

Očekávané přínosy pilíře

1. Efektivnější řízení destinace
2. Snížení negativních dopadů cestovního ruchu
3. Lepší připravenost na krizové situace
4. Profesionálnější destinační management
5. Optimalizace návštěvnických toků

PILÍŘ 2: NABÍDKA A PRODUKT DESTINACE



Výchozí situace a zdůvodnění

Krkonose disponují širokou nabídkou produktů a služeb cestovního ruchu, ale čelí několika výzvám:

- Výrazná sezónnost s dominancí zimní a letní sezóny
- Potřeba diverzifikace nabídky pro různé cílové skupiny
- Rostoucí poptávka po autentických zážitcích
- Nutnost adaptace na klimatické změny
- Nevyrovnaná kvalita služeb v destinaci

Opatření 2.1: Diverzifikace turistické nabídky

Cíl opatření: Rozšířit nabídku aktivit a zážitků s důrazem na mimosezónní období.

Aktivita:

- Tvorba nových produktů pro jaro a podzim
- Rozvoj nabídky pro indoor aktivity
- Vytvoření programů zaměřených na lokální kulturu a tradice
- Rozvoj zážitkových programů pro různé cílové skupiny
- Podpora tvorby tematických balíčků služeb

Časový rámec: 2025-2028

Odpovědnost: DMO ve spolupráci s poskytovateli služeb

Indikátor: Vytvoření a uvedení na trh minimálně 3 nové turistické produkty do roku 2028, z toho alespoň 1 zaměřený na jaro a podzim

Opatření 2.2: Podpora regionálních produktů a služeb

Cíl opatření: Zvýšit zapojení místních producentů do turistické nabídky.

Aktivity:

- Rozšíření systému regionální certifikace
- Propojování lokálních producentů s poskytovateli služeb
- Vytvoření prodejních míst pro regionální produkty
- Podpora farmářských trhů a food festivalů
- Rozvoj gastroturistiky založené na lokálních produktech

Časový rámec: 2025–2027

Odpovědnost: DMO ve spolupráci s MAS

Indikátor: Zvýšení počtu produktů CR se zapojením certifikovaných regionálních produktů a služeb o 2 do roku 2027

Opatření 2.3: Rozvoj celoroční nabídky

Cíl opatření: Snížit sezónnost cestovního ruchu v destinaci.

Aktivity:

- Tvorba produktů využitelných ve více sezónách
- Rozvoj wellness a lázeňských služeb
- Podpora kongresového a incentivního turismu
- Vytvoření systému mimosezónních pobídek
- Rozvoj vzdělávacích a zážitkových programů

Časový rámec: 2025–2032

Odpovědnost: DMO ve spolupráci s poskytovateli služeb

Indikátor: Zvýšení návštěvnosti v mimosezónních měsících o 20 % do roku 2032 oproti roku 2024

Opatření 2.4: Zkvalitnění infrastruktury pro aktivní turismus

Cíl opatření: Zlepšit a rozšířit infrastrukturu pro outdoor aktivity.

Aktivity:

- Modernizace značených turistických tras
- Rozvoj sítě cyklostezek a singletracků
- Budování odpočívadel a vyhlídkových míst
- Vytvoření zázemí pro vodní aktivity
- Rozvoj infrastruktury pro zimní běžecké lyžování

Časový rámec: 2025–2030

Odpovědnost: DMO ve spolupráci s obcemi a Správou KRNAP

Indikátor: Vybudování nebo rekonstrukce minimálně 50 km značených tras do roku 2030

Opatření 2.5: Rozvoj kulturního a zážitkového turismu

Cíl opatření: Posílit nabídku kulturních a zážitkových aktivit.

Aktivity:

- Tvorba tematických kulturních stezek
- Rozvoj interpretace místního dědictví
- Podpora kulturních a společenských akcí
- Vytváření zážitkových programů
- Propojování kulturních institucí v destinaci

Časový rámec: 2025-2032

Odpovědnost: DMO ve spolupráci s kulturními institucemi

Indikátor: Vytvoření alespoň 2 nových kulturních nebo zážitkových produktů ročně

Očekávané přínosy pilíře

1. Snížení sezónnosti cestovního ruchu
Zvýšení konkurenceschopnosti destinace
2. Posílení lokální ekonomiky
3. Zlepšení kvality návštěvnického zážitku
4. Rovnoměrnější rozložení návštěvnosti v území

PILÍŘ 3: MARKETING, KOMUNIKACE A BRAND DESTINACE



Výchozí situace a zdůvodnění

Marketing a komunikace destinace Krkonoše prochází významnou transformací:

- Probíhající tvorba nového destinačního brandu
- Rostoucí význam digitálních komunikačních kanálů
- Potřeba cílenější komunikace pro různé segmenty
- Nutnost zlepšení image destinace v mimosezónních obdobích
- Požadavek na efektivnější interní komunikaci v destinaci

Opatření 3.1: Implementace jednotného brandu destinace

Cíl opatření: Vytvořit a implementovat silný, jednotný brand Krkonoš napříč všemi komunikačními kanály.

Aktivity:

- Dokončení vývoje nového brandu destinace
- Vytvoření brand manuálu a komunikačních guidelines
- Školení partnerů v používání nového brandu
- Postupná implementace brandu do všech komunikačních nástrojů
- Monitoring a evaluace vnímání brandu

Časový rámec: 2025-2028

Odpovědnost: DMO

Indikátor: Dosažení 80 % míry adopce nového brandu mezi klíčovými partnery DMO do roku 2028

Opatření 3.2: Rozvoj digitálního marketingu

Cíl opatření: Zvýšit efektivitu a dosah marketingových aktivit prostřednictvím digitálních nástrojů.

Aktivity:

- Redesign webových stránek destinace
- Optimalizace sociálních sítí
- Implementace obsahové strategie
- Rozvoj digitálních marketingových kampaní
- Vytvoření systému měření efektivity digitálního marketingu

Časový rámec: 2025-2027

Odpovědnost: DMO

Indikátor: Zvýšení návštěvnosti webu o 50 % a nárůst sledujících na sociálních sítích o 30 % do roku 2027

Opatření 3.3: Cílený marketing pro specifické segmenty

Cíl opatření: Oslovit nové cílové skupiny návštěvníků a zvýšit jejich podíl na celkové návštěvnosti.

Aktivity:

- Aktualizace marketingové strategie pro klíčové segmenty
- Tvorba specifického obsahu pro různé cílové skupiny
- Realizace cílených kampaní pro zahraniční trhy
- Rozvoj spolupráce s influencery a opinion makery
- Vytvoření ambadorského programu

Časový rámec: 2025-2032

Odpovědnost: DMO ve spolupráci s marketingovými partnery

Indikátor: Realizace minimálně 2 marketingových kampaní ročně zaměřených na zahraničního návštěvníka

Opatření 3.4: Zlepšení image destinace

Cíl opatření: Posílit vnímání Krkonoš jako atraktivní, udržitelné a celoroční destinace.

Aktivity:

- Realizace PR aktivit zaměřených na klíčová témata
- Spolupráce s médii a opinion makery
- Tvorba kvalitního foto a video obsahu
- Rozvoj storytellingu a práce s příběhy destinace
- Komunikace udržitelného přístupu k rozvoji destinace

Časový rámec: 2025-2030

Odpovědnost: DMO

Indikátor 1: Zlepšení hodnocení image destinace v průzkumu mezi návštěvníky o 20 % do roku 2030

Indikátor 2: Počet vydaných tiskových zpráv

Opatření 3.5: Rozvoj interní komunikace v destinaci

Cíl opatření: Zlepšit informovanost a koordinaci mezi aktéry cestovního ruchu v destinaci.

Aktivity:

- Vytvoření systému pravidelné komunikace s partnery
- Zavedení digitální platformy pro sdílení informací
- Realizace pravidelných setkání stakeholderů
- Vydávání newsletteru pro partnery
- Vytvoření znalostní báze pro partnery

Časový rámec: 2025-2032

Odpovědnost: DMO

Indikátor: Zavedení pravidelného newsletteru (minimálně 6x ročně) a organizace alespoň 2 setkání stakeholderů ročně

Očekávané přínosy pilíře

1. Silnější a jednotnější prezentace destinace
2. Efektivnější zacílení marketingových aktivit
3. Vyšší návštěvnost v mimosezónních obdobích
4. Lepší informovanost partnerů v destinaci
5. Posílení konkurenceschopnosti destinace

PILÍŘ 4: SPOLUPRÁCE V DESTINACI



Výchozí situace a zdůvodnění

Efektivní spolupráce všech aktérů v destinaci je klíčovým předpokladem pro úspěšný rozvoj cestovního ruchu v Krkonoších:

- Potřeba koordinace aktivit mezi veřejným a soukromým sektorem
- Nutnost posílení přeshraniční spolupráce
- Rostoucí význam zapojení místních komunit
- Příležitosti pro rozvoj lokálních iniciativ
- Potřeba efektivnější výměny informací mezi aktéry

Opatření 4.1: Posílení partnerské sítě DMO

Cíl opatření: Rozšířit a prohloubit spolupráci s klíčovými aktéry v destinaci.

Aktivity:

- Vytvoření nového systému partnerství
- Definice benefitů pro různé úrovně partnerství
- Aktivní oslovování potenciálních partnerů
- Vytvoření platformy pro sdílení zkušeností
- Realizace networkingových akcí

Časový rámec: 2025–2030

Odpovědnost: DMO

Indikátor: Zvýšení počtu aktivních partnerů DMO o 80% do roku 2030

Opatření 4.2: Rozvoj přeshraniční spolupráce

Cíl opatření: Posílit vazby a společné aktivity s polskou stranou Krkonoš.

Aktivity:

- Vytvoření společné pracovní skupiny
- Identifikace prioritních oblastí spolupráce
- Příprava společných projektů
- Koordinace marketingových aktivit
- Sdílení dat a informací o návštěvnosti

Časový rámec: 2025–2032

Odpovědnost: DMO ve spolupráci s polskými partnery

Indikátor: Realizace minimálně 1 přeshraničního projektu ve spolupráci s polskými partnery v období 2025–2032

Opatření 4.3: Podpora lokálních iniciativ v cestovním ruchu

Cíl opatření: Stimulovat a podporovat místní projekty přispívající k rozvoji udržitelného cestovního ruchu.

Aktivity:

- Vytvoření systému podpory lokálních projektů
- Poskytování poradenství při přípravě projektů
- Pomoc při získávání financování
- Propojování lokálních iniciativ
- Sdílení příkladů dobré praxe

Časový rámec: 2026–2032

Odpovědnost: DMO ve spolupráci s MAS a obcemi

Indikátor: Organizačně technická podpora minimálně 5 lokálních projektů ročně

Opatření 4.4: Koordinace aktivit v destinaci

Cíl opatření: Zlepšit koordinaci a synergii aktivit různých aktérů v destinaci.

Aktivity:

- Vytvoření koordinační platformy
- Zavedení sdíleného kalendáře akcí
- Koordinace investičních záměrů
- Společné plánování marketingových aktivit
- Pravidelná setkání pracovních skupin

Časový rámec: 2025–2027

Odpovědnost: DMO

Indikátor: Vytvoření a pravidelná aktualizace sdíleného kalendáře aktivity pro odbornou veřejnost s minimálně 80 % zapojením klíčových aktérů do roku 2027

Opatření 4.5: Zapojení místních obyvatel do rozvoje cestovního ruchu

Cíl opatření: Zvýšit podporu místních obyvatel pro udržitelný rozvoj cestovního ruchu.

Aktivity:

- Realizace informačních kampaní pro místní obyvatele
- Organizace veřejných diskusí o rozvoji turismu
- Zapojení místních do tvorby produktů CR
- Podpora místních průvodců a ambasadorů
- Vytvoření platformy pro sběr podnětů od obyvatel

Časový rámec: 2025-2032

Odpovědnost: DMO ve spolupráci s obcemi

Indikátor: Realizace alespoň jedné informační kampaně ročně a organizace minimálně 1 veřejné diskuse ročně

Očekávané přínosy pilíře

1. Efektivnější koordinace aktivit v destinaci
2. Posílení přeshraniční spolupráce
3. Vyšší zapojení místních komunit
4. Lepší využití lokálních zdrojů a potenciálu
5. Zvýšení podpory cestovního ruchu ze strany místních obyvatel

PILÍŘ 5: INOVACE A NOVÉ TECHNOLOGIE V CESTOVNÍM RUCHU



Výchozí situace a zdůvodnění

Implementace moderních technologií a inovativních řešení je klíčová pro konkurenceschopnost destinace:

- Rostoucí význam digitalizace služeb
- Potřeba efektivnějšího řízení destinace pomocí dat
- Poptávka po inovativních návštěvnických zážitcích
- Nutnost implementace smart řešení pro udržitelný rozvoj
- Potřeba zefektivnění procesů v destinačním managementu

Opatření 5.1: Implementace smart řešení v destinaci

Cíl opatření: Zavést inovativní technologická řešení pro zlepšení zážitku návštěvníků a řízení destinace.

Aktivity:

- Vývoj destinační mobilní aplikace
- Implementace inteligentních informačních systémů
- Zavedení smart řešení pro parkování
- Vytvoření systému pro predikci návštěvnosti
- Implementace technologií pro řízení návštěvnických toků

Časový rámec: 2025-2030

Odpovědnost: DMO ve spolupráci s technologickými partnery

Indikátor: Implementace minimálně 1 smart řešení do roku 2030

Opatření 5.2: Podpora digitalizace služeb cestovního ruchu

Cíl opatření: Zvýšit míru digitalizace služeb poskytovaných v destinaci.

Aktivity:

- Implementace online rezervačních systémů
- Digitalizace návštěvnických karet a vstupů
- Podpora bezkontaktních plateb
- Vytvoření digitálních průvodců
- Školení poskytovatelů služeb v oblasti digitalizace

Časový rámec: 2025–2032

Odpovědnost: DMO ve spolupráci s poskytovateli služeb

Indikátor: Dosažení 60% míry digitalizace rezervačních a informačních systémů do roku 2032

Opatření 5.3: Rozvoj virtuální a rozšířené reality v turistických atraktivitách

Cíl opatření: Obohatit zážitek návštěvníků pomocí moderních technologií.

Aktivity:

- Vytvoření VR/AR aplikací pro klíčové atraktivity
- Implementace interaktivních prvků v expozicích
- Vývoj gamifikačních prvků pro návštěvníky
- Tvorba virtuálních prohlídek
- Digitální interpretace kulturního a přírodního dědictví

Časový rámec: 2026–2032

Odpovědnost: DMO ve spolupráci s provozovateli atraktivit

Indikátor: Vytvoření alespoň 5 nových zážitků s využitím VR/AR technologií do roku 2032

Opatření 5.4: Podpora inovací v udržitelném cestovním ruchu

Cíl opatření: Stimulovat využívání inovativních řešení pro snížení environmentální zátěže cestovního ruchu.

Aktivity:

- Implementace technologií pro měření environmentálních dopadů
- Podpora využívání obnovitelných zdrojů energie
- Zavádění systémů pro efektivní nakládání s odpady
- Využívání smart technologií pro úsporu vody
- Podpora elektromobility v destinaci

Časový rámec: 2026–2032

Odpovědnost: DMO ve spolupráci se Správou KRNP a obcemi

Indikátor: Realizace minimálně 2 pilotních projektů ročně v oblasti ekologicky šetrných technologií

Opatření 5.5: Rozvoj datové analytiky pro řízení destinace

Cíl opatření: Zlepšit schopnost DMO a partnerů využívat data pro informované rozhodování.

Aktivity:

- Vytvoření centrálního datového hubu
- Implementace nástrojů pro analýzu big data
- Zavedení systému pro sledování pohybu návštěvníků
- Rozvoj prediktivní analytiky
- Školení v oblasti práce s daty

Časový rámec: 2025–2032

Odpovědnost: DMO

Indikátor: Vytvoření centrálního datového hubu do roku 2028 a jeho pravidelné využívání minimálně 70% klíčových partnerů do roku 2032

Očekávané přínosy pilíře

1. Zvýšení konkurenceschopnosti destinace
2. Zlepšení návštěvnického zážitku
3. Efektivnější řízení destinace na základě dat
4. Snížení environmentální zátěže
5. Modernizace služeb cestovního ruchu

IMPLEMENTAČNÍ ČÁST

SYSTÉM ŘÍZENÍ IMPLEMENTACE

Organizační struktura

Řídící výbor strategie

Složení: zástupci DMO, Správy KRNAP, krajů, významných měst a obcí, podnikatelského sektoru

Role: strategické řízení implementace, schvalování akčních plánů, monitoring plnění

Četnost setkání: minimálně 2x ročně

Realizační tým DMO

Role: operativní řízení implementace, příprava projektů, monitoring

- Koordinátor implementace strategie (projektový manažer)
- Manažeři jednotlivých pilířů
- Administrativní podpora
- Závěrečná evaluace (2032)

Procesy implementace

1

Přípravná fáze (2025)

- Ustanovení implementačních struktur
- Detailní rozpracování akčního plánu na období 2025-2026
- Příprava projektových záměrů

2

Realizační fáze (2025-2032)

- Průběžná realizace opatření a aktivit
- Pravidelný monitoring a evaluace
- Aktualizace akčních plánů

3

Evaluační fáze

- Průběžná (každoročně)
- Střednědobá (2028)
- Závěrečná (2032)

AKČNÍ PLÁN 2025-2027

Prioritní projekty pro období 2025-2027

1. Systém monitoringu udržitelnosti

Rozpočet: 2,5 mil. Kč
Termín: Q2 2025 - Q4 2025
Zodpovědnost: DMO + Správa KRNAP

2. Implementace nového brandu

Rozpočet: 3 mil. Kč
Termín: Q1 2025 - Q4 2025
Zodpovědnost: DMO

3. Destinační aplikace

Rozpočet: 4 mil. Kč
Termín: 2026 - 2027
Zodpovědnost: DMO

4. Postupná transformace Fondu cestovního ruchu do právní struktury dle Kategorizace

Rozpočet: 5 mil. Kč
Termín: 2025 - 2027
Zodpovědnost: DMO + partneři

5. Program pro mimosezónní období

Rozpočet: 3 mil. Kč
Termín: 2025 - 2027
Zodpovědnost: DMO + poskytovatelé služeb

Harmonogram realizace všech opatření je uveden v samostatné kapitole.

MONITORING A EVALUACE

Systém monitoringu - úrovně sledování

1. Strategická úroveň
Naplnění vize a strategických cílů
Vyhodnocení 1x ročně

2. Úroveň pilířů
Plnění stanovených indikátorů
Vyhodnocení 2x ročně

3. Úroveň opatření a aktivit
Realizace konkrétních projektů
Průběžné sledování

EVALUAČNÍ PLÁN

Průběžná evaluace (každoročně)

- Zpráva o realizaci strategie
- Aktualizace akčního plánu
- Návrh případných korekcí

Střednědobá evaluace (2028)

- Komplexní zhodnocení dosavadní implementace
- Případná aktualizace strategie
- Externí evaluace

Závěrečná evaluace (2032)

- Vyhodnocení celkové úspěšnosti strategie
- Doporučení pro další období
- Externí evaluace

EVALUAČNÍ INDIKÁTORY

Dopadové indikátory

- Návštěvnost destinace
- Délka pobytu
- Spokojenost návštěvníků
- Ekonomické přínosy CR

Výsledkové indikátory

- Konkrétní indikátory definované u jednotlivých opatření
- Míra plnění akčních plánů

Výstupové indikátory

- Počet realizovaných projektů
- Počet zapojených partnerů
- Vynaložené finanční prostředky

ŘÍZENÍ ZMĚN STRATEGIE

Pravidelná aktualizace

- Akční plány (každoročně)
- Indikátory (dle potřeby)
- Opatření (při střednědobé evaluaci)

Mimořádná aktualizace

- V případě významných změn vnějšího prostředí
- Na základě rozhodnutí Řídícího výboru

KOMUNIKACE IMPLEMENTACE

Interní komunikace

- Pravidelné reporty pro Řídící výbor
- Newsletter pro partnery
- Sdílený informační systém

Externí komunikace

- Výroční zprávy
- Webové stránky destinace
- Prezentace na odborných fórech



PRODUKTOVÁ NABÍDKA

PRODUKTOVÉ PORTFOLIO DESTINACE A TURISTICKÁ NABÍDKA

STÁVAJÍCÍ TURISTICKÁ NABÍDKA

Stávající turistická nabídka byla analyzována na zimní a letní verzi turistického portálu

krkonose.eu

Web je moderní a přehledná platforma, která efektivně propaguje turistickou oblast Krkonoše. Nabízí bohatý obsah přizpůsobený různým cílovým skupinám (rodiny, sportovci, senioři), a to pro letní i zimní sezónu. Je dobře strukturovaný, s jasným důrazem na klíčová témata, jako jsou aktivity v přírodě, kultura a zážitky.

Silnou stránkou webu je propojení turistických tras s praktickými informacemi (např. dopravní dostupnost, tipy na výlety) a integrace interaktivních prvků, jako jsou mapy a plánovače tras. Doplňkové služby, například propagace cyklobusů či certifikovaných produktů, zvyšují uživatelský komfort. Web zároveň dobře reflektuje místní tradice a kulturní dědictví, čímž přispívá k autentickému vnímání destinace.

Letní sezóna

Pěší turistika a cykloturistika

- Rozsáhlé sítě pěších tras a cyklostezek.
- Doporučené trasy jako Černošské rašeliniště nebo výstupy na Sněžku.

Rodinné aktivity

- Pohádkové Krkonoše – tematické a interaktivní trasy pro děti.
- Dětská hřiště a zábavní parky.

Přírodní krásy

- Naučné stezky a chráněné oblasti Krkonošského národního parku.
- Prohlídky ledovcových karů a rašelinišť.

Adrenalin a sporty

- Lanové parky, dlouhé sjezdy.

Wellness

- Janské Lázně a wellness centra zaměřená na relaxaci.

Gastronomie

- Regionální speciality jako kyselo a místní produkty s označením „Krkonoše – originální produkt“.

Zimní sezóna

Lyžování

- Moderní lyžařská střediska (Špindlerův Mlýn, Pec pod Sněžkou, Harrachov).
- Sjezdovky a snowparky různých obtížností.

Běžecké lyžování

- Upravené běžecké trasy s nádhernými výhledy.
- Oblíbené oblasti jako Horní Mísečky nebo Černá hora.

Skialpinismus

- Trasy pro skialpinismus, doporučeno pro zkušené lyžaře.

Rodinné aktivity

- Dětské lyžařské školy a sáňkařské dráhy.
- Zábavné aktivity pro rodiny jako bobové dráhy.

Přírodní krásy

- Zimní turistika po značených trasách.
- Výhledy na zasněženou krajinu Krkonošského národního parku.

Wellness

- Možnost regenerace po sportovním dni ve wellness centrech.

Shrnutí

- Letní sezóna klade důraz na turistiku, cyklistiku, rodinné zážitky a adrenalinové sporty.
- Zimní sezóna se zaměřuje na lyžování, běžecké lyžování, zimní turistiku a odpočinek ve wellness.
- Obě sezóny nabízejí široké možnosti gastronomie a prozkoumávání přírodních krás.
- Krkonoše jsou atraktivní destinací po celý rok s nabídkou přizpůsobenou různým typům návštěvníků.

STÁVAJÍCÍ PRODUKTOVÉ PORTFOLIO

Stávající produktové portfolio Krkonoš zahrnuje pestrou škálu turistických nabídek zaměřených na aktivní trávení volného času, rodinné zážitky, regionální tradice a udržitelný rozvoj. Každý z uvedených produktů přispívá k posilování identity regionu a poskytuje návštěvníkům autentické zážitky v souladu s přírodními a kulturními hodnotami Krkonoš. Níže jsou podrobně popsány jednotlivé produkty, které tvoří základ rozmanité a celoročně atraktivní turistické nabídky destinace.

Krkonoše – lyžařský běžecký ráj

Projekt zaměřený na podporu a koordinaci úpravy běžeckých tratí v regionu, včetně financování prostřednictvím dotačních titulů Královéhradeckého a Libereckého kraje.

Krkonošské cyklobusy

Služba zajišťující přepravu cyklistů a jejich kol po Krkonoších, s cílem usnadnit přístup k cyklotrasám a podpořit ekologickou dopravu.

Pohádkové Krkonoše

Tematický produkt určený pro rodiny s dětmi, který propojuje turistiku s pohádkovými příběhy a interaktivními prvky. V roce 2025 je plánováno rozšíření o nová místa, obměna razítkovacích míst, cen a koncepce brožury.

Opravdové Krkonoše

Iniciativa zaměřená na síťování podnikatelů a propagaci autentických zážitků v regionu, včetně zapojení horských bud a edukace návštěvníků o národním parku a místních tradicích.

Krkonošská pivní stezka

Trasa propojující místní minipivovary, nabízející návštěvníkům možnost ochutnat regionální piva a poznat pivovarnickou tradici Krkonoš.

Pojizerský Pacifik

Turistický produkt využívající železniční trať Martinice v Krkonoších – Rokytnice nad Jizerou, zahrnující koordinaci rozvoje produktu a doprovodné programy, jako například jízdy s hrabětem.

Podpora Krkonošského originálního produktu

Je iniciativou zaměřenou na propagaci a integraci certifikovaných regionálních výrobků a zážitků do turistické nabídky Krkonoš. Tato značka je udělována místním produktům, které splňují přísná kritéria kvality a původu, a slouží jako záruka autenticity pro návštěvníky regionu.

NAVRŽENÁ PRODUKTOVÁ TÉMATA PRO OBDOBÍ 2025 - 2032

Produktové portfolio destinace Krkonoše bylo vytvořeno na základě důkladných jednání se zástupci měst a obcí, podnikateli a dalšími partnery svazku, kteří společně identifikovali šest klíčových témat. Z tohoto portfolia byla na základě priorit regionu a aktuálních trendů vybrána tři hlavní témata, která jsou podrobně popsána níže.

Všechny definované tematické oblasti budou dále rozpracovávány v jednotlivých marketingových plánech, které budou obsahovat konkrétní projekty, cílové skupiny, klíčové aktivity a vhodné lokality pro jejich rozvoj. Tímto způsobem bude zajištěno efektivní naplňování strategie a podpora jednotlivých segmentů cestovního ruchu.

NAVRŽENÁ PRODUKTOVÁ TÉMATA

Ativní dovolená

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

Dětská dovolená

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

Tradice a gastronomie

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

Poznávací turismus

- Přírodní a kulturní dědictví
- Interpretační a vzdělávací programy

Odpočinek a relaxace

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

MICE Tourismus

- Kongresová infrastruktura
- Incentivní programy
- Speciální firemní balíčky

TOP 3 PRODUKTOVÁ TÉMATA

Tato tři hlavní témata – aktivní dovolená, poznávací turismus a dětská dovolená – byla vybrána na základě intenzivních jednání s partnery svazku, včetně zástupců měst a obcí, podnikatelů a dalších klíčových aktérů v regionu. Výběr reflektuje jak přirozený potenciál Krkonoš, tak potřeby a očekávání návštěvníků, a zároveň zohledňuje udržitelnost a možnosti rozvoje jednotlivých produktů. Témata spojují tradiční hodnoty regionu s inovacemi, čímž vytvářejí pevný základ pro budoucí rozvoj cestovního ruchu.

Tato tři témata vytvářejí vyváženou kombinaci tradiční nabídky (aktivní dovolená), vzdělávací a kulturní hodnoty (poznávací turismus) a rodinného turismu (dětská dovolená). Společně podporují celoroční využití destinace, oslovují rozmanité cílové skupiny a jsou dobře integrovatelné do marketingových plánů regionu.



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 (expoziční 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 atrakce - 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“.

PLÁN IMPLEMENTACE

KONTROLNÍ MECHANISMY

Pravidelné reporty

- Kvartální reporting návštěvnosti
- Pololetní přehled realizovaných aktivit
- Roční hodnotící zprávy

Evaluační ukazatele

1. Kvantitativní

- Návštěvnost destinace
- Počet přenocování
- Průměrná útrata
- Online metriky

2. Kvalitativní

- Spokojenost návštěvníků
- Kvalita služeb
- Image destinace
- Zapojení partnerů

Principy řízení implementace strategie

Základní principy

Implementace strategie je založena na třech základních principech:

1. Jasně definované kompetence a zodpovědnosti
2. Efektivní komunikace mezi všemi úrovněmi řízení
3. Pravidelný monitoring a vyhodnocování postupu

Řídící struktura

Řídící výbor představuje nejvyšší orgán implementace strategie. Jeho členy jsou klíčoví stakeholdeři destinace - zástupci DMO, Správy KRNAP, krajů, významných měst a podnikatelského sektoru. Výbor se schází dvakrát ročně a jeho hlavní rolí je strategické směřování a kontrola naplňování cílů.

Realizační tým DMO zajišťuje každodenní implementaci strategie. Tým vede ředitel DMO a jeho součástí jsou koordinátoři jednotlivých pilířů. Tým odpovídá za přípravu akčních plánů, realizaci aktivit a pravidelný monitoring.

Zapojení stakeholderů do implementace zajišťují jejich zástupci:

- Správa KRNAP: garant udržitelného rozvoje a ochrany přírody
- Kraje: koordinace s krajskými politikami a dotačními programy
- Města a obce: realizace opatření na místní úrovni
- Podnikatelský sektor: rozvoj služeb a produktů
- Místní akční skupiny: propojení s komunitním rozvojem
- Kulturní instituce: rozvoj kulturní nabídky
- Sportovní areály: rozvoj sportovní infrastruktury
- Informační centra: služby návštěvníkům

System řízení

Implementace probíhá na základě ročních akčních plánů, které konkretizují aktivity, odpovědnosti a rozpočet pro daný rok. Akční plány navrhuje realizační tým, připomínkují jednotliví stakeholderi a schvaluje řídicí výbor.

Důležitou součástí je pravidelný monitoring a vyhodnocování postupu implementace. Realizační tým připravuje čtvrtletní zprávy o postupu pro řídicí výbor a jednou ročně komplexní hodnotící zprávu.

Pro úspěšnou implementaci je klíčová aktivní komunikace se všemi partnery v destinaci a jejich zapojení do realizace jednotlivých opatření.

Změny strategie

Strategie je živý dokument a může být v průběhu implementace upravována. Podněty ke změnám mohou vznášet všichni partneři, jejich vyhodnocení provádí realizační tým a schvaluje řídicí výbor. Zásadní revize strategie je plánována na rok 2028.

HARMONOGRAM REALIZACE OPATŘENÍ

| Pilíř | Opatření | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 | 2030 | 2031 | 2032 |
|-------------------------------|--|------|------|------|------|------|------|------|------|
| 1. Udržitelné řízení a rozvoj | 1.1 Implementace principů udržitelného CR | | | | | | | | |
| | 1.2 Rozvoj krizového managementu | | | | | | | | |
| | 1.3 Digitalizace destinačního managementu | | | | | | | | |
| | 1.4 Optimalizace organizační struktury DMO | | | | | | | | |
| | 1.5 Monitoring a řízení návštěvnosti | | | | | | | | |
| | 1.6 Vzdělávání a edukace regionu | | | | | | | | |
| 2. Nabídka a produkt | 2.1 Diverzifikace turistické nabídky | | | | | | | | |
| | 2.2 Podpora regionálních produktů | | | | | | | | |
| | 2.3 Rozvoj celoroční nabídky | | | | | | | | |
| | 2.4 Zkvalitnění infrastruktury | | | | | | | | |
| | 2.5 Rozvoj kulturního turismu | | | | | | | | |
| 3. Marketing a komunikace | 3.1 Implementace jednotného brandu | | | | | | | | |
| | 3.2 Rozvoj digitálního marketingu | | | | | | | | |
| | 3.3 Cílený marketing pro segmenty | | | | | | | | |
| | 3.4 Zlepšení image destinace | | | | | | | | |
| | 3.5 Rozvoj interní komunikace | | | | | | | | |
| 4. Spolupráce v destinaci | 4.1 Posílení partnerské sítě | | | | | | | | |
| | 4.2 Rozvoj přeshraniční spolupráce | | | | | | | | |
| | 4.3 Podpora lokálních iniciativ | | | | | | | | |
| | 4.4 Koordinace aktivit | | | | | | | | |
| | 4.5 Zapojení místních obyvatel | | | | | | | | |
| 5. Inovace a technologie | 5.1 Implementace smart řešení | | | | | | | | |
| | 5.2 Podpora digitalizace služeb | | | | | | | | |
| | 5.3 Rozvoj VR/AR v atraktivitách | | | | | | | | |
| | 5.4 Podpora inovací | | | | | | | | |
| | 5.5 Rozvoj datové analytiky | | | | | | | | |

ODPOVĚDNOST ZA OPATŘENÍ

| Pilíř | Opatření | 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 |
| 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 + atraktivity |
| | 5.4 Podpora inovací | DMO |
| | 5.5 Rozvoj datové analytiky | DMO |

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:

1. Adaptace na klimatické změny, zejména v kontextu zimní sezóny
2. Efektivní řízení návštěvnických toků a předcházení overtourismu
3. Zajištění dostatečných lidských a finančních zdrojů pro realizaci opatření
4. Koordinace velkého množství aktérů v území
5. 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

Další kroky

Bezprostředně po schválení strategie bude následovat:

1. Ustanovení implementační struktury
2. Zpracování akčního plánu na roky 2025–2026
3. Zahájení prioritních projektů
4. Nastavení systému monitoringu

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