

Marketingový plán 2026

PRO ŠUMAVSKO
Hmm....tady je dobře.

PRO Šumavsko, z.s.

ŠUMAVSKO
Turistická oblast

Obsah

Šumavsko, turistická oblast	01
PRO Šumavsko, z.s.	02
Cíle	03
Komunikační témata	04
Marketingové cíle	05
Cílové skupiny	06
Marketingový mix	07
Marketingové aktivity 2026	08
Vzdělávání, workshopy a meetingy	10

Šumavsko, turistická oblast

Turistická oblast Šumavsko pokrývá oblast Prachaticka, Vimperska, Volarska a jihočeskou část Šumavy. Již koncem roku 2014 iniciovala MAS Šumavsko, z.s. vznik a založení kanceláře destinačního managementu PRO Šumavsko, z. s., který řídí právě oblast Šumavsko. Hlavním cílem vzniku spolku byla a je snaha o aktivaci cestovního ruchu v jihočeské části Šumavy a Pošumaví a vzájemné propojení těchto dvou oblastí. Šumavsko je novým názvem, který má za cíl spojit jihočeskou Šumavu a její podhůří. Rozléhá se na území o rozloze 1 308 km2 s více než 70 obcemi ze šumavského příhraničí.

Netradiční název vznikl na základě faktu, že se Šumavsko skládá ze dvou oblastí, jimiž jsou jihočeská Šumava a jihočeské Pošumaví. Obě tyto oblasti jsou velmi specifické, diametrálně se liší svou nabídkou a zároveň se doplňují, čímž má oblast jako celek z pohledu turisty opravdu co nabídnout. Samotný název se Vám může zdát na první pohled, vlastně poslech, krkolomný nebo dokonce tahající za uši. Ovšem záměrem bylo vytvořit takový název, který bude neznámý a právě díky své netradičnosti snadno zapamatovatelný.
Každá ze dvou oblastí Šumavska je specifická v něčem jiném. Jihočeská Šumava je tvořená územím plným přírodních krás Národního parku a Chráněné krajinné oblasti Šumava, které nabízí aktivity pro milovníky turistiky, aktivního pohybu i nedotčené přírody. Jihočeské Pošumaví tvoří převážně tradiční venkovské území se zemědělskou tradicí, výrobou a nabídkou místních produktů. Dále je i místem se zajímavou venkovskou architekturou, technickými a historickými památkami, bohatou nabídkou tradičních lidových slavností a zvyků.



Spolek destinačního managementu PRO Šumavsko, z.s.

Destinační management PRO Šumavsko, z.s. pracuje na bázi organizace, která za účelem efektivnějšího řízení cestovního ruchu zajišťuje koordinaci a kooperaci poskytovatelů služeb cestovního ruchu v turistické oblasti Šumavsko. Poskytovateli služeb cestovního nemusí být pouze podnikatelé z oblasti cestovního ruchu, ale mohou to být i města, obce a podnikatelé z příbuzných oblastí.

NAŠE VIZE

Chceme být spolehlivým partnerem a zprostředkovatelem v oblasti cestovního ruchu na území turistické oblasti Šumavsko se zaměřením na venkovskou turistiku.

NÁŠ CÍL

Cílem destinačního managementu PRO Šumavsko, z.s. je propojení jednotlivých subjektů působících v cestovním ruchu a kvalitní servis pro návštěvníky regionu zajišťující jejich spokojenost.
Spolupráci s různými subjekty konáme za účelem rozvoje oblasti, abychom mohli zajistit udržitelný rozvoj a konkurenceschopnost na trhu. A také abychom mohli vytvořit ucelenou nabídku aktivit, která dokáže oslovit nejen turisty z tuzemska a zahraničí, ale i rezidenty z turistické oblasti. Všem subjektům, které se k nám připojí, nabízíme nespočet možností spolupráce. Jako zásadní možnosti spolupráce mohu označit společné produkty a projekty s jednotnou marketingovou kampaní pod značkou – PRO Šumavsko, z.s.

NABÍZÍME A ZAJIŠŤUJEME:

- propagaci služeb v cestovním ruchu a kulturních akcí
- účast na veletrzích cestovního ruchu
- partnerství a spolupráci v cestovním ruchu
- vzdělávací akce pro odborníky v cestovním ruchu
- provoz Informačního systému cestovního ruchu turistické oblasti Šumavsko (www.sumavsko.cz)
- spolupráce s městy a obcemi, infocentry a subjekty cestovního ruchu z veřejného i soukromého sektoru
- propagace na www.jiznicechy.cz
- ediční činnost
- spolupráce s podnikateli v oblasti cestovního ruchu
- pomoc s vyřízením dotačních titulů týkajících se cestovního ruchu
- tvorba a řízení marketingu turistické oblasti Šumavsko, správa sociálních sítí
- propagace akcí, aktivit realizovaných druhou stranou
- spolupráce při přípravě a realizaci projektů souvisejících s rozvojem cestovního ruchu
- spolupráce při vytváření rozvojových dokumentů v oblasti cestovního ruchu
- spolufinancování propagačních materiálů a předmětů z edicí turistické oblasti Šumavsko
- poradenství o webové a online prezentaci
- sběr statistik o online prezentaci
- tvorba produktů cestovního ruchu
- propagace oblasti v mimosezonu

Cíle 2026

Cíl 1	Turistická oblast Šumavsko, díky svému vysokému potenciálu v oblasti cestovního ruchu, představuje významnou značku v této sféře. Její cíle vycházejí z úkolů definovaných ve strategickém dokumentu Koncepce rozvoje cestovního ruchu Jihočeského kraje pro období 2021–2030 a ve Strategii rozvoje cestovního ruchu turistické oblasti Šumavsko. Navazuje na aktivity z předchozích let a zaměřuje se především na udržení a posílení cestovního ruchu v této oblasti.
Cíl 2	Spolek DM svou činností přispívá ke zvyšování povědomí o turistické oblasti Šumavsko, jejích hodnotách a atraktivitách, včetně hmotného i nehmotného dědictví. Zaměřuje se na zvýšení návštěvnosti regionu a prodloužení doby pobytu návštěvníků, především v rámci samotného území Šumavska, Pošumaví, a na rozšíření turistické sezóny do mimosezónních měsíců. Oslovuje účastníky cestovního ruchu z domácího i zahraničního trhu a zároveň rozptyluje návštěvnost do méně exponovaných částí regionu mimo hlavní atraktivity. Spolek se aktivně podílí na budování trvale udržitelného regionu s důrazem na kvalitu služeb a zachování tradic. Podporuje také projekty a spolupráci v rámci press a fam tripů.
Cíl 3	Spolek destinačního managementu PRO Šumavsko, z.s. spolupracuje se soukromou i veřejnou správou, školami, podnikateli, partnerskými subjekty a ostatními destinačními společnostmi nejen Jihočeského kraje a Jihočeskou centrálou cestovního ruchu, nadřazenými orgány a dalšími partnery v oblasti cestovního ruchu, i mimo něj.
Cíl 4	Rezonuje nabídku cestovního ruchu pomocí vlastních produktů a produktových řad zaměřených na tradici a lokální produkci. Pomáhá rozmělnit návštěvnost území a směřovat aktivity tak, aby byly vykryté měsíce mimo sezonu. Sleduje nové trendy v oblasti marketingu a snaží se je zapracovat do propagace celé oblasti.
Cíl 5	Turistická oblast Šumavsko rozšiřuje svou nabídku v oblasti kongresové turistiky MICE (Meetings, Incentives, Conferences, Events) s cílem podpořit skupinový a hromadný cestovní ruch. Nabízí vícedenní firemní zážitkové balíčky zaměřené na skupinovou a pobídkovou turistiku, komplexní zajištění eventů, konferencí a pobytových možností. Spolupracuje s podnikateli, firmami, hotely a dalšími poskytovateli služeb v regionu na vytvoření nabídky šité na míru různým cílovým skupinám. Pro hromadný cestovní ruch i skupiny návštěvníků zahrnuje nabídka také organizované programy s průvodci, tematické exkurze, teambuildingové aktivity a workshopy, které reflektují jedinečnost Šumavska a jeho kulturní i přírodní bohatství. Region se zároveň zaměřuje na propagaci prostřednictvím spolupráce s organizacemi a svazy, které zajišťují zájezdy pro větší skupiny. Díky této rozšířené nabídce je Šumavsko ideální destinací nejen pro individuální návštěvníky, ale také pro organizované skupiny hledající kvalitní zážitky spojené s přírodou, tradicí a špičkovými službami.



Komunikační témata 2026

- gastro turistika,
- pěší turistika,
- řemeslo a tradice,
- cykloturistika,
- incentivní cestovní ruchu
- aktivní dovolená,
- pivní turistika,
- bezbariérová turistika,

HLAVNÍ TÉMA

Gastro turistika
Aktivní odpočinek se zaměřením na pěší turistiku
Aktivní odpočinek se zaměřením na cykloturistiku
Řemeslo, historie a tradice
Incentivní cestovní ruch



Marketingové cíle

B2C

- Prezentovat turistickou oblast Šumavsko jako atraktivní destinaci pro široké spektrum návštěvníků – od rodin s dětmi a individuálních cestovatelů až po skupiny a příznivce aktivní dovolené.
- Zvýšit úroveň PR komunikace využitím moderních marketingových nástrojů, jako jsou sociální sítě, influencer marketing, videoprezentace či interaktivní kampaně zdůrazňující jedinečnost regionu.
- Posílit účast na domácích akcích cestovního ruchu s cílem oslovit nové návštěvníky a představit inovativní produkty i služby.

B2B

- Posílit komunikaci a předávání know-how se zaměřením na úzkou spolupráci se členy spolku, partnery a podnikateli v cestovním ruchu a aktivně je zapojovat do tvorby nových produktů i propagace regionu.
- Rozšiřovat spolupráci se svazy, organizacemi a sdruženími, stejně jako s organizátory větších akcí, například firemních eventů, skupinových zájezdů či tematických pobytů.
- Organizovat pravidelná školení, workshopy a networkingová setkání pro členy a partnery, zaměřená na aktuální trendy v cestovním ruchu, udržitelnost a inovativní přístupy ke službám.
- Zajistit lepší propojení mezi poskytovateli služeb v regionu s cílem vytvořit ucelenější nabídku a efektivnější propagaci destinace jako celku.

Krátkodobé cíle:

- Aktualizace nabídky cestovního ruchu podle ročních období, s důrazem na mimosezónní atraktivity a aktivity
- Přizpůsobení nabídky aktuálním trendům a preferencím návštěvníků, včetně udržitelného cestovního ruchu, wellness zážitků, lokální gastronomie a zážitkových aktivit.
- Reakce na vnější vlivy, jako jsou měnící se preference domácích a zahraničních návštěvníků, ekonomické podmínky nebo vývoj pandemické situace.
- Vytváření nových produktů zaměřených na specifické cílové skupiny, jako jsou rodiny s dětmi, senioři, sportovci nebo firmy hledající zážitkové MICE produkty.
- Péče o již vytvořené produkty, jejich modernizace a doplnění o nové prvky, aby si udržely atraktivitu a odpovídaly aktuálním požadavkům návštěvníků.
- Aktivní podpora sezónního cestovního ruchu skrze marketingové kampaně a tematické akce, které pomohou prodloužit turistickou sezónu i do mimosezónních měsíců.

Dlouhodobé cíle:

- Rozšíření sezóny do mimosezónních měsíců
- Rozmělnění návštěvníků dovnitř do území, mimo hlavní atraktivity, do Pošumaví
- Zvyšování povědomí o značce turistické oblasti Šumavsko
- Vybudování image regionu jako ideální destinace pro MICE turistiku
- Podpora environmentálního vzdělávání
- Udržení brandu oblasti a vyprofilování známé značky
- Tvorba oblasti jako ideální destinace pro individuální i hromadnou turistiku

Cílové skupiny

Rodiny s dětmi	Pěší a cyklo trasy, Elektrokola, Kočárky a vozíčkáři, poznávací balíčky, Filmová turistika, Gastro turistika, řemeslo a tradice, lokální produkce	**sociální sítě** (FB, IG,) s důrazem na video obsah, **influencer marketing** (rodiny, outdoor, gastro), **storytelling** – příběhy, **tematické landing pages** „pro rodiny“, „pro cyklisty“, „gastro trasy, **prezentace** na akcích a eventech, **print** - média, **tištěné propagační materiály**
Požitkáři, Mileniálové	Gastro turistika, Pivní turistika, Pěší, Cyklo, Poznávací balíčky, Řemeslo a tradice, lokální produkce	Online, Outdoor, Print kampaně, TV/radio, podcasty
Aktivní, Sportovci, Dobrodruzi	Pěší, Běžecké trasy, Zimní turistika, Cyklo, Elektrokola, Gastro, Pivní turistika, Filmová turistika, Camping	PR články, Tiskové zprávy, Eventy, Online, Outdoor, Print kampaně, TV/radio
55+	Pěší stezky, Elektrokola, Relax, Wellness, Památky, Pohodový venkov, Tradice,	Print, Eventy, Online, Outdoor, Print kampaně, TV/radio
MICE	Zážitkové balíčky, Gastro turistika Pěší a Cyklo, Elektrokola, Památky, tradice a ukázka řemesel	Online + Print kampaně, Aktivní oslovení
Podnikatelé v CR, partneři TO	Podpora segmentu, tvorba inovativních produktů Zapojení partnerů TO a využití jejich možností	Sdílení informací přes TO - vedení DM, produktový manažer, administrativní pracovník. Newsletter, PR články, Tiskové zprávy, Online, Eventy
Studenti VŠ	Zapojením studentů do praxe, využití jejich potenciálu a kreativity, zvýšení jejich zájmu o odvětví	Praxe v TO díky spolupráci s JCCR





Marketingový mix

Sociální sítě

- Facebook turistické oblasti Šumavsko
- Instagram Šumavsko @sumavsko
- Facebook a Instagram jižní Čechy
- Youtube Šumavsko, turistická oblast
- LinkedIN Šumavsko, turistická oblast

Online

- RSS
- Spotify
- České podcasty
- Youradio Talk,
- Apple Podcasts
- Seznam podcasty

Využití influencerů a známých osobností - Influenceři jako významný nástroj pro online komunikaci na sociálních sítích. Využití síly jejich profilů a mediálního vlivu - Influencer tripy díky 6x5 z jižních Čech JCCR a vlastních aktivit

Online kampaně

- Facebook a Instagram turistické oblasti Šumavsko - propagace zaměřená především mimo hlavní sezonu a méně vytížených lokalit

Outdoor

- plakáty a tištěné propagační materiály
- reklama v dopravních prostředcích
- eventy v turistické oblasti, Jihočeském kraji i ČR

Webové portály

- www.sumavsko.cz
- www.cestujemesumavou.cz
- www.jiznicechy.cz
- www.obchodsumavsko.cz

Print

- na základě nabídek

TV a radio

- na základě nabídek



Marketingové aktivity 2026

1. **ONLINE MARKETING**
   - Klást vyšší důraz na online marketing. Proč? Digitální reklamy jsou levnější, cílenější a je snadnější sledovat návratnost investic
   - POKRAČOVAT - Důraz na nové formy prezentace oblasti v online světě PODCASTY
   - ČASOVÝ RÁMEC: leden-červen 2026, říjen-prosinec 2026 (v létě mají podcasty nízký počet posluchačů)
   - FINANČNÍ PLÁN: 30 000Kč
   - Priorita: vysoká
   - Zodpovědné osoby: produktová manažerka, předsedkyně, externí pracovník a moderátor

2. **Vybudování spolupráce přes hranice oblasti s ostatními turistickými oblastmi Jihočeského kraje ve spojení s již vzniklými projekty + tvorba nových**
   - ČASOVÝ RÁMEC: neomezeně a nepřetržitě
   - FINANČNÍ PLÁN: nezávisle, v různých formách a na základě různých projektů a produktů
   - Priorita: vysoká
   - Zodpovědné osoby: produktová manažerka, předsedkyně

3. **Tvorba nového produktu cestovního ruchu zaměřeného na podporu návštěvnosti v Pošumaví, mimo exponovaná místa a v mimosezoně s návazností na příběhy oblasti**
   - ČASOVÝ RÁMEC: 2026
   - FINANČNÍ PLÁN: v závislosti na druhu financování až do 200 000Kč
   - Priorita: vysoká
   - zodpovědné osoby: produktová manažerka, externí dodavatel, předsedkyně

4. **Tvorba nových a dotisk stávajících propagačních materiálů**
   - ČASOVÝ RÁMEC: do konce roku 2026
   - FINANČNÍ PLÁN: v závislosti na cenách papíru v rozmezí až do 100000Kč
   - Priorita: střední
   - Zodpovědné osoby: produktová manažerka, PR pracovník, administrativní pracovník

5. **Tvorba propagačních videí a videoprezentací pro zvýšení povědomí o turistické oblasti Šumavsko, v návaznosti na vydané tipy na výlety a produkty DMO**

- Tvorba propagačních videí a videoprezentací je klíčovým nástrojem pro moderní marketing v oblasti cestovního ruchu. Videa umožňují efektivně představit krásy regionu, jeho atraktivity, kulturu, tradice a jedinečné zážitky, které nabízí, a zároveň emocionálně oslovit potenciální návštěvníky. Pomocí vizuálně poutavých materiálů lze zvýšit povědomí o turistické oblasti Šumavsko jak na domácím, tak na zahraničním trhu.
- ČASOVÝ RÁMEC: v průběhu roku 2026
- FINANČNÍ PLÁN: v závislosti nabídkách, vyčleněno max 150000Kč
- PRIORITA: vysoká

6. **Tvorba turistické infrastruktury v brandingu destinace**

- ČASOVÝ RÁMEC: min 1ks v průběhu roku 2026
- FINANČNÍ PLÁN: max 100000Kč
- PRIORITA: nízká

7. **Pokračovat ve spolupráce s NP Šumava, společné produkty**

- edukační videa z NP Šumava v různých tématech odlehčenou formou, přidání dalšího společného produktu k přispění propagace méně navštěvovaných míst
- ČASOVÝ RÁMEC: 2026
- FINANČNÍ PLÁN: 150000Kč
- Priorita: vysoká
- Zodpovědné osoby: produktová manažerka

8. **Organizace školení s marketingovými tématy**

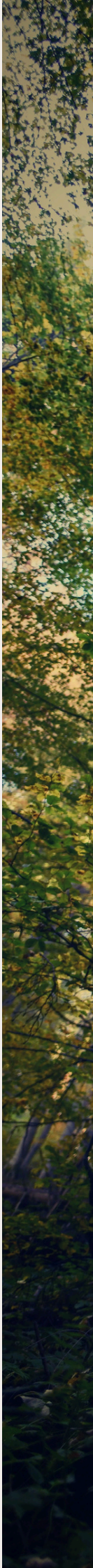
- Organizace min.2 marketingových školení za rok 2026
- ČASOVÝ RÁMEC: 2026
- FINANČNÍ PLÁN: 60000Kč
- Priorita: vysoká
- Zodpovědné osoby: produktová manažerka, předsedkyně

9. **Aktivity v environmentálním vzdělávání**

- Nabídka vzdělávacích programů pro MŠ, SŠ a VŠ
- ČASOVÝ RÁMEC: v rámci školního roku
- FINANČNÍ PLÁN: 30 000Kč (školitel, pomůcky, vybavení,...)
- Priorita: nízká
- Zodpovědné osoby: produktová manažerka, externí spolupracovník

10. **Informační servis a kalendář akcí**

- udržení a rozvoj podávání informací veřejnosti z dění v TO, kalendář akcí, newsletters
- ČASOVÝ RÁMEC: do konce roku 2026
- FINANČNÍ PLÁN: 30 000Kč
- Priorita: vysoká
- Zodpovědné osoby: administrativní pracovník



Vzdělávání, workshopy a meetingy

- **Fórum chytré turistiky v jihočeském příhraničí** - setkání pro informační centra TO a přilehlých TO před nadcházející sezonou - duben 2026
- **Školení v cestovním ruchu** - školení organizované spolkem destinačního managementu PRO Šumavsko, z.s. pro členy a partnery ZDARMA - podzim 2026
- **Travelcon** - V roce 2026 proběhne již 9. ročník konference Travelcon, která je největší odbornou konferencí cestovního ruchu v České republice.
- **Pravidelné setkávání předsedkyně, produktové manažerky, administrativní pracovnice a externích pracovníků** - 1x měsíčně
- **Členská schůze a schůze výkonného výboru spolku** - min 1x ročně
- **Pravidelné setkávání s JCCR s manažery turistických oblastí & vedením turistických oblastí & partnery, členy, hosty TO** - 4x ročně: -
- **Setkání jihočeských turistických informačních center** – jaro a podzim 2026
- **Pravidelné setkávání s manažery turistických oblastí a JCCR** (1x za 14 dní)
- **Setkání podnikatelů -** min 1x ročně



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.
2025