ŠUMAVSKO
Turistická oblast

PRO ŠUMAVSKO
Hmm....tady je dobře.



Strategie rozvoje cestovního ruchu turistické oblasti Šumavsko 2026 - 2030

PRO ŠUMAVSKO, Z.S.
NEUMANNOVA161 383 01 PRACHATICE
WWW.SUMAVSKO.CZ

Obsah

Obsah

Úvod 1

Analýza pozice turistické oblasti v cestovním ruchu 2

Cílové skupiny 2

Analýza aktivních druhů cestovního ruchu v turistické oblasti Šumavsko 5

Analýza konkurence 7

Turistická oblast Lipensko 7

Turistická oblast Budějovicko 8

Turistická oblast Český Krumlov Region včetně Boleticka 8

Území Boleticko 8

Cíl rozšíření spolupráce a partnerství 9

Destinační management turistické oblasti 9

Základní charakteristika turistické oblasti 11

Přehled chráněných území v turistické oblasti Šumavsko a jeho okolí 12

Nejvýznamnější kulturně-historické památky a atraktivity 13

Dopravní infrastruktura turistické oblasti Šumavsko 15

SWOT analýza 16

Silné stránky (S) 16

Slabé stránky (W) 17

Příležitosti (O) 17

Hrozby (T) 18

SWOT matice – vztahy mezi faktory 19

Závěrečné shrnutí SWOT analýzy 20

Strategický rámec turistické oblasti 22

Vize 22

Mise 22

..... 22

Stanovené cíle 22

Globální cíl 22

Strategický cíl 23

Specifické cíle 23

Systém produktů cestovního ruchu v turistické oblasti Šumavsko 33
1. Úvod: význam produktového řízení destinace 33
2. Principy tvorby produktů v TO Šumavsko 33
2.1 Autenticita 33
2.2 Komplexnost a vícevrstvost 33
2.3 Řízení a koordinace 33
2.4 Udržitelnost 34
3. Kategorizace produktů v TO Šumavsko 34
4. Produktový systém TO Šumavsko 34
4.1 Aktivní Šumavsko – produkt pro outdoor & sport 34
Jádro produktu 34
Příklady produktů 35
4.2 Příběhy Šumavska – historicko-kulturní produkt 35
Jádro produktu 35
Obal produktu 35
Příklady 35
4.4 Šumavský venkov – gastronomicko-lokální produkt 35
Jádro produktu 35
Obal produktu 35
Příklad 36
4.5 Rodinné Šumavsko – produkt pro rodiny s dětmi 36
Jádro produktu 36
Obal produktu 36
Příklady 36
5. Propojení produktů a jejich řízení v rámci strategie 36
5.1 Vzájemná komplementarita 36
5.2 Řízení produktového portfolia 37
5.3 Napojení na nadregionální produkty 37
Základní priority strategie 38
PRIORITA A: Koordinace řízení rozvoje cestovního ruchu 38
Cíl priority 39
Aktivity naplňující prioritu A 39
Očekávané výstupy 40

PRIORITA B: Marketingová podpora cestovního ruchu 40
Cíl priority....41
Aktivity naplňující prioritu B 41
Očekávané výstupy....42
PRIORITA C: Tvořit a zlepšovat produkty cestovního ruchu s důrazem na místní zdroje a autentické zážitky 42
C1: Tvorba nových produktů cestovního ruchu a zkvalitnění stávající nabídky 43
Cíl priority....43
Aktivity naplňující prioritu 43
Očekávané výstupy....43
C2: Rozvoj šetrných forem cestovního ruchu....44
Cíl priority....44
Aktivity naplňující prioritu 44
Očekávané výstupy....44
C3: Využití kulturních akcí, regionálních tradic a místních produktů 44
Cíl priority....44
Aktivity naplňující prioritu 45
Očekávané výstupy....45
PRIORITA D – Zkvalitnění služeb a rozvoj lidských zdrojů 45
D1: Zkvalitnění služeb a rozvoj lidských zdrojů....45
Cíl priority....46
Aktivity naplňující prioritu 46
Očekávané výstupy....46
D2: Posílení a propojení činnosti turistických informačních center (TIC)....46
Cíl priority....46
Aktivity naplňující prioritu 47
Očekávané výstupy....47
Integrace území a vytvoření jednotné turistické oblasti 47
Závěr 48
Seznam zkratek 50
Seznam tabulek 51
Seznam obrázků....51
Seznam obcí v TO Šumavsko....52

Úvod

Strategie rozvoje cestovního ruchu turistické oblasti Šumavsko na období 2026–2030 představuje klíčový dokument, jehož cílem je vymezit směr, priority a konkrétní kroky, které povedou k posílení konkurenceschopnosti regionu, zvýšení atraktivity pro návštěvníky a zároveň k zajištění udržitelného rozvoje v souladu s ochranou jedinečných přírodních a kulturních hodnot Šumavy.

Strategie navazuje na předchozí strategické materiály a reflektuje aktuální výzvy a trendy v cestovním ruchu, ať už jde o rostoucí důraz na udržitelnost, digitalizaci, nové formy zážitkových pobytů nebo potřebu užší spolupráce místních organizací, podnikatelů a obcí, ale i přeshraničních partnerů. Strategie je postavena na dostupných datech, obecných trendech a poznatcích z praxe a slouží jako rámec, který může být dále rozvíjen a konkretizován prostřednictvím akčních plánů a projektů.

Dokument vznikl v návaznosti na Koncepci rozvoje cestovního ruchu Jihočeského kraje 2021–2030 a respektuje její principy i doporučení týkající se řízení destinací, rozvoje produktů, infrastruktury i udržitelného přístupu k území.

Cílem není pouze zvýšit návštěvnost oblasti, ale především podpořit kvalitu služeb, prodloužit sezónu, posílit pozitivní image Šumavska a zajistit, aby z cestovního ruchu měli užitek jak návštěvníci, tak místní obyvatelé.

Analýza pozice turistické oblasti v cestovním ruchu

Turistická oblast Šumavsko patří dlouhodobě mezi vyhledávané destinace pro domácí i zahraniční návštěvníky, a to především díky své jedinečné přírodě, čistému prostředí a možnostem aktivního trávení volného času. V rámci České republiky zaujímá specifické postavení jako region nabízející klidnější a méně komerční alternativu k jiným horským oblastem, jakými jsou například Krkonoše nebo Jeseníky. Zároveň těží z atraktivity Národního parku Šumava a blízkosti hraničních přechodů do Německa a Rakouska, což umožňuje rozvoj přeshraniční spolupráce a společných produktů cestovního ruchu.

Šumavsko je vnímáno zejména jako destinace vhodná pro pěší a cykloturistiku, zimní sporty a rodinnou dovolenou v přírodě. Významnou roli hraje také kulturní dědictví a historie regionu, spojená s životem v pohraničí a tradiční architekturou. V posledních letech roste zájem o zážitkové formy cestovního ruchu – například ekoturistiku, poznávání regionálních produktů, agroturistiku nebo tematické stezky.

Turistická oblast Šumavsko zahrnuje mikroregion Vlachovo Březí, DSO Prachaticko, DSO Věnec, Mikroregion Horní Vltava – Boubínsko a Mikroregion Šumavské podhůří. Do oblasti spadá ORP Vimperk, ORP Prachatice a část ORP Strakonice.

Jedná se o rozmanitou turistickou destinaci, která má velmi dobré předpoklady a potenciál pro další rozvoj cestovního ruchu. Přestože území působí navenek jednotně, jednotlivé části se od sebe liší svou atraktivitou i mírou turistického využití. Některé lokality patří mezi hojně navštěvované a dobře vybavené, jiné zatím zůstávají spíše v pozadí a nabízejí možnosti pro budoucí rozvoj. Tyto rozdíly se projevují také v tom, jak lze jednotlivá místa využít v různých ročních obdobích nebo pro různé formy cestovního ruchu.

Cílové skupiny

Turistická oblast Šumavsko přitahuje široké spektrum návštěvníků, jejichž potřeby a preference se liší podle věku, zájmů, délky pobytu a místa původu. Porozumění těmto cílovým skupinám je klíčové pro efektivní plánování služeb, produktů i marketingových aktivit v rámci strategie 2026–2030.

Domácí návštěvníci tvoří významnou část turistů v regionu:

- **Rodiny s dětmi** hledají bezpečné a dostupné prostředí, přírodní atraktivity, vzdělávací stezky a volnočasové aktivity, které umožňují kombinovat zábavu s poznáním. Oblíbené jsou naučné stezky, malé atraktivity vhodné pro menší děti, cyklotrasy s nižší náročností nebo sportovní hřiště u ubytovacích zařízení.

- **Aktivní turisté a sportovci** využívají region pro pěší turistiku, cykloturistiku, běžecké a zimní sporty. Tento segment oceňuje dobře značené trasy, mapy, aplikace pro plánování výletů a možnost kombinace různých aktivit v rámci jednoho pobytu.

- **Senioři** představují důležitou cílovou skupinu, která má dostatek volného času a zájem o kvalitní a pohodlné trávení dovolené. Jedná se především o seniorské páry v důchodu, jejichž děti jsou dospělé, či osoby, které začínají pociťovat syndrom „prázdného hnízda“. Součástí této skupiny mohou být také skupiny seniorů ze zájmových sdružení, přátelé nebo další starší rodinní příslušníci.

    a. **Pasivní senioři**
    Tito návštěvníci hledají především možnost odpočinku a relaxace. Často se jedná o osoby, které mohou mít zdravotní omezení, a proto oceňují komfortní ubytování, wellness služby, lázeňské procedury a nenáročné aktivity. Zároveň se zajímají o kulturní a historické památky, místa spojená s jejich dětstvím či rodinnou historií.

    b. **Aktivní senioři**
    „Mladší“ senioři bez výrazných zdravotních omezení hledají v Šumavsku aktivní formy odpočinku. Investují do své dovolené a hledají sportovní vyžití, pěší a cykloturistiku, zážitkové programy či tematické výlety, které jim umožní dohnat volný čas, který dříve věnovali práci a péči o rodinu. Tato skupina preferuje aktivní trávení volného času a nové zážitky, zároveň oceňuje pohodlí a dostupnou infrastrukturu.

- **Mladí lidé a páry** představují dynamickou cílovou skupinu, která hledá zážitky, dobrodružství a možnost aktivně trávit volný čas. Patří sem partneři či manželé bez dětí, kteří mají dostatek volného času a zájem objevovat nové či hůře dostupné lokality. Tito

návštěvníci často vyhledávají únik z ruchu velkoměsta, kombinují aktivní i pasivní formy odpočinku a ocení rozmanitost turistické nabídky – od sportovních aktivit a pěší či cykloturistiky po klidné relaxační a kulturní programy. Zajímají se například festivaly, gastronomii a fotograficky atraktivní lokality, které umožňují získat nové zkušenosti a sdílet je s přáteli.

Do této skupiny patří také mládež a různé skupiny přátel, studentů či kolegů, které spojuje touha po společných zážitcích a posilování přátelských či týmových vazeb. Tento segment využívá všechny dostupné formy cestovního ruchu, od aktivního sportovního vyžití po pasivní formy odpočinku, a oceňuje pestrou nabídku aktivit, která jim umožňuje kombinovat pohyb, poznávání a zážitky s přáteli.

Region rovněž myslí na osoby, které mohou být pohybově indisponované, například zdravotně postižené osoby (vozíčkáři) a rodiny s kočárkem. Tento segment preferuje lehkou pěší turistiku a bezpečné, dobře přístupné trasy. Například Národní park Šumava má pro tuto skupinu připravené speciální stezky, které jsou bezpečné, snadno schůdné a umožňují plnohodnotné prožití přírody i bez náročného terénu.

Analýza aktivních druhů cestovního ruchu v turistické oblasti Šumavsko

Turistická oblast Šumavsko se vyznačuje mimořádně bohatou a pestrou nabídkou cestovního ruchu, která odpovídá rozmanitým potřebám a motivacím návštěvníků. Díky unikátní kombinaci přírodního bohatství, kulturních tradic a historického dědictví je možné v regionu provozovat široké spektrum aktivit – od rekreačních a relaxačních forem až po sportovně-adrenalinové či specificky zaměřené formy turistiky.

Cestovní ruch v této oblasti lze rozlišovat podle celé řady kritérií – délky pobytu (krátkodobý víkendový pobyt vs. dlouhodobější dovolené), způsobu organizace (individuální cestování vs. skupinové zájezdy), míry dostupnosti (volně dostupný vs. vázaný na určité služby), a zejména pak podle hlavního účelu pobytu. Právě motivace návštěvníků je určující pro to, jaký typ pobytu v oblasti převládá a jaké aktivity vyhledávají.

Díky této rozmanitosti se Šumavsko profiluje jako **celoroční destinace**, která dokáže oslovit různé cílové skupiny – rodiny s dětmi, seniory, aktivní sportovce, příznivce kultury i zájemce o klid a relaxaci v přírodě.

S tímto rozlišením lze dělit cestovní ruch podle druhu provozovaných aktivit na:

Rekreační

- Odpočinek a regenerace v přírodním prostředí, pobyty zaměřené na fyzickou i psychickou pohodu.
- Typické jsou krátkodobé rodinné dovolené u rybníků, relaxační pobyty v horských oblastech nebo prodloužené víkendy v přírodě.

Kulturně-poznávací

- Zahrnuje poznávání historie, architektury, kultury a tradic – hrady, zámky, sakrální stavby, muzea lidových řemesel, umělecká díla, přírodní zajímavosti (jeskyně, vodopády, pralesy)
- Patří sem i účast na festivalech, jarmarcích a gastronomických akcích, které propojují kulturní dědictví s moderní nabídkou.

Poznávání přírody

- Návštěvy Národního parku a CHKO Šumava s důrazem na udržitelný přístup a šetrné chování k přírodě. Z hlediska motivů se hovoří o návratu k přírodě v podobě zeleného (soft) cestovního ruchu.
- Příkladem jsou naučné stezky, pozorování zvěře na stanovištích (např. Návštěvnické centrum na Kvildě) nebo tematické programy zaměřené na návrat k přírodě.

Sportovní

- Šumavsko je ideální pro aktivní formy trávení volného času: pěší turistika, cyklistika, běžkování, vodní sporty, sjezdové lyžování.
- Infrastruktura turistických tras a cyklostezek nabízí návštěvníkům pestrý výběr aktivit během celého roku.

Dobrodružný a adrenalinový

- Cestovní ruch spjatý s nebezpečím a překonáváním fyzických a psychických výzev.
- V regionu se rozvíjí například projekt „Průvodci divočinou“ v NP Šumava, nabízející vycházky do odlehlých a méně přístupných oblastí.
- Rozmanitá nabídka aktivit pro aktivní návštěvníky: pumptracky a singltreky pro horská kola, lanové parky, horolezecké stěny, paragliding či organizované expedice do náročnějších terénů

Zdravotní a wellness

- Zahrnující nejen zdravotní prevenci, rehabilitaci, rekonvalescenci i léčení následků nemocí v lázních či jiných zdravotně příznivých prostředích, ale v poslední době stále častěji kondiční a relaxační pobytu (wellness).

Specifické formy cestovního ruchu

- Nabídka přizpůsobená pro osoby se zdravotním omezením, rodiny s malými dětmi či seniory.
- Důraz je kladen na bezbariérovost, snadný přístup a bezpečné trasy.

Venkovský cestovní ruch – perspektivní pilíř rozvoje

Významnou součástí cestovního ruchu v regionu je **venkovská turistika**, která se dále dělí na agroturistiku, ekoturistiku a ekoagroturistiku. Venkovská turistika kromě ekonomického přínosu

pomáhá udržovat místní tradice, podporuje vztahy mezi venkovem a městem, přispívá k ochraně krajiny a nabízí zdravé prostředí pro trávení volného času.

- **Agroturistika** nabízí spojení odpočinku s autentickými zážitky venkova. Turisté tráví čas na venkově, často přímo na farmách. Zahrnuje poznávání zemědělství, ochutnávky lokálních produktů, zapojení do práce na statku (např. sběr ovoce, péče o zvířata) a zážitky spojené s tradičním životem na vesnici.
- **Ekoturistika** je udržitelný způsob cestování zaměřený na poznávání přírody a ochranu životního prostředí. Cílem je minimalizovat negativní dopady cestovního ruchu, podporovat místní komunity a posilovat ekologické uvědomění návštěvníků. Často zahrnuje pěší turistiku, pozorování zvířat, návštěvy chráněných území.
- **Ekoagroturistika** propojuje dva přístupy. Spojuje venkovský a zemědělský životní styl (agroturistiku) s důrazem na udržitelnost a ekologii (ekoturistiku). Hosté mohou pobývat na ekologických farmách, poznávat biozemědělství, učit se o tradičních i moderních šetrných způsobech hospodaření a ochraně přírody.

Analýza konkurence

V následující podkapitole jsou zhodnoceny turistické oblasti, které sousedí s destinací Šumavsko, a vybraná území s potenciálem stát se partnerskými regiony. Jedná se o turistické oblasti Lipensko, Písecko-Blatensko-Strakonicko-Vodňansko, Budějovicko a Český Krumlov Region.

Turistická oblast Lipensko

Lipensko patří k nejznámějším a nejnavštěvovanějším oblastem jižních Čech.Turistická oblast Lipenska se rozprostírá kolem řeky Vltavy a to od Stožce až po Rožmberk. Jižní hranici oblasti tvoří hraniční hřebeny s Bavorskem a Horním Rakouskem, dominantou je bezesporu vodní hladina Lipenské přehrady.

Region nabízí širokou škálu aktivit. Od jachtingu, rybaření či koupání až po kulturní památky a adrenalinové zážitky na řadě komerčních atraktivit. Díky silné infrastruktuře a propracovanému marketingu se Lipensko profiluje jako univerzální destinace „pro každého“. Na druhou stranu se zde v sezóně projevuje vysoká návštěvnost a někdy až přetíženost, což může odrazovat ty turisty, kteří hledají klidnější a autentičtější zážitky.

Turistická oblast Budějovicko

Turistická oblast Budějovicko tvoří přirozené administrativní i dopravní centrum celého Jihočeského kraje. Její dominantou je město České Budějovice, které plní roli vstupní brány do regionu a propojuje městský ruch s okolní přírodou a kulturním dědictvím. Nabídka oblasti se zaměřuje zejména na městskou turistiku, kulturní, pivní a gastro akce, a v posledních letech i na konferenční a kongresovou (MICE) klientelu.
Region se může opřít o velmi dobrou dopravní dostupnost, rozvinutou infrastrukturu, kvalitní zázemí ubytovacích a stravovacích zařízení a silnou značku města spojenou s tradicí Budějovického piva. Výzvou zůstává rozšíření nabídky mimo samotné centrum města, lepší využití venkovského zázemí a větší propojení s okolními turistickými oblastmi, zejména směrem na Hlubokou nad Vltavou, Holašovice a Týn nad Vltavou.

Turistická oblast Český Krumlov Region včetně Boleticka

Český Krumlov Region patří dlouhodobě mezi nejnavštěvovanější destinace v České republice a je klíčovým pilířem cestovního ruchu Jihočeského kraje. Historické centrum města Český Krumlov je zapsáno na Seznam světového dědictví UNESCO a tvoří hlavní magnet domácí i zahraniční návštěvnosti.
Turistická nabídka oblasti je mimořádně pestrá – od kulturních a poznávacích zážitků, přes vodní a sportovní aktivity na řece Vltavě, až po rekreační a rodinné pobyty. Region těží z rozvinuté infrastruktury, vysoké kvality služeb a širokého portfolia akcí, festivalů a kulturních projektů. Současně se ale potýká s výzvami typickými pro intenzivně navštěvované destinace – přetížením centra města, sezónností a potřebou rovnoměrnějšího rozložení návštěvnosti do menších obcí. Další rozvoj by se měl zaměřit na rozšíření nabídky mimo hlavní sezónu, podporu udržitelných forem cestování a lepší propojení s okolními oblastmi, včetně Šumavska a Lipenska.

Území Boleticko

Boleticko tvoří území vojenského újezdu Boletice (VÚ Boletice), který byl založen 19. května 1947 původně jako vojenský výcvikový prostor. Slouží především k výcviku jednotek pozemních sil ve střelecké a taktické přípravě, k řízení vozidel a také k výcviku jednotek mírových sil. Zajímavostí je, že jde o jediné místo v Čechách, kde je možné cvičit překonávání vodní překážky.

Území o rozloze 16 559 ha leží v Jihočeském kraji, je součástí okresu Český Krumlov a od 1. ledna 2016 zde trvale nikdo nebydlí. Rozsahem představuje přibližně 10,6 % plochy okresu a je zároveň jeho největší obcí. Boleticko se dělí na osm katastrálních území: Arnoštov, Boletice, Jablonec, Maňávka, Ondřejov, Polná, Třebovice a Uhlíkov.

Písecko-Blatensko-Strakonicko-Vodňansko

Území Písecko-Blatensko-Strakonicko-Vodňansko představuje turistickou oblast s rozmanitou nabídkou a zajímavým potenciálem v rámci Jihočeského kraje. Oblast zahrnuje historická města Písek a Blatná, venkovské krajiny severozápadního Pošumaví a venkovské sektory Strakonicka a Vodňanska. Nabízí silný kulturně-historický potenciál (např. město Písek s kamenným mostem, Blatná s renesančním zámkem) i přírodní prostředí – řeky Otavu a Lomnici, rybníkářskou krajinu Blatenska či vodní plochy a rybníky Vodňanska.

Cíl rozšíření spolupráce a partnerství

V následujících letech je cílem destinačního managementu PRO Šumavsko, z. s. rozšířit spolupráci také na obce, které se nacházejí v plzeňské části Národního parku Šumava. Tato oblast je pro návštěvníky velmi atraktivní, a to i díky vysoké koncentraci turistických cílů. Patří sem například Horská Kvilda, Kašperské Hory, Modrava, Srní, Hartmanice, Rokyta, Železná Ruda nebo Prášily.

Destinační management turistické oblasti

Koncem roku 2014 iniciovala MAS Šumavsko, z. s. založení a vznik kanceláře destinačního managementu PRO Šumavsko, z. s., který řídí právě turistickou 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. Je tvořeno více než 70 obcemi ze šumavského pohraničí.

Dne 11. listopadu 2014 byl na ustavující schůzi založený níže uvedenými subjekty (viz Tabulka 1) spolek PRO Šumavsko, z. s. s cílem zkvalitnit a probudit cestovní ruch v oblasti jihočeského Pošumaví a propojit aktivity jihočeské části Šumavy (zejména NP Šumava) a Pošumaví. Destinační management PRO Šumavsko, z. s. je jako zapsaný spolek zapsán k 25. lednu 2015 v rejstříkovém soudu - u Krajského soudu v Českých Budějovicích, spisová značka L 6592.

Základní charakteristika turistické oblasti

Turistická oblast **Šumavsko** vznikla 31. ledna 2016 certifikací Jihočeskou centrálou cestovního ruchu (JCCR), a to společně s pěti dalšími oblastmi Jihočeského kraje. Územně zahrnuje části Strakonicka, Prachaticka, Vimperska, Volarska a přibližně polovinu jihočeské části Šumavy.

Název **Šumavsko** byl zvolen záměrně netradičně – odráží spojení dvou svébytných regionů: **jihočeské Šumavy** a **jihočeského Pošumaví**. Ačkoliv se tyto části výrazně liší svou nabídkou, vzájemně se doplňují a společně tvoří destinaci s širokou atraktivitou pro různé cílové skupiny návštěvníků.

- **Jihočeská Šumava** je územím mimořádných přírodních krás Národního parku Šumava. Nabízí rozvinutou turistickou infrastrukturu, kvalitní informační servis, pestrou síť tras pro pěší i cykloturistiku, kulturní akce a zázemí turistických center. Kromě hlavních atraktivit zde však leží také menší obce a vesnice, které nejsou přímo zahrnuty do propagace NP, přesto mají turistům co nabídnout.

- **Jihočeské Pošumaví** představuje spíše tradiční venkovskou krajinu se zemědělskou výrobou, typickou architekturou a řadou technických i historických památek. Region si zachovává svébytný ráz díky množství lidových slavností, zvyků a místních produktů, které odrážejí jeho dlouhou tradici a kulturní bohatství.

Oblast Šumavsko tak spojuje to nejlepší z horské přírody a tradičního venkova – dohromady vytváří pestrou a atraktivní destinaci s širokou škálou zážitků pro návštěvníky.

Na obrázku níže je vyobrazené území turistické oblasti Šumavsko.

- Tmavě zelená – Národní park Šumava
- Středně zelená – Chráněná krajinná oblast Šumava
- Světle zelená – Jihočeské Pošumaví
- Zelený obrys s bílou výplní – území turistické oblasti Prácheňsko a Pošumaví, Lipensko



Obrázek 1 Mapa turistické oblasti Šumavsko *Zdroj: PRO Šumavsko, z.s., 2020*

Přehled chráněných území v turistické oblasti Šumavsko a jeho okolí

Území turistické oblasti **Šumavsko** se rozkládá v jedné z nejcennějších přírodních oblastí České republiky. Vyznačuje se mimořádnou krajinářskou rozmanitostí – od horských masivů a hlubokých lesů po rašeliniště, říční nivy a zachovalé venkovské krajiny Pošumaví.

Na území oblasti a v jeho blízkém okolí se nachází řada **chráněných území různého stupně ochrany**, která představují základní pilíř ekologické stability i atraktivity cestovního ruchu. Tato území nejen chrání vzácné přírodní hodnoty, ale zároveň poskytují široké možnosti pro šetrné formy cestovního ruchu, jako je pěší a cyklistická turistika, pozorování přírody či environmentální vzdělávání.

Tabulka 1 Přehled chráněných území v turistické oblasti Šumavsko

Okres	**Prachatice**	**Strakonice**	**Český Krumlov (okrajová část)**
Národní park / CHKO	Národní park Šumava (část) CHKO Šumava (část)	/	CHKO Šumava (okraj)
Národní přírodní rezervace (NPR)	Boubínský prales, Mlynářské údolí	/	NPR Čertova stěna – Luč
Přírodní rezervace (PR)	Žofínský prales, Milešický prales, Prameniště Blanice, Rašeliniště Horní Planá	Přírodní rezervace Královský vrch, Lomec	PR Boletický potok, Olšina
Přírodní památky (PP)	Švajglova Lada, Podlesí, Volyňka u Čkyně, Přírodní památka Houžná	Přírodní památka Kuřidlo, Dolní Lužnice, Mladotické vápence	PP Vltavský luh, Boletické louky
Poznámka	Okres s nejvyšší koncentrací chráněných území v oblasti Šumavsko.	Převažují menší území regionálního významu, často navázaná na říční údolí.	Území s vysokou biodiverzitou, součást vojenského újezdu Boletice.

Nejvýznamnější kulturně-historické památky a atraktivity

Turistická oblast Šumavsko je vnímána především jako oblast s výjimečně zachovalou přírodou a čistým prostředím. Kromě přírodních krás však nabízí i mimořádně bohaté kulturní a historické dědictví, které odráží dlouhou historii osídlení, tradice i propojení českého, bavorského a rakouského vlivu. V území se nachází řada památkově chráněných objektů, historických měst, hradů, zámků i technických památek, které jsou důležitou součástí turistické nabídky regionu.

Tabulka 2 Nejvýznamnější kulturně-historické památky a atraktivity

Typ památky	Příklady v oblasti Šumavsko
Historická města a městské památkové zóny	Prachatice (renesanční historické centrum, městská památková rezervace), Vimperk (zámek, městská památková zóna), Volary (alpský typ dřevěné architektury)
Hrady a zámky	Státní zámek Vimperk, Státní zámek Kratochvíle (u Netolic), zříceniny Hus a Helfenburk u Bavorova, Zřícenina hradu Kunžvart
Církevní památky a poutní místa	Lomec (barokní poutní kostel), Husinec (rodný dům Mistra Jana Husa), kaple sv. Anny (Zdíkov), kostel sv. Štěpána (Kvilda), kostel svaté Kateřiny Alexandrijské (Volary), kostel sv. Jakuba Většího (Prachatice), kaple Panny Marie Lurdské (Chroboly), kaple Anděla Strážce (Volyně), kostel sv. Vojtěcha (Lštění)
Lidová architektura a technické památky	Domy alpského typu (Volary), nejstarší vodní mlýn v ČR (Hoslovice), lidová architektura Jakuba Bursy, Selská stavení v okolí Lhenic a Vlachova Březí, Klášterský viadukt (Vimperk), Husinecká přehrada
Muzea a expozice	Muzeum Vimperska (Vimperk), Muzeum české loutky a cirkusu (Prachatice), Muzeum krajky (Prachatice), Centrum Mistra Jana Husa (Husinec), Muzeum Kvilda, Volarské muzeum, Muzeum Zlaté stezky (Kubova Huť), Pošumavské hasičské muzeum

	(Stachy), Sklářské muzeum (Lenora)
Kulturní akce a festivaly	Slavnosti solné Zlaté stezky (Prachatice), Volarské slavnosti dřeva, Malinové slavnosti (Malenice), Slavnosti chleba (Lenora), Chlumanský trh

Dopravní infrastruktura turistické oblasti Šumavsko

Kvalitní a funkční dopravní infrastruktura je zásadním předpokladem pro další rozvoj cestovního ruchu v turistické oblasti Šumavsko. Dostupnost regionu, jeho hlavních center i menších obcí určuje, jak snadno mohou návštěvníci plánovat a realizovat svůj pobyt. Zlepšení dopravní dostupnosti tak přispívá nejen ke zvýšení návštěvnosti, ale i k prodloužení délky pobytu turistů a rovnoměrnějšímu rozložení návštěvnosti napříč územím.

Turistická oblast Šumavsko je dobře dostupná z hlavních městských center, především z Prahy, Českých Budějovic, Plzně a Strakonic. Napojení na dálniční síť zajišťuje dálnice D4 ve směru z Prahy a D3 z Českých Budějovic. Tyto tahy se dále napojují na silnice I. a II. třídy, které vedou přes Strakonice, Prachatice a Vimperk až do horských oblastí Šumavy.

Páteřní dopravní spojení tak umožňuje poměrně komfortní přístup do regionu pro domácí i zahraniční návštěvníky. Významnou roli zde hraje i blízkost hranic s Německem a Rakouskem, zejména přes přechody Strážný–Philippsreut a Zvonková–Schöneben, které umožňují přirozený rozvoj přeshraniční spolupráce a turistických tras.

Veřejná doprava hraje v regionu důležitou roli, avšak její frekvence a návaznost nejsou vždy dostačující. Autobusové spoje zajišťují propojení mezi většími městy (Prachatice, Vimperk, Volary, Netolice) a menšími obcemi, nicméně v méně osídlených částech destinace zůstávají některé oblasti hůře dostupné.

Železniční doprava má v oblasti omezené pokrytí, přesto tvoří důležitý spoj mezi Strakonicemi, Prachaticemi a Volary, odkud lze navazovat turistické trasy směrem k NP Šumava. Z hlediska udržitelného rozvoje cestovního ruchu se nabízí příležitost posílit ekologické formy mobility – například sezónní turistické autobusy, cyklobusy nebo sdílenou dopravu.

SWOT analýza

SWOT analýza slouží jako nástroj pro zhodnocení současného stavu turistické oblasti Šumavsko. Umožňuje identifikovat **silné a slabé stránky** destinace, které vyplývají z jejího vnitřního prostředí, a zároveň poukazuje na **příležitosti a hrozby**, jež ovlivňují rozvoj cestovního ruchu z vnějšího prostředí.

Jejím cílem je poskytnout komplexní přehled o potenciálu i rizicích regionu a vytvořit tak základ pro stanovení strategických priorit a návrh konkrétních opatření. Výsledky SWOT analýzy umožňují lépe cílit marketingové a rozvojové aktivity, efektivněji využívat dostupné zdroje a koordinovat spolupráci mezi jednotlivými subjekty cestovního ruchu.

SWOT analýza tak představuje klíčový podklad pro strategické rozhodování a dlouhodobé směřování rozvoje turistické oblasti Šumavsko v období 2026–2030.

Silné stránky (S)

- Výhodná geografická poloha turistické oblasti – jižní Čechy
    - blízkost hranic s Německem a Rakouskem (možnost přeshraniční spolupráce)
- Rozmanité kulturní bohatství.
    - tradice lidových řemesel, zvyků a kultury,
    - technické památky,
    - historické a kulturní památky,
    - přírodní bohatství.
- Národní park a Chráněná krajinná oblast Šumava.
    - čistá a atraktivní příroda, pestrá fauna a flora.
    - zachovaná, turisticky atraktivní krajina.
- Rozmanitost aktivit: pěší turistika, cykloturistika, zimní sporty, kulturní akce.
    - Dobře vybudovaná síť turistických tras a cyklostezek.
- Široká nabídka ubytování – od kempů a penzionů po hotely vyšší kategorie.
- Dostupnost a infrastruktura – dobré dopravní spojení s Prahou a dalšími velkými městy (vlak, dálnice, autobus).
- Rodinná přívětivost – velká nabídka aktivit vhodných i pro děti (zoo, hrady, interaktivní muzea, přírodní naučné stezky).

Slabé stránky (W)

- Dopravní infrastruktura.
    - Slabá návaznost veřejné dopravy v rámci území — zejména mezi menšími obcemi a turistickými cíli.
- Nedostatečné množství ubytovacích kapacit pro náročnější klientelu.
    - omezená nabídka kongresových prostor,
    - absence subjektů certifikovaných Svazem venkovské turistiky.
- Marketing cestovního ruchu.
    - nedostatečná propagace na cílovou skupinu domácích turistů,
    - Slabší digitalizace – některé weby a rezervační systémy nejsou uživatelsky přívětivé nebo dostupné v cizích jazycích.
- Nízká konkurenceschopnost zimních středisek oproti zahraničí (dáno zejména nižší nadmořskou výškou).
- Sezónně nevyvážená nabídka cestovního ruchu (neplatí pro NP a CHKO Šumava).
    - Nerovnoměrná turistická atraktivita jednotlivých částí oblasti (některé lokality jsou přetížené, jiné málo navštěvované).
- Nedostatečná úroveň kvalifikovanosti pracovní síly.
    - nedostatečná jazyková vybavenost,
    - špatné komunikační dovednosti,
    - nejednotné pracovní oblečení, apod.
- Nízká úroveň koordinace mezi subjekty cestovního ruchu.

Příležitosti (O)

- Rozvoj přeshraniční spolupráce s Německem a Rakouskem – společné cyklotrasy, turistické balíčky, kulturní akce.
- Rozvoj marketingu cestovního ruchu.
    - řízení turistické oblast ve spolupráci s Jihočeskou centrálou cestovního ruchu,
    - jasná koncepce propagace cestovního ruchu Jihočeským krajem,
    - tvorba nových produktů cestovního ruchu, podpora vzniku jedinečných atraktivit, které mohou destinaci odlišit.
    - Digitalizace a inovace – rozvoj mobilních aplikací, virtuálních průvodců, online rezervačních systémů.

- Rozvoj celoroční nabídky – posílení mimosezónních měsíců (jaro, podzim, zima) prostřednictvím tematických pobytů a akcí: wellness a relaxační pobyty, adventní programy, gastronomické a hudební festivaly, řemeslné jarmarky, workshopy nebo sportovní akce.
- Propojení oblasti Šumavy a Pošumaví a tím zvýšení nabídky v oblasti cestovního ruchu.
- Vznik nových pracovních příležitostí v oblasti cestovního ruchu – rozvoj cestovního ruchu může vést k vyšší zaměstnanosti v regionech (ubytování, gastronomie, průvodcovství, služby, kulturní programy), čímž se posiluje ekonomická stabilita a atraktivita regionu pro mladé lidi i rodiny.
- Rozvoj nabídky pro MICE klientelu (firemní akce, školení, teambuildingy). Rostoucí poptávka po menších a klidných lokalitách pro firemní setkání představuje příležitost pro Šumavsko rozvíjet menší školící a zážitkové balíčky vázané na místní ubytování a outdoorové aktivity. Tento segment může významně posílit mimosezónní návštěvnost a zvýšit ekonomické přínosy pro místní podnikatele.
- Trend stěhování z velkých měst do menších regionů – rostoucí zájem o kvalitní život v klidnějším prostředí, možnost rozvoje agroturistiky, coworkingových center a kombinace práce na dálku s trávením volného času v přírodě.
- Stárnutí populace → příležitost cílit víc na seniory – zdravotní cestovní ruch, relaxační pobyty, bezpečné trasy, kulturní program.

Hrozby (T)

- Klimatické změny – nedostatek sněhu v zimní sezóně, kůrovcová kalamita, extrémní počasí.
- Silná konkurence jiných turistických oblastí v ČR i zahraničí (např. Lipensko, Krkonoše, Alpy).
- Odliv mladých lidí z regionu – méně pracovních sil v turistickém sektoru.
- Nestabilní ekonomická situace – inflace, růst cen energií a služeb, nižší ochota lidí utrácet za volnočasové aktivity.
- Epidemie a pandemie (např. covid-19) – zásadní pokles návštěvnosti, omezení služeb, uzavření hranic a kulturních akcí.
- Zhoršující se stav kulturních a technických památek – bez investic hrozí jejich úpadek.
- Přetížení přírody vysokou návštěvností – poškození tras, odpadky, tlak na ochranu chráněných oblastí.

- Bezpečnostní rizika a legislativní omezení – např. zpřísnění pravidel v národním parku.
- Závislost na dotacích a grantech – riziko snížení podpory ze strany státu nebo EU.
- Neochota měst/obcí a dalších subjektů spolupracovat s destinačním managementem PRO Šumavsko, z. s.

SWOT matice – vztahy mezi faktory

Na základě provedené SWOT analýzy byla vytvořena **SWOT matice**, která propojuje jednotlivé faktory a umožňuje formulovat strategické směry rozvoje turistické oblasti Šumavsko.

Matice ukazuje, jak lze využít silných stránek k uchopení příležitostí (strategie typu S–O), jak eliminovat slabé stránky prostřednictvím vhodných příležitostí (W–O), jak využít silných stránek k omezení dopadů hrozeb (S–T) a jak minimalizovat slabé stránky i rizika vyplývající z vnějšího prostředí (W–T).

Tento přístup pomáhá přetavit analytické poznatky do konkrétních strategických opatření a usnadňuje stanovení priorit, které povedou k udržitelnému a konkurenceschopnému rozvoji cestovního ruchu v oblasti Šumavsko.

1. Propojení kulturního bohatství s rozvojem marketingu a digitalizace

Rozmanité kulturní dědictví Šumavska – od řemesel po technické památky – je silný základ pro tvorbu atraktivního a autentického online obsahu. Díky rostoucí podpoře digitalizace v cestovním ruchu lze tyto příběhy přenést do moderního kontextu: formou virtuálních prohlídek, interaktivních map nebo tematických kampaní na sociálních sítích. Moderní marketing tak může zviditelnit unikátnost regionu a posílit jeho pozici vůči konkurenčním oblastem.

2. Využití čisté přírody a pestré nabídky aktivit pro celoroční pobyt a rekreaci.

Kombinace zachovalé krajiny, národního parku a pestré nabídky aktivit vytváří ideální podmínky pro rozvoj celoroční nabídky. Přírodní bohatství může být základem tematických programů mimo hlavní sezónu – wellness pobytů, jarních turistických víkendů, podzimních gastronomických akcí nebo zimních sportovních a kulturních festivalů. Takový přístup rozprostře návštěvnost do celého roku a pomůže zlepšit ekonomickou stabilitu místních služeb.

3. Rozvoj přeshraniční spolupráce díky strategické poloze a infrastruktuře

Silná dopravní dostupnost a blízkost hranic s Německem a Rakouskem poskytují přirozenou výhodu pro společné přeshraniční projekty. Využitím těchto vazeb může destinace vytvářet mezinárodní cyklotrasy, kulturní akce nebo víkendové balíčky propojující regiony. To nejen zvyšuje atraktivitu Šumavska pro zahraniční návštěvníky, ale také podporuje vzájemnou výměnu know-how, financí a marketingové propagace mezi partnery.

4. Rodinná přívětivost jako základ pro nové tematické produkty

Díky pestré nabídce aktivit pro rodiny s dětmi má region potenciál rozšířit své produktové portfolio o speciální rodinné balíčky a edukačně-zážitkové programy. V kombinaci s trendem práce na dálku a stěhováním rodin do klidnějších oblastí lze Šumavsko prezentovat jako místo, kde se dá trávit delší čas – nejen dovolená, ale i kombinace práce a volného času. To posílí loajalitu návštěvníků a zvýší opakované pobyty.

5. Autenticita přírody i kultury přitahuje seniory a návštěvníky hledající klidné, zdraví podporující pobyty

Stárnutí populace otevírá prostor pro rozvoj šetrného, pohodového a zdravotně orientovaného cestovního ruchu. Kombinace klidné přírody, čistého ovzduší a kulturních aktivit může být doplněna o relaxační pobyty, lázeňské služby či bezpečné turistické trasy. Tato strategie využívá přirozenou sílu regionu – harmonii přírody a kultury – a cílí na rostoucí segment, který hledá kvalitu, bezpečí a autentičnost.

Závěrečné shrnutí SWOT analýzy

SWOT analýza turistické oblasti Šumavsko ukázala, že region má silné základy pro rozvoj udržitelného cestovního ruchu. Jeho největšími přednostmi jsou jedinečné přírodní bohatství, rozmanitost aktivit, zachovalá krajina a pestré kulturní dědictví. Blízkost hranic s Německem a Rakouskem zároveň otevírá možnosti pro přeshraniční spolupráci a společnou propagaci.

Slabšími stránkami oblasti zůstávají nedostatečná infrastruktura, nízká úroveň digitalizace a roztříštěnost v koordinaci aktérů cestovního ruchu. Výzvou je i sezónnost nabídky a potřeba větší profesionalizace pracovníků v sektoru služeb.

Mezi hlavní příležitosti patří rostoucí poptávka po autentických zážitcích, ekologicky šetrném cestování a regionálních produktech. Velký potenciál má rozvoj mimosezónních aktivit, wellness a kulturních akcí, které pomohou stabilizovat návštěvnost během celého roku.

Z hrozeb je nejvýznamnější vliv klimatických změn, ekonomické nejistoty a přetěžování přírody masovým vysokou návštěvností. Rizikem je i odliv mladých lidí, který může do budoucna omezit kapacity pro rozvoj služeb.

Z provedené analýzy vyplývá několik **strategických směrů pro období 2026–2030**:

- posílení koordinace a řízení cestovního ruchu napříč sektory,
- sjednocení marketingové komunikace a modernizace propagace,
- rozvoj a zkvalitnění turistických produktů založených na místních zdrojích a tradicích,
- zlepšení infrastruktury, digitalizace a dostupnosti služeb,
- rozšíření nabídky pro mimosezónní období a nové cílové skupiny.
- posílení nabídky pro MICE segment, který může přispět k celoroční obsazenosti zařízení a navýšit ekonomické přínosy regionu.

Do budoucna má Šumavsko potenciál stát se **vzorovým regionem udržitelného a autentického cestovního ruchu**, který spojuje ochranu přírody, místní tradice a moderní přístup k návštěvnickému zážitku. Klíčem bude propojení aktérů – obcí, podnikatelů i obyvatel – kteří společně mohou vytvářet silnou a živou značku regionu.

Strategický rámec turistické oblasti

Vize

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

Mise

Vytvoření členské základny destinačního managementu PRO Šumavsko, z. s. z různorodých subjektů, které mohou adekvátně reprezentovat turistickou oblasti.

Obrázek 4: Potenciální členové destinačního managementu



Zdroj: PRO Šumavsko, 2016.

Stanovené cíle

Destinační management PRO Šumavsko, z. s. má za cíl především propojení jednotlivých subjektů působících v cestovním ruchu a kvalitní servis pro návštěvníky regionu zajišťující jejich spokojenost.

Globální cíl

Globálním cílem rozvoje cestovního ruchu v destinaci je zvýšení konkurenceschopnosti turistické oblasti Šumavsko a návštěvnosti destinace.

Strategický cíl

Strategickým cílem destinační společnosti PRO Šumavsko, z. s. je využít strategické pozice destinace, propojit oblast jihočeské Šumavy a jihočeského Pošumaví a rozvíjet přírodní a kulturní potenciál pro cestovní ruch s podmínkou dlouhodobé udržitelnosti.

Specifické cíle

Na globální a strategické cíle navazují specifické cíle destinačního managementu PRO Šumavsko, z. s. Tyto cíle je nutné plnit během celého života spolku a turistické oblasti.

1. Partnerství

PRO Šumavsko, z. s. věří v partnerskou spolupráci napříč veřejným, soukromým i neziskovým sektorem. Destinační management stojí na naslouchání partnerům, sjednocování cílů a společné realizaci projektů, které přinášejí konkrétní přínos místním komunitám i návštěvníkům.

Součástí partnerství je také snaha o vyšší provázanost turistických oblastí, a to jak v rámci regionu, tak přeshraničně (přeskrajově). Cílem je propojit aktéry napříč územím, vytvořit společné standardy a jednotně komunikovanou a ucelenou nabídku cestovního ruchu, která bude snadno pochopitelná a atraktivní pro návštěvníky. Tato spolupráce pomůže rozvíjet tematické produkty, sdílet infrastrukturu a koordinovat marketing i plánování rozvoje.

PRO Šumavsko, z. s. bude spolupracovat především se subjekty, které vytvářejí kvalitní produkty cestovního ruchu nebo poskytují garantované služby, a tím přispívají k dobrému jménu celé destinace. Současně však usiluje o posilování i těch aktérů, kteří jsou ve svém rozvoji teprve na začátku – poskytne jim metodickou podporu, sdílení know-how a pomoc při zvyšování kvality služeb tak, aby i menší podnikatelé a komunity mohli nabídnout návštěvníkům profesionální, autentický a udržitelný zážitek.

Opatření:

- Realizace pravidelných setkání a workshopů s partnery a obcemi (min. 20 setkání za období 2026–2030)
- Společné marketingové kampaně s regionálními i přeshraničními destinacemi (min. 4 kampaně ročně)
- Metodická podpora podnikatelů (min. 25 konzultací)

Cíle 2026–2030:

- Zapojení minimálně 25 nových partnerů do spolupráce
- Organizace minimálně 20 tematických akcí propojujících více obcí, podikatelů a dalších aktérů
- Zvýšení počtu aktivně spolupracujících subjektů alespoň o 50 %

2. Podpora mimosezonní návštěvnosti a rozvoj méně známých území

Cílem je rovnoměrněji rozložit cestovní ruch a podpořit návštěvnost méně známých lokalit. Díky tomu se sníží tlak na přetížená místa a zároveň se zvýší ekonomické přínosy v celém regionu.

Součástí tohoto cíle je také **prodloužení turistické sezony a posílení návštěvnosti v mimosezonních obdobích**. Destinace bude podporovat rozvoj celoročních aktivit a produktů, jako je kulturní a komunitní cestovní ruch, sportovní a volnočasové aktivity, tradiční akce či tematické programy na jaře a na podzim. Záměrem je motivovat návštěvníky, aby region objevovali i mimo hlavní sezónu, a tím **stabilizovat poptávku, zvýšit počet přenocování a lépe využít kapacity ubytování a služeb během celého roku**.

Podpora méně exponovaných lokalit, diverzifikace nabídky a rozvoj mimosezonních produktů přispějí k vyšší udržitelnosti cestovního ruchu, větším ekonomickým přínosům pro místní komunity a celkově vyváženějšímu rozvoji celého území.

Opatření:

- Vytvoření min.3 nových produktů cestovního ruchu zaměřených na méně známé lokality
- Marketing cílený na MICE segment – propagace a nabídka min.10 incentive programů

Cíle 2026–2030:

- Zvýšení počtu přenocování v mimosezoně min. o 20 %
- Rozšíření návštěvnosti méně exponovaných lokalit o 30 %
- Zapojení min. 10 obcí do nových, mimosezonních produktů

3. Odlehčení horní části Šumavy

Jedním z dlouhodobých cílů destinačního managementu je **odlehčování nejexponovanějších oblastí Šumavy**, které čelí vysokému návštěvnickému tlaku. Destinace bude aktivně podporovat projekty, které rozvíjejí nižší části Šumavy a Pošumaví, a tím přispívat k rovnoměrnějšímu prostorovému rozložení návštěvnosti.

PRO Šumavsko, z. s. má uzavřenou **Smlouvu o partnerství s Národním parkem Šumava**, což představuje klíčový základ pro koordinaci plánů, sdílení dat a společné nastavování udržitelných opatření. Cílem je vzájemně podporovat rozvoj méně zatíženého území, vytvářet alternativní návštěvnické trasy a produkty a zároveň chránit unikátní ekosystémy národního parku.

Destinace bude rozvíjet nabídku, která návštěvníky lépe rozprostře v čase i prostoru – **podpora nových aktivit, infrastruktury, služeb a atraktivit v níže položených částech regionu** vytvoří nové důvody k návštěvě i mimo hlavní centra zájmu. Klíčová bude spolupráce s novými partnery, obcemi a organizacemi, včetně podpory komunitních projektů a zvyšování kvality lokální nabídky.

Dlouhodobým přínosem je vyšší udržitelnost cestovního ruchu, ochrana přírodních hodnot Národního parku Šumava a zároveň posílení rozvojového potenciálu obcí, které mají při vhodném řízení kapacitu přivítat další návštěvníky bez negativních dopadů na životní prostředí a místní komunitu.

Opatření:

- Podpora rozvoje aktivit a infrastruktury v níže položených oblastech
- Koordinace s NP Šumava a obcemi na udržitelném rozvoji (min. 10 setkání)
- Vytváření alternativních tras a tematických produktů (min. 15 nových tras)

Cíle 2026–2030:

- Zvýšení návštěvnosti méně exponovaných oblastí o 30 %
- Zapojení minimálně 10 nových obcí do projektů, produktů

4. Zavádění zelených a SMART technologií

Region chce využívat moderní digitální a ekologické technologie v souladu s krajskou koncepcí rozvoje. Cílem je zvýšit udržitelnost cestovního ruchu, digitalizaci služeb a efektivní správu destinace.

Opatření:

- Implementace digitálních nebo ekologických technologií
- Školení partnerů a obcí o využití SMART technologií (min. 10 akcí)

5. Efektivní využívání dostupných zdrojů

Důraz bude kladen na účelné využívání finančních, lidských i marketingových zdrojů. Cílem je zvyšovat návratnost investic a podporovat projekty, které mají dlouhodobý přínos pro destinaci.

Opatření:

- Hodnocení návratnosti projektů a marketingových aktivit (5× za období)

6. Sezónní propagace a vyvážení návštěvnosti

Zaměřit marketingové aktivity na **mimosezónní období** – jaro, podzim a zima – s cílem **prodloužit délku pobytu a rozložit návštěvnost v čase**. Pomocí inovativních kampaní, tematických balíčků a speciálních akcí přilákat návštěvníky mimo hlavní sezónu a podporovat zájem o méně exponované lokality v nižších částech Šumavy a Pošumaví.

Destinace bude aktivně rozvíjet **nabídku vhodnou pro MICE segment**, včetně konferencí, workshopů, incentive programů a firemních pobytů, které umožní využití ubytovací a doprovodné infrastruktury i mimo hlavní turistickou sezonu. Efektivní koordinace produktů a služeb mezi obcemi, podnikateli a dalšími partnery zajistí, že MICE aktivity přispějí nejen k **prodloužení sezony**, ale také k posílení lokální ekonomiky a zvýšení počtu přenocování mimo exponovaná místa.

Celkově tato strategie podpoří **vyváženější návštěvnost, udržitelný rozvoj cestovního ruchu** a nabídne návštěvníkům atraktivní a různorodý zážitek během celého roku.

Opatření:

- Organizace tematických kampaní v mimosezóně
- Vývoj balíčků pro MICE segment a firemní pobyty

- Marketing zaměřený na méně exponované lokality

Cíle 2026–2030:

- Prodloužení průměrné délky pobytu o 20 %
- Zvýšení mimosezonní návštěvnosti o 30 %
- Zapojení minimálně 10 partnerů do MICE a mimosezonních produktů

7. Spolupráce s partnery a sousedními turistickými oblastmi

Navazovat **partnerství se sousedními turistickými oblastmi**, včetně přeshraničních destinací, koordinovat marketingové kampaně a vytvářet **společné produkty, projekty a propagaci**, například tematické akce během svátků (Advent, Valentýn), sezónní festivaly nebo sportovní a kulturní události.

Cílem je **propojit aktéry napříč regionem**, vytvořit jednotně komunikovanou a atraktivní nabídku a **posílit povědomí o Šumavě a přilehlých oblastech jako ucelené destinaci**. Spolupráce umožní sdílení know-how, infrastruktury a společné plánování produktů, což nejen zvýší atraktivitu pro návštěvníky, ale zároveň **podpoří rovnoměrnější rozložení cestovního ruchu** napříč územím a během celého roku.

Destinace bude rovněž aktivně rozvíjet **tematické a kombinované produkty**, které propojí méně známá místa s hlavními atraktivitami, podpoří **mimosezonní návštěvnost** a nabídne návštěvníkům autentický, profesionální a udržitelný zážitek. Společná prezentace regionu posílí jeho jedinečnost a konkurenceschopnost na národní i mezinárodní úrovni.

Opatření:

- Koordinace přeshraničních nebo meziregionálních kampaní
- Vytvoření společných produktů propojujících více destinací

Cíle 2026–2030:

- Zapojení minimálně 5 nových partnerů z okolních regionů
- Zvýšení povědomí o Šumavsku a přilehlých oblastech o 50 % dle průzkumů

8. Koordinace se strategiemi JCCR a NP Šumava

Pokračovat v úzké spolupráci s **Jihočeskou centrálou cestovního ruchu (JCCR)** a s **Národním parkem Šumava**. Cílem je **sjednotit komunikaci, sladit aktivity a koordinovat rozvoj cestovního ruchu** napříč regionem tak, aby byla nabídka pro návštěvníky konzistentní, atraktivní a udržitelná.

Opatření:

- Účast na koordinovaných setkáních
- Sdílení dat a plánování společných aktivit

Cíle 2026–2030:

- Sladění hlavních kampaní s JCCR a NP Šumava
- min.10 nových projektů/produktů vycházejících z koordinace

9. Podpora rozvoje atraktivit a infrastruktury

Využít rostoucího zájmu o domácí cestovní ruch a **aktivně podporovat vznik nových atraktivit, moderního ubytování a kvalitní gastronomie**. Destinační management bude **pomáhat aktérům poskytováním informací o možnostech financování, dotačních titulech a dalších dostupných prostředcích pro rozvoj infrastruktury a služeb**. Tento přístup umožní zvýšit konkurenceschopnost Šumavska a podpoří udržitelný rozvoj cestovního ruchu v regionu.

Opatření:

- Poskytování konzultací a poradenských setkání o dotačních možnostech

Cíle 2026–2030:

- Zvýšení počtu nových atraktivit a služeb o 20 %
- Zapojení minimálně 20 nových podnikatelů do regionální nabídky

10. Zapojení místních komunit a obyvatel

Rozvoj cestovního ruchu musí **přinášet užitek nejen návštěvníkům, ale i rezidentům**. Šumavsko se proto zaměřuje na **podporu komunitních projektů**, které propojují cestovní ruch s kvalitou života místních obyvatel. To zahrnuje například rozvoj kulturních a sportovních aktivit, participativní plánování turistických tras, zapojení místních do organizace akcí a podpora tradičních řemesel a lokálních produktů.

Destinační management bude **usilovat o aktivní zapojení obyvatel** při tvorbě nových produktů cestovního ruchu, sdílení zpětné vazby a rozhodování o prioritách rozvoje. Cílem je, aby **cestovní ruch posiloval místní komunitu, zvyšoval ekonomické přínosy a zároveň zachovával autenticitu regionu**.

Tento přístup umožní vytvářet **udržitelnou, participativní a prospěšnou destinaci**, kde obyvatelé sami vidí přidanou hodnotu cestovního ruchu a stávají se jeho aktivními partnery.

Opatření:

- Realizace komunitních projektů propojujících cestovní ruch a kvalitu života
- Organizace participativních setkání s obyvateli

Cíle 2026–2030:

- Zapojení místních obyvatel do aktivit
- Vytvoření nových produktů cestovního ruchu s přímou účastí komunit

11. Budování značky „Šumavsko“

Rozvíjet značku Šumavsko jako symbol autenticity, přírody a regionální hrdosti. Cílem je posílit emocionální vazbu návštěvníků k regionu prostřednictvím moderního marketingu a jasné vizuální identity.

Značka Šumavsko by měla být vnímána jako **z**áruka kvality, čisté přírody, poctivých služeb a respektu k místnímu prostředí. Reprezentuje místo, kde se propojuje tradice, klid a udržitelnost s moderní nabídkou zážitků a komfortem pro návštěvníky.

Opatření:

- Realizace marketingových kampaní
- Pokračovat v jednotné vizuální a obsahové identitě značky

Cíle 2026–2030:

- Zvýšení rozpoznatelnosti značky o 50 %
- Zapojení partnerů do kampaní pod jednotnou značkou

12. Měření výkonu a kvality

Cílem je **pravidelně monitorovat a vyhodnocovat činnost destinační organizace** z pohledu členů, návštěvníků i veřejnosti. Klíčové otázky jsou například:

- „**Jak nás vidí naši členové a návštěvníci?**“ – získávání zpětné vazby prostřednictvím průzkumů spokojenosti, focus groups, online dotazníků nebo pravidelných setkání s partnery.
- „**V čem jsme jedineční?**“ – analýza nabídky, produktů a služeb v regionu, benchmarking s podobnými destinacemi, mapování konkurenčních výhod a silných stránek.
- „**Jak zvyšujeme svou hodnotu?**“ – sledování dopadu realizovaných projektů, návštěvnosti, mediálního ohlasu, míry zapojení partnerů a obyvatel, rozvoje udržitelných a inovativních produktů.

Destinační management pravidelně vytváří **transparentní zprávy a přehledy**, které budou dostupné členům i veřejnosti. Například:

- **Roční report o aktivitách a dopadech** – kolik projektů bylo realizováno, kolik nových turistických produktů vzniklo, jak se zvýšila návštěvnost mimo hlavní sezónu.
- **Ankety spokojenosti návštěvníků a podnikatelů** – získávání konkrétních doporučení pro zlepšení služeb a nabídky.

- **Analytické dashboardy** – vizualizace návštěvnosti, úspěšnosti kampaní, dopadu komunitních projektů a aktivit na udržitelnost cestovního ruchu.

Takový systém umožní **cíleně zlepšovat služby, komunikaci a spolupráci s partnery**, podporovat inovace a udržovat vysokou kvalitu destinačního managementu. Transparentnost a pravidelné hodnocení také **posílí důvěru členů a návštěvníků**, protože budou mít jasný přehled o aktivitách a přínosech organizace.

Opatření:

- Realizace průzkumů spokojenosti návštěvníků a členů
- Vytvoření 5 zpráv o aktivitách a dopadech

Cíle 2026–2030:

- Sbírat zpětnou vazbu od návštěvníků
- Zapojení min 50 partnerů do evaluace a hodnocení kvality
- Identifikace minimálně 10 oblastí pro zlepšení a implementace doporučení

13. Aktivizace obcí a partnerů

Destinační management **aktivně podporuje zapojení měst, obcí a dalších partnerů** do činnosti organizace. Cílem je **budovat strategická a dlouhodobá partnerství**, která přispívají k rozvoji cestovního ruchu a zvyšují kvalitu služeb v regionu. Partnerství může mít podobu **finančních příspěvků z ubytovacích poplatků, společných projektů, marketingových aktivit či sdílení know-how a infrastruktury**.

Dalším cílem je **získávání nových partnerů a rozšiřování členské základny** tak, aby se do destinačního managementu zapojilo co nejvíce aktérů – podnikatelů, obcí, neziskových organizací a komunitních iniciativ. Aktivní zapojení partnerů umožní **koordinovaně rozvíjet produkty cestovního ruchu, posilovat propagaci regionu a podporovat udržitelné a vyvážené rozložení návštěvnosti**.

Konkrétní nástroje zahrnovují:

- Pravidelné **setkání a workshopy pro partnery**, kde se sdílí zkušenosti, trendy a know-how.

- **Společné marketingové kampaně a tematické produkty**, které zapojují více obcí a podnikatelů.

- **Motivační programy pro nové členy**, například mentoring, metodická podpora či přístup k informacím o dotačních možnostech a dalších zdrojích financování.

Takto budované partnerství **posílí soudržnost regionu, zvýší kvalitu nabídky pro návštěvníky a přinese dlouhodobé výhody pro všechny zúčastněné subjekty**.

Opatření:

- Organizace workshopů pro obce a partnery
- Zavedení motivačních programů pro nové členy
- Společné marketingové projekty

Cíle 2026–2030:

- Rozšíření členské základny o 50 %
- Zapojení obcí do aktivit a projektů
- Zvýšení počtu aktivně spolupracujících partnerů o 50 %

Systém produktů cestovního ruchu v turistické oblasti Šumavsko

1. Úvod: význam produktového řízení destinace

Produkt cestovního ruchu je podle metodiky CzechTourism ucelený soubor služeb a zážitků spojený jednotící myšlenkou, který je mířen na jasně definovanou cílovou skupinu. Produkt musí být komplexní, vícevrstvý, koordinovaný, autentický a založený na spolupráci subjektů destinace .

Pro turistickou oblast Šumavsko znamená budování produktového systému především:

- zvýšení konkurenceschopnosti v rámci širšího regionu (jižní Čechy, Plzeňský kraj, Bavorsko),
- zvýšení návštěvnosti mimo hlavní sezónu,
- posílení povědomí o značce Šumavsko jako destinace přírody, pohybu, historie a klidu.

---

2. Principy tvorby produktů v TO Šumavsko

Při návrhu produktového systému vychází TO Šumavsko z doporučení manuálu

2.1 Autenticita

Produkty jsou založeny na specifických předpokladech regionu: přírodní bohatství, poloha s NP a CHKO Šumava, zemědělská krajina Pošumaví, venkovská architektura, tradice a řemesla

2.2 Komplexnost a vícevrstvost

Každý produkt je kombinací:

- jádra – *hlavní zážitek (např. cyklistika, historie, příroda),*
- obalu – *návazných služeb (gastronomie, informační servis, doprava),*
- rozšířeného produktu – *doplňkových výhod (slevy, karty, eventy)*.

2.3 Řízení a koordinace

Produkty jsou vytvářeny a spravovány DMO Šumavsko ve spolupráci s:

- členskou základnou,
- obcemi a městy regionu,
- podnikateli v CR i mimo něj,

- správou NP Šumava,
- a dalšími veřejnými institucemi.

2.4 Udržitelnost

Všechny produkty respektují limity území, zásady šetrného cestovního ruchu a sezónní rozložení návštěvnosti.

---

3. Kategorizace produktů v TO Šumavsko

Vychází z třístupňového systému popsaného v manuálu (balíčky – regionální produkty – nadregionální produkty) .

---

4. Produktový systém TO Šumavsko

Níže jsou definovány tematické produktové linie tvořící základní stavební kameny strategie. Produkty jsou koncipovány jako regionální produkty v logice manuálu, navázané na dílčí balíčky a potenciálně začlenitelné do nadregionálních produktů.

4.1 Aktivní Šumavsko – produkt pro outdoor & sport

Pozice produktu: Šumavsko jako ideální destinace pro aktivní odpočinek v přírodě.

Jádro produktu

- cykloturistika,
- pěší turistika,
- zimní aktivity

Obal produktu

- půjčovny vybavení,
- sportovní průvodci,
- návazná doprava (cyklobusy),
- balíčky „aktivních pobytů“.

Příklady produktů

- Šumavsko pro tuláky

Cílové skupiny: aktivní rodiny, mladé páry, sportovci,

4.2 Příběhy Šumavska – historicko-kulturní produkt

Pozice produktu: destinace s bohatým příběhem – pohraničí, sklářství, šumavské osady.

Jádro produktu

- pohraniční památky, šumavské kostely a poutní místa,
- tradice regionu,
- silný historický obsah oblasti

Obal produktu

- tematické trasy „Po stopách krále Šumavy“, „Řemeslná stezka“,
- muzea, návštěvnická centra,

Příklady

- řemeslná stezka
- Stezka po stopách Krále Šumavy
- Šumavské příběhy

Cílové skupiny: návštěvníci se zájmem o historii, kulturní turisté, senioři.

4.4 Šumavský venkov – gastronomicko-lokální produkt

Pozice produktu: autentická chuť regionu jako zážitek.

Jádro produktu

- farmaření, lokální produkty,
- řemeslné provozy a živnostníci

Obal produktu

- produkt „Gastrostezka turistickou oblastí Šumavsko“, „Řemeslná stezka“

- regionální trhy,
- tematické balíčky

Příklad

- Gastrostezka turistickou oblastí Šumavsko

Cílové skupiny: gurmáni, rodiny, návštěvníci hledající autenticitu.

4.5 Rodinné Šumavsko – produkt pro rodiny s dětmi

Pozice produktu: bezpečná, přátelská destinace s množstvím atrakcí.

Jádro produktu

- stezky pro děti, herní prvky, edukativní programy,
- zimní areály pro začínající lyžaře.

Obal produktu

- ubytování orientované na rodiny,
- dětské aktivity,
- mapy a brožury pro děti.

Příklady

- Zážitková stezka pro rodiny s dětmi.

---

5. Propojení produktů a jejich řízení v rámci strategie

5.1 Vzájemná komplementarita

V souladu s doporučením manuálu produkty turistické oblasti Šumavsko pokrývají různé potřeby a cílové segmenty tak, aby pokrývaly celoroční poptávku

.

5.2 Řízení produktového portfolia

DMO PRO Šumavsko, z.s. koordinuje:

- společnou propagaci produktů,
- spolupráci partnerů, členů a aktérů v cestovním ruchu,
- udržování standardů kvality,
- inovace produktů (monitoring, zpětná vazba)

5.3 Napojení na nadregionální produkty

Vybrané produkty lze přirozeně napojit na:

- **produkty jižních Čech** (outdoor, venkov, gastronomie,…),
- přeshraniční projekty.

Základní priority strategie

Základní priority stanovené na základě vize, cílů a analýzy turistické oblasti Šumavsko a destinačního managementu PRO Šumavsko, z. s.:

- Koordinace řízení cestovního ruchu
- Marketingová podpora cestovního ruchu
- Vytváření nových produktů cestovního ruchu
- Zkvalitnění služeb v cestovním ruchu
- Propojení a podpora činností informačních center

Do ekonomiky kraje by se realizace priorit a opatření měla promítnout zvýšením celkové návštěvnosti regionu a zvýšením příjmů z cestovního ruchu.

K naplnění strategické vize byly stanoveny tyto marketingové cíle, jejichž míra dosažení bude pravidelně vyhodnocována.

PRIORITA A: Koordinace řízení rozvoje cestovního ruchu

Hlavním cílem Priority A je vytvořit podmínky a pravidla pro efektivní a koordinované řízení cestovního ruchu na různých úrovních, s ohledem na podporu rozvoje ze strany Jihočeské centrály cestovního ruchu (JCCR), Jihočeského kraje i dalších subjektů působících v destinaci.

Součástí priority je **přehodnocení rolí a kompetencí jednotlivých subjektů cestovního ruchu** v destinaci, zejména s cílem posílit pozici regionálních aktérů a zajistit jednotný postup při plánování a realizaci aktivit.

Důležitou součástí je také **sjednocení komunikace** mezi jednotlivými subjekty a předávání zkušeností z realizovaných projektů, aby se osvědčené postupy šířily napříč regionem a přispívaly ke zvýšení kvality a konkurenceschopnosti nabídky.

Priority zahrnují **navázání spolupráce se subjekty mimo samosprávu**, např. s cestovními kancelářemi, pro rozvoj organizovaného cestovního ruchu a zapojení vybraných atraktivit do celostátních produktů cestovního ruchu. Spolupráce s regionálními aktéry bude rozvíjena s cílem podpořit propagaci specifických produktů a méně známých lokalit.

S ohledem na rozsah velkoplošného chráněného území Šumava a nutnost udržitelného rozvoje bude kladen důraz i na spolupráci se správou národního parku a CHKO, aby rozvoj cestovního ruchu respektoval ochranu přírody a krajiny.

Cíl priority

Zajistit efektivní, koordinované a dlouhodobě udržitelné řízení rozvoje cestovního ruchu v turistické oblasti Šumavsko.

Aktivity naplňující prioritu A

Na základě identifikovaných problémových oblastí byly navrženy následující klíčové aktivity a opatření:

Rozšíření spolupráce mimo oblast samosprávy

- Aktivně navazovat a rozvíjet spolupráci s partnery z veřejného, neziskového i soukromého sektoru, včetně podnikatelů, škol, kulturních institucí a environmentálních organizací.
- Zapojit do rozvoje cestovního ruchu také subjekty působící na pomezí cestovního ruchu (např. místní producenti, farmy, sportovní kluby, spolky apod.).

Zefektivnění koordinace a řízení

- Posílit úlohu destinační organizace PRO Šumavsko, z. s., jako klíčového koordinátora rozvoje cestovního ruchu.
- Nastavit jasný systém řízení, sdílení informací a komunikace mezi obcemi a subjekty v destinaci.

Monitoring a využívání dat

- Zajistit pravidelný a systematický sběr dat o návštěvnosti, ubytovacích kapacitách a trendech poptávky.
- Spolupracovat s Jihočeskou centrálou cestovního ruchu (JCCR) a CzechTourismem na vyhodnocování dat a jejich využití při plánování aktivit.

Rozvoj lidských zdrojů a vzdělávání

- Podporovat vzdělávání pracovníků v cestovním ruchu, gastronomii, hotelnictví, marketingu a komunikaci.
- Posilovat jazykové kompetence a digitální dovednosti osob působících v oblasti cestovního ruchu.
- Vytvořit systém výměny zkušeností mezi regiony – sdílení know-how, mentoring a inspirace dobrými příklady praxe.

Očekávané výstupy

- Uspořádání tematických seminářů a workshopů se zástupci modelových destinačních organizací
- Zavedení pravidelného setkávání aktérů cestovního ruchu v regionu (1–2x ročně) zaměřeného na sdílení informací, zkušeností a plánů.
- Vytvoření jednotného komunikačního a datového systému pro evidenci a vyhodnocování dat z oblasti cestovního ruchu.
- Posílení odbornosti pracovníků a zlepšení kvality služeb v destinaci prostřednictvím školení a vzdělávacích programů.

PRIORITA B: Marketingová podpora cestovního ruchu

Cestovní ruch představuje pro turistickou oblast Šumavsko jeden z klíčových rozvojových faktorů. Jeho význam je dlouhodobě vnímán jak podnikatelským sektorem, tak veřejnou správou. Kromě přímých ekonomických přínosů přispívá cestovní ruch také k udržování a oživení kulturního dědictví, rozvoji místních služeb a posilování identity regionu.

Marketing v cestovním ruchu má zásadní vliv na vnímání destinace a její konkurenceschopnost. V současnosti je propagace oblasti Šumavsko poměrně rozvinutá z kvantitativního hlediska, avšak chybí jí jednotný strategický rámec a důraz na kvalitu, cílení a vyhodnocování aktivit. Do budoucna je nutné sjednotit komunikaci destinace, rozvíjet spolupráci se subjekty z celého území a efektivně využívat moderní marketingové nástroje.

Důraz bude kladen na propagaci celé destinace jako jednoho funkčního celku, nikoli jen jednotlivých zařízení nebo lokalit. Prioritou je vytvářet tematické produkty, prezentovat region

prostřednictvím autentických příběhů a zaměřit se na konkrétní cílové skupiny, které mají k Šumavsku vztah nebo potenciál o něj zájem rozvíjet.

Cíl priority

Cílem této priority je sjednotit a posílit marketingovou komunikaci turistické oblasti Šumavsko tak, aby působila moderně, autenticky a dlouhodobě udržitelně. Důraz je kladen na efektivní spolupráci mezi destinační organizací, JCCR, obcemi a podnikateli, cílenou propagaci hlavních trhů a posílení povědomí o Šumavsku jako atraktivní destinaci s pestrou nabídkou zážitků po celý rok. Součástí je také vytvoření jednotné vizuální identity a nástrojů, které podpoří rozvoj značky Šumavsko a její konkurenceschopnost v rámci regionu i celé České republiky.

Aktivity naplňující prioritu B

Tvorba a propagace produktů cestovního ruchu

- Podpora prodeje produktů cestovního ruchu prostřednictvím workshopů, informačních seminářů, tematických kampaní a press/influencer tripů, sociálních sítí a dalších online nástrojů
- Spolupráce s cestovními kancelářemi a partnery, včetně rozvoje spolupráce s firmami a institucemi v rámci MICE segmentu
- Tvorba tematických balíčků („víkend na Šumavsku“, „gastro a řemesla Šumavska“, „rodinný pobyt v přírodě“ apod.).

Marketingová komunikace a propagační materiály

- Vytváření a distribuce propagačních materiálů – brožury, mapy, kalendáře akcí, dárkové předměty, regionální suvenýry.
- Podpora místních iniciativ a akcí – trhy, festivaly, kulturní události, regionální značky.
- Vytvoření jednotné vizuální identity destinace (grafický manuál, logotyp, barvy, typografie).

Digitální marketing a public relations

- Rozvoj online komunikace – web, sociální sítě (Facebook, Instagram, YouTube), PPC kampaně, newslettery.
- Spolupráce s médii a influencery, tvorba storytellingového obsahu (příběhy lidí, řemesel, tradicí).
- Vytvoření fotobanky a videobanky včetně dronových záběrů pro propagaci destinace.

Výzkum, monitoring a vyhodnocování

- Pravidelný sběr dat o návštěvnosti, trendech a spokojenosti návštěvníků.
- Vyhodnocování marketingových aktivit pomocí dat (GA4, sociální sítě, dotazníky).
- Podpora marketingových a rozvojových studií zaměřených na posílení konkurenceschopnosti destinace.

Očekávané výstupy

- Jednotná a dlouhodobě konzistentní marketingová komunikace destinace Šumavsko.
- Vznik nových propagačních materiálů v tištěné i digitální podobě.
- Aktivní účast na veletrzích, propagačních akcích a významných akcích uvnitř regionu.
- Posílení spolupráce mezi destinační organizací, JCCR, obcemi a místními podnikateli
- Zvýšení povědomí a pozitivního vnímání Šumavska jako moderní a autentické turistické oblasti.

PRIORITA C: Tvořit a zlepšovat produkty cestovního ruchu s důrazem na místní zdroje a autentické zážitky

Tato priorita se zaměřuje na rozvoj nových a zkvalitňování stávajících produktů cestovního ruchu s důrazem na využití lokálních zdrojů, tradic a přírodního bohatství. Cílem je rozšířit nabídku cestovního ruchu tak, aby byla rozmanitá, autentická a dostupná po celý rok, a zároveň respektovala principy udržitelného rozvoje.

Rozvoj produktů a infrastruktury je klíčem k vyváženému a dlouhodobě udržitelnému růstu destinace. Šumavsko má ideální podmínky pro rozvoj aktivního, poznávacího i kulturního pobytů, ale také pro rozvíjení nových, šetrných forem cestovního ruchu – jako jsou agroturistika, ekoturistika nebo venkovské pobyty. Zapojení místních podnikatelů, producentů a komunit

přispívá k posilování regionální identity a zvyšuje ekonomické přínosy cestovního ruchu pro celý region.

C1: Tvorba nových produktů cestovního ruchu a zkvalitnění stávající nabídky

Hlavním cílem této části je vytvořit atraktivní, kvalitní a rozmanitou nabídku produktů cestovního ruchu, které rozšiřují možnosti pro návštěvníky v rámci celé destinace – nejen v jejích nejznámějších oblastech.
Klíčové je využití lokálních zdrojů, tradic, gastronomie i kulturních aktivit, které návštěvníkům umožní poznat Šumavsko v celé jeho rozmanitosti.

Cíl priority

- Rozvíjet méně navštěvované oblasti a tím rozložit cestovní ruch rovnoměrněji po území.
- Podpořit celoroční nabídku cestovního ruchu se zvláštním důrazem na mimosezónní období a tím prodloužit délku pobytu návštěvníků
- Zkvalitnit infrastrukturu a služby v souladu s principy udržitelného rozvoje.

Aktivity naplňující prioritu

- Tvorba nových produktů postavených na kulturním, přírodním a sportovním potenciálu oblasti (např. zážitkové balíčky, tematické stezky, sportovní akce).
- Využití regionální gastronomie a tradičních řemesel jako součásti nabídky cestovního ruchu.
- Tvorba a distribuce propagačních materiálů prezentujících komplexní nabídku Šumavska.

Očekávané výstupy

- Vznik nových produktů cestovního ruchu a zvýšení kvality stávající nabídky.
- Posílení spolupráce mezi subjekty cestovního ruchu.
- Větší rozmanitost a atraktivita regionu.

C2: Rozvoj šetrných forem cestovního ruchu

Tato část se zaměřuje na rozvoj ekologicky šetrného a udržitelného cestovního ruchu, který respektuje přírodní hodnoty Šumavy a zároveň podporuje místní ekonomiku. Rozvoj venkovské turistiky, agroturistiky, ekoturistiky a ekoagroturistiky představuje příležitost, jak rozšířit nabídku pro domácí i zahraniční návštěvníky a současně přispět k ochraně přírody.

Cíl priority

- Podporovat udržitelné formy cestovního ruchu a šetrné nakládání s přírodními zdroji.
- Rozvíjet turistické produkty v méně známých oblastech destinace.
- Prodloužit délku pobytu návštěvníků mimo hlavní sezónu.

Aktivity naplňující prioritu

- Podpora a propagace venkovské turistiky, agroturistiky a ekoturistiky.
- Spolupráce s místními farmami, ekologickými projekty a tradičními hospodářstvími.
- Osvětové aktivity pro návštěvníky o ochraně přírody a kulturního dědictví.

Očekávané výstupy

- Vznik nových produktů zaměřených na udržitelný cestovní ruch.
- Lepší informovanost návštěvníků o přírodních hodnotách území.
- Posílení image Šumavska jako ekologicky odpovědné destinace.

C3: Využití kulturních akcí, regionálních tradic a místních produktů

Kulturní dědictví, folklor a regionální produkty tvoří nedílnou součást identity Šumavska. Tato část priority se zaměřuje na jejich využití jako nástroje rozvoje cestovního ruchu, posilování vztahu návštěvníků k regionu a podpory místních komunit.

Cíl priority

- Zvýšit konkurenceschopnost destinace prostřednictvím unikátní kulturní a řemeslné nabídky.

- Propojit kulturní akce s turistickými produkty a zážitky.
- Podporovat spolupráci mezi organizátory akcí a destinačním managementem.

Aktivity naplňující prioritu

- Organizace a propagace nových i tradičních kulturních akcí (festivaly, folklor, jarmarky).
- Vyhledávání a obnova historických tradic a řemesel.
- Koordinace a vzájemné propojení kulturních akcí v rámci celé oblasti.

Očekávané výstupy

- Zvýšení atraktivity regionu díky pestré kulturní nabídce.
- Posílení regionální identity a sounáležitosti obyvatel.
- Větší zájem návštěvníků o tradiční kulturu, řemesla a místní produkty.

PRIORITA D – Zkvalitnění služeb a rozvoj lidských zdrojů

Rozvoj cestovního ruchu v turistické oblasti Šumavsko je dlouhodobě podmíněn kvalitou poskytovaných služeb a odborností lidí, kteří je zajišťují. Kvalita služeb, profesionalita pracovníků a dostupnost spolehlivých informací mají zásadní vliv na celkovou spokojenost návštěvníků a vnímání destinace. Priorita D se proto zaměřuje na dvě hlavní oblasti – **vzdělávání a rozvoj lidských zdrojů** v cestovním ruchu a **posílení role turistických informačních center (TIC)** jako klíčových prvků destinační komunikace.

D1: Zkvalitnění služeb a rozvoj lidských zdrojů

Kvalitní služby jsou základním předpokladem konkurenceschopnosti destinace. Zvyšující se nároky návštěvníků, rozvoj digitálních technologií a důraz na udržitelnost vyžadují systematické vzdělávání a rozvoj pracovníků v oblasti cestovního ruchu, gastronomie, hotelnictví i komunikace.

Destinační management PRO Šumavsko, z. s. bude podporovat aktivity vedoucí k růstu odbornosti a profesionality zaměstnanců, podnikatelů i samospráv zapojených do rozvoje cestovního ruchu.

Cíl priority

- Zvyšovat kvalifikaci pracovníků v odvětví cestovního ruchu.
- Podporovat celoživotní vzdělávání a sdílení know-how mezi subjekty.
- Posilovat jazykové a digitální dovednosti pracovníků v oblasti cestovního ruchu.
- Zlepšit povědomí o principech udržitelného rozvoje a kvalitního servisu.

Aktivity naplňující prioritu

- Pořádání seminářů, školení a workshopů pro poskytovatele služeb.
- Organizace tematických konferencí a setkání odborníků z praxe.
- Podpora spolupráce se vzdělávacími institucemi a odbornými školami.
- Sdílení zkušeností a příkladů dobré praxe mezi podnikateli a obcemi.

Očekávané výstupy

- Zavedení systému pravidelného vzdělávání a školení.
- Posílení reputace destinace Šumavsko jako regionu s kvalitním servisem a odborným zázemím.

D2: Posílení a propojení činnosti turistických informačních center (TIC)

Turistická informační centra jsou klíčovým místem prvního kontaktu s návštěvníkem. Jejich úkolem je nejen poskytovat spolehlivé a aktuální informace, ale také zprostředkovávat pozitivní obraz destinace, podporovat propagaci a spolupracovat s destinačním managementem. Propojení TIC v rámci celé oblasti Šumavsko zvýší kvalitu služeb, dostupnost informací a efektivitu propagace.

Cíl priority

- Propojit síť TIC na regionální úrovni a zajistit jednotnou komunikaci.
- Podpora zvýšení kvality služeb a profesionality pracovníků TIC.
- Zapojit TIC do marketingových aktivit destinačního managementu.

- Zajistit dostupnost informací v českém i cizích jazycích, včetně online prostředí.

Aktivity naplňující prioritu

- Podpora činnosti stávajících TIC a zřizování nových v dosud nepokrytých lokalitách.
- Organizace vzdělávacích programů a školení pro pracovníky TIC.
- Propojení TIC prostřednictvím digitální platformy a sdíleného informačního systému.
- Zapojení TIC do společných propagačních aktivit a kampaní Šumavsko.

Očekávané výstupy

- Vznik regionální sítě spolupracujících TIC.
- Vyšší profesionalita a kvalita poskytovaných služeb.
- Zvýšení informovanosti návštěvníků a posílení značky Šumavsko jako přívětivé a dobře organizované destinace.

Integrace území a vytvoření jednotné turistické oblasti

V návaznosti na *Koncepci rozvoje cestovního ruchu Jihočeského kraje 2021–2030* je dlouhodobou vizí vytvoření jednotného geografického celku Šumava, který by byl vnímán jako jedna turistická oblast s provázanou nabídkou a koordinovaným řízením. Tento krok je logickým a přirozeným vyústěním snah o efektivnější propagaci, řízení a vnímání regionu návštěvníky i místními obyvateli.

Spolek PRO Šumavsko, z. s. však upozorňuje, že z praktického hlediska není vhodné, aby celá oblast Šumavy byla řízena pouze jedním destinačním managementem. Území je značně rozmanité, zahrnuje rozdílné ekonomické, kulturní i geografické podmínky, a působí v něm různé organizace s vlastními zkušenostmi a prioritami.

Z tohoto důvodu PRO Šumavsko podporuje myšlenku integrace formou koordinované spolupráce mezi stávajícími destinačními organizacemi, nikoliv jejich sjednocením pod jeden řídicí subjekt. Takový proces by měl být iniciován na úrovni krajů a dalších samosprávných orgánů, které by zajistily férový rámec a rovné postavení všech zapojených stran.

Spolek se zároveň zavazuje aktivně spolupracovat na tvorbě uceleného systému řízení Šumavy a napomáhat jeho rozvoji, přestože nesouhlasí s direktivním postupem.

Závěr

Strategie rozvoje cestovního ruchu turistické oblasti Šumavsko 2026–2030 představuje dlouhodobý rámec pro udržitelný, konkurenceschopný a vyvážený rozvoj destinace. Navazuje na specifické přednosti regionu – jedinečnou přírodu, kulturní dědictví i potenciál místních komunit – a zároveň reaguje na klíčové výzvy, jako je sezónnost návštěvnosti, tlak na nejexponovanější lokality nebo potřeba profesionalizace služeb.

Rozvoj destinace je postaven na partnerství, spolupráci a koordinovaném řízení. Klíčovými principy strategie jsou propojení Šumavy a Pošumaví, budování silné značky Šumavsko, rozvoj produktů založených na místních zdrojích, inovace a moderní marketing. Důraz je kladen na celoroční nabídku, rovnoměrné rozložení návštěvnosti a podporu méně známých lokalit, které pomohou rozšířit ekonomické přínosy cestovního ruchu do celého regionu.

Dokument vymezuje konkrétní cíle, priority i opatření, která umožní přetavit strategickou vizi v praxi. Úspěch strategie bude záviset na aktivní spolupráci obcí, podnikatelů, institucí i obyvatel. Pokud se podaří tyto aktéry propojit a společně naplňovat definované cíle, má Šumavsko potenciál stát se ukázkovou destinací udržitelného cestovního ruchu, která respektuje přírodní i kulturní hodnoty území a současně vytváří kvalitní zážitky pro návštěvníky i přínosy pro místní komunitu.

Strategie není uzavřeným dokumentem – je to živý nástroj, který se může dále aktualizovat podle měnících se trendů, potřeb území i podnětů partnerů. Jejím hlavním posláním je dát jasný směr rozvoje destinace tak, aby se Šumavsko stalo moderní, přátelskou a udržitelnou destinací s dlouhodobým potenciálem.

Použité zdroje

1. FORET, M., FORETOVÁ, V. Jak rozvíjet místní cestovní ruch. Praha: Grada Publishing, 2001. 180 s. ISBN 80-247-0207-X.

2. HESKOVÁ, M. a kol. *Cestovní ruch.* Praha: Fortuna, 2006. ISBN 80-7168-948-3.

3. Jihočeský kraj - Strategie rozvoje cestovního ruchu pro roky 2009 – 2013 [online]. 2016 [cit. 2016-10-26]. Dostupné z: http://www.krajjihocesky.cz/1541/strategie_rozvoje_cestovniho_ruchu_v_jihoceskem_krajji_na_roky_200982112013.htm

4. Jihočeská centrála cestovního ruchu - KONCEPCE ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU JIHOČESKÉHO KRAJE 2021–2030

5. Jižní Čechy – Turistické oblasti [online]. 2024 [cit. 2021-11-30]. Dostupné z: https://www.jiznicechy.cz/turisticke-oblasti [online] [cit. 2021-11-30]. Dostupné z https://www.jccr.cz/files/documents/3/koncepce-00-hlavni-tisk1_6zr0.pdf

6. KIRÁĽOVÁ, A. *Marketing destinace cestovního ruchu*. Ekopress 2003, ISBN 80-86119-56-4.

7. KIRÁĽOVÁ, A., STRAKA, I. *Globalizace a marketing destinace cestovního ruchu.* Ekopress 2013, ISBN 978-80-86929-99-6.

8. MALÁ, V. a kol. Základy cestovního ruchu. Praha: Vysoká škola ekonomická, 2002. 98 s. ISBN 80-245-0439-1.

9. NEJDL, K. Management destinace cestovního ruchu. Wolters Kluwer ČR 2011, ISBN 978-80-7357-673-8.

10. PALATKOVÁ, M. *Marketingový management destinací.* Praha, Grada Publishing 2011, ISBN 978-80-247-3749-2.

11. VANÍČEK, J. *Plánování a regionální rozvoj cestovního ruchu*. Vysoká škola polytechnická Jihlava. Jihlava 2010.

12. VEBER, J. *Management - základy, prosperita, globalizace.* Praha, Management Press 2001, ISBN 80-7261-029-5.

13. CzechTourism. (2020). *Manuál tvorby produktu cestovního ruchu: Metodický postup*. Praha: CzechTourism, 20 s

Seznam zkratek

DMO Destinační management

CR Cestovní ruch

MAS Místní akční skupina

MICE Incentivní cestovní ruch

NP Národní park

ORP Obec s rozšířenou působností

CHKO Chráněná krajinná oblast

JCCR Jihočeská centrála cestovního ruchu

SEO Search Engine Optimization

TIC Turistické informační centrum

VŠO Vysoká škola obchodní v Praze, o.p.s

VÚ Boletice Vojenský újezd Boletice

z.s. Zapsaný spolek

z.ú. Zapsaný ústav

Seznam tabulek

Tabulka 1 Přehled chráněných území v turistické oblasti Šumavsko.....13
Tabulka 2 Nejvýznamnější kulturně-historické památky a atraktivity 14

Seznam obrázků

Obrázek 1 Mapa turistické oblasti Šumavsko Zdroj: PRO Šumavsko, z.s., 2020.....12

Seznam obcí v TO Šumavsko

Pořadí	OBEC	ZUJ obce	Kraj	ORP	Rozloha (ha)	Počet obyvatel
1	**DSO Prachaticko**					
2	Husinec	550230	Jihočeský	Prachatice	1035	1405
3	Chroboly	550264	Jihočeský	Prachatice	3468	601
4	Ktiš	550329	Jihočeský	Prachatice	3879	469
5	Nebahovy	550434	Jihočeský	Prachatice	1628	630
6	Prachatice	550094	Jihočeský	Prachatice	3892	11119
7	Záblatí	550680	Jihočeský	Prachatice	2448	313
8	Zábrdí	537195	Jihočeský	Prachatice	490	66
9	Žernovice	537209	Jihočeský	Prachatice	530	344
10	**DSO Věnec**					
11	Čkyně	550167	Jihočeský	Vimperk	2068	1553
12	Bošice	550124	Jihočeský	Vimperk	834	378
13	Lčovice	561649	Jihočeský	Vimperk	577	142
14	Zálezly	550698	Jihočeský	Vimperk	931	346
15	Bohumilice	550116	Jihočeský	Vimperk	342	320
16	Svatá Maří	550558	Jihočeský	Vimperk	1271	615
17	**Mikroregion Horní Vltava a Boubínsko**					
18	Borová Lada	545902	Jihočeský	Vimperk	6894	281
19	Buk	537519	Jihočeský	Vimperk	2579	317
20	Horní Vltavice	550205	Jihočeský	Vimperk	5880	354
21	Křišťanov	563978	Jihočeský	Prachatice	1807	86
22	Kubova Huť	563978	Jihočeský	Vimperk	141	96
23	Kvilda	550337	Jihočeský	Vimperk	4519	123
24	Lenora	550353	Jihočeský	Prachatice	1779	652
25	Strážný	550531	Jihočeský	Vimperk	4965	392
26	Vimperk	550647	Jihočeský	Vimperk	8004	7289
27	Volary	550671	Jihočeský	Prachatice	10751	3692
28	Zbytiny	550701	Jihočeský	Prachatice	3905	361
29	**Mikroregion Vlachovo Březí**					
30	Budkov	561576	Jihočeský	Prachatice	504	91
31	Bušanovice	550159	Jihočeský	Prachatice	973	270
32	Chlumany	550248	Jihočeský	Prachatice	557	374
33	Čepřovice	550949	Jihočeský	Stakonice/Volyně	1022	211
34	Dub	550183	Jihočeský	Prachatice	1452	425
35	Dvory	537144	Jihočeský	Prachatice	334	93
36	Hoštice	551121	Jihočeský	Strakonice/Volyně	392	145
37	Kratušín	537136	Jihočeský	Prachatice	395	44
38	Lažiště	550345	Jihočeský	Prachatice	427	316
39	Litochovice	551341	Jihočeský	Strakonice/Volyně	1095	292
40	Lipovice	537071	Jihočeský	Prachatice	469	219
41	Malenice	551384	Jihočeský	Strakonice/Volyně	987	729
42	Předslavice	551635	Jihočeský	Strakonice	1157	243
43	Strunkovice nad Blanicí	550540	Jihočeský	Prachatice	2468	1317
44	Šumavské Hoštice	550574	Jihočeský	Vimperk	836	416
45	Tvrzice	550604	Jihočeský	Prachatice	317	130
46	Vlachovo Březí	550663	Jihočeský	Prachatice	1997	1750
47	Žárovná	529923	Jihočeský	Vimperk	242	115
48	**Mikroregion Šumavské Podhůří**					
49	Nicov	529893	Jihočeský	Vimperk	1377	85
50	Stachy	550515	Jihočeský	Vimperk	2817	1114
51	Vacov	550621	Jihočeský	Vimperk	3521	1467
52	Zdíkov	550728	Jihočeský	Vimperk	3191	1721
53	**Obce přiřazené po rozpadu TO Prácheňsko a PodKletí**					

54	Hracholusky	550221	Jihočeský	Prachatice	2136	479
55	Lhenice	550361	Jihočeský	Prachatice	3914	2052
56	Netolice	550442	Jihočeský	Prachatice	2635	2467
57	Malovice	550481	Jihočeský	Prachatice	2479	698
58	Mičovice	550426	Jihočeský	Prachatice	2337	353
59	Vitějovice	550665	Jihočeský	Prachatice	1180	529
60	Vrbice	566675	Jihočeský	Vimperk	228	62
61	Čestice	550957	Jihočeský	Strakonice	2321	907
62	Dřešín	551040	Jihočeský	Strakonice	892	328
63	Drážov	551023	Jihočeský	Strakonice	1231	228
64	Hoslovice	551104	Jihočeský	Strakonice	1078	172
65	Němčice	550396	Jihočeský	Strakonice	275	109
66	Němětice	536727	Jihočeský	Strakonice	369	125
67	Nihošovice	551520	Jihočeský	Strakonice	894	310
68	Nišovice	536962	Jihočeský	Strakonice	625	252
69	Nová Ves	560201	Jihočeský	Strakonice	852	105
70	Přechovice	536547	Jihočeský	Strakonice	394	147
71	Strunkovice nad Volyňkou	536784	Jihočeský	Strakonice	379	130
72	Úlehle	536695	Jihočeský	Strakonice	656	90
73	Vacovice	536504	Jihočeský	Strakonice	259	52
74	Volyně	551970	Jihočeský	Strakonice	2058	3036
75	**Zbytek obcí**					
76	Drslavice	537187	Jihočeský	Prachatice	475	96
77	Pěčnov	537543	Jihočeský	Prachatice	198	174
78	Radostice	550485	Jihočeský	Prachatice	1040	149
79	Těšovice	550582	Jihočeský	Prachatice	837	320
80						
81						
82						
83						
84						
85						
86						
87						
88						
89						
90						
91						
92						
93						
94						
95						
96						
97						
98						
99						
100						

Počet obcí celkem:	72

Rozloha celkem:	130889