

Zpráva pro 4. zasedání Zastupitelstva města Varnsdorf, konané dne 23. března 2023

3.03 Strategie cestovního ruchu města Varnsdorf na období let 2022-2027

Předkládá: Marian Čapek
zastupitel

Odůvodnění:

Předkládáme Strategii cestovního ruchu města Varnsdorf na období let 2022-2027 zpracovanou Místní akční skupinou Český sever. Sběr informací, z nichž strategie vychází, probíhal v období červen-červenec 2022. Strategie je živým metodickým nástrojem, doporučuje možnosti pro zdárný rozvoj cestovního ruchu.

Strategii cestovního ruchu projednali a její schválení doporučují členové Komise pro cestovní ruch Rady města Varnsdorf.

Návrh usnesení:

Zastupitelstvo města rozhodlo schválit Strategii cestovního ruchu města Varnsdorf na období let 2022-2027.

Příloha:

Strategie cestovního ruchu města Varnsdorf na období let 2022-2027

Strategie cestovního ruchu města Varnsdorf

2022 - 2027

Strategie cestovního ruchu města Varnsdorf

2022 - 2027

VIZE

Město Varnsdorf je vyhledávaným a respektovaným centrem služeb pro cestovní ruch, které slouží návštěvníkům Horní Lužice, Lužických hor, Českého Švýcarska a Šluknovska.

MISE

Strategicky vedený rozvoj cestovního ruchu je důležitým segmentem lokální ekonomiky města a jeho okolí. Město směřuje k rozvoji cestovního ruchu prostřednictvím profesionálního koordinátora, který efektivně využívá místního potenciálu. Cestovní ruch je strategickou spojnicí všech rozvojových oblastí města včetně kultury, sportu, školství a rozvoje podnikání. Poskytuje příležitosti pro vytváření nových udržitelných pracovních míst. Profit z cestovního ruchu je ekonomickým zdrojem pro obnovu místních památek a rozvoj kulturních institucí.

STRATEGIE

Město Varnsdorf vnímá cestovní ruch jako velkou příležitost pro budoucí rozvoj, a proto jej řadí mezi své hlavní priority. Úkolem profesionálního managementu cestovního ruchu je zajistit efektivitu systému a návratnost vynaložených nákladů - díky prosperujícím službám.



ÚVOD

Dynamický rozvoj cestovního ruchu v sousedních destinacích (zejm. Zittauer Gebirge, Českosaské Švýcarsko a Lužické hory) jasně naznačuje jeden z hlavních rozvojových směrů, kterým se má město Varnsdorf vydat. Skutečnost, že **město leží v centru mezi těmito hojně navštěvovanými destinacemi**, znamená příležitost, kterou lze dobře využít. I to, že Varnsdorf je příhraniční aglomerací (což bylo doposud vnímáno spíše jako slabina), se dá strategicky využít k dosažení budoucí prosperity. **Nebyla-li dosud vytvořena lákavá nabídka přitahující do města turistické návštěvníky, je třeba se na to zaměřit.** Příležitost se k tomu nabízí hojně (např. Hrádek, Špičák, muzeum, infocentrum, expozice filmové techniky Panorama, areál Varnsdorfského rybníku, tok Mandavy, unikátní sakrální památky, zajímavá městská architektura, sportoviště, škola se zaměřením na cestovní ruch, atd.).

Proč je důležitá podpora cestovního ruchu ve Varnsdorfu? Co může cestovní ruch přinést obyvatelům města?

Samotný fakt, že se oblast cestovního ruchu nacházela v uplynulých třiceti letech spíše na okraji zájmu, znamená pro město Varnsdorf nevyužitou příležitost. Tento stav se může pozitivně změnit, pokud vedení města svěří rozvoj cestovního ruchu do kompetence profesionálního managementu, jehož hlavní náplní je:

- 1) Zmapování potenciálu města a jeho systémové zapojení do ucelené nabídky (propojení sfér).
- 2) Aktivizace a podpora podnikatelských aktivit se zaměřením na služby cestovnímu ruchu.
- 3) Podpora tvorby kvalifikovaných lidských zdrojů pro cestovní ruch (ve spolupráci s partnery).
- 4) Zlepšování turistické infrastruktury města včetně cyklostezek a dopravní obslužnosti (pocit bezpečnosti).
- 5) Propojování oblasti kultury, sportu, školství a dalších odvětví s cestovním ruchem.
- 6) Tuzemské i zahraniční propagační akvizice a marketingové akce inspirované návštěvou města a k využívání nabízených služeb.
- 7) Projektová agenda pro čerpání dotací určených pro rozvoj cestovního ruchu a přeshraniční spolupráci (ve spolupráci s partnery).
- 8) Efektivní zapojování do struktur v cestovním ruchu (např. destinační managementy) a vytěžování přínosů pro město.

MOTIVACE

Prosperita města je motivačním faktorem pro naplnění výše uvedených aktivit. Zároveň je i motivací ke změně paradigmatu, jak byl rozvoj cestovního ruchu vnímán doposud. Turistika a cestovní ruch už není okrajovou záležitostí, ale naopak se stává důležitou oblastí rozvojovou. Základem zmíněné prosperity je nabídka pestrých a kvalitních služeb. Tuto nabídku tvoří nejen již existující ubytovací a gastronomický servis, ale také nabídka zážitků, rekreačních sportů, wellness služeb, atrakcí, infoservisu, kulturních akcí, dopravní obslužnosti a doplňkových služeb (jako je například půjčovna kol a turistického vybavení).

Celé spektrum lidských činností vytváří **varnsdorfský produkt cestovního ruchu**, který je schopen oslovit a uspokojit nejen turistické návštěvníky, ale slouží i samotným obyvatelům města. Všechny aktivity propojené do profesionálně řízeného systému cestovního ruchu posilují lokální ekonomiku a stávají se motorem rozvoje směřujícího ke zlepšení podmínek pro podnikání a vytváření nových pracovních příležitostí.

Charakteristika města z pohledu cestovního ruchu

Klimaticky město patří do mírně teplé oblasti (teplota vzduchu v dlouhodobém průměru činí 5,5 °C, lednový průměr teplot se pohybuje okolo -4,4 °C, červencový průměr činí 15,3 °C.

Varnsdorf leží ve výrazně návětrné poloze Lužických hor. Tím je snížena možnost tvorby mlh a inverzních situací. Klima je tedy příhodné pro rekreační aktivity.

Pokud Varnsdorf hledá po ztrátě průmyslových kapacit nové příležitosti, stálo by za zvážení využít příznivých klimatických podmínek k tomu, aby se město přeorientovalo na služby lázeňského typu, jak například úspěšně učinily blízké obce v oblasti Žitavských hor (Kurort Oybin, Kurort Jonsdorf, Luftkurort Lückendorf, aj.).

Velkou výhodou je, že Město Varnsdorf je držitelem vlastnických práv u pozemků u Varnsdorfského rybníku (4306/5, 4306/15), kde by bylo možné příměstský autokemp vybudovat.

O možnosti vytvoření páteří cyklostezky podél Mandavy, která by propojovala oba hlavní hraniční přechody, se ve Varnsdorfu hovoří již několik let. Její návrh a realizace by se měla uskutečnit ve spolupráci s městským architektem.

Město Varnsdorf leží v povodí řeky Mandavy. Tato vodoteč protéká příhraničním územím a spojuje místně významná města **Rumburk** (ČR), **Seifhennersdorf** (SRN), **Varnsdorf** (ČR), **Großschönau** (SRN) a **Zittau** (SRN). Pro rozvoj cestovního ruchu v regionu má řeka Mandava zvláštní význam, protože nabízí četné možnosti k přeshraniční spolupráci, například při realizaci páteří **mandavské cyklostezky**. Řeka je potenciálně zajímavým městotvorným prvkem Varnsdorfu.

Průměrná nadmořská výška města je 332 m n. m. (nejvyššími body katastru jsou vrchy **Špičák** (544 m n. m.) a **Hrádek** (429 m n. m.), oba s **velkým turistickým potenciálem**, neboť již nyní jsou často navštěvovanými vyhlídkovými místy a mají i dlouhou turistickou tradici. Na obě místa vedou značené turistické stezky z obou stran hranice, což je příležitost pro rozvoj přeshraniční spolupráce.

Lokalitou s lákavými možnostmi je **Varnsdorfský rybník** a jeho okolí. Již v minulosti měl rekreační funkci a skutečnost, že pozemky v této lokalitě jsou stále v majetku města, umožňuje umístit zde například **příměstský autokemp** s potřebnou infrastrukturou.

Samotné město a zejména jeho centrum je pro turistické návštěvníky orientačně komplikované. To lze řešit zlepšením **navigačního systému**. Služby cestovnímu ruchu by měly být soustředěny do centra města, aby byly snadno přístupné. Tím se zvýší komfort nejen pro turistické návštěvníky, ale i obyvatele města (služby na jednom místě).

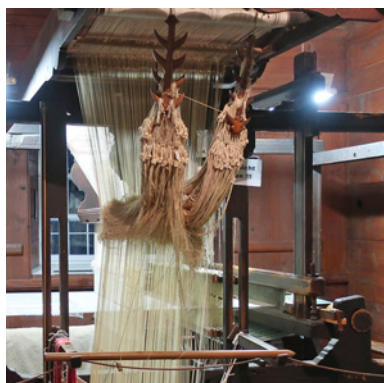
Důležité je, že Varnsdorf leží mezi turisticky atraktivními oblastmi: **Lužické hory**, **Žitavské hory**, **Horní Lužice**, **České Švýcarsko** a **České nízozemí**. Další blízké turisticky významné chráněné krajinné oblasti jsou Jizerské hory, Labské pískovce a České středohoří. Jak bylo stanoveno VIZI strategie cestovního ruchu, město **Varnsdorf se stane obslužným centrem těchto destinací**.



Co může město Varnsdorf nabídnout svým návštěvníkům?

Rozvoj cestovního ruchu stojí na třech pilířích. Jsou to **atraktivita, služby a infrastruktura**. Důležité je zmapování všech tří oblastí a jejich propojení do ucelené nabídky.

ATRAKTIVITY:



Ve Varnsdorfu se nachází řada dalších míst, které by se daly zařadit na seznam atraktivit, je ale třeba řešit jejich zpřístupnění pro turistickou veřejnost. Také je možné uvažovat o zřízení nových naučných a zážitkových tras v lesoparcích v okolí Hrádku a Špičáku. Někteří města zřizují tematické vycházkové okruhy s cílem upozornit na nějaký významný místní aspekt, což by v případě Varnsdorfu mohla být slavná tradice textilní výroby.

- 1) **Sakrální památky** – Kostel sv. Petra a Pavla, Kostel sv. Karla Boromejského, Chrám Proměnění Páně, křížová cesta, drobné sakrální památky (kapličky, křížky).
- 2) **Vyhlídková restaurace Hrádek** (probíhá rekonstrukce, plánované otevření je v sezóně 2023).
- 3) **Vyhlička Špičák** (vyhlídka na město a Lužické hory).
- 4) **Varnsdorfský rybník** (potenciální jsou městské pozemky v okolí).
- 5) **Muzeum Varnsdorf** (hotový projekt, očekává se rekonstrukce).
- 6) Lidová a městská **architektura** (mapuje se).
- 7) Širokoúhlé **kino Panorama** (možnost vybudování interaktivního muzea filmové techniky).
- 8) **Tradice textilní výroby** (viz muzeum).
- 9) **Pivovar Kocour** (restaurace, hotel, kemp, minizoo, kulturní akce).
- 10) **Řeka Mandava** (možnost vybudování Mandavské cyklostezky a různých odpočinkových míst).
- 11) **Regionální suvenýry** (za atraktivitu lze považovat též originální místní produkty s certifikací).

Významný potenciál pro cestovní ruch má vyhlídka Špičák. Toto místo čeká na zkulturnění a propojení s turistickou trasou vedoucí hned pod kopcem v sousedním Německu. V minulosti se hovořilo o rozhledně, ale stačila by mnohem levnější dřevěná vyhlídková plošina, například dle vzoru vyhlídky Stropník v Krušných horách (viz foto dole).



U všech stávajících typů služeb cestovnímu ruchu lze najít rezervy pro další rozšiřování a zkvalitňování (například půjčovna kol a turistického vybavení). Zlepšení nabídky služeb je možné očekávat s postupně se zvyšující návštěvností. Velmi prospěšné je komplexní zmapování služeb na turistickém webu města. Přínosem by bylo zřízení centra služeb turistickému ruchu - nejlépe v objektu Střelnice, který má strategické umístění, je v majetku města a je připravován k rekonstrukci (viz návrhová část strategie).

Jak ukazuje dobový snímek, objekt Střelnice měl pro Varnsdorf velký společenský, kulturní i turistický význam již v minulosti. Město nyní uvažuje o jeho rekonstrukci a hledá nové využití. Pokud by se „nová“ Střelnice stala centrem služeb cestovnímu ruchu, město by tím mělo k dispozici prostory, které by mohlo pronajímat začínajícím poskytovatelům potřebných služeb.



Město Varnsdorf má celkovou ubytovací kapacitu cca 300 lůžek, což je poloviční kapacita sousedního města Žitavy, které má navíc významnou ubytovací kapacitou v příměstském kempu SeeCamping Zittauer Gebirge.

SLUŽBY

- 1) **Turistický informační web** (zatím neexistuje, jeho roli částečně supluje web města www.varnsdorf.cz a web tic www.ic.varnsdorf.cz).
- 2) **Turistické informační centrum** (vhodnější umístění).
- 3) **Turistická ubytovna** (potřeba zviditelnit).
- 4) **Hotely: Pivovar Kocour, Varnsdorfský hotel** (vysoce kvalitní s celkovou kapacitou cca 200 míst).
- 5) **Autokemp** (možnost kempování v areálu pivovaru Kocour s kapacitou cca 60 míst).
- 6) **Cyklokemp** (možnost kempování v areálu pivovaru Kocour).
- 7) **Penziony a privátní ubytování** (fungují přes www.booking.com).
- 8) **Stravování** (celkem solidní nabídka cca 20 restaurací, bister a kaváren, které jsou dohledatelné na Internetu).
- 9) **Regionální produkty** - suvenýry (chybí specializovaná prodejna, některé jsou k dostání v informačním centru, obchůdku U Věžičky, kavárně Hosana, vinárně Pijánofka, aj.).
- 10) **Divadlo Varnsdorf** (viz www.divadlo.varnsdorf.cz).
- 11) **Kino Panorama** (širokoúhlé sálové i venkovní letní projekce).
- 12) **Dopravní obslužnost** (nové autobusové i vlakové nádraží).
- 13) **Jiné turistické služby** (zážitkové aktivity, dobíjecí stanice pro elektro-kola, wellness).
- 14) **Zdravotnická zařízení a lékárny** (zařadit do infosystému).

UBYTOVACÍ KAPACITA VE VARNSDORFU:

Pivovar Kocour	92 lůžek
Hotel Varnsdorf	70 lůžek
Turistická ubytovna (sportovní hala)	49 lůžek
Vzdělávací středisko Varnsdorf	24 lůžek
Dvůr Pohody	33 lůžek
Pension Fontána	13 lůžek
Drobné ubytování (priváty)	20 lůžek
CELKEM	cca 301 lůžek*

* Tento údaj se průběžně mění podle vývoje poskytovatelů ubytování (rozšíření kapacit / vznik / zánik).

Příměstský kemp Kocour (ubytování ve stanech a karavanech) má kapacitu cca 60 míst.

TURISTICKÁ INFRASTRUKTURA

Turistická infrastruktura slouží nejen návštěvníkům, ale i obyvatelům města. Její rozvoj vede ke zlepšení životního prostředí a zpestření volnočasového vyžití. Například vytvoření sítě bezpečných městských cyklostezek by výrazně prospělo k bezpečnosti dopravního provozu.

Stav turistické infrastruktury je vizitkou města, návštěvníci si podle ní vytvářejí obraz o lokalitě a tuto zkušenost předávají dál. Infrastruktura samotná se tak sama o sobě stává jedním z účinných propagačních nástrojů.

Důležitý je první dojem, jaký si o Varnsdorfu udělají turističtí návštěvníci hned při vstupu do města. Proto je nutné se zaměřit na zkultivování hraničních přechodů, aby na nich cyklostezky z Německa nekončily, ale pokračovaly přes nejzajímavější část města, kde budou nabízeny i lákavé služby. Cílem je, aby turisté městem jen neprojížděli, ale aby měli důvod se zde zastavit.

- 1) **Bezpečné vnitroměstské cyklostezky** (viz návrhová část).
- 2) **Cyklotrasy** (cyklotrasu 3015 je vhodné doplnit spojkou na hraniční přechod s Großschönau).
- 3) **Značené turistické trasy** (nabízí se řada možností jejich doplnění, zejména pak přeshraniční propojení s trasami v Německu).
- 4) Městský **navigační systém** (je možné modernizovat a doplnit v souladu se záměry městského architekta).
- 5) **Parky a odpočinková místa** (nutná revitalizace).
- 6) **Odpočinkové prvky** (doplnění laviček a odpočívadel jak ve městě, tak v blízkém okolí v oblasti Špičáku a Hrádku).
- 7) **Sportoviště** (zpřístupnění návštěvníkům města).
- 8) **Dětská hřiště** (zmapovat do nabídky pro turistické návštěvníky).
- 9) **Dopravní hřiště** (zkulturnit okolí, doplnit odpočinkové prvky, zřídít možnost občerstvení).
- 10) **Plavecký bazén** (prospělo by zatraktivnění zázemí)
- 11) **Turistické hraniční přechody** (mezinárodní dálková trasa E10. Možnost doplnění dvou nových přechodů pro pěší).





Turistickou návštěvnost města Varnsdorfu bude možné mnohem lépe vyhodnocovat s otevřením turisticky atraktivních objektů s vysokou návštěvností, kde se prodávají vstupenky, jako je například budoucí nové muzeum.



Více denní pobyty je možné sledovat a vyhodnocovat po zavedení rekreačního poplatku z pobytu (dle zákona o místních poplatcích č. 565/1990 Sb. hlava II).

Analýza návštěvnosti

Důležitým faktorem pro správné nastavení strategie cestovního ruchu je analýza návštěvnosti. Město Varnsdorf zatím nemá vytvořeny nástroje pro měření návštěvnosti (vyjma návštěvnosti městského informačního centra - MIC), a tudíž chybějí relevantní data pro vyhodnocení celkové návštěvnosti a struktury vícedenních pobytů. Rovněž nebyly dosud zjišťovány významné preference návštěvníků města. Odvodit celkovou návštěvnost města podle dat MIC provozovaného Městskou knihovnou Varnsdorf nelze, protože ho většina návštěvníků města nenavštíví.

Výsledky MIC

Informační centrum ve Varnsdorfu navštěvují převážně místní obyvatelé a příležitostně turisté z ČR. Cizinci tvořili před covidovou pandemií pouze 2 % návštěvníků (převážně ze SRN). V roce 2019 MIC Varnsdorf souhrnně navštívilo 12 394 osob, písemně a telefonicky bylo zodpovězeno 461 dotazů.

(Zdroj: Informace o činnosti Městské knihovny Varnsdorf)

Podle struktury návštěvnosti MIC (cca 20 % turisté, 80 % místní obyvatelstvo) je patrné, že průměrná denní turistická návštěvnost MIC byla už v době před pandemií pouze **7 turistických návštěvníků denně**. Toto nízké číslo poukazuje na nutnost změnit polohu turistického informačního centra tak, aby se nacházelo v logickém místě průniku veřejné dopravy s turistickými trasami a cyklotrasami (viz návrhová část).

Logicky lze vyvodit, že návštěvnost MIC nezrcadlí skutečnou návštěvnost města Varnsdorfu.

Většina turistických návštěvníků včetně těch ubytovaných na více dní v současnosti statistice uniká. Aby bylo možné dostat se k relevantnějším údajům, je nutné **vytvořit novou metodiku sledování návštěvnosti se zavedením rekreačního poplatku z pobytu**.

Návštěvnost okolních regionů

Potenciál, který může využít město Varnsdorf prostřednictvím nabídky svých služeb a atraktivit, naznačuje návštěvnost okolních turisticky významných destinací. Stav v roce 2020 byl tento*:

DESTINACE:	PŘENOCOVÁNÍ	Ø DÉLKA POBYTU
Lužické hory	304 427	3,3
České Švýcarsko	296 760	2,6
České středohoří	230 206	2,5

Žitavské hory (Zittauer Gebirge) evidují kolem 160 tisíc vícedenních pobytů za tuto sezónu.

* Stav následujících let 2021/22 není relevantní (pandemie, geopolitické události).

*Ideální profil budoucího návštěvníka Varnsdorfu vykryštalizuje z toho, **jaké dokážeme ve městě nabídnout služby**. Může to být aktivní sportovec preferující dobré zázemí stejně jako senior vyhledávající cenově dostupné ubytovací a wellness služby, ale i rodina s dětmi, kterou přiláká zajímavá nabídka atraktivních zážitků.*

Zajímavé cílové skupiny pro cestovní ruch ve Varnsdorfu se v současné chvíli dají vyprofilovat z údajů okolních destinačních agentur, zejména DMO Lužické a Žitavské hory, z.s.



Vlivem různých okolností se profil návštěvnosti mění. V poslední době se například výrazně projevuje fenomén „elektrocyklistiky“ (mnohem více lidí provozuje cykloturistiku). Správa NP České Švýcarsko už kvůli tomu vydalo mapu s doporučenými trasami a dobíjecími stanicemi v Českém Švýcarsku a Lužických horách. Je to příležitost i pro Varnsdorf.

Profil návštěvnosti

Systematickým zkoumáním profilu návštěvnosti (tzn. jací návštěvníci a za jakým účelem přijíždějí) se město Varnsdorf dosud systematicky nezabývalo a nemá k tomu zavedené nástroje. Z běžného pozorování lze odvodit, že se ve městě setkáváme hlavně s cykloturisty a návštěvníky z Německa, kteří přijíždějí za službami (což přibližně potvrzují i výsledky návštěvnosti MIC).

Běžní turisté z Čech nemají v současné době moc důvodů Varnsdorf vyhledávat (chybí atraktivita, za kterou by návštěvníci přijížděli). Výjimku tvoří rodinné návštěvy a nakupující, což bylo zmíněno i v plánu rozvoje cestovního ruchu Varnsdorfu na období 2007 - 2013, odkdy se situace nezměnila. Varnsdorf je de facto nákupním centrem pro blízký region. Dá se očekávat, že se situace může začít měnit s otevřením Hrádku, muzea a nových poznávacích tras (textilní stezka).

Vodítkem pro zjištění, jaký typ návštěvníků se pohybuje v okolí Varnsdorfu, mohou být výsledky publikované blízkými destinačními agenturami. Podle údajů DMO Lužické hory tvoří návštěvnost (Varnsdorfu nejbližší destinace) tyto segmenty návštěvníků:

- Aktivní senioři a turisté nad 50 let
- Rodiny s většími dětmi 30+
- Sportovně zaměřeni single 20+
- Turisté vyhledávající přírodní atraktivitu (všech věkových skupin)

Společným faktorem pro všechny tyto skupiny je, že se jedná převážně o obyvatele větších měst, kteří přijeli na jednodenní nebo víkendovou turistiku (cykloturistiku, běžkaření). V oblasti Lužických hor ročně zaregistrují kolem 300 tis. přenocování, průměrná délka pobytu činí 3,3 noci (dle údajů strategie destinace Lužické a Žitavské hory 2022 - 2027, kterou zpracovala Ekonomická fakulta TU Liberec).

Tomu odpovídají i zaznamenané PR výstupy v médiích, které region propagují sloganem „Ideální pro jednodenní výlet“ (Severočeský deník). Zájem o tuto oblast bude na několik sezón pravděpodobně nižší v důsledku pandemie, kůrovcové kalamity (těžba v lesích) a oteplování (v zimě chybí sníh pro běžkaře).

Druhou blízkou destinací, která se zaměřuje převážně na německou klientelu, jsou Žitavské hory. Zde je výrazně rozvinutější management cestovního ruchu a tomu odpovídá i výrazně vyšší návštěvnost. Řada obcí má cíleně rekreační charakter (kurort, luftkurort). Složení návštěvníků je velmi podobné jako v Lužických horách, návštěvnost je však více než dvojnásobná.

Význam okolních destinací pro město Varnsdorf



Oblast Zittauer Gebirge je dlouhodobě a intenzivně propagována v rámci celého Německa. V podstatě slouží jako rekreačně lázeňský komplex (Kurort Jonsdorf, Kurort Oybin, Luftkurort Lückendorf, wellness areál Trixi, atd.). Pro město Varnsdorf tedy může být výhodné této příležitosti využít, tzn. dostat nabídku přes hranice, kde je velká turistická návštěvnost.

Roční obrat cestovního ruchu v regionu Zittauer Gebirge činí cca 17,6 milionů euro (podle společnosti Dwif). Do statistiky jsou přitom zahrnuti jak návštěvníci hotelů a penzionů, tak i běžní jednodenní turisté s průměrnými denními výdaji, kteří tvoří takřka dvě třetiny obratu.



Z hlediska turistiky je Varnsdorf nejvíce propojen s Lužickými horami a i jeho obyvatelé tuto oblast často navštěvují (sport a rekreace), protože jsou nejnáze dostupné. Totéž platí i v opačném směru - návštěvníci Lužických hor se celkem dobře dostanou do Varnsdorfu autobusem, vlakem i na kole.

HORNÍ LUŽICE A ŽITAVSKÉ HORY VELMI VÝZNAMNÉ

Oblast saské Horní Lužice má z pohledu rozvoje cestovního ruchu pro Varnsdorf největší význam (solventní klientela). Je to dáno tím, že město Varnsdorf geograficky patří spíše do Horní Lužice, než do Čech (dostupnost). Celá oblast kolem Žitavských hor je velmi oblíbenou rekreační zónou s vysokou návštěvností. Varnsdorf má s Horní Lužicí dobré dopravní propojení a určitě lze zlepšovat i propojení pěšími turistickými trasami a cyklotrasami. Oblast Horní Lužice a Žitavských hor má dosud nejlépe organizovaný turistický ruch díky centrálnímu managementu (v Görlitz). Sousední město Žitava se již řadu let transformuje z průmyslového města na centrum turistických služeb (takové by mělo být i budoucí směřování Varnsdorfu). Že je to cesta perspektivní, dokazuje průběžně se zvyšující návštěvnost v Žitavských horách. Trvalým problémem však budou konkurenční vztahy, což se projevuje již v současnosti. Proto je potřeba zohlednit, aby místní aktivity měly originální charakter nevytěžující know-how našich sousedů.

• **Hlavními potenciálními partnery pro město Varnsdorf v Horní Lužici jsou Zittau, Großschönau a Seiffhennersdorf.**

LUŽICKÉ HORY VELMI VÝZNAMNÉ

O něco menší význam pro cestovní ruch ve Varnsdorfu mají Lužické hory. Je to dáno menší lidnatostí této oblasti i nižší návštěvností oproti Horní Lužici. Také úroveň služeb je zde ve srovnání s německými sousedy výrazně nižší (což se postupně zlepšuje). Nicméně Lužické hory jsou tradičním výletištem a oblíbenou oblastí rekreačních sportovců (a chalupářů), což vede k rozvoji nabídky služeb podporovaných nově založenou destinační agenturou DMO Lužické a Žitavské hory, z.s.. Lužické hory mají rezervu v absorpční kapacitě pro turismus (nejsou přelidněné), a proto se nabízí využít je pro přípravu programů určených turistům ubytovaným ve Varnsdorfu. To však vyžaduje zajištění kvalitního dopravního spojení mezi městem a klíčovými body v Lužických horách (Jonsdorf, Krompach, Horní Světlá, Nová Huť, Stožecké sedlo, Jiřetín p. J.). Plusem Lužických hor je kvalitní síť značených cest pro pěší, cyklo i lyžařskou turistiku (momentálně je narušena těžbou po kůrovcové kalamitě), kterou udržuje Klub českých turistů.

• **Hlavními potenciálními partnery pro město Varnsdorf v Lužických horách jsou Jiřetín pod Jedlovou, Chřibská, Česká Kamenice a Hrádek nad Nisou.**



Potenciál, který představují sakrální památky v oblasti Českého nízozemí, láká k využití. Vzniká například Mariánská poutní stezka (Modré putování) po trasách Klubu českých turistů. Mezi nejnovější aktivity patří projekt Via Nisa Crucis. Stále však chybí užší spolupráce s vlastníky církevních památek, která by umožnila jejich zpřístupnění nejen komunitám věřících, ale i běžným turistickým návštěvníkům. Přiměřená „komercializace“ by přinesla kýžené prostředky na údržbu těchto památek, takže by byla přínosem i pro vlastníky (církve). To platí i o církevních památkách přímo ve Varnsdorfu.



Ze všech okolních turistických destinací je České Švýcarsko nejnavštěvovanější, na druhou stranu zatím není moc důvodů, aby turisté z této oblasti jezdili do Varnsdorfu. Rovněž dopravní spojení z Varnsdorfu do Českého Švýcarska je zejména mimo sezónu špatné (zajížděnou přes Děčín).

ŠLUKNOVSKO (České nízozemí)

VÝZNAMNÉ

České nízozemí je historicky užívaný název pro Šluknovský výběžek (termín Šluknovský výběžek je však nutné používat obezřetně, protože je v povědomí široké veřejnosti stále spojován s negativními sociálními jevy, a proto se pro propagaci regionu nehodí). Nevýhodou této oblasti je nízká úroveň služeb, výhodou naopak síť značených turistických tras a dobrá dopravní obslužnost. Jsou zde zajímavé lokality (Mikulášovice, Lipová, zámek Šluknov, bazilika Filipov, loreta Rumburk, Dymník, Vlčí hora). Oblast Českého nízozemí může dobře fungovat jako nabídka pro nenáročnou rekreační pěší a cyklo turistiku s prvky selského safari (různá domácí zvířata na pastvinách). Jsou zde výborné podmínky pro rozvoj geocachingu, rodinné cykloturistiky a hipoturistiky. Největší hodnotou oblasti je bohatství unikátních sakrálních památek, které však většinou nejsou běžně přístupné turistické veřejnosti (je potřeba zapracovat na jejich zpřístupnění). Strategické propojení Varnsdorfu a Českého nízozemí může být velmi prospěšné celému regionu – byla by žádoucí úzká spolupráce s městem Rumburk, Šluknov a dalšími obcemi, které mají turistům co nabídnout.

• **Hlavními potenciálními partnery pro město Varnsdorf v Českém nízozemí jsou Rumburk, Šluknov, Lipová a Mikulášovice.**

ČESKÉ ŠVÝCARSKO

DOPLŇKOVÉ

Překvapivě nejmenší podíl v akvizicích Varnsdorfu do cestovního ruchu by měl směřovat do oblasti Českého Švýcarska. To je dáno celou řadou faktorů, zejména pak strukturou návštěvníků. České Švýcarsko má vlastní několikaúrovňový management (správa NP, ČŠ o.p.s., destinační fond s podporou kraje, informační centra), tudíž vliv lokální strategie města Varnsdorfu bude v této oblasti marginální. Nicméně České Švýcarsko má díky národnímu parku kvalitní propagaci, což může znamenat příležitost (řešení overtourismu v atraktivních lokalitách této destinace, kde se zájmy ochrany přírody často dostávají do střetu se zájmy destinační agentury). Varnsdorf tohoto lokálního přetížení může využít k tomu, aby návštěvníky Českého Švýcarska přilákal svým směrem, ale to až v době, kdy výrazně zlepší svou nabídku služeb. Jak se ukázalo, mnozí návštěvníci ubytovaní v nedalekém Jiřetíně p. J. cílí do Českého Švýcarska, takže i Varnsdorf může mířit svou nabídku ubytování a dalších služeb na tuto cílovou skupinu, pakliže bude zajištěno kvalitní dopravní spojení.

• **Hlavními potenciálními partnery pro město Varnsdorf v Českém Švýcarsku jsou Krásná Lípa, Česká Kamenice a Jetřichovice.**



Význam pro rozvoj cestovního ruchu ve Varnsdorfu má i spolupráce s Děčínem. Je to důležitá dopravní křižovatka, kudy do našeho regionu přichází velké množství návštěvníků (včetně zahraničních). Například děčínský zámek ročně navštíví kolem šedesáti tisíc turistů.

DMO = oficiální zkratka pro organizace destinačního managementu. V České republice certifikaci uděluje Česká centrála cestovního ruchu CzechTourism.

Spolupráce s okolními městy a obcemi

Důležitou součástí rozvoje cestovního ruchu je spolupráce s okolními obcemi (a organizacemi, v nichž jsou tyto obce zájmově sdruženy – DSOT, SPRŠ, HSRD, aj.). V okolí města Varnsdorfu je několik klíčových měst a obcí, které se aktivně zaměřily na cestovní ruch, a proto má s nimi význam udržovat partnerství (provozují informační centrum, mají na svém území atraktivní památky, vydávají propagační materiály). Částečně se zde nabízí i příležitost pro přeshraniční spolupráci.

POTENCIÁLNÍ PARTNEŘI PRO VARNSDORF:

Děčín, Rumburk, Krásná Lípa, Šluknov, Jiřetín pod Jedlovou, Česká Kamenice, Kamenický Šenov, Benešov n. Pl., Chřibská, Jetřichovice, Lipová, Mikulášovice, Kamenický Šenov, Nový Bor, Česká Lípa, Cvikov, Svor...

NA NĚMECKÉ STRANĚ:

Zittau, Großschönau, Seiffenndorf, Kurort Jonsdorf, Kurort Oybin, Waltersdorf, Heinwalde, Neugersdorf, Herrnhut...

Spolupráce s destinačními agenturami

V okolí města Varnsdorfu aktivně funguje několik destinačních agentur (DMO), jejichž úkolem je management cestovního ruchu. Každá z těchto agentur vyhodnocuje návštěvnost své oblasti, realizuje propagační aktivity a uskutečňuje projekty, jejichž cílem je rozvoj šetrného cestovního ruchu (preferencí není jen zvýšení návštěvnosti, ale také rozvoj služeb, zlepšování turistické infrastruktury a zavádění opatření zaměřených na ochranu přírody a památek). Vyváženou spoluprací s těmito organizacemi se město Varnsdorf může efektivně dostat k potřebným údajům i výrazně zlepšit svou propagaci směrem k návštěvnické veřejnosti.

V SOUČASNÉ DOBĚ PŘICHÁZÍ V ÚVAHU SPOLUPRÁCE S TĚMITO DMO PARTNERY:

DMO Lužické a Žitavské hory, z.s.

Dolní Prusk 17, 471 15 Prusk
e-mail: info@luzihory.cz
www.luzihory.cz

České Švýcarsko, o. p. s.

Křínické nám. 1161/10
407 46 Krásná Lípa
e-mail: ops@ceskesvycarsko.cz
www.ceskesvycarsko.cz

Touristische Gebietsgemeinschaft Naturpark Zittauer Gebirge/ Oberlausitz e.V.

Markt 9
02763 Zittau
e-mail: tgg@zittauer-gebirge.com
www.zittauer-gebirge.com

SWOT analýza cestovního ruchu ve Varnsdorfu

Tuto jednoduchou SWOT analýzu lze rozpracovat do podrobností, díky čemuž se zjistí další silné stránky a příležitosti, usnadní to řešení slabých stránek a hrozeb. To by měl být úkol koordinátora cestovního ruchu.



POZITIVNÍ POTENCIÁL:

- Mimořádně výhodná poloha mezi atraktivními turistickými destinacemi.
- Možnosti pro rozvoj turistické infrastruktury.
- Dobrá nabídka kulturních a sportovních volnočasových aktivit.
- Uspokojivá nabídka služeb hotelového typu.
- Škola se zaměřením na obor cestovního ruchu.
- Solidní základní dopravní obslužnost.
- Aktivní partneři pro cestovní ruch v regionu.
- Zlepšující se kultura veřejného prostoru.
- Živá spolková činnost.
- Fungující rozvojová agentura (MAS Český sever).
- Zapojení do organizací usilujících o regionální rozvoj.
- Strategie Ústeckého kraje cílí na rozvoj cestovního ruchu na Šluknovsku.
- Ochota akceptovat cestovní ruch jako na prioritu.

NÁMĚTY K ŘEŠENÍ:

- Chybí management cestovního ruchu.
- Slabá propagace města (chybí turistický web).
- Většina turistických atraktivit vyžaduje rekonstrukci.
- Nabídka udržitelných služeb potřebuje rozšířit.
- Chybí kvalifikovaný personál pro služby.
- Vyčerpaná lokální ekonomika má negativní dopad na rozvoj podnikání.
- Informační systém města vyžaduje modernizaci.
- Vstupní místa do města potřebují zkulturnit.
- Sakrální památky nejsou přístupné veřejnosti.
- Slavná tradice textilní výroby není využita.
- Chybí příměstský rekreační areál s autokempem.
- Chybí vnitroměstský cyklokemp.
- Chybí systém bezpečných městských cyklostezek.
- Přetrvávající jazyková bariéra (včetně informačního systému - není v němčině).

NÁVRHOVÁ ČÁST



Jaká může být budoucnost města Varnsdorfu?

Město Varnsdorf se stane střediskem cestovního ruchu pro návštěvníky z Horní Lužice, Lužických hor, Českého Švýcarska a Šluknovska (Českého nizozemí). Ti zde najdou kvalitní služby a pestré možnosti sportovního a kulturního vyžití, aktivního odpočinku, zážitků a poznávání.

Tato strategie cestovního ruchu navrhuje konkrétní dílčí cíle a k nim se vztahující opatření. Jejich realizací je pověřen profesionální management, který je klíčovou inovací oproti minulosti a také předpokladem úspěšné realizace strategie.

Management (organizace) cestovního ruchu ve Varnsdorfu



* Projektový manažer je důležitá součást managementu cestovního ruchu. Jeho úkolem je sledovat dotační výzvy a vyhledávat podporu pro plánované projekty. Nemusí však být zaměstnancem města, ale může jít o externího spolupracovníka.

PROCES

Proces rozvoje cestovního ruchu (posloupnost kroků) probíhá následovně:

- 1) Koordinátor cestovního ruchu předkládá návrhy jednotlivých opatření k projednání na komisi cestovního ruchu.
- 2) Komise cestovního ruchu tyto návrhy projedná a **po odborném posouzení** je doporučí/nedoporučí realizovat.
- 3) Návrhy doporučené k realizaci podá radní pro cestovní ruch **k projednání městské radě a zastupitelstvu**.
- 4) Schválené návrhy se zapracují jako opatření do **plánu rozvoje cestovního ruchu**.
- 5) Koordinátor cestovního ruchu zajišťuje realizaci opatření podle plánu. Splněná opatření předloží radnímu pro cestovní ruch (vyhodnocení).

Komise cestovního ruchu

Prvním předpokladem úspěšné realizace této strategie je sestavení poradní skupiny, která mění způsob dosavadního řízení cestovního ruchu ve Varnsdorfu. **Smyslem práce komise cestovního ruchu je navrhnout a rozvíjet strategické priority.** Komise cestovního ruchu je poradním orgánem rady města. Podle povahy (závažnosti) rada předkládá tyto priority ke schválení zastupitelstvu prostřednictvím radního pro cestovní ruch.

SLOŽENÍ KOMISE CESTOVNÍHO RUCHU:

Komise je složena z kvalifikovaných zástupců různých oborů, například:

- Radní pro cestovní ruch (vedoucí komise)
- Koordinátor cestovního ruchu (výkonný pracovník)
- Projektový manažer pro cestovní ruch (externista)
- Zástupci služeb (podnikatelé)
- Zástupci veřejnosti (např. KČT, apod.)

Koordinátor cestovního ruchu svolává komisi podle aktuální potřeby a zve kompetentní odborníky (externisty) ke konzultacím k projednávaným tématům (komise funguje jako kreativní tým). **Nejdůležitějším výstupem činnosti komise cestovního ruchu jsou návrhy priorit** (je možné vycházet z doporučených priorit a opatření v této strategii, stejně tak lze přicházet s novými nápady a implementovat je průběžně, jak bude vyžadovat praxe). Priority schválené reprezentací města budou závazně zapracovány **do plánu rozvoje cestovního ruchu.**

PLÁN ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU:

Plán obsahuje schválená opatření, která se budou realizovat. Je to de facto plán práce koordinátora cestovního ruchu, který se zodpovídá z jeho plnění radě města. Plnění plánu je taktéž klíčové pro vyhodnocení úspěšnosti činnosti koordinátora cestovního ruchu.



MĚSTSKÁ KNIHOVNA
DŮM DĚTÍ A MLÁDEŽE
INFORMAČNÍ CENTRUM

MĚSTSKÉ CENTRUM KU



Koordinátor cestovního ruchu

Plnění strategie cestovního ruchu vyžaduje stálou a průběžnou koordinaci mnoha aktivit. Řešením je **vytvoření pracovní pozice koordinátora cestovního ruchu**, což je nejdůležitější priorita této strategie. Na první pohled se může vytvoření tohoto pracovního místa jevit jako zátěž pro rozpočet města, na druhou stranu je to základní předpoklad prosperujícího cestovního ruchu.

Náplň činnosti koordinátora cestovního ruchu:

- Naplňování strategie cestovního ruchu.
- Řízení činnosti komise cestovního ruchu.
- Tvorba plánu cestovního ruchu (taktéž jeho PR a vyhodnocení)
- Realizace strategických priorit.
- Tvorba sezónní turistické nabídky města (produkt cestovního ruchu).
- Součinnost na tvorbě sezónního kulturního programu města.
- Součinnost s organizacemi města, které se zapojí do systému cestovního ruchu.
- Správa (aktualizace) kvalitního turistického webu města (živý obsah, aktuální nabídka služeb, turistické zpravodajství z města a okolí, správa rezervačního systému).
- Plánování a zajišťování vydávání propagačních materiálů.
- Zlepšování městského informačního a navigačního systému (na základě zkušeností a připomínek).
- Asistence na úpravě a doplňování značených turistických tras a cyklotras včetně vybavenosti.
- Koordinace zlepšování dopravní obslužnosti mezi městem a okolními turistickými regiony.
- Operativní řešení specifických problémů (například poptávka po nových službách, které ještě nemáme, nebo realizace dobrých nápadů podporujících konkurenceschopnost).
- Ladění systému služeb cestovnímu ruchu.
- Zapracování požadavků vedení města do systému cestovního ruchu.
- Komunikace s radou a příprava materiálů pro jednání rady.
- Komunikace s veřejností, partnery a poskytovateli služeb.
- Příprava prezentačních akcí, účast na veletrzích cestovního ruchu.
- Vyhodnocování výsledků sezón a navrhování zlepšujících opatření.
- Koordinace činnosti turistického informačního centra.

Důležitým úkolem koordinátora cestovního ruchu je například dohled nad dopravní obslužností v regionu. Je nutné zajistit, aby se návštěvníci ubytovaní ve Varnsdorfu spolehlivě a bez problémů dostali do všech okolních turisticky zajímavých oblastí. Tradičním problémem je například návaznost spojů veřejné dopravy.



Opatření pro cestovní ruch

Z analytické části strategie vyplývá, že potřebných opatření směřujících k dynamickému rozvoji cestovního ruchu ve Varnsdorfu je mnoho. Logicky není možné řešit vše najednou. Postupovat se bude podle plánu, který bude koordinován s dalšími oblastmi rozvoje města (architektonický rozvoj, investiční záměry, rozvoj podnikání, systém vzdělávání, rozvoj kulturního života, síť dopravní obslužnosti, atd.).

Opatření se dělí do dvou skupin podle důležitosti:

1) STRATEGICKÉ PRIORITY – opatření, která jsou pro rozvoj cestovního ruchu nutná.

2) DOPROVODNÁ OPATŘENÍ – aktivity zlepšující podmínky pro rozvoj cestovního ruchu.

STRATEGICKÉ PRIORITY:

- Koordinátor cestovního ruchu
- Radní pro cestovní ruch
- Komplexní zmapování potenciálu města
- Turistický web města Varnsdorfu (informační a rezervační systém)
- Zprovoznění Hrádku a okolního lesoparku
- Kultivace turistických přístupových míst do města
- Zprovoznění muzea a jeho zázemí
- Realizace rekreačně zážitkového areálu RIO (autokemp se službami)
- Revitalizace vyhlídky Špičák (přeshraniční propojení tras)
- Zlepšení dopravního spojení města s okolím (turistický bus)
- Bezpečné vnitroměstské cyklostezky (propojení atraktivních míst)
- Zajištění personálních kapacit – vzdělávání pro služby
- Zavedení rekreačního poplatku z pobytu (statistika návštěvnosti)
- Turistické informační centrum v objektu Střelnice

DOPROVODNÁ OPATŘENÍ:

- Propagační materiály a nástroje (tiskoviny, sociální sítě, prezentace...)
- Městský navigační systém
- Vnitroměstský cyklokemp
- Turistická ubytovna se službami cestovnímu ruchu
- Turistická aktivkarta (motivační návštěvnický systém)
- Rozvoj sítě turistických tras
- Muzeum filmové techniky „Panorama“
- Otevření sakrálních památek – rekonstrukce a zpřístupnění
- Centrum služeb cestovnímu ruchu - Střelnice
- Využití sportovních zařízení města pro turistické návštěvníky
- Rozvoj služeb - tvorba podnikatelských pobídek
- Vytvoření turisticky atraktivního centra města

Rekreační poplatek z pobytu

Česká praxe: Sazba poplatku z pobytu hlavního města Prahy od 1. 1. 2022 činí 50 Kč za osobu a každý započatý den pobytu (s výjimkou dne počátku pobytu). Obec Jiřetín pod Jedlovou má místní vyhláškou od 1. 1. 2020 stanoven poplatek z pobytu ve výši 19 Kč. Město Chřibská má místní vyhláškou od 1. 1. 2020 stanoven poplatek z pobytu ve výši 12 Kč. Město Děčín má místní vyhláškou od 1. 1. 2020 stanoven poplatek z pobytu ve výši 20 Kč.

V roce 2020 byly evidovány v oblasti Lužických hor například tyto příjmy obcí z poplatku z pobytu:*

Hrádek nad Nisou:	928 593 Kč
Krásná Lípa:	203 573 Kč
Jiřetín p. J.:	179 677 Kč
Chřibská:	144 142 Kč

** Lze očekávat, že v době zvyšující se poptávky po dovolené v tuzemsku se příjmy z poplatků budou zvyšovat, limitujícím faktorem je ubytovací kapacita.*

Do roku 2022 nebyl ve Varnsdorfu vybírán tzv. místní poplatek z pobytu. Tato praxe se změní a rekreační poplatek z pobytu bude zaveden nejen proto, aby se stal jedním ze zdrojů financování rozvoje cestovního ruchu, ale hlavně proto, že je to efektivní nástroj pro vyhodnocování turistické návštěvnosti (počet návštěvníků, počet vícedenních pobytů, identifikace cílových skupin, zjištění preferencí návštěvníků, atd.).

Rekreační poplatek z pobytu je efektivní nástroj pro vyhodnocování turistické návštěvnosti.

Výše poplatku z pobytu se stanovuje dle zákona o místních poplatcích (565/1990 Sb. hlava II), podle kterého je maximální sazba 50 Kč za osobu a den (např. Praha). Výši poplatku je potřeba stanovit tak, aby kompenzovala minimálně administrativní náklady spojené s jeho agendou.

Kolik to vydělá? Počítejme hypoteticky s tím, že by ve Varnsdorfu mohl být poplatek z pobytu zaveden ve výši **20 Kč** na osobu a den. Pakliže atraktivní sezóna trvá od června do září (120 dní), kdy by bylo ve městě ubytováno v různých zařízeních průměrně cca 200 osob denně, činil by výtěžek z poplatku za ubytování: 120 (dní) x 200 (osob) x 20 Kč = **480 000 Kč** (za jednu sezónu), což je částka, o které stojí za to přemýšlet, protože po odečtení administrativních nákladů může být výnos využit například na produkci a distribuci kvalitních propagačních materiálů města .



Produkt cestovního ruchu

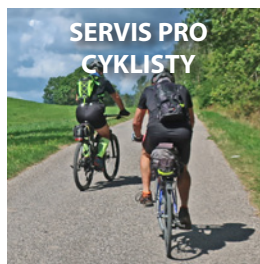
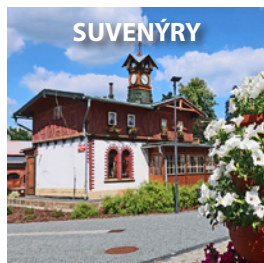
Pod pojmem **produkt cestovního ruchu města Varnsdorfu** rozumíme komplexní nabídku města pro danou sezónu. Jasně definování produktu poslouží při zpracování marketingové strategie. Produkt se postupně rozvíjí (zdokonaluje) dle aktuálních možností a jako takový definuje propagační aktivity a způsob komunikace s cílovými skupinami, tzn. aby se správná nabídka dostala ve správné době správným způsobem ke správným potenciačním zákazníkům.

PRODUKT CESTOVNÍHO RUCHU ZAHRNUJE:

- Nabídku atraktivit města a okolí
- Nabídku služeb turistickým návštěvníkům
- Nabídku sezónního kulturního programu (a jiných akcí)
- Informační servis pro návštěvníky

S takto definovaným produktem je možno následně pracovat v běžných marketingových postupech (viz marketingová strategie). Produkt je také základem pro statistické vyhodnocování, například:

- lze zjišťovat návštěvnost města (počty i strukturu),
- lze sledovat preference návštěvníků,
- lze vyhodnocovat účelnost nabídky služeb,
- lze zjišťovat zájem o pořady sezónní kulturní nabídky,
- lze vyhodnocovat výsledky opatření pro eliminaci kritických jevů,
- lze vyhodnocovat úspěšnost propagačních aktivit,
- lze sledovat dílčí i celkovou ekonomickou úspěšnost (přínos) cestovního ruchu.



České nizozemí (nová značka)

Při zpracování této strategie se rozvinula debata o tom, zda by měl být správně používán termín České nizozemí (s malým n) nebo České Nizozemí. Po konzultaci s historikem vyšlo najevo, že pojem Böhmisches Niederland, jak oblast Šluknovského výběžku označovali původní německy hovořící obyvatelé, nepochází z doby průmyslové revoluce, kdy se nabízelo srovnání s rozvíjejícím se textilním průmyslem v Holandsku, ale z dob podstatně starších, kdy se oblast kolem Lužických hor dělila na Českou nižší zem (dnešní Šluknovsko) a Českou vyšší zem (přibližně dnešní Českolipsko). Správně by tedy mělo být užíváno České nizozemí (s malým n).

Mezi důležitá opatření rozvoje cestovního ruchu ve Varnsdorfu patří redefinování názvu oblasti, kam město Varnsdorf spadá. Název Šluknovsko či Šluknovský výběžek má zejména v České republice pošramocnou pověst. Veřejnost se v důsledku mediální interpretace nedávných historických událostí domnívá, že se jedná o rizikovou sociálně vyloučenou lokalitu, což sice plně neodpovídá skutečnosti, nicméně nevalná pověst Šluknovsko stále doprovází (a ještě dlouho bude). Proto bychom měli zvážit „změnu značky“.

Ideálně se k tomu nabízí použít historický termín pro náš region - **České nizozemí (Böhmisches Niederland)**. Tento alternativní název pro Šluknovsko nenese negativní signály o regionu a jeho dobrý zvuk podporuje i podobnost s jinými oblíbenými turistickými destinacemi, jako je například České Švýcarsko či České středohoří. Pro účely cestovního ruchu by se tedy lokalizace Varnsdorfu měla uvádět například ve smyslu: **„Město Varnsdorf - navštivte největší město Českého nizozemí s bohatou textilní tradicí“**.

Je třeba vzít v potaz i to, že termín „České nizozemí“ se již v současné době začíná objevovat jak v některých médiích, tak v turistických průvodcích, takže stačí tento trend pouze podpořit.



**Vítá vás město Varnsdorf,
„místo zrodu slavné historie Českého nizozemí“**

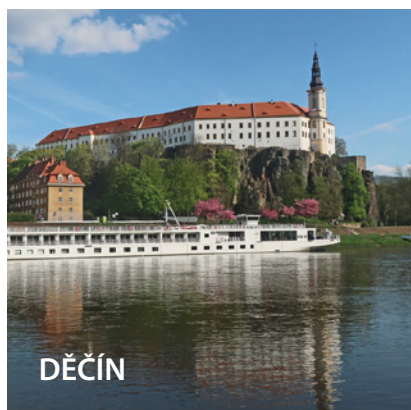
Aktivní spolupráce s regionem

Spolupráce s městy a obcemi v regionu na obou stranách hranice přinese Varnsdorfu nové příležitosti k oslovení potenciální turistické klientely. Umožní též zefektivnit propagaci a získat validnější informace pro průzkum trhu. Spolupráce se bude odehrávat zejména mezi partnery, kteří mají k rozvoji cestovního ruchu silnou motivaci - města, obce a organizace, které se rozvojem cestovního ruchu již dlouhodobě zabývají. Spolupráce se může odehrávat v mnoha například v těchto směrech:

Spolupráci v regionu již delší čas podporují destinační agentury (DMO), které vydávají propagační materiály informující o ucelené nabídce. To může posloužit jako základ pro další spolupráci (rozvoj sdíleného marketingu).

- **Vzájemná propagace (ve všech rovinách)**
- **Nabídka turistických atrakcí a služeb**
- **Pořádání společných kulturních a sportovních akcí**
- **Sdílený marketing regionálních produktů**
- **Společné projekty (místní i přeshraniční spolupráce)**
- **Koordinované plánování aktivit cílených na rozvoj cestovního ruchu**
- **Vyhodnocování návštěvnosti**

Rozvoj této spolupráce je v kompetenci koordinátora cestovního ruchu, který subjekty (tzn. místní samosprávu, organizace, podnikatele...) v okolních obcích kontaktuje, komunikuje s nimi, uzavírá s nimi dohody a realizuje společné aktivity, což je oproti minulé praxi výrazný posun (partneři budou přesně vědět, s kým mají o cestovním ruchu jednat).



DĚČÍN



GROßSCHÖNAU



KRÁSNA LÍPA



ŽITAVA



ČESKÁ KAMENICE



ŠLUKNOV

Zkušenosti partnerů mohou výrazně usnadnit cestu Varnsdorfu k rozvoji cestovního ruchu. Důležitá je schopnost komunikace, což musí být jedna z klíčových dovedností koordinátora cestovního ruchu.

Zlepšení turistické infrastruktury

Jedním z cílů strategie cestovního ruchu je i rozvoj turistické infrastruktury, což bude mít příznivý dopad na zvýšení návštěvnosti města.



Informační tabule textilní naučné stezky v Großschönau obsahují text v němčině i v češtině. Významně to prospívá k rozvoji přeshraniční spolupráce a měli bychom se tím inspirovat.



V okolí města Varnsdorfu může vzniknout hned několik nových turistických přechodů propojujících turistické trasy na české a německé straně. Jeden z nich se nabízí přímo pod Špičákem.

TURISTICKÉ INFORMAČNÍ CENTRUM (TIC)

Na rozdíl od stávajícího MIC, které slouží převážně obyvatelům města, by nové turistické informační centrum mělo sloužit převážně turistickým návštěvníkům. Proto musí být TIC zřízeno na místě, kde se kříží turistické trasy a cyklotrasy, nejlépe v blízkosti autobusového a vlakového nádraží. Takovým ideálním místem ve Varnsdorfu je objekt Střelnice, kde by mohlo vzniknout **centrum služeb cestovnímu ruchu**, například i s půjčovnou kol a prodejnou regionálních výrobků.

MĚSTSKÝ NAVIGAČNÍ SYSTÉM

Příhraniční město Varnsdorf má zájem o turistickou klientelu z Německa (Horní Lužice a Žitavských hor). Proto by mělo umět „komunikovat“ v němčině. Stávající navigační systém je nutné v tomto ohledu modernizovat, doplnit o ukazatele a na klíčových místech vybavit interaktivními komunikačními panely, které umějí obsloužit vícejazyčnou zahraniční klientelu. U významnějších památek musejí být umístěny informační panely rovněž s vícejazyčným popisem. Inspirací nám může být stávající textilní naučná stezka v Großschönau, kde jsou vkusné infopanely rovněž v českém i německém jazyce.

ZNAČENÉ TURISTICKÉ TRASY

Varnsdorf potřebuje také zlepšit systém značených turistických tras. Například významná dálková trasa E10 by měla být přeložena tak, aby vedla atraktivnějšími částmi města a kolem Varnsdorfského rybníku, kde se plánuje realizace příměstského kempu. Ještě důležitější je vzájemné propojení českých a německých turistických tras vedoucích po obou stranách hranice, zejména u Špičáku a v ulici Petra Bezruče pod Hrádkem (nové turistické hraniční přechody). Vzhledem k tomu, že orientace ve Varnsdorfu je pro návštěvníky poměrně složitá, měly by být značené turistické trasy co nejlépe propojeny s městským navigačním systémem, aby byl pohyb po městě pro turisty bezproblémový a komfortní.

CYKLOTRASY A CYKLOSTEZKY

Varnsdorfem prochází pouze jedna cyklotrasa (č. 3015), a to oblastí mimo centrum města, čímž významně klesá možnost profitu z projíždějících cykloturistů. Taktéž chybí propojení značenou cyklotrasou s hraničním přechodem do Großschönau navazující na Mandavskou cyklotrasu směrem na Žitavu. Velkým úspěchem by bylo propojení obou hraničních přechodů **vnitroměstskou cyklostezkou** vedoucí podél řeky Mandavy. Výzvou, která je podpořena trendem moderní turistiky, je vytvoření bezpečných městských cyklostezek přímo ve Varnsdorfu, čímž bychom se přiblížili k běžným standardům v sousedních německých obcích. Významným přínosem i z hlediska bezpečnosti dopravy by bylo vybudování cyklostezky mezi Varnsdorfem a Dolním Podlužím souběžně s komunikací č. 264, která může navazovat na budoucí příměstský kemp u Varnsdorfského rybníka.



Podle vyjádření některých respondentů kontaktovaných pro tuto strategii by se spolupráce mezi městem a poskytovateli služeb mohla výrazně zlepšit. Rozvoj cestovního ruchu poskytující nové příležitosti bude dobrou motivací.

Důležité je podrobněji se seznámit, jak s cestovním ruchem pracují okolní destinace, zejména Zittauer Gebirge (Žitavské hory), České Švýcarsko a Lužické hory. Strategické dokumenty týkající se těchto oblastí jsou dostupné na webech příslušných agentur:

<https://zittauer-gebirge.com>
<https://www.ceskesvycarsko.cz>
<http://www.luzihory.cz>

Marketingová strategie

Jaké jsou předpoklady úspěšného marketingu cestovního ruchu ve Varnsdorfu?

PRŮZKUM TRHU

Průzkum prostředí, v němž se strategie cestovního ruchu uskutečňuje, vyžaduje průběžné získávání platných dat (proto je nutné zavést informační systém se zpětnou vazbou - rekreační poplatek propojený s aktivní kartou a dotazníkem (návštěvníci získají slevu na vybrané typy služeb poté, co při úhradě rekreačního poplatku vyplní dotazník).

Nyní nevíme, jak bude vypadat finální produkt, který město Varnsdorf turistickým návštěvníkům nabídne. To se upřesní, jakmile vedení města schválí strategické priority a doprovodná opatření – při plnění plánu cestovního ruchu vznikne konkrétní nabídka. Na jejím základě bude možné podrobněji zkoumat trh a oslovovat klientelu (bude na co se ptát).

KONKURENCE

I v tomto případě musíme nejprve vytvořit „varnsdorfský produkt“, abychom následně mohli vyhodnotit jeho konkurenceschopnost. Lze tušit, že konkurenční vztahy se budou týkat zejména oblasti služeb (primárně v oboru ubytování a gastronomie). Ideální by byl stav, kdyby přímo ve Varnsdorfu neprobíhala mezi poskytovateli služeb rivalita, ale synergická spolupráce. To vyžaduje dobrou koordinaci po vzoru sousední destinace Zittauer Gebirge. **Koordinátor cestovního ruchu usiluje o to, aby poskytovatelé služeb bezkonfliktně spolupracovali a společně vytvořili co nejlepší produkt pro turistické návštěvníky.**

Pozitivní změnu by přineslo, kdyby města na ose regionální synergie uzavřela dohodu o vzájemné spolupráci v oblasti rozvoje cestovního ruchu. To by umožnilo lepší vztahy i mezi konkurujícími si destinacemi.

AKVIZICE

Po vytvoření finanční kapitoly cestovního ruchu bude užitečné stanovit poměr výdajů na akvizice ve vztahu k okolním regionům (město má pro ně fungovat jako středisko služeb). Každý region má ale jiný charakter a tomu odpovídající skladbu návštěvníků. Než se podaří získat relevantní analytická data, je možné poměr výdajů odvodit podle významu a návštěvnosti okolních destinací, které jsou k dispozici. Z toho vychází poměr akvizic:

Horní Lužice	35%
Lužické hory	30%
Šluknovsko (České nízozemí)	20%
České Švýcarsko	15%

Pozn.: Uvedená procenta vyjadřují poměry, jak velké by měly být akvizice města Varnsdorf do cestovního ruchu v okolních turistických oblastech (v objemu peněz z celkového rozpočtu určených na cílenou propagaci). Každá z uvedených destinací má pro cestovní ruch ve Varnsdorfu jiný význam a potenciál, proto nejsou poměry stejné.

PROPAGACE MĚSTA A REGIONU

Při rozhodování, jaké komunikační kanály zvolit k propagaci města Varnsdorfu, je třeba vzít v úvahu, že různé cílové skupiny preferují různé zdroje informací. Taktéž dotazovaní poskytovatelé služeb mají různé zkušenosti. Někomu se osvědčila inzercie v reklamní brožuře destinačního fondu, někdo jiný si vydává a distribuuje propagační letáky vlastními silami, další nepoužívá tištěné materiály vůbec a veškerou propagaci řeší přes internetové platformy. Každému se osvědčilo něco jiného. Z toho vyplývá, že pro účinnou propagaci sektoru služeb v cestovním ruchu bude nejlépe používat komunikační mix tvořený z následujících prostředků:

Vizuální podoba propagace vychází z jednotného grafického manuálu města (možná bude muset vzniknout nový vizuál). Materiály se vydávají podle realizovaných opatření (např. jakmile se bude finišovat Hrádek, bude propagace zaměřena cíleně na podporu návštěvnosti Hrádku), tzn. propagace Varnsdorfu se dostává včas a správným způsobem na správná místa s úmyslem průběžně zvyšovat návštěvnost.

- Turistický web města
- Reklama v tištěných materiálech destinačních agentur
- Atraktivní tištěné prospekty pro informační centra
- Informační panely (interaktivní) na strategických místech ve městě
- Příspěvky a pozvánky na sociálních sítích a webových službách
- Spoty na rozhlasových stanicích a jiná cílená inzercie
- Videopozvánky

SPOLUPRÁCE S DESTINAČNÍMI AGENTURAMI

Osvědčeným propagačním nástrojem je PR reklama v propagačních materiálech vydávaných destinačními agenturami. V okolí Varnsdorfu je to zejména České Švýcarsko o.p.s. a DMO Lužické a Žitavské hory, z.s., které každoročně vydávají turistické magazíny, běžně zdarma dostupné v informačních centrech a u členů destinačních fondů.

POZITIVNÍ REFERENCE NÁVŠTĚVNÍKŮ

Důležitou roli hrají též pozitivní reference samotných návštěvníků. Ty se dají očekávat, jakmile se uskuteční strategické priority, tzn. bude k pozitivním referencím oprávněný důvod.



Město Varnsdorf může ke své propagaci využít již existující kvalitní tištěná média, která každoročně vydávají různé organizace pracující s cestovním ruchem. Mohou se tím ušetřit peníze a řeší se tím i starosti s distribucí.

Je třeba upřesnit, zda další nutná opatření jako je například modernizace navigačního a informačního systému města budou taktéž spadat do kapitoly cestovního ruchu, nebo budou financovány z jiných zdrojů (rozvoj občanské vybavenosti).



Velkou atrakcí v destinaci Zittauer Gebirge je Žitavská úzkorozchodná dráha (<https://www.zittauer-schmalspurbahn.de>). Její provoz je třeba dotovat, nicméně právě ona láká do Žitavských hor každoročně desetitisíce klientů, kteří následně využívají místních služeb. Z těchto zisků se pak zpětně přispívá na provoz železnice (synergický efekt). Nelze tedy jednoznačně říci, že to, co na první pohled prodělává, nemá smysl provozovat.

FINANCOVÁNÍ CESTOVNÍHO RUCHU

Přehledné hospodaření v cestovním ruchu zajistí samostatná rozpočtová kapitola (zatím neexistuje). To umožní objektivní vyhodnocení úspěšnosti opatření na rozvoj cestovního ruchu (z ekonomického hlediska). Záleží na rozhodnutí vedení města, zda vůbec a jakým způsobem bude tato kapitola vytvořena. Kromě jiného by byla motivací pro průběžné zpracovávání projektů a dotačních žádostí určených na rozvoj přeshraniční spolupráce a cestovního ruchu (např. kvůli předfinancování).

Je jasné, že **investice do cestovního ruchu je investicí do budoucnosti**. Nejprve je nutné vybudovat podmínky pro generování příjmů a teprve poté lze očekávat profit. Proto by v komisi cestovního ruchu neměl chybět odborník na ekonomiku, který bude schopen odhadnout, jaká opatření přinesou efekt a naopak.

Důležité je **vytvořit metodiku, která umožní získávat prostředky na rozvoj cestovního ruchu od komerčních subjektů**, které na cestovním ruchu přímo profitují. Město se musí naučit kumulovat prostředky, které bude moci obratem vynaložit na podpůrné aktivity, jako je například zkvalitnění dopravního propojení s okolními regiony, zlepšení podmínek pro vzdělávání kvalifikovaných pracovních sil nebo realizace a údržba kvalitního informačního systému (aktivity, které přímo negenerují zisk, ale přivádějí klientelu ke komerčním službám).

VÝDAJOVÉ POLOŽKY CESTOVNÍHO RUCHU:

- Mzda koordinátora cestovního ruchu.
- Náklady na výrobu a provoz turistického webu města.
- Náklad na provoz Turistického informačního centra.
- Náklady na vydávání a distribuci kvalitních propagačních materiálů.
- Náklady na akce spojené s prezentací města na promoakcích.
- Poplatky za reklamu na sociálních sítích a v médiích.
- Doprovodné služby.

PŘÍJMOVÉ POLOŽKY CESTOVNÍHO RUCHU:

- Příjem z rekreačního (pobytového) poplatku.
- Příjem ze služeb poskytovaných městskými organizacemi.
- Daňový příjem od subjektů podnikajících ve službách.
- Příjem z reklamy inzerujících subjektů.
- Dotace, granty a příspěvky.
- Jiné

Závěr:

Naplnění této strategie cestovního ruchu je významnou inovací v novodobé historii města Varnsdorfu – v podstatě jde o cílené směřování k budoucnosti reflektující aktuální ekonomické a sociální podmínky v regionu – význam Varnsdorfu jako centra průmyslové výroby klesá a na místo toho se stává (může stát) centrem služeb. Nicméně **udržitelnost těchto služeb nemůže být postavena jen na místní kupní síle, ale do velké míry závisí na inomingové turistice**, kterou je proto nutné rozvíjet. Předložená strategie cestovního ruchu je živým metodickým nástrojem, nikoli dogmatem. Doporučuje, co a jakým způsobem je třeba udělat, aby se cestovní ruch začal zdárně rozvíjet a začal přinášet ekonomický a společenský efekt. Nicméně v tuto chvíli stojíme na začátku procesu, který je třeba podpořit pozitivním přijetím ze strany vedení města.

Zcela nejdůležitější je, aby se ustavil profesionální management cestovního ruchu, bez něhož nemůžeme očekávat, že se věci dají správně do pohybu.



Poděkování:

Sběr informací, z nichž tato strategie vychází, probíhal v období červen – červenec 2022. Za poskytnuté konzultace, které pomohly definovat návrhovou část, děkujeme zejména:

Iloně Martinovské, Josefu Šustovi, Františku Dlaskovi, Jiřímu Hořovskému, Pavlu Nejtkoví, Petru Kotuličovi, Tereze Dvořákové, Josefu Rybánskému, Josefu Zbihlejšovi, Evě Hamplové, Ladislavě Křížové, Jiřině Trebatické, Marcele Loukové, Ivě Nováčkové, Kateřině Hrabětové, Bohuslavu Kaprálikovi, Heleně Doudové, Daně Štefáčkové, Janu Hroudovi, Milanu Hanouskovi, Martinu Havlíčkovi, Martinu Loukovi, Josefu Zosero-vi, Oldřichu Rybářovi, Tomáši Seckému a řadě dalších, kteří poskytli podnětný názor k tématu.

„Cestovní ruch je složitý organismus a jako takový může být buď živý, nebo mrtvý. Co chcete vy?„

Zpracoval: Martin Zíka (sekce informatiky KČT oblast Ústecká)
Fotografie: © Martin Zíka
2022

