Město Mariánské Lázně

Komise lázeňství, cestovního ruchu a UNESCO

ZÁPIS Z JEDNÁNÍ č. 9

TERMÍN JEDNÁNÍ:

13.12.2023 ve 14:00 hodin v domě Chopin, Hlavní tř. 47, Mariánské Lázně – vnitroblok ve 3. NP (kreativní dílny).

PŘÍTOMNI:
Kalivoda Karel, Bartoš Jaromír, Osička Viktor, Folprecht David, Richter Jiří, Urbánková Veronika, Franta Vojtěch, Baranovská Marie, Mottlová Ivana
OMLUVENI: Šnajdr Radek, Staňková Natálie
NEPŘÍTOMNI: Paseková Švandová Milada

KLCR je usnášeníschopná

Hosté: Hurajčík Martin, Zabolotný Samuel, Chadim Miloslav, Tintěrová Barbora, Stejskalová Zuzana, Červený Petr, Candrová Noemi, Nekovář Václav

PRŮBĚH JEDNÁNÍ:

1 Uvítání, kontrola účasti, schválení programu a informace z jednání RM k zápisu KLCR UNESCO z 15.11.2023

Předseda přivítal přítomné, zahájil jednání. Konstatoval, že komise je usnášeníschopná a dal hlasovat o schválení programu.

Program:

1. Uvítání, kontrola účasti, schválení programu, informace z Rady města k zápisu KLCR UNESCO z 15.11.2023
2. Radregion Bayerisch-Böhmische Bäder - https://www.cykloregion-cesko-bavorske-lazne.cz/cs/ – P.Červený (projektový manažer)
3. Informace z KDA Živý kraj – plán aktivit 2024 – B. Tintěrová (zástupce města ve správní radě)
4. Koncepce cestovního ruchu, lázeňství a památek zapsaných na Seznamu světového dědictví UNESCO v Karlovarském kraji 2024-2030 - V. Franta
5. Klimatické lázně – informace z jednání pracovní skupiny - K.Kalivoda
6. Minuty UNESCO – Z. Stejskalová
7. Různé

Usnesení:
Komise schvaluje program jednání bez připomínek a bere na vědomí informace z RM.

PRO: 9
PROTI: 0
ZDRŽEL SE: 0

2 **Radregion Bayerisch-Böhmische Bäder - https://www.cykloregion-cesko-bavorske-lazne.cz/cs/ – P.Červený (projektový manažer)**

P. Červený představil projekt – viz. příloha.

3 **Informace z KDA Živý kraj – plán aktivit 2024 – B. Tintěrová (zástupce města ve správní radě)**

B. Tintěrová představila plán aktivit KDA Živý kraj- viz.příloha + pravidelná „Shrnutí aktivit" lze najít na stránce https://zivykraj.cz/b2b/ke-stazeni/, případně lze sledovat aktuality na https://zivykraj.cz/kategorie/b2b/ nebo FB profilu viz. https://www.facebook.com/Destinacniagentura.Karlovarskehokraje

4 **Koncepce cestovního ruchu, lázeňství a památek zapsaných na Seznamu světového dědictví UNESCO v Karlovarském kraji 2024-2030 - V. Franta**

V. Franta informoval o připravované koncepci. K. Kalivoda sdílel problematiku „vízové politiky" státu se zeměmi Kazachstán, Ázerbájdžán, Uzbekistán a informoval členy komise, že v této záležitosti chystá odeslání výzvy ke zlepšení situace na dotčená ministerstva i hejtmana Karlovarského kraje.

5 **Klimatické lázně – informace z jednání pracovní skupiny - K.Kalivoda**

Informace z jednání pracovní skupiny shrnul K. Kalivoda vč. řešení problematiky ve 2 úrovních (město a poskytovatelé).

6 **Minuty UNESCO – Z. Stejskalová**

7 **Různé**

K. Kalivoda informoval členy komise, že vánoční strom na lázeňské kolonádě obsadil 1. místo v okrese Cheb v soutěži vyhlášené vydavatelstvím Deník.cz a postupuje tak do krajského kola.

Jednání bylo ukončeno v 16,45 hodin.

Příští jednání proběhne *24.1.2024 od 14,00 hodin v domě Chopin*.

Termíny jednání 2024:
24.1.2024
21.2.2024
20.3.2024
17.4.2024
15.5.2024
19.6.2024
18.9.2024

16.10.2024
20.11.2024
18.12.2024

V Mariánských Lázních dne 13.12.2023
Zapsala: Ing. Jana Palacká
Schválil: Karel Kalivoda, předseda komise

Živý kraj – Destinační agentura pro Karlovarský kraj, z.s.

Karlovarský kraj
Žijeme regionem

Marketingový plán pro rok 2024

Cílem tohoto marketingového plánu destinační agentury je nejen posílit naši regionální identitu, ale také podporovat trvalý rozvoj, turistický ruch a ekonomickou prosperitu našeho krásného kraje.

Karlovarský kraj, s jeho bohatou historií, termálními prameny a nádhernou přírodou, má nekonečný potenciál stát se symbolem jedinečného zážitku pro obyvatele, návštěvníky a podnikatele. Naše vize spočívá v tom, odhalit a zdůraznit každý aspekt našeho kraje, od historického lázeňského města Karlových Varů až po malebné kouty Krušných hor.

V roce 2024 se opět zaměříme na inovativní přístup k marketingu, který propojuje tradici s moderními trendy a nasazuje naše bohatství do centra globálního povědomí. Naším cílem je nejen přilákat zvědavé turisty, ale také aktivně podporovat lokální podniky a podněcovat investice k prospěchu regionálního rozvoje.

Ať už prostřednictvím sociálních médií, naší nové interaktivní webové stránky www.mozaikazazitku.cz nebo tradičních médií, společně vytváříme příběh Karlovarského kraje, který bude inspirující, překvapující a oslovující každého, kdo s ním přijde do styku.

1. Situační analýza

Silné stránky cestovního ruchu v Karlovarském kraji:

- **Lázeňská tradice**: Cestovní ruch kraje je založen na mnoha staletími prověřené lázeňské tradici. Lázeňská léčba je stále atraktivní pro ty, kteří hledají léčebné a wellness pobyty.
- **Přírodní léčivé zdroje:** Světově unikátní koncentrace a kvalita termálních pramenů a studených kyselek, radonová voda, pelioidy a klimatické podmínky jsou hlavním bohatstvím, za kterým do kraje přijíždějí lázeňští hosté.
- **UNESCO**: Hornická krajina Krušnohoří a Západočeský lázeňský trojúhelník, jako součást Great Spa Towns of Europe i nově rukodělná výroba skla reprezentovaná sklářskou manufakturou Moser, jsou velkým lákadlem k návštěvě památek UNESCO.
- **Přírodní krásy**: Karlovarský kraj nabízí na malé ploše velkou rozmanitost a množství přírodního bohatství, které je atraktivní pro široké spektrum návštěvníků.
- **Kulturní a historické památky**: Výjimečné architektonické skvosty v lázeňských městech (především v Karlových Varech a Mariánských Lázních) a historické památky v kraji (v čele s hradem Loket) patří tradičně k nejvíce navštěvovaným v naší republice.
- **Festivaly, kulturní a sportovní události**: Karlovarský filmový festival, Loketské kulturní léto, kulturní i sportovní akce a koncerty lákají návštěvníky z domova i ze zahraničí.
- **Sportovní vyžití:** Bohaté sportovní vyžití během celého roku (turistika, cyklistika, vodní turistika, golf, lyžování)

- **Fabrik tour:** Projekt prezentace tradiční výroby značek Moser, Thun 1794 a Jan Becher se těší velké oblibě návštěvníků našeho kraje.

Slabé stránky cestovního ruchu v Karlovarském kraji:

- **Sezónnost**: Region je závislý na sezónním lázeňském turismu, přes zimní období počet návštěvníků klesá.
- **Dopravní dostupnost**: Nedostatek efektivní dopravní infrastruktury (letecké a vlakové spojení, stav dálnice do Prahy) limituje příjezd turistů do regionu.
- **Nízká diverzifikace atrakcí**: Nedostatečná diverzifikace turistických atrakcí (chybějící aquapark, interaktivní technologické centrum apod.) omezuje zájem návštěvníků a délku jejich pobytu v kraji
- **Nízký marketingový dosah**: Chybějící účinná mezinárodní propagace, jež ovlivňuje povědomí a zájem turistů z dalších zemí.
- **Omezená turistická infrastruktura**: Nedostatek ubytovacích a restauračních kapacit a dalších turistických služeb v některých částech regionu limituje počet návštěvníků a omezuje jejich pohodlí.

Příležitosti v oblasti turismu v Karlovarském kraji:

- **Rozvoj nových lázeňských produktů**: Inovace v oblasti lázeňství, wellness a léčebných procedur mohou přilákat nové zákazníky, včetně těch hledajících specifické zdravotní a relaxační zážitky.
- **Diversifikace turistických atrakcí:** Rozvoj nových turistických atrakcí a aktivit, jako jsou například outdoorové aktivity, může zvýšit atraktivitu regionu pro různé cílové skupiny.
- **Digitální marketing a sociální média:** Efektivní využívání digitálních médií v zahraničí může pomoci v propagaci regionu na mezinárodní úrovni, oslovovat nové trhy a vytvářet silnou online přítomnost.
- **Rozvoj kulturních akcí:** Podpora kulturních festivalů, uměleckých událostí a historických oslav může přilákat turisty s kulturním zájmem a posílit obraz Karlovarského kraje jako atraktivní destinace.
- **Spolupráce s cestovními agenturami:** Rozšiřování partnerství s cestovními agenturami a organizátory zájezdů může zvýšit povědomí o regionu a přilákat organizované skupiny turistů.
- **Geografická poloha**: Strategická poloha poblíž hranic s Německem může přinášet obchodní příležitosti a výhody při společné propagaci sousedních regionů.
- **MICE**: Rozvoj kongresové turistiky.

Hrozby v oblasti turismu v Karlovarském kraji:

- **Změny v cestovních vzorcích**: Nejistoty spojené s globálními událostmi, epidemiemi a politickými situacemi mohou ovlivnit cestovní vzorce a návštěvnost.
- **Konkurence s jinými regiony**: Nedostatečná diferenciace od jiných turistických destinací může vést ke konkurenčním tlakům a snížení zájmu o Karlovarský kraj.
- **Infrastrukturní omezení**: Nedostatek moderní infrastruktury a dopravních spojení může omezovat přístup turistů do regionu a pohodlí jejich pobytu.
- **Negativní vlivy na životní prostředí**: Nadměrný turismus a neudržitelné praktiky mohou mít negativní dopady na životní prostředí, což může odradit ekologicky zaměřené turisty.
- **Sezónní závislost**: Závislost na sezónním turismu může znamenat, že ekonomika regionu je citlivá na fluktuace návštěvnosti v různých částech roku.

Výzvy a příležitosti v oblasti turismu jsou neustále proměnlivé, a proto je důležité pružně reagovat na změny v cestovním chování a globálních trendech.

2. Cílové skupiny a zdrojové trhy

Hlavní cílové skupiny pro propagaci Karlovarského kraje mohou být rozděleny do několika segmentů, s ohledem na specifické zájmy, potřeby a přínosy pro region. Následující jsou příklady hlavních cílových skupin:

Turisté:

- **Lázeňští turisté**

Charakteristika:
Hledají zážitek spojený s lázeňstvím, wellness, relaxací a zdravým životním stylem.

Cíle:
Oslovit ty, kteří hledají léčivé přírodní zdroje, léčebné procedury a zážitky spojené s tradiční lázeňskou kulturou. Zároveň cílit na osoby, které si uvědomují důležitost prevence a zdravého životního stylu. Nabízet lázeňské pobyty jako prostředek k posílení imunity, snížení stresu a podporu celkového fyzického a duševního blaha.

- **Aktivní turisté včetně rodin s dětmi**:

Charakteristika:
Ocení přírodní krásy, vyhledávají dovolenou spojenou s outdoorovými aktivitami, sportem a dobrodružstvím. Zároveň hledají aktivity pro celou rodinu, od atrakcí pro děti po relaxaci pro rodiče.

Cíle:
Propagovat malebnou krajinu, turistiku, cyklistiku a jiné outdoorové aktivity, které Karlovarský kraj nabízí. Oslovování této skupiny zahrnuje propagaci turistických tras, cyklistických stezek, adrenalinových sportů a dalších outdoorových zážitků v regionu s akcentem na rodinám přátelské atrakce, ubytování a bezpečné prostředí pro děti.

- **Kulturní turisté**:

Charakteristika:
Mají zájem o historické a kulturní památky včetně památek UNESCO, festivaly a umělecké události.

Cíle:
Prezentace kulturních akcí, muzeí, historických památek a festivalů, které přitáhnou ty, kteří chtějí prozkoumat kulturní dědictví regionu.

- **Gastro turisté:**

Charakteristika:
Zajímají se o gastronomii, místní kulinářské speciality a regionální produkty.

Cíle:
Přilákat ty, kteří chtějí objevovat místní gastronomii, návštěvu trhů, degustace a restaurace.

- **Ekologicky zaměření turisté**:

Charakteristika:
Zaměření na udržitelný cestovní ruch a ochranu životního prostředí.

Cíle:
Propagovat ekologicky šetrné aktivity, ubytování a podporovat odpovědný turismus.

- **Jednodenní návštěvníci**

Charakteristika:
Navštěvují určité místo nebo událost pouze na jeden den, často s konkrétním účelem nebo záměrem. Např. návštěvník festivalu nebo pamětihodnosti.

Cíle:
Poskytnutím silného zážitku inspirovat návštěvníky k opakovanému dlouhodobějšímu pobytu v kraji.

Místní obyvatelstvo:

- **Obyvatelé Karlovarského kraje**: Komunikace s místními obyvateli pro podporu regionální identity a angažovanost ve společenských a kulturních aktivitách.
- **Mladá generace**: Podpora mladých lidí, aby zůstali v regionu nebo se sem vrátili po studiích.
-

Akademická a výzkumná komunita:

- **Vědecké instituce:** Oslovování vědecké komunity pro spolupráci, výzkumné projekty a konference v oblasti lázeňství, geologie a historie.

Efektivní propagace bude záviset na specifických cílech a sdělení pro každou cílovou skupinu, s důrazem na individuální potřeby a přínosy, které Karlovarský kraj může nabídnout.

Identifikace ideálních zdrojových trhů je klíčovým prvkem úspěšného cestovního ruchu a marketingové strategie. V případě Karlovarského kraje můžeme identifikovat několik ideálních zdrojových trhů pro cestovní ruch na základě aktuálních statistik návštěvnosti a analytických údajů, a také na základě charakteristik a preferencí potenciálních návštěvníků. Je také důležité brát v úvahu změny v cestovním chování a trendy.

Ideální zdrojové trhy:

- Česká republika

Domácí cestovní ruch je klíčovým zdrojem, zejména s ohledem na růst popularity destinace v rámci České republiky, jako ideální místo pro lázeňský a wellness pobyt, aktivní rodinnou dovolenou, sportovní a kulturní vyžití.

- Německo

Německo je tradičně hlavním zdrojovým trhem pro Karlovarský kraj. Obyvatelé SRN k nám přijíždějí na lázeňské a relaxační pobyty, za historií, kulturními, sportovními a gastronomickými zážitky.

Trhy s vysokým potenciálem:

- Státy SNS (Kazachstán, Ázerbájdžán, Uzbekistán a další):

Společenství Nezávislých Států nabízí rozvoj lázeňského cestovního ruchu díky vysokému povědomí o kvalitě lázeňské péče. Překážkami jsou především přímé letecké spojení a vízové formality.

- Izrael

Pro turisty z Izraele jsme známou a bezpečnou destinací. Přímá letecká linka usnadní především dopravu lázeňských hostů do místních lázeňských hotelů. Potenciál téměř jednoho milionu ruskojazyčných izraelských klientů s vysokým povědomím o lázeňské léčbě je pro nás výzvou.

- Blízký Východ (Saudská Arábie, SAE, Kuwait, Egypt, Jordánsko a další)

Bonitní arabská klientela, která v lázních tráví nejdelší léčebný pobyt, má hluboké povědomí o lázeňství a je připravena zaplatit za luxusní a exkluzivní zážitky.

Trhy s potenciálem:

- Skandinávie a země Beneluxu

Ve Skandinávii a zemích Beneluxu identifikujeme zájem o camping, aktivní trávení volného času s rodinou (vodní turistika, cyklistika, historické památky), kulturní a gastronomické zážitky.

- Slovensko, Rakousko, Polsko a státy Pobaltí

Sousední země a země Pobaltí mají rostoucí návštěvnický potenciál zaměřený na relaxační, poznávací i aktivní dovolenkové pobyty.

- Dálný Východ (Tchaj-wan, Čína a Jižní Korea)

S rostoucím zájmem o evropské destinace představuje především Tchaj-wan a Jižní Korea vysoce bonitní trh zajímavý pro trh luxusního zboží a služeb. Rozvoj CR významně ovlivňuje přímé letecké spojení a efektivní práce s influencery, youtoubey, vlogery a blogery.

- Severní Amerika (USA a Kanada)

Vzrůstající zájem turistů z USA a Kanady do ČR představuje i pro Karlovarský kraj zajímavý potenciál především pro 5* hotely, restaurace s gastronomií na nejvyšší úrovni, sklárnu Moser a lázeňské památky UNESCO.

3. Cíle marketingového plánu

- rozvoj silné značky pro Karlovarský kraj
  = brand awareness značky „Živý kraj“ spojené s unikátními rysy Karlovarského kraje, jako jsou lázeňství, historické památky, kulturní bohatství, přírodní krásy, tradiční lokální produkty a také kvalitní služby

- zvýšení turistického ruchu s ohledem na jeho udržitelnost
  = implementace udržitelné strategie, zahrnující rozvoj infrastruktury, edukaci turistů o udržitelném cestování a podporu místní ekonomiky, aby se zvýšil turistický ruch v Karlovarském kraji

- podpora regionálních podniků a producentů
  = navázání strategické spolupráce stakeholderů s destinační agenturou za účelem vytvoření efektivních propagačních aktivit, s cílem zdůraznit autentičnost a jedinečnost místní nabídky
  = budování funkční 3K platformy

4. Strategie

Stabilizovat postavení Karlovarského kraje prostřednictvím nabídky kvalitních produktů cestovního ruchu a lázeňství. Posílením spolupráce mezi organizací Živý kraj – Destinační agentura pro Karlovarský kraj a subjekty cestovního ruchu v kraji přispět k prodloužení délky pobytu turistů v Karlovarském kraji.

Detailní popis viz Strategie činnosti 2023 – 2030 pro organizaci Živý kraj – Destinační agentura pro Karlovarský kraj, z. s. na webu https://zivykraj.cz/b2b/ v sekci Media/Dokumenty.

5. Marketingové nástroje

Webová stránka s informacemi o kraji

- pravidelná aktualizace turistického portálu www.zivykraj.cz
- pravidelná aktualizace webu s nabídkou léčebných, wellness a preventivních programů www.laznezdravi.cz
- správa webu www.cestazapivem.cz
- správa a úprava webu www.mozaikazazitku.cz

Sociální média pro interakci s cílovými skupinami

Facebook

- Využití galerií – pomáhají rozproudit diskuzi, sledující s námi interagují, sdílí své zážitky a fotografie.
- Podpora blogových článků.

Instagram

- Práce s guides

Vytvoření průvodců na různá témata, kam můžeme ukládat již vypublikované příspěvky. (Tipy na výlety, Tipy na 3 / 5 / 7 dní v…, Jaro / léto / podzim / zima)

- Spolupráce s influencery

Navázání dalších spoluprací s alespoň dvěma relevantními a kvalitními influencery, kteří se k destinační agentuře Živý kraj hodí a budou skvělou cestou k budování Brand Awaraness. Uspořádání presss tripu pro skupinu influencerů.

TikTok

- Videa nebo statické formáty – galerie fotek s krátkým popiskem na různé téma (např. X věcí, co nesmíš zmeškat v…, X důvodů, proč navštívit…, X rooftop views in…, all the relaxing things not to miss in…, TOP X IG spots in…)

Pinteres

- Podpora placené kampaně organickými příspěvky.
- Vytvoření nástěnek.
- Pro budování profilu můžeme využívat již vytvořený content, který vznikl pro FB, IG nebo TikTok.
- Pinterest je rostoucí platforma, na které se nachází naše cílová skupina lidé hledají inspiraci a my je chceme inspirovat.
- 80 % uživatelů říká, že novou značku objevilo právě na Pinterestu.
- Není potřeba mít velké množství sledujících, abyste byli vidět.
- Platforma chce, abyste sdíleli odkazy, což znamená více návštěvníků na vašem webu/blogu
- Uživatelé jsou zvyklí, že pro více informací musí po prokliku opustit platformu.

Videoobsah

- Větší autenticita
- Zajímavější a poutavější reklama
- Místa lépe ukážeme
- Lepší výsledky v performance – nižší cena za nákup
- Nízké produkční náklady
- Využití na mnoha sociálních sítích (podpora algoritmu)

<u>Online kampaně</u>

- PPC search, PPC Display, SoMe, video and mobile Ads, direct display a nativní reklama, využití bannerových systému doplněných o remarketing skrze všechny dostupné kanály (Google, Sklik, Facebook, Programmatic)

<u>PR a propagační materiály (brožury, videa, fotografie)</u>

- tištěná inzerce
- letní/zimní suplement
- vlastní ediční činnost, dotisk a aktualizace
- pravidelné pořizování AV obsahu

<u>Direct marketing</u>

- pravidelný měsíční newsletter s tipy na výlety v Karlovarském kraji
  - každý měsíc nové blogové články na aktuální témata
  - turistická nabídka odpovídající aktuální sezóně
  - podpora lokálních podniků a produktů

OOH

- billboardy a bigboardy CLV
- rámečky v metru, vlacích, autobusech
- tramvaje a autobusy – velkoplošný branding
- branding infostánků

Účast na veletrzích a akcích

Veletrhy

- Dresden, München, Nürnberg, Leipzig, Vienna, Herning, Wroclaw, Vilnius, Bratislava, Tel Aviv, Utrecht, Kazachstán a Uzbekistán, Praha a další
- Cílené prezentace v Izraeli, státech SNS, Německu, Dánsku, Azerbajdžánu a na Blízkém východě

Eventy

- Den cyklostezky Ohře
- Kraj dokořán
- KVIFF
- Wir sind Nachbaren
- Canaletto Dresden
- Stadtfest Hof
- Bürgerfest Selb
- Piknik nad Odrou
- a další

Press, FAM a influencer tripy

- individuální nebo ve spolupráci se zahraničními zastoupeními CzechTourism

6. Finanční plán

viz rozpočet DMO Živý kraj pro rok 2024

7. Měření výsledků

Sledování turistického ruchu a ekonomické aktivity

- využívání dostupných dat a jejich sdílení se stakeholdery
  - ČSÚ, Tourdata.cz, Spadata.cz
- monitorování sociálních médií a analýza sentimentu
- provádění průzkumů a sběr statistických údajů o turistickém chování a ekonomické aktivitě v destinaci (ve spolupráci se Západočeskou univerzitou v Plzni)

Pravidelné hodnocení úspěšnosti marketingových kampaní

- pravidelná analýza klíčových ukazatelů výkonu (KPIs)
- web analytics

- monitorování výkonnosti marketingových kampaní na sociálních sítích pomocí analytických nástrojů poskytujících informace o dosahu, angažovanosti a konverzích
- provádění A/B testů k porovnání účinnosti různých prvků kampaní

8. Udržitelnost a komunitní zapojení

Zapojení místní komunity do marketingových aktivit

Zapojení místní komunity do marketingových aktivit je klíčové pro úspěšný destinační management, protože místní obyvatelé mají hluboké znalosti a vášeň pro svou destinaci.

- spolupráce s institucemi, municipalitami a profesními organizacemi
- spolupráce s místními podnikateli na společných marketingových kampaních, které mohou zahrnovat nabídky a akce pro místní obyvatele
- pořádání workshopů k diskusi o marketingových plánech, sběru nápadů a zapojení místních obyvatel do tvorby obsahu (viz např. projekt Cesta za pivem)

Podpora udržitelného rozvoje a odpovědného cestovního ruchu

- Edukace turistů
  = zajištění edukačních programů pro turisty, které zdůrazňují důležitost ochrany životního prostředí, zachování kulturního dědictví a respektování místních zvyklostí
- Budování udržitelné Infrastruktury
  = podpora investic do udržitelné infrastruktury, jako jsou cyklostezky, pěší trasy, útulny a efektivní veřejná doprava, s cílem omezit zátěž na životní prostředí.
- Podpora místních podniků a producentů
  = preferování a propagace místních podniků a výrobců, což pomáhá posilovat místní ekonomiku a udržuje finanční prostředky v komunitě
- Omezování turistického tlaku
  = implementace opatření k regulaci toku turistů v citlivých oblastech a vytváření strategií pro udržitelnou turistickou kapacitu

gefördert durch

Bayerisches Staatsministerium der Finanzen und für Heimat

Radregion Bayerisch-Böhmische Bäder

Cykloregion-česko-bavorské lázně

Cykloregion česko – bavorské lázně

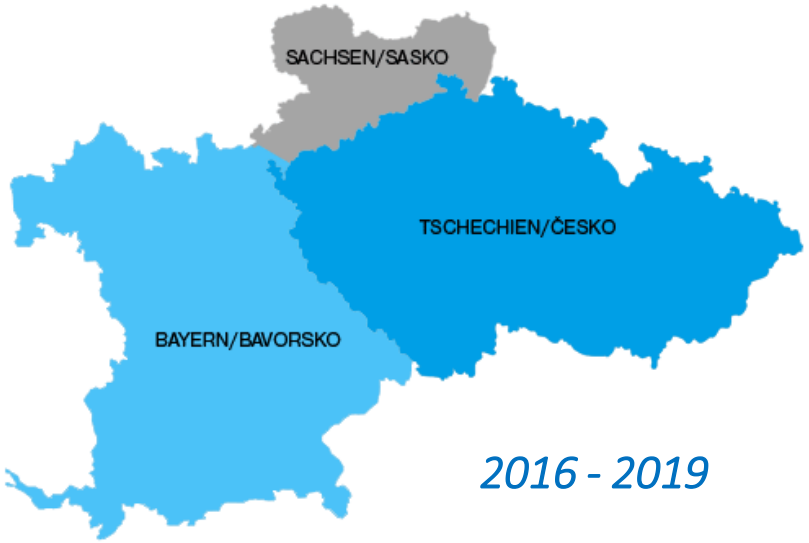
„Projekt nejen pro cyklisty“

Landratsamt Wunsiedel i. Fichtelgebirge

#freiraum fichtelgebirge

Wunsiedel, 08.01.2024

Myšlenka vznikla...



2016 - 2019

- Cestovní ruch a lázeňství

Značka „Cykloregion bavorsko-české lázně“ vznikla v rámci projektu Clara3. Jejím cílem bylo představit „Cykloregion bavorsko-české lázně" jako region, který jedinečným způsobem spojuje cykloturistiku, lázeňskou turistiku a geoturistiku.

gefördert durch

Bayerisches Staatsministerium der Finanzen und für Heimat

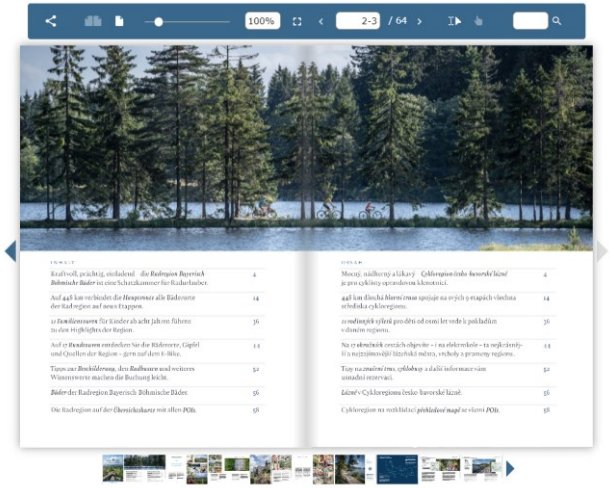
Landing Page

www.radregion-bayern-boehmen.de

www.cykloregion-cesko-bavorske-lazne.cz



Brožura



Odborný posudek



landkreis-wunsiedel.de

Radregion Bayerisch-Böhmische Bäder — Cykloregion-česko-bavorské lázně

gefördert durch

Bayerisches Staatsministerium der Finanzen und für Heimat

Cestovní ruch - Marketing

Wunsiedel, 08.01.2024

Cílem je vytvořit dlouhodobě udržitelnou strukturu provozovatelů pro „Cykloregion bavorsko-české lázně“.

Přes společný Networking bychom měli položit základy pro budoucí spolupráci.

Landratsamt Wunsiedel i. Fichtelgebirge
#freiraum fichtelgebirge

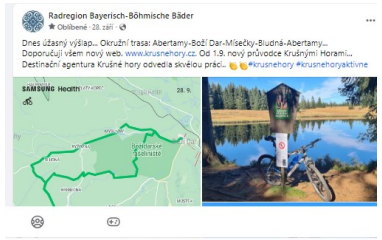
Radregion Bayerisch-Böhmische Bäder
Cykloregion-česko-bavorské lázně

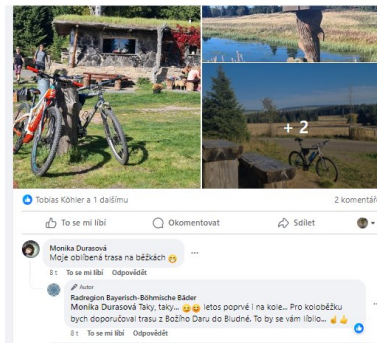
gefördert durch
Bayerisches Staatsministerium der Finanzen und für Heimat

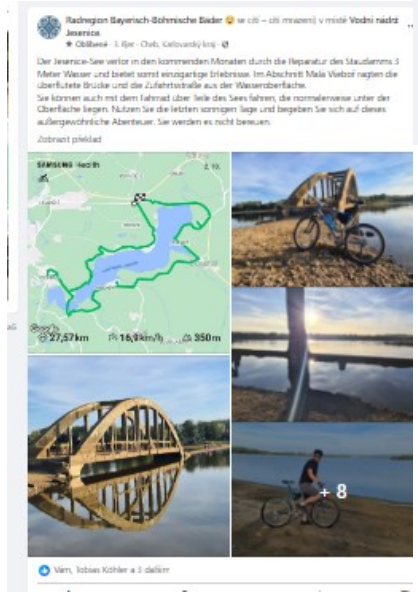
- Social Media

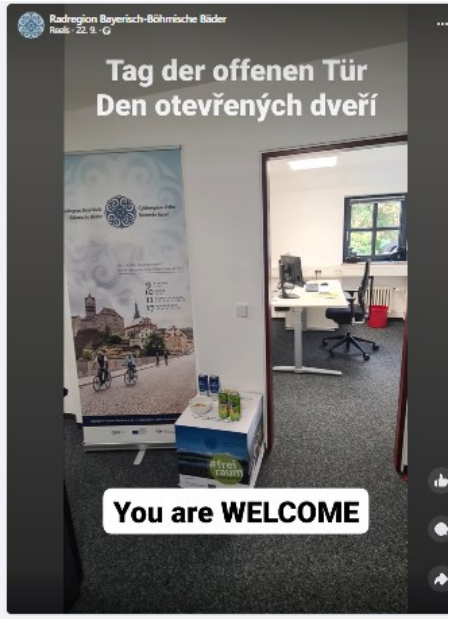














landkreis-wunsiedel.de

Radregion Bayerisch-Böhmische Bäder
Cykloregion-česko-bavorské lázně

gefördert durch

Bayerisches Staatsministerium der Finanzen und für Heimat

- Homepage

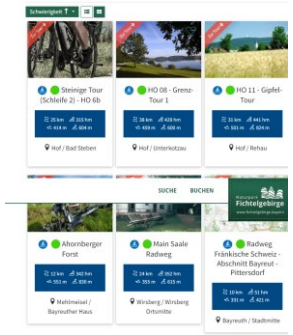
Na jeden klik zobrazit všechny cyklotrasy

Ukázat Highlighty





Promovideo



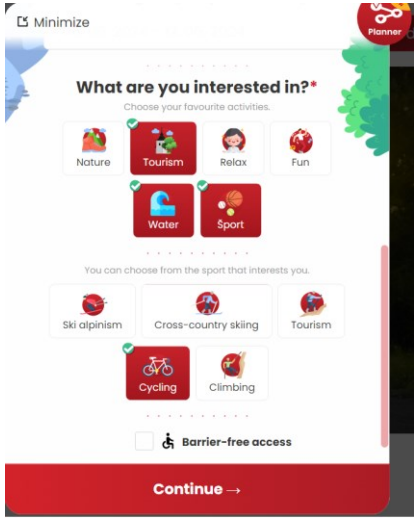
Databanka

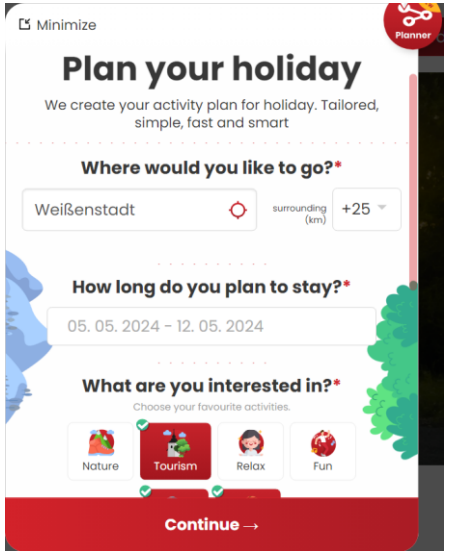
ZNAČENÉ CYKLOTRASY KARLOVARSKÉHO KRAJE

DÁLKOVÉ TRASY
Páteřní cyklostezka Ohře
EuroVelo trasa č.4 (Francie-ČR-Ukrajina)
EuroVelo trasa č.13 (ICT) Železná opona
Magistrála Krušné hory - trasa 23
Magistrála Český les - trasa 36
Národní trasa č.39
Cyklotrasa Euregio Egrensis
Valdštejnova cyklotrasa
Mostní stezka
Halštrovská stezka
Karlova stezka

Automatické propisování dat

Nejde jen o stránku, ale o interaktivní modul...





- www.radregion-bayern-boehmen.de
- www.cykloregion-cesko-bavorske-lazne.cz

landkreis-wunsiedel.de

Radregion Bayerisch-Böhmische Bäder
Cykloregion-česko-bavorské lázně

gefördert durch
Bayerisches Staatsministerium der Finanzen und für Heimat

Mobilita

Wunsiedel, 08.01.2024

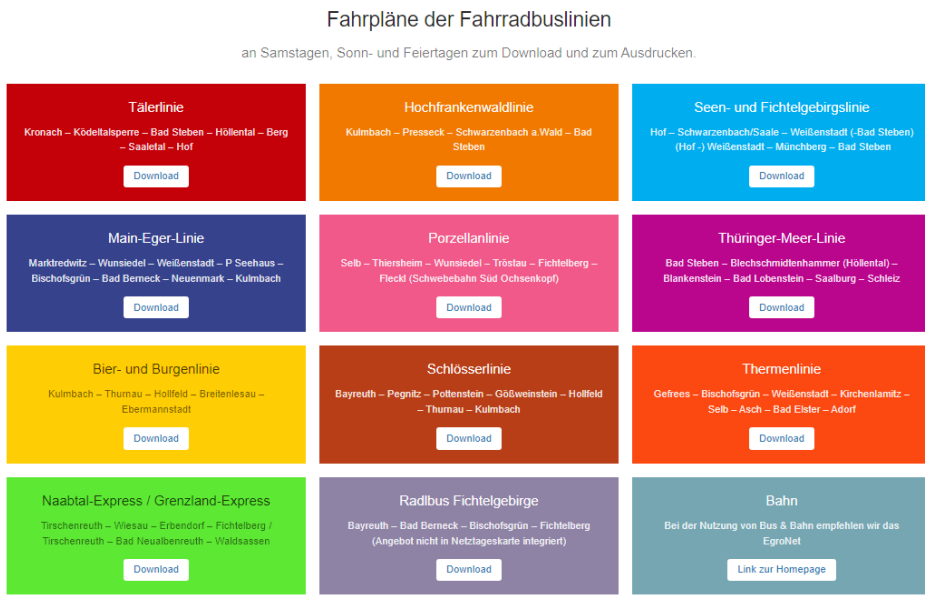
Pro přeshraniční mobilitu si klademe za cíl vypracování strategie, kde a pomocí jakých opatření lze zlepšit dopravní spojení mezi oběma zeměmi.

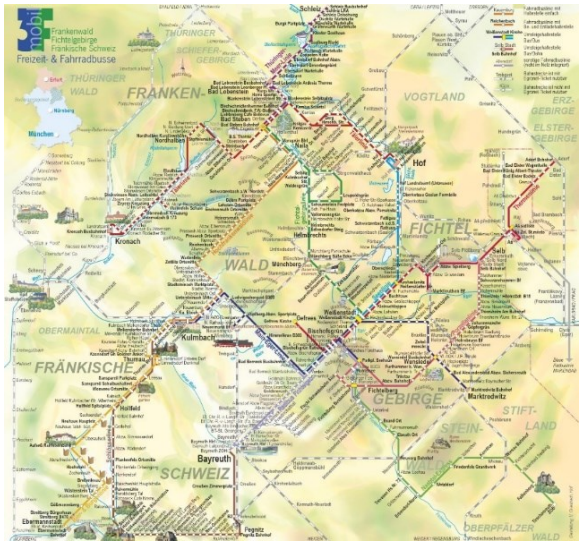
Landratsamt Wunsiedel i. Fichtelgebirge
#freiraum fichtelgebirge

Radregion Bayerisch-Böhmische Bäder
Cykloregion-česko-bavorské lázně

gefördert durch
Bayerisches Staatsministerium der Finanzen und für Heimat

- Vlaková spojení
- Cyklobusy





- EgroNet Ticket



- Myšlenka

Nabídky balíčků (dálková cyklotrasa – cyklobus)

Cyklotaxi

landkreis-wunsiedel.de

gefördert durch

Bayerisches Staatsministerium der Finanzen und für Heimat

Regionální identita

Landratsamt Wunsiedel i. Fichtelgebirge
#freiraum fichtelgebirge

Wunsiedel, 08.01.2024

Ve formátech participace by skupiny aktérů měly mít příležitost identifikovat společné kotvy, na základě kterých již existuje nebo se může rozvíjet pocit domova. Možnost zapojit se do rozsáhlého participačního procesu s nápady a projekty v rozvoji cyklistické a lázeňské turistiky v domovském regionu podporuje pocit sounáležitosti a posiluje regionální identitu. Z dlouhodobého hlediska by se měl postoj měnit směrem k trvale pozitivnímu, společnému ukotvení identity.

Radregion Bayerisch-Böhmische Bäder
Cykloregion-česko-bavorské lázně

gefördert durch
Bayerisches Staatsministerium der Finanzen und für Heimat

- Den cyklostezky Ohře





- Sommer Lounge
  - Cyklovýlet
  - Tématický pavilon
  - Hlavní cena do tomboly





landkreis-wunsiedel.de

Radregion Bayerisch-Böhmische Bäder
Cykloregion-česko-bavorské lázně

gefördert durch
Bayerisches Staatsministerium der Finanzen und für Heimat

Plány v tomto dotačním období

- Identifikace akcí nezávislých na projektu (např. dnů otevřených dveří), na kterých lze propagovat myšlenku cyklistického regionu Bavorsko - Čechy; shrnutí příslušných příležitostí v ročním plánu na rok 2024.
- Zapojení poskytovatelů ubytování, restaurací, lázní a služeb cestovního ruchu do kampaně.
- Realizace 2 seminářů pro občany
- Setkání pracovních skupin (červen 2024)
- Příprava projektu pro příští dotační období.

Děkuji za vaši pozornost...



Ing. Petr Červený

Vedoucí projektu

Cykloregion Bavorsko-české lázně

Radregion Bayerisch-Böhmische Bäder

Cykloregion-česko-bavorské lázně

gefördert durch

Bayerisches Staatsministerium der Finanzen und für Heimat

Landratsamt Wunsiedel i. Fichtelgebirge #freiraum fichtelgebirge

Landratsamt Wunsiedel i. Fichtelgebirge

Jean-Paul-Straße 9
95632 Wunsiedel

T: +49 9232 80-0
F: +49 9232 80-555

info@landkreis-wunsiedel.de
www.landkreis-wunsiedel.de