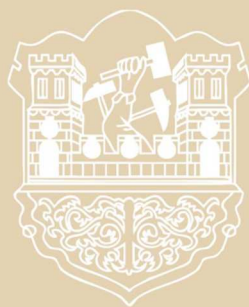


STRATEGIE ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU města



Kašperské Hory



STRATEGIE ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU města Kašperské Hory

Zadavatel

Město Kašperské Hory

Řešitelský tým

Ing. Jitka Zikmundová, MBA

Ing. Jitka Boháčová

Ing. Jana Švejdová

Odborné konzultace

Ing. Veronika Rosecká

Mgr. Zdeněk Svoboda

Foto úvodní strana: Petr Zikmund

ČESKÝ KRUMLOV

ŘÍJEN 2012

PODĚKOVÁNÍ

Děkujeme paní starostce Ing. Aleně Balounové a Radě města Kašperské Hory za důvěru. Kastelánovi hradu Kašperk Mgr. Zdeňku Svobodovi, projektové manažerce hradu Kašperk Ing. Janě Švejdové a vedoucí Městského kulturního a informačního střediska Kašperské Hory Ing. Veronice Rosecké děkujeme za spolupráci a podporu.

Za čas, cenné informace a ochotu při rozhovorech děkujeme řediteli hotelu Kašperk Adamovi Hejtmánkovi, obchodní ředitelce hotelu Tosch Ing. Miroslavě Haasové, farnímu vikáři Římskokatolické farnosti Sušice P. Mr. Mgr. Tomasovi van ZAVREL, pracovníci Střediska environmentálního vzdělávání CHKO a NP Šumava v Kašperských Horách Ing. Miladě Janošíkové a majitelce hotelu Aparthotel Šumava 2000 a Centra volného času Kašperské Hory Mgr. Sabině Kmecové. Děkujeme rovněž všem účastníkům workshopů za jejich aktivní účast a zájem na společné práci.

Jitka Zikmundová a Jitka Boháčová

OBSAH

ÚVOD	5
ANALYTICKÁ ČÁST	7
1 KAŠPERSKÉ HORY JAKO DESTINACE CESTOVNÍHO RUCHU	7
2 ZÁKLADNÍ INFORMACE	8
3 ANALÝZA NABÍDKY CESTOVNÍHO RUCHU	9
3.1 PŘEHLED TURISTICKÝCH ATRAKTIVIT	9
3.1.1 Památky, zajímavosti, kultura	9
3.1.2 Sport, turistika, aktivní pobyt.....	10
3.1.3 Závěr	11
3.2 TURISTICKÁ INFRASTRUKTURA	13
3.2.1 Ubytování	13
3.2.2 Stravování.....	14
3.2.3 Dopravní dostupnost a služby.....	14
3.2.4 Parkování.....	16
3.2.5 Další služby a občanská vybavenost, využitelná i pro návštěvníky města	16
3.2.6 Závěr	17
4 ORGANIZACE CESTOVNÍHO RUCHU.....	19
4.1 MĚSTSKÉ KULTURNÍ A INFORMAČNÍ STŘEDISKO (MĚKIS).....	19
4.2 SPRÁVA HRADU KAŠPERK	20
4.3 OSTATNÍ.....	21
4.4 ZÁVĚR.....	22
5 MARKETING.....	24
5.1 KOMUNIKACE, PR.....	24
5.2 WEBOVÉ STRÁNKY	24
5.3 EDICE.....	26
5.4 PARTNERSTVÍ A ČLENSTVÍ	28
5.5 OSTATNÍ MARKETINGOVÁ ČINNOST	29
5.6 ZÁVĚR.....	29
6 SOCIÁLNĚ-EKONOMICKÁ CHARAKTERISTIKA	32
6.1 LIDSKÉ ZDROJE, DEMOGRAFIE	32
6.2 EKONOMICKÝ EFEKT CESTOVNÍHO RUCHU A JEHO SLEDOVÁNÍ, PODNIKATELSKÉ PROSTŘEDÍ	33
6.2.1 Příjmy města plynoucí přímo z cestovního ruchu.....	33
6.2.2 Příjmy města související s cestovním ruchem	35
6.2.3 Rozpočet města a investice související s cestovním ruchem.....	36
6.2.4 Závěr	37
7 ANALÝZA NÁVŠTĚVNÍKŮ.....	40
7.1 ETAPA LÉTO 2011	40

7.2	ETAPA ZIMA 2012	41
7.2.1	Vyhodnocení dotazníkového šetření v Kašperských Horách	41
7.2.2	Závěr	45
	SWOT ANALÝZA CESTOVNÍHO RUCHU	46
	NÁVRHOVÁ ČÁST	51
8	POTENCIÁL CESTOVNÍHO RUCHU V KAŠPERSKÝCH HORÁCH.....	51
9	CÍLE, STRATEGIE, CÍLOVÍ NÁVŠTĚVNÍCI.....	52
10	ZNAČKA DESTINACE, IMAGE	54
11	POTENCIÁL NABÍDKY CESTOVNÍHO RUCHU	55
11.1	VYUŽITÍ TURISTICKÝCH ATRAKTIVIT.....	55
11.1.1	Památky, zajímavosti, kultura	55
11.1.2	Sport, turistika, aktivní pobyt	61
11.2	TURISTICKÁ INFRASTRUKTURA	64
12	NÁVRH ORGANIZACE CESTOVNÍHO RUCHU	66
13	NÁVRH MARKETINGOVÉ ČINNOSTI.....	72
13.1	KOMUNIKACE, PR.....	73
13.2	WEBOVÉ STRÁNKY	75
13.3	EDICE.....	76
13.4	PARTNERSTVÍ A ČLENSTVÍ	78
13.5	OSTATNÍ MARKETINGOVÁ ČINNOST.....	79
14	PRODUKTY, POBYTOVÉ BALÍČKY.....	80
15	ZVÝŠENÍ PŘÍJMŮ Z CESTOVNÍHO RUCHU.....	82
16	SLEDOVÁNÍ VÝKONU CESTOVNÍHO RUCHU.....	84
17	ROZVOJ MĚSTA A INVESTICE.....	86
	PRIORITY/AKČNÍ PLÁN	89
	RESUMÉ	94
	PŘÍLOHY	99
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	133

ÚVOD

Cestovní ruch může znamenat pro město Kašperské Hory ekonomický potenciál. Rozvoj cestovního ruchu je podnětem pro nové investice, zlepšování infrastruktury a služeb a to nejen pro návštěvníky města, ale především pro jeho obyvatele. Rozvoj tohoto odvětví s sebou přináší nové pracovní příležitosti, díky nimž se mohou na pracovním trhu uplatnit místní obyvatelé, a pracovní příležitosti v cestovním ruchu mohou pomoci udržet ve městě mladé lidi. Význam cestovního ruchu pro Kašperské Hory spočívá v nemalé míře rovněž v péči o památky, o veřejná prostranství a o kulturní a přírodní dědictví města.

Město Kašperské Hory se rozhodlo vytvořit strategii rozvoje cestovního ruchu¹, jedná se o střednědobý plán. Cílem je vytvoření koncepčního materiálu, který určí směr dalšího vývoje cestovního ruchu v Kašperských Horách a bude sloužit jako podklad pro přijímání systémových rozhodnutí a opatření rozvoje cestovního ruchu, včetně vytvoření vhodných podmínek pro podnikání v tomto oboru s pozitivním dopadem na místní obyvatele. Kašperské Hory se tak stanou atraktivní a vyhledávanou turistickou destinací s kvalitními životními podmínkami místních obyvatel.

Strategie rozvoje cestovního ruchu musí být nedílnou součástí strategie rozvoje města, neboť všechny záměry města mohou pozitivně i negativně ovlivnit potenciál cestovního ruchu. Strategii rozvoje města Kašperské Hory zatím nemají, a proto se „**Strategie rozvoje cestovního ruchu města Kašperské Hory**“ stane jedním z prvních zásadních rozvojových dokumentů celého města.

Strategie definuje klíčové atraktivity a aktivity, soustředí se na překážky a problémy, které je nutno eliminovat nebo zmírnit, a pojmenovává možné nové příležitosti a jejich využití.

Součástí strategie je: analytická část (situační analýza současného stavu), **SWOT analýza, návrhová část** (doporučení opatření), **priority/akční plán** (stanovení konkrétních aktivit v pořadí podle stupně realizovatelnosti a priorit), **resumé** (kompendium hlavních zjištění a závěrů).

V rámci zpracování strategie byly použity následující metody: řízené rozhovory s odbornou veřejností v oblasti cestovního ruchu a kultury a se zástupci místní samosprávy a institucí, workshopy s odbornou veřejností, sběr a zpracování sekundárních dat, šetření na místě, mysteryguest. Při tvorbě strategie nebylo provedeno šetření turistů v místě (výzkum návštěvníků) ani benchmarking konkurence (porovnání se srovnatelnými destinacemi), které nebyly součástí zadání strategie, je ovšem doporučeno v budoucnu na tuto strategii navázat, aktualizovat priority a akční plán a v rámci toho tato šetření provést. Dosud nebyl nikdy proveden výzkum image a vnímání destinace Kašperské Hory, při nejbližší revizi priorit a akčního plánu je vhodné tento výzkum provést.

Strategie se zabývá oblastmi zájmu: nabídka cestovního ruchu (turistické atraktivity, turistická infrastruktura), **organizace cestovního ruchu, marketing** (včetně turistických produktů, pobytových balíčků), **lidské zdroje a demografie, ekonomický efekt cestovního ruchu a jeho sledování**

¹ Rada města Kašperské Hory na svém jednání dne 23. 11. 2011 projednala koncept zadání „Strategie rozvoje cestovního ruchu města Kašperské Hory“, Zastupitelstvo města Kašperské Hory na svém jednání dne 27. 2. 2012 schválilo rozpočet města pro rok 2012 s finanční alokací na pořízení „Strategie rozvoje cestovního ruchu města Kašperské Hory“.

(indikátory cestovního ruchu, statistika), **podnikatelské prostředí, analýza návštěvníků, rozvoj města a investice.**

Projekt byl realizován na základě spolupráce **projektového týmu expertů** za účasti aktérů cestovního ruchu v Kašperských Horách a supervizí zástupců zadavatele.

Proč a jak by měl být cestovní ruch v Kašperských Horách rozvíjen a organizován a jak významným ekonomickým odvětvím je a může být pro město s 1 523 trvale bydlícími obyvateli, jsou strategické otázky budoucího vývoje města, kterými se „Strategie rozvoje cestovního ruchu města Kašperské Hory“ na následujících stranách zabývá.

Důležité je, aby byl tento dokument akceptován jak samosprávou města, tak většinou aktérů cestovního ruchu a kultury ve městě (podnikatelská veřejnost, instituce), aby mohly být navržené cíle a aktivity ve vzájemné spolupráci naplňovány.

Schválení „Strategie rozvoje cestovního ruchu města Kašperské Hory“ zastupitelstvem města bude jasným signálem podnikatelské veřejnosti, institucím a občanům města Kašperské Hory, že cestovní ruch je vnímán jako významný potenciál rozvoje a budoucího směřování města. „Strategie rozvoje cestovního ruchu města Kašperské Hory“ se tak stane historicky prvním strategickým rozvojovým dokumentem města.

ANALYTICKÁ ČÁST

1 Kašperské Hory jako destinace cestovního ruchu

Kašperské Hory mohou stavět na více než 600 letech existence lidského sídla v přírodní krajině s řídkým a roztroušeným osídlením. Navzdory všem společenským a politickým změnám, které ovlivnily tento region (vysídlení německého obyvatelstva, kolektivní zemědělské a lesnické hospodaření, „železná opona“, změna ekonomických podmínek země vedoucí ke změně hospodářských odvětví atd.) si **Kašperské Hory udržely originální historický ráz šumavského horského městečka s harmonií architektonického a přírodního dědictví bez rušivých a znehodnocujících vlivů** (agresivní reklama, ekologická zátěž, hlučné činnosti, nevhodná architektura atd.). Těžba zlatonosných rud, **poloha** na Zlaté stezce, status královského města, sklářství a lesní těžba dřeva přinášely Kašperským Horám v minulosti prosperitu a bohatství.

Zásobování médií, zajištění odpadového hospodářství, čisté vytápění nezamořující ovzduší, zajištění zdravotnických služeb, dopravní obslužnosti, čistá a bezpečná veřejná prostranství, zodpovědné hospodaření města a údržba památkových objektů jako atraktivit cestovního ruchu jsou vedle všech ostatních činností samosprávy města základní kompetence veřejné správy pro podporu rozvoje cestovního ruchu a základem vzniku a rozvoje turistické destinace.²

Kontinuální obnovou a investicemi do technické infrastruktury (vodovodní a kanalizační sítě včetně správy zdroje pitné vody a čistírny odpadních vod, centrální vytápění na biomasu, revitalizace veřejných ploch Náměstí s vytvořením parkovacích ploch atd.), **péčí a investicemi do nemovitého majetku** (rekonstrukce budovy radnice, opravy a udržování hradu Kašperk, opravy a udržování církevních staveb, rekonstrukce kina, školy, Horského klubu atd.), **provozem a financováním Městského informačního a kulturního střediska, zajištěním provozu hradu Kašperk a finanční podporou společenských a zájmových aktivit z rozpočtu města** plní město Kašperské Hory svoji roli lokální samosprávné autority velmi dobře a vytváří předpoklady pro rozvoj Kašperských Hor jako destinace cestovního ruchu.

Pozitivní skutečností je, že Kašperské Hory nejsou zasaženy masovým cestovním ruchem, velké rozdíly v návštěvnosti jsou však během roku. Podle návštěvnosti hlavní atraktivity (hradu Kašperk) a provozních měsíců Skiareálu Kašperky jsou vrcholnými měsíci roku červenec a srpen, leden a únor.

² Zdroj: Attraktions-Management, Führung und Steuerung von Attraktionspunkten, Pechlamer, Bieger, Weiermair, Linde Verlag 2006

2 Základní informace

Poloha: Západní Čechy (Plzeňský kraj), v těsném sousedství CHKO Šumava a Národního parku Šumava (vzdálenost od Prahy 166 km)

Poloha GPS: 49° 8' 38'' severní šířky, 13° 33' 34'' východní délky

Nadmořská výška: 730 m n. m.

Počet obyvatel: 1 523 obyvatel (k 31. 12. 2011)

Velikost správního území: 4 415 ha

Sídla ve správním území obce: Kašperské Hory, Červená, Dolní Dvorce, Kavrlík, Lídlový Dvory, Opolenec, Podlesí, Tuškov, Žlíbek

Velikost katastrálního území: 1 359,4966 ha

Městská památková zóna od roku 1992.

Vymezení území na mapě viz *Mapové podklady – Mapa správního a katastrálního území.*

3 Analýza nabídky cestovního ruchu

3.1 Přehled turistických aktivit

3.1.1 Památky, zajímavosti, kultura

Hrad Kašperk, památky

Dominantou blízkého okolí Kašperských Hor je **hrad Kašperk**, nejvýše položený královský hrad v Čechách, který kromě stálých prohlídkových okruhů nabízí speciální akce pro děti i dospělé. Hrad včetně okolních pozemků a přístupových cest je v majetku města Kašperské Hory a je dlouhodobě nejnavštěvovanější atrakivitou Kašperských Hor s cca 45 000 návštěvníků ročně. V Kašperských Horách se nachází velké množství **památek** a to nejen **historických**, ale především **duchovních** (kostely, kaple), které jsou v majetku Římskokatolické církve a města Kašperské Hory. Vybrané památky je možné si prohlédnout v rámci komentovaných prohlídek s průvodcem.

Muzea, výstavní expozice

Ve městě je možno navštívit **2 muzea** (3 expozice), obě jsou umístěna v historickém centru na Náměstí. **Muzeum Šumavy, jehož zřizovatelem a provozovatelem je Plzeňský kraj, nabízí stálou expozici „Příroda, život a práce lidu“ a sezónní expozice.** Budova muzea působí velmi nedůstojně pro takovou instituci a rozhodně nezve k návštěvě (mříže v oknech?!), vizuální vnější prezentace muzea spíše od návštěvy odrazuje, v neděli je muzeum otevřeno pouze dopoledne 9.00 – 12.00 hodin, šest měsíců v roce listopad až duben je muzeum zavřeno. Stálá expozice je velmi letitá, statická. **Muzeum se nezapojuje aktivně do nabídky cestovního ruchu destinace.**

Privátní Muzeum motocyklů a Expozice českých hraček jsou dvě expozice v jednom domě, přístupné od června do září, zbytek roku na objednání a po předchozí domluvě s majiteli.

Dalším specifickým výstavním projektem je stálá expozice o přírodě Národního parku Šumava celoročně dostupná v interiérových prostorách a v přírodním areálu Informačního střediska a střediska environmentálního vzdělávání CHKO a NP Šumava (dále IS a SEV CHKO a NP Šumava). Expozice je zaměřená primárně na rodiny s dětmi, je velmi moderní, poutavá, interaktivní a edukativní včetně promítání tematických filmů.

Kultura, zajímavosti

Ve města je možno zúčastnit se **kulturních akcí** (koncerty, slavnosti, jarmarky, výstavy, akce pro děti apod.), tradiční, každoroční významnou akcí v srpnu je **Kašperskohorská pouť**. Město disponuje nově zrekonstruovaným **kinem** (zatím bez digitální technologie a modernizovaného sálu), **knihovnou a společenským domem „Horský klub“**.

Minulost **Kašperských Hor je spojena s těžbou zlatonosných rud a dodnes existuje povědomí o Kašperských Horách jako o městě, kde se těžilo zlato.** Ve městě a okolí jsou dochovány technické památky z původní důlní činnosti. Toto povědomí zřejmě bylo posíleno mediálně známou kauzou konce 90. let minulého století, kdy probíhal průzkum podzemí v okolí města s cílem obnovit těžbu

zlata, iniciativou města a dalších aktivistů byl záměr zastaven. **Historická důlní díla jsou dnes nepřístupná.**

Historii a památníky někdejšího zlatokopectvého revíru se věnuje 7,5 km dlouhá **naučná stezka „Cesta zlatokopů“**, kopírující částečně trasu jedné z nejvýznamnějších středověkých obchodních komunikací střední Evropy **„Zlaté stezky“**, vedoucí kolem Zlatého potoka. Přímo ve městě se naučná stezka zastavuje u archeologické rezervace – středověké úpravny zlatonosné rudy, kterou město v roce 2012 revitalizuje nákladem cca 500 tis. Kč za pomoci dotace z Dispozičního fondu. V roce 2011 si město oslavami připomínalo kašperskohorskou Zlatou stezku – 1000 let soumarských stezek mezi Bavorskem a Čechami. V Muzeu Šumavy existuje malá expozice věnující se historii zlatokopectví ve městě a okolí. IS a SEV CHKO a NP Šumava v Kašperských Horách organizuje výukové programy na téma rýžování zlata a zlatokopectví v regionu.

Unikátní zajímavostí Kašperských Hor je Seismická stanice Geofyzikálního ústavu Akademie věd České republiky, v.v.i. Stanice je jedna z nejcitlivějších a nejúspěšnějších seismických stanic na světě, byla založena roku 1961 v bývalé zlatonosné štolě Kristýna z roku 1820. **Seismická stanice je pro nabídku cestovního ruchu nepřístupná.**

Pod budovou radnice je **systém podzemních chodeb, který je zimovištěm netopýrů, chodby jsou však pro veřejnost nepřístupné.**

Prohlídky města

Pravidelné prohlídky města s průvodcem cestovního ruchu nejsou v současnosti nabízeny, existuje však možnost objednání prohlídky města pro jednotlivce i skupiny. Tyto prohlídky nabízí nově pan František Kortus, který se zaměřuje na provázení návštěvníků po Národním parku Šumava. Možnost pravidelné prohlídky města v současnosti nabízí Aparthotel Šumava, který je pořádá jednou týdně pro své hosty. Průvodkyní je místní paní, prohlídka je pro hosty hotelu zdarma, trvá cca 2 hodiny. Obsahem prohlídky je jednak historie města, popis zajímavých budov, pověstí, zmiňuje se i o poválečném období (příchod spojenecké americké armády, okolnosti odchodu německého obyvatelstva apod.), prochází se nejenom Náměstím, ale i přilehlé ulice. Městské kulturní a informační středisko (dále MĚKIS) jedná s vedením Aparthotelu Šumava o možnosti nabízet prohlídky pro veřejnost.

3.1.2 Sport, turistika, aktivní pobyt

Lyžování

Kašperské Hory nabízí **sportovní vyžití zejména outdoorového charakteru.** V období zimní sezóny je možno využít ke sjezdovému lyžování místní **Skiareál Kašperky** (provozovaný společností Snowhill a.s.) a 20 km upravených stop k běžeckému lyžování (lyžařské běžecké trasy kolem Kašperských Hor jsou upravované za přispění města). V roce 2012 se konal **první ročník závodu v běžeckém lyžování „Kašperská 30“**, který je součástí celostátního seriálu SkiTour. V zimním období je sjezdové lyžování a běžecké lyžování hlavní aktivitou, která motivuje návštěvníky k návštěvě Kašperských Hor. Výhodou je, že společnost Snowhill a.s. provozuje další lyžařské areály v České republice a realizuje celorepublikové marketingové kampaně.

Další outdoorové a indoorové aktivity

Kašperské Hory jsou ideálním místem pro **pěší turistiku** (sedm vycházkových tematických okruhů v bezprostředním okolí města) a **cyklistiku** díky dobře značeným turistickým trasám a stezkám, které napojují město na centrální Šumavu. Síť doplňují naučné stezky či vycházkové okruhy. Svojí polohou na hranici CHKO Šumava a Národního parku Šumava jsou Kašperské Hory skvělým výchozím bodem pro objevování a poznání tohoto vzácného přírodního území.

Vynikající nabídku komentovaných tematických vycházek s odborníky nabízí od května do listopadu IS a SEV CHKO a NP Šumava. Dalšími možnostmi, které město nabízí v oblasti sportovního vyžití, jsou: **bowling, vodáctví, jízda na koni, golf, wellness a fitness centra, tenisové kurty, možnost nordic walking, kryté bazény** (indoorové aktivity kromě bowlingu jsou součástí hotelových komplexů – pouze pro hotelové hosty).

Centrum volného času

Kašperské Hory mají zařízení, které nemá v širokém okolí obdoby, je to **privátně provozované, z veřejných zdrojů nedotované Centrum volného času**, produkující programy volného času pro děti i dospělé. **Hlavní cílovou skupinou jsou rodiny s dětmi (do 10 let).** Programy jsou aktivní outdoorové, poznávací, edukační. Filozofií je využívání lokálních zdrojů a poznání Šumavy. Při tvorbě spolupracují se šumavskými řemeslníky, umělci, farmáři a pěstiteli. **Činnost Centra volného času je celoroční a do jisté míry plní roli destinačního managementu tvorbou turistických produktů a programů, jejich distribucí a prodejem.** Součástí Centra volného času je i velmi dobře vybavené **Dětské centrum včetně služby hlídání dětí.** Centrum volného času je spojeno s hotelem Aparthotel Šumava a zajišťuje služby a programy pro hosty hotelu, program Centra volného času si však může objednat jakýkoli návštěvník Kašperských Hor prostřednictvím internetu.

- Více informací k atraktivitám viz *Příloha č. 1 – Přehled a návštěvnost atraktivit.*
- Více informací k akcím viz *Příloha č. 5 – Přehled kulturních a společenských akcí.*

3.1.3 Závěr

Nejvýznamnější historickou památkou a atraktivitou nadregionálního významu je hrad Kašperk, dominanta okolí města. Hrad včetně okolních pozemků a přístupových cest je **majetkem města.** Na hradě se každoročně konají **kulturní akce nadregionálního významu,** které mají výraznou mediální podporu s efektem i pro město. Ve městě a blízkém okolí je možno navštívit **architektonické, kulturní i přírodní atraktivity v úctyhodné koncentraci** na poměrně malém území, z nichž jedinečný je především velký počet **duchovních nemovitých památek a drobných sakrálních staveb** (tři kostely a několik kapliček). Památky vznikaly v souladu s rozvojem města a potřeb jeho obyvatel. Většinou jsou v dobrém technickém stavu (vyžadují však kontinuální údržbu, výraznější investice je nutná u poutního kostela Panny Marie Sněžné) a mohou být zpřístupněny v nabídce cestovního ruchu. Vlastníky těchto atraktivit je město a Římskokatolická církev.

Minulost Kašperských Hor je spjata s **těžbou zlatonosných rud,** dodnes jsou ve městě a okolí dochovány technické památky z původní důlní činnosti, historická důlní díla jsou ovšem dnes

nepřístupná. Historie města je rovněž spjata s jednou z nejvýznamnějších středověkých obchodních stezek střední Evropy „**Zlatá stezka**“, kterou dnes částečně kopíruje **naučná stezka „Cesta zlatokopů“** (7,5 km dlouhá). Věnuje se historii a památkám někdejšího zlatokopeckého revíru a přímo ve městě se zastavuje u archeologické rezervace – středověké úpravny zlatonosné rudy. **Tématem zlatokopectví se zabývá Muzeum Šumavy a IS a SEV CHKO a NP Šumava.**

Unikátní zajímavostí Kašperských Hor je Seismická stanice Geofyzikálního ústavu Akademie věd České republiky, v.v.i. Seismická stanice je pro nabídku cestovního ruchu **nepřístupná.**

Pravidelné prohlídky města s průvodcem cestovního ruchu nejsou v současnosti nabízeny, existuje však možnost objednání prohlídky města pro jednotlivce i skupiny. Pravidelné prohlídky města nabízí pouze Aparthotel Šumava pro své hosty.

Mimořádná pozornost je ve městě věnována **dětem**, celoročně zde působí **Dětské centrum** v rámci **Centra volného času**, Skiareál Kašperky nabízí **Dětský park**, v **IS a SEV CHKO a NP Šumava je možno shlédnout speciální interaktivní a edukativní expozici**, jsou konány akce věnované dětem, v místě nabízí své služby **hotel, zaměřený na rodiny s dětmi.**

I když je ve městě možno navštívit poměrně velké množství kulturních atraktivit (2 muzea se třemi expozicemi, památky), **problematická je sezónnost** (otevírací doba kulturních zařízení pouze v období letní sezóny) a **přístupnost většiny památek** (pokud jsou přístupné, opět pouze v letní sezóně).

Muzea jsou otevřena pouze v období duben – říjen, některá pouze červen – září, není je tedy možno navštívit v období zimní sezóny, kdy město nabízí možnost sportovního vyžití ve Skiareálu Kašperky, případně ještě lépe celoročně. Muzea by tak mohla být ideálním doplněním nabídky návštěvníkům, kteří přijedou do Kašperských Hor (případně i do jiných okolních sportovních středisek) strávit sportovní dovolené (lyže, cyklo) v období zima, jaro, podzim.

Z četných **památek** (především duchovních), jejichž koncentrace na tak malém místě je jedinečná, jsou bohužel v současné době **přístupné pouze kostel svatého Mikuláše a Kaple svaté Anny**, které se nacházejí 1 km od města na městském hřbitově. Jsou ovšem **přístupné pouze v létě** (květen – září) v rámci pravidelných komentovaných prohlídek (dle sezónnosti jen o víkendu nebo denně kromě pátku), v jiném období je možno prohlídky objednat pouze pro skupiny nad 10 osob. Ostatní památky jsou nepřístupné, pouze je možno nahlédnout do interiéru zvenku ode dveří. Na letní sezónu 2012 (červenec, srpen) je navíc plánováno zpřístupnění Arciděkanského kostela svaté Markéty – opět formou komentovaných prohlídek, jinak pouze nahlédnutí přes ochrannou mříž.

Pravidelně se opakující **kulturní a společenské akce** jsou lokálního charakteru, jsou sice málo využitelné z hlediska nadregionálního cestovního ruchu, vytvářejí však **atmosféru města a svědčí o kulturním životě a aktivním obyvatelstvu.** **Kulturní akce na hradě Kašperk** (spolupráce s Divadelním spolkem Kašpar, inscenované rytířské hry, koncerty, oživé noční prohlídky atd.) **mají potenciál být vlajkovou lodí kulturní nabídky Kašperských Hor i celé Šumavy**, je třeba jim proto věnovat mimořádnou pozornost z hlediska marketingu. Jedním z předpokladů celostátního marketingu hradní kulturní sezóny je atraktivní, dobře zapamatovatelný název a následně strategie budování značky. Akce, které mohou mít nadregionální přesah, jsou opět konány především v období letní sezóny (Den hudby, Kašperskohorská pouť), případně sezóny zimní (vánoční trhy, vánoční koncert).

Náměstí, které je rekonstruované a mohlo by být kvalitní a atraktivní „scénou“ pro kulturní a společenské aktivity, je málo využité.

Město má **ideální polohu na hranici CHKO a Národního parku Šumava**, může tak být výchozím místem pro poznání centrální Šumavy, není však zasaženo masovým turistickým ruchem jako velká šumavská střediska. Konkurenční výhodou města Kašperské Hory oproti jiným okolním městům je **bohatá nabídka kulturního** (především v období letní sezóny) i **sportovního zejména outdoorového vyžití** (především v období zimní sezóny) – **sjezdové a běžecké lyžování v místním Skiareálu Kašperky**, dále **pěší turistika a cykloturistika, bowling, vodáctví, jízda na koni, golf, fitness a wellness centra, tenisové kurty, možnost nordic walking, kryté bazény** (součástí hotelových komplexů – pouze pro hotelové hosty). V únoru se koná **prestižní závod v běžeckém lyžování „Kašperská 30“**, který je součástí největšího celostátního seriálu závodů v běžeckém lyžování SkiTour. **Vynikající nabídku komentovaných tematických vycházek s odborníky nabízí od května do listopadu IS a SEV CHKO a NP Šumava.**

V letních měsících **není** ve městě **nabídka venkovního koupání a vodních aktivit**, existuje pouze možnost koupání v přírodních koupalištích v blízkém okolí.

3.2 Turistická infrastruktura

3.2.1 Ubytování³

Kašperské Hory nabízí škálu **ubytovacích zařízení různé kategorie s celkovou ubytovací kapacitou 955 lůžek**. Ze 44 ubytovacích zařízení je jich 19 umístěno v rámci Městské památkové zóny Kašperské Hory. Portfolio ubytování je vyvážené, nechybí žádná kategorie, kromě kempu, garní hotelu a motelu.

4 hotely (Aparthotel Šumava 2000, Hotel Kašperk, Parkhotel Tosch, Wellness&Sport Hotel Šumava – v Amálině údolí – 1,5 km od Kašperských Hor).

Hotely 4-hvězdy tvoří cca 196 lůžek z celkové kapacity. Vybrané hotely nabízí i možnost dalších služeb (wellness služby, krytý bazén, zapůjčení kol, využití tenisového hřiště, zapůjčení hůlek na nordic walking, popř. speciální služby jako speleoterapii, sudovou saunu nebo Centrum volného času). **Využití** je ovšem ve většině případů **pouze pro hotelové hosty, ne pro širokou veřejnost**. Některé hotely jsou **zapojeny v globálních rezervačních on-line systémech** jako např. www.hrs.de, www.booking.com, popř. v regionálním řetězci.

Cca 40 drobných ubytovatelů (penziony, chalupy, rekreační chaty, apartmány, ubytování v soukromí, autokemp, turistická ubytovna).

- Více informací ke struktuře ubytování viz *Příloha č. 2 – Statistika ubytovacích kapacit*.
- Přehled ubytování na Kašperskohorsku:
http://www.sumavanet.cz/khory/ubytovani.asp#ub_3

³ **Zdroje:** Finanční odbor Městského úřadu Kašperské Hory, Městské kulturní a informační středisko Kašperské Hory

3.2.2 Stravování⁴

V Kašperských Horách je možno využít **17 stravovacích zařízení** (1x cukrárna, 2x vinárna – z toho 1x v Parkhotelu Tosch, 1x bowling, 1x pizzerie, 9 restaurací, 2 restaurace součástí hotelových komplexů, 1x bar, 1x hladové okno v letní sezóně). 12 gastronomických provozů včetně 1 rychlého občerstvení se nachází v rámci Městské památkové zóny Kašperské Hory, 5 v nejbližším okolí.

Některá stravovací zařízení **nefungují celoročně**, nabízejí služby pouze v době letní sezóny. **Nabídka** stravovacích zařízení je **vesměs uniformní, kromě hotelových restaurací chybí na jídelním lístku originální lokální produkty, není využit potenciál lokálních surovin, receptů** atd.

- Více informací k nabídce gastronomických služeb viz *Příloha č. 3 – Statistika stravovacích kapacit*.
- Přehled stravování na Kašperskohorsku:
http://www.sumavanet.cz/khory/ubytovani.asp#ub_3

3.2.3 Dopravní dostupnost a služby⁵

Automobil, autobusová doprava

Kašperské Hory jsou přístupné po silnici II. třídy č. 145 v majetku Plzeňského kraje, ve správě Správy a údržby silnic Sušice. Tato silnice prochází historickým centrem města – městskou památkovou zónou.

Dopravní dostupnost veřejnými hromadnými prostředky je komplikovaná, možná pouze s přestupy, zajišťovaná autobusovou dopravou. Pravidelná autobusová spojení jsou nejčastěji zajišťována společností ČSAD Autobusy Plzeň a.s., popř. dalšími společnostmi, přímá spojení existují do Sušice, Vimperka, Klatov, spojení s přestupy do Prahy, Plzně a Českých Budějovic. Autobusové zastávky se nacházejí v jižní části Náměstí.

Místní mini-busová doprava

Město Kašperské Hory (dále KH) provozuje místní mini-busovou linku spojující Kašperské Hory se Sušicí. Operuje na dvou trasách: 1x denně trasa KH – Nezdice – Strašín – Soběšice – Žihobce – Sušice a 2x denně KH – Dlouhá Ves – Sušice. 2x denně pak spojuje místní části Červená a Tuškov.

⁴ **Zdroje:** Finanční odbor Městského úřadu Kašperské Hory, Městské kulturní a informační středisko Kašperské Hory

⁵ **Zdroje:** Městský úřad Kašperské Hory, Městské kulturní a informační středisko Kašperské Hory, www.vlak-bus.cz, místní šetření

Návaznost autobusové linky a linky městského mini-busu na vlakové spojení v Sušici

- **Trasa KH – Sušice 1x denně – návaznost na vlaková spojení do Prahy:**
 - Na přesun do prvního vlaku (s jedním přestupem) je cca 20 minut, následují další vlaková spojení po 60 minutách (se dvěma přestupy) a dva spoje po 90 minutách (se třemi a dvěma přestupy).
- **Trasa KH – Sušice 2x denně:**
 - **Návaznost na vlaková spojení do Prahy:**

ranní spoj – na přesun do prvních dvou vlaků (se třemi a dvěma přestupy) je cca 10 minut, přímý autobus do Prahy odjíždí po cca 35 minutách, poté následují další spoje;

večerní spoj – návaznost neexistuje, možnost až prvním ranním vlakem.
 - **Návaznost na vlaková spojení z Prahy:**

ranní spoj – návaznost neexistuje;

večerní spoj – nejbližší spoje na první večerní linku přijíždí cca 5 minut a 45 minut před odjezdem linky do KH, na druhou večerní linku cca 45 minut před odjezdem linky do KH.
- **Obdobná návaznost s čekáním vždy několika desítek minut existuje i s Plzní** – problematický je opět večerní a ranní spoj linky Sušice 2x denně. Nejdelší čekací doba a nejproblematictější návaznost je s Českými Budějovicemi.

Vlaková doprava, taxi

Vlakové spojení do Kašperských Hor neexistuje, nejbližší vlakové nádraží je v Sušici (16 km).

Taxi služba přímo v Kašperských Horách není, nejbližší lze zavolat ze Sušice.

Informativní značení

Informativní značky směrové „modré“ IS3, navádějící na Kašperské Hory, jsou ze všech směrů osazené dostatečně a udržované. Značky Kulturní nebo turistický cíl „hnědé“ IS 23 pro hrad Kašperk, Městskou památkovou zónu Kašperské Hory, pro Muzeum motocyklů a IS 24 pro hrad Kašperk jsou umístěny ve směru od Vimperka. IS 23 pro Městskou památkovou zónu Kašperské Hory je umístěna ve směru od Sušice a IS 24 pro hrad Kašperk přímo v Kašperských Horách. Rozmístění je na vhodných místech, značky jsou včas rozeznatelné, čitelné a srozumitelné.

Rozvoj silniční dopravní infrastruktury je politikou územního správního celku Plzeňský kraj a je otázkou, jak bude naplňován Plán dopravní obslužnosti Plzeňského kraje na léta 2012 – 2016.

- Popis příjezdových cest do Kašperských Hor: <http://www.sumavanet.cz/khory/zaklad.asp>

3.2.4 Parkování⁶

Veřejná prostranství určená ke stání silničních motorových vozidel vymezují a sazby poplatků za jejich užívání upravují:

- Obecně závazná vyhláška č.1/2010 o místních poplatcích;
- Obecně závazná vyhláška č.1/2012 o místních poplatcích, kterou se mění OZV č.1/2010;
- Nařízení města Kašperské Hory č. 02/2011 o stání silničních motorových vozidel ve vymezených oblastech ve správním území města.

K dispozici jsou **dvě parkoviště** – lokality placeného stání: **na Náměstí** (celková kapacita 68 míst pro osobní automobily) a **parkoviště pro hrad Kašperk** (celková kapacita 48 míst pro osobní automobily a 13 pro autobusy, je plánováno novým vodorovným značením parkovacích míst zvýšit kapacitu pro osobní automobily). Obě lokality jsou ve správě Technických služeb města Kašperské Hory. Podle údajů o výnosech dle Finančního odboru města Kašperské Hory je **nejvyšší obsazenost obou parkovišť v červenci a srpnu, v ostatních měsících klesá na polovinu až čtvrtinu, dá se tedy říci, že parkovací kapacity jsou dostatečné**. Hotely disponují vlastními parkovacími plochami.

Ve městě chybí parkoviště pro zájezdové autobusy, respektive není pro ně vyhrazena ani vyznačena žádná plocha. Na výjezdu z města směr Sušice je na pravé straně zpevněná plocha přiléhající k silnici II. třídy č. 145 s označením P BUS, značka je ovšem ve velmi špatném stavu a nelze říci, zda tato plocha je možností pro parkování zájezdového autobusu, v současnosti slouží převážně pro odstavení linkových autobusů, když mají mezi trasami přestávku.

Neexistuje přehled o parkovacích plochách na soukromých pozemcích, hotely využívají, buď předplacených parkovacích stání na vyhrazených veřejných prostranstvích viz výše, nebo využívají služeb soukromých parkovišť, popřípadě disponují parkovacími plochami na vlastních pozemcích.

Ve městě chybí dopravní navigační systém k parkovacím plochám, na webových stránkách města i v propagačních materiálech chybí informace, týkající se možností parkování (umístění, ceny, provoz apod.), které jsou důležité pro návštěvníky města.

- Více informací k nabídce parkovacích kapacit viz *Příloha č. 4 – Statistika parkovacích kapacit*.

3.2.5 Další služby a občanská vybavenost, využitelná i pro návštěvníky města⁷

Autoopravna – soukromá dílna pro různé druhy značek aut

Bankovní služby – bankomat Česká spořitelna

Cestovní kancelář, cestovní agentura – tyto služby nejsou k dispozici

Čerpací stanice – na výjezdu z města směr Sušice, denně, nonstop

⁶ Zdroje: Městský úřad Kašperské Hory, Městské kulturní a informační středisko Kašperské Hory, místní šetření

⁷ Zdroje: Městský úřad Kašperské Hory, Městské kulturní a informační středisko Kašperské Hory, místní šetření

Internet – placený veřejný internet v Městském kulturním a informačním středisku a v Aparthotelu Šumava, wifi zdarma ve Vinárně Studna a restauraci Waikiki

Komunální služby – masáže, kadeřnice, nehtové studio, prádelna a čistírna

Lékárna – v ulici pod Náměstím, noční a pohotovostní služba o víkendech a svátcích není, nejbližší další dvě lékárny i s víkendovým provozem do 20.00 a střídavou pohotovostí jsou v Sušici

Mobilní sítě – dobré pokrytí signálem všech mobilních operátorů

Nemocnice a zdravotnická záchranná pomoc – nejbližší v Sušici, oddělení chirurgie, interna

Obchody – prodejna potravin a dalšího doplňkového zboží Jednota COOP, trafika, drogerie, obchody se smíšeným zbožím, papírnictví, suvenýry na Náměstí a v přilehlých uličkách

Policie – stálá služba Policie České republiky na Náměstí

Pošta – pobočka České pošty a.s.

Poliklinika – dětský lékař, praktický lékař, stomatolog, 1x týdně gynekolog

Veřejné WC – v budově kina na Náměstí, otevřeno od půlky června do půlky září a během akcí do 16.00 hodin, placené (5 Kč kabinka, 3 Kč pisoár)

3.2.6 Závěr

Kašperské Hory nabízí škálu **ubytovacích zařízení různé kategorie** od hotelů 4-hvězdy (cca 196 lůžek z celkové kapacity) přes penziony, apartmány, rekreační chaty a chalupy až po ubytování v soukromí. **Celková ubytovací kapacita je 955 lůžek.** Ze 44 ubytovacích zařízení je jich 19 umístěno v rámci Městské památkové zóny Kašperské Hory. Portfolio ubytování je vyvážené, nechybí žádná kategorie, kromě kempu, garní hotelu a motelu.

Vybrané hotely nabízí i možnost dalších služeb (wellness služby, krytý bazén, zapůjčení kol, využití tenisového hřiště, zapůjčení hůlek na nordic walking, popř. speciální služby jako speleoterapii, sudovou saunu nebo Centrum volného času). **Využití** je ovšem ve většině případů **pouze pro hotelové hosty, ne pro širokou veřejnost.** Některé hotely jsou zapojeny v globálních rezervačních on-line systémech jako např. www.hrs.de, www.booking.com, popř. v regionálním řetězci.

V Kašperských Horách je možno využít **17 stravovacích zařízení různé kategorie** (restaurace, cukrárna, vinárna, bowling, pizzerie, bar, hladové okno v letní sezóně), z nichž je 12 přímo ve městě v rámci Městské památkové zóny Kašperské Hory a 5 v nejbližším okolí. Některá stravovací zařízení ovšem **nefungují celoročně**, nabízejí služby pouze v době letní sezóny. **Nabídka** stravovacích zařízení je **vesměs uniformní, kromě restaurací hotelových komplexů chybí originální lokální produkty, není využit potenciál lokálních surovin, receptů atd.**

Město je dobře přístupné po silnici, která prochází historickým centrem – městskou památkovou zónou. **Dopravní dostupnost veřejnými hromadnými prostředky je komplikovaná, možná pouze s přestupy, zajišťovaná autobusovou dopravou.** Přímé linky autobusového spojení vedou pouze do menších měst v okolí (např. Sušice, Vimperk, Klatovy), **do vzdálenějších větších měst**, ze kterých by mohli potenciální návštěvníci do Kašperských Hor přijet (České Budějovice, Praha, Plzeň), **vede spojení pouze s minimálně jedním přestupem. Vlakové spojení do Kašperských Hor neexistuje**, nejbližší vlakové nádraží je v Sušici (16 km). **Město Kašperské Hory provozuje místní mini-busovou linku** spojující Kašperské Hory se Sušicí, která operuje na dvou trasách. Tato linka ve většině případů s čekací dobou několika desítek minut navazuje na vlakové spoje mezi Sušicí a většími městy (Praha,

Plzeň, České Budějovice). **Taxi služba přímo v Kašperských Horách není**, nejbližší lze zavolat ze Sušice. V okolí města je možno využít sítě dobře značených turistických a částečně i cyklistických tras, které navedu i na trasy centrální Šumavy = **kvalitní nabídky a dobrá orientace pro pěší a cykloturisty**.

V místě jsou k dispozici **2 placená parkoviště** – na Náměstí (68 míst pro osobní automobily) a parkoviště pro hrad Kašperk (48 míst pro osobní automobily – plánováno novým značením zvýšení míst, 13 pro autobusy; umístěno 6 km od centra města). Obě lokality jsou ve správě Technických služeb města Kašperské Hory. Nejvyšší obsazenost obou parkovišť je v červenci a srpnu, v ostatních měsících klesá na polovinu až čtvrtinu, **dá se říci, že parkovací kapacity jsou dostatečné**. Hotely disponují vlastními parkovacími plochami.

Ve městě chybí parkoviště pro zájezdové autobusy, respektive není pro ně vyhrazena ani vyznačena žádná plocha. Na výjezdu z města směr Sušice je na pravé straně zpevněná plocha s označením P BUS, **značka je ovšem ve velmi špatném stavu. Neexistuje přehled o parkovacích plochách na soukromých pozemcích**.

Ve městě chybí dopravní navigační systém k parkovacím plochám, na webových stránkách města i v propagačních materiálech chybí informace, týkající se možností parkování. Téma parkování není chápáno a realizováno jako systém dopravy v klidu ve městě, proto je i předmětem nepochopení ba dokonce i kritiky ze strany podnikatelů v cestovním ruchu. Chystaný projekt města, zřídit nové parkoviště v lokalitě bývalé pily na výjezdu na Sušici, je zřejmě i z důvodů neinformovanosti partnerů kritizován.

Kašperské Hory jsou město s dobrou občanskou vybaveností – zdravotnické služby, lékárna, obchody potravin, drogerie, policejní služebna, bankovní služby, čerpací stanice, pošta, autoopravárenská dílna aj. Veřejné WC v budově kina je bohužel otevřené jen od června do září do 16.00 hodin. Tyto i další služby (viz výše) jsou využitelné i pro návštěvníky města. **Služby cestovní kanceláře, případně cestovní agentury, které přímo souvisejí s cestovním ruchem, nejsou nabízeny**.

4 Organizace cestovního ruchu

4.1 Městské kulturní a informační středisko (MěKIS)

Město Kašperské Hory zřídilo v roce 2000 a provozuje Městské kulturní a informační středisko (MěKIS) jako organizační složku města. Je financováno městem Kašperské Hory a nabízí turistické informace a služby pro návštěvníky města. Je otevřeno celoročně, sídlí na Náměstí v budově radnice ve velmi příjemných a moderně zařízených prostorách. **Jak z názvu vyplývá, plní MěKIS zároveň roli odboru kultury, který město Kašperské Hory nemá.** V době mimo provozní dobu MěKIS je před budovou radnice instalován informační panel – kiosek s technologií internetového prohlížeče pro získání informací o městě a okolí 24 hodin on-line. Kiosek byl pořízen v rámci projektu „Marketingová strategie a propagace Šumavy“ Mikroregionů Šumava-západ a Horní Vltava-Boubínsko v roce 2011. MěKIS není zřetelně označeno (na skle okenních tabulí je silueta písmene i), návštěvníci „infocentrum“ MěKIS hledají.

Organizační struktura

Dvě pracovnice v pracovním poměru na plný úvazek:

- **vedoucí MěKIS** – zodpovědná za provoz a zároveň za marketing cestovního ruchu (zajištění oblasti informací);
- **pracovnice pro oblast kultury** – organizace akcí, provoz kina a knihovny, práce v provozu MěKIS (zajištění oblasti kultury).

Pod MěKIS organizačně a metodicky spadá též kronikář, dvě knihovnice, promítač v kině, roznáška Kašperskohorského zpravodaje. Brigádnické síly v počtu dvou osob jsou využívány pro víkendový provoz a v měsících červenec a srpen i během pracovních dní. Hlavní činností je poskytování a vyhledávání informací, prodej suvenýrů a další činnosti dle potřeb MěKIS.

V pracovních-právních vztazích je přímým nadřízeným pro všechny pracovníky MěKIS tajemník Městského úřadu Kašperské Hory. Metodicky a kompetenčně nemá MěKIS v rámci městského úřadu a ani v rámci volených představitelů města stanovenou zodpovědnou osobu, podle organizačního řádu Městského úřadu Kašperské Hory, stejně jako ostatní organizační složky města, podléhá přímo paní starostce, případné dotazy, rozhodnutí a konzultace probíhají tedy přímo s paní starostkou nebo kastelánem hradu Kašperk. Rada města rozhoduje v záležitostech financování, neboť se jedná o případné změny rozpočtu města. Návrh rozpočtu (včetně jeho změn) připravují pracovnice MěKIS (zvláště oblast kultury a cestovního ruchu), poté probíhá konzultace s paní starostkou, takto navržený rozpočet je na finančním odboru zahrnut do celkového rozpočtu města, který je poté schvalován zastupitelstvem. Případné aktivity, které nebyly předem schváleny v rozpočtu (změny rozpočtu), musí být schváleny radou města.

Financování

Z městského rozpočtu jako organizační složka města Kašperské Hory. Rozpočet je rozdělen na kulturu, kino, knihovnu, cestovní ruch a další. Tržby plynou hlavně z prodeje zboží a suvenýrů,

z pořádání kulturních akcí (vstupné), poskytování internetu. Provizní systém neexistuje, zprostředkování informací o nabídce cestovního ruchu je poskytováno zdarma.

Činnost

Aktualizace webových stránek, prezentace města na dalších portálech cestovního ruchu, komunikace s médii, vydávání propagačních materiálů včetně zpracování a vydávání kulturních přehledů, spolupráce na zpracování analýz rozvoje cestovního ruchu a tvorbě místních projektů podpory cestovního ruchu (žádosti o granty, dotace), organizace kulturních akcí, spolupráce s ostatními IC v regionu, spolupráce s ubytovacími zařízeními, stravovacími zařízeními, kulturními zařízeními a poskytovateli volnočasových aktivit, spolupráce s asociacemi cestovního ruchu, informace na CeBB Schönsee aj. V oblasti kultury zajišťuje MĚKIS provoz kina, provoz knihovny, pořádá Kašperskohorskou pouť, maškarní ples, Noc s Andersenem, Čarodějnice, Týden knihoven, koncerty, Oslavy osvobození, pietní akty atd. Dále zajišťuje realizaci informačního a mapového systému ve městě, tvorbu textů a podkladů k info panelům u naučných a poznávacích stezek a na panelech na Náměstí, zajišťuje vybavení Horského klubu (odhlučení, zatemnění, koordinace pronájmů v Horském klubu). **MĚKIS plní zároveň roli odboru kultury města.**

- Webové stránky infocentra: <http://www.sumavanet.cz/ickhory/>

4.2 Správa hradu Kašperk

Hrad Kašperk je organizační složkou města Kašperské Hory.

Organizační struktura

Dva pracovníci v pracovním poměru:

- **kastelán hradu** – zodpovědný za provoz, marketing a obchod, garant odborné ochrany památkové hodnoty objektu a odborné interpretace hradních expozic. Zodpovídá rovněž za investiční činnost;
- **pracovnice pro organizaci a marketing** – 0,5 úvazku (0,5 úvazku na městském úřadu, v současné době pro tvorbu strategie cestovního ruchu), příprava propagace, marketingových aktivit, organizace prohlídek, kulturních akcí, pomoc v provozech hradu (pokladna, občerstvení, průvodce aj.);
- **další pracovníci jsou na dobu určitou** (duben – prosinec: údržbář, duben – říjen: hlavní průvodkyně a provozní).

V letních měsících, popřípadě v případě potřeby jsou najímány brigádnické síly z řad studentů středních i vysokých škol s jazykovými předpoklady na pozice průvodců, obsluhy grilu, stánku se suvenýry, přípravě Kašperských placek, pomoci v občerstvení a pokladně. Jedná se o 4 osoby pro obsluhu stánků a občerstvení. Průvodci se střídají po dvou- nebo třínedělních turnusech, v jednom turnusu je najímáno 5 až 6 průvodců.

V pracovních-právních vztazích je přímým nadřízeným pro pracovníky správy hradu, tedy i kastelána, tajemník Městského úřadu Kašperské Hory. Provoz, investiční záměry a rozpočet schvaluje rada

města, kastelán se zodpovídá přímo radě města. Pro všechny zaměstnance hradu je přímým nadřízeným ve všech směrech kastelán hradu.

Financování

Z městského rozpočtu jako organizační složka města Kašperské Hory. Samostatný rozpočet – investiční je součástí rozpočtu města. Tržby plynou hlavně ze vstupného a prodeje zboží a suvenýrů, z pronájmů např. teambuildingové akce, lučištník na nádvoří, svatby. Hrad jako nemovitá kulturní památka čerpá investiční dotace z různých dotačních programů zejména „Programu zachrany architektonického dědictví“ Ministerstva kultury ČR. Na provozní, marketingové a kulturní aktivity čerpá správa hradu dotační prostředky v rámci Dispozičního fondu – Cíl 3 Přeshraniční spolupráce ČR – Bavorsko, dotační tituly Plzeňského kraje.

Činnost

Údržba a opravy nemovitosti, správa památkového objektu i movitých věcí a exponátů, prohlídky hradu, pravidelné kulturní akce (Velikonoce, šumavská řemesla, druhá půlka července – šermířské představení, druhý týden v srpnu – tradiční divadelní představení Divadelního spolku Kašpar, další týden v srpnu noční prohlídky).

Hrad Kašperk je součástí sdružení „Šumavské trojhradí“ s hrady Rábí a Velhartice, mající za cíl nabídnout návštěvníkům Šumavy poznání středověkých památek regionu www.trojhradi.cz.

- Webové stránky hradu Kašperk: <http://www.kasperk.cz/>

4.3 Ostatní

Kulturní komise rady města

V počtu devíti členů. Vyhláší a hodnotí „Program klubové, spolkové a zájmové činnosti v Kašperských Horách“, který každoročně město vyhláší na podporu kulturních, sportovních a společenských akcí, tvůrčí a zájmové činnosti. V roce 2012 je v rozpočtu města alokována částka 120 000,- Kč v položce Ostatní zájmová činnost č. 3429.

Kulturní komise podává návrh na přidělení finančních prostředků radě města ke schválení.

www.sumava.net/mukhory/user/deska//Podpora_rozvoje_2012.pdf

Poradní orgány cestovního ruchu

Ve struktuře volených orgánů města **není stanoven radní či zastupitel s kompetencí záležitostí cestovního ruchu či rozvoje města. Není ustanovena komise pro cestovní ruch ani žádný jiný poradní a iniciační orgán samosprávy v záležitostech cestovního ruchu, popř. rozvoje města.**

Management Programu regenerace městských památkových zón

Program regenerace městských památkových zón Ministerstva kultury ČR je efektivním nástrojem získávání finančních prostředků na obnovu a revitalizaci památek. V Kašperských Horách je managementem Programu regenerace MPZ pověřen a je zodpovědný kastelán hradu.

Informační středisko a středisko environmentálního vzdělávání Chráněné krajinné oblasti a Národního parku Šumava (dále IS a SEV CHKO a NP Šumava)

Informační středisko je provozováno a financováno Správou Národního parku a Chráněné krajinné oblasti Šumava. Zaměřuje se především na poskytování informací o území CHKO Šumava a NP Šumava, co vše mohou návštěvníci při návštěvě shlédnout, a realizuje osvětové a výukové programy na téma ochrany přírody. Základem je stálá expozice o přírodě Národního parku Šumava. Expozice je zaměřená primárně na rodiny s dětmi, je velmi moderní, poutavá, interaktivní a edukativní včetně promítání tematických filmů. Středisko realizuje celoročně výukové programy pro děti MŠ až SŠ.

- Webové stránky IS a SEV CHKO a NP Šumava: <http://www.npsumava.cz/cz/1103/sekce/is-kasperske-hory/>

Spolupráce MěKIS s IS a SEV CHKO a NP Šumava

IS a SEV CHKO a NP Šumava spolupracuje s MěKIS Kašperské Hory v oblasti propagace kulturních akcí, dochází k výměně informačních materiálů a k propagaci akcí v Kašperskohorském zpravodaji. Činnosti se ovšem často dublují, i v IS a SEV CHKO a NP Šumava poskytují pracovníci informace o turistické nabídce Kašperských Hor.

- Více informací k organizaci cestovního ruchu viz *Příloha č. 6 – Organizační struktura Městského úřadu Kašperské Hory; Přehled a nabídka informačních center.*

4.4 Závěr

V Kašperských Horách v současné době neexistuje rozvojová strategie města, neexistuje strategie cestovního ruchu, neexistuje management cestovního ruchu. Záležitostmi cestovního ruchu se zabývá **Městské kulturní a informační středisko** (dále MěKIS), které je organizační složkou města. Je otevřeno celoročně, má kvalitní vybavení, vhodné zázemí a výhodné umístění na Náměstí. **MěKIS plní roli informačního centra, naplňuje marketingové aktivity města a plní zároveň roli odboru kultury.** **Personálně je ovšem chod MěKIS zajištěn pouze dvěma pracovníci, z toho je za marketing cestovního ruchu zodpovědná pouze jedna pracovnice,** která zároveň plní roli vedoucí, je tedy zodpovědná i za provoz MěKIS. Druhá pracovnice se zabývá záležitostmi kultury a provozu IC. Provoz MěKIS je v době sezóny zajišťován zároveň brigádnicky. Pracovníci MěKIS mají vysokoškolské vzdělání v oboru cestovního ruchu (vedoucí) a obchodní akademii.

MĚKIS je financováno z městského rozpočtu jako organizační složka města Kašperské Hory, cestovní ruch je jednou z položek rozpočtu města (položka č. 2143 na straně výdajů, v roce 2012 ve schváleném rozpočtu vyčleněna částka 1,365 mil. Kč, 16 % této částky jsou výdaje na marketing, ostatní výdaje tvoří provozní výdaje MĚKIS a mzdové výdaje). Tržby plynou hlavně z prodeje zboží a suvenýrů, z pořádání kulturních akcí (vstupné), poskytování internetu. Provizní systém neexistuje, zprostředkování informací o nabídce cestovního ruchu je poskytováno zdarma.

Metodicky a kompetenčně nemá MĚKIS v rámci městského úřadu a ani v rámci volených představitelů města stanovenou zodpovědnou osobu, ve struktuře volených orgánů města **není tedy stanoven radní či zastupitel s kompetencí záležitostí cestovního ruchu či rozvoje města.** Případné dotazy, rozhodnutí a konzultace probíhají přímo s paní starostkou nebo kastelánem hradu Kašperk, který je zastupitelem města. Rada města rozhoduje v záležitostech financování, neboť se jedná o případné změny rozpočtu města.

Ve městě je ustanovena kulturní komise rady města, **pro oblast cestovního ruchu ovšem není ustanovena ani komise ani žádný jiný poradní a iniciační orgán samosprávy,** který by se zabýval záležitostmi cestovního ruchu, popř. rozvoje města. Ve městě rovněž **nefunguje žádné profesní sdružení cestovního ruchu,** které by roli poradního orgánu mohlo naplňovat.

Na organizaci cestovního ruchu v Kašperských Horách se významně podílí kastelán hradu a jeho tým, neboť aktivity a projekty hradu mají nadregionální charakter a utvářejí povědomí o destinaci Kašperské Hory.

Významným partnerem pro organizaci cestovního ruchu destinace může být **Informační středisko a středisko environmentální vzdělávání Chráněné krajinné oblasti a Národního parku Šumava,** které má své hlavní poslání ve vzdělávací a osvětové činnosti, realizuje vzdělávací programy pro děti a mládež. **Společné projekty s MĚKIS a koordinace aktivit mohou přispět k lepšímu využití omezených finančních a lidských zdrojů obou institucí.**

5 Marketing

5.1 Komunikace, PR

Přehled kulturních akcí je zdarma uveřejňován v Sušických novinách, pozvánky (newsletter) zasílán mailem hotelům, penzionům, restauracím, informačním střediskům v regionu a ostatním příjemcům newsletteru na vlastní žádost. Spolupráce v oblasti propagace kulturních akcí dále probíhá s Plzeňským krajem – Odborem kultury, památkové péče a cestovního ruchu, informace jsou předávány do rádií, tiskové zprávy do tištěných médií (MF Dnes, Klatovský deník, Lidové noviny, Krajské noviny Plzeňského kraje). Kulturní akce jsou též prezentovány na portálu www.kudyznudy.cz.

Hrad Kašperk pravidelně v posledních letech spolupracoval při svých reklamních kampaních s Hitrádiem FM PLUS, případně s Rock Rádiem (placené spoty + neplacená podpora formou soutěží a dalších upoutávek zařazených do vysílání).

Tisk vydávaný pro město

Kašperskohorský zpravodaj – zdarma: <http://www.sumavanet.cz/khory/zpravodaj.asp>

Redakci a výrobu zajišťuje MĚKIS, na distribuci najímána brigádnická síla.

Regionální tisk

Měsíčník Rozhled – zdarma, Sušické noviny – placené, Klatovský deník – placené

Vítaný host – placené

Doma na Šumavě – zdarma (RRA Stachy), Plzeňský kraj – zdarma, Nová Šumava – zdarma

5.2 Webové stránky

Oficiální webové stránky města

Klíčovým marketingovým nástrojem pro destinaci Kašperské Hory je internet jako nejefektivnější prostředek komunikace a nabídky cestovního ruchu. V současnosti existuje několik variant webových stránek Kašperských Hor (viz níže), svoji vlastní webovou stránku má rovněž hrad Kašperk. Jako **oficiální webové stránky** města vystupují „**Kašperské Hory a okolí**“, informace, že se jedná o oficiální webovou stránku (např. Vítejte na oficiálních stránkách města Kašperské Hory), zde ale není uvedena. V červnu roku 2012 došlo ke změně struktury a designu webových stránek města. V nové podobě stránek existují **3 sekce – městský úřad, turistika, infocentrum**. Po zadání uvedené webové stránky „Kašperské Hory a okolí“ se zobrazí sekce „turistika“. Webové stránky mají nově uvedeny i **prokliky do jazykových mutací** (Deutsch, English). V době zpracovávání této situační analýzy (červenec 2012) jsou ovšem **přeloženy pouze úvodní stránka se základními údaji**, všechny ostatní údaje včetně názvů odkazů jsou i v jazykových mutacích uvedeny v češtině. **Infocentrum (MĚKIS)** ani městský úřad **nemají do jazykových mutací přeloženou žádnou informaci**, přestože jsou

i v těchto sekcích prokliky do jazykových mutací nabízeny. Zahraniční návštěvník se tedy nedozví žádné informace, přestože se stránky jeví s nabízenými odkazy na jazykové mutace jako tříjazyčné.

V nové podobě stránek byla sice nově vhodně zvolena sekce „turistika“, struktura a obsah informací ovšem odpovídá původním webovým stránkám „Kašperské Hory a okolí“, kde jsou směřovány informace pro návštěvníky města (turisty) i občany, respektive **struktura ani obsah informací není optimální pro využití pro cestovní ruch** (nevhodně zvolená struktura a řazení odkazů, mnoho turisticky nevyužitelných odkazů a informací, naopak chybí praktické informace, které by na turistickém webu chybět neměly - parkování, přístupnost památek, kategorie ubytovacích zařízení, FAQ = Frequently Asked Questions = často kladené dotazy, rezervační systém apod.).

Sekce „infocentrum“ je informačně obsáhlá a struktura i obsah informací odpovídá zaměření Městského kulturního a informačního střediska, tj. nejen pro oblast cestovního ruchu, ale i kultury (např. odkaz Městská knihovna). Sekce není v současné době vůbec přeložena do žádného z nabízených jazyků.

Vlastní webové stránky mají všechny kašperskohorské hotely, rezervace hotelů lze provést i na rezervačních portálech typu www.booking.com, www.hrs.de. Vlastní internetové prezentace mají rovněž další zařízení, nabízející turistické služby (kulturní zařízení, některá stravovací zařízení, sportovní a volnočasová zařízení apod.).

Webové stránky Kašperských Hor a hradu Kašperk

- Kašperské Hory a okolí (včetně webových stránek MÚ Kašperské Hory a infocentra): <http://www.sumavanet.cz/khory/> (webdesign: ŠumavaNet.CZ ve spolupráci s MÚ Kašperské Hory) – oficiální stránky města;
- Hrad Kašperk: <http://www.kasperk.cz/> (webdesign: Canaletto – Jakub Krupař);
- Památky v Kašperských Horách: <http://www.pamatkykasphory.cz/> (webdesign: goodsites.cz, goodness.cz – Radovan Hrabý) – spravované MěKIS, věnované památkám v Kašperských Horách, prvotně vytvářené kvůli kostelu svatého Mikuláše, později se přidaly i další zajímavosti ve městě;
- Kašperk a Kašperské Hory: <http://www.kasperske-hory.cz/> (webdesign: Online Travel Solutions) – soukromý správce;
- Kašperské Hory: <http://kasperskehory.cz/> (WordPress and the Theme Adventure by Eric Schwarz) – soukromý správce.

Webové stránky hotelů

- Aparthotel Šumava 2000: <http://www.aparthotel-sumava.cz/>
- Hotel Kašperk: <http://www.hotelkasperk.cz/>
- Parkhotel Tosch: <http://www.tosch-parkhotel.cz/tosch/>
- Wellness&Sport Hotel Šumava – v Amálině údolí: <http://www.sumavanet.cz/zsmv/>

Webové stránky vybraných kulturních a volnočasových zařízení

- Muzeum Šumavy / Muzeum Kašperské Hory: http://muzeum.sumava.net/?page_id=51
- Muzeum historických motocyklů a jízdních kol Kašperské Hory: <http://www.historicke-moto.cz/>
- Muzeum České hračky: <http://motomuzeum.sumava2000.cz/hracky.html>
- Skiareál Kašperky: <http://www.snowhill.cz/kasperky/>
- Centrum volného času: <http://www.sumava-volnycas.cz/>

Sociální sítě, mobilní aplikace

Prezentaci na sociálních sítích aktivně využívá hrad Kašperk (Facebook) a **Hotel Kašperk** (Facebook, Tripadvisor), **Správa národního parku Šumava** (Facebook, YouTube).

Mobilní marketing (mobilní průvodce, audioprůvodce aj.) **není využíván.**

5.3 Edice

Novou řadu propagačních materiálů vydalo město Kašperské Hory v roce 2011, kdy si oslavami připomínalo kašperskohorskou Zlatou stezku – 1000 let soumarských stezek mezi Bavorskem a Čechami. Spojujícím prvkem vydaných materiálů je proto logo Zlatá stezka – 1000 let (1010 – 2010). Jedná se o první čtyři níže uvedené materiály. Propagační materiály, které přímo vydalo město Kašperské Hory, jsou provedeny na zlato-hnědém podkladu a mají jednotný typ písma. Jednotné vnější i vnitřní provedení mají pouze první dva materiály, ostatní se liší barevností podkladu, ozdobnými prvky – např. ozdobné orámování. Materiál, který pro město vydalo nakladatelství Josef Babka – Roupov, má zcela jiné provedení. Pouze některé materiály mají na titulní straně uveden znak města. Obdobnou hnědou podkladovou barvu a jednotný typ písma má i pátý a šestý níže uvedený materiál, které opět vydalo město Kašperské Hory v roce 2011. Ostatní níže uvedené materiály mají zcela jiné provedení, nespojuje je žádný jednotící prvek, mají různé vydavatele.

Přehled tištěných propagačních materiálů

Název propagačního materiálu	Mutace/formát/náklad	Obsah	Vydavatel/rok/užití
Město Kašperské Hory a okolí – Za leskem Zlaté stezky („IMAGE“ materiál)	ČJ, NJ, AJ / brožura A4 / 4 000, 1 500, 1 500 ks	Historie města, pozvánka do města – současná turistická nabídka, kultura – akce, muzea, vybrané památky, hrad Kašperk, Zlatá stezka, příroda a okolí	Město Kašperské Hory / 2011 / v současnosti využíván
Kašperskohorská větev Zlaté stezky	ČJ, NJ, AJ / brožura zúžená A5 (kapesní formát) / 5 000 ks	Zlatá stezka – historie, průběh, popis jednotlivých zastavení, zajímavosti	Město Kašperské Hory / 2011 / v současnosti využíván

Pokračování

Pokračování

Název propagačního materiálu	Mutace/formát/náklad	Obsah	Vydavatel/rok/užití
Kašperské Hory a hrad Kašperk – Za leskem Zlaté stezky	ČJ, NJ, AJ / leták zúžená A5 (kapesní formát) / / 17 000, 5 000, 3 000 ks	Město Kašperské Hory, historické památky, hrad Kašperk, volný čas a sportovní vyžití, okolí	Pro město Kašperské Hory vydalo nakladatelství Josef Babka – Roupov / / 2011 / v současnosti využíván
Kašperské Hory – 1000 let soumarských stezek mezi Bavorskem a Čechami – plán akcí Kašperské Hory 2011	ČJ, NJ / leták zúžená A5 (kapesní formát) / / 12 500 ks	Stručný popis akcí k tématu	Město Kašperské Hory / 2011 / využíván pouze v roce 2011
Hřbitovní areál s kostelem sv. Mikuláše v Kašperských Horách	ČJ, NJ, AJ / leták zúžená A5 (kapesní formát) / / 10 000, 3 000, 2 000 ks	Popis nabídky a komentovaných prohlídek, návštěvní doba	Město Kašperské Hory / / 2011 / v současnosti využíván (ČJ mutace již vydistribuována)
Hrad Kašperk	ČJ, NJ, AJ / leták zúžená A5 (kapesní formát) / / 20 000, 5 000, 5 000 ks	Historie, návštěvní doba, prohlídkové okruhy, akce	Město Kašperské Hory / / 2011 / v současnosti využíván
Mapa Kašperské Hory a okolí – Naučné stezky a vycházkové okruhy v okolí Kašperských Hor	ČJ, NJ, AJ / A4 / / 10 000 ks	Popis okruhů, vyznačení v mapě	Město Kašperské Hory / / 2008, 2011 (doplňen okruh Kašperskohorská větev Zlaté stezky – pouze v ČJ) / / v současnosti využíván
Přehled ubytování	ČJ, NJ, AJ / leták zúžená A5 (kapesní formát) / / 4 000 ks	Panoramatická mapa města, přehled ubytování s kontakty a informacemi o zařízení ve formě jednotných univerzálních obrázkových značek	Město Kašperské Hory / / 2009 / v současnosti využíván (částečně neaktuální z důvodu zrušení živnosti některých podnikatelů)
Kašperské Hory a okolí	ČJ / leták zúžená A5 (kapesní formát) / / 15 000 ks	Město Kašperské Hory, historické památky, mapa Mikroregion Šumava západ	V současnosti využíván
Kašperské Hory – plán města	ČJ, NJ / leták zúžená A5 (kapesní formát) / / 5 000 ks	Panoramatická mapa města s vyznačenými turistickými aktivitami a vycházkovými okruhy + stručný popis turistických cílů, důležité kontakty	Zpracovatel RAMAP / 2009 / / v současnosti využíván, plánován dotisk
Kašperské Hory a okolí – pohledová mapa	ČJ, NJ / leták zúžená A5 (kapesní formát) / / 5 000 ks	Panoramatická mapa okolí s vyznačenými turistickými aktivitami a vycházkovými okruhy + stručný popis turistických cílů, důležité kontakty	Zpracovatel RAMAP / 2009 / / v současnosti využíván
Šumavské Trojhradí	ČJ, NJ, AJ / leták zúžená A5 (kapesní formát)	Velhartice, Rabí, Kašperk – mapa, stručné informace, otevírací doba, kontakty	V současnosti využíván, plánován dotisk na aktuální sezonu
Záložka do knihy	25 000 ks		

Distribuce

Převážně rozvážka na okolní turistická informační střediska, hotelové recepce a pokladny či recepce kulturních a sportovních zařízení, popřípadě dodání na základě požadavku. **Není zpracován distribuční plán a systém, tudíž není evidence potřeby pro jednotlivá distribuční místa.**

Corporate design

Není jednotný grafický manuál pro zpracování propagačních materiálů, neexistuje corporate design města. Městský úřad Kašperské Hory a zřizované organizace používají znak města, veškeré další použití podléhá rozhodnutí rady města, nejsou však přesně stanovena pravidla formou závazného nařízení. Své vlastní znaky mají hrad Kašperk, Kašperskohorské městské lesy s.r.o. a Statek Kašperské Hory s.r.o.

V roce 2012 probíhá snaha města o sjednocení používaných log organizačními složkami města (především MěKIS a Technické služby), proto rada města schválila svým usnesením dne 6. června 2012 návrh loga města předložený Atelierem Janda. Toto logo postupně zavedou složky města do užívání, užití bude především v propagaci města. Dalším plánovaným krokem je stanovení pravidel používání loga a tvorba grafického manuálu loga.

- Více informací k edici a symbolům města viz *Obrazová příloha – Propagační materiály; Symboly města Kašperské Hory.*

5.4 Partnerství a členství

Partnerské město Grafenau (Bavorsko)

Spolupráce s Grafenau v rámci cestovního ruchu funguje pouze na principu výměny informačních materiálů pro infocentra. Nepořádají se žádné společné akce. Fungují vzájemné návštěvy – Nový rok, školní besídka, Volksfest a Säumerfest, Kašperskohorská pouť. V současné době město plánuje oslovit Grafenau a projednat možnosti širší spolupráce v oblasti cestovního ruchu.

Členství ve sdruženích

- Svaz obcí NP Šumava: <http://www.svazobci.sumavanet.cz/svazobci/> – člen město Kašperské Hory;
- Mikroregion Šumava Západ: <http://www.sumavanet.cz/mszapad/> – člen město Kašperské Hory;
- Občanské sdružení Karel Klostermann – spisovatel Šumavy: <http://www.sumavanet.cz/klostermann/> – člen město Kašperské Hory;
- Euroregion Šumava: <http://www.euregio.cz/> – člen město Kašperské Hory;
- Svaz historických sídel Čech, Moravy a Slezka: <http://www.shscms.cz/> – člen město Kašperské Hory;
- Šumavské trojhradí: <http://www.trojhradi.cz/> – člen město Kašperské Hory, naplňuje hrad Kašperk;

- Asociace turistických informačních center ATIC ČR: <http://www.aticcr.cz/> – člen město Kašperské Hory, naplňuje MĚKIS.

Instituce, spolky a aktivity v okolí ve vztahu k cestovnímu ruchu

- Správa NP a CHKO Šumava: <http://www.npsumava.cz/cz/>
- Infocentra v okolí: <http://www.sumavanet.cz/urady.asp?atr=u-ic>
- Mikroregiony, regionální agentury: <http://www.sumavanet.cz/urady.asp?atr=u-ho>

5.5 Ostatní marketingová činnost

V roce 2011 se město Kašperské Hory účastnilo **dvou veletrhů cestovního ruchu** – veletrhu Holiday World Praha a ITEP Plzeň. Pro rok 2012 není plánována účast na veletrzích cestovního ruchu.

Kulturní a vzdělávací akce ve městě jsou ve většině případů **organizované Městským kulturním a informačním střediskem a Informačním střediskem a střediskem environmentálního vzdělávání Chráněné krajinné oblasti a Národního parku Šumava**. Pro rok 2012 je plánovaná řada akcí i od dalších organizátorů a spolků (např. Arciděkanství Kašperské Hory, Keltská stopa o.s.). **Pořadatelem kulturních akcí na hradě Kašperk je správa hradu, která zajišťuje i propagaci.**

Kulturní akce a společenské aktivity jsou spíše lokálního či regionálního významu, s výjimkou akcí pořádaných na hradě Kašperk, které jsou prezentovány i v celostátních denících – kulturních či víkendových přílohách, popřípadě ve společenských celostátních magazínech.

- Více informací ke kulturním a společenským akcím viz *Příloha č. 5 – Přehled kulturních a společenských akcí.*

Marketingové aktivity nejsou zpracovány do marketingového plánu pro dané období, marketingové plány nejsou tvořeny, neexistuje marketingová strategie, neexistuje značka Kašperské Hory.

5.6 Závěr

Kašperské Hory využívají tradiční nástroje marketingu destinace a turistické nabídky. Marketingové aktivity pro město Kašperské Hory naplňuje v rámci své činnosti Městské kulturní a informační středisko, které ovšem v rámci svých omezených personálních možností plní zároveň roli informačního centra a naplňuje rovněž aktivity v oblasti kultury, plní tak roli odboru kultury města. Komplexní marketing cestovního ruchu tedy neexistuje, propagace města (aktivity a produkty) je roztříštěná, nekompaktní. Marketingové aktivity nejsou zpracovány do marketingového plánu pro dané období, marketingové plány nejsou tvořeny. Neexistuje marketingová strategie, neexistuje značka Kašperské Hory a zatím ani podmínky pro její budování (corporate design včetně loga města a grafického manuálu propagačních materiálů, komunikační strategie).

V oblasti **komunikace s médii a PR** je spolupracováno především s místním a regionálním tiskem, a to především v oblasti prezentace kulturních akcí (placenou i neplacenou formou). Přehled kulturních

akcí je rovněž rozesílán místním subjektům cestovního ruchu a regionálním informačním střediskům. Vlastní komunikaci s médii vede rovněž hrad Kašperk.

Vzhledem ke konání především akcí regionálního charakteru je tato forma spolupráce považována za dostatečnou, **v případě akcí a turistické nabídky nadregionálního charakteru** (například akce konané na hradě Kašperk) **je nutné komunikaci rozšířit i na celostátní a příhraniční tisk a zvolit další formu spolupráce s médii než pouze písemné zasílání tiskových zpráv.**

Nedostatečná komunikace je vedena s privátní sférou, z toho vyplývá následná neznalost nabídky a produktů cestovního ruchu ve městě navzájem.

Klíčovým marketingovým nástrojem pro destinaci Kašperské Hory je internet jako nejefektivnější prostředek komunikace a nabídky cestovního ruchu. Město Kašperské Hory je prezentováno na webových stránkách „Kašperské Hory a okolí“ – od července 2012 nové členění na sekce turistika, městský úřad, infocentrum. Vlastní prezentaci má hrad Kašperk. **Prezentace na webových stránkách není optimální pro využití pro cestovní ruch** – pro potencionální návštěvníky města (nevhodně zvolená struktura a řazení odkazů, design, obsah informací, nedostatečné překlady jazykových mutací, chybí rezervační systém apod.). Vlastní webové stránky mají všechny kašperskohorské hotely a další zařízení cestovního ruchu.

Kašperské Hory nevyužívají nástrojů e-marketingu a mobilního marketingu, např. mobilní aplikace pro mobilní telefony, mobilní hry nebo prezentace v sociálních sítích. Hrad Kašperk, hotel Kašperk a Správa národního parku Šumava mají aktivní profil na Facebook, popř. Tripadvisor a YouTube.

Svou turistickou nabídku město dále **prezentuje v tištěných propagačních materiálech** – ve většině případů v české, německé a anglické mutaci. **Neexistuje ovšem jednotný grafický manuál pro zpracování propagačních materiálů, neexistuje corporate design města,** materiály proto vystupují navenek nejednotně. **V roce 2012 bylo radou města schváleno nové logo města Kašperské Hory,** které bude užíváno především organizačními složkami města (MěKIS a Technické služby) a to v propagaci města. Pro distribuci propagačních materiálů **není zpracován distribuční plán a systém, tudíž není evidence potřeby pro jednotlivá distribuční místa.**

Partnerským městem Kašperských Hor je německé město Grafenau, dále je město, MěKIS či hrad Kašperk členem vybraných sdružení. **Z pohledu cestovního ruchu není partnerství s Grafenau ani členství ve sdruženích či partnerství s dalšími institucemi cestovního ruchu dostatečně využíváno.**

Chybí systém partnerství veřejné a privátní sféry (podnikatelé v oblasti cestovního ruchu). Z toho vyplývá nedostatečná komunikace, koordinace a panující nedůvěra, chybí vzájemný respekt, jsou nevyjasněné kompetence a role privátních aktivit a veřejné správy a samosprávy včetně financování projektů a aktivit.

V oblasti **další marketingové činnosti** se město Kašperské Hory **neúčastní pravidelně veletrhů cestovního ruchu.** Neexistují tematické produkty a pobytové balíčky včetně systému prodeje a distribuce těchto produktů. **Neexistuje systém návštěvnických bonusových karet.** Dále **neexistuje systém sledování výkonů (statistiky) a indikátorů cestovního ruchu,** není tedy možno odhadnout budoucí vývoj cestovního ruchu a přizpůsobit se mu. **Neexistuje rovněž městský informační systém s jednotným vizuálním stylem** navádějící k turistickým cílům včetně komerční reklamy, **neexistují vhodné výlepové plochy** pro prezentaci turistické nabídky.

Vlastní marketing má hrad Kašperk, daří se zejména propagace hradních kulturních akcí v celostátních médiích, hrad má vlastní webovou prezentaci a je členem marketingového sdružení „Šumavské Trojhradí“ spolu s hrady Rábí a Velhartice.

6 Sociálně-ekonomická charakteristika

6.1 Lidské zdroje, demografie⁸

Evidence obyvatel

K 31. 12. 2011 eviduje Městský úřad Kašperské Hory 1 523 trvale bydlících obyvatel. Počet trvale bydlících obyvatel ve městě od roku 2009 leteč klesá v řádu desítek.

Podle výsledků **Sčítání lidu, domů a bytů v roce 2011** trvale žilo v Kašperských Horách 1 486 obyvatel (údaj pouze za město bez místních částí obce), z toho 729 mužů a 757 žen. Věkové složení 0 – 14 let 171 obyvatel, 15 – 64 let 1 056 obyvatel, 65 a více let včetně nezjištěno 259 obyvatel. V Kašperských Horách je dle cenzu roku 2011 699 ekonomicky aktivních obyvatel a 608 zaměstnaných.

Porovnáme-li údaje cenzu 2011 s výsledky cenzu před 10 lety v roce 2001, zjišťujeme následující:

Počet trvale bydlících obyvatel poklesl o 117 osob (z 1 603 v roce 2001 na 1 486 v roce 2011), v roce 2001 žilo v Kašperských Horách 814 mužů a 780 žen. Věkové složení 0 – 14 let 295 obyvatel, 15 – 64 let 1 122 obyvatel, 65 a více let včetně nezjištěno 186 obyvatel. Klesl tedy i počet ekonomicky aktivních obyvatel o 125 osob z 824 v roce 2001, zaměstnaných před 10 lety bylo 717.

Za deset let poklesl počet obyvatel a tím i počet ekonomicky aktivního obyvatelstva. Potenciál lidských zdrojů nevzrostl.

Vzdělání, školství

V Kašperských Horách jsou mateřská a základní škola, jejichž zřizovatelem je město, ve městě není střední ani vysoká škola. Střední školy jsou v Sušici, Vimperku a Klatovech. V oblasti cestovního ruchu lze získat odborné střední vzdělání, popřípadě vysokoškolské vzdělání nejbližší v Plzni a v Českých Budějovicích.

V hotelích na pozicích manažerů pracují lidé s vysokoškolským vzděláním v oblasti ekonomiky, popř. humanitních oborů s praxí v cestovním ruchu. Pracovnice Městského kulturního a informačního střediska mají vysokoškolské vzdělání v oboru cestovního ruchu a obchodní akademii. Kastelán hradu a pracovnice správy hradu mají vysokoškolské vzdělání v oboru cestovního ruchu a kulturní historie. Najímaní brigádníci na sezónní výpomoc v MĚKIS a na hradě jsou studenti středních i vysokých škol různého zaměření, převážně však historie, cestovní ruch, ekonomie, důležitým kritériem jejich schopností je umění jednání s lidmi a jazykové znalosti.

Jako personál hotelů jsou místní obyvatelé spíše na pozicích pomocného personálu, např. housekeeping, údržba. Kvalifikovaný personál jsou z velké části dojíždějící z měst v okolí.

⁸ Zdroje: Městský úřad Kašperské Hory, Městské kulturní a informační středisko Kašperské Hory, místní šetření, www.czso.cz, <http://portal.mpsv.cz/sz/stat/nz/uzem> (28. 2.2012)

Nezaměstnanost

Nezaměstnanost v Kašperských Horách každoročně kolísá v pravidelných intervalech – největší míra nezaměstnanosti až 16 % je v období zimní sezóny (leden – březen, listopad – prosinec), nejmenší cca 8 – 9 % naopak v období duben – říjen. **Tento vývoj souvisí zjevně se strukturou hospodářských odvětví v Kašperských Horách, jež jsou odvětví sezónní – zemědělství, lesnictví a cestovní ruch. Dlouhodobě se míra nezaměstnanosti pohybuje v průměru 11,3 %.**

- Více informací k lidským zdrojům a demografii viz *Příloha č. 7 – Statistika trvale bydlících obyvatel; Statistika nezaměstnanosti; Profesní profily pracovníků MĚKIS a hradu Kašperk.*

6.2 Ekonomický efekt cestovního ruchu a jeho sledování, podnikatelské prostředí⁹

Jednoznačně změřit efekt = přínosy cestovního ruchu pro ekonomiku města je velmi komplikované, zatím neexistuje standardní metodika. Pro posouzení současného stavu přínosů cestovního ruchu pro město Kašperské Hory jsou východiskem rozpočet města 2011 a 2012, závěrečný účet města Kašperské Hory za rok 2011 a dostupné kvantitativní údaje.

6.2.1 Příjmy města plynoucí přímo z cestovního ruchu

Pokud hodnotíme příjmy města (daňové i nedaňové), které plynou přímo z cestovního ruchu, identifikujeme:

1) Poplatek z ubytovací kapacity a poplatek za lázeňský nebo rekreační pobyt

Stanovuje *Obecně závazná vyhláška č. 1/2010 o místních poplatcích.*

- **Poplatek z ubytovací kapacity činí 4,- Kč za každé využití lůžko a den** (poplatníkem je ubytovatel = fyzická či právnická osoba, která poskytla přechodné ubytování).
- **Poplatek za lázeňský nebo rekreační pobyt činí 10,- Kč za osobu a každý i započatý den pobytu**, není-li tento dnem příchodu (poplatníkem jsou fyzické osoby, které přechodně a za úplaty pobývají na území města za účelem léčení či rekreace, městu tento poplatek odvede ubytovatel).

Oba poplatky jsou splatné pololetně (vždy do 31. 7. daného roku a 28. 2. následujícího kalendářního roku).

⁹ Zdroje: Český statistický úřad, Registr ekonomických subjektů k 29. 2. 2012;

<http://www.sumava.net/mukhory/rozpocet.asp> – rozpočet města Kašperské Hory; Městský úřad Kašperské Hory, Finanční odbor; http://www.mfcr.cz/cps/rde/xbcr/mfcr/TZ_Teoreticky_propocet_RUD_23_5_2012.xls

Maximální sazbu těchto poplatků určuje Zákon o místních poplatcích č. 565/1990 Sb., v případě poplatku za lázeňský nebo rekreační pobyt je max. sazba 15,- Kč, v případě poplatku z ubytovací kapacity je max. sazba 6,- Kč.

Rozpočet města v roce 2011 i v roce 2012 počítá s příjmy z obou poplatků ve výši 350 000,- Kč. Podle údajů ze závěrečného účtu města Kašperské Hory činily za rok 2011 příjmy z obou poplatků v součtu 395 000,- Kč. Rozpočtované příjmy v roce 2011 byly naplněny.

2) Poplatek za užívání veřejného prostranství

Zejména užívání veřejného prostranství pro instalaci hostinských zahrádek a vyhrazení trvalého parkovacího místa.

Stanovuje *Obecně závazná vyhláška č. 1/2010 o místních poplatcích, Nařízení města Kašperské Hory č. 01/2011 – Tržní řád.*

■ Instalace hostinských zahrádek:

Poplatek stanovuje sazbu za 1 m² a 1 týden 10,- Kč (do roku 2010 činila sazba 5,- Kč).

Maximální sazbu tohoto poplatku určuje *Zákon o místních poplatcích č. 565/1990 Sb.* na 10,- Kč za každý i započatý m² a každý i započatý den.

Město Kašperské Hory využívá možnosti stanovit sazbu poplatku na maximální hodnotu, ovšem určuje ji pro časový úsek týden, nikoli den.

Podle údajů Finančního odboru Městského úřadu Kašperské Hory činili za **rok 2011 příjmy z poplatku za užívání veřejného prostranství pro instalaci hostinské zahrádky 22 560,- Kč** za 6 hostinských zahrádek v provozu cca 5 měsíců a **600,- Kč** za prodejní místo pro grilování na dobu 1 měsíce.

■ Vyhrazení trvalého parkovacího místa:

Poplatek stanovuje roční sazbu na Náměstí 10 000,- Kč za 1 místo (do konce roku 2011 činila sazba 15 000,- Kč). Pokud je doba užívání kratší než jeden rok, činí sazba za 1 den a 14 m² 27,40,- Kč (do konce roku 2011 činila sazba 41,- Kč). Na ostatních veřejných prostranstvích mimo Náměstí jsou roční sazby 1 000,- Kč pro osobní automobil a 3 000,- Kč pro autobus za 1 místo a při užívání kratším než 1 rok pak 2,75,- Kč a 14 m² a 1 den u osobních automobilů a 1,65,- Kč a 30 m² a 1 den u autobusů.

Podle údajů Finančního odboru Městského úřadu Kašperské Hory činili za **rok 2011 příjmy z poplatku za vyhrazení trvalého parkovacího místa 63 000,- Kč.**

Poplatky jsou splatné do 15 dnů po doručení rozhodnutí o vyměření poplatku.

Rozpočet města v roce 2011 i v roce 2012 počítá s příjmy z obou poplatků ve výši 30 000,- Kč. Rozpočtové příjmy v roce 2011 byly překročeny.

3) Příjmy ze stání motorových vozidel na vymezených parkovacích plochách – parkování

Stanovuje *Nařízení města Kašperské Hory č. 02/2011 o stání silničních motorových vozidel ve správním území města.*

Výše uvedené nařízení vymezuje plochy určené ke stání silničního motorového vozidla, kdy pro krátkodobé stání na dobu nejvýše 24 hodin jsou definovány lokality Náměstí a parkování pro hrad Kašperk. Nedílnou součástí je ceník, který stanoví sazby pro Náměstí min. 5,- Kč do 30 minut a poté za hodinu 10,- Kč. Na parkovišti hradu Kašperk jsou sazby celodenní 40,- Kč za osobní automobil a 100,- Kč za autobus. Poplatky jsou vybírány prostřednictvím automatů.

V roce 2011 v rozpočtu města na straně příjmů není položka rozpočtující příjmy z vymezených parkovacích ploch, v roce 2012 jsou plánovány příjmy 200 000,- Kč z lokality Náměstí.

Podle údajů ze závěrečného účtu města Kašperské Hory činili za **rok 2011 příjmy z poplatku za stání motorových vozidel na vymezených parkovacích plochách 427 000,- Kč z lokality hrad Kašperk (včetně DPH) a 147 167,- Kč z lokality Náměstí (nepodléhá DPH). Provozní náklady na parkoviště hrad Kašperk jsou vykázány ve výši 47 000,- Kč. Investice do pořízení parkovacích automatů na obou parkovištích v roce 2011 činila 509 000,- Kč.** Ve výdajové části závěrečného účtu města 2011 pod položkou Komunální služby je uvedena suma 44 000,- Kč na vybudování parkoviště – areál bývalé pily, zřejmě náklady na projektovou dokumentaci.

4) Hrad Kašperk jako organizační složka města Kašperské Hory – hospodářská činnost

Z přehledu hospodaření hradu Kašperk za rok 2011 vyplývá, že hospodaření této organizační složky města v roce 2011 bylo ziskové. Výnosy činily 4 663 233,- Kč, náklady 4 156 389,- Kč, rozdíl je 506 844,- Kč. Pozitivní saldo provozního rozpočtu hrad vykázal 5 měsíců v roce (duben, květen, červenec, srpen, říjen), z hlediska tržeb a návštěvnosti byl nejsilnější měsíc červenec. Investiční náklady hradu v roce 2011 činily 2 199 000,- Kč (cca 800 000,- Kč dotačních prostředků).

5) Ubytovací služby v objektech č. p. 15 a č. p. 95 a prohlídky kostela svatého Mikuláše

Lze v závěrečném účtu města 2011 identifikovat rovněž jako příjmy z cestovního ruchu, rozdíl mezi náklady a výnosy činil -406 000,- Kč. Provoz těchto zařízení je ztrátový.

6.2.2 Příjmy města související s cestovním ruchem

Dalším pohledem na přínosy cestovního ruchu pro rozpočet města Kašperské Hory jsou daňové příjmy z tzv. Rozpočtového určení daní (RUD), tedy příjmů, které plynou městu ze státního rozpočtu, tzv. sdílené daně. Příjmy, které město obdrží ze státního rozpočtu, určuje několik faktorů, **klíčový je počet trvale žijících obyvatel a podnikatelské aktivity** (DPH, daň z příjmů fyzických osob ze závislé činnosti = zaměstnanci, daň z příjmů fyzických osob ze samostatné výdělečné činnosti = OSVČ, daň z příjmů fyzických osob vybíraných srážkou = DPP, úroky atd., daň z příjmů právnických osob).

Dalšími příjmy jsou pak daň z nemovitosti, 30 % z výnosů záloh na daň z příjmů fyzických osob ze samostatné výdělečné činnosti, daň z příjmů právnických osob v případech, kdy poplatníkem je příslušná obec, a podíl na 1,5 % z celostátního hrubého výnosu daně z příjmů fyzických osob ze závislé činnosti.

V roce 2012 je připravována a projednávána změna zákona o rozpočtovém určení daní, která má přinést prospěch menším obcím a ovlivní i rozpočet města Kašperské Hory.

- 1) **Počet obyvatel v Kašperských Horách je klesající viz kapitola Lidské zdroje, demografie.**
- 2) **Nejkomplexnějším přehledem podnikatelských aktivit na území města Kašperské Hory se jeví Registr ekonomických subjektů (RES) Českého statistického úřadu.**

V Kašperských Horách je k 13. 3. 2012 registrováno **331 ekonomických subjektů** (právnických osob = PO a fyzických osob oprávněných k podnikání = FOOP). Roztříděním podle klasifikace ekonomických činností **působí v činnostech v oblasti cestovního ruchu 46 subjektů, tj. 14 %.**

Nejčastější právní formou ekonomických subjektů v Kašperských Horách jsou **fyzické osoby podnikající podle živnostenského zákona nezapsané v obchodním rejstříku 242**, působí zde 7 fyzických osob podnikajících dle jiných zákonů než živnostenského (... a o samostatně hospodařících rolnících nezapsaných v obchodním rejstříku) a 11 zemědělských podnikatelů – fyzických osob nezapsaných v obchodním rejstříku, **nejčastější formou právnické osoby je společnost s ručením omezeným 19.**

Podle počtu zaměstnanců **152 subjektů neuvádí počet, bez zaměstnanců je 147 subjektů**, 1 – 5 zaměstnanců má 24 subjektů, 6 – 9 zaměstnanců 1 subjekt, 10 – 19 zaměstnanců 2 subjekty, 25 – 49 zaměstnanců 3 subjekty a 50 – 99 zaměstnanců 2 subjekty.

46 subjektů působících v činnostech cestovního ruchu eviduje 49 zaměstnanců, což je 7 % z 699 ekonomicky aktivních obyvatel Kašperských Hor.

Podnikatelské aktivity také ovlivňují příjem města z daně z nemovitosti, objekty kolaudované pro podnikatelskou činnost mají jinou sazbu daně než objekty kolaudované pro bydlení. **V rozpočtu města 2011 a 2012 je příjmová položka daně z nemovitosti 1 200 000,-Kč.**

6.2.3 Rozpočet města a investice související s cestovním ruchem

Rozpočet města Kašperské Hory pro rok 2012 je navržen jako vyrovnaný, kdy rozdíl mezi příjmy a výdaji je kryt zůstatkem na běžném účtu z minulého roku. Kašperské Hory mají nízkou dluhovou službu cca 5,5 %, splátky úvěrů činí 4 403 000,- Kč. Město Kašperské Hory disponuje historicky rozsáhlým majetkem, zejména pozemky a nemovitostmi.

Celá řada investic, které město realizovalo v uplynulých letech, se týká rozvoje cestovního ruchu nebo vylepšení potenciálu a podmínek města pro cestovní ruch. I investice do centrálního vytápění, které vyřešilo lokální zdroje vytápění (1. etapa – cca 86 mil. Kč – ukončena, v současné době 2. rozšiřující etapa cca 25 mil. Kč bez DPH) a tím znečišťování ovzduší, je dlouhodobou investicí do rozvoje cestovního ruchu. Revitalizace Náměstí (cca 45 mil. Kč), rekonstrukce radnice, zřízení MěKIS (cca 540 000,- Kč), administrace a řízení Programu regenerace městské památkové zóny Ministerstva kultury České republiky jsou investice, které udržují a zhodnocují architektonické dědictví města. V neposlední řadě kontinuální a cílená údržba a investice do hradu Kašperk (za 5 let cca 9 mil. Kč)

s využitím Programu záchrany architektonického dědictví Ministerstva kultury České republiky (od roku 2002) jsou zásadními investičními počiny města Kašperské Hory pro cestovní ruch. V roce 2012 je plánována investice ve výši 2 500 000,- Kč do zřízení nové parkovací plochy v areálu bývalé pily na výjezdu na Sušici.

6.2.4 Závěr

V Kašperských Horách chybí systém sledování kvantitativních údajů výkonu cestovního ruchu. Zdroji údajů jsou rozpočet města a závěrečný účet města. V některých případech nelze identifikovat sumy vztahující se k příjmům a výdajům cestovního ruchu, neboť položky jsou pojmenovány podle jiného klíče, např. nelze identifikovat náklady spojené s provozováním parkovišť, patrně jsou skryty v položkách komunálních služeb a hospodářské činnosti. **Zavedení systému průběžného a dlouhodobého sledování kvantitativních údajů = statistika cestovního ruchu je nutností pro sledování výkonu destinace a tím řízení destinace.**

Město Kašperské Hory nevyužívá možnosti stanovit sazbu poplatku z ubytovací kapacity a poplatku za lázeňský nebo rekreační pobyt na maximální hodnotu, kterou stanovuje zákon, sazba poplatku za lázeňský a rekreační pobyt 10,- Kč platí beze změny od roku 1997, sazba poplatku z ubytovací kapacity byla v roce 2010 z 2,- Kč zvýšena na 4,- Kč. Rozpočet města v roce 2011 i v roce 2012 počítá s příjmy z obou poplatků ve výši 350 000,- Kč. Podle údajů ze závěrečného účtu města Kašperské Hory činily za rok 2011 příjmy z obou poplatků v součtu 395 000,- Kč. **Rozpočtované příjmy v roce 2011 byly naplněny.** Při celkové kapacitě 955 lůžek ve městě by při maximální možné vytíženosti 365 dní v roce představovala suma výnosů z poplatku z ubytovací kapacity (sazba 4,- Kč) 1 394 300,- Kč, při maximální zákonné sazbě 6,- Kč pak 2 091 450,- Kč.

Poplatky jsou splatné pololetně vždy nejpozději do 31. července běžného a do 28. února následujícího roku, což neumožňuje sledovat vytíženost ubytovacích kapacit dle sezónnosti, tedy čtvrtletně. Termíny splatnosti určuje obecně závazná vyhláška, která by měla být v tomto ohledu upravena.

Příjmy z obou poplatků jsou přímými zdroji plynoucími z cestovního ruchu a mohou být základem pro financování aktivit destinačního managementu. Výši výnosů pro rozpočet města u těchto poplatků ovlivňuje několik faktorů:

- **vytíženost ubytovacích kapacit;**
- **platební morálka a disciplína plátců = ubytovatelů;**
- **přesná analytická evidence poplatků na městském úřadě, která umožní sledovat platby jednotlivých ubytovatelů a je podkladem pro statistické údaje výkonů cestovního ruchu celé destinace.**

Ve všech výše uvedených faktorech jsou v Kašperských Horách velké rezervy a prostor pro zlepšení. Vhodná strategie rozvoje cestovního ruchu by měla směřovat ke zvýšení vytíženosti ubytovacích kapacit. Zavedení přesné evidence poplatků na Finančním odboru Městského úřadu Kašperské Hory a důsledné uplatnění kontrolních, popř. restriktivních mechanismů, které umožňuje zákon, zvýší platební morálku a disciplínu ubytovatelů. Přesná evidence a systém „reinvestice“ do rozvoje cestovního ruchu přispějí k respektování a důvěryhodnosti všech partnerů.

Příjmy z parkování se jeví jako velmi zajímavé a mohou být jedním z významných zdrojů financování aktivit a projektů na rozvoj cestovního ruchu, neboť jsou to nedaňové příjmy prokazatelně generované cestovním ruchem. Stejně jako v případě poplatků z ubytovací kapacity a poplatku za lázeňský nebo rekreační pobyt je nutné zavést přesnou evidenci. Je nutné vybudovat navigační systém a popis parkovacích možností v Kašperských Horách včetně nabídky pro návštěvníky tak, aby parkování na těchto vymezených plochách bylo motivační.

Pro rozklíčování potenciálu příjmů z parkování je nutné znát i náklady spojené s údržbou a provozem zařízení automatů a ploch včetně prvotních investičních výdajů. Správou a údržbou je pověřena organizační složka města Technické služby.

Kvalita nabídky parkování přímo ovlivňuje kvalitu turistické destinace, parkování by mělo být proto pojato jako samostatný a hlavně komplexní projekt systému dopravy v klidu na území města Kašperské Hory s projektovým řízením včetně finančního řízení (v rozpočtu města na rok 2012 je plánována výdajová položka = investice na vybudování parkoviště v areálu bývalé pily na výjezdu na Sušici ve výši 2 500 000,- Kč). Systém dopravy v klidu je také nástrojem řízení destinace, je nutno zvážit cenovou politiku a formu nabídky pro partnery z řad ubytovatelů a podnikatelů v cestovním ruchu. Je promarněnou příležitostí a investicí, pokud např. hoteliéři parkují auta svých hostů raději na privátních plochách.

Pokud sečteme příjmy rozpočtu města Kašperské Hory, které lze definovat jako přímo plynoucí z cestovního ruchu, za rok 2011 se jedná o sumu 1 055 160,- Kč, což je cca 1 % všech příjmů města. Údaje jsou poskytnuté Finančním odborem Městského úřadu Kašperské Hory, zpětně dohledané a porovnané se závěrečným účtem města 2011. Rozpočet města v současné době není nastaven na sledování příjmů a výdajů cestovního ruchu.

Přehled příjmů rozpočtu města Kašperské Hory 2011 – daňové i nedaňové příjmy

Položka	Suma 2011
Poplatek z ubytovací kapacity a poplatek za lázeňský nebo rekreační pobyt	395 000,- Kč
Poplatek za užívání veřejného prostranství – hostinské zahrádky	23 160,- Kč
Poplatek za užívání veřejného prostranství – vyhrazení trvalého parkovacího místa	63 000,- Kč
Poplatek za stání motorových vozidel na vymezených parkovacích plochách – parkoviště Náměstí a parkoviště pro hrad Kašperk	574 000,- Kč
Celkem	1 055 160,- Kč

Zdroj: Městský úřad Kašperské Hory, Finanční odbor, duben – květen 2012, závěrečný účet města Kašperské Hory 2011

Výdaje v oblasti cestovního ruchu v roce 2012 předpokládá rozpočet města ve výši 1 356 000,- Kč na provoz a marketingové aktivity MĚKIS (v roce 2011 1 360 500,- Kč). MĚKIS zajišťuje i záležitosti kultury a společenského života, výdaje spojené s těmito aktivitami zde nejsou uvedeny.

Cestovní ruch generuje další ekonomické přínosy pro rozpočet města Kašperské Hory přes systém tzv. sdílených daní České republiky. Jednoznačné určení sumy je však velmi komplikované a je to předmětem případné samostatné ekonomické analýzy.

Z dostupných údajů Českého statistického úřadu a Městského úřadu Kašperské Hory však lze konstatovat, že činností v oblasti cestovního ruchu se věnuje 46 subjektů z celkového počtu 331 subjektů, které dávají práci 49 zaměstnancům, což je 7 % z 699 ekonomicky aktivních obyvatel Kašperských Hor.

Multiplikačním efektem cestovního ruchu jsou obchodní vazby na jiná odvětví, např. dodavatelé zboží a služeb pro hotely a restaurace. Návštěvníci jsou pak dodatečnou kupní silou pro místní obchody.

Podle získaných kvantitativních údajů lze usuzovat, že saldo rozpočtu města Kašperské Hory v oblasti přínosů cestovního ruchu je záporné. Cestovní ruch má zjevně větší ekonomický potenciál, který lze efektivněji využít souborem opatření s cílem snížit rozdíl salda či jej vyrovnat. Rezervy a prostor pro zlepšování jsou především v evidenci kapacit cestovního ruchu a systému sledování jejich přínosů pro rozpočet města. Znalost kapacit a jejich struktury a možného potenciálu umožní sledovat jejich vytiženost a tím získávat statistické údaje o výkonu a vývoji celé destinace. Na základě těchto údajů lze identifikovat a určit zdroje financování rozvoje cestovního ruchu.

Výše uvedené konstatování se týká provozní části rozpočtu, nikoli investiční. Město Kašperské Hory investovalo za posledních 10 let do projektů, které svým charakterem vytváří předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu, více než 140 mil Kč.

7 Analýza návštěvníků¹⁰

Aby mohly být propagační aktivity co nejlépe zacíleny, je potřeba **definovat cílové skupiny**. Jedním z nástrojů pro zjištění potřeb a spokojenosti turistů je marketingové šetření, které se zaměří na jejich profil (výzkum návštěvníků). V rámci tvorby strategie nebylo provedeno primární šetření turistů na místě (výzkum návštěvníků), který nebyl součástí zadání strategie. **Informace, týkající se profilu návštěvníků ve městě Kašperské Hory, byly získány ze sekundárního zdroje, z průzkumu návštěvníků realizovaného agenturou Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism „Sběr informací – domácí cestovní ruch – Česká republika“.** Toto šetření probíhá v turistických regionech a cílem je zjistit, jaké jsou preference a očekávání českých turistů při cestách do tohoto regionu = definování profilu českých návštěvníků v turistických regionech s důrazem na národní turistické produkty České republiky (výzkum mapuje návštěvnost jednotlivých turistických oblastí a regionů České republiky a zaměřuje se na zjištění skladby návštěvníků, způsob trávení volného času, jejich spokojenost s nabídkou cestovního ruchu, vybavením regionu, kvalitou poskytovaných služeb a zájem region v budoucnu opět navštívit). Projekt je realizován v období 1. 11. 2008 – 31. 12. 2014 a je financován z fondu Evropské unie IOP (více informací k projektu včetně souhrnných etapových zpráv, obsahujících konkrétní data k jednotlivým dotazům viz <http://www.czechtourism.cz/vyzkum/sber-informaci-dcr-cr-iop/>).

V případě města Kašperské Hory jsou získávány údaje v turistickém regionu Šumava a pro účely Strategie rozvoje cestovního ruchu byla použita data za období **léto 2011** (23. 6. – 31. 8. 2011) a **zima 2012** (15. 12. 2011 – 29. 2. 2012). V rámci etapy léto 2011 nebyly Kašperské Hory zvoleny vybranou lokalitou (dotazovanou destinací), níže jsou proto uvedeny pouze vybrané výsledky za region Šumava. **Podrobnější přehled výsledků je uveden níže za období zima 2012, kdy probíhalo dotazování přímo ve městě Kašperské Hory.** Konkrétní údaje za zimní období více méně potvrzují obecné údaje letního období, samozřejmě se specifiky zimního pobytu.

7.1 Etapa léto 2011

V rámci výzkumu **etapy léto 2011** bylo v turistickém regionu Šumava osloveno formou osobního dotazování **950 respondentů** (metoda náhodného výběru).

Hlavní zjištění

Charakteristiky pobytu:

73 % návštěvníků přijelo na Šumavu ze vzdáleností větších než 100 km.

Automobil je nejvyužívanějším dopravním prostředkem pro cestování do regionu (84 %).

Polovina návštěvníků (48 %) přijela na 3 – 7 denní výlet, na jeden den přijelo pouze 26 % návštěvníků. Nejčastěji návštěvníci přijíždějí s partnerem či přáteli (81 %).

¹⁰ **Zdroj:** Výzkum návštěvníků realizovaný agenturou Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism „Sběr informací – domácí cestovní ruch – Česká republika“ – viz <http://www.czechtourism.cz/vyzkum/sber-informaci-dcr-cr-iop/>

Nejčastěji se návštěvníci ubytovávají v penzionu (30 %), kempu (11 %), u přátel či na vlastní chatě (9 %) a v lepším hotelu (9 %). 89 % návštěvníků se alespoň částečně stravuje v restauračních zařízeních (37 % téměř vždy).

Průměrná denní útrata je 200 – 1000 Kč (76 %).

Převažujícím důvodem návštěvy v regionu byla poznávací turistika (64 %) a pěší turistika (55 %), které jsou podle návštěvníků také nejlákavějšími aktivitami regionu.

Vztah k regionu je pozitivní, většina lidí se plánuje do regionu vrátit. Na Šumavu jezdí polovina lidí opakovaně.

Hodnocení regionu:

Mezi nejlépe hodnocené oblasti regionu patří rozsah a dostupnost stravovacích a ubytovacích kapacit, přátelskost místních lidí a péče o památky a turistické atraktivity.

Oblasti ke zlepšení vidí návštěvníci především v dopravní infrastruktuře a akcích pro volný čas a nákupních příležitostech.

Značku Czech Specials zná pouhých 12 % návštěvníků. Pro 87 % návštěvníků není důležité, zda je zařízení certifikováno nějakou profesní organizací.

Informační zdroje:

Reklamu nebo upoutávku na region nezaznamenala více než polovina návštěvníků. Pokud reklamu zaznamenali, jednalo se převážně o venkovní reklamu (20 %) a internetovou reklamu (19 %).

Nejčastěji čerpají lidé informace o regionu na internetu (49 %), zejména v internetových vyhledávacích typu Google či Seznam. Dalším významným zdrojem informací jsou známí a příbuzní.

7.2 Etapa zima 2012

V rámci výzkumu **etapy zima 2012** bylo v turistickém regionu Šumava osloveno formou osobního dotazování **1000 respondentů, přímo v Kašperských Horách (dále KH) bylo dotazováno 50 návštěvníků** (metoda náhodného výběru).

7.2.1 Vyhodnocení dotazníkového šetření v Kašperských Horách

Charakteristiky pobytu:

Srovnatelný počet návštěvníků (32 %) přijel do KH ze vzdáleností větších než 100 km a vzdáleností v rozmezí 51 – 100 km. Ze vzdáleností 21 – 50 km přijelo 22 % návštěvníků, 11 – 20 km 14 % návštěvníků.

Automobil je nejvyužívanějším dopravním prostředkem pro cestování do KH (96 %). 4 % návštěvníků přijelo autobusem – se zájezdem. Ostatní způsoby dopravy (vlakem, autobusem – linkovým, na kole, pěšky jinak) neuvedl žádný dotazovaný.

Největší počet návštěvníků (38 %) přijel na jednodenní výlet – bez noclehu, téměř srovnatelný počet (32 %) přijel na 3 až 7 noclehů. 28 % návštěvníků přijelo na 1 až 2 noclehy a 2 % na pobyt delší.

Při analýze prvo-návštěvník vs. opakovaný návštěvník uvedlo 68 % dotazovaných, že v místě bylo již vícekrát, 18 % zde bylo 1 až 3krát, pouhých 14 % zde bylo poprvé.

Nejčastěji návštěvníci přijíždějí s partnerem/partnerkou či přáteli (84 %), 38 % přijíždí s malým dítětem/děti předškolního věku, 30 % se starším dítětem/děti školního věku a pouze 2 % přijíždí sami.

Nejčastěji se návštěvníci ubytovávají u známých (24 %) a v penzionu (20 %). V lepším hotelu (3 a více hvězd) se ubytovalo 12 % respondentů, v hotelu 1 – 2 hvězdy 2 %, v pronajatém pokoji a apartmánu 4 %. 38 % dotazovaných uvedlo, že zde není ubytováno.

46 % návštěvníků se téměř vždy stravuje v restauračních zařízeních, 44 % částečně – jak kdy a jen 10 % téměř nikdy.

Průměrná denní útrata je 200 – 1 000 Kč (82 %), do 200 Kč (10 %), 1 až 2 tis. Kč (6 %), více než 2 tis. Kč (2 %).

Před příjezdem zaznamenalo 56 % respondentů venkovní reklamu na region, 8 % reklamu v tisku, 6 % na internetu, 4 % v rádiu a 36 % nezaznamenalo žádný typ reklamy nebo upoutávky na region.

Převažujícím důvodem návštěvy byla turistika a sport (78 %), relaxace (14 %), 6 % respondentů uvedlo jako důvod návštěvu známých a 2 % přijeli za poznáním.

Nejlákavější aktivitou je pro 98 % návštěvníků lyžování a zimní sporty. Poznávací turistika láká 52 % respondentů, horská turistika a cykloturistika 42 % a pěší turistika 34 %. Pro 6 % návštěvníků je lákavá péče o fyzickou a duševní kondici a stejný počet návštěvníků uvedl návštěvu kulturních akcí. Pro 4 % návštěvníků je lákavý společenský život a zábava a srovnatelný počet (2 %) uvedli koupání a vodní sporty a návštěvu sportovních akcí.

Vztah k městu je velice pozitivní, většina lidí se plánuje do města vrátit (68 % do ½ roku), 32 % někdy později. Stejně tak pozitivně je hodnocen vztah k regionu, 72 % návštěvníků o něm uvažuje v souvislosti s výletem/pobytem, 28 % respondentů dává tomuto regionu přednost.

Hodnocení města a poskytovaných služeb:

Město Kašperské Hory je respondenty hodnoceno velice pozitivně, celkově je s KH velmi spokojeno 86 % návštěvníků, 14 % je spíše spokojeno. V porovnání s ostatními dotazovanými destinacemi patří Kašperské Hory mezi nejlépe hodnocené.

Hodnocení jednotlivých služeb a dalších parametrů:

Služba, parametr	Velmi dobře	Spíše dobře	Spíše špatně	Velmi špatně	Neumím posoudit
Ubytovací služby	36 %	4 %			60 %
Úroveň veřejného stravování	44 %	48 %			8%
Služby pro motoristy	34 %	62 %	2 %	2 %	
Služby pro cykloturisty	12 %	34 %		2 %	52 %
Služby pro lyžaře	84 %	14 %	2 %		
Úroveň personálu ve službách	72 %	28 %			
Péče o čistotu a pořádek (odpadky, úklid, WC)	84 %	16 %			
Cenová úroveň služeb	38 %	58 %	4%		
Rozsah a dostupnost ubytovacích kapacit	62 %	36 %			2 %
Rozsah a dostupnost stravovacích kapacit	60 %	40 %			
Dopravní infrastruktura (silnice, parkoviště)	46 %	48 %	4 %		2 %
Dostupnost města hromadnou dopravou	14 %	24 %	4 %		58 %
Vybavení města pro sportovní aktivity	34 %	58 %	8 %		
Nákupní možnosti (prodejní síť)	18 %	72 %	6 %		4 %
Příležitost pro zábavu a společenské vyžití	12 %	46 %	20 %		22 %
Vybavenost města atrakcemi pro děti	28 %	46 %	14 %		12 %
Poskytování informací o regionu	60 %	38 %	2 %		
Místní orientační značení (směrovky, tabule)	80 %	18 %	2 %		
Péče o památky a turistické atraktivity	62 %	36 %			2 %
Péče o životní prostředí	64 %	34 %			2 %
Péče o bezpečnost návštěvníků	72 %	26 %			2 %
Nabídka programů pro volný čas	20 %	40 %	10 %		30 %
Drobný prodej (občerstvení, suvenýry, stánky)	38 %	58 %	2 %		2%
Přátelskost místních lidí k návštěvníkům	62 %	38 %			

Hlavní impuls pro návštěvu:

Nejčastěji uváděným impulsem pro návštěvu bylo Už jsem zde byl/a, dobrá zkušenost (64 %), 26 % návštěvníků uvedlo doporučení přátel a blízkých, 4 % doporučení internetových diskusí, 4 % uvedli, že nevybírali destinaci, přijeli se skupinou/rodinou, 2 % uvedli jiný impuls.

Informační zdroje, využité při výběru dovolené (výletu):

Hlavním informačním zdrojem je pro 72 % respondentů internet celkem (z toho internet – vyhledávače 4 % a internet – ostatní 68 %). Dále byla jako hlavní informační zdroj uvedena informace od příbuzných či známých (24 %).

Další informační zdroje:

Informační zdroj	ANO	Částečně ANO	NE
Turistická informační centra			100 %
Cestovní kanceláře a agentury			100 %
Tisk		4 %	96 %
Televize			100 %
Rozhlas			100 %
Venkovní reklama			100 %
Propagační materiály, prospekty, průvodci		4 %	96 %
Informace od personálu ve službách		4 %	96 %
Informace od příbuzných či známých	24 %	14 %	62 %
Knižní průvodce			100 %
E-mailové upoutávky, MMS zprávy			100 %
Internet (celkem)	66 %	16 %	18 %
Internet (detail) – turistické informační kanály (Kudy z nudy aj.)		2 %	98 %
Internet (detail) – bannery (reklamy, upoutávky na webu)			100 %
Internet (detail) – Facebook, sociální sítě			100 %
Internet (detail) – vyhledávače (Seznam, Google aj.)	24 %	16 %	60 %
Internet (detail) – ostatní	62 %	14 %	24 %

7.2.2 Závěr

Nejpoužívanějším dopravním prostředkem pro cestování do Kašperských Hor je automobil. Nejčastěji návštěvníci přijíždějí na jednodenní výlet bez noclehu, srovnatelný počet návštěvníků ale přijíždí i na delší pobyt (3 – 7 noclehů). **Velice pozitivní pro město Kašperské Hory je fakt, že návštěvníci přijíždějí do města opakovaně, což svědčí o kvalitě nabídky a služeb v destinaci.** Nejčastěji přijíždí návštěvníci s partnerem či přáteli a velice často jezdí s dětmi. Návštěvníci se ubytovávají především u známých či v penzionu, eventuálně v lepším hotelu a téměř vždy využívají služeb restauračních zařízení. V průměru utratí návštěvníci nejčastěji 200 – 1000 Kč.

Nejčastějším důvodem návštěvy je turistika a sport – především lyžování a zimní sporty, ale rovněž horská turistika, cykloturistika a pěší turistika. Lákavou je i poznávací turistika či relaxace. Velice malé množství respondentů uvedlo aktivity jako návštěva kulturních akcí, společenský život a zábava, koupání a vodní sporty či návštěvu sportovních akcí. Důvodem tohoto negativního hodnocení ovšem může být nedostatek těchto aktivit (jejich nekonání, jejich neexistence) v době zimní sezóny, kdy dotazování probíhalo.

Celkový vztah k městu je velice pozitivní, většina lidí se plánuje do města vrátit. V porovnání s ostatními dotazovanými destinacemi patří Kašperské Hory mezi nejlépe hodnocené, a to nejen v celkovém hodnocení města, ale rovněž v jednotlivých službách. Velice pozitivně jsou hodnoceny především: úroveň veřejného stravování, služby pro lyžaře, úroveň personálu ve službách, péče o čistotu a pořádek, rozsah a dostupnost ubytovacích a stravovacích kapacit, dopravní infrastruktura, poskytování informací o regionu, místní orientační značení, péče o památky a turistické atraktivity, péče o životní prostředí a bezpečnost návštěvníků a přátelskost místních lidí k návštěvníkům. **Hůře jsou hodnoceny naopak:** ubytovací služby, služby pro motoristy a cykloturisty, cenová úroveň služeb, dostupnost města hromadnou dopravou, vybavení města pro sportovní aktivity, nákupní možnosti, příležitost pro zábavu a společenské vyžití, vybavenost města atrakcemi pro děti, nabídka programů pro volný čas a drobný prodej.

Nejčastěji uváděným impulsem pro návštěvu byla dobrá předchozí zkušenost či doporučení přátel a blízkých. **Pro město Kašperské Hory je tedy velice důležitá osobní propagace tzv. „Mundpropaganda“.**

Nejčastějším zdrojem, ze kterého byly získány informace při výběru dovolené (výletu), byl internet – často vyhledávače typu Google či Seznam. Dalším významným zdrojem informací jsou **známí a příbuzní**. Ostatní informační zdroje jsou zanedbatelné, často nulové.

SWOT ANALÝZA CESTOVNÍHO RUCHU

Prioritní oblasti zájmu:

ATRAKTIVITY – INFRASTRUKTURA – ORGANIZACE – MARKETING – LIDSKÉ ZDROJE

SILNÉ STRÁNKY	SLABÉ STRÁNKY
Atraktivita - Velký počet církevních nemovitých památek a drobných sakrálních staveb v okolí, které jsou ve většině případů ve vlastnictví města a Římskokatolické církve. - Rekonstruovaný a veřejnosti přístupný hrad Kašperk ve vlastnictví města. - Kulturní akce na hradě Kašperk přesahující regionální význam s výraznou mediální podporou s efektem i pro město Kašperské Hory, hrad Kašperk jako člen marketingové spolupráce Šumavské trojhradí. - Existence expozic Muzea Šumavy (zřizovatel Plzeňský kraj), Muzea motocyklů a Muzea českých hraček (privátní aktivity). - Historie zlatokopectví (štoly však nepřístupné, majetek těžební společnosti). - Opravený a lépe dostupný Pustý hrádek jako rozhledna = v mimosezónním období představuje jeden z hlavních turistických cílů. - Kulturní a přírodní atraktivity v úctyhodné koncentraci na poměrně malém území. - Rekonstruované Náměstí = kvalitní a atraktivní „scéna“ pro kulturní a společenské aktivity.	Atraktivita - Pasivní společenský život (ve městě např. nejsou pořádány plesy). - Malé využití veřejného prostoru Náměstí pro kulturní a společenské aktivity a akce. - V letních měsících není nabídka kvalitního venkovního koupání a vodních aktivit. Infrastruktura - Omezená gastronomická nabídka zejména v období mimosezóny, kdy mnohé restaurace zavírají provoz, uniformita nabídky, chybí originální lokální produkty, nevyužití potenciálu lokálních surovin, receptů atd. - Limitovaná a nekomfortní dopravní (ne-)dostupnost veřejnou dopravou. - Systém dopravy v klidu ve městě – málo parkovacích míst, zpoplatněné parkování, vysoká cena za předplacené parkování pro hotely, zákazy zastavení a stání ve vedlejších ulicích. Organizace - Neexistence rozvojové strategie města, neexistence strategie cestovního ruchu, neexistence managementu cestovního ruchu.

- Vlastnictví exteriérových výstavních panelů pro pořádání tematických výstav na Náměstí.
- Opravené a udržované domy zejména kolem Náměstí (s výjimkou rohové nemovitosti na levé straně výjezdu z Náměstí směr Sušice).
- Rekonstruované kino = využití pro nabídku cestovního ruchu (nutno digitalizovat a modernizovat hlediště).
- Skiareál Kašperky jako součást „řetězce“ a značky Snowhill s aktivitami v Krkonoších, propagující všechny své skiareály jednotně po celé České republice.
- Řeka Otava – zlatonosná, vodní sporty, rybaření.
- Existence Centra volného času = subjekt zajišťující celoročně programy volného času pro obyvatele i návštěvníky s akcentem na místní a regionální zdroje, tradice a produkty.
- Aktivity Informačního střediska a střediska environmentálního vzdělávání CHKO a NP Šumava.

Infrastruktura

- Existence ubytovacích kapacit kategorie 4-hvězdy cca 196 lůžek z celkové kapacity 955 lůžek, nabídka wellness služeb v těchto hotelích, unikátní jeskyně se speleoterapií a první sudové sauna v České republice.
- Rozmanitá nabídka ubytovacích kapacit všech kategorií.
- Zapojení hotelů v globálních rezervačních on-line systémech jako např. www.hrs.de, www.booking.com.
- Síť dobře značených turistických a částečně i cyklistických tras v okolí, které navedu i na trasy centrální Šumavy = kvalitní nabídky a dobrá orientace pro pěší a cykloturisty.
- Přístupové trasy k hradu jsou v lesích a na pozemcích ve vlastnictví města.

Organizace

- Fungující celoročně otevřené městské informační centrum s kvalitním vybavením, zázemím a vhodným umístěním na Náměstí.

- Náplň a role informačního centra versus počet zaměstnanců – roli informačního centra plní MĚKIS, v rámci něhož dochází ke kumulaci funkcí pro oblast kultury, společenského života obce a cestovního ruchu (vše naplňují pouze 2 pracovníce).
- Neexistence profesních sdružení cestovního ruchu.

Marketing

- Neexistence marketingu cestovního ruchu, propagace města roztržitá, nekompatní.
- Roztržitá prezentace na webu.
- Neexistence tematických produktů, pobytových balíčků a neexistence systému prodeje a distribuce produktů.
- Neznalost nabídky a produktů cestovního ruchu ve městě navzájem = jednotlivé subjekty nevědí, co a v jaké kvalitě nabízí kolegové.
- Chybí systém partnerství privátní a veřejné sféry = nedostatečná komunikace, koordinace a panující nedůvěra, chybějící vzájemný respekt, nevyjasněné kompetence a role privátních aktivit a veřejné správy a samosprávy včetně financování projektů a aktivit.
- Neznalost potenciálu, výkonu a indikátorů cestovního ruchu ve městě = neexistence systému sledování výkonů (statistiky) a indikátorů cestovního ruchu.
- Neestetické prvky prostředí tzv. první dojem, např. při příjezdu do města od Sušice nevzhledná skládka dřeva, při příjezdu od Vimperku staré, značně omšelá reklamní cedule a směrovky.
- Neexistence městského informačního systému s jednotným vizuálním stylem navádějící k významným atraktivitám, institucím a komunálním cílům včetně komerční reklamy (záměr realizace v roce 2012).
- Neexistence funkčně a tvarově vhodných výlepových ploch ve městě = nemožnost exteriérové propagace a prezentace kulturních a společenských aktivit.
- Neexistence corporate design města.

- Pracoviště Informačního střediska a střediska environmentálního vzdělávání CHKO a NP Šumava.
- Správa hradu Kašperk – významný podíl na organizaci cestovního ruchu.

Marketing

- Dobré jméno Šumavy jako silné a rezonující značky.
- Poloha města jako výchozí místo pro poznávání centrální Šumavy, sousedství a vztahy s CHKO a NP Šumava (část katastrálního území města Kašperské Hory se nachází v CHKO Šumava, město vlastní 4 800 ha pozemků v NP Šumava = cca 10 % celkové rozlohy parku).
- Poloha v blízkosti Bavorska (hraniční přechod Železná Ruda cca 35 km).

Lidské zdroje

- Kvalifikované spolupracovnice městského informačního centra (odborné vzdělání, jazyková vybavenost).

Různé

- Vyřešené centrální vytápění = minimalizované lokální topení a znečištění ovzduší.
- Lesnictví a zemědělství jsou pilíře ekonomiky města = soulad s přírodním prostředím Kašperských Hor.
- Vyrovnaný rozpočet města, nízká dluhová služba (5,5 % v roce 2012), město disponuje rozsáhlým majetkem = klíčová aktiva ve vlastních rukách, rozhodování a zodpovědnost jednoho vlastníka.
- Status centra města jako městská památková zóna = kontinuální revitalizace z Programů regenerace.
- Kvalita prostředí = podnikatelské aktivity neznechodnocují přírodní a architektonické prostředí města, ekologicky čisté činnosti, bezpečná a bezproblémová lokalita, klid, čistý vzduch a harmonie přírody a civilizace.

Různé

- Územní plán obce z roku 1994 a pouze intravilán (běží zpracování nového s cílovým termínem 2013 i pro okrajové místní části).
- Nevzhledná průmyslová hala v lokalitě Na prádle hyzdí okolí lyžařského areálu Kašperky a je překážkou pro rozvoj lokality.
- Chátrající rohová nemovitost na levé straně výjezdu z Náměstí směr Sušice a její funkce jako nevzhledná tržnice.

PŘÍLEŽITOSTI	HROZBY
Atraktivita ▪ Hrad Kašperk jako filmová lokalita – strategie podpory filmových lokalit agentury Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism. ▪ Bývalý barokní špýchar ve vlastnictví města = možná investorská příležitost. ▪ Téma „těžba zlata“ = řeka Otava „zlatonosná“, štolý. ▪ Seismická stanice. ▪ Bunkry z třicátých let, německý hřbitov u kostela svatého Mikuláše jako svědek na téma novodobé historie města a okolí. ▪ Nevyužívané podzemí radnice. ▪ Chov speciálního plemena skotu v okolí = originální lokální gastronomický zážitek. ▪ Nationalpark Bayerischer Wald = jedna z nejnavštěvovanějších turistických atraktivit Bavorska. ▪ Trend nových aktivních forem trávení volného času např. geocaching (www.geocaching.com). ▪ Blízkost šumavských lyžařských areálů (Zadov, Železná Ruda do cca 35 km). ▪ Blízkost lyžařských areálů Großer Arber (Bavorsko cca 60 km – www.arber.de). ▪ Vrch Ždánov 1 065 m n. m. cca 3 km od Kašperských Hor jako potenciální lokalita pro vznik dalšího lyžařského areálu. Infrastruktura ▪ Lokalita za školou jako vhodná pro investorské příležitosti a aktivity spolupráce privátního a veřejného sektoru = vznik moderního sportovního areálu. ▪ Dokončení rekonstrukce kina.	Lidské zdroje ▪ Lidské zdroje (nekvalifikované síly, stárnoucí populace, odchod mladých lidí z města a okolí pro nedostatek pracovních příležitostí, neochota práce v cestovním ruchu). Různé ▪ Navrhovaná zonace NP Šumava = nový zákon, který může znamenat uzavírání Šumavy pro turisty. ▪ Státní politika vůči obcím, přerozdělování daňových výnosů a omezení samospráv v rozhodování o věcech lokálních (např. stanovení výše místních poplatků, nakládání s odpady právnických a fyzických osob oprávněných k podnikání, záležitosti veřejného pořádku, atd.). ▪ Konkurence měst na Šumavě, ale i v Bavorsku. ▪ Počasí (nedostatek sněhu, přemíra deště apod.) = nutnost strategie „dešťových variant“. ▪ Případné snahy o průmyslovou těžbu zlata. ▪ Nezodpovědnost nebo neschopnost vlastníků nemovitostí tyto revitalizovat a udržovat v řádném stavu = poškození vizuální a architektonické hodnoty města, špatná image. ▪ Lesní majetek města na území NP Šumava = nemožnost lesní hospodářské činnosti jako zdroj příjmů města. ▪ Při nepochopení cestovního ruchu a kultury jako rozvojového potenciálu města je reálná hrozba brzkého omezení služeb ve městě a omezení občanské vybavenosti (škola, lékař, lékárna apod.) a celková stagnace a vylidňování města. Město by tak bylo vhodné maximálně pro chalupáře, hledající naprostý klid a nevyžadující žádné služby.

Organizace

- Tvorba strategie rozvoje cestovního ruchu.
- Zájem vedení města na rozvoji cestovního ruchu, kastelán hradu Kašperk zastupitel města, předseda pracovní skupiny pro Program regenerace MPZ a garant zadavatele strategie rozvoje cestovního ruchu = politická podpora.

Marketing

- Členství ve spolcích a sdruženích – Mikroregion Šumava-Západ, Euroregion Šumava, Regionální sdružení Šumava Stachy, ATIC České republiky (záměr zapojení do sítě Oficiálních turistických informačních center – OTIC ČR, podporovaných CzechTourism).
- Vznik Evropského regionu Vltava – Dunaj = zdroj financí pro přeshraniční projekty.
- Hrdě plout pod vlajkou Šumavy = edukační, osvětové programy a aktivity pro návštěvníky Šumavy, turistické a marketingové projekty NP Šumava.
- Existence a aktivní využití portálu Šumava – volný čas (www.sumava-volnycas.cz).
- Partnerství s městem Grafenau (Bavorsko) jako možnost získávání grantů z evropských dotačních fondů, případná trilaterální spolupráce s partnerským městem Grafenau Schärding v Rakousku (možnost aktivního zapojení do větších mezinárodních projektů např. Culture 2000 a další).
- Existence a fungování kulturní přeshraniční aktivity BBKULT.NET Centrum Bavaria – Bohemia v Schönsee (Bavorsko).
- Existence a fungování Regionální rozvojové agentury Šumava, o.p.s. se sídlem ve Stachách (www.rras.cz) a projekt Originální šumavský produkt a další rozvojové projekty na podporu cestovního ruchu na Šumavě.

Různé

- Příprava aktualizace Územního plánu obce = investorská pobídka např. lokalita bývalá kasárna „brownfield“.

NÁVRHOVÁ ČÁST

8 Potenciál cestovního ruchu v Kašperských Horách

Vize/poslání destinace Kašperské Hory

Cestovní ruch má potenciál v Kašperských Horách vytvářet pracovní příležitosti. Obchodními vazbami podniků cestovního ruchu na dodavatele služeb a zboží podporuje další ekonomické aktivity ve městě a regionu, má tzv. multiplikační efekt. Návštěvníci jsou pak dodatečnou kupní silou pro místní obchody a služby, jejichž provoz je rentabilní a zůstanou tak zachovány pro místní obyvatele.

Cestovní ruch je chápán jako příležitost pro zachování Kašperských Hor jako šarmantního, živoucího a kompaktního šumavského horského městečka, které bude kvalitním zázemím pro turistickou veřejnost, jež míří za poznáním kulturního a přírodního bohatství Šumavy = do Chráněné krajinné oblasti a Národního parku Šumava.

Díky cestovnímu ruchu upravené a udržované památky a veřejná prostranství dávají městu pěkný vzhled, kulturní aktivity jsou díky návštěvníkům organizačně a ekonomicky udržitelné. Využívané jsou kapacity občanské vybavenosti města (pošta, obchody, ordinace, policie atd.) a budované turistické stezky a zařízení slouží místním lidem a zvyšují kvalitu jejich života. **Pracovní místa, která tvoří cestovní ruch přímo nebo nepřímo, mohou udržet zejména mladé lidi ve městě a alespoň zmírnit vylidňování města.**

PROČ a JAK by měl být cestovní ruch v Kašperských Horách rozvíjen, CO a KOMU mohou Kašperské Hory nabídnout, KDO bude cestovní ruch řídit a s jakými klíčovými partnery, JAK by se měla destinace prezentovat na trhu cestovního ruchu a KOLIK příjmů a dalších ekonomických efektů může město cestovním ruchem získat, jsou strategické otázky budoucího vývoje města, kterými se zabývá návrhová část strategie.

Jako prioritní oblasti zájmu byly vybrány:

- **potenciál nabídky cestovního ruchu** (turistické atraktivity, turistická infrastruktura);
- **organizace cestovního ruchu;**
- **marketingová činnost, propagace destinace;**
- **turistické produkty, pobytové balíčky;**
- **ekonomický efekt cestovního ruchu a jeho sledování;**
- **rozvoj města a investice.**

9 Cíle, strategie, cíloví návštěvníci

Strategické cíle

Ve městě Kašperské Hory pracuje **profesionální destinační management**.

Město Kašperské Hory jako **excelentní** destinace na Šumavě s image TOP destinace Šumavy.

Město Kašperské Hory je vyhledávanou destinací **celoročně**.

Cestovní ruch **přináší městu větší ekonomický prospěch a vytváří nové pracovní příležitosti**.

Strategie

- **Vznik nových metod a aktivit, které pomohou rozvoji silných stránek Kašperských Hor** pro efektivnější využívání stávajících kapacit a udržení a zlepšení kvality nabídky a služeb (ekonomická prosperita je předpokladem reinvestic do obnovy a rozvoje, investice znamenají pro destinaci inovace a konkurenceschopnost).
- **Zmírnění či odstranění slabých stránek Kašperských Hor pro vznik nových příležitostí a příprava podmínek pro nové kapacity** a investiční záměry (nové, kvalitní a odvážné projekty zvyšují atraktivitu destinace).
- **Spojení sil a kreativita na bázi partnerství**, malé město si nebude moci dovolit nákladné kampaně a vysoko rozpočtové aktivity a akce, zdroje jsou omezené, veřejná správa i privátní sektor v destinaci musí spojit síly.

Předpoklady

- Založení profesionálního managementu destinace = destinačního managementu jako předpokladu pro marketingové řízení destinace.
- Vytvoření partnerské platformy.
- Integrovaná marketingová komunikace.
- Tvorba turistických produktů (pobytových balíčků) = kultura, volný čas, vzdělání a poznání, sportovní a rekreační vyžití, s akcentem na kulturní a přírodní potenciál města a okolí (CHKO a NP Šumava).
- Zavedení analytické evidence dat = statistika = znalost přínosů cestovního ruchu a zajištění stabilního financování managementu destinace.

Cílové skupiny návštěvníků

Šetřením v místě formou několika pobytů, z řízených rozhovorů s provozovateli ubytovacích zařízení a aktivit, ze zkušeností Městského kulturního a informačního střediska a analýzou dat „Výzkumu zaměřeného na domácí cestovní ruch“ agentury Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism (sekundární zdroj dat z výzkumu návštěvníků turistického regionu Šumava v etapách Léto 2011 a Zima 2012) vyplývá, že nejčastější klientelou Kašperských Hor jsou **domácí návštěvníci Češi, rodiny s dětmi či páry, nejčastěji pak aktivní páry 50+**.

Zajímavou klientelou s potenciálem jsou **školní výlety a dětské a mládežnické kolektivy**. Potenciál cílové skupiny školní výlety představuje v Jihočeském kraji 4 083 tříd základních a středních škol, 83 542 žáků a studentů a v Plzeňském kraji 3 385 tříd základních a středních škol, 68 893 žáků a studentů (zaměření na nejbližší regiony z důvodů nižších nákladů na dopravu do destinace)¹¹. **Nejčastějším dopravním prostředkem je automobil.**

Doporučené cílové skupiny:

- domácí návštěvníci Češi,
- rodiny s dětmi,
- aktivní páry 50+,
- školní výlety,
- zájmové skupiny, spolky.

¹¹ Zdroj: <http://www.czso.cz/x/krajedata.nsf/oblast2/vzdelavani-xc>, září 2012

10 Značka destinace, image

Součástí integrované marketingové komunikace je image a značka destinace. Značku a image destinace netvoří pouze vizuální či grafická podoba propagačních materiálů a nejedná se pouze o „fyzické“ vlastnosti (vzhled provozoven, barva či tvar loga), jedná se o složité předivo vztahů, důvěry, chování a jednání uvnitř i navenek, což vytváří obraz destinace u veřejnosti.¹²

Výzkum image Kašperských Hor nebyl dosud proveden. Z dat „Výzkumu zaměřeného na domácí cestovní ruch“ agentury Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism viz *Kapitola 7* ve výsledcích etapy Zima 2012 vyplývá, že Kašperské Hory jsou respondenty hodnoceny veskrze kladně, převládá spokojenost a pozitivní hodnocení jak úrovně služeb, tak celkového dojmu z města. Většina návštěvníků přijíždí opakovaně, plánuje se vrátit a doporučit pobyt známým. Mezi ostatními šumavskými destinacemi jsou Kašperské Hory nejlépe hodnocené.

Budování image a značky Kašperských Hor jako excelentní destinace na Šumavě musí být postaveno zejména na kvalitních službách, pořádku, čistotě, bezpečnosti a péči o město, udržení harmonie architektonického, kulturního a přírodního bohatství. Nastavení správné komunikační strategie a základních prvků symboliky destinace, tj. corporate design je úkol pro destinační management. Vytváření kvalitních turistických produktů a poskytování kvalitních služeb je společný úkol pro všechny partnery v destinaci.

¹² Zdroj: Marketingový management destinací, Palatková, Grada Publishing 2011

11 Potenciál nabídky cestovního ruchu

11.1 Využití turistických atraktivit

11.1.1 Památky, zajímavosti, kultura

Silné stránky = konkurenční výhoda

- Kašperské Hory si zachovaly „**genia loci**“ v harmonické kombinaci **architektonických, kulturních i přírodních atraktivit**.
- **Kulturní i přírodní atraktivity v úctyhodné koncentraci** na poměrně malém území, jedinečný počet **duchovních nemovitých památek a drobných sakrálních staveb**.
- Nejvýznamnější historickou památkou a atraktivitou nadregionálního významu je **hrad Kašperk**, který je ve **vlastnictví města**.
- **Bohaté kulturní vyžití** – 3 muzeální expozice, organizace akcí místního i nadregionálního významu (především na hradě Kašperk), rekonstruované kino (zatím bez digitální technologie a modernizovaného sálu), společenský dům „Horský klub“.
- Výjimečná **stálá expozice o přírodě Národního parku Šumava** celoročně dostupná v **Informačním středisku a středisku environmentálního vzdělávání CHKO a NP Šumava**.
- Minulost Kašperských Hor je spojena s **těžbou zlatonosných rud** – dochovány památky z původní důlní činnosti, k dispozici expozice o zlatokopectví, naučná stezka „Cesta zlatokopů“.
- Unikátní zajímavostí Kašperských Hor je **Seismická stanice Geofyzikálního ústavu Akademie věd České republiky, v.v.i.**

Slabé stránky = omezení rozvoje cestovního ruchu

- **Problematická sezónnost a přístupnost většiny památek**.
- Památky prezentovány a nabízeny jednotlivě, **neexistuje produkt (-y) integrované či kombinované nabídky**.
- Ve městě **nejsou široké veřejnosti nabízeny prohlídky města s průvodcem cestovního ruchu**.
- **Kulturní a společenské akce** především lokálního charakteru jsou **málo využitelné z hlediska cestovního ruchu**, akce nadregionálního významu se konají především **v době letní sezóny**.
- **Vzhled, vybavení a služby pro návštěvníky Muzea Šumavy**.
- **Málo využitý Náměstí**, které je rekonstruované a mohlo by být kvalitní a atraktivní „**scénou**“ pro kulturní a společenské aktivity.

Doporučená opatření/aktivity

Cíl: Rozšíření turistické sezóny, celoroční návštěvnost

➤ Nabídka celoročních aktivit, přístupnost památek nejen v době letní sezóny

Doporučuje se **vejít v jednání s provozovateli (majiteli) místních muzeálních expozic a památek ve snaze rozšířit současnou otevírací dobu a přístupnost i do období mimo letní sezónu** (duben – říjen, některé expozice jsou otevřeny v současnosti pouze červen – září). Společnou snahou by mělo být vytvoření **takové turistické nabídky**, kterou je možno nabízet **celoročně**. Tato kulturní nabídka by poté byla ideálním doplněním nabídky návštěvníkům, kteří přijedou do Kašperských Hor (případně i do jiných okolních sportovních středisek) strávit sportovní dovolené (lyže, cyklo) v období zima, jaro, podzim, a to nezávisle na počasí, **kombinace sportovní a kulturní nabídky**.

TIP: Pokud nebude možno zajistit otevírací dobu a přístupnost celoročně, je možno oživit turistickou nabídku zavedením **doprovodných, návštěvnických atraktivních akcí několikrát do roka** – např. noc muzeí, speciální prohlídky, edukační programy, Dny evropského dědictví apod.

➤ Vznik integrované vstupenky

Doporučuje se **vytvořit integrovanou vstupenku formou „kulturní karty Kašperských Hor“**, v rámci níž bude nabídnuta návštěva (prohlídka) muzeálních a výstavních expozic společně s hradem Kašperk a zpřístupněnými církevními památkami za zvýhodněných podmínek.

TIP: Tato karta bude tvořit **jádro turistického produktu nezávisle na počasí**. Produkt „kulturní karta“ se stane vhodnou platformou pro spolupráci a komunikaci partnerů ve městě: vlastníků muzeí a památkových objektů (v našem případě kraj, stát, privátní subjekt, město a Římskokatolická církev) a provozovatelů služeb cestovního ruchu (hotely, restaurace, dopravní společnosti aj.), kteří mohou **kartu kombinovat do pobytových balíčků a nabídek charakteru sportovních aktivit**.

➤ Vznik komentovaných prohlídek města, certifikace průvodců

Zpřístupněné památky (pokud možno celoročně) a integrovaná vstupenka jsou předpokladem ke vzniku **celoroční nabídky komentovaných prohlídek města s průvodcem, ať již pravidelných nebo na objednávku**. Je to investičně velmi nenáročný turistický produkt a je příležitostí pro místní obyvatele se znalostí historie, místopisu a jazyků uplatnit se jako průvodce cestovního ruchu a být ekonomicky aktivní. Opět se jedná o produkt, který je možno nabízet **celoročně bez ohledu na počasí**. Pravidelné prohlídky města nabízí pro své hosty Aparthotel Šumava a MĚKIS uvažuje o zavedení této služby pro širokou veřejnost.

TIP: **Noční prohlídky**, pravidelné nebo na objednávku, které mohou být **tematické a aranžované** (renesance = velký rozkvět města, těžba zlatonosných rud, pověsti a legendy, dobrodružná cesta na hrad Kašperk, dobové kostýmy, louče, gastronomie, soutěže a kvízy).

Od samého začátku je nutné **zavést kvalitativní kritéria**, která musí průvodce městem splňovat, nabídnout proškolení a trénink, na jehož konci bude status **oficiálního průvodce města Kašperské Hory** s právem nosit a prezentovat se tímto označením. Průvodce musí svůj certifikát absolvováním pravidelných školení obhájit. Tento školený průvodce by mohl mít možnost v rámci komentované

prohlídky navštívit objekty a památky i mimo běžnou otevírací dobu (pokud to bude umožněno majitelem objektu), čímž se rozšíří přístupnost památek i mimo letní sezónu. **Proškolený a profesionální průvodce je pak jedním z významných nositelů a podporovatelů image a značky destinace.**

Tento projekt je typickým projektem rozvoje služeb cestovního ruchu pro oficiální turistickou autoritu města, destinační management, ne pro privátní agenturu.

Cíl: Vznik nových a rozvoj současných jedinečných turistických nabídek

➤ Vznik nových produktů – zlatokopectví, seismická stanice

Téma zlatokopectví a téma seismického výzkumu jsou velmi atraktivní pro nabídku cestovního ruchu a mohou být pro Kašperské Hory konkurenční výhodou. Ověření možnosti zpřístupnění některého historického důlního díla a seismické stanice, například formou speciálních prohlídek, je prvním krokem k novému unikátnímu produktu nabídky cestovního ruchu města a k jednoznačné konkurenční výhodě v rámci Šumavy. Bylo by vhodné jednat s vedením seismické stanice o instalaci informační tabule u stanice s informacemi o stanici, její práci a úspěších i v jazykových verzích (minimálně německy a anglicky) s informací, za jakých podmínek lze stanici navštívit (exkluzivně, mimořádně, pro omezený počet návštěvníků apod.). Zlatokopectví a těžba zlatonosných rud je pro Kašperské Hory strategické marketingové téma, které je prezentováno rozptýleně a spíše okrajově (naučná stezka „Cestou zlatokopů“, archeologická památka středověké úpravny zlatonosné rudy, drobná expozice na dané téma v Muzeu Šumavy Kašperské Hory).

➤ Marketingová podpora současných kulturních a společenských akcí

Pravidelně se opakující kulturní a společenské akce jsou v současné době lokálního charakteru, vytvářejí však atmosféru města a svědčí o kulturním životě a aktivním obyvatelstvu. **Nadregionálního významu dosahují kulturní akce na hradě Kašperk** (spolupráce s Divadelním spolkem Kašpar, inscenované rytířské hry, koncerty, oživené noční prohlídky atd.), které **mají potenciál být vlajkovou lodí kulturní nabídky Kašperských Hor i celé Šumavy** a je třeba jim věnovat mimořádnou pozornost z hlediska marketingové komunikace.

TIP: Jedním z předpokladů celostátního marketingu hradní kulturní sezóny je atraktivní, dobře zapamatovatelný název, opakující se termín.

Potenciál nadregionálního významu a přeshraniční spolupráce má Poutní slavnost Panny Marie Sněžné tzv. Kašperskohorská pouť, která se koná vždy první víkend měsíce srpna. **Obnova poutního života je jednoznačnou příležitostí Kašperských Hor jako turistické destinace,** důležitá je deklarovaná podpora a iniciativa Arciděkanství Kašperské Hory. Naopak podporu města si zasluhuje iniciativa arciděkanství, a sice kulturní slavnost „Pocta sv. Markétě“, patronce kostela na Náměstí, koncertní a liturgický program víkendu v době svátku sv. Markéty, vždy druhý týden měsíce července (první ročník se konal 13. – 15. 7. 2012). Prvním ročníkem v roce 2012 zahajuje soutěžní festival křesťanských kapel „Mount Kašperk“ organizovaný arciděkanstvím a městem v kostele sv. Markéty 31. 8. – 1. 9. 2012. **Kašperské Hory leží na trase evropské poutní cesty VIA NOVA** (Svatá Hora u Příbrami – St. Wolfgang v Rakousku).

➤ **Vznik nové nabídky kulturních a společenských akcí**

V Kašperských Horách není tradice pravidelně se opakující „městske slavnosti“. V roce 2011 proběhly oslavy 1 000 let Zlaté stezky, Kašperskohorské větve. Pro rok 2012 je připravována oslava výročí 100 let od elektrifikace Kašperských Hor a stavby Čeňkovy pily, organizátorem je město Kašperské Hory prostřednictvím Městského kulturního a informačního střediska (dále MĚKIS) ve spolupráci se společností ČEZ. Tradiční, pravidelná „městská slavnost“ je efektivní formou public relations turistické destinace, stmeluje místní lidi a má multiplikační efekty pro ekonomiku města.

Kašperské Hory mohou zvolit strategii jako dosud, pro každý rok najít zajímavé výročí města, nevýhodou jsou však různé termíny během roku. Je proto doporučeno stanovit pevný termín v roce a téma slavnosti, které musí být originální, akceptovatelné pro místní a atraktivní pro návštěvníky. Výhodami jednoho opakujícího se termínu v roce je možnost budování značky (originální název akce), efektivnější a finančně méně náročná marketingová podpora akce, lepší zapamatovatelnost pro návštěvníky, snazší organizace. Nevýhodou je nutnost každoroční inovace akce.

V případě konání jedné městské slavnosti v tradičním termínu je nutné pečlivě zmapovat již tradiční akce v regionu (křížení termínů) a udělat pečlivou rešerši historických pramenů a vyjít z kořenů a tradic města a regionu, nebo je možné odvážně zvolit moderní, překvapivé, kontrastní téma.

TIP: Jelikož jsou Kašperské Hory i zimní destinací, bylo by vhodné plánovat vznik pravidelné zimní městské akce s vědomím nevyzpytatelnosti sněhových podmínek (např. slavnostní zahájení lyžařské sezóny, recesistická přehlídka doby pionýrů lyžování na Šumavě, karnevalové lyžování, lyžařská soutěž o pohár města Kašperské Hory atd.).

Status městské památkové rezervace a množství památkových objektů jsou příležitostí k aktivnímu zapojení Kašperských Hor do programu Dnů evropského dědictví – European Heritage Days (dále EHD) vždy druhý až třetí týden v září, které organizuje a zajišťuje Sdružení historických sídel Čech, Moravy a Slezska, jehož členem město Kašperské Hory je. Smyslem a cílem je zpřístupnění jindy nepřístupných památkových objektů či netradiční prezentace a programy v tradičních památkách. Výhodou je celostátní mediální kampaň a za poměrně nízké náklady efektivní public relations destinace. Možnost poznání svých nepřístupných památek nebo netradiční programy v oněch tradičních oceňují i místní obyvatelé a je to velmi příjemný a nenásilný způsob vazby místních ke svému městu.

Strategickou otázkou je rozhodnutí, kdo bude za organizaci kulturně-společenských akcí („městske slavnosti“, EHD aj.) zodpovědný, jak bude nastaveno financování, a zda má tyto akce město organizovat samo, či najmout zkušenou agenturu, obojí má řadu výhod i nevýhod (uvedeno v tabulce na následující straně).

Porovnání způsobu organizace kulturně-společenských akcí

Město		Agentura	
+	-	+	-
Realizace vlastních ideí, vlastní know-how, ochranná známka	Chybějící znalosti a dovednost, zkušenosti a organizační schopnosti	Nové idee, zkušenost a know-how	Know-how agentury, práva na používání názvu = značky akce?
Znalost místního prostředí a vazeb	Nalezení správných lidí do organizačního týmu	Profesionální tým	Menší znalost místních vazeb, partnerů, poměrů a tím menší ochota místních se spolupodílet
Využití lokální zdrojů a úspora	V podstatě celoroční úkol a stálé hledání nových idejí – akce se musí vždy trochu inovovat	Noví sponzoři či jiné zdroje financování	Třetí subjekt, který vstupuje do smluvních vztahů se sponzory a partnery = riziko neplnění
Město jako věrohodný partner pro sponzory a partnery a garantuje správné užití zdrojů a naplnění sponzorských a partnerských smluv	Riziko nerozloženo, v případě neúspěchu i komerčního nese následky město	Disponibilní časové i lidské kapacity	Nutná velmi precizní a propracovaná smlouva, která přesně stanoví práva, povinnosti a kompetence, ošetří kontrolu a supervizi kvality, rozsahu a hlavně finančních toků akce. Komplikované vyjádření všech možných rizik a neočekávaných skutečností.
Dohled nad celým procesem organizace a finančními toky			
Organizační tým se zodpovídá vedení města			

TIP: Doporučuje se jako první krok uskutečnit důkladnou rešerši historických pramenů a průzkum konkurenčních destinací a jejich akcí ke zvolení vhodného tématu a termínu. Téma a termín jako návrh předložit kulturní komisi a společně vytvořit záměr a specifikovat potenciální partnery ve městě. Nutné je získání politické podpory vedení města a shody zastupitelstva města, neboť financování takových akcí není možné bez dotace z rozpočtu města. Záměr poté prezentovat formou workshopu vybraným potenciálním partnerům a společně zvolit formu organizace akce.

Možnou doporučovanou variantou je kombinace organizace a řízení v rukou města a najmutí produkce akce formou mandátní smlouvy. Město vytvoří organizační tým složený ze zástupců všech partnerů, kdy každý bude mít přidělený úkol a zodpovědnost včetně vedení města, které bude partnerem pro sponzory a finanční partnery na nejvyšší úrovni. V týmu musí být osoba zodpovědná za fundraising (vytvoření marketingové sponzorské a partnerské nabídky, smluv, jejich administraci a naplňování, vyhodnocení a komunikaci se sponzory a partnery). **Produkce zajistí dramaturgii, technickou a organizační část.**

Cíl: Finanční podpora kulturních a společenských akcí formou grantu**➤ Program klubové, spolkové a zájmové činnosti v Kašperských Horách**

Ve městě je každoročně vyhlašován a hodnocen kulturní komisí rady města program na podporu kulturních, sportovních a společenských akcí, tvůrčí a zájmové činnosti. Vybrané akce jsou finančně podpořeny z rozpočtu města.

TIP: Doporučuje se, aby v podmínkách programu byly prioritami k podpoře definovány aktivity, které jsou v souladu s cíli strategie rozvoje cestovního ruchu, uvedenými výše, tj. podpora aktivit pořádaných celoročně nebo v době mimo sezónu; podpora aktivit, obohacujících akce pořádané městem (nově vzniklá městská slavnost, EHD apod.).

Cíl: Optimalizace a zatraktivnění nabídky vybraných muzeálních expozic**➤ Muzeum Šumavy, Informační středisko a středisko environmentálního vzdělávání CHKO a NP Šumava**

Muzeum Šumavy, jehož zřizovatelem a provozovatelem je Plzeňský kraj, nabízí stálou expozici „Příroda, život a práce lidu“, expozici „Sklářství na Šumavě“ a sezónní expozice. Budova muzea působí velmi nedůstojně pro takovou instituci a rozhodně nezve k návštěvě (mříže v oknech?!), vizuální vnější prezentace muzea spíše od návštěvy odrazuje, v neděli je muzeum otevřeno pouze dopoledne 9.00 – 12.00 hodin (červenec a srpen 9.00 – 17.00 hodin), šest měsíců v roce listopad až duben je muzeum zavřeno. Stálá expozice je úctyhodná a jistě cenná množstvím sbírkových předmětů a jejich unikátností, je však velmi letitá a statická. Muzeum se nezapojuje aktivně do nabídky cestovního ruchu destinace. **Jednání a spolupráce se zřizovatelem by měly vést k rekonstrukci budovy, modernizaci technického zázemí, přizpůsobení expozice i provozu moderním trendům a celoročnímu provozu.**

Druhou stálou expozici o přírodě Národního parku Šumava nabízí Informační středisko a středisko environmentálního vzdělávání CHKO a NP Šumava. Expozice je přístupná celoročně (kromě dubna a listopadu) a je zaměřená primárně na rodiny s dětmi, oproti Muzeu Šumavy je velmi moderní, poutavá, interaktivní a edukativní včetně promítání tematických filmů.

Žádná z expozic není bezbariérová.

TIP: Doporučuje se jednat se zřizovatelem Muzea Šumavy o rekonstrukci budovy v Kašperských Horách a inovaci koncepce stálé expozice. Nová stálá expozice by se nemusela obsáhle věnovat tématu šumavské přírody a například posílit téma zlatokopectví a těžbu zlatonosných rud, jelikož je to téma pro Kašperské Hory unikátní a ve městě neexistuje adekvátní expozice představující tuto významnou etapu dějin města a okolí.

Cíl: Vytvoření „živého Náměstí“

Náměstí v Kašperských Horách je považováno za silnou stránku. Ačkoliv to není unikátní konkurenční výhoda (hezká náměstí jsou v mnoha městech), je Náměstí rekonstruované, udržované a architektonicky „čisté“.

TIP: Doporučuje se pojmout **Náměstí jako centrální veřejný prostor města a posílit jeho funkce jako místa setkávání, relaxace, kulturního a společenského života.** Náměstí lze vhodně vybavit exteriérovými expozicemi, artefakty, sezónním pódiem pro kulturní vystoupení viz Havlíčkově náměstí v Havlíčkově Brodě www.muhb.cz. Koncept využívání a péče o Náměstí bude svědčit o kulturnosti a kultivovanosti města a bude spoluvytvářet image Kašperských Hor jako excelentní destinace na Šumavě. Koncept a funkce „živého náměstí“ je těžko slučitelný s funkcí parkování (tato funkce nesmí převládnout) a je citlivý na vizuální „znečištění“ (reklamní zařízení, výlohy, hostinské zahrádky atd.). **Zvolit správné funkce či poměr funkcí Náměstí v Kašperských Horách je pro budoucí vývoj cestovního ruchu klíčový.**

11.1.2 Sport, turistika, aktivní pobyt

Silné stránky = konkurenční výhoda

- **Ideální poloha města** na hranici CHKO a Národního parku Šumava, ideální výchozí bod pro poznání přírodních atraktivit centrální Šumavy, **není však zasaženo masovým turismem.**
- **Široké spektrum sportovního zejména outdoorového vyžití** (především v období zimní sezóny) **doplňuje bohatou nabídku kulturního vyžití** (především v období letní sezóny) – potenciál **celoroční návštěvnosti.**
- **Existence lyžařského areálu Skiareál Kašperky** (provozovatel společnost Snowhill a.s. – provozuje i další lyžařské areály v ČR – realizace celorepublikových marketingových kampaní)
- **Konání závodu v běžeckém lyžování „Kašperská 30“** – součástí celostátního seriálu SkiTour (2012 první ročník, má ambice stát se tradicí).
- V blízkosti **golfová hřiště.**
- Nabídka a služby **Centra volného času.**
- Nabídka a služby **Informačního střediska a střediska environmentálního vzdělávání CHKO a NP Šumava.**

Slabé stránky = omezení rozvoje turistiky

- V letních měsících **není ve městě nabídka venkovního koupání a vodních aktivit.**
- **Lyžařský areál není využíván ke sportovním outdoorovým aktivitám v letní sezóně**, v zimní sezóně je nabízena špatná kvalita parkování u areálu.
- **Nedostatek sportovních indoorových aktivit pro veřejnost** (využitelné celoročně i v případě nepříznivého počasí) – pro veřejnost pouze bowling, nabídka wellness, fitness, krytý bazén – **ve většině případů pouze pro hotelové hosty.**
- Služby prezentovány a nabízeny jednotlivě, **neexistuje produkt (-y) integrované či kombinované nabídky.**

Doporučená opatření/aktivity

Cíl: Celoroční návštěvnost (doplnění nabídky kulturních aktivit)

➤ Rozšíření nabídky outdoorových aktivit

Kašperské Hory mají potenciál vyvážené nabídky kulturního a sportovního vyžití. Pestrá nabídka musí kombinovat aktivity outdoorové s aktivitami indoorovými a variantami při nepřízní počasí, jen tak může být **zajištěno celoroční využívání kapacit turistické infrastruktury, ale i občanského vybavení města.**

TIP: Doporučuje se v územním plánu vymezit plochu s funkcí sportovní a rekreační. Část města v okolí Pešťákova vrchu, Na prádle, Liščího vrchu by mohla v rozvojových záměrech města být definována jako sportovní a rekreační území Kašperských Hor (za předpokladu vyjasněných vlastnických vztahů a dalších vztahů a okolností technického či právního charakteru, celé území se nachází v režimu CHKO a NP Šumava).

TIP: Doporučuje se realizovat záměr přírodního koupaliště. Kašperským Horám **chybí koupaliště, rozvojovým záměrem ve fázi projektování je vznik přírodního samočisticího koupaliště s technologií koupacího biotopu**, což je šetrná, moderní forma využití přírodních podmínek ke koupání.

TIP: Doporučuje se vytvořit nové produkty pěší turistiky. Moderními trendy v pěší turistice jsou **nordic walking a geocaching** (www.geocaching.com), které mohou být příležitostí pro nové outdoorové nabídky, např. nordic walking trénink, túry s průvodcem a půjčování nordic walking hůlek.

V současné době je v nabídce Kašperských Hor sedm vycházkových tematických okruhů v bezprostředním okolí města, **tyto trasy je nutné pravidelně udržovat a zajišťovat „prostupnost“, do informačních materiálů o vycházkových okruzích by bylo vhodné doplnit podrobnější informace o popisu charakteru povrchů a vhodnost či nevhodnost pro některé specifické skupiny návštěvníků** (např. rodiny s dětmi, senioři či handicapovaní). Vynikající nabídku komentovaných tematických vycházek s odborníky od května do listopadu nabízí Informační středisko a středisko environmentálního vzdělávání CHKO a NP Šumava. Outdoorové programy nabízí rovněž Centrum volného času. Všechny tyto aktivity je nutné **marketingově podporovat, zapojovat do produktů, prezentovat na webových stránkách, v propagačních materiálech apod.**

TIP: Vytipovat, zpřístupnit a udržovat z naučných stezek kolem Kašperských Hor vhodnou stezku pro dětské kočárky jako posílení nabídky produktů pro cílovou skupinu rodiče s dětmi.

TIP: Doporučuje se ve spolupráci s odborníky na stavbu a zřizování golfových hřišť konzultovat, zda Kašperské Hory jsou vhodnou lokalitou pro záměr stavby golfového hřiště, a poté vytipovat vhodné pozemky v souladu s pořizování územního plánu. Letní (jarní a podzimní) golfová sezóna může být protipólem zimní lyžařské sezóny. Golfové zázemí většinou respektuje přírodní a architektonické prostředí destinace a přivádí specifickou, kultivovanou a bonitní klientelu. Golf je dnes aktivitou pro celou rodinu. **Investice do golfového zázemí je však téma pro privátního investora v podobě strategického partnera, město však musí mít dopředu jasné, zda je takový záměr vůbec reálný.**

TIP: Doporučuje se využít lyžařský areál i mimo zimní lyžařskou sezónu. Lyžařský areál není po zbytek roku nijak využíván pro outdoorové aktivity jako např. Frisbee, cyklistické – MountainBike tratě, mini-golf a další aktivity letního „fun-park“. Investice tohoto typu by přispěla k celoroční turistické nabídce Kašperských Hor. **Lyžařský areál není v podstatě vybaven moderním parkovacím zázemím**, parkuje se podél komunikace a na ploše na pravé straně při příjezdu po ulici Na Prádle, která je nezpevněná, neodvodněná a neudržovaná a je předpolím dnes již patrně nevyužívané průmyslové haly.

TIP: Doporučuje se zlepšit zázemí pro cykloturisty. Cykloturistika je na Šumavě oblíbenou formou poznávací turistiky a sportovní aktivity. Cykloturisté jsou pro Kašperské Hory zajímavá cílová skupina. Podle výsledků „Výzkumu zaměřeného na domácí cestovní ruch“ agentury Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism (sekundární zdroj dat z výzkumu návštěvníků turistického regionu Šumava v etapách Léto 2011 a Zima 2012) jsou služby a nabídka pro cykloturisty v Kašperských Horách hodnoceny nepříznivě. Doporučuje se zvážit vznik cyklistické trasy kolem Kašperských Hor, která povede i na hrad Kašperk (po cestě na hrad z parkoviště lze kolo jen vést či nutno z kola sestupovat či jet velmi opatrně, neboť se jedná o lesní cestu se zabudovanými příčnými odvodňovacími rýhami, které jsou poměrně široké a hluboké pro přejezd kolem) a vybavit Náměstí, hrad a další atraktivity stojany na kola.

TIP: Doporučuje se vznik přírodního (lesního) hřiště či stezky pro děti i dospělé. Město Kašperské Hory vlastní rozsáhlé lesní a jiné pozemky v okolí města, spravované ve větší míře vlastními firmami Kašperskohorské městské lesy s.r.o. a Statek Kašperské Hory s.r.o. Za přispění jedné nebo obou firem mohou vzniknout doplňkové outdoorové aktivity pro obyvatele i návštěvníky města. Přírodní hřiště či stezky jsou vybaveny jednoduchými dřevěnými prvky k protažení těla pro jednoduché cviky a pohyby, dětské herní prvky jsou charakteristické svojí jednoduchostí a bezpečností. Užívání těchto prvků je dobrovolné a vlastní zodpovědností každého uživatele. Údržbu, péči a úklid zajišťují výše uvedené firmy, viz lesní hřiště na tzv. Dubíku v Českém Krumlově, vystavěno a spravováno Lesy města Český Krumlov, s.r.o.

V roce 2012 se konal první ročník závodu „Kašperská 30“ jako součást celostátního seriálu SkiTour. Důležité je, že tato aktivita má ambici stát se tradicí, každoročně v zimním období na začátku roku oživit město, využít kapacity a vzniká z iniciativy privátních subjektů, předpokládá vícezdrojové financování a **může být pevnou částí kulturního a společenského kalendáře města.**

Cíl: Vznik produktů integrované či kombinované nabídky

Stejně tak jako v případě kulturní nabídky, i sportovní nabídku je vhodné integrovat do společného produktu, do „pobytového balíčku“, **podmínkou je ovšem dostatek sportovních aktivit, a to jak outdoorových, tak indoorových**, aby byla zajištěna využitelnost i v případě nepříznivého počasí.

Atraktivní nabídkou do zimních pobytových balíčků jsou skipasy Skiareálu Kašperk.

11.2 Turistická infrastruktura

Silné stránky = konkurenční výhoda

- Kašperské Hory nabízí škálu **ubytovacích zařízení různé kategorie**. Hotely 4-hvězdy tvoří cca 196 lůžek z celkové kapacity 955 lůžek. **Hotely nabízí možnost dalších i specifických služeb**. Vybrané hotely jsou **zapojeny v globálních rezervačních on-line systémech**.
- V Kašperských Horách je možno využít **17 stravovacích zařízení různé kategorie**.
- **Město je dobře přístupné po silnici**, která prochází historickým centrem – městskou památkovou zónou.
- **Existence dvou parkovišť a územní rezervy pro vznik nových parkovacích ploch**. Hotely **disponují rovněž vlastními parkovacími kapacitami**.
- **Kvalitní nabídka a dobrá orientace pro pěší a částečně i pro cykloturisty**.
- **Kašperské Hory jsou město s dobrou občanskou vybaveností**, která je využitelná i pro návštěvníky města.

Slabé stránky = omezení rozvoje cestovního ruchu

- **Nabídka většiny hotelových služeb pouze pro hosty hotelu, ne pro veřejnost**.
- **Uniformní, neoriginální nabídka stravovacích zařízení**.
- **Komplikovaná dopravní dostupnost veřejnými hromadnými prostředky**.
- **Systém dopravy v klidu ve městě** – omezený počet parkovacích míst, zpoplatněné parkování, vysoká cena za předplacené parkování pro hotely, zakazy zastavení a stání ve vedlejších ulicích; nedostatečně vyznačené parkování pro zájezdové autobusy, chybí navigační systém k parkovacím plochám, chybí informace o parkování na webových stránkách.
- **Ve městě nejsou nabízeny služby cestovní agentury a cestovní kanceláře**.

Doporučená opatření/aktivity

Cíl: Rozšíření nabídky, zvýšení kvality služeb v oblasti infrastruktury

➤ Stravování

Gastronomický turistický produkt chybí.

TIP: Impulsem pro zlepšení gastronomické nabídky a zároveň obohacením mimosezónních měsíců a společenského života ve městě může být **gastronomický festival např. Šumavských specialit**. V širším okolí se podobná akce zatím nekoná. Dalším originálním lokálním gastronomickým zážitkem může být **vytvoření produktů ze speciálního plemene skotu, který se v okolí chová**.

➤ Doprava

Pro cestovní ruch a jeho rozvoj je zásadní dobrá dostupnost po silnici pro klienty, kteří přijíždějí individuálně autem, což je většina návštěvníků Kašperských Hor či skupinové autobusové zájezdy.

TIP: Doporučuje se jednání a spolupráce se **Správou a údržbou silnic Sušice s cílem vypracovat harmonogram celoročního úklidu, zejména v době vegetace sečení, úklid odpadků**.

➤ **Parkování**

Modernizace parkovacího zázemí je žádoucí pro lyžařský areál.

Rozvojové plochy pro další parkoviště mohou být areál bývalé pily směr Sušice a Žižkovo náměstí u Domova pro seniory. Parkoviště by měla být vybavena bezpečnostními prvky vstupního a výstupního systému, kamerového systému, měla by být osvětlena a zajištěna komfortní dostupnost pro pěší (chodník, osvětlení, navigační informační systém).

Má-li být vybudováno v areálu bývalé pily parkoviště pro návštěvníky, musí být vybudována komfortní, bezpečná a atraktivní přístupová trasa pro pěší, vybavená chodníkem, navigačním informačním systémem, osvětlením, což současná Sušická ulice nesplňuje. Již dnes je to přístupová cesta k Informačnímu středisku a Středisku environmentálního vzdělávání CHKO a NP Šumava a k Horskému klubu, je výchozí trasou pro dva vycházkové okruhy a v budoucnu povede k možné rozvojové investici revitalizace barokního špýcharu.

TIP: Doporučuje se parkování pojmout jako samostatný a hlavně komplexní projekt systému dopravy v klidu na území města Kašperské Hory s projektovým řízením včetně finančního řízení (v rozpočtu města na rok 2012 je plánována výdajová položka = investice na vybudování parkoviště v areálu bývalé pily na výjezdu na Sušici ve výši 2 500 000,-Kč). Systém dopravy v klidu je také nástrojem řízení destinace, je nutno zvážit cenovou politiku a formu nabídky pro partnery z řad ubytovatelů a podnikatelů v cestovním ruchu. Je promarněnou příležitostí a investicí, pokud např. hoteliéři parkují auta svých hostů raději na privátních plochách. **Kvalita nabídky parkování přímo ovlivňuje kvalitu turistické destinace a její image.**

V rámci parkovacího systému je třeba vymezit plochy pro stání zájezdových autobusů a tyto řádně označit.

12 Návrh organizace cestovního ruchu

Silné stránky = konkurenční výhoda

- **Fungující celoročně otevřené městské informační centrum** s kvalitním vybavením, zázemím a vhodným umístěním na Náměstí.
- **Kvalifikované pracovníce městského informačního centra** (odborné vzdělání, jazyková vybavenost).
- **Významný podíl kastelána hradu a jeho týmu na organizaci cestovního ruchu v Kašperských Horách.**
- **Pracoviště Informačního střediska a střediska environmentálního vzdělávání CHKO a NP Šumava** (IS a SEV CHKO a NP Šumava) jako významného partnera pro organizaci cestovního ruchu.

Slabé stránky = omezení rozvoje cestovního ruchu

- **Neexistence rozvojové strategie města, neexistence strategie cestovního ruchu, neexistence managementu cestovního ruchu.**
- Záležitostmi cestovního ruchu se zabývá **Městské kulturní a informační středisko (MěKIS)**, které **plní roli informačního centra, naplňuje marketingové aktivity města a plní zároveň roli odboru kultury.**
- **Personálně je chod MěKIS zajištěn pouze dvěma pracovníci.**
- **Není stanoven radní či zastupitel s kompetencí záležitostí cestovního ruchu či rozvoje města.**
- **Pro oblast cestovního ruchu není ustanoven žádný poradní a iniciační orgán samosprávy, ve městě nefunguje žádné profesní sdružení cestovního ruchu.**

Doporučená opatření/aktivity

Cíl: Vznik profesionálního managementu cestovního ruchu

Existencí MěKIS je vytvořen předpoklad pro zajištění informačního servisu pro návštěvníky a položen základ managementu destinace Kašperské Hory. Při zachování současného stavu, kdy dvě kvalifikované pracovníce na plný úvazek zajišťují jak turistický servis, tak provoz kina a knihovny, tak produkci kulturních aktivit a kompletní redakci a přípravu městského Kašperskohorského zpravodaje, **není možné rozšířit činnost MěKIS o činnosti destinačního managementu.**

Podmínkou marketingového řízení destinace, tedy vytvoření partnerských vztahů a vazeb v destinaci, naplňování rozvojových aktivit cestovního ruchu a provádění konkrétních marketingových opatření a marketingové komunikace je fungující destinační management.

Musí dojít ke spojení sil a prostředků a vytvoření řídicí struktury cestovního ruchu: stanovit odpovědného radního města za cestovní ruch, sloučit dvě organizační složky, které se zabývají cestovním ruchem tzn. MěKIS a hrad Kašperk do jedné s posláním a rolí destinačního managementu, zřídit „poradní grémium“ cestovního ruchu ze zástupců klíčových partnerů v destinaci (hotely, restaurace, Muzeum Šumavy, Národní park Šumava, Kašperskohorské městské lesy s.r.o.,

Arciděkanství Kašperské Hory aj.) a v rozpočtu města identifikovat a vytvořit strukturu položek příjmů a výdajů spojených s cestovním ruchem v členění provozního a investičního charakteru.

Bude tak učiněn první krok ke vzniku destinačního managementu, který vytváří a distribuuje produkty cestovního ruchu společně s partnery v destinaci, tzn. MěKIS na Náměstí bude nejen informovat, ale i vytvářet, zprostředkovávat a prodávat konkrétní služby a produkty. Vznikne jednotný a koordinovaný = integrovaný marketing jak města, tak hradu a nastaví se systém sledování výkonu cestovního ruchu formou analytické evidence daňových i nedaňových příjmů rozpočtu města a statistických ukazatelů cestovního ruchu, za jejichž pravidelný sběr a vyhodnocování bude zodpovědný vedoucí destinačního managementu ve spolupráci s příslušným pracovníkem Městského úřadu Kašperské Hory. Přeskupením pracovních pozic a naplní současných pracovníků MěKIS a hradu Kašperk by nemělo dojít k nárůstu pracovních sil, avšak jak již uvedeno výše, má-li MěKIS poskytovat kompletní řetězec služeb od informování po tvorbu a prodej produktů (což znamená přehodnotit otevírací doby v období září až květen o víkendech) při zachování role odboru kultury města, **je personální posílení nutné**, náklady by měly být kompenzovány příjmy z prodeje a zprostředkování.

Návrh organizace cestovního ruchu (destinační management) Kašperské Hory

Východisko:

V okruhu zájmu „**organizace cestovního ruchu**“ se závěry situační analýzy, výstupy SWOT analýzy, poznatky z řízených rozhovorů a vlastního pozorování na místě shodují na následujícím:

- Neexistuje strategie rozvoje města => neexistuje strategie rozvoje cestovního ruchu.
- V Kašperských Horách neexistuje management cestovního ruchu.
- Aktivitami managementu cestovního ruchu se zabývá několik subjektů (MěKIS, hrad Kašperk, IC a SEV CHKO a NP Šumava, Centrum volného času) => všechna zařízení fungují na velmi dobré úrovni, žádné z nich však neplní roli lídra a koordinátora, tedy managementu cestovního ruchu.
- MěKIS plní zároveň roli odboru kultury a kulturní agentury => kulturní a společenské aktivity podněcují cestovní ruch a je v pořádku, že organizačně jsou kultura a cestovní ruch propojeny, vytížení pracovnice MěKIS je tak značné a nemohou se naplno věnovat aktivitám managementu cestovního ruchu.
- Není ustanovena komise cestovního ruchu rady města ani jiný poradní a iniciační orgán samosprávy => není platforma komunikace samosprávy s podnikatelskou veřejností.
- V radě města není radní zodpovědný za cestovní ruch => chybí politická opora a podpora ve vedení města.
- Ve městě nefunguje žádné profesní sdružení cestovního ruchu => vedení města chybí partner.
- MěKIS i hrad jsou personálně obsazeny lidmi se vzděláním a zkušenostmi z cestovního ruchu => existuje velmi kvalitní personální a znalostní potenciál.

Cíl:

Vznik výkonné struktury s posláním zajišťovat profesionální management cestovního ruchu a s rolí destinačního managementu (lídra a koordinátora) s celoroční činností, stabilním zázemím a financováním. Právní forma umožňující obchodní činnost.

Opatření:**„Přeskupit a sjednotit síly“.**

- Využít současný kvalitní personální potenciál MěKIS a hradu Kašperk.
- Sloučit MěKIS a hrad Kašperk v jednu organizační složku města Kašperské Hory včetně rozpočtu, kdy je možné vést hospodaření „středisek“ MěKIS a hradu Kašperk.
- V rozpočtu města vytvořit „podrozpočet“ management cestovního ruchu, který bude identifikovat a sledovat příjmy a výdaje cestovního ruchu.
- Pro projekty, mimořádné akce, ale i pro konzultace a přípravu marketingových aktivit, produktů, komunikaci využívat externí zdroje, poradenství.

„Město a hrad jsou jedna destinace“ – propojit aktivity a marketing MěKIS a hradu.

- Aplikovat integrovaný marketing a tvorbu turistických produktů.
- Vytvořit integrovaný produkt město a hrad (hrad je hlavní atraktivita, bohužel vzdálená od města na kopci a návštěvníky hradu /ročně cca 45 000/ nic nemotivuje navštívit i město).
- Iniciovat a tvořit společné turistické produkty s podnikatelskou veřejností a dalšími partnery, marketing a distribuci těchto produktů = MěKIS rozšíří činnost na provizní prodej (cestovní agentura). MěKIS poskytuje kompletní turistický servis.
- Jednotné vedení = neroztříštěné aktivity MěKIS a hradu, koordinace a vytváření společného kulturního produktu, MěKIS dále plní roli odboru kultury a kulturní agentury města.

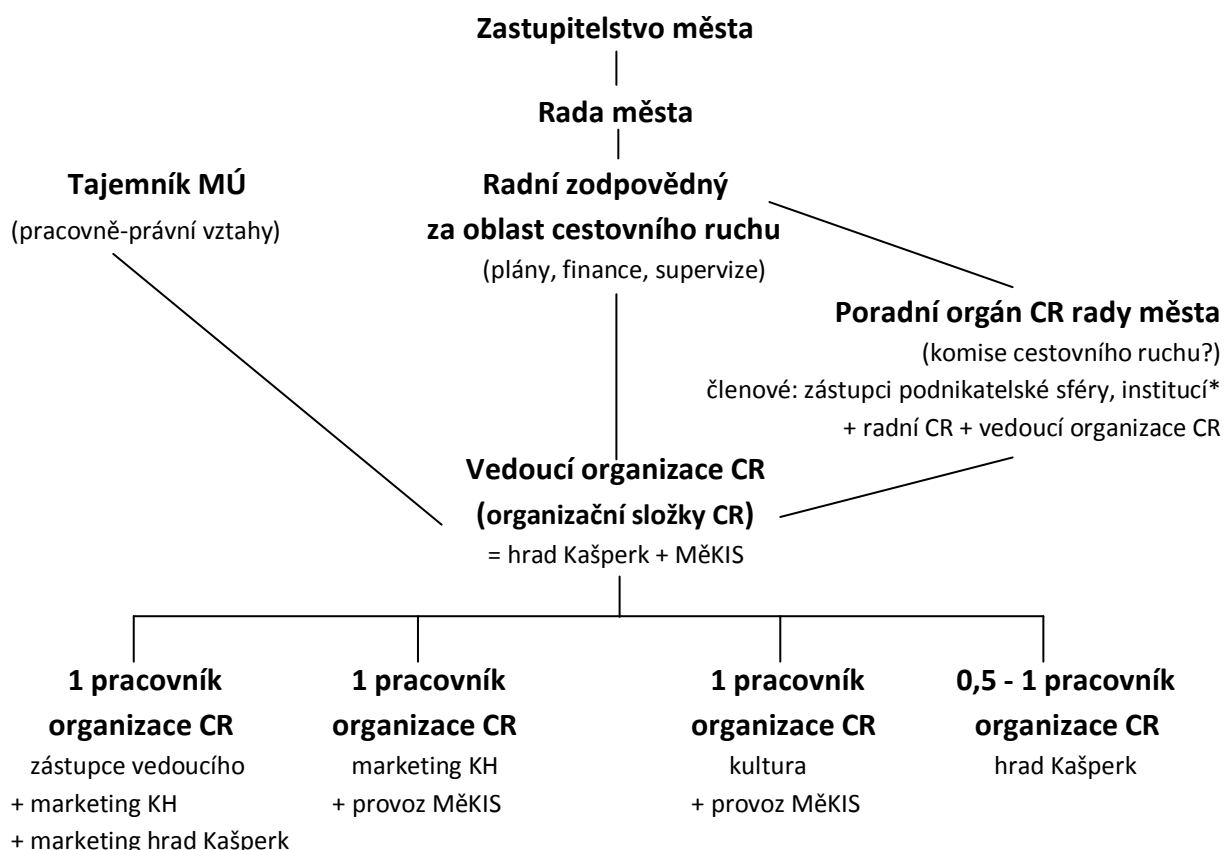
„Stabilní a přehledné financování“ – vícezdrojové financování.

- Základem je provozní = neinvestiční dotace z rozpočtu města (jedním z kritérií každoroční minimální výše dotace bude suma příjmů do rozpočtu města generovaných přímo cestovním ruchem = poplatky z ubytovací kapacity a lázeňského a rekreačního pobytu, příjmy z parkování) / investiční dotace z rozpočtu města bude přidělena dle investičního plánu.
- Profit z obchodní činnosti (prodej produktů a služeb na MěKIS, obchodní činnost hradu).
- Dotační zdroje by měly primárně být užity na marketingové aktivity a projekty a na investice do uchování památkové hodnoty hradu.

„Partnerství“.

- Komunikační platforma pro konzultace a obchodní a marketingovou spolupráci s podnikatelskou veřejností.
- Kompetentní partner pro potenciální sponzory, marketingové partnery, strategické aliance, fundraising.
- Společná tvorba marketingového plánu.

Organizační struktura, kompetence, činnosti



* a zástupci významných partnerů jako Římskokatolická církev – Arciděkanství Kašperské Hory, Kašperskohorské lesy s.r.o., Muzeum Šumavy, Informační středisko a středisko environmentálního vzdělávání CHKO a NP Šumava popř. Správy Národního parku Šumava, Regionální rozvojová agentura Šumava a další dle uvážení

Členění činností pracovníků organizace cestovního ruchu

Politická rovina

Radní zodpovědný za oblast cestovního ruchu

Politická „záštita“ záležitostí cestovního ruchu = posouzení rozvojových záměrů města z hlediska vlivů na cestovní ruch vs. posouzení projektů cestovního ruchu z hlediska vhodnosti a souladu se záměry města, předkládání aktivit cestovního ruchu radě města k rozhodování a schvalování (akční plán, marketingový plán, investiční plán, výroční zpráva), politický partner podnikatelské veřejnosti v záležitostech cestovního ruchu. Supervize činnosti organizace cestovního ruchu.

Partnerská rovina, poradní orgán

Nejlépe s jasně deklarovaným statutem, např. komise rady města pro cestovní ruch - složená ze zástupců podnikatelské sféry, institucí ve městě i externích subjektů, ale i partnerů, kteří přímo nejsou zaangażováni v cestovním ruchu. Tato komise by měla iniciační a konzultační roli pro samosprávu města a byla partnerem pro destinační management ve věcech tvorby strategií v cestovním ruchu i společné tvorby marketingového plánu destinace.

Exekutiva**Vedoucí organizace cestovního ruchu – 1 úvazek**

- Vede organizační složku = organizaci cestovního ruchu (destinačního managementu) Kašperských Hor, metodicky a organizačně vede tým organizace cestovního ruchu.
- Vytváří strategii rozvoje cestovního ruchu a účastní se diskusí o rozvojových projektech a záměrech města jako odborník na cestovní ruch.
- Připravuje roční plány činnosti MĚKIS a hradu (marketingový plán, plán údržby a investic hradu a péče o historické hodnoty), sestavuje rozpočet organizační složky, připravuje plány pro projednání v radě města, zpracovává výroční zprávu, je zodpovědný za jejich plnění a rozpočtovou kázeň.
- Je partnerem a prostředníkem komunikace a spolupráce města Kašperské Hory s podnikatelskou veřejností a dalšími partnerskými subjekty cestovního ruchu i mimo něj.
- Monitoruje, konzultuje a připravuje podklady pro projekty cestovního ruchu, kulturní a památkové péče vhodné pro získání dotačních prostředků.

Pracovník pro marketing Kašperských Hor + marketing hradu, zástupce vedoucího – 1 úvazek

- Zastupuje vedoucího v případě nepřítomnosti.
- Spolupracuje na tvorbě koncepcí CR, marketingových plánů, rozpočtů apod.
- Zajišťuje komunikaci, PR (veřejnost, média).
- Spolupracuje s organizacemi cestovního ruchu (Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism, RRA Šumava apod.), s partnery v oblasti cestovního ruchu (partnerské město Grafenau, NP Šumava, podnikatelská veřejnost apod.).
- Zajišťuje edici.
- Tvoří produkty cestovního ruchu.
- Je zodpovědný za sledování výkonů destinace = statistika cestovního ruchu.
- Má na starosti projekty CR, analýzy CR, grantové programy CR.

Pracovník pro marketing Kašperských Hor, provoz IC – 1 úvazek

- Zajišťuje webovou prezentaci Kašperských Hor – oblast turistika a infocentrum, e-marketing.
- Prezentuje Kašperské Hory na dalších webových portálech CR.
- Spolupracuje s ostatními IC včetně IS a SEV CHKO a NP Šumava, A.T.I.C. ČR.
- Spravuje databanky kontaktů, fotografií.
- Zajišťuje veletrhy CR.
- Tvoří produkty cestovního ruchu.
- Podílí se na provozu IC (poskytování informací, prodej a výdej propagačních materiálů včetně uzávěrek, spolupráce s podnikatelskou veřejností – provizní prodej apod.).

Pracovník pro kulturu, provoz IC – 1 úvazek

- Zpracovává a vydává kulturní přehledy.
- Zajišťuje organizaci provozu městského kina.
- Koordinuje prodejní akce (trhy, soukromé akce aj.), organizuje kulturní akce.
- Zajišťuje dozor v knihovně – katalogizace knižního fondu a agendy knihovny.
- Zajišťuje redakci „Kašperskohorského zpravodaje“, pracuje v kulturní komisi.

- Podílí se na provozu IC (poskytování informací, prodej a výdej propagačních materiálů včetně uzávek, spolupráce s podnikatelskou veřejností – provizní prodej apod.).

Pracovník pro hrad – 0,5 – 1 úvazek (nový zaměstnanec organizace cestovního ruchu)

- Provoz hradu – pomáhá vedoucímu organizace cestovního ruchu s provozem hradu v době sezóny, v době mimo sezóny (= uzavření hradu pro veřejnost) pomáhá nejen na hradě, ale dle potřeby i v dalších činnostech organizace cestovního ruchu (příprava pro sezónu).

Jedná se o 5 osob v trvalém pracovním poměru (4,5 – 5 pracovních úvazků). Roční odhadované náklady cca 2 mil. Kč. Lze předpokládat zvýšení oproti současným mzdovým nákladům, kompenzace možná z příjmů z obchodní činnosti MĚKIS.

Právní forma

- V první fázi sloučit dvě existující příspěvkové organizace.
- Příspěvkové organizace zřizuje zastupitelstvo města, pověřuje určitými činnostmi = změna zakládacích listin MĚKIS a hradu Kašperk.
- Rozšíření činností MĚKIS o obchodní aktivity = revize a popř. doplnění živnostenských oprávnění – nové např. reklamní činnost, marketing, poradenská a konzultační činnost (v tuto chvíli má město Kašperské Hory IČ 255645 oprávnění k Hostinské činnosti, Koupě zboží za účelem jeho dalšího prodeje v režimu živnosti volné, Ubytovací služby a Provozování cestovní agentury a průvodcovská činnost v oblasti cestovního ruchu).
- V další fázi zvážit jinou podobu právní formy, např. vlastní právní subjektivita a rozšíření živnostenských oprávnění o **koncesovanou činnost cestovní kanceláře**. Koncese cestovní kanceláře je legislativní podmínkou pro sestavování a distribuci (prodej) produktů, pokud tyto jsou kombinací služeb např. pobytový balíček a mohou být klasifikovány jako **zájezd**¹³.

¹³ Zákon 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v cestovním ruchu, vymezuje zájezd jako předem stanovenou kombinaci alespoň dvou ze tří typů služeb:

- doprava,
- ubytování,
- ostatní služby cestovního ruchu, které nejsou doplňkem dopravy nebo ubytování a tvoří významnou část zájezdu nebo jejichž cena tvoří alespoň 20 % souhrnné ceny zájezdu.

Kombinace služeb je prodávána nebo nabízena k prodeji za souhrnnou cenu a poskytování služby přesahuje 24 hodin nebo kombinace zahrnuje alespoň jedno přenocování. Po novele zákona v roce 2006 se považuje za zájezd i kombinace služeb sestavená na základě individuální objednávky.

13 Návrh marketingové činnosti

Silné stránky = konkurenční výhoda

- **Existence Městského kulturního a informačního střediska (MĚKIS)**, které naplňuje pro město Kašperské Hory marketingové aktivity.
- Při prezentaci města jsou **využívány tradiční nástroje marketingu destinace a turistické nabídky**:
 - v oblasti PR a komunikace jsou vytvořeny základní vazby na místní a regionální média;
 - existence nových oficiálních webových stránek se sekcemi „turistika“ a „infocentrum“;
 - vydávání tištěných propagačních materiálů v ČJ, NJ, AJ;
 - existence nového loga města Kašperské Hory, využitelného v propagaci města;
 - navázáno partnerství s vybranými spolky, institucemi, partnerským městem apod.
- **Vlastní marketingové aktivity hradu Kašperk s nadregionálním přesahem**, hrad Kašperk jako člen marketingové spolupráce Šumavské trojhradí.
- **Vlastní marketingové aktivity místních podnikatelských subjektů v cestovním ruchu.**

Slabé stránky = omezení rozvoje cestovního ruchu

- **Neexistence integrovaného marketingu cestovního ruchu a marketingového řízení destinace**, propagace města je roztržštěná, nekompaktní.
- **Marketingové aktivity nejsou zpracovány do marketingového plánu, marketingové plány nejsou tvořeny.**
- **Neexistence marketingové strategie, neexistence značky Kašperské Hory.**
- **Nedostatky v prováděných marketingových aktivitách**:
 - nedostatečná komunikace s médii a s privátní sférou;
 - prezentace na webových stránkách není optimální pro využití pro cestovní ruch;
 - neexistence jednotného grafického manuálu pro zpracování propagačních materiálů, neexistence corporate design města; pro distribuci propagačních materiálů není zpracován distribuční plán a systém;
 - chybí systém partnerství veřejné a privátní sféry; z pohledu cestovního ruchu nejsou současná partnerství dostatečně využívána;
 - neexistence tematických produktů a pobytových balíčků včetně systému prodeje a distribuce těchto produktů;
 - neexistence systému návštěvnických bonusových karet;
 - neexistence systému sledování výkonů (statistiky) a indikátorů cestovního ruchu;
 - neexistence městského informačního systému s jednotným vizuálním stylem navádějící k turistickým cílům včetně komerční reklamy; neexistence vhodných výlepových ploch pro prezentaci turistické nabídky.

Doporučená opatření/aktivity

Cíl: Budování image destinace, tvorba značky Kašperské Hory – prostřednictvím profesionálního integrovaného marketingu cestovního ruchu

Pravidelná každoroční tvorba marketingového plánu cestovního ruchu včetně podrobného popisu aktivit, jejich termínů, personálního zajištění, nákladů a způsobu jejich financování. Správný marketingový plán, jeho naplňování a následná kontrola plnění je prvním krokem k profesionalitě managementu, marketingovému řízení destinace a spolupráce s partnery a místní podnikatelskou veřejností. Důležité je, aby se marketingový plán cestovního ruchu stal pravidelnou součástí strategického a akčního plánování města.

Pro Kašperské Hory je nejlepším marketingem spokojený návštěvník, který svoji pozitivní zkušenost předá dál, nejlepším marketingovým nástrojem je tak ústní reklama tzv. Mundpropaganda, WOM-Word of mouth communication. „Výzkum zaměřený na domácí cestovní ruch“ agentury Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism (sekundární zdroj dat z výzkumu návštěvníků turistického regionu Šumava v etapách Léto 2011 a Zima 2012) potvrzuje, že hlavním impulsem pro návštěvu Kašperských Hor byla dobrá zkušenost a doporučení známých a blízkých.

13.1 Komunikace, PR

Kašperské Hory jako samostatná destinace nebudou moci pravděpodobně realizovat nákladné marketingové kampaně.

Je třeba zvolit vhodnou formu marketingové komunikace, tzn. integrované komunikace¹⁴:

Zaměřená na udržování dlouhodobých a trvalých vztahů – selektivní (ne masová) – vést dialog – informace na vyžádání (ne vysílány) – informace-samoobsluha (ne předávat) – příjemce je iniciativní (ne iniciativa na straně vysílajícího) – informace jsou poskytovány (ne přesvědčování) – účinek na základě konkrétní informace (ne na základě opakování) – snadný prodej – důvěra ve značku, spokojenost.

Komunikovat podle obsahové stránky ve třech rovinách:

- Stěžejní a první rovinou je identifikace se Šumavou = Kašperské Hory jako součást Šumavy.
- Druhou rovinou je pozice v rámci Šumavy jako excelentní destinace a šarmantní město na Šumavě.
- Třetí rovinou je proč a pro koho jsou Kašperské Hory excelentní destinací a šarmantním městem.

¹⁴ Zdroj: Marketingový management destinací, Palatková, Grada Publishing 2011

Zvolit správné formy komunikace pro:

B2B business to business – cestovní kanceláře, média, firmy, partneři, sdružení

B2C business to consumer – koncoví klienti

C2C consumer to consumer – propojení koncoví klienti (sociální sítě, cestovatelské portály)

Cílové skupiny návštěvníků Kašperských Hor viz Kapitola 9:

- domácí návštěvníci Češi,
- rodiny s dětmi,
- aktivní páry 50+,
- školní výlety,
- zájmové skupiny, spolky.

Doporučuje se následující komunikační mix:

- Klíčovým médiem je internet.
- Příležitostí je mobilní marketing a aktivní prezentace a profily na sociálních sítích.
- Prioritně komunikovat kulturní, společenské a sportovní TOP akce a aktivity, novinky a mimořádné jedinečné nabídky.
- Aktivně spolupracovat s médii (zasílání pravidelných tiskových zpráv, fotografie a min. 2x do roka uspořádat poznávací cestu pro zástupce médií do Kašperských Hor, kdy podíl a spolupráce partnerů v destinaci na organizaci tzv. press tripu je nutná).
- Spolupracovat s partnery a díky nim využívat prezentaci v bulletinech, propagačních materiálech, na webových stránkách apod. (Česká centrála cestovního ruchu – Czech Tourism – projekt Kudy z nudy apod., partnerské město Grafenau, RRA Šumava, Euroregion Šumava apod.).
- Koordinovat komunikaci, spojit síly a prostředky a informace pro společné aktivity, případné kampaně s partnery a institucemi v destinaci.

Komunikace s privátní sférou (interní komunikace v destinaci)

Mimořádnou pozornost je třeba věnovat **komunikaci s partnery v destinaci = místními podnikatelskými subjekty a institucemi**. Cílem je znalost nabídky a produktů cestovního ruchu ve městě navzájem, předávání informací o plánech a aktivitách města, potažmo managementu destinace, o záměrech podnikatelské sféry apod.

Tato komunikace je možná formou:

- zasílání pravidelných newsletterů, informujících o novinkách v turistické nabídce Kašperských Hor;
- konání pravidelných setkání profesionálů v cestovním ruchu;
- konání školení o turistické nabídce a produktech destinace Kašperské Hory (především pro průvodce, pracovníky recepcí apod.).

Komunikace s občany města

Integrovaná marketingová komunikace zahrnuje i komunikaci s občany města, je významnou součástí interní komunikace v destinaci. Vnímání cestovního ruchu ve městě je přímo úměrné s informovaností občanů. Rozvoj cestovního ruchu s sebou přináší i specifická negativa (např.: zvýšený ruch a hluk ve městě, zvýšení cen na úkor kvality služeb, vyšší výdaje z rozpočtu města na turistické služby a nabídku apod.). Záměry v oblasti rozvoje cestovního ruchu je proto třeba **vždy komunikovat na veřejnost**, eliminovat negativní aspekty rozvoje a občanům vysvětlovat, **proč je rozvoj cestovního ruchu potřebný, co občanovi přináší, jak ho může občan využít ve svůj prospěch**.

13.2 Webové stránky

Klíčovým marketingovým nástrojem pro destinaci Kašperské Hory je internet jako nejefektivnější prostředek komunikace a nabídky cestovního ruchu. Investice a vůle k radikální změně internetové prezentace Kašperských Hor jsou základní podmínkou pro aktivní marketing a prioritním úkolem pro strategii rozvoje cestovního ruchu. E-marketing, on-line a mobilní komunikace musí být stěžejním marketingovým nástrojem Kašperských Hor.

Doporučení změn, doplnění současné podoby stránek turistika a infocentrum

- Změna webové domény současných stránek – místo www.sumava.net/khory mít doménu např. www.khory.cz (domény www.kasperskehory.cz a www.kasperske-hory.cz jsou již využívány). Doménu je třeba mít co nejjednodušší, snadno zapamatovatelnou, měla by být vždy uváděna na všech výstupech marketingových aktivit, což u současné domény není příliš vhodné. Design webové stránky by měl respektovat corporate design destinace.
- Na úvodní stránce uvést, že se jedná o oficiální webové stránky města – např. Vítejte na oficiálních stránkách Kašperských Hor.
- Aby mohla být uplatněna doporučení níže, mělo by dojít k vytvoření úvodní stránky, která bude sloužit jako rozcestník na současné tři sekce – „městský úřad“, „turistika“, „infocentrum“. Sekce „městský úřad“ by měla být nazvána obecněji (např. „město“, „občan“), aby sem mohly být přesunuty relevantní odkazy k této oblasti, které jsou dnes v sekci „turistika“ a nepatří sem. Současné sekce „turistika“ a „infocentrum“ sloučit do jedné (např. „cestovní ruch“, „návštěvníci“, „turista“) a zde uvést odkaz Hrad Kašperk.
- Odkazy, které nejsou turisticky využitelné (městský úřad, úřady, školy, Zpravodaj apod.) vynechat (struktura se zjednoduší, zkrátí, bude uživatelsky příjemnější), poté změnit pořadí odkazů v sekci turistika dle důležitosti a frekvence užití návštěvníky města. Stejně tak v textech uvnitř odkazů nesměšovat informace pro návštěvníky s informacemi výhradně pro občany (přesunout do sekce pro občana).
- Sekci turistika a infocentrum resp. sloučenou přeložit do jazykových mutací (nebo alespoň větší část odkazů a textů dle potřeb návštěvníka).
- **Na web doplnit:**
 - turistické služby (CA, průvodci, půjčovny, wellness, taxi apod. + další komunální služby, využitelné pro návštěvníky);

- u památek praktické informace (kdy přístupné, zda vůbec přístupné, za jakých podmínek, vstupné, prohlídky apod. – důležité jsou turistické informace, nejen stručné informace o památkách jako historie apod.);
 - informace k parkování (umístění, ceny, provoz apod.);
 - upravit informace k ubytování – rozlišit dle kategorií;
 - FAQ (= Frequently Asked Questions = často kladené dotazy);
 - rezervační systém u poskytovaných služeb;
 - zvýraznit konkurenční výhody a „vlajkové lodi“ Kašperských Hor, které město odlišují od ostatních míst Šumavy – hrad Kašperk, „zlato“, seismická stanice, kulturní akce většího významu, muzea, Centrum volného času, IS a SEV CHKO a NP Šumava apod.;
 - propojení a odkazy mobilní aplikace, sociální sítě C2C, počasí;
 - informace pro média (press) + B2B (sekce pro odbornou veřejnost).
- Turistickou webovou prezentaci **propojit s vybranými partnery v místě, ČR i zahraničí**, kde bude umožněno (hotely, partnerské město Grafenau, spolky a sdružení, ve kterých je město členem, aktivity agentury Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism, portál Šumava – volný čas apod.).

13.3 Edice

Je doporučeno vytvořit **corporate design města** (jednotný grafický design, písmo, logo – značka turistické destinace, slogan destinace) a vše zpracovat do **grafického manuálu** (podoba, užití, autorská práva nového corporate design). Poté je doporučeno **inovovat současné či vytvořit nové propagační materiály za použití nového corporate design**. Současnou řadu propagačních materiálů je třeba zúžit, informace zestručnit, pořídit a používat kvalitní fotografie, čímž se ušetří finanční prostředky na tvorbu a tisk propagačních materiálů a uživatel nebude zahlcen velkým počtem materiálů.

Je doporučeno vytvořit **systém a plán distribuce** (umístění, počet, potřeby apod.), aby mohl být upřesněn počet materiálů, potřeba jazykových mutací apod.

Doporučené tituly

Název	Mutace / formát	Obsah	Distribuce
Město Kašperské Hory a okolí („IMAGE“ materiál) (obdobu současného Město Kašperské Hory a okolí – Za leskem Zlaté stezky)	ČJ, NJ, AJ / brožura A4 – mutace v jednom materiálu	Klástř důraz na obrazovou prezentaci, textovou prezentaci zkrátit – informace o městě + turistická nabídka – zkráceně, vybrat USP = „taháky“ destinace – snaha o nalákání turistů do Kašperských Hor a strávení delšího pobytu	Veletrhy a výstavy ČR, hotelové pokoje a recepce hotelů v Kašperských Horách, partneři v ČR i zahraničí (partnerské město Grafenau)

Pokračování

Pokračování

Název	Mutace / formát	Obsah	Distribuce
Město Kašperské Hory a okolí, mapa (obdobu současného Kašperské Hory a hrad Kašperk – Za leskem Zlaté stezky)	ČJ, NJ, AJ / leták zúžená A5 (kapesní formát) – mutace odděleně	Praktické turistické informace, turistická nabídka s konkrétními údaji = otevírací doba, vstupné apod. + mapa	IC v Kašperských Horách a okolí, recepce ubytovacích zařízení v Kašperských Horách a okolí, veletrhy a výstavy CR, partneři v ČR i zahraničí (partnerské město Grafenau)
Přehled akcí a praktické informace o atraktivitách (hrad, muzea... – otevírací doby, speciální prohlídky atd.) (obdobu současného Kašperské Hory – 1000 let soumarských stezek mezi Bavorskem a Čechami – plán akcí Kašperské Hory 2011)	ČJ, NJ, AJ / leták zúžená A5 (kapesní formát) – mutace v jednom materiálu, pokud nebude velký rozsah	Akce kulturní i sportovní většího významu – ne místního charakteru – název, termín, stručné informace Praktické informace o atraktivitách – otevírací doby, vstupné, prohlídky, kontakty atd.	IC v Kašperských Horách a okolí, recepce ubytovacích zařízení v Kašperských Horách a okolí, veletrhy a výstavy CR, partneři v ČR i zahraničí (partnerské město Grafenau)
Mapa Kašperské Hory a okolí – Naučné stezky a vycházkové okruhy v okolí Kašperských Hor (obsahově viz současná podoba, ale vytvořit jednu mapu ve třech mutacích)	ČJ, NJ, AJ / A4 – mutace v jednom materiálu	Popis okruhů, vyznačení v mapě, popis konkrétních nabízených prohlídek (s průvodcem)	IC v Kašperských Horách, recepce ubytovacích zařízení v Kašperských Horách
Ubytování – vydávat pouze v případě zájmu místních ubytovacích zařízení, jejich prezentace zpoplatnit, umožnit inzerci apod. – vydání materiálu by nemělo být dotováno z finančních prostředků rozpočtu organizace cestovního ruchu, materiál by měl být samofinancovatelný Materiál možno doplnit i o přehled stravovacích zařízení – za stejných podmínek jako ubytování (zpoplatněno) (obdobu současného Přehledu ubytování)	ČJ, NJ, AJ / leták zúžená A5 (kapesní formát) – mutace v jednom materiálu	Přehled ubytování s kontakty a informacemi o zařízení ve formě jednotných univerzálních obrázkových značek + mapa města	Veletrhy a výstavy CR, IC v Kašperských Horách a okolí, partneři v ČR i zahraničí (partnerské město Grafenau)

13.4 Partnerství a členství

Cestou je spolupráce v rámci Šumavy, společné kampaně a aktivity spolků a sdružení, jejichž je město členem (Mikroregion Šumava Západ, Svaz obcí NP Šumava, Euroregion Šumava, Občanské sdružení Karel Klostermann – spisovatel Šumavy, RRA Šumava – projekt Originální šumavský produkt apod.). Společně s dalšími obcemi, turistickými středisky iniciovat prostřednictvím Euroregionu Šumava aktivní a cílenou spolupráci s národní agenturou Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism při naplňování „Marketingové koncepce cestovního ruchu ČR 2013+“. Využít aktivně členství města ve Svazu historických sídel Čech, Moravy a Slezska a podílet se na celostátních kampaních Svazu jako např. mediální podpora Dnů evropského dědictví v celostátních denících a jejich internetových portálech. Lépe by mělo být využité i **partnerství s partnerským městem Grafenau** (Bavorsko) – možnost získávání grantů z evropských dotačních fondů, případně vznik trilaterální spolupráce s partnerským městem Grafenau, Schärding v Rakousku, což je příležitost k zapojení do větších mezinárodních projektů např. Culture 2000 a další.

Přeshraniční kulturní aktivitou je WWW.BBKULT.NET Centrum Bavaria – Bohemia v Schönsee (Bavorsko) v bývalém místním pivovaru (příklad rekonstrukce a využití historického objektu). Nabízí prezentace kulturních aktivit a akcí ve svých prostorách, organizuje studijní kulturní cesty a provozuje informační dvoujazyčný česko-německý portál www.bbkult.net. **Příležitost prezentovat Kašperské Hory v Bavorsku.**

Specifickou marketingovou aktivitou pro Kašperské Hory může být nabídka jako ideální filmové lokality (kombinace architektonických památek, jedinečného přírodního prostředí a kvalitní infrastruktury – hotely).

Systém partnerství privátní a veřejné sféry

Cílem je vzájemná komunikace, koordinace aktivit, vyjasnění kompetencí a rolí privátních subjektů a veřejné sféry včetně financování projektů a aktivit. Partnerství je základem pro marketingové řízení destinace, každý z partnerů v destinaci má specifickou roli a kompetence.

Město	Partneři (podnikatelé, provozovatelé atraktivit)
Stanovení a koordinace naplňování strategie cestovního ruchu	Poskytování turistických služeb
Územní plánování – vymezení území města vhodných k rozvoji cestovního ruchu, investorské pobídky	Provozování turistických atraktivit
Zajištění infrastruktury, využitelné i pro návštěvníky města	Realizace investičních projektů
Sledování turistické nabídky a infrastruktury, ekonomické analýzy, statistická šetření	Tvorba a prodej pobytových balíčků, turistických programů
Destinační management – řízení organizace cestovního ruchu	Organizace aktivit a akcí zaměřených na návštěvníky
Tvorba image destinace	Sponzoring
Naplňování marketingových aktivit destinace, propagace města	
Zajišťování komunikace a koordinace mezi subjekty cestovního ruchu	

Pokračování

Město	Partneři (podnikatelé, provozovatelé atraktivit)
Organizace aktivit a akcí zaměřených na turisty	
Tvorba produktů integrované nabídky (např. „kulturní karta“)	
Grantová podpora vybraných aktivit	
Vzdělávání v cestovním ruchu (organizace školení apod.)	
Zajištění čistoty a bezpečnosti města	
Společné aktivity	
Tvorba a naplňování strategií, plánů rozvoje cestovního ruchu	
Naplňování vybraných marketingových aktivit destinace, společná propagace, spoluzodpovědnost za tvorbu image města a destinace	

TIP: Předpoklady budování partnerství privátní a veřejné sféry v Kašperských Horách jsou:

- vznik destinačního managementu viz *Kapitola 12*;
- vznik poradního a iniciačního orgánu samosprávy složený ze zástupců ubytovatelů, provozovatelů stravovacích zařízení, atraktivit, Muzea Šumavy, IS a SEV CHKO a NP Šumava, Arciděkanství Kašperské Hory, Kašperskohorské lesy s.r.o., RERA ŠUMAVA a další viz *Kapitola 12*;
- obchodní a marketingová spolupráce = společné projekty (městská akce) a produkty, pobytové balíčky viz *Kapitoly 11, 12 a 14*.

13.5 Ostatní marketingová činnost

Městský informační systém a výleповé plochy

Revizí a nastavením pravidel provozování musí projít městský informační systém navádějící k turistickým a komunálním cílům včetně komerční reklamy podnikatelských subjektů s cílem odstranit z veřejných prostranství zmatečné, neudržované a tím nefunkční reklamní a naváděcí cedule, o jejichž legitimitě lze pochybovat.

TIP: Doporučuje se připravit zadání pro záměr řešení informačně-orientačního systému města (turistické rozcestníky, mapy, ukazatele na turisticky zajímavé objekty a komunální cíle, např. pošta, lékárna, toalety, MěKIS aj.) a naváděcí systém k parkovištím. **Vyzvat profesionální firmy na trhu, které zajistí projekt, realizaci i následnou správu a údržbu systému.**

Výleповé plochy jsou vizitkou města a nástrojem komunikace, v současné době svoji funkci neplní a hyzdí veřejné prostranství Náměstí. **Městský informační systém a výleповé plochy musí spravovat a za jejich funkčnost a údržbu zodpovídat jeden provozovatel.**

Systém sledování výkonů a indikátorů cestovního ruchu

Ve městě musí být zaveden systém sledování výkonů (statistiky) a indikátorů cestovního ruchu, které definují výkon cestovního ruchu v destinaci a při pravidelném sběru a vyhodnocování je možno predikovat budoucí vývoj cestovního ruchu a reagovat na změny. Návrh systému sledování a vyhodnocování indikátorů cestovního ruchu v Kašperských Horách viz *Kapitola 16 Sledování výkonu cestovního ruchu*.

14 Produkty, pobytové balíčky

Produktové balíčky (pobytové balíčky) cestovního ruchu kombinují zpravidla několik služeb či jednotlivých produktů, jejichž individuální cena je vyšší než cena balíčku. Jde o, pro návštěvníka, výhodnou nabídku, pro destinaci jsou balíčky motivačním a stimulačním marketingovým nástrojem¹⁵.

V současné době v Kašperských Horách neexistují tematické produktové balíčky (pobytové balíčky), ani systém jejich prodeje a distribuce. Pobytové balíčky v rámci svých prostor a možností nabízejí hotely a své produkty tvoří a realizuje rovněž Centrum volného času.

TIP: Doporučuje se vzhledem k bohaté nabídce jednotlivých kulturních i sportovních atraktivit a služeb cestovního ruchu jejich provázání a vytvoření tematických pobytových balíčků, zaměřených na uvedené cílové skupiny viz *Kapitoly 9 a 14*. Pobytové balíčky zvyšují poptávku, eliminují vliv sezónnosti, pomáhají budovat image destinace, kombinují atraktivní produkty s méně atraktivními a tím zvyšují jejich návštěvnost či prodej, podporují prodloužení pobytu v destinaci a zvyšují průměrné tržby návštěvníka v destinaci.

Pobytové balíčky podporují spolupráci a partnerství privátních subjektů navzájem, stejně jako privátních subjektů a veřejné sféry.

Prvním krokem při tvorbě pobytových balíčků je vypracování obchodního modelu včetně zúčtování a daňových aspektů. Sestavování a distribuce (prodej) pobytových balíčků je předmětem činnosti destinačního managementu jako významný nástroj řízení destinace. Pokud pobytové balíčky budou splňovat charakteristiku zájezdu, musí destinační management disponovat koncesí cestovní kanceláře, viz *Kapitola 12*.

Návrhy konkrétních témat pobytových balíčků

Školní výlety – propojené se vzděláváním pro základní a střední školy, jehož součástí by mohly být dětské interaktivní prohlídky na hradě Kašperk, vzdělávací programy Informačního střediska a střediska environmentálního vzdělávání CHKO a NP Šumava, exkurze do seismické stanice, Centrum volného času apod.

Kašperské Hory dětem – celoročně zde působí Dětské centrum v rámci Centra volného času, Skiareál Kašperky nabízí Dětský park, v Informačním středisku a středisku environmentálního vzdělávání CHKO a NP Šumava je možno shlédnout speciální interaktivní a edukativní expozici, jsou konány akce věnované dětem, v místě nabízí své služby hotel, zaměřený na rodiny s dětmi.

Poutní turistika – velké množství církevních nemovitých památek a drobných sakrálních staveb v okolí (kostely, kapličky) ve městě i v blízkém okolí, pravidelná Poutní mše v Kostele svatého Mikuláše (5. 12.), komentované prohlídky vybraných kostelů a hřbitova, Kašperské Hory na trase evropské poutní trasy VIA NOVA, poutní slavnost Panny Marie Sněžné tzv. Kašperskohorská pouť (vždy první víkend v srpnu), aktivní Arciděkanství Kašperské Hory.

¹⁵ Zdroj: Marketing destinace cestovního ruchu, Királová, Ekopress 2003

Téma zlatokopectví – dochované památky z původní důlní činnosti, k dispozici expozice o zlatokopectví, naučná stezka „Cesta zlatokopů“.

Unikátní téma seismologie – existence Seismické stanice Geofyzikálního ústavu Akademie věd České republiky, v.v.i.

Pěší turistika a pohyb v přírodě – nové trendy geocaching, nordic walking.

Originální jedinečná akce – např.: gastronomický festival Šumavských specialit, městská slavnost.

Valentýnské pobyty, kulinářské pobyty, pozorování noční oblohy... a další

TIP: Doporučuje se jako základ turistického produktu Kašperských Hor a základní komponent pobytových balíčků vznik integrované vstupenky „**kulturní karty Kašperských Hor**“ (i v kombinaci se sportovními aktivitami) - viz *Kapitola 11*. Klíčovou atraktivitou pro vznik „kulturní karty Kašperských Hor“ a pobytových balíčků je **hrad Kašperk** s návštěvností přes 40 tisíc lidí ročně, hrad tvoří jádro turistické nabídky destinace Kašperské Hory.

15 Zvýšení příjmů z cestovního ruchu

Slabé stránky = omezení rozvoje cestovního ruchu

- **Nevyužitá možnost stanovit sazbu poplatku z ubytovací kapacity a poplatku za lázeňský nebo rekreační pobyt na maximální hodnotu**, kterou stanovuje zákon.
- **Velké rezervy a prostor pro zlepšení v oblastech:**
 - vytíženost ubytovacích kapacit;
 - platební morálka a disciplína plátců poplatků z ubytování = ubytovatelé;
 - přesná analytická evidence poplatků z ubytování a z parkování na městském úřadě;
 - evidence kapacit cestovního ruchu a systém sledování jejich přínosů pro rozpočet města.
- **Nevhodné členění položek rozpočtu města** – není samostatná evidence oblasti cestovního ruchu (příjmy, výdaje).

Doporučená opatření/aktivity

Cíl: Zvýšení příjmů rozpočtu města plynoucích přímo z cestovního ruchu, zvýšení vytíženosti ubytovacích kapacit

➤ **Poplatek z ubytovací kapacity a poplatek za lázeňský nebo rekreační pobyt**

Příjmy z obou poplatků jsou přímými zdroji plynoucími z cestovního ruchu a mohou být základem pro financování aktivit destinačního managementu. Výši výnosů pro rozpočet města u těchto poplatků ovlivňuje několik faktorů:

- **vytíženost ubytovacích kapacit;**
- **platební morálka a disciplína plátců = ubytovatelů;**
- **přesná analytická evidence poplatků na městském úřadě, která umožní sledovat platby jednotlivých ubytovatelů a je podkladem pro statistické údaje výkonů cestovního ruchu celé destinace.**

TIP: Doporučuje se pro zvýšení příjmů rozpočtu, plynoucích z těchto poplatků, uplatnit soubor opatření. **Stanovit sazbu obou poplatků na maximální hodnotu**, kterou stanovuje zákon. Splatnost stanovit **čtvrtletně** (nikoli pololetně jako nyní). Na Finančním odboru Městského úřadu Kašperské Hory **zavést přesnou analytickou evidenci** obou poplatků viz *Kapitola 16*, která umožní sledovat platby jednotlivých ubytovatelů a v případě neplnění jejich povinnosti zasáhnout zákonnými opatřeními (uplatnění kontrolních, případně restriktivních mechanismů). Zavedením evidence a uplatněním zákonných mechanismů dojde ke **zvýšení platební morálky a disciplíny ubytovatelů** a tím ke zvýšení příjmů městského rozpočtu.

Změny v oblasti navýšení poplatků a jejich splatnosti (změny v *Obecně závazné vyhlášce č. 1/2010 o místních poplatcích*) je citlivé politické téma, zvýšení musí být velmi dobře zdůvodněno a vysvětleno, jak bude s vybranými prostředky nakládáno, nejlépe reinvestice do rozvoje cestovního ruchu.

➤ **Příjmy z parkování**

Příjmy z parkování se jeví jako velmi zajímavé a mohou být jedním z významných zdrojů financování aktivit a projektů na rozvoj cestovního ruchu, neboť jsou to nedaňové příjmy prokazatelně generované cestovním ruchem.

TIP: Doporučuje se stejně jako v případě poplatků z ubytovací kapacity a poplatku za lázeňský nebo rekreační pobyt zavést **přesnou evidenci** viz *Kapitola 16*. Je nutné **vybudovat navigační systém a popis parkovacích možností v Kašperských Horách včetně nabídky pro návštěvníky tak, aby parkování na těchto vymezených plochách bylo motivační**. Parkování může být součástí integrované vstupenky „kulturní karty Kašperských Hor“ (i v kombinaci se sportovními aktivitami) viz *Kapitola 11*.

Pro rozklíčování potenciálu příjmů z parkování je nutné znát i náklady spojené s údržbou a provozem zařízení automatů a ploch včetně prvotních investičních výdajů, parkování by mělo být proto pojato jako samostatný a hlavně komplexní projekt systému dopravy v klidu na území města Kašperské Hory s projektovým řízením včetně finančního řízení viz *Kapitola 11*.

➤ **Evidence kapacit cestovního ruchu a systém sledování jejich přínosů pro rozpočet města**

TIP: Doporučuje se zavedení **přesné evidence kapacit cestovního ruchu a jejich struktury**, což umožní sledovat jejich vytíženost a tím získávat statistické údaje o výkonu a vývoji celé destinace. **Na základě těchto údajů lze identifikovat a určit zdroje financování rozvoje cestovního ruchu** viz *Kapitola 16*.

➤ **Nevhodné členění položek rozpočtu města**

TIP: Doporučuje se v rozpočtu města **samostatně vést evidenci cestovního ruchu** (příjmy, výdaje), například zavedením „podúčtu“ cestovní ruch, při respektování zákona 250/2000 Sb. O rozpočtových pravidlech územních rozpočtů a po konzultaci s auditorem. Přesnou evidencí se získá přehled o výkonu (výsledcích) cestovního ruchu a získané prostředky na straně příjmů je možné „reinvestovat“ zpět do rozvoje cestovního ruchu. **Přesná evidence a systém „reinvestice“ přispějí k respektování a důvěryhodnosti všech partnerů.**

16 Sledování výkonu cestovního ruchu

Slabé stránky = omezení rozvoje cestovního ruchu

- Chybějící systém sledování kvantitativních údajů výkonu cestovního ruchu.

Doporučená opatření/aktivity

Cíl: Zavedení systému průběžného a dlouhodobého sledování kvantitativních údajů = statistika cestovního ruchu

Zavedení systému průběžného a dlouhodobého sledování kvantitativních údajů = statistika cestovního ruchu je nutností pro sledování výkonu destinace a tím řízení destinace.

Návrh indikátorů cestovního ruchu pro město Kašperské Hory

Indikátory cestovního ruchu definují výkon cestovního ruchu v destinaci, jsou to hodnoty měřitelné, které při pravidelném sledování vytváří soubor dat, jež zhodnocují dosavadní vývoj a pomáhají predikovat budoucnost. Jsou základem pro informační systém destinace = statistické údaje a zároveň slouží pro určení limitů destinace = řízení destinace. Znalost a sledování hodnot indikátorů jednoznačně přispívá k transparentnosti vztahů a spolupráci veřejného a soukromého sektoru v destinaci.

- **Vymezení destinace Kašperské Hory:**
 - katastrální území města;
 - zájmová lokalita v rámci katastrálního území Kašperské Hory je Městská památková zóna Kašperské Hory (dále MPZ KH).

Mapa katastrálního území Kašperské Hory a v ní vymezená lokalita MPZ KH jako výstup z GIS.

- **Kapacity / Produktivita** (uvádět lokalizaci kapacit v MPZ a mimo MPZ):

Bázi jsou dostupná data Městského úřadu Kašperské Hory a přijatým principem je zhodnocení přínosů pro rozpočet města.

Ubytování

- Počet zařízení poskytujících přechodné ubytování za úplatu, rozděleno podle druhu ubytovacího zařízení (hotel, pension atd.), počet lůžek, lokalizace v rámci MPZ a mimo MPZ.
- Výnosy z poplatku z ubytovací kapacity a poplatku za lázeňský nebo rekreační pobyt viz *Obecně závazná vyhláška č. 1/2010 o místních poplatcích.*
- Přehled vývoje sazby výše uvedených poplatků a srovnání s max. možnými sazbami dle zákona.
- Počty přenocování.

Zdroj: Finanční odbor Městského úřadu Kašperské Hory

Parkování

- Počet parkovacích stání celkem, z toho:
 - počet parkovacích stání na veřejném prostranství provozované městem (popř. počet parkovacích stání na veřejném prostranství provozované soukromým subjektem, jež platí městu nájem);
 - počet parkovacích stání soukromých vlastníků.
- Výnosy z parkovacích stání viz *Nařízení města Kašperské Hory č. 02/2011 o stání silničních motorových vozidel ve správním území města.*
- Přehled vývoje sazby.
- Počty parkujících osobních aut (dále OA) a autobusů (BUS).

Zdroj: Finanční odbor Městského úřadu Kašperské Hory

Užívání veřejného prostranství

- Výnosy ze záboru veřejného prostranství z hostinských zahrádek včetně počtu záborů viz *Nařízení města Kašperské Hory č. 01/2011 – Tržní řád.*
- Vývoj sazeb.

Zdroj: Finanční odbor Městského úřadu Kašperské Hory

Stravování

- Počet zařízení poskytujících stravování a počet židlí, rozděleno podle druhu zařízení (hotelová restaurace, restaurace, bar, rychlé občerstvení atd.), lokalizace v rámci MPZ a mimo MPZ.

Zdroj: provozovatelé/majitelé na základě místního šetření, dotazování v terénu

Atraktivita

- Počet atraktivit, rozděleno dle charakteru (přístupná památka, muzea a galerie, sportovní areál či zařízení, jednorázové či pravidelně se opakující kulturní, sportovní, společenské akce atd.), lokalizace v rámci MPZ a mimo MPZ.
- Počet návštěvníků měsíčně.
- Sazby vstupného.
- Výnosy ze vstupného.

Zdroj: provozovatelé/majitelé na základě místního šetření, dotazování v terénu

Infoservis

- Počet návštěvníků MĚKIS měsíčně a souhrnně za rok.
- Druh poskytnutého servisu s uvedením počtu kontaktů:
 - ústní informace;
 - mailový, telefonický kontakt;
 - zprostředkování služby.
- Počet realizovaných akcí za rok (produkce akcí, přednášky, programy...).

Zdroj: MĚKIS, IS a SEV CHKO a NP Šumava

17 Rozvoj města a investice

Historicky město Kašperské Hory vlastní rozsáhlý nemovitý majetek, pozemky v katastrálním území města i mimo něj, lesní plochy s vlastním lesním hospodářstvím (část lesních pozemků se nachází v Chráněné krajinné oblasti a Národním parku Šumava v režimu ochrany přírody bez možnosti hospodářského využití). Ve vlastnictví města je rovněž hrad Kašperk, hlavní turistická atraktivita. **Jednoznačné vlastnictví města a strategické zdroje, pozemky a nemovitosti v rukou města jsou předpokladem pro nekomplikované rozhodování a realizaci rozvojových záměrů investičního charakteru.**

Historické centrum města je prohlášeno městskou památkovou zónou, což umožňuje získávat prostředky na revitalizaci historických památek z Programů regenerace a Programů záchrany architektonického dědictví Ministerstva kultury České republiky. **Hrad Kašperk je nemovitá kulturní památka** a jedním ze zdrojů financování investic je Program záchrany architektonického dědictví Ministerstva kultury České republiky.

Územní plán

Základním nástrojem k rozvojovým záměrům města je územní plán. Územní plán města Kašperské Hory byl vypracován v roce 1994, aktualizován v roce 2007 pro území intravilánu obce, nyní **je připravován nový územní plán s předpokladem dokončení v roce 2013.** Územní plán je nástrojem pro vymezení ploch, které mohou být rozvojovými pro cestovní ruch. Územní plán je jedním z významných nástrojů k naplnění strategie rozvoje cestovního ruchu. Město tak může stanovit limity a definovat rozvojové plochy a připravit podmínky pro případné investory, neboť některé rozvojové projekty je vhodné realizovat privátními investicemi.

TIP: V Kašperských Horách by prioritou a základní filozofií tvorby nového územního plánu měl být **respekt k historickému rázu města a přírodnímu bohatství, neboť to jsou dva základní atributy pro dlouhodobý a udržitelný rozvoj cestovního ruchu v této lokalitě.**

Doporučené investorské projekty a záměry

Doporučuje se definovat území pro sportovní a rekreační funkci „letních“ aktivit, čímž se vytvoří předpoklady pro celoroční turistické využití Kašperských Hor.

TIP: Příkladem pro Kašperské Hory vhodné sportovně-relaxační aktivity je **golf.** Letní (jarní a podzimní) **golfová sezóna může být protipólem zimní lyžařské sezóny.** Golfové zázemí většinou respektuje přírodní a architektonické prostředí destinace a přivádí specifickou, kultivovanou a bonitní klientelu. Golf je dnes aktivitou pro celou rodinu. Pro Kašperské Hory by golfové hřiště bylo konkurenční výhodou v rámci destinace Šumava. Investice do golfového zázemí je téma pro privátního investora v podobě strategického partnera. Nejbližší golfové hřiště cca 10 km je hřiště Golf Zahrádky nedaleko Churáňova, veřejné 6 jamkové přírodní a Indoor Golf Klatovy 41 km. Téma golf viz *Kapitola 11.*

TIP: Druhou zásadní rozvojovou „letní“ aktivitou je **koupaliště** (město připravuje v roce 2012 projektovou dokumentaci pro vznik přírodního samočisticího koupaliště s technologií koupacího biotopu, což je šetrná, moderní forma využití přírodních podmínek ke koupání).

Za posledních deset let investovalo město Kašperské Hory do projektů, které svým charakterem vytváří předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu více než 140 mil. Kč.

TIP: Silnou stránkou Kašperských Hor je šarm a kompaktnost historického šumavského městečka, tuto silnou stránku je třeba posilovat i do budoucna a investovat veřejné finance do **zvelebování veřejných prostranství města dále směrem z Náměstí do okrajových částí.**

Prioritně je třeba řešit podobu Sušické ulice.

V historickém centru města, zejména v prostoru Náměstí není relaxační zelená plocha a dětské hřiště (dětské hřiště u základní školy je od Náměstí „daleko“ a jeho provozní režim patrně souvisí s režimem provozu školy). **Lokalitou k revitalizaci právě na funkci relaxační a dětského hřiště je prostor „parčíku“ za budovou kina.** Dnes neudržovaná zelená plocha je stále ještě součástí Náměstí, je však v klidnější části odcloněná od provozu Sušické ulice. Dětské hřiště oživí historické centrum, ocení jej místní a uvítají návštěvníci.

Dětské hřiště patří k základní výbavě turistické destinace s hlavní cílovou skupinou rodiny s dětmi, golf a koupaliště pak vytváří ideální strukturu volnočasových a relaxačních aktivit pro celou rodinu.

V Kašperských Horách je několik nemovitých objektů, které mohou být využity pro rozvoj cestovního ruchu, vyžadují si však investice do rekonstrukce (záchrany) či revitalizace.

TIP: Doporučuje se **dokončit revitalizaci kina**, majetku města. Bez moderního interiéru a hlavně bez digitální promítací technologie kino v budoucnu nebude moci plnit svoji funkci. Sál kina může být využíván pro společenské akce, nové příležitosti jako filmové přehlídky, festivaly, cyklus přednášek a promítání filmů (tematické, noční, maraton, retro, pohádky atd.) mohou být doplňkovou nabídkou pro návštěvníky, součástí pobytových balíčků, „dešťová varianta“ pobytu.

TIP: Doporučuje se začít připravovat záměr rekonstrukce (záchrany) barokního špýcharu, majetku města v západní části Kašperských Hor. Budova je ve špatném technickém stavu, **opravou dojde k záchraně památky i ke kultivaci městské části. Doporučuje se však hledat privátního investora pro společný projekt rekonstrukce a provozu. Podmínkou by měl být celoroční provoz a víceúčelové využití**, např. jako výstavní prostor (v Kašperských Horách není v současné době moderní expozice na téma těžba zlatonosných rud a historie zlatokopectví!!!), společenský prostor (taneční, kongresový sál apod.), jako minipivovar, minilihovar, pražírna kávy, sušení a balení šumavských bylin a jiné komerční aktivity.

TIP: Doporučuje se jako součást záměru revitalizace Sušické ulice **jednat s majitelem chátrající rohové nemovitosti na Náměstí o dalším osudu této nemovitosti.** Technický stav nemovitosti a její současné využívání jako tržnice znehodnocuje vizuálně i funkčně veřejný prostor rekonstruovaného Náměstí.

Překážkou pro rozvoj lokality Na prádle a v sousedství lyžařského areálu je nevhledná průmyslová hala.

Příležitostmi mohou být nevyužívané podzemí budovy radnice, bunkry z 30. let v okolí města, vrch Ždánov 1 065 m n. m. jako potenciální lokalita pro další lyžařský areál, pozemky za školou a bývalá

kasárna. **Tyto příležitosti jsou uváděny jako výstupy ze SWOT analýzy, je však nutné posouzení jejich proveditelnosti.**

Územní plán a hospodaření s majetkem města (příčemž by měl být definován tzv. strategický, tedy neprodejný majetek, neboli „rodinné stříbro“) jsou pro samosprávu města základními rozvojovými nástroji. **Vymezením funkcí území a hospodařením s městským majetkem veřejná správa vytváří podmínky pro nové podnikatelské příležitosti v lokalitě. Kašperské Hory nemají strategický plán rozvoje města.**

TIP: Nové podnikatelské příležitosti a kapacity cestovního ruchu v Kašperských Horách by měly splňovat následující kritéria:

- celoroční provoz;
- zhodnocení a nalezení nové funkce stávajících nevyužitých nemovitostí (prioritně v městské památkové zóně), zhodnocení „brownfields“ (prioritně v zastavěném území);
- vytvoření nových pracovních míst (prioritně pro místní, pro ženy, pro 50+, pro absolventy);
- využití místních zdrojů (dodavatelé zboží a služeb);
- kvalitní architektura respektující ráz architektury a krajiny, sofistikované hospodaření s energiemi;
- identifikace s charakterem a kulturními a přírodními hodnotami města;
- dlouhodobost a udržitelnost.

Doporučuje se orientace na rozvojové záměry (vznik nových kapacit) z oblasti relaxace, zdraví, odpočinek a obnova sil, rehabilitace, duševní zdraví, péče o seniorskou klientelu. Příkladem pro ilustraci může být KURSANA ResidenzenGmbH, německá privátní společnost poskytující profesionální péči pro seniory formou rezidenčního bydlení s kompletním servisem. KURSANA typu Domizil je ve Weidenu (BAY), kompletní informace www.kursana.de.

TUDY NE = nevhodné aktivity pro Kašperské Hory

Nedopustit obnovení průzkumu a těžby zlata. Neakceptovat a vyvarovat se rozvojových záměrů, veřejných či privátních typu developerské velkoplošné projekty apartmánů, rezidenčních čtvrtí ve městě a hlavně mimo zastavěná území města, turistické resorty, sportovní, kulturní a jiné areály vyžadující velkokapacitní dopravní infrastrukturu a energeticky náročné provozy (aquaparky, shopping mall, zábavní parky), herny, veřejné domy, areály pro automobilové, motocyklové či off-road aktivity apod., **tedy vše, co by narušilo a zničilo kulturní a přírodní bohatství města Kašperské Hory.**

TUDY ANO = doporučené aktivity pro Kašperské Hory

Rozvojové aktivity a záměry cestovního ruchu i všechny ostatní by měly respektovat a být v souladu s vizí/posláním destinace Kašperské Hory:

Zachování Kašperských Hor jako šarmantního, živoucího a kompaktního šumavského horského městečka, které bude kvalitním zázemím pro turistickou veřejnost, jež míří za poznáním kulturního a přírodního bohatství Šumavy = do Chráněné krajinné oblasti a Národního parku Šumava.

PRIORITY/AKČNÍ PLÁN

Smyslem vymezení priorit je, z široké palety opatření a aktivit v předchozích kapitolách Návrhové části doporučit ty, které vytvoří podmínky pro naplnění cílů strategie. Cílem je vypracovat „jízdní řád“ naplňování strategie, kterým se bude řídit samospráva města a bude jej znát a akceptovat podnikatelská veřejnost a partneři v destinaci, neboť i pro jejich záměry a budoucí uvažování je důležité znát směřování města v oblasti cestovního ruchu.

Tento akční plán neurčuje přesně, kdy mají být jednotlivé aktivity realizovány, a ani nedefinuje finanční zdroje a sumy potřebné na realizaci, neboť všechny aktivity a opatření se mohou realizovat jen za jedné podmínky, a to že v Kašperských Horách vznikne organizace cestovního ruchu, destinační management. Bez profesionálů, kteří budou aktivity připravovat, koordinovat a mít mandát a důvěru vedení města i partnerů a institucí v destinaci je jakýkoli akční plán teorií. Destinační management si vytvoří spolu s partnery a institucemi v destinaci marketingový plán, který bude základem k marketingovému řízení destinace. **Akční plán je sestaven jako řetězení aktivit, kdy jedna podmiňuje další. Je uveden doporučený postup naplňování priorit, zodpovědné osoby a výsledný stav.**

PRIORITA č. 1 (*Kapitola 12*)

Vznik organizace cestovního ruchu = destinačního managementu Kašperské Hory

POSTUP:

Zahájení přípravy = organizační, technické, personální a právní aspekty včetně modelu financování.

Seznámení se záměrem vedení města, představení záměru podnikatelské veřejnosti a partnerům a institucím v destinaci.

Projednání a rozhodnutí orgánů města Kašperské hory (změna základacích listin organizačních složek města zastupitelstvem města, opatření v rozpočtu města).

KDO: místostarosta města, zastupitel – kastelán hradu Kašperk, tajemník městského úřadu, projektový/á manažer/ka

- Vznikne řídicí struktura cestovního ruchu s kompetencí a zodpovědností za naplnění strategie cestovního ruchu.
- Bude učiněn první krok k marketingovému řízení destinace.
- Bude moci být uplatněn princip partnerství veřejné a privátní sféry, podnikatelská veřejnost a partneři v destinaci i mimo ni budou mít profesionálního partnera.
- Marketingové aktivity budou kontinuálně plánovány, řízeny, koordinovány a vyhodnocovány.
- V rámci města = samosprávy vznikne odborná složka cestovního ruchu poskytující konzultace a stanoviska k rozvojovým záměrům města/ve městě a jejich vlivu na cestovní ruch.

PRIORITA č. 2 (Kapitola 12)**Iniciace a vznik poradního orgánu rozvoje cestovního ruchu Rady města Kašperské Hory „grémia cestovní ruch“****POSTUP:**

Zahájení přípravy = organizační, technické, personální a právní aspekty včetně výběru potenciálních členů, statutu, pravidel jednání.

Seznámení se záměrem vedení města, podnikatelskou veřejnost a partnery v destinaci.

Projednání a rozhodnutí orgánů města Kašperské hory (schválení radou města).

KDO: místostarosta města, zastupitel – kastelán hradu Kašperk, projektový/á manažer/ka

- Bude učiněn druhý krok k marketingovému řízení destinace.
- Bude moci být uplatněn princip partnerství veřejné a privátní sféry.
- Vedení města a destinační management budou mít „partnera“ pro konzultaci svých záměrů a vznikne platforma komunikace veřejné správy s privátní sférou.
- Společná tvorba marketingového plánu destinace a realizace společných projektů včetně financování.

PRIORITA č. 3 (Kapitola 13)**Marketingový plán destinace Kašperské Hory****POSTUP:**

Návrh a konzultace se zástupci podnikatelské veřejnosti a partnery v destinaci v rámci „grémia cestovní ruch“ = první společná aktivita.

Schválení radou města.

Zahájení realizace.

KDO: vedoucí a tým destinačního managementu

- Nástroj marketingového řízení destinace.
- Zpravidla na období 1 roku.
- 2 roviny: definování základních nepostradatelných marketingových aktivit a speciální projekty (tematické, mimořádné).
- Východisko a součást sestavování rozpočtu města.
- Řídící funkce = formulované cíle a úkoly.
- Rozpočtová funkce = zdroje a financování aktivit.
- Plánovací funkce = charakteristika, rozsah, kvalita aktivit (marketingová strategie a marketingový mix.).
- Koordinační funkce = zodpovědnosti, vazby.
- Vyhodnocovací a kontrolní funkce = kritéria úspěšnosti.

PRIORITA č. 4 (Kapitola 13)

Internet, e-marketing a mobilní marketing, klíčové aktivity integrované marketingové komunikace

POSTUP:

Analýza a definování parametrů zadání nové internetové prezentace Kašperských Hor.

Výběrové řízení na zpracování internetové prezentace.

Sběr a příprava dat a informací.

Spuštění nové internetové prezentace Kašperských Hor.

KDO: místostarosta města, vedoucí a tým destinačního managementu

- Součást integrované marketingové komunikace.
- K dispozici 24 hodin, 365 dní v roce.
- Úložiště, zdroj a distribuce informací.
- B2C a C2C marketing.

PRIORITA č. 5 (Kapitola 16)

Sledování výkonu cestovního ruchu (statistika a indikátory vývoje destinace Kašperské Hory). Sledování ekonomického přínosu cestovního ruchu pro město Kašperské Hory (příjmy a výdaje rozpočtu města).

POSTUP:

V rámci rozpočtu města definovat, popř. přeskupit příjmové i výdajové položky, související s cestovním ruchem a tyto vést v rámci účtování pod specifickým příznakem, tak, aby byly zřejmé všechny příjmy a výdaje, které generuje či vyžaduje cestovní ruch. Tento postup je třeba zvolit i u zřizovaných organizací s jiným posláním než je cestovní ruch, ale spravující majetek a vykonávající činnosti s cestovním ruchem spjaté, tzn. Technické služby a správa parkovišť, ubytovacího zařízení.

Vytvořit systém pravidelného sledování výkonů cestovního ruchu, standardizovat formuláře a vzory zpracování, ukládání a vyhodnocování dat.

Se systémem seznámit pracovníky příslušných odborů Městského úřadu Kašperské Hory, proškolit a nařízením tajemníka městského úřadu zavést, včetně zodpovědnosti příslušného pracovníka za zpracování dat do požadovaného formátu jako součást pracovní náplně - dlouhodobě, kontinuálně a systematicky. Stanovit kompetence předávání zpracovaných výsledků mezi pracovníkem městského úřadu a destinačního managementu.

Se systémem seznámit partnery a instituce v destinaci, názorně demonstrovat způsob sběru dat, které jsou požadovány od nich a vysvětlit použití těchto dat. Na příkladech ukázat, jakým způsobem budou zpracovaná data interpretována a zveřejňována. Požádat o spolupráci.

Novelizovat příslušné vyhlášky a nařízení města tak, aby úkony v nich zakotvené konvenovaly s potřebami.

Každoročně vydávat výroční zprávu.

KDO: místostarosta města, vedoucí a tým destinačního managementu, tajemník městského úřadu

- Součást integrované marketingové komunikace.
- Zhodnocení stávající situace, sledování vytížení a využití kapacit, dopady na MPZ.
- Predikce vývoje.
- Informace pro investory a partnery.
- Informace pro dotační žádosti.
- Transparentnost, disciplína, důvěra = spolupráce veřejné správy a privátní sféry.

PRIORITA č. 6 (Kapitoly 11 a 14)

Integrovaná vstupenka (kulturní karta Kašperských Hor) a produktové balíčky

POSTUP:

Sběr informací a analýza a přehled produktů = stavebních prvků produktových balíčků, návrh témat.

Příprava obchodního modelu = ceny, distribuce, provizní systém, přeučtování, daňové aspekty, marketing, náklady na společný marketing.

Představení projektu a konzultace s partnery a institucemi v destinaci, vyjasnění podmínek a nabídka obchodní a marketingové spolupráce = jedna z forem konkrétní spolupráce veřejné správy a privátní sféry v rámci marketingového řízení destinace.

Obchodní smlouvy, sestavení balíčků, aktivity marketingového mixu.

Uvedení produktů na trh.

KDO: vedoucí a tým destinačního managementu, „grémium cestovní ruch“, partneři a instituce v destinaci

- Součást integrované marketingové komunikace.
- Komfort a výhodnost pro klienta.
- Motivace cílových skupin.
- Podpora mimosezóny, zvýšení vytíženosti kapacit.
- Podpora prodeje méně atraktivních nebo nových produktů.
- Tvorba image destinace přívětivé pro klienta.

PRIORITA č. 7 (Kapitola 17)**Rozvoj města a investice****POSTUP:**

V procesu pořizování územního plánu zapracovat plochy vhodné pro aktivity a investice rozvoje cestovního ruchu.

Připravit investorské pobídky a zároveň stanovit kvalitativní kritéria, která budou v souladu s vizí destinace Kašperské Hory.

KDO: rada města, zastupitelstvo města, vedoucí destinačního managementu

- Nástroje marketingového řízení destinace.
- Tvorba image excelentní destinace na Šumavě.

Orientační harmonogram realizace aktivit akčního plánu (rok/čtvrtletí)

	Aktivita	2012	2013				2014			
		IV.	I.	II.	III.	IV.	I.	II.	III.	IV.
1	Vznik organizace cestovního ruchu = destinačního managementu									
2	Iniciace a vznik poradního orgánu rozvoje cestovního ruchu rady města „grémia cestovní ruch“									
3	Marketingový plán									
4	Internet, e-marketing a mobilní marketing									
5	Sledování výkonu cestovního ruchu, sledování ekonomického přínosu cestovního ruchu									
6	Integrovaná vstupenka (kulturní karta Kašperských Hor) a produktové balíčky									
7	Rozvoj města a investice									

Prvním „milníkem“ celé strategie rozvoje cestovního ruchu v Kašperských Horách je vznik profesionální organizace cestovního ruchu, destinačního managementu. **Schválením této strategie orgány města Kašperské Hory jako rozvojového dokumentu města bude dán impuls a mandát k jejímu naplnění.**

RESUMÉ

Proč a jak by měl být cestovní ruch v Kašperských Horách rozvíjen?

Město Kašperské Hory má potenciál být excelentní destinací na Šumavě s image TOP destinace Šumavy, přičemž kvalita nabídky a služeb cestovního ruchu je v souladu s kvalitou života místních obyvatel. Cestovní ruch vytváří pracovní příležitosti a pomáhá udržet a inovovat infrastrukturu a občanskou vybavenost. Cestovní ruch je jeden z rozvojových faktorů Kašperských Hor, který může pomoci udržet ve městě mladé lidi a zmírnit vylidňování.

Jednoznačné určení, ve které fázi životního cyklu se destinace Kašperské Hory nachází, není možné, neboť neexistuje statistika a dlouhodobé sledování výkonů cestovního ruchu. Za posledních 20 let byla vybudována většina kapacit cestovního ruchu. Před 10 lety byly položeny základy profesionálního managementu cestovního ruchu založením Městského kulturního a informačního střediska (MĚKIS), které poskytuje standardní informační servis na velmi dobré úrovni. MĚKIS sice dnes funguje, neplní však roli lídra, má personální limity, marketingová činnost je podfinancována. V Kašperských Horách nefunguje destinační management. **Dá se tedy říci, že město Kašperské Hory je destinace, která prošla procesem růstu a ve fázi spějící ke zralosti hledá svoji novou pozici na trhu a další impulsy k růstu.**

Kašperské Hory nejsou destinací zasaženou masovým cestovním ruchem, typická je sezónnost se dvěma vrcholy návštěvnosti zima – lyžařská sezóna a léto – letní prázdniny.

Výzkum image Kašperských Hor nebyl dosud proveden. Z dat „Výzkumu zaměřeného na domácí cestovní ruch“ agentury Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism ve výsledcích etapy Zima 2012 vyplývá, že Kašperské Hory jsou respondenty hodnoceny veskrze kladně, převládá spokojenost a pozitivní hodnocení jak úrovně služeb, tak celkového dojmu z města. Většina návštěvníků přijíždí opakovaně, plánuje se vrátit a doporučit pobyt známým. **Mezi ostatními šumavskými destinacemi jsou Kašperské Hory nejlépe hodnocené.**

CO a KOMU mohou Kašperské Hory nabídnout?

Hrad Kašperk, program Centra volného času, výstavní expozice a vzdělávací aktivity Informačního střediska a střediska environmentálního vzdělávání CHKO a NP Šumava, historie zlatokopectví, existence seismické stanice – **to jsou tzv. USPs (Unique Selling Propositions) nebo také „zlatá vejce“ destinace Kašperské Hory, jež odlišují město od ostatních šumavských měst a středisek.**

Historické a duchovní památky, muzeální a výstavní expozice, kulturní, společenské a sportovní akce, Skiareál Kašperky, pěší a cyklistické stezky, kompletní portfolio ubytovacích kapacit a škála stravovacích zařízení, funkční občanská vybavenost a komunální služby, a sice ne vynikající, ale fungující dopravní spojení vytvářejí základní předpoklady pro město Kašperské Hory jako turistické destinace.

Zásadním doporučením strategie je profilovat hrad Kašperk a město jako jednu destinaci, neboť poloha hradu vysoko nad městem předurčuje jeho solitérnost a návštěvníky hradu zatím téměř nic

nemotivuje navštívit či zůstat ve městě. Hrad Kašperk je nejnavštěvovanější atraktivitou Kašperských Hor a většina návštěvníků míří primárně na hrad.

Je třeba propojit existující nabídky, zpřístupnit atraktivity celoročně a motivovat potenciální návštěvníky k pobytu celoročně. Cestou je vytváření integrovaných produktů, např. integrované vstupenky „kulturní karty Kašperských Hor“, produktových (pobytových) balíčků na téma kultura, volný čas, vzdělání a poznání, sportovní a rekreační vyžití, s akcentem na kulturní a přírodní potenciál města a okolí (CHKO a NP Šumava). Celoročním produktem mohou být komentované prohlídky města s průvodcem, které jsou šancí a příležitostí pro místní obyvatele se znalostí historie, místopisu a jazyků uplatnit se jako průvodce a být ekonomicky aktivní.

Obnova poutního života, aktivnější zpřístupnění církevních památek a intenzivnější zapojení aktivit Arciděkanství Kašperské Hory do nabídky cestovního ruchu jsou jednoznačnou příležitostí Kašperských Hor jako turistické destinace.

Tradiční, pravidelná „městská slavnost“ na originální lokální téma je efektivní formou public relations destinace, je vhodnou platformou komunikace a spolupráce veřejné správy s privátní sférou a institucemi ve městě, stmeluje místní lidi a má multiplikační efekt pro ekonomiku města.

Všechny investice a inovace outdoorových aktivit znamenají zkvalitnění a zatraktivnění nabídky cestovního ruchu, územní plán by měl vymezit rozvojové lokality pro sportovní a rekreační využití. Excelentní udržování současných a vytváření nových turistických stezek kolem Kašperských Hor a okolí, nové trendy pěší turistiky jako nordic walking nebo geocaching zkvalitní a rozšíří volnočasové aktivity. **Stěžejními projekty pro rozvoj cestovního ruchu jsou pak investice do přírodního koupaliště, letní využití lyžařského areálu a provedení studie podmínek pro vznik golfového hřiště.**

Zimní pravidelná sportovní akce podpoří zimní turistickou sezónu. Kombinace kulturní, sportovní a relaxační nabídky do integrovaných produktů jsou východiskem pro sezónu po celý rok.

Parkovací systém je nutné chápat a realizovat jako komplexní systém dopravy v klidu na území města s projektovým řízením včetně finančního modelu nákladů a výnosů. Parkoviště pro hrad Kašperk musí být zapojeno do komplexní turistické nabídky destinace Kašperské Hory. Kombinace parkování pod hradem s parkováním ve městě (parkovací karta) je motivačním marketingovým nástrojem pro návštěvu města. Součástí projektu musí být funkční navigační systém, informace a nabídka na webových stránkách.

Doporučenými cílovými skupinami destinace Kašperské Hory jsou domácí návštěvníci Češi, rodiny s dětmi či páry, nejčastěji pak aktivní páry 50+, dále zájmové skupiny a spolky. Zajímavou klientelou s potenciálem jsou školní výlety a dětské a mládežnické kolektivy.

KDO bude cestovní ruch řídit a s jakými klíčovými partnery?

Vznik profesionálního managementu cestovního ruchu je základním kamenem pro rozvoj cestovního ruchu v Kašperských Horách. Bez jasné organizační struktury, kompetencí, zodpovědnosti a stabilního financování organizace cestovního ruchu, která bude lídrem a koordinátorem všech aktivit, není možné realizovat navržená opatření a naplnit strategii rozvoje cestovního ruchu. Principem je marketingové řízení destinace a spolupráce s partnery v destinaci (podnikatelská veřejnost a instituce).

Filozofií profesionálního managementu cestovního ruchu = destinačního managementu musí být partnerství a kvalita.

Doporučuje se sloučit dvě samostatně působící organizační složky města (hrad Kašperk a Městské kulturní a informační středisko) do jedné s posláním, mandátem a rolí destinačního managementu s možností obchodní činnosti. Stanovit odpovědného radního za oblast cestovního ruchu a tím vyjádřit „politickou záštitu“ této oblasti rozvoje města. Zřídit „poradní grémium cestovního ruchu“ ze zástupců klíčových partnerů v destinaci jako poradní a iniciační orgán samosprávy města a partner destinačního managementu. V rozpočtu města identifikovat a vytvořit strukturu položek příjmů z cestovního ruchu a výdajů souvisejících s cestovním ruchem, aby byly přínosy pro město zřejmé a transparentní a mohlo být nastaveno stabilní zázemí a financování pro práci destinačního managementu.

Marketingový plán destinace Kašperské Hory bude první společnou aktivitou destinačního managementu a partnerů v destinaci a stanoví, co jsou základní marketingové aktivity, které garantuje město a destinační management, a naplánuje projekty a aktivity, na kterých se budou podílet partneři.

JAK by se měla destinace prezentovat na trhu cestovního ruchu?

Kašperské Hory si jako malé město nebudou pravděpodobně moci dovolit realizovat nákladné marketingové kampaně, proto musí spojit a přeskupit síly, využít současného potenciálu a kreativity lidí, kteří v cestovním ruchu již působí, a všech dalších, kteří ve městě mají aktivity a mohou přispět k novým, inovativním a odvážným projektům.

Pro Kašperské Hory je nejlepším marketingem spokojený návštěvník, nejefektivnějším marketingovým nástrojem je pak ústní reklama tzv. „Mundpropaganda, WOM-Word of mouth communication“.

Přijatým principem všech marketingových aktivit musí být integrovaná marketingová komunikace ve třech základních rovinách:

- Stěžejní a první rovinou je identifikace se Šumavou = Kašperské Hory jako součást Šumavy.
- Druhou rovinou je pozice v rámci Šumavy jako excelentní destinace a šarmantní město na Šumavě.
- Třetí rovinou je proč a pro koho jsou Kašperské Hory excelentní destinací a šarmantním městem.

Komunikace pro cílové skupiny: B2B, B2C a ve formě sociálních sítí nebo mobilních aplikací rovněž C2C.

Klíčovým komunikačním nástrojem a distribučním kanálem turistických produktů Kašperských Hor je internet. Je nutná investice do nové webové prezentace. Efektivním marketingovým nástrojem pro Kašperské Hory s přihlédnutím k poměru cena/výkon je e-marketing, on-line systémy a mobilní aplikace.

Vznik corporate design destinace je technickým předpokladem pro integrovanou marketingovou komunikaci.

Stejně důležitý a klíčový pro Kašperské Hory je tzv. „**vztahový marketing**“, založený na dobrých a dlouhodobých vztazích s partnery a institucemi v destinaci a na vztazích s partnery mimo destinaci (např. agentura Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism). Doporučuje se efektivnější využití marketingových **aktivit sdružení, kterých je město členem**, jako nejvhodnější se jeví **Dny evropského dědictví – European Heritage Days**, které organizuje Sdružení historických sídel Čech, Moravy a Slezska.

Spojení sil, kreativita, komfort pro klienta a zároveň funkční forma spolupráce a platforma komunikace destinačního managementu a partnerů v destinaci jsou vzájemné vazby na bázi obchodních vztahů. Doporučuje se vytvoření tematických produktových (pobytových) balíčků. Sestavení, koordinace, marketing a distribuce pobytových balíčků je předmětem činnosti destinačního managementu a významným nástrojem řízení destinace Kašperské Hory.

KOLIK příjmů a dalších ekonomických efektů může město cestovním ruchem získat, směřování rozvoje města a investic?

Protože doposud neexistuje systém sledování výkonu cestovního ruchu formou analytické evidence daňových i nedaňových příjmů rozpočtu města a statistických ukazatelů cestovního ruchu, lze jen na základě zpětně dohledaných údajů a údajů ze závěrečného účtu města za rok 2011 dovodit, že **v současné době představují pro rozpočet města příjmy plynoucí přímo z cestovního ruchu cca 1 % všech příjmů.** Cestovní ruch generuje nepochybně další příjmy pro rozpočet města ze systému tzv. sdílených daní státního rozpočtu, určení konkrétní sumy je velmi komplikované a je to předmět případné samostatné ekonomické analýzy. **Příjmy z cestovního ruchu mohou být pro město dodatečným zajímavým zdrojem pro financování kulturních a společenských aktivit, které činí každé město živoucím, a tím atraktivním pro své obyvatele, potažmo pro jeho návštěvníky.**

Příjmy města Kašperské Hory plynoucí přímo z cestovního ruchu jsou poplatek z ubytovací kapacity a poplatek za lázeňský nebo rekreační pobyt a příjmy z parkování. **Zvýšení těchto příjmů je možné souborem opatření:** zvýšením vytiženosti kapacit, zlepšením platební morálky a disciplíny plátců, aktualizací sazeb na zákonné maximum, zavedením přesné analytické evidence plateb a poplatníků a zavedením systému kontinuálního sledování statistických údajů výkonu cestovního ruchu.

Měl by být nastaven systém alespoň částečné „reinvestice“ příjmů zpět do cestovního ruchu, čímž se rozumí i stabilní financování destinačního managementu. **Přesná evidence a systém „reinvestice“ přispějí k respektování a důvěryhodnosti cestovního ruchu jako ekonomického odvětví města.**

Jednoznačné vlastnictví města a strategické zdroje, pozemky a nemovitosti v rukou města jsou předpokladem pro nekomplikované rozhodování a realizaci rozvojových záměrů investičního charakteru.

Nový územní plán by měl respektovat historický ráz města a přírodní bohatství, neboť to jsou dva základní atributy pro dlouhodobý a udržitelný rozvoj cestovního ruchu v této lokalitě.

Ve svých investičních záměrech by město Kašperské Hory mělo věnovat velkou pozornost podobě a kvalitě veřejných prostranství, neboť silnou stránkou Kašperských jako turistické destinace je právě šarm města. Spolu s územním plánem a hospodařením s městským majetkem vytváří

samospráva města podmínky pro rozvoj cestovního ruchu a podnikatelské příležitosti a investiční záměry v lokalitě.

Aby rozvojové záměry měly smysl a pozitivní dopad pro město Kašperské Hory, musí splňovat následující kritéria:

- celoroční provoz;
- zhodnocení a nalezení nové funkce stávajících nevyužitých nemovitostí (prioritně v městské památkové zóně), zhodnocení „brownfields“ (prioritně v zastavěném území);
- vytvoření nových pracovních míst (prioritně pro místní, pro ženy, pro 50+, pro absolventy);
- využití místních zdrojů (dodavatelé zboží a služeb);
- kvalitní architektura respektující ráz architektury a krajiny, sofistikované hospodaření s energiemi;
- identifikace s charakterem a kulturními a přírodními hodnotami města;
- dlouhodobost a udržitelnost;
- originalita v rámci regionu, aby Kašperské Hory díky záměru získaly konkurenční výhodu.

Cílem a společnou vizí všech marketingových a rozvojových aktivit a investičních záměrů musí být kvalita, nikoli kvantita, dlouhodobost, nikoli krátkodobý prospěch, respekt a uchování jedinečných architektonických, kulturních a přírodních hodnot města Kašperské Hory a jeho okolí.

Cestovní ruch musí být chápán jako příležitost pro zachování Kašperských Hor jako šarmantního, živoucího a kompaktního šumavského horského městečka, které bude kvalitním zázemím pro turistickou veřejnost, jež míří za poznáním kulturního a přírodního bohatství Šumavy = do Chráněné krajinné oblasti a Národního parku Šumava.

Strategie rozvoje cestovního ruchu města Kašperské Hory by se měla stát závazným rozvojovým dokumentem města. Měla by být jedním z východisek pro tvorbu územního plánu, rozpočet města (a/nebo rozpočtový výhled) a případný strategický plán města. Schválením strategie zastupitelstvem města jako závazného rozvojového dokumentu dává samospráva partnerům ve městě, podnikatelské sféře a institucím jasný signál, že cestovní ruch jako ekonomické odvětví je bráno vážně a má politickou podporu. Pro externí partnery (investory, sponzory, dotační autority, správy územních celků...) je schválená strategie zárukou důvěryhodnosti a solidnosti destinace Kašperské Hory. Pro současné i potenciální obyvatele je veřejně dostupný rozvojový dokument zprávou o směřování jejich města, kde žijí nebo se chystají žít.

Vize a cíle strategie se naplní, jen když budou sdíleny a akceptovány.

Hodně štěstí!

PŘÍLOHY

Příloha č. 1

Přehled a návštěvnost atraktivit

Hrad Kašperk

Nejvýše položený královský hrad v Čechách (886 metrů nadmořské výšky). S myšlenkou postavit hrad přišel Karel IV. Tehdejší království potřebovalo ochránit zemskou hranici s Bavorskem – kašperskohorskou Zlatou stezku – bohaté zlaté doly a rýžoviště. Hrad se tyčí na kopci uprostřed lesů. Jeho romantická poloha učarovala nejednomu filmovému tvůrci. Český režisér Jiří Strach tu natočil pohádku Anděl Páně. V blízkosti se nachází bývalé předsunutě opevnění Pustý hrádek, které dnes slouží hlavně jako vyhlídka.

Oficiální webové stránky: www.kasperk.cz

Otevírací doba, vstupné:

Otevírací doba

Duben	soboty a neděle	10:00 – 17:00
Květen – červen	denně mimo pondělí	10:00 – 17:00
Červenec – srpen	úterý – neděle pondělí	9:30 – 18:00 10:00 – 18:00
Září	denně mimo pondělí	10:00 – 17:00
Říjen	denně mimo pondělí ÚT – PÁ prohlídky pouze v těchto časech: 10:30, 12:00, 13:30, 15:00, v SO a v NE po 30 – 40 min.	10:00 – 16:30
28. 12. – 1.1.	denně	10:00 – 16:30

Poslední prohlídka začíná 1 hodinu před koncem otevírací doby objektu (kromě úterý – pátek v říjnu).

Vstupné okruh Stavba hradu:

- základní vstupné: 85,- Kč;
- zlevněné (děti, studenti, důchodci): 65,- Kč;
- cizojazyčný výklad: 90,- Kč, zlevněný cizojazyčný výklad: 70,-Kč;
- děti do 6 let: 10,- Kč;
- rodinné vstupné (dva rodiče a jejich děti do 15 let): 265,-Kč.

Vstupné okruh Život na hradě:

- základní vstupné: 75,- Kč;
- zlevněné (děti, studenti, důchodci): 55,- Kč;
- cizojazyčný výklad: 80,- Kč, zlevněný cizojazyčný výklad: 60,-Kč;
- děti do 6 let: 10,- Kč;
- rodinné vstupné (dva rodiče a jejich děti do 15 let): 230,-Kč.

Příplatky:

Prohlídka mimo otevírací dobu objektu: + 100 %

Prohlídka mimo návštěvní sezónu: + 200 %

Více info viz: <http://www.kasperk.cz//kasperk-oteviraci-doba-a-vstupne>

Speciální akce: divadelní představení, šermířská vystoupení, noční a zimní prohlídky, řemeslné ukázky šumavských originálních produktů, střelba s kuše nebo luku na nádvoří v průběhu celé sezóny.

Více info viz: <http://www.kasperk.cz/akce-na-hrade>

Návštěvnost hradu Kašperk v letech 1997 – 2011

Rok	Počet návštěvníků
1997	38 414
1999	42 554
2000	37 628
2001	43 536
2002	42 049
2003	45 389
2004	45 120
2005	45 395
2006	43 140
2007	42 454
2008	44 638
2009	45 788
2010	43 937
2011	45 609
Celkem 1997 – 2011	605 651

Zdroj: Správa hradu Kašperk, červenec 2012

Památky

Název památky, umístění	Webové stránky	Stručné info	Prohlídky, otevírací doba, přístupnost	Vstupné	Vlastnictví
Radnice (Náměstí)	http://www.sumavanet.cz/khory/fr.asp?tab=snet&id=834&burl=http://www.kasperske-hory.cz/radnice.php http://www.pamatkykasp-hory.cz/?page_id=225	Renesanční budova – sídlo městské správy a Městského kulturního a informačního střediska, příležitostně využívaná pro veřejnost výstavní síň.			Město
Náměstí s historickými domy	http://www.kasperske-hory.cz/domy.php http://www.pamatkykasp-hory.cz/?page_id=240	Dům č. p. 11, dům č. p. 17, děkanství, barokní špýchar aj. na nově zrekonstruovaném Náměstí.	Historické domy veřejnosti nepřístupné – soukromé objekty.		Různé
Arciděkanský kostel svaté Markéty (Náměstí)	http://www.sumavanet.cz/khory/fr.asp?tab=snet&id=840&burl=http://www.kasperske-hory.cz/chram-markety.php http://www.pamatkykasp-hory.cz/?page_id=30	Trojlodní bazilika v gotickém stylu, tvoří dominantu Náměstí a celého města. V okolí kostela se nachází tzv. Kohoutí kříž z Nicova (lidová památka), znázorňující nástroje Kristova umučení.	V současné době interiér nepřístupný, pouze možnost nahlédnutí zvenku. Na letní sezónu (červenec, srpen) 2012 plánováno zpřístupnění interiéru – prohlídky kostela v předem stanovený čas případně na objednávku, zpoplatněné. Plánováno rovněž zpřístupnění kostela bez prohlídky za ochrannou mříží.		Římskokatolická církev
Kostel Panny Marie Sněžné (jižní okraj města)	http://www.sumavanet.cz/khory/fr.asp?tab=snet&id=844&burl=http://www.kasperske-hory.cz/chram-marie.php	Poutní kostel v novorománském stylu.	Nepřístupné.		Římskokatolická církev

	http://www.pamatkykasp-hory.cz/?page_id=211				
Kaple Panny Marie Klatovské (zvaná Grantl) (jižní okraj města)	http://www.sumavanet.cz/khory/fr.asp?tab=snet&id=844&burl=http://www.kasperske-hory.cz/kaple-grantl.php	Původní poutní místo, kaple v pozdně barokním stylu.	Interiér nepřístupný, pouze možnost nahlédnutí zvenku.		Město
Kostel svatého Mikuláše (městský hřbitov – 1 km od města)	http://www.sumavanet.cz/khory/fr.asp?tab=snet&id=836&burl=http://www.pamatkykasp-hory.cz/?page_id=18 http://www.kasperske-hory.cz/chram-mikulase.php	Trojlodní bazilika, památka rané středověké architektury.	Kostel zpřístupněn široké veřejnosti formou komentovaných prohlídek s průvodcem . <u>Délka prohlídky</u> cca 45 – 55 minut. Součástí prohlídky celého areálu je návštěva kostela svatého Mikuláše, přilehlé hřbitovní kaple svaté Anny a historické části hřbitova. Prohlídky pouze v českém jazyce, v případě potřeby výklad průvodce přizpůsobí i pro zahraniční turisty v NJ a AJ. Květen – červen: soboty, neděle – prohlídky začínají vždy v 10:30; 12:00; 14:00 a 15:30 hod. Červenec – srpen: denně kromě pátku – prohlídky začínají vždy v 10:30, 12:00, 14:00 a 15:30 hod. Září: soboty, neděle prohlídky začínají vždy	Základní: 60,- Kč, zlevněné: 45,- Kč (studenti, ZTP, senioři). Po předložení vstupenky z prohlídky na hradě Kašperk dostanou návštěvníci kostela svatého Mikuláše slevu na vstupné na prohlídku historického hřbitovního areálu: upravené základní: 45,- Kč, upravené zlevněné: 25,- Kč (studenti, ZTP, senioři).	Římskokatolická církev, hřbitov v majetku města

			v 10:30, 12:00, 14:00 a 15:30 hod. Říjen – duben: pondělí – pátek – prohlídku je možné uskutečnit pouze pro skupinu min. 10 osob po předchozí včasné domluvě. Pravidelné mše – listopad (Památka zesnulých), 5. 12. (Poutní mše). Možnost konání koncertů.		
Kaple svaté Anny (městský hřbitov – 1 km od města)	http://www.sumavanet.cz/khory/fr.asp?tab=snet&id=838&burl=http://www.kasperske-hory.cz/kaple-anny.php	Původní poutní místo.	Zpřístupněno formou komentovaných prohlídek společně s Kostelem svatého Mikuláše.		Římskokatolická církev
Pranýř (v blízkosti města na úpatí Šibeničního vrchu)	http://www.sumavanet.cz/khory/fr.asp?tab=snet&id=333&burl=http://www.kasperske-hory.cz/pranyr.php http://www.pamatkykasp-hory.cz/?page_id=285	Kamenné místo hanby z roku 1630, po roce 1800 opraven na boží muka.			Město
Kaple v blízkém okolí města	http://www.pamatkykasp-hory.cz/kaplicky/	Soubor kaplí a kapliček, které je možno vidět v blízkém okolí města.	Interiéry nepřístupné, pouze možnost nahlédnutí zvenku. Na kaple upozorněno v rámci vycházkových okruhů a naučných stezek.		Různé

Zajímavosti

Název zajímavosti	Webové stránky	Stručné info	Vlastnictví
Zlatá Stezka	http://www.sumavanet.cz/khory/fr.asp?tab=snet&id=6843&burl=	Středověká obchodní cesta střední Evropy, vedoucí přes Kašperské Hory.	
Dobývání zlata, naučná stezka Cestou zlatokopů	http://www.sumavanet.cz/khory/fr.asp?tab=snet&id=835&burl= http://sumavanet.cz/vopin/kasphory/kasphory.htm http://www.pamatkykasphory.cz/?page_id=255 http://sumavanet.cz/vopin/kasphory/kasphory.htm	Naučná stezka s technickými památkami z původní důlní činnosti – dolování a úpravy zlatonosného křemene (zbytky štol, šachet, jámy, náspy apod.)	
Podzemní chodby	http://www.kasperske-hory.cz/chram-markety.php	Chrám svaté Markéty spojuje prý nepříliš bezpečná tajná chodba s Kašperkem. Nepřístupné.	
Seismická stanice Kašperské Hory	http://www.sumavanet.cz/khory/fr.asp?tab=snet&id=6750&burl= http://www.ig.cas.cz/cz/struktura/observatore/ceska-regionalni-seismicka-sit/khc/	Observatoř patří k nejvýznamnějším zařízením svého druhu ve světě, zařazena do mezinárodní sítě stanic, v roce 2010 uplynulo 50 let od založení.	Geofyzikální ústav Akademie věd České republiky, v.v.i.
Vánoční koledování a velikonoční zvyky na Šumavě	http://www.sumavanet.cz/khory/fr.asp?tab=snet&id=191&burl= http://www.sumavanet.cz/khory/fr.asp?tab=snet&id=238&burl=	Dochovaly se zprávy o tom, jak lidé koledovali na Šumavě před více než sto lety. V Kašperských Horách je pro 19. století doložena kolední obchůzka ponocných. Ti koledovali nejraději na Nový rok. Obchůzku zahajovali zpravidla už o novoroční půlnoci. Chodili dům od domu, prozpěvovali a svým vinšováním budili obyvatele, kteří se mnohdy už uložili ke spánku. Z řady míst Šumavy existují zprávy o tříkrálovém koledování. V Kašperských Horách budil zájem dětí zvláště král, který nesl tyč, na jejímž vrcholu byla hvězda a panáček s rolničkami. Figurka se pomocí kliky	

		otáčela a rolničky na ní při pohybu zvonily. V současné době se v Kašperských Horách pravidelně konají vánoční trhy s rozsvícením vánočního stromu a velikonoční trhy.	
Naučné stezky, vycházkové okruhy a další stezky	Kolem pranýře za výhledy: http://www.pamatkykasphory.cz/?page_id=496 Šumavskými vesnicemi: http://www.pamatkykasphory.cz/?page_id=498 Vlastivědný okruh: http://www.pamatkykasphory.cz/?page_id=500 Na Kašperk jinak: http://www.pamatkykasphory.cz/?page_id=502 Přes Nebe a Peklo na Ždánov: http://www.pamatkykasphory.cz/?page_id=490 Cestou zlatokopů: http://www.pamatkykasphory.cz/?page_id=504 Stezkou strážců hranice: http://www.pamatkykasphory.cz/?page_id=507 Kašperskohorská větev Zlaté stezky: http://www.pamatkykasphory.cz/?page_id=509 Farmářská stezka: http://www.sumavanet.cz/khory/fr.asp?tab=snet&id=1366&burl=		

Kultura

<http://www.sumavanet.cz/khory/kultura.asp#kalakci>

Muzeum Šumavy / Muzeum Kašperské Hory

http://muzeum.sumava.net/?page_id=51

- Muzeum Kašperské Hory je součástí celku spojených městských muzeí v Sušici, Kašperských Horách a Železně Rudě = Muzeum Šumavy.
- Otevírací doba:
od 23. dubna do 31. října 2010: pondělí zavřeno, úterý – sobota: 9:00 – 17:00, neděle: 9:00 – 12:00 (červenec a srpen 9:00 – 17:00), polední přestávka 12:00 – 12:45.
- Vstupné: děti do 6 let a místní školy: ZDARMA, snížené vstupné: 20Kč, dospělí: 40Kč.
- Součástí je i Galerie Muzea Šumavy – k vidění zde jsou krátkodobé výstavy starého i současného umění.
- Kromě stálé expozice je významnou akcí pro muzeum vystavení části mincovního pokladu, který se našel při rekonstrukci Náměstí v Kašperských Horách.
- Zřizovatel: Plzeňský kraj (příspěvková organizace).

Návštěvnost Muzea Šumavy: zveřejněná Výroční zpráva za rok 2010 počty návštěvníků neuvádí, Výroční zpráva za rok 2011 není veřejně (na webových stránkách muzea) k dispozici.

Muzeum historických motocyklů a jízdních kol Kašperské Hory

<http://www.historicke-moto.cz/muzea.html>

- Muzeum představuje největší expozici historických motocyklů v ČR (cca 60 exponátů), některé exponáty jsou světovými unikáty.
- Otevírací doba:
červen – září: denně 9.30 – 12.00, 12.30 – 17.00.
Mimo uvedené termíny pro skupiny nad 10 osob možno otevřít kdykoliv po předchozí objednávce. Pro školní výpravy a zájezdy je doporučeno prohlídku vždy objednat předem.
- Provozovatel: soukromý majitel pan Zdeněk Bálek.

Návštěvnost Muzea historických motocyklů a jízdních kol Kašperské Hory: 9 000 – 9 500 návštěvníků ročně.

Zdroj: provozovatel Muzea historických motocyklů a jízdních kol, leden 2012

Muzeum České hračky

<http://motomuzeum.sumava2000.cz/hracky.html>

- Současně s otevřením Muzea historických motocyklů byla veřejnosti zpřístupněna i obsáhlá sbírka českých hraček zahrnující stovky exponátů. Majitelé muzea pokračují v rodinné tradici. Sběrka představuje obsáhlý průřez produktů známých hračkářských oblastí. Na exponátech je možno sledovat vývoj tradiční hračky i výrobních postupů od minulosti po současnou produkci.
Pro zájemce je v prostorách muzea připravena i možnost zakoupení dřevěných hraček pocházejících ze současné doby.

- Otevírací doba:
červen – září: denně 9.30 – 12.00, 12.30 – 17.00.
Mimo uvedené termíny pro skupiny nad 10 osob možno otevřít kdykoliv po předchozí objednávce. Pro školní výpravy a zájezdy je doporučeno prohlídku vždy objednat předem.
- Provozovatel: soukromý majitel pan Brand.

Návštěvnost Muzea české hračky kolem 6 500 návštěvníků ročně. Děti do 3 let neplatí. Návštěvnost je několik let zpět přibližně stejná.

Zdroj: provozovatel Muzea české hračky, leden 2012

Privátní Muzeum historických motocyklů a Muzeum České hračky jsou expozice, které jsou umístěny v jednom domě. Součástí nabídky je i třetí **expozice historických pивních lahví**.

Informačního středisko a středisko environmentálního vzdělávání CHKO a NP Šumava

<http://www.npsumava.cz/cz/1103/sekce/is-kasperske-hory/>

- Středisko nabízí specifický výstavní projekt – stálá expozice o přírodě Národního parku Šumava celoročně dostupná v interiérových prostorách a v přírodním areálu.
- Expozice je zaměřená primárně na rodiny s dětmi, je velmi moderní, poutavá, interaktivní a edukativní včetně promítání tematických filmů.

Kino (nově rekonstruováno do roku 2010)

- Zřizovatel: Město Kašperské Hory.
- Provozovatel: Město Kašperské Hory.

Knihovna

- Zřizovatel: Město Kašperské Hory.
- Provozovatel: Město Kašperské Hory.

Horský klub (společenský dům)

Grantový systém – „Program klubové, spolkové a zájmové činnosti v Kašperských Horách“

Program je vyhlašován každoročně městem Kašperské Hory na podporu kulturních, sportovních a společenských akcí, tvůrčí a zájmové činnosti. Do 15. 4. je uzavěrka pro přijímání žádostí pro první kolo, pokud nejsou rozděleny všechny finanční prostředky, v září probíhá druhé kolo. Žádosti jsou hodnoceny kulturní komisí rady města (9 členů). Komise navrhuje radě města rozdělení finančních prostředků, rada je poté schvaluje, případně vrátí. Vybrané žádosti jsou poté podpořeny formou grantu z rozpočtu města (pro rok 2012 alokována částka 120 000,- Kč).

Sport, turistika, aktivní pobyt

<http://www.sumavanet.cz/khory/sport.asp#sport>

Lyžování

- **Skiareál Kašperky** (provozovatel společnost Snowhill a.s.): <http://www.snowhill.cz/kasperky/>
 - umístěn na svahu Liščího vrchu s vrcholem 794 m n. m.;
 - nabídka: 2x nový lyžařský vlek + dětský vlek, moderní zasněžovací systém pro 100 % tratí, O2 EXTRA DĚTSKÝ PARK, snowtubing pro děti i dospělé, půjčovna vybavení, servis lyží, lyžařská škola, nabídka večerního lyžování, parkování přímo v areálu zdarma;
 - 20 km upravovaných běžeckých stop (upravované za přispění města).
- Vleky a sjezdovky na Šumavě: <http://www.sumavanet.cz/www/lyzovani/vleky.asp?typ=snet>
- Lyžařské stopy na Šumavě: <http://www.sumavanet.cz/www/lyzovani/bezky.asp?typ=snet>
- Pravidelně v únoru se koná **prestižní závod v běžeckém lyžování = Kašperská 30**, který je součástí největšího celostátního seriálu závodů v běžeckém lyžování = SkiTour. Poprvé se konal 19. 2. 2012. Okruh nabízí unikátní výhledy na Šumavu a pohled na hrad Kašperk.

Centrum volného času

<http://www.sumava-volnycas.cz/>

- Spojeno s hotelem Aparthotel Šumava – využitelné pro hosty hotelu i pro veřejnost.
- Produkuje programy pro volný čas dospělých a rodin s dětmi z oblasti řemesel, zemědělství, gastronomie, sportu a dalších zajímavých odvětví úzce spjatých s tím, co Šumava nabízí.
- Programy jsou aktivní outdoorové, poznávací, edukační; filozofií je využívání lokálních zdrojů a poznání Šumavy.
- Součástí centra je i Dětské centrum, které nabízí služby pro rodiny s dětmi do 10 let.
- celoroční činnost
- Privátně provozované, z veřejných zdrojů nedotované.

Další outdoorové a indoorové aktivity

Cyklistika – včetně nabídky půjčení kol v Aparthotelu Šumava 2000 (pouze pro hosty hotelu), v Parkhotelu Tosch (pro veřejnost), v Hotelu Kašperk (pro veřejnost), ve Wellness&Sport Hotelu Šumava – v Amálině údolí – 1,5 km od Kašperských Hor (pro veřejnost).

Pěší turistika – značené vycházkové okruhy a naučné stezky.

Golf – nejbližší golfové hřiště cca 10 km = hřiště Golf Zahrádky nedaleko Churáňova (veřejné 6 jamkové přírodní) a Indoor Golf Klatovy 41 km.

Nordic walking – včetně nabídky půjčení hůlek v Parkhotelu Tosch (pouze pro hosty hotelu).

Vodáctví – řeka Otava – půjčovny lodí v Sušici:

<http://www.sumavanet.cz/khory/fr.asp?tab=snet&id=797&burl=>

Jízda na koni – 2 privátní nabídky ve městě (Lukešovi – Náměstí 6, Halbhuberovi – Podlesí 3 – Vogelsang), 1 v okolí (Divišov u Sušice, Rejštejn – ATC Klášterský Mlýn).

Přírodní koupaliště v blízkém okolí – Nezdice, Rohanov, Žihobce, Sušice, Zdíkovec, Annín.

Tenisový kurt – Parkhotel Tosch (pro veřejnost), Wellness&Sport Hotel Šumava (v Amálině údolí – 1,5 km od Kašperských Hor – pro veřejnost), u ZŠ v Kašperských Horách (hřiště s umělým povrchem, nutné vlastní vybavení).

Krytý bazén – aquapark Horažďovice – v současné době v rekonstrukci, plánována výstavba krytého bazénu v Sušici do konce roku 2013, bazény v rámci hotelových komplexů v Kašperských Horách nabízeny pouze pro hosty hotelů.

Bowling – 2 hrací pruhy (Bowling Bar – Restaurace Metro v Kašperských Horách – provozovatel: soukromá osoba pan Řimnáč).

Fitness a relaxační centrum, wellness – Aparthotel Šumava 2000 (pouze pro hosty hotelu), Wellness&Sport Hotel Šumava – v Amálině údolí – 1,5 km od Kašperských Hor (pro veřejnost).

Okolí

<http://www.sumavanet.cz/khory/okoli.asp>

Název zajímavosti, vzdálenost od Kašperských Hor	Webové stránky	Stručné informace
Národní park Šumava	http://www.npsumava.cz/cz/	Národní park, nabízející velké množství turistických zajímavostí pro své návštěvníky. V Kašperských Horách má NP Šumava pro veřejnost svou odbornou studovnu, Informační středisko a středisko environmentálního vzdělávání CHKO a NP Šumava viz http://www.npsumava.cz/cz/1103/sekce/is-kasperske-hory/ . Toto středisko realizuje celoročně výukové programy pro děti MŠ až SŠ viz http://www.npsumava.cz/cz/1172/sekce/sev-kasperske-hory/ a je zaměřeno na osídlení, rašeliniště, mokřady, plavební kanály a ekosystémy Šumavy.
Čeňkova Pila (9 km)	http://www.sumavanet.cz/khory/fr.asp?tab=snet&id=1365&burl=	Dvě vodní elektrárny, které jsou dodnes funkční technickou památkou. V objektu je umístěna expozice Západočeské energetiky.
Obec Hartmanice (15 km)	http://www.kasperske-hory.cz/turisticke-cile.php	Památkou na to, že i zde se kutalo zlato, jsou dodnes výrazné zbytky dolovacích prací na svahu hory s příhodným názvem Hamižná. Dnešní Hartmanice, to jsou zejména židovské památky – např. Horská synagoga, která byla zrekonstruována a otevřena pro veřejnost. Dnes je možno v ní obdivovat expozici věnující se soužití zdejších Židů, Čechů a Němců.
Dobrá Voda u Hartmanic (18 km)	http://www.sumavanet.cz/khory/fr.asp?tab=snet&id=839&burl=	Staré poutní místo se studánkou údajně léčivé vody. V rodném domě Dr. Šimona Adlera, významného rabína, pedagoga a učenice, je zpřístupněna muzejní expozice a informační středisko CHKO a NP Šumava. V obci se nachází židovské památky.
Farní a poutní kostel Narození P. Marie u Strašína (10 km)	http://www.sumavanet.cz/khory/fr.asp?tab=snet&id=843&burl=	Výrazná dominanta šumavského podhůří. Původně románsko-gotická stavba přestavěna do dnešní barokní podoby.

Hrad Rabí (26 km)	http://www.sumavanet.cz/khory/fr.asp?tab=snet&id=1363&burl=	Patří k nejmohutnějším a nejrozsáhlejším středověkým hradním stavbám v Čechách. Dnes je hrad národní kulturní památkou.
Javorník – rozhledna (13 km)	http://www.sumavanet.cz/khory/fr.asp?tab=snet&id=3648&burl=	Nad původní střechou je umístěna ve výšce 39,5 metru osmiboká vyhlídková plošina, v jejíž vrchní části jsou umístěny vysílací antény pro mobilní telefony. Poskytuje nádherný výhled na Šumavu, Pošumaví i do hlubokého vnitrozemí.
Kostel P. Marie a sv. Petra a Pavla v Albrechticích (12 km)	http://www.sumavanet.cz/khory/fr.asp?tab=snet&id=833&burl=	Významný reprezentant raně středověké architektury v jihozápadních Čechách.
Kostel sv. Mořice v Mouřenci u Annína (8 km)	http://www.sumavanet.cz/khory/fr.asp?tab=snet&id=3704&burl=	Kostel se nachází u obce Annín, která je proslavena svou dodnes fungující sklárnou. Vznik původní svatyně je spojován s rýžováním zlata. Kostel je pozdně románská jednolodní stavba s dvoupatrovou věží nad chórem a apsidou z doby kolem 1230. V kostele objeveny a následně restaurovány vzácné nástěnné malby ze 14. století.
Rozhledna Poledník (27 km)	http://www.sumavanet.cz/khory/fr.asp?tab=snet&id=1362&burl=	Se svými 1 315 m n. m. je přirozenou dominantou celé této příhraniční oblasti. Návštěvníkům se nabízí za dobrého počasí nádherný výhled prakticky na celou Šumavu a Bavorský les a také na více než 180 km vzdálené alpské vrcholy. Turistům je přímo u věže k dispozici kryté sezení a malé občerstvení.
Sedlo u Albrechtic (902 m n. m.) – keltské hradiště, rozhledna (14 km)	http://www.sumavanet.cz/khory/fr.asp?tab=snet&id=6818&burl=	Nově vybudovaná 27,7 m vysoká rozhledna. Vyhlídková plošina je o 4 m níže a je z ní kruhový rozhled nejen na Šumavu, ale i do vnitrozemí. Bez zajímavosti není ani okolí. Jsou tu ještě patrné kamenné obranné valy kolem 3 tisíce let starého keltského opevnění.
Sklárna Annín – prohlídka brusírny skla, prodejna (7 km)	http://www.sumavanet.cz/khory/fr.asp?tab=snet&id=3740&burl=	Sklárna v Anníně na Šumavě má tradici ve výrobě předmětů z českého křišťálu výroby už od roku 1796. V této době se zabývá zušlechťováním 24 % olovnatého křišťálu. Návštěvníkům jsou nabízeny prohlídky sklárny.
Šumavské slatě: Tříjezerní slat' – na Modravu 22 km, dále pěšky cca 2,5 km Jezerní slat' – mezi Horskou Kvildou a Kvildou, 21 km	http://www.sumavanet.cz/khory/fr.asp?tab=snet&id=1364&burl= http://www.sumavanet.cz/vopin/slate/slate.htm	Rašeliniště jsou jedním ze symbolů šumavské přírody. Pouze tři ze slatí jsou přístupné návštěvníkům: Tříjezerní slat', Jezerní slat', Chalupská slat'.

Chalupská slat' – u Borové Lady, cca 30 km		
Schwarzenberský plavební kanál (15 km)	http://www.kasperske-hory.cz/plavebni-kanal.php	Kníže Schwarzenberk se rozhodl těžít dřevo v lesích prášilského panství, nechal proto zbudovat Vchynicko - tetovský plavební kanál.
Amálino údolí (1,5 km)		Přírodní rezervace s mokřady, prameništi a významnými druhy rostlin a zvířat – v dávných dobách se zde těžilo zlato.

Kultura a zábava v regionu: <http://www.sumavanet.cz/kultura.asp>

Sport a turistika v regionu: <http://www.sumavanet.cz/sport.asp>

Šumava a Pošumaví: <http://www.sumavanet.cz/>

Příloha č. 2

Statistika ubytovacích kapacit*

Kategorie ubytovacího zařízení	Název	Adresa	E-mail	Počet lůžek (ks)	1. – 4. Q 2011		Celkem
					Poplatek za rekreační pobyt (10,- Kč)	Poplatek za ubytovací kapacitu (4,- Kč)	
Hotel MPZ	ParkHotel Tosch****	Náměstí 4	recepce@tosch-parkhotel.cz , reditel@tosch-parkhotel.cz , sales@tosch-parkhotel.cz	90			
Hotel MPZ	Hotel Kašperk****	Náměstí 3	info@hotelkasperk.cz	64			
Hotel MPZ	Aparthotel Šumava 2000****	Náměstí 8	info@sumava2000.cz	46			
Hotel	Hotel Šumava***	Kašperské Hory 375	sumava@zsmv.cz	137			
HOTEL CELKEM				337	63 919	36 052	99 971
GARNI HOTEL CELKEM	-			0	0	0	0
MOTEL CELKEM	-			0	0	0	0
Penzion MPZ	Penzion U Kašny	Náměstí 10	u-kasny@email.cz	17			
Penzion MPZ	Penzion Kašperk	Sušická 166	recepce@tosch-parkhotel.cz , reditel@tosch-parkhotel.cz , sales@tosch-parkhotel.cz	41			
Penzion MPZ	Penzion Waikiki	Petra Bezruč 224	penzionwaikiki@sumavanet.cz	25			
Penzion MPZ	Penzion Jitka	Petra Chelčického 41	jitka.zizkova@seznam.cz	7			

Penzion MPZ	Penzion Mája	Dlouhá 44	penzion.maja@tiscali.cz	12			
Penzion MPZ	Restaurace a ubytování u muzea	Fügnerova 37	vaclavhaubelt@seznam.cz	15			
Penzion	Pension Eger	Karlova 135	penzion.eger@seznam.cz	7			
Penzion	Pension Kristýna	Karlova 395	penzion-kristyna@seznam.cz	10			
Penzion	Penzion Soňa	Karlova 145	penzion.sona@seznam.cz	8			
Penzion	Penzion JMS	Zahradní 216	jms.khory@centrum.cz	11			
Penzion	Penzion Hájenka Nebe	Kašperské Hory 203	f.hail@seznam.cz	16			
Penzion	Pension Červená	Červená 2	penzion.cervena@centrum.cz	20			
Penzion	Penzion Rychta na Račánku	Žlíbek 17	penzion@racanek.cz	22			
Penzion	Minipenzion Panorama	Karlova 159		6			
Penzion	Penzion Alice – Ubytování u Kolářů	Sušická 305	penzion.kolarova@seznam.cz	18			
Penzion	Penzion U Krčálů	Opolenec 54	Blanka.Krcalova@seznam.cz	23			
Penzion	Penzion U Šnečků	Vimperská 220	penzionsnecek@volny.cz	25			
Penzion	Ranch Svobodná země Vogelsang	Podlesí 4	ranch@vogelsang.cz	24			
Penzion	Penzion Šrámek	Dlouhá 137	SramekVaclav@seznam.cz	10			
Penzion	Penzion Na Habeši	Žlíbek 1	janosikovamilada@seznam.cz	5			
PENZION CELKEM				322	38 648	19 510	58 158

Privátní ubytování MPZ	Ubytovací služby Čemengová	Zlatá stezka 96		4			
Privátní ubytování MPZ	Ubytovací zařízení České pošty	Dlouhá 94		15			
Privátní ubytování MPZ	Ubytování A Ša	Dlouhá 104	ckasa@ckasa.cz	30			
Privátní ubytování MPZ	Ubytování v soukromí Mařík Petr	Klostermannova 124	pronajemkasperky@seznam.cz	4			
Privátní ubytování	Ubytování Eliška	Zahrádkářů 363		9			
Privátní ubytování	Ubytování v soukromí Červená	Červená 3	mariewei@seznam.cz	20			
PRIVÁTNÍ UBYTOVÁNÍ CELKEM				82	2 090	14 292	35 382
Apartmán MPZ	Apartmán Na náměstí	Náměstí	info@apartmany-sumava.eu	5			
Apartmán MPZ	Apartmány Kašperky	Náměstí 184	apartmanykasperky@seznam.cz	16			
Apartmán	Apartmán Kocumová	Nová 369	kaspersky.hory@seznam.cz	6			
Apartmán	Apartmán Robin Oil	Sušická		4			
APARTMÁNY, BYTY CELKEM				31	5 730	0	5 730
Ubytovna MPZ	Městská ubytovna	Bohdana Týbla 15		44			
Ubytovna MPZ	Dětský domov Kašperské Hory	Náměstí 146	ddkh@seznam.cz	18			
Ubytovna MPZ	Horalovo ubytování	Rejštejnská 118	info@sportthoral.cz	6			
Ubytovna	NP a CHKO Šumava	Sušická					
UBYTOVNA, HOSTEL CELKEM				68	4 970	3 324	8 294
KEMP CELKEM	-			0	0	0	0

Chalupa MPZ							
Chalupa	Chalupa Gabreta	Husova 263	chalupa.kasperky@seznam.cz	15			
Chalupa	Rekreační chata 304	Sušická 304	maria.ib@seznam.cz	24			
Chalupa	Chalupa Opolenec	Opolenec 9	vodrazkova@seznam.cz	7			
Chalupa	KML – Prachárna – ubytování na samotě	Dlouhá 95		6			
Chalupa	Chalupa Weishaus	Karlova 9	weishaus@centrum.cz	4			
Chalupa	Rekreační a rekondiční středisko Holeček	Smetanova 208	Holecek.Frantisek@seznam.cz	59			
CHALUPA, DŮM, STATEK CELKEM				115	5 630	12 056	17 686
OSTATNÍ CELKEM	-			0	0	0	0
CELKEM				955	139 987	85 234	225 221

* k 31. 12. 2011

**MPZ = Městská památková zóna

Přehled ubytování na Kašperskohorsku: http://www.sumavanet.cz/khory/ubytovani.asp#ub_3

Příloha č. 3

Statistika stravovacích kapacit*

Kategorie stravovacího zařízení	Název	Adresa	Počet židlí (ks)
Restaurace MPZ	Restaurace Parkhotel Tosch	Náměstí 4, 341 92 Kašperské Hory	55
Restaurace MPZ	Restaurace Hotel Kašperk	Náměstí 3, 341 92 Kašperské Hory	58
Restaurace MPZ (s terasou)	Restaurace a Vinárna Studna	Náměstí 5, 341 92 Kašperské Hory	72 (z toho 32 terasa)
Restaurace MPZ	Restaurace U Kašny	Náměstí 10, 341 92 Kašperské Hory	40
Restaurace MPZ (s terasou)	Pizzerie Pod hradem	Vimperská 13, 341 92 Kašperské Hory	75 (z toho 45 terasa)
Restaurace MPZ	Restaurace U muzea	Fügnerova 37, 341 92 Kašperské Hory	51 (max. 55)
Restaurace MPZ	Restaurace Waikiki	Petra Bezruč 224, 341 92 Kašperské Hory	40
Restaurace MPZ (s terasou)	Restaurace Pod Věží	Náměstí 144, 341 92 Kašperské Hory	60 (z toho 30 terasa)
Restaurace (s terasou), hotelová jídelna	Restaurace Hotel Šumava	Kašperské Hory 375, 341 92 Kašperské Hory	200 (z toho 50 terasa, 100 hotelová jídelna)
Restaurace (s terasou)	Restaurace Rychta na Račánku	Žlíbek 17, 341 92 Kašperské Hory	65 (z toho 30 terasa)
Penzion	Restaurace U šnečků	Vimperská 220, 341 92 Kašperské Hory	25
Restaurace (s terasou)	Restaurace Radešov – turistická ubytovna	Radešov 6, 341 92 Kašperské Hory – otevřeno sezóně	80 (z toho 40 terasa)
Restaurace	Restaurace Chata Kačerov	Řetenice 17, 341 92 Kašperské Hory	35
Rychlé občerstvení MPZ	Rychlé občerstvení (hladové okno)	Náměstí – funguje pouze v létě	16
RESTAURACE CELKEM	14		
Vinárna MPZ	Vinárna Parkhotel Tosch	Náměstí 4, 341 92 Kašperské Hory	75
Cukrárna MPZ	Cukrárna Star	Náměstí 5, 341 92 Kašperské Hory	26
Bar MPZ	Apollo Bar, Bowling	Náměstí 5, 341 92 Kašperské Hory – v současné době představují a zmenšují prostory	cca 35
CUKRÁRNY A BARY CELKEM	3		

* k 31. 12. 2011

Přehled stravování na Kašperskohorsku:

http://www.sumavanet.cz/khory/ubytovani.asp#ub_3

Příloha č. 4

Statistika parkovacích kapacit*

Název	Kapacita		Sazba		Výnosy
	Osobní automobily	BUS	Osobní automobily	BUS	
Hradní	48	13	40	100	394 466
Náměstí	68	0	5 a 10	0	147 167
Sušická**	70	4 (podél hlavní silnice, ne přímo na parkovišti)	0	0	0
DPS	Nezjištěno	Nezjištěno	0	0	0
Výnosy celkem					541 633

* k 31. 12. 2011

** plánovaný projekt

Příloha č. 5

Přehled kulturních a společenských akcí

Kulturní akce – pravidelně každoročně konané

Název akce	Termín konání	Pořadatel
Den hudby	21. červen je oficiální Evropský den hudby, akce se koná o nejbližším víkendu	MěKIS
Kašperskohorská pouť	první víkend v srpnu	MěKIS ve spolupráci s Římskokatolickou církví
Šumavský fotomaraton www.fotoaparát.cz (akce pro zájemce o fotografování – laiky i odborníky)	září (29. 9. 2012 – 2. ročník)	Server FotoAparát.cz a škola fotografování FotoInstitut.cz ve spolupráci s generálním partnerem Centrum FotoŠkoda
Akce pro děti: Maškarní ples	v době masopustu	MěKIS
Noc s Andersenem (součást akcí SKIP = Svaz knihovníků a informačních pracovníků České republiky)	termín oficiálně daný – březen, duben – pod záštitou knihovny v Kašperských Horách	MěKIS
Čarodějnice	30. 4.	MěKIS ve spolupráci s partnerem (TJ Cyklistický oddíl, Klub kašperskohorských žen aj.)
Den dětí	1. 6.	TJ Cyklistický oddíl ve spolupráci s MěKIS
Mikuláš	5. 12.	Římskokatolická církev
Velikonoční trhy, vánoční trhy a rozsvícení vánočního stromu	neděle před Velikonocemi, první adventní neděle	MěKIS
Týden knihoven (celorepublikový projekt)	termín oficiálně daný – září, říjen – pod záštitou knihovny v Kašperských Horách	MěKIS
Solasido (pěvecká soutěž pro děti)	září, říjen	MěKIS
Tradiční koncerty – vánoční, spojené s rozdáváním betlémského světla	4. Adventní neděle	MěKIS
– letní	červen	MěKIS
Oslavy osvobození, za účasti zástupce z americké ambasády	6. 5.	MěKIS
Pietní akt válečných veteránů	11. 11.	MěKIS
Pravidelné mše	listopad (Památka zesnulých), 5. 12. (Poutní mše)	Římskokatolická církev

Ostatní akce

Akce konané ve městě probíhají za případné podpory města formou propagace akce, zapůjčením materiálu, poskytnutím informací, formou bezplatných pronájmů prostor, finanční podporou z rozpočtu města.

Spolupráce na akcích se ZŠ, pravidelné výstavy.

Plánovaná pravidelná akce v září – v roce 2012 probíhají diskuze o podobě akce – měly by se konat **28. 9. městské slavnosti**, tentokrát věnované stoletému výročí elektrifikace Kašperských Hor – v tomto termínu by se takováto akce měla konat pravidelně.

Akce na hradě Kašperk – viz www.kasperk.cz

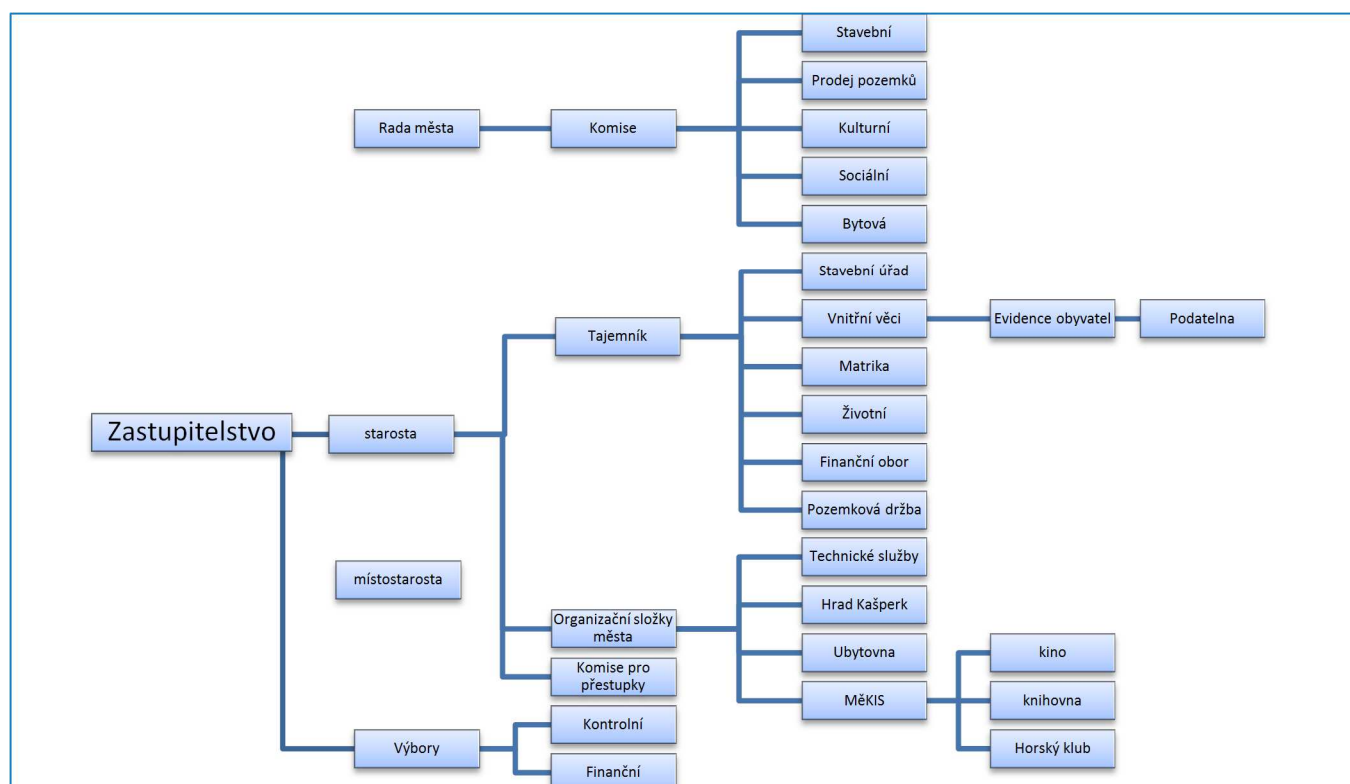
Přehled kultury a zábavy na Kašperskohorsku: <http://www.sumavanet.cz/khory/kultura.asp>

Příloha č. 6

Organizační struktura Městského úřadu Kašperské Hory Přehled a nabídka informačních center

Organizační struktura MÚ Kašperské Hory

<http://www.sumavanet.cz/mukhory/struktura.asp>



Přehled a nabídka informačních center

Městské kulturní a informační středisko

<http://www.sumava.net/ickhory/>

Modernizováno na přelomu roku 2010/2011.

Pracovní doba:

říjen až květen

pondělí – pátek: 9:00 – 12:00, 13:00 – 16:00

červen, září

pondělí – pátek: 9:00 – 12:00, 13:00 – 16:00; sobota: 9:00 – 15:00

červenec a srpen

pondělí – pátek: 8:30 – 17:00; sobota – neděle: 9:00 – 15:00

+ otevřeno ve svátky 5. - 6. 7.

Služby:

- turistické informace pro návštěvníky města;
- informace o ubytování a stravování;
- barevná mapa s popisky k vycházkovým okruhům a naučným stezkám v okolí města ve 3 jazykových mutacích (CZ, DE, EN);
- rozsáhlá nabídka prodejních turistických materiálů – pohledy, mapy turistické a cyklistické, turistické průvodce, kalendáře Šumavy, fotografické publikace Šumavy, knihy pověstí a jiné publikace s tematikou Šumavy, trička a čepice s motivy Šumavy, upomínkové předměty;
- turistická známka č. 614 "Město Kašperské Hory", výroční známky Karel Klostermann a Kohoutí kříž;
- informace o jízdách řádech, kulturních akcích, turistických cílech (hrady, zámky, muzea, přírodní památky aj.);
- turistická razítka města a pohádkového království;
- veřejný internet, kopírování;
- seznam ubytovatelů a restaurací;
- turistická vizitka – sběratelská nálepka s odnímatelným kupónem.

Popis práce MĚKIS:

Komunikace s veřejností; podpora místního rozvoje cestovního ruchu a turistického informačního centra včetně propagačních aktivit; komunikace s médii; propagace města Kašperské Hory např. na webových portálech cestovního ruchu, v časopisech, v rozhlasu; zajišťování aktualizací webových portálů města Kašperské Hory (ne části MÚ); realizace koncepce a propagační aktivity vzhledem k veřejnosti na místní, regionální (snaha i na celostátní a mezinárodní) úrovni a koordinace a zajišťování funkční vazby oblastní, krajské a celostátní sítě informačních center a činností spojených s aplikací komplexní informační databanky cestovního ruchu, včetně správy kartoték a fotobanky; spolupráce s asociacemi cestovního ruchu v tuzemsku i zahraničí (např. A.T.I.C. ČR, Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism, Mikroregion Šumava – Západ); tvorba a aktualizace souborů informací z různých oborů z oblasti cestovního ruchu s místní i regionální působností (např. historických, zeměpisných, přírodopisných a dopravních); zpracování a realizace projektů a programů informování a prezentace činnosti organizace ve vztahu k veřejnosti (příprava informačních materiálů a zpracování obsahové náplně propagačních a informačních tiskovin; příprava dokumentace

a zajišťování účasti na projektech cestovního ruchu – veletrhy CR, atd.); spolupráce na zpracování analýz rozvoje cestovního ruchu a tvorbě místních projektů podpory rozvoje cestovního ruchu (žádosti o granty a dotace); poskytování informací návštěvníkům MĚKIS i cizojazyčně; výdej a prodej propagačního a informačního materiálu; zpracovávání a vydávání kulturních přehledů, zajištění organizace provozu městského kina; koordinace prodejních akcí (trhy, soukromé akce aj.); zajišťování dozoru v knihovně – katalogizace knižního fondu a agendy knihovny.

Další: zpracování měsíčních uzávěrek prodávaných materiálů v MĚKIS; zajišťování personální obsazení MĚKIS sezónními pracovníky, aby byly pokryty provozní potřeby MĚKIS; redakce „Kašperskohorského zpravodaje“; práce v kulturní komisi; obsluha telefonní ústředny.

Brigáda na MĚKIS – náplň práce:

- podrobné seznámení se s turistickými a propagačními materiály Kašperských Hor a jeho okolí, prostudování všech atraktivit města a okolí (hrad Kašperk – možnosti prohlídek, prohlídkové okruhy, poskytované služby, plánované akce; hřbitovní areál s kostelem svatého Mikuláše – nově zpřístupněný s komentovanými prohlídkami s průvodcem, muzea v Kašperských Horách – Muzeum Šumavy, Muzeum historických motocyklů, Muzeum pivovarnictví, Muzeum české hračky; naučné stezky a vlastivědné okruhy aj.);
- poskytování informací návštěvníkům;
- doplnění a třídění propagačních materiálů;
- výpomoc při inventuře;
- aktualizace textů webových stránek;
- výpomoc při tvorbě letáku a plakátů;
- prostudování informačních databází a přehledů o ubytování, stravování, doplňujících informacích pro turisty (nabídka atraktivit z okolí, hrady, zámky, muzea, rozhledny, cyklostezky, kulturní programy, atp.) a jejich aktualizace;
- příjemné a korektní vystupování vůči veřejnosti;
- poskytování informací návštěvníkům MĚKIS i cizojazyčně;
- provádění výdeje a prodeje propagačního a informačního materiálu v MĚKIS;
- v případě potřeby podílení se na organizaci kulturních akcí pořádaných MĚKIS;
- obsluha telefonní ústředny;
- plnění dalších úkolů souvisejících s touto pracovní náplní.

Návštěvnost MĚKIS denně a měsíčně (v průměru)

	Denně	Měsíčně
Letní sezóna	cca 60 – 80 návštěvníků	cca 1 800 – 2 400 návštěvníků
Mimosezóna	cca 5 – 8 návštěvníků	cca 110 – 176 návštěvníků
Zimní sezóna	cca 15 – 25 návštěvníků	cca 330 – 550 návštěvníků

Zdroj: MĚKIS Kašperské Hory, únor 2012

Informační středisko a středisko environmentálního vzdělávání Chráněné krajinné oblasti a Národního parku Šumava

<http://www.npsumava.cz/cz/1103/sekce/is-kasperske-hory/>

Informační středisko se zaměřuje především na poskytování informací z oblasti CHKO a NP Šumava, co vše mohou návštěvníci při návštěvě shlédnout. Realizuje celoročně výukové programy pro děti MŠ až SŠ viz <http://www.npsumava.cz/cz/1172/sekce/sev-kasperske-hory/> a je zaměřeno na osídlení, rašeliniště, mokřady, plavební kanály a ekosystémy Šumavy.

Nabídka:

- bezbariérový přístup;
- stálá expozice, která je rozdělena do několika částí věnovaných Šumavě;
- multimediální stánek s dotykovou obrazovkou;
- promítací sál s kapacitou 40 míst;
- dětský koutek;
- [programy ekologické výchovy pro děti a mládež](#);
- ekoaltán (škola v přírodě);
- přednášky, promítání, besedy a doprovody – akce pro veřejnost;
- širokou nabídku informačních a propagačních materiálů (mapy, pohledy, průvodce aj.).

Návštěvnost IS a SEV CHKO a NP Šumava 2011

Název programu, akce	Počet akcí	Počet účastníků
Výukové programy	142 (počet skupin dětí)	2 163 dětí
Akce ke dni země	5	760 dětí
Akce k Evropskému dni parků	1	
Tematické programy pro veřejnost	58	2 825
Prezentace činnosti	9	

Celková návštěvnost 25 631 osob, nejsilnější měsíce roku jsou červenec a srpen vždy přes 5 000 návštěvníků.

Zdroj: Přehled aktivit IS a SEV CHKO a NP Šumava v Kašperských Horách v roce 2011, 2. 1. 2012

Příloha č. 7

Statistika trvale bydlících obyvatel

Statistika nezaměstnanosti

Profesní profily pracovníků MěKIS a hradu Kašperk

Statistika trvale bydlících obyvatel

Rok	Kašperské Hory	Kašperské Hory + části obce
2006	1 471	1 584
2007	1 479	1 578
2008	1 490	1 589
2009	1 449	1 545
2010	1 427	1 524
2011	1 431	1 523

Statistika nezaměstnanosti

Rok	Měsíc	Dosažitelní uchazeči celkem	EAO	Míra nezaměstnanosti %	Volná místa
2009	leden	81	824	9,8	2
	únor	94	824	11,4	3
	březen	96	824	11,7	9
	duben	84	824	10,2	7
	květen	78	824	9,5	7
	červen	77	824	9,3	7
	červenec	72	824	8,7	4
	srpen	73	824	8,9	6
	září	79	824	9,6	8
	říjen	81	824	9,8	6
	listopad	96	824	11,7	4
	prosinec	102	824	12,4	7
2010	leden	116	824	14,1	5
	únor	115	824	14	4
	březen	119	824	14,4	6
	duben	95	824	11,5	8
	květen	85	824	10,3	8
	červen	82	824	10	8
	červenec	88	824	10,7	8
	srpen	88	824	10,7	8
	září	87	824	10,6	8
	říjen	94	824	11,4	5
	listopad	104	824	12,6	4

	prosinec	127	824	15,4	5
2011	leden	136	824	16,5	6
	únor	132	824	16	6
	březen	132	824	16	4
	duben	101	824	12,3	2
	květen	82	824	10	6
	červen	75	824	9,1	8
	červenec	68	824	8,3	6
	srpen	71	824	8,6	2
	září	69	824	8,4	3
	říjen	73	824	8,9	2
	listopad	94	824	11,4	2
	prosinec	112	824	13,6	2

Zdroj: <http://portal.mpsv.cz/sz/stat/nz/uzem> 28. 2. 2012

Profesní profily pracovníků MěKIS a hradu Kašperk

MěKIS

Veronika Rosecká, Ing.

Střední odborná škola ekonomiky a cestovního ruchu Žďár nad Sázavou; VŠB – TU Ostrava, Ekonomická fakulta, obor Ekonomika a management, studijní program Management; při studiu na SŠ a VŠ spolupráce s MÚ Žďár nad Sázavou při zajišťování průvodcovské činnosti a „dozoru“ při návštěvách členů partnerských měst z Francie a Belgie (ve FJ); v průběhu studia VŠ jednoletý zahraniční studijní pobyt Erasmus v Belgii, město Liege, Université de Liege, pobočka HEC (Vysoká škola ekonomická), studium ve FJ a AJ; 1 rok (letní sezóna) brigáda v recepci autokempu Pilák, Žďár nad Sázavou; 6 let (v letní sezóně) brigáda jako průvodce na hradu Kašperk a 1 rok v kostele svatého Mikuláše Kašperské Hory. Hovoří FJ, AJ.

Lucie Valentová

Obchodní akademie Vimperk, pracovnice MěKIS 5,5 roku.

Hrad Kašperk

Jana Švejdová, Ing.

SPŠ textilní Jihlava – Helenín; Akademie J.A. Komenského – státní jazyková zkouška NJ + certifikát Deutsch + zkoušky na průvodce cestovního ruchu; VOŠ cestovního ruchu – Č. Budějovice (zde 2x výměnný pobyt 1 měsíc na střední škole cestovního ruchu v Bad Leonfeldenu); Jihočeská univerzita – Ekonomika a management (obor Cestovní ruch).

Na hradu Kašperk od roku 2006 jako průvodce; od září 2010 – 2011 přeshraniční projekt „1000 let soumarských stezek mezi Bavorskem a Čechami“; od roku 2012 na hradu pracovnice pro organizaci a marketing – 0,5 úvazku (příprava propagace, marketingových aktivit, organizace prohlídek,

kulturních akcí, pomoc v provozech hradu – pokladna, občerstvení, průvodce...) + 0,5 úvazku na městském úřadu – v současné době pro tvorbu strategie cestovního ruchu. Hovoří NJ, AJ.

Zdeněk Svoboda, Mgr.

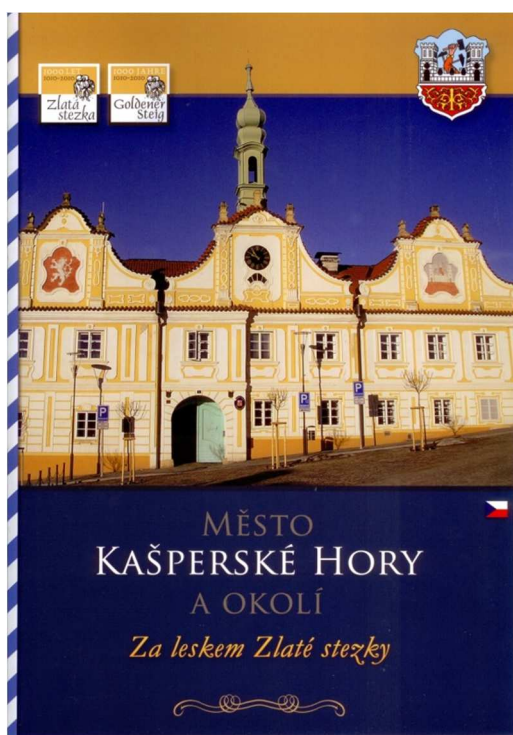
Filozofická fakulta UK – historie; 1999 – 2000 kastelán na hradu Švihov; od 1. 7. 2000 kastelán na hradu Kašperk; od 2006 zastupitel města Kašperské Hory; 2007 – 2011 předseda kulturní komise Rady města Kašperské Hory; 2004 – 2012 předseda pracovní skupiny programu regenerace MPZ. Hovoří NJ, AJ.

Obrazová příloha

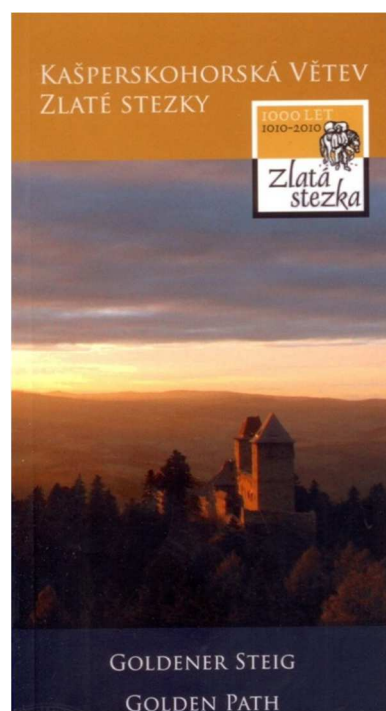
Propagační materiály

Symbody města Kašperské Hory

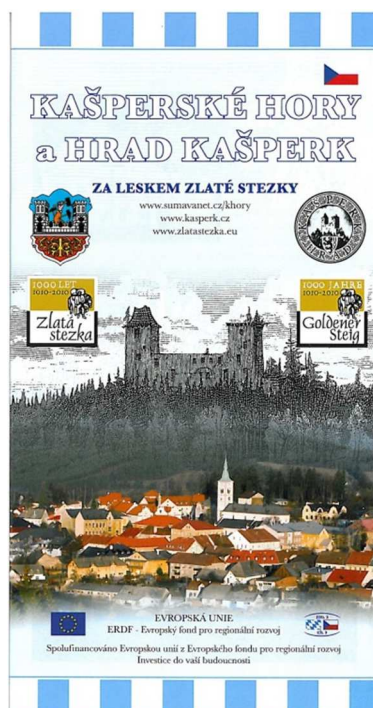
Propagační materiály města Kašperské Hory



Město Kašperské Hory a okolí – Za leskem Zlaté stezky
(„IMAGE“ materiál)



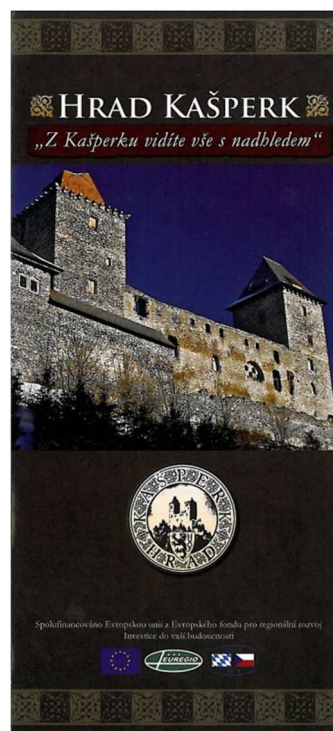
Kašperskohorská větev
Zlaté stezky



Kašperské Hory a hrad Kašperk –
Za leskem Zlaté stezky



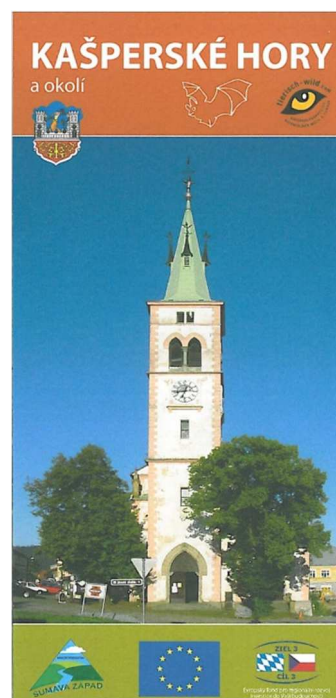
Hřbitovní areál s kostelem sv.
Mikuláše v Kašperských Horách



Hrad Kašperk



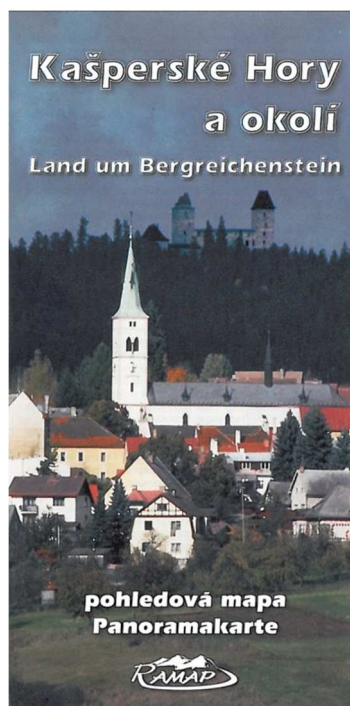
Mapa Kašperské Hory a okolí –
Naučné stezky a vycházkové okruhy v okolí Kašperských Hor



Kašperské Hory a okolí



Kašperské Hory – plán města



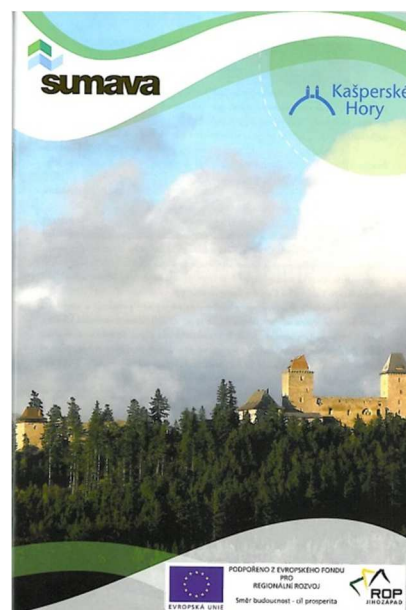
Kašperské Hory a okolí –
pohledová mapa



Šumavské Trojhradí



Ubytování

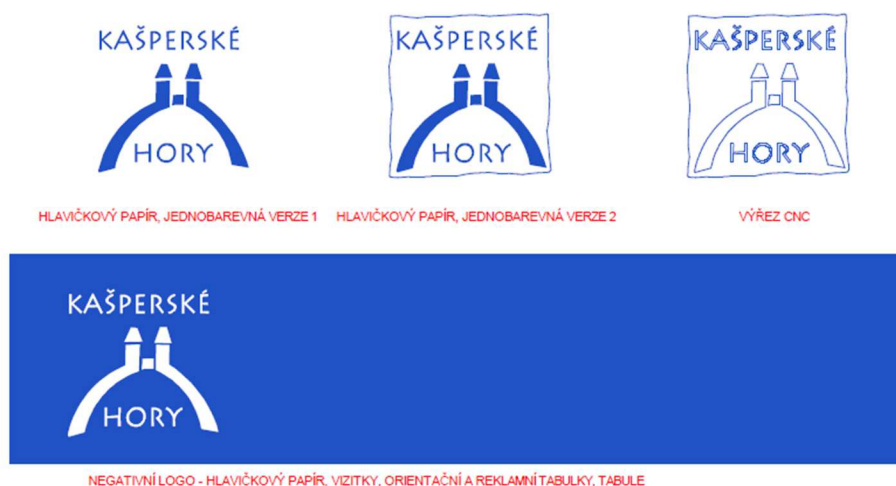


Šumava

Symboly města Kašperské Hory

Logotyp města Kašperské Hory

Návrh loga města Kašperské Hory předložený Atelierem Janda. Schváleno Radou města Kašperské Hory (usnesení 6. června 2012).



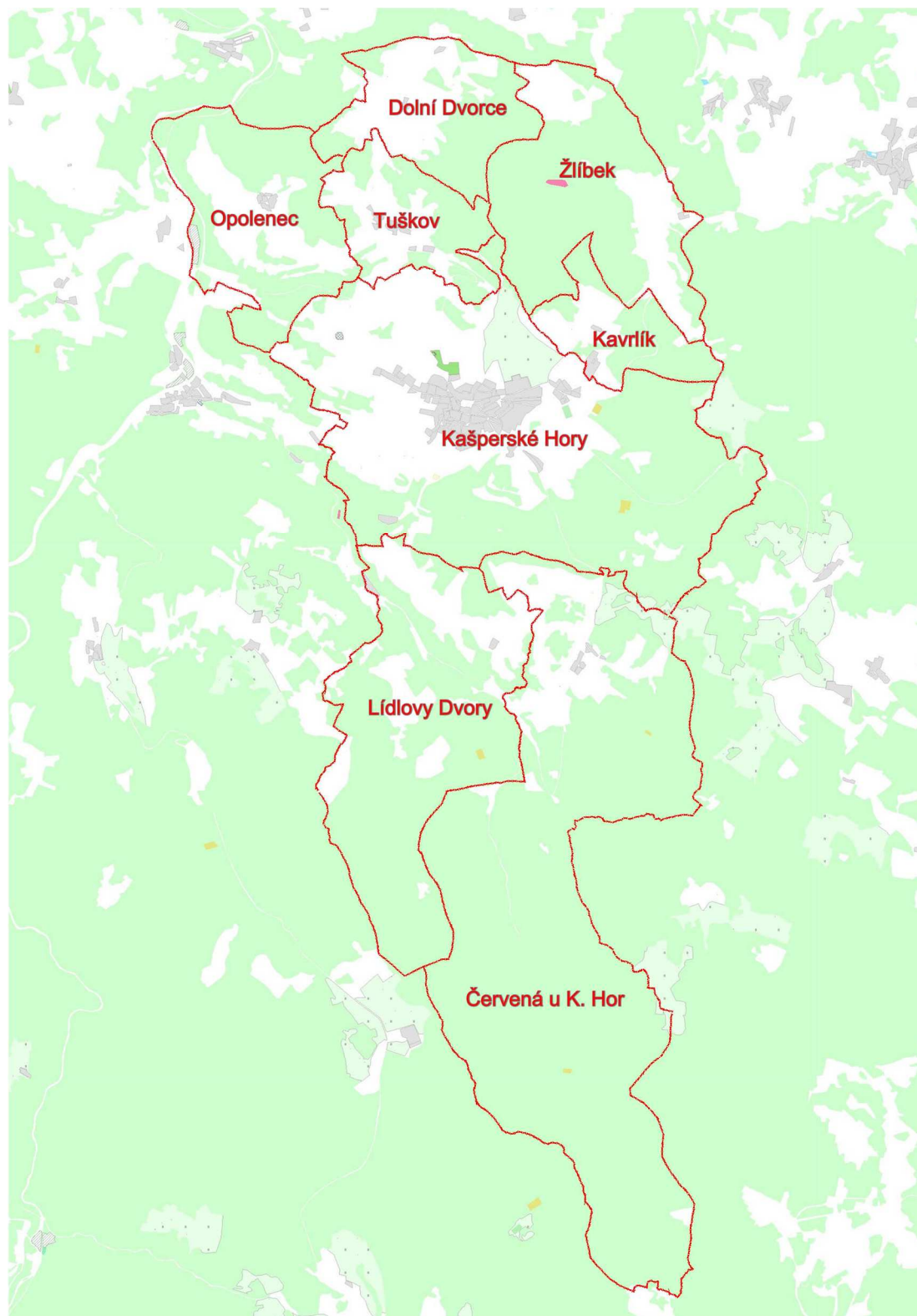
Logotyp Mikroregion Šumava – západ s.p.o.

(vybrané verze variant)



Mapové podklady

Mapa správního a katastrálního území



SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

PUBLIKACE

BIEGER,T., PECHLANER,H., WEIERMAIR,K.: Attraktions-Management, Führung und Steuerung von Attraktionspunkten. Wien, Linde Verlag, 2006.

KIRAL'OVÁ,A.: Marketing destinace cestovního ruchu. Praha, Ekopress, 2003.

PALATKOVÁ,M.: Marketingový management destinací, Praha, Grada Publishing, 2011.

DOKUMENTY, ODBORNÉ MATERIÁLY

Cestovní ruch na Šumavě, Rozvojový koncept udržitelného cestovního ruchu, Akční program, 2. aktualizace, Regionální rozvojová agentura Šumava, o.p.s., 2007.

Marketingová strategie Šumavy v oblasti cestovního ruchu, Mikroregion Šumava-Západ a Mikroregion Horní Vltava-Boubínsko, 2012.

Masterplán Šumava, Podklad pro zajištění tvorby Krajinového integrovaného plánu rozvoje Regionu Národního parku Šumava, Správa NP a CHKO Šumava, datum nezjištěn.

Strategie udržitelného turismu v regionu NP Šumava, vstupní podklad procesu certifikace PAN Parks, Integra Consulting Services s.r.o., 2010.

Výzkum zaměřený na domácí cestovní ruch 2010 – 2014, Česká centrála cestovního ruchu – Czech Tourism, etapa léto 2011 a etapa zima 2012.

Zákon 159/1999 Sb. O některých podmínkách podnikání a o výkonu některých činností v oblasti cestovního ruchu.