

Plánované mimosezónní aktivity rok 2025

PRO ŠUMAVSKO
Hmm....tady je dobře.

PRO Šumavsko, z.s.

ŠUMAVSKO
Turistická oblast



Mimosezonní komunikační témata 2025

- pěší a cyklo
- MICE a hromadný příjezdový CR
- gastro turistika
- řemeslo a tradice



Plánované mimosezónní aktivity rok 2025

PĚŠÍ A CYKLO TURISTIKA

Identifikace problému:
V mimosezónním období (podzim, jaro) dochází k výraznému poklesu zájmu o pěší a cykloturistiku, což má negativní dopad na návštěvnost turistických destinací, využívání služeb (ubytování, půjčovny kol) a celkový ekonomický přínos pro region. Turisté často nevnímají mimosezónu jako atraktivní období pro outdoorové aktivity. Přestože v naší TO se jedná o nejlepší čas roku k takovým aktivitám.
Představení aktivit:
Tvorba inspirativního obsahu, Soutěže a kampaně na sociálních sítích, Spolupráce s influencery, Vytvoření a obnovení tematických map a tras, Offline propagace,
Plánovaný rozpočet:
150 000Kč

Odhadovaný dosah a přínos:
Zvýšení návštěvnosti.
Podpora ekonomického růstu: Vyšší využití místních služeb (ubytování, restaurace, půjčovny) i v mimosezóně.
Podpora vnímání destinace: Prezentace regionů jako atraktivního místa pro celoroční turistiku.
Zapojení komunity: Aktivní spolupráce s místními podnikateli a vytvoření dlouhodobé strategie pro mimosezónní období.
Tyto aktivity by měly vytvořit pozitivní impuls pro rozvoj pěší a cykloturistiky v mimosezónním období, přilákat nové návštěvníky a podpořit ekonomický rozvoj regionů.



Plánované mimosezónní aktivity rok 2025

MICE A HROMADNÝ PŘÍJEZDOVÝ CESTOVNÍ RUCH

Identifikace problému:
Mimosezónní období, jako je jaro a podzim, bývá často charakteristické nižší poptávkou ze strany individuálních turistů, což vede k nižšímu vytížení kapacit ubytování a dalších služeb v destinacích. Abychom tuto situaci vyvážili a efektivně využili potenciál regionu po celý rok, je vhodné zaměřit se právě na aktivity spojené s MICE (Meetings, Incentives, Conferences, Events) a hromadným příjezdovým cestovním ruchem. Tyto typy aktivit mohou strategicky zaplnit mimosezónní období a přinést významné ekonomické přínosy pro poskytovatele služeb i regionální podnikatele.
Představení aktivit:
Propagace destinace jako ideálního místa pro mimosezónní MICE aktivity

- Tvorba kampaní: Zacílené marketingové kampaně zaměřené na firmy a organizátory MICE akcí (konference, školení, teambuildingy) s důrazem na výhody mimosezóny – klidnější prostředí, lepší dostupnost prostor.
- Emailing: Personalizovaná komunikace s firmami, agenturami a organizátory událostí, která zdůrazní benefity mimosezónních termínů.

Nabídka zvýhodněných balíčků a služeb

- Pobytové balíčky: **Vytvoření komplexních balíčků zahrnujících konferenční prostory, catering, ubytování a doplňkové teambuildingové aktivity. Například: „Jarní firemní retreat“ nebo „Podzimní konference s wellness“.**

Navázání spolupráce s agenturami specializujícími se na MICE a skupinový cestovní ruch
Podpora hromadného příjezdového cestovního ruchu

- Skupinové balíčky: Nabídka kompletních programů pro příjezdové skupiny (např. školní exkurze, zájezdy seniorů, incentivní pobyty). Ty mohou zahrnovat dopravu, ubytování, stravu i tematické aktivity.

Propagace mimosezónních výhod

- Komunikace klidného období: **Zdůraznění výhod mimosezóny, jako je menší turistický ruch, dostupnost služeb bez dlouhých čekacích dob a příjemné klimatické podmínky.**
- Online marketing: **Aktivní propagace prostřednictvím webových stránek, sociálních sítí a placených kampaní zaměřených na MICE a skupinovou turistiku.**

Plánovaný rozpočet:
100 000Kč

Odhadovaný dosah a přínos:

- Zvýšení počtu MICE akcí a skupinových zájezdů: Odhadem o 15–20 % během mimosezónního období.
- Vyšší využití ubytovacích kapacit.
- Ekonomický přínos pro region: Zvýšení příjmů z ubytování, služeb a doplňkových aktivit během méně frekventovaných měsíců.
- Vyrovnání sezónního poklesu: Lepší rozložení turistického ruchu v průběhu celého roku a efektivnější využití místní infrastruktury.

Těmito aktivitami lze podpořit rozvoj mimosezónní poptávky, zlepšit povědomí o destinaci a přilákat nové cílové skupiny, čímž se zajistí ekonomická stabilita regionu v průběhu celého roku.



Plánované mimosezónní aktivity rok 2025

GASTRO TURISTIKA

Identifikace problému:
Mimosezónní období, jako je jaro a podzim, bývá charakteristické nižší poptávkou po individuální turistice, což se negativně odráží na návštěvnosti služeb spojených s gastroturistikou (restaurace, kavárny, pivovary, místní výrobci,...). Abychom podpořili regionální gastronomii a zaplnili období nižší návštěvnosti, je nutné soustředit aktivity a nabídky právě do mimosezónních měsíců. Gastroturistika může být ideálním nástrojem k přilákání turistů během klidnějších období a zvýšení jejich zájmu o region.

Představení aktivit:
Marketingová kampaň pro gastroturistiku
- Popis: Vytvoření kampaně na sociálních sítích a webu zaměřené na propagaci mimosezónních gastro zážitků (fotografie, videa, příběhy o místních specialitách).

Spolupráce s influencery a foodblogery
- Popis: **Oslovení influencerů a foodblogerů, aby navštívili region během mimosezóny, ochutnali a propagovali místní speciality a sezónní akce.**

Offline propagace a spolupráce
- **Popis: Distribuce tištěných materiálů (letáky, brožury) s tipy na gastro zážitky a sezónní akce v informačních centrech, na nádražích, v hotelech a restauracích.**

Sezónní gastro balíčky
- **Popis: Nabídka balíčků pro turisty zahrnujících gastronomické zážitky a doprovodné aktivity (např. víkendový pobyt s degustací vína a večeří, wellness + lokální menu).**

Plánovaný rozpočet na online podzimní kampaň
50 000Kč

Odhadovaný dosah a přínos:
- Zvýšení návštěvnosti: Nárůst turistů zaměřených na gastroturistiku během mimosezóny.
- Podpora regionální ekonomiky
- Lepší rozložení cestovního ruchu: Efektivní využití kapacit v klidnějším období.

Těmito aktivitami lze efektivně rozvinout gastroturistiku v mimosezóně, přilákat nové cílové skupiny, podpořit místní podnikatele a zajistit lepší rovnováhu v návštěvnosti během celého roku.



Plánované mimosezónní aktivity rok 2025

PODCASTY

IIdentifikace problému pro rok 2025:
V mimosezónních měsících (leden–červen 2025 a říjen–prosinec 2025) se ukazuje, že podcasty mají výrazně vyšší počet posluchačů. Díky tomu je možné oslovit širší publikum a využít potenciál tohoto období k propagaci méně známých míst, osobností a projektů v oblasti Šumavy a Pošumaví. Témata jsou pečlivě vybírána tak, aby podporovala návštěvnost mimo hlavní turistickou sezónu. Podcasty se zaměřují na místa a příběhy, které inspirují k objevování regionu jako celku, navíc s přesahem za běžné turistické cíle. Cílem je motivovat posluchače k hlubšímu poznání Šumavy, aniž by se zaměřovali pouze na největší a nejznámější atrakce.
Představení aktivit na rok 2025:
1. Měsíční tvorba a publikace podcastů

- Nahrávání: Každý měsíc (v určených mimosezónních měsících) bude natočen nový díl podcastu o délce do 40 minut. Délka je zvolena tak, aby posluchači udrželi pozornost a zároveň dostali hodnotný obsah.
- Předstih: Podcasty budou natáčeny s měsíčním předstihem (například díl na červen bude natočen v květnu), což umožní vytvořit kvalitní materiál a reflektovat aktuální dění.
- Autenticita: Nahrávání probíhá přímo u hostů – přímo na místech, o kterých se hovoří. To zaručuje maximální autenticitu příběhů, atmosféry a zvukového doprovodu.

2. Obsah zaměřený na méně známé atraktivity

- Širší perspektiva: Každý díl podcastu se bude zaměřovat na témata, která odhalují méně známá, avšak fascinující místa, osobnosti či projekty, jež stojí za pozornost. Cílem je ukázat, že Šumava a Pošumaví nabízejí mnohem víc než jen největší turistické atrakce.
- Inspirace: Posluchači budou motivováni k tomu, aby Šumavu objevovali jinak – naučili se naslouchat jejím příběhům, rozumět její krajině a hledali hlubší spojení s tímto jedinečným regionem.
- Podpora návštěvnosti: Podcasty budou klást důraz na místa a aktivity, které jsou ideální k návštěvě právě v mimosezóně, například méně frekventované lokality, kulturní zajímavosti či příběhy spojené s regionálními osobnostmi.

3. Pravidelná publikace Šumavských podcastů – registrované značky

- Frekvence: Každý měsíc bude vydán nový díl podcastu (v období leden–červen a říjen–prosinec).
- Zaměření: Podcasty budou vybírány tak, aby přinášely lákavé a neotřelé příběhy z oblasti Šumavy a Pošumaví. Obsah bude poutavý, autentický a zaměřený na celkový zážitek z regionu.

Stručný popis:
🌲 Šumavské podcasty – Váš průvodce Šumavou a Pošumavím!
Ve světě jedinečné přírody, šumění potůčků, štěbetání ptáků a klidu hustých lesů vás Šumavské podcasty provedou neznámými zákoutími tohoto malebného regionu jižních Čech. Přineseme vám příběhy míst, o kterých jste možná nikdy neslyšeli, a osobností, které dělají velké věci.
Poznejte místa, která nesmíte minout, inspirativní lidi a fascinující příběhy. Podcasty vás zvou k tomu, abyste Šumavu objevili jinak – s respektem, hloubkou a nadšením pro její rozmanitou krajinu.
🎧 Pohodlně se usaďte, zavřete oči a nechte se unést podmanivým příběhem tohoto kraje. Šumavské podcasty jsou vaším audio průvodcem světem, kde příroda a historie vyprávějí své vlastní příběhy.
Tento koncept pro rok 2025 zajišťuje nejen pravidelný obsah zaměřený na mimosezónní období, ale také atraktivní formu prezentace, která přispívá k rozvoji turismu v oblasti Šumavy a Pošumaví mimo hlavní sezónu.

Šumavské podcasty – Hlas Národního parku Šumava

Cíl:

Ve spolupráci s Národním parkem Šumava vzniká nová série podcastů, která propojí vzdělávání, aktuální informace a příběhy přírody s moderními technologiemi a širokým dosahem na digitálních platformách. Cílem je prostřednictvím krátkých, atraktivních epizod přiblížit návštěvníkům aktuální dění v Národním parku, pravidla chování, zajímavosti z terénu a jedinečnost této přírodní oblasti. Podcasty se stanou součástí moderní audiovizuální tvorby a digitální transformace DMO PRO Šumavsko, z.s., čímž osloví nejen návštěvníky Šumavy, ale i širší veřejnost, která se zajímá o přírodu a ekologii.

Formát a struktura podcastů:

1. Délka epizody:

- Každý díl bude mít přibližně 15–20 minut. Tato délka byla zvolena tak, aby se maximalizovala pozornost posluchačů a obsah zůstal poutavý a snadno konzumovatelný i během krátkých přestávek či cest.

2. **Frekvence**:

- Nový díl bude zveřejněn minimálně jednou za měsíc, přičemž obsah bude přizpůsoben sezónním tématům a aktuálním událostem v Národním parku Šumava.

3. **Styl**:

- Podcasty budou laděny do přístupného a inspirativního tónu – kombinace rozhovorů, krátkých vzdělávacích vstupů a reportáží z terénu, to vše podkreslené autentickými zvuky šumavské přírody. Díky tomu budou epizody nejen informativní, ale i emotivní a hluboce působivé.

4. Audiovizuální tvorba:

- Ke každému dílu podcastu bude připojena také audiovizuální složka, například krátká videa nebo fotografie z nahrávání v terénu, které budou sdíleny na sociálních sítích a oficiálních digitálních kanálech NP Šumava a DMO PRO Šumavsko, z.s.. Tato rozšířená forma obsahu zajistí větší zapojení publika.

Digitální transformace a zásah na sociálních sítích:

1. Digitální podpora podcastů:

- Podcasty budou zveřejňovány na populárních platformách jako Spotify, Apple Podcasts a Google Podcasts, ale také na oficiálních stránkách NP Šumava a DMO PRO Šumavsko, z.s..
- Každý díl bude doplněn speciální sekcí na webu, která nabídne rozšířené informace, fotografie, videa a odkazy na související aktivity v parku.

2. Sociální sítě:

- Každý díl bude propagován na oficiálních kanálech NP Šumava a TO Šumavsko na Facebooku, Instagramu a YouTube formou krátkých ukázek, atraktivních fotografií z natáčení a teaser videí.

3. Interaktivita:

- Posluchači budou mít možnost se prostřednictvím sociálních sítí zapojit například formou dotazů, návrhů na témata nebo zpětné vazby.
- Po vybraných dílech budou organizovány ankety a soutěže zaměřené na osvětu o přírodě.

4. Audiovizuální obsah:

- Ke každému podcastu vznikne doprovodné video nebo fotoreportáž z natáčení. Tato vizuální složka pomůže zvýšit dosah obsahu a přiblížit krásy i výzvy NP Šumava širšímu publiku.

Přínosy spolupráce:

1. Osvěta a vzdělávání:

- Podcasty pomohou návštěvníkům lépe pochopit pravidla chování v NP, což povede k šetrnějšímu CR a ochraně přírody.

2. Širší zásah:

- Díky spojení audio, video a digitální propagace osloví podcasty nejen návštěvníky parku, ale i širokou veřejnost, včetně mladší generace na sociálních sítích.

3. Inovativní forma komunikace:

- Tento projekt propojuje moderní přístup k propagaci a vzdělávání s autentickými příběhy přírody, což zvyšuje atraktivitu NP Šumava a buduje povědomí o jeho činnosti.

Plánovaný rozpočet:

200 000Kč

Odhadovaný přínos a dosah podcastů „Hlas Národního parku Šumava“

Odhadovaný přínos:

1. Zvýšení povědomí o turistické oblasti Šumava a rozšíření pozitivní značky Národního parku Šumava:

- Podcasty zvýší informovanost veřejnosti o pravidlech chování v NP, jeho aktuálním dění a významu ochrany přírody. Díky propojení audio obsahu s vizuální podporou nabídnou komplexní pohled na Šumavu a její unikátnost.
- Posluchači pochopí, proč je důležité respektovat pravidla a přispějí k udržitelnému turismu.

2. Podpora šetrného turismu a ochrany přírody:

- Vzdělávací obsah podcastů osloví návštěvníky a motivuje je k odpovědnému chování při návštěvách NP, což povede ke snížení negativního dopadu CR na přírodu.
- Podcasty přiblíží, jak každý návštěvník může přispět k ochraně tohoto unikátního prostředí.

3. Atraktivita pro mladší cílové skupiny:

- Díky špičkové digitální propagaci a audiovizuálnímu obsahu podcasty osloví mladší generace, které preferují digitální a moderní způsoby získávání informací.
- Doplnění o interaktivní prvky na sociálních sítích, jako jsou ankety, soutěže a možnost pokládat dotazy, zvýší zapojení posluchačů.

4. Posílení značek Národního parku Šumava a turistické oblasti Šumavsko:

- Podcasty posílí image NP Šumava jako inovativního a moderního subjektu, který dbá nejen na ochranu přírody, ale také na komunikaci s veřejností.
- Šumava bude vnímána nejen jako místo pro rekreaci, ale také jako centrum vzdělávání a inspirace.

5. Rozšíření turismu mimo hlavní sezónu:

- Cílené epizody zaměřené na návštěvnické tipy mohou přispět k rozložení CR do mimosezónních měsíců. Návštěvníky motivují k objevování méně známých, ale atraktivních míst, což přispěje k rovnoměrnějšímu zatížení infrastruktury.

Shrnutí přínosů a dosahu:

Díky úzké spolupráci s Národním parkem Šumava, propojení audio a audiovizuální tvorby a silné digitální propagaci budou Šumavské podcasty výrazným nástrojem pro vzdělávání a komunikaci s veřejností. Podcasty nejen zvýší povědomí o pravidlech a významu ochrany přírody, ale také přispějí k větší odpovědnosti návštěvníků, posílení značky NP Šumava a rozšíření šetrného turismu. Díky rozsáhlému digitálnímu dosahu osloví desetitisíce posluchačů a vytvoří silné emocionální spojení s tímto jedinečným regionem.



Plánované mimosezónní aktivity rok 2025

ORGANIZACE PŘEDNÁŠEK A BESED

Identifikace problému:
Přednášky z odborníky s tématy Šumavy a Pošumaví na základě jednotlivých dílů Šumavských podcastů

Představení aktivit:
Živé besedy s hosty Šumavských podcastů a dalšími významnými osobnostmi turistické oblasti Šumavsko a celé Šumavy, konající se u našich partnerů, v mimosezonní měsíce jako jsou leden – duben a říjen-prosinec.

Stručný popis:
Veřejné besedy/přednášky se šumavskými tématy nebo se šumavskými rodáky slouží k podpoře dění v mimosezonní nabídce cestovního ruchu. Klademe si za cíl podpořit mimosezonní témata a atraktivity, vzbudit zájem o třeba i zapomenuté tradice a vybudovat pocit nutnosti se více zajímat o přírodní i historické hodnoty celého území.

Plánovaný rozpočet:
50 000Kč

Odhadovaný dosah a přínos:
-Každá přednáška min.20 posluchačů
-Klademe si za cíl podpořit mimosezonní témata a atraktivity, vzbudit zájem o třeba i zapomenuté tradice a vybudovat pocit nutnosti se více zajímat o přírodní i historické hodnoty celého území.



Plánované mimosezónní aktivity rok 2025

ORGANIZACE A NABÍDKA ŠKOLENÍ V MARKETINGU A V CESTOVNÍM RUCHU

Identifikace problému:
Vytipovat a zorganizovat školení, nabídnout školící platformy a využít nabídek jednotlivých školitelů tak, abychom v turistické oblasti, u jejích členů a partnerů zajistili určitou úroveň informovanosti a vzdělávání. Vytvořit vzdělávací programy pro školy a nabídnout programy s lektorem .

Představení aktivit:
Nabídnout účast na vybraných školeních, osobně se školení účastnit, zakoupit licence pro školící platformy, osobně školení zorganizovat. Zorganizovat takové aktivity zásadně mimo sezonu (připravit se na sezonu s novými dovednostmi)

Stručný popis:
Ad „představení aktivit“

Plánovaný rozpočet na online podzimní kampaň
50 000Kč

Odhadovaný dosah a přínos:
Nárůst znalostí, prezentačních a marketingových dovedností osob v turistické oblasti na všech úrovních (DMO a jeho vedení a zaměstnanci, členové DMO, podnikatelé, veřejná správa, neziskový sektor, …)



Plánované mimosezónní aktivity rok 2025

EDIČNÍ ČINNOST

Identifikace problému:
Vytvoření nových materiálů k novému produktu cestovního ruchu, obnova stávajících propagačních materiálů s různými tématy (pro pěší a cyklo a rodinnou dovolenou) zaměřující se na mimosezónní aktivity, místa mimo hlavní atraktivity a hlavní body zájmu.

Představení aktivit:
Tvorba propagačních předmětů v režii spolku DMO, který má přehled o významných, atraktivních, nicméně méně navštěvovaných místech.

Stručný popis:
Budou vytvořeny propagační materiály se zaměřením na lokálnost v rámci nového produktu cestovního ruchu a obnoveny materiály pro rodinnou dovolenou a pěší a cyklo.

Plánovaný rozpočet:
100 000Kč

Odhadovaný dosah a přínos:
Těmito materiály zasáhneme širokou škálu návštěvníků. Jsou distribuovány mezi členy a partnery DMO, mezi další vybraná stravovací a ubytovací zařízení, do všem turistických informačních center a TIC v přilehlých turistických oblastech. Usilujeme o získání prostoru na prezentační stojan s materiály v Sportovním zařízení Prachatice, jež je v mimosezonní měsíce hojně navštěvováno lidmi z celé oblasti i mimo ni.



Plánované mimosezónní aktivity rok 2025

SOCIÁLNÍ SÍTĚ

Podpora návštěvnosti prostřednictvím sociálních sítí
Identifikace problému:
V roce 2025 bude klíčovým cílem podpora nárůstu návštěvníků nejen během sezóny, ale především v mimosezónních měsících (duben, listopad) a rozšíření povědomí o méně známých místech a aktivitách v oblasti Pošumaví. Aby bylo možné zasáhnout co nejširší publikum, je nutné budovat silnější základnu fanoušků a sledujících na sociálních sítích a systematicky využívat moderní přístupy a nástroje pro zvýšení dosahů. Hlavní výzvou je dosáhnout toho, aby dosahy obsahu na sociálních sítích v mimosezóně dosahovaly úrovně srovnatelné se sezónou a zároveň aby příspěvky vedly k rozptýlení návštěvnosti na méně vytížené oblasti.
Představení aktivity:
1. Plánování a tvorba poutavého obsahu:
- **Pravidelné příspěvky:** Nastavení pravidelného harmonogramu příspěvků na sociálních sítích (Facebook, Instagram, YouTube). Publikace 3–5 příspěvků týdně během mimosezónních měsíců.
- **Chytlavá témata:** Vytváření atraktivního obsahu zaměřeného na méně známé aktivity a místa, například méně frekventované pěší a cyklotrasy, rodinné výlety, historická města a kulturní akce v okolí Šumavy.
- **Audiovizuální obsah:** Produkce vizuálně poutavých fotografií a krátkých videí, obsahující autentické zážitky přímo z terénu, například ze stezek, rozhleden, přírodních zákoutí a tradičních pošumavských aktivit.

2. Mimosezónní promo:
- Cílené kampaně: Zaměření na propagaci aktivit ideálních pro mimosezónu, jako je pěší turistika, cykloturistika, návštěva kulturních a historických míst či rodinné aktivity.
- **Podpora méně vytížených oblastí:** Příspěvky budou adresovat méně známé lokality TO, což pomůže rovnoměrně rozložit turistickou návštěvnost.

3. Zvýšení interakcí a zapojení publika:
- Interaktivní obsah: Vytváření anket, soutěží a kvízů, které aktivně zapojují sledující

4. Moderní přístupy a nástroje:
- Nastavení cílené online reklamy na Facebooku a Instagramu pro konkrétní cílové skupiny (rodiny, cyklisté, milovníci přírody, mladí dobrodruzi) s rozpočtem 30 000 Kč na podzimní kampaň.
- Digitální transformace: Využití analytických nástrojů pro sledování klíčových metrik (dosah, interakce, počet sledujících) a úpravu kampaní na základě dat.

Odhadovaný přínos a dosah:
1. Nárůst návštěvnosti:
- Zvýšení počtu návštěvníků v mimosezónních měsících (duben, listopad)

2. Digitální dosah:
- Nastavení cílů měsíčních dosahů příspěvků na sociálních sítích
- Zvýšení počtu sledujících o 2 000 nových uživatelů za rok díky modernímu a pravidelnému obsahu.
- Navýšení interakcí o 20 % oproti roku 2024.

3. Rozšíření povědomí o méně známých atraktivitách:
- Zapojení publikace příspěvků věnovaných méně frekventovaným oblastem a trasám v NP Šumava a Pošumaví, což pomůže vyrovnat zatížení hlavních turistických cílů.

4. Podpora šetrného turismu:
- Motivace návštěvníků k objevování regionu během mimosezóny povede k rovnoměrnějšímu rozdělení návštěvnosti a snížení zátěže na přírodu během hlavní sezóny.

PRO ŠUMAVSKO

Hmm....tady je dobře.

PRO Šumavsko, z.s.

SPOLEK DESTINAČNÍHO MANAGEMENTU
NEUMANNOVA 161, 383 01 PRACHATICE
IČ 03686612

Klára Sochorová

PŘEDSEDKYNĚ SPOLKU
SOCHOROVA@PROSUMAVSKO.CZ
+420 602 379 093

Ing.Marie Korousová

PRODUKTOVÁ MANAŽERKA
KOROUSOVA@PROSUMAVSKO.CZ
+420 720 023 760

Hana Zlatohlávková

ADMINISRATIVNÍ PRACOVNICE SPOLKU
ZLATOHLAVKOVA@PROSUMAVSKO.CZ



ŠUMAVSKO

Turistická oblast

(c) PRO Šumavsko,z.s.
2024