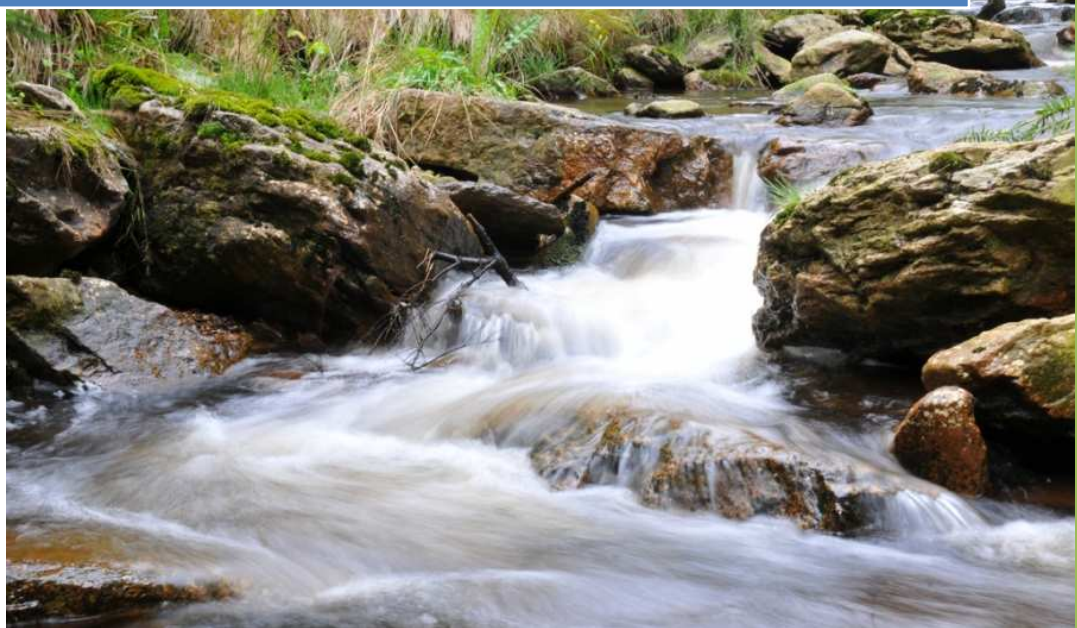


Marketingová strategie

Společná propagace česko-saského území
Krušných hor



Česko-saský turistický region
– NOVÁ KVALITA

Ústecký kraj

Tourismusverband Erzgebirge e.V.



Europäische Union. Europäischer Fonds für
regionale Entwicklung: Investition in Ihre
Zukunft / Evropská unie. Evropský fond pro
regionální rozvoj: Investice do vaší budoucnosti



Ziel 3 | Cíl 3
Ahoj sousede. Hallo Nachbar.
2007-2013. www.ziel3-cil3.eu

OBSAH

1.	ÚVODNÍ INFORMACE A VYMEZENÍ ÚZEMÍ	3
1.1.	ÚVOD	3
1.2.	IDENTIFIKAČNÍ ÚDAJE	4
1.2.1.	<i>Lead partner</i>	4
1.2.2.	<i>Partner 1 SRN</i>	4
1.2.3.	<i>Zpracovatelský tým</i>	4
1.3.	VYMEZENÍ ÚZEMÍ	5
1.3.1.	<i>Česká část území</i>	5
1.3.2.	<i>Německá část území</i>	6
1.3.3.	<i>Společné území</i>	6
2.	NÁVRHOVÁ ČÁST	8
2.1.	VIZE A CÍLE	8
2.2.	CÍLOVÉ SKUPINY	9
2.3.	STÁVAJÍCÍ NABÍDKA V KRUŠNOHOŘÍ	11
2.3.1.	<i>Pěší turistika</i>	11
2.3.2.	<i>Cykloturistika</i>	13
2.3.3.	<i>Zimní aktivity</i>	14
2.3.4.	<i>Lázně a welnes</i>	15
2.3.5.	<i>Turistika za kulturou, tradicemi a poznáním</i>	16
2.3.6.	<i>Další formy aktivního odpočinku na obou stranách hranice</i>	17
2.3.7.	<i>Slevové karty pro volný čas platné na obou stranách hranice</i>	18
2.4.	SPOLEČNÉ PRODUKTOVÉ LINIE	19
2.4.1.	<i>Za poznáním a kulturou (hornictví, památky, řemesla, železnice...)</i>	19
2.4.2.	<i>Nezapomenutelná zima (lyžování, běžkování, vánoce, muzea...)</i>	19
2.4.3.	<i>Zážitky pro mladé (adrenalinové sporty a zážitky)</i>	19
2.4.4.	<i>Krásnou přírodou jinak (turistika, cyklistika....)</i>	19
2.5.	SPOLEČNÁ REKLAMA	22
2.6.	MARKETINGOVÁ KAMPAŇ 2012	23
2.6.1.	<i>Cena a cenová politika</i>	24
2.6.2.	<i>Propagace</i>	24
2.6.3.	<i>Časový harmonogram kampaně</i>	26
2.6.4.	<i>Využití propagace prostřednictvím Odboru regionálního rozvoje Ústeckého kraje</i>	26
2.6.5.	<i>Využití propagace prostřednictvím Tourismusverband e.V.</i>	27
2.7.	ODHAD NÁKLADŮ NA JEDNOTLIVÉ KROKY KAMPAŇ V OBDOBÍ REALIZACE PROJEKTU	29
3.	ZÁVĚR	30

1. Úvodní informace a vymezení území

1.1. Úvod

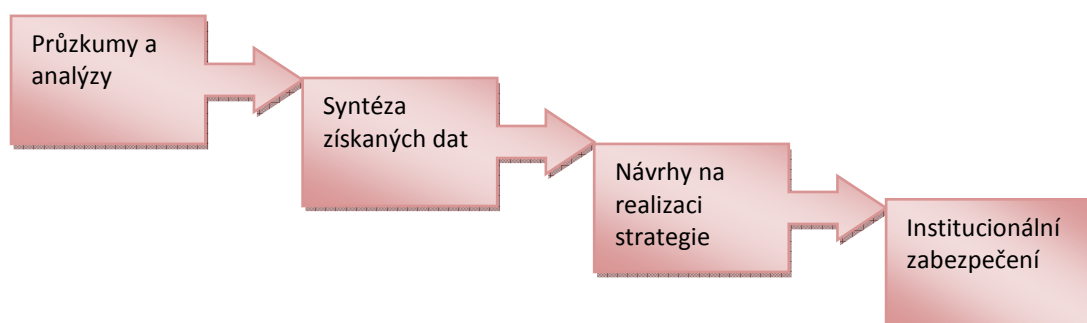
Dokument je zpracován v rámci projektu Česko-saský turistický region – NOVÁ KVALITA, který je financován prostřednictvím programu Cíl 3 na podporu přeshraniční spolupráce mezi ČR a Svobodným státem Sasko 2017- 2013. Strategickým cílem projektu je vytvoření společné propagace Krušných hor jako místa, které spojuje dvě země, ale jako jedno území je ojedinělé a specifické. Dosažení tohoto cíle bude naplněno řadou aktivit, realizovaných v rámci projektu. Jednou z těchto klíčových aktivit je zpracování marketingové strategie.

Řešeným územím ve strategii je Krušnohoří na české i německé straně hranice, které bylo v minulosti neprávem opomíjené a těžce zkoušené a až v posledních letech si získává své zasloužené místo mezi ostatními rekreačními lokalitami.

Cílem strategie je identifikovat společné vize a cíle zapojených subjektů, najít průniky v cílových skupinách i v nabízených produktech. Účelně a efektivně využít stávající propagaci a distribuční cesty všech aktérů, ty propojit a navrhnout takovou společnou kampaň, která bude cíleně zaměřena na přilákání nových návštěvníků jak z místních lokalit, tak z okolních krajů i států.

Strategie je členěna do 3 částí:

1. Úvodní informace a vymezení území
2. Analytická část – provedené statistické analýzy a dotazníkové průzkumy (Průzkum vnímání regionu česko-saských Krušných hor mezi cílovými skupinami je zpracován v samostatném dokumentu)
3. Návrhová část – návrh cílů a postupů k jejich dosažení s vazbou na čas, náklady a lidské zdroje



Na tvorbě strategie se podíleli pracovníci Ústeckého kraje, Destinační agentury Krušné hory, pracovníci Tourismusverband Erzgebirge e.V.

1.2. Identifikační údaje

1.2.1. Lead partner

Ústecký kraj

Se sídlem: Velká Hradební 3118/48, Ústí nad Labem
Kontaktní osoba: Ing. Jaroslava Kuzniruková,
E-mail: kuznirukova.j@kr-ustecky.cz
Telefon: +420 475 657 614

1.2.2. Partner 1 SRN

Tourismusverband Erzgebirge e.V.

Se sídlem: Adam-Ries-Straße 16, 09456 Annaberg-Buchholz
Kontaktní osoba: Veronika Hiebl
E-Mail: v.hiebl@erzgebirge-tourismus.de,
Telefon: +49 3733 18800 0

1.2.3. Zpracovatelský tým

Vedoucí zpracovatelského týmu: Ing. Alexandra Zdeňková
E-mail: alexa.zdenkova@seznam.cz
Telefon: 602 772 852

Členové:

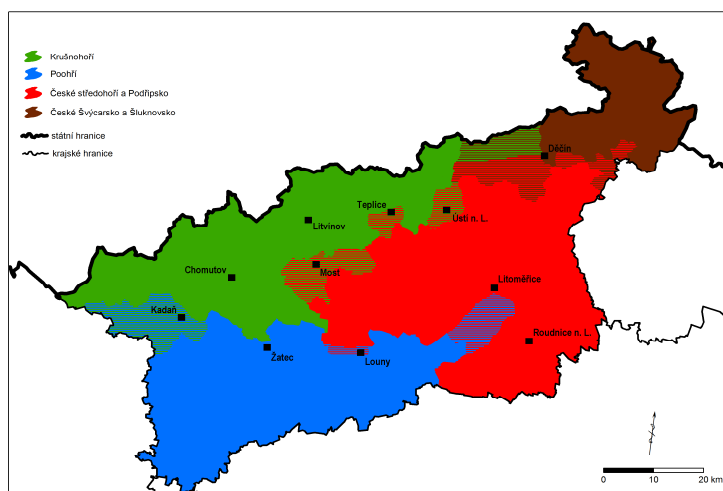
- ✓ Ing. Jana Nedrdová
- ✓ Ing. Zdeňka Umlaufová
- ✓ Kateřina Suchá
- ✓ Veronika Hiebl
- ✓ Ute Florl
- ✓ Dominique Lenk
- ✓ Kamila Jurčová
- ✓ Luise Zelenková

1.3. Vymezení území

1.3.1. Česká část území

Ústecký kraj má pro léta 2010 – 2015 zpracovanou Strategii rozvoje cestovního ruchu Ústeckého kraje, která člení území kraje na čtyři turistické regiony, kdy Krušnohoří tvoří právě jeden z těchto regionů. Na obrázku se jedná o zeleně označenou lokalitu.

Obrázek: Turistické regiony Ústeckého kraje



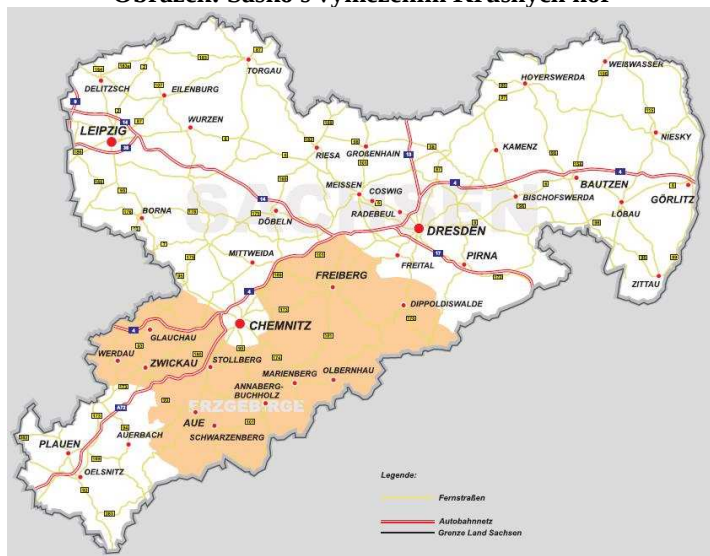
Zdroj: Strategie rozvoje cestovního ruchu Ústeckého kraje 2010-2015

Krušnohoří - zahrnuje jak samotné pohoří Krušných hor, tak i jejich silně urbanizované podhůří s průmyslovou tradicí. Území je zhruba vymezeno okresy Chomutov, Most, Teplice a Ústí nad Labem. Tyto 4 okresy tvoří 42 % z celkové plochy Ústeckého kraje. Okresní města jsou nejvýznamnějšími centry regionu. Region představuje významnou zdrojovou oblast jednodenního cestovního ruchu (co do počtu potenciálních turistů – obyvatel podkrušnohorských měst), tak i významnou oblast cestovního ruchu, zejména v jeho horských partiích.

1.3.2. Německá část území

Německá část Krušnohoří je vymezena v turistické koncepci Svobodného státu Sasko.

Obrázek: Sasko s vymezením Krušných hor



Zdroj: Tourismusverband Erzgebirge e.V.

Přesný seznam všech obcí je uveden ve statistické zprávě o ubytovacích zařízeních ve Svobodném státě Sasko za rok 2010 (http://www.statistik.sachsen.de/download/100_Berichte-G/G_IV_1_m12_10.pdf).

Stručně lze konstatovat, že se jedná o následující území (okresy):

- Okres Erzgebirgskreis
- Okres Zwickau
- Části území okresu Mittelsachsen
- Části území okresu Sächsische Schweiz – Osterzgebirge

1.3.3. Společné území

Z geografického hlediska se společné území výrazně neliší, obě území tvoří z části pohoří, které je spojuje i rozděluje. Rozloha saské části je oproti české dvojnásobná. V počtu obyvatelstva a jeho rozložení jsou patrné rozdíly vážící se právě k velikosti území. Na území ČR však probíhala v minulosti povrchová těžba uhlí, která po dlouhá desetiletí ovlivnila ráz krajiny a s tím související cestovní ruch v lokalitě.

K dokreslení stávající situace v oblasti turistického ruchu ve společném území jsou využita statistická data v členění dle jednotlivých regionů a společně. Na grafech je patrné, že saské Krušnohoří je na tom v oblasti cestovního ruchu lépe než české území. I přes tuto rozdílnost můžeme vytipovat společné rysy, na které lze v rámci budoucí spolupráce stavět.

Tabulka: Krušnohoří v číslech

Sledovaný ukazatel	Německá část	Česká část	Společné území
počet obyvatel	816 297	495 646	1 311 943
ubytovací zařízení	551	267	818
počet lůžek v těchto zařízeních	23 335	12 582	35 917
příjezdy	950 501	268 842	1 219 343
průměrná délka pobytu (dny)	3,1	4 ¹	3,16
počet přenocování v ubytovacích zařízeních	2 912 941	941 145	3 854 086

Zdroj: Marketingový program Tourismusverband Erzgebirge 2008, ČSÚ 2008

¹ Tento ukazatel je výrazně ovlivněn lázněmi Teplice

2. Návrhová část

Tato kapitola strategie vychází z předchozích kapitol a je věnována již konkrétním úkolům. Stanovuje vizi jako dlouhodobý ukazatel zájmu aktérů, dále cíle, priority a opatření, která by měla být pro realizaci strategie významná. Cíle jsou v dokumentu stanoveny jako krátkodobé (1 rok), střednědobé (do 5 let) a dlouhodobé (10 a více let). Opatření ve vazbě na poměrně rychlý vývoj a změny v oblasti cestovního ruchu jsou nastavena pouze jako krátkodobá a střednědobá, časový horizont jejich realizace je tedy období let 2012 - 2017.

Další kapitoly návrhové části jsou věnovány stávající nabídce v oblasti cestovního ruchu, cílové skupině a reklamě. Stanovené produktové linie budou rovněž základem pro uspořádání internetové prezentace. Jedná se o shrnutí informací z českých i německých zdrojů.

Poslední kapitolu návrhové části tvoří informace o institucionálním zajištění realizace strategie a nejsou zde opomenuty ani kontrolní mechanismy, které budou sledovány prostřednictvím kvantifikovaných indikátorů.

2.1. Vize a cíle

Vize je stanovena s ohledem na přeshraniční charakter projektu. Její znění bylo odsouhlaseno na jednání projektového týmu. Vize stručně shrnuje zájmy managementu, které by měly být v dlouhodobém časovém horizontu naplněny. Vize určuje směr, kdy je nutné systematicky, soustavně a dlouhodobě směřovat marketing na nejvíce konkurenceschopné, unikátní, nejspecifičtější a nejefektivnější produkty Krušnohoří, aby se lokalita stala konkurenceschopnou a oblíbenou z hlediska turistických příjezdů.

VIZE:

Česko-saské Krušnohoří je v ČR a v Německu známá, vyhledávaná turistická destinace bez bariér, kde si jednodenní návštěvníci a návštěvníci ze vzdálenějších míst, kteří se zde ubytují, mohou užít dvě země jako jeden celek

S tím jsou spojeny následující dlouhodobé cíle:

- ⇒ Zvýšit povědomí o regionu
- ⇒ Změna image české části Krušných hor (průmyslová minulost) a pro saskou část Krušných hor (= Domov zážitků Krušné hory)

- ⇒ Dostat do povědomí turistů, návštěvníků i místních obyvatel Krušnohoří jako jednu jednotnou značku.
- ⇒ Zvýšit návštěvnost lokality a prodloužit dobu pobytu hostů
- ⇒ Překonávání bariér. Těmi jsou:
 - Jazyk
 - Legislativa
 - Kvalita zařízení a poskytovaných služeb
 - Mobilita pro osoby s omezenou schopností pohybu

Střednědobé cíle

- ⇒ Zvýšit návštěvnost jednotlivých cílů
- ⇒ Zvýšit počet přenocování
- ⇒ Vytvořit pobídky (lákadla) a navázat spolupráci mezi konkrétními subjekty cestovního ruchu na obou stranách hranice
- ⇒ Podporovat dvojjazyčnost na obou stranách hranice
- ⇒ Opatření / následné vzdělávání za účelem zvýšení kvality služeb
- ⇒ Investice do rozvoje turistické infrastruktury, také s předpokladem bezbariérovosti
- ⇒ Lobbying pro usnadnění / přizpůsobení zákonných předpisů, např. Při přeúčtování v cizích měnách nebo jednotné značení turistických a cyklistických stezek

Krátkodobé cíle

- ⇒ Vytvořit a posílit českého partnera pro marketing v cestovním ruchu → silnější vazba s Destinační agenturou Krušné hory
- ⇒ Vytvořit společné produkty a společně je propagovat
- ⇒ Využít stávající distribuční cesty a vytvořit nové, které využívá Ústecký kraj a Tourismusverband Erzgebirge e.V.
- ⇒ Připravit podmínky pro snižování rozdílů v oblasti ČR na obou stranách hranice
- ⇒ Reklamní kampaň 2012

2.2. Cílové skupiny

Motivy návštěvy

Na základě provedených průzkumů v rámci dotazníkového šetření lákají Krušné hory především k turistice (28% respondentů), k zimním sportům (16% respondentů), k cykloturistice (12% respondentů) a svou kulturou. Z této analýzy vyplývá, že by v letním období měla být návštěvnost Krušnohoří větší v letním období, a to až trojnásobně.

To však neplatí dle vyjádření provozovatelů ubytovacích a stravovacích zařízení přímo v Krušných horách, kteří vykazují vyšší návštěvnost v zimě. Rozpor vznikl pravděpodobně kvůli tomu, že v rámci dotazování bylo získáno více odpovědí v létě, neboť se jednalo o jednodenní návštěvníky z regionu. Oproti tomu v zimě navštěvují region spíše hosté, kteří se zde ubytují, a z této skupiny nebylo získáno tolik odpovědí.

Návštěvníky v lokalitě lze členit na jednodenní a hosty, kteří se zde ubytují. Tito hosté pocházejí z rozdílných zdrojových trhů, mají rozdílné vzorce chování, motivy pro cestování a

požadavky. Většinou jsou jednodenní hosté místní obyvatelé nebo pochází z blízkých regionů, kteří tu setrvají nejkratší dobu a vydají co nejméně peněz. Hosté s ubytováním jsou spíše nadregionální návštěvníci a je potřeba je získávat pomocí nabídek, které je budou inspirovat k vícedennímu pobytu. Tím, že si zde zaplatí ubytování, jsou z ekonomického hlediska větším přínosem pro region.

Hlavním motivem k návštěvě regionu je jednoznačně aktivní dovolená – pod tímto souhrnným pojmem se skrývá především turistika, zimní sporty a cyklistika. Turisté sem přijíždějí ale také za kulturou, tradicemi a folklorem. Důležitými motivy jsou také služební cesty, návštěva známých a příbuzných a také nákupy. Ostatní důvody k návštěvě jsou spíše zanedbatelné.

Cílové skupiny

V současné době tvoří početnou cílovou skupinu, která zavítá do Krušnohoří, lidé ve věku **55 a více let**. V Sasku se tato cílová skupina podílí na návštěvnosti 60%. V ČR je podíl této cílové skupiny 40%. Další skupinou, která významně podporuje cestovní ruch v oblasti jsou **mladí ve věku 18+ a rodiny s dětmi**. Tyto skupiny tvoří v ČR podobný podíl jako skupina předchozí, v Sasku jsou však méně významné. Mezi další cílové skupiny, které jsou však již méně početné, patří skupiny osob sledující speciální zájem – např. vánoční tradice, řemesla, železnice, hornictví, gastronomie.

Ve střednědobém horizontu je cílem aktérů přilákat do Krušných hor nové návštěvníky a prodloužit dobu pobytu všech hostů. Do cílové skupiny, která bude tvořit hlavní segment trhu, patří skupina 55+ (tzv. best agers), rodiny s dětmi do 14 let a skupiny sledující speciální zájem o technické památky. To je důvodem pro převážně nadregionální komunikaci.

V oblasti jednodenního cestovního ruchu jsou rovněž vhodné skupiny 55+, rodiny s dětmi a také nadšenci pro sport z regionu ve věku 18+.

Cílové skupiny výše uvedené tvoří kategorii vlastních hostů, v rámci strategie však musíme oslovit i další kategorie, které k rozvoji cestovního ruchu přispějí.

Kategorie cílových skupin:

- Vlastní hosté
 - o Mezuregionální / vnitroregionální
 - o Nadregionální hosté
- Multiplikátoři (tisk, žurnalisté apod.)
- Distributoři (pořadatelé zájezdů, cestovní kanceláře apod.)
- Žáci a studenti škol a školských zařízení, odborná veřejnost

Je důležité využít potenciálu Krušných hor na obou stranách hranice. Sousední země ČR a Německo by neměly být vnímány jako konkurenti, ale jako partneři, kteří své návštěvníky mohou nasměrovat i do dalších cílů právě u svého souseda. Toto je jedna z ideí celého projektu a je důležitá právě ve vazbě na cílové skupiny.

2.3. Stávající nabídka v Krušnohoří

2.3.1. Pěší turistika

a) v české části Krušných hor

Pro turistiku je v rámci regionu vhodnější horská část, to platí hlavně pro pěší turistiku. Krušné hory a jejich okolí je protkáno relativně hustou sítí **turistických stezek**. Sít turistických stezek je dostatečná a přivádí turisty na všechny důležité lokality s přírodními či kulturními zajímavostmi. Jako zajímavé atraktivity cestovního ruchu v regionu lze vidět především:

Maloplošná chráněná území - přírodní parky Východní Krušné hory, Bezručovo údolí a Údolí Prunéřovského potoka, které patří k nejzachovalejším částem Krušných hor.

3 národní přírodní rezervace, a to Jezerka u Jirkova, Velký močál u Přebuze (Karlovarský kraj) a Novodomské rašeliniště u Načetína

4 přírodní rezervace (Grünwaldské vřesoviště, Libouchecké rybníčky, Niva Olšového potoka, Rájecká rašeliniště). Zajímavou přírodní atraktivitou a zároveň přírodní památkou jsou také Sfingy u obce Měděnec.

Mezi nejnavštěvovanější **rozhledny** patří Komáří vížka na Teplicku s nadmořskou výškou 807 m n.m., na níž z Krupky **vede nejdelší česká sedačková lanovka**. Dalšími vyhlídkami jsou Jeřabina u Litvínova, 785 m n. m.; Větruše v Ústí n. L., 228 m n. m.; Erbenova vyhlídka v Ústí n. L., 420 m n. m.; Růžový vrch u Hory Sv. Kateřiny, 729 m n. m.; Strážště u Chomutova, 511 m n. m., Hasištejn u Kadaně, 627 m n. m., Malé sedlo u Střekova (284 m n. m., rozestavěná rozhledna).

Naučné stezky, které mají většinou charakter přírodovědných naučných stezek jako např. NS Flájská hornatina, NS Přírodou a dějinami Oseka, NS Tesařova stezka - Šumný důl. Historická naučná stezka je značena např. u Chlumce u Ústí n. L. v místech napoleonské bitvy v roce 1813 u Chlumce, dále např. NS Příhraniční hornická naučná stezka.

b) v saské části Krušných hor

Saská část Krušných hor zahrnuje více než 5000 kilometrů značených turistických tras, od dálkových turistických cest přes místní „okružní“ turistické stezky až po naučné stezky. Zvláštní pozornost v oblasti propagace je zaměřena především na **následující turistické cesty**:

- **Hřebenová trasa (cesta) Krušné hory – Vogtland** (Kammweg Erzgebirge-Vogtland)

Hřebenová trasa Krušné hory-Vogtland má délku 289 km a vede od města Altenberg – Geising ve východní části Krušných hor přes Vogtlandsko až do Blankensteinu v Durynsku (Thüringen), kde se napojuje na hřebenovou stezku Rennsteig. Hřebenová trasa Krušné hory - Vogtland splňuje přísná kritéria kvality týkající se trasy (téměř výhradně stranou od silnic), krajinné mnohotvárnosti a značení. Německé turistické sdružení (Deutscher

Wanderverband) jí udělil cenu - pečeť kvality v rámci aktivit „Qualitätswanderweg Wanderbares Deutschland“.

- **E3 - horská turistická trasa (E3 – Bergwanderweg)**

TVE propaguje na 205 kilometrech podél Evropské dálkové turistické trasy (Europäischer Fernwanderwegs E3) „Turistiku bez zavazadel na horské turistické trase v Krušných horách“.

- **„Turistika bez zavazadel v bájném údolí Zschopautal“** („Wandern ohne Gepäck im sagenhaften Zschopautal“)

Na trase v délce zhruba 130 kilometrů vede Cesta v údolí řeky Zschopau turistu z Oberwiesenthalu až do Döbeln podél „Bájného údolí řeky Zschopau – od pramene až po ústí“.

- **„Turistika bez zavazadel přes stolové hory – turistika z jednoho místa ubytování ve vrcholových partiích Krušných hor“** („Wandern ohne Gepäck über Tafelberge – Standquartierwandern im Oberen Erzgebirge“)

Bärenstein, Pöhlberg, Scheibenberg a Fichtelberg jsou 4 cíle pro turistiku (stálé ubytování, které je výchozím bodem pro výlety. „Turistické taxi“ převezve v ranních hodinách turisty do výchozího bodu výletu (denní trasy).

Akce zahrnuje také jeden odpočinkový den, v rámci kterého turisté mohou využít paušální nabídky poskytované v rámci karty ErzgebirgsCard.

Základem pro turistiku v přírodě tvoří na ploše cca 1 500 km² **Přírodní park Krušné hory-Vogtland** (Naturpark Erzgebirge-Vogtland). Rozprostírá se na ploše cca 120 km od obce Holzhau ve východní části Krušných hor až po Bad Elster ve Vogtlandu a vede podél sasko-české hranice. Plochu z 61% pokrývají lesy, z 30 % zemědělské plochy a z 9% městské aglomerace, Krušné hory jsou bohatě zalesněné a tedy relativně přírodě blízké turistické území.

Malé biotopy jsou chráněny označením „**plošné přírodní památky**“ – z toho jich přírodnímu parku náleží 181.

Chráněná krajinná území (Landschaftsschutzgebiete) – v Krušných horách jich je 14. Větší přírodě blízké ekosystémy se v Krušných horách těší nejvyšší úrovni ochrany: najdeme zde 45 přírodních chráněných oblastí (Naturschutzgebiet). Jedná se především o cenná vrchovištní rašeliniště v hřebenových partiích. Známé příklady jsou Velké a Malé jestřábí jezero (der Große und Kleine Kranichsee) u města Johanngeorgenstadt (poslední životní prostor tetřeva v Krušných horách), rašeliniště Stengelhaide jižně od Marienbergu nebo rašeliniště Georgenfelder Hochmoor západně od Altenbergu-Cínovce.

2.3.2. Cykloturistika

a) v české části Krušných hor

Cykloturistika patří mezi nejoblíbenější formy letního cestování. Po hřebeni pohoří v blízkosti hranic se SRN vede cyklostezka 23 Krušnohorská magistrála, vedoucí z Chebu až do Děčína. Na tuto páteřní komunikaci se napojují cyklotrasy nižších tříd. Těmito cyklostezkami jsou (např. Doupovská trasa, Chomutovská, Duchcovská, Teplická či Ústecká spojka) a také mezinárodní cyklotrasa 25 Chemnitz - Most - Doksy. Cyklotrasy v Krušných horách jsou přehledně značeny a umožňují turistům navštívit přírodní i kulturní zajímavosti. Jedná se o trasy, které nejsou zaměřeny na konkrétní typ cykloturistiky, mohou je využít jak příznivci silničních, tak horských kol.

b) v saské části Krušných hor

Na území saské části Krušných hor jsou vybudovány tyto cyklostezky:

- Hřebenová trasa (Kammtour): z Schönecku přes Oberwiesenthal, Seiffen až do Altenbergu (úseky vedou často přes české území)
- Cyklostezka Stříbrná stezka (Silberstraße-Radweg): 194 km od Aue přes Wolkenstein, Marienberg, Olbernhau a Freiberg až do Drážďan
- Cyklojízda údolím řek: Muldetal (údolí řeky Muldy), Zschopautal (údolí řeky Zschopau), Schwarzwassertal Flöhatal (údolí Flájského potoka), Pressnitztal (údolí řeky Přísečnice), Willischtal (údolí řeky Willisch) a Sehmatal (údolí řeky Sehma)
- Další trasy v okolí hor a zajímavých míst v Krušných horách

Tyto cyklostezky jsou zakotveny v Koncepci cyklistických tras v daných okresech. Obtíže v oblasti místní příslušnosti a financí v posledních letech však byly příčinou, že některým úsekům existující infrastruktury nebyla věnována dostatečná údržba. Je tedy nutné vzít v potaz, že úroveň saských cyklotras zatím nedosahuje úrovně české sítě cyklotras.

Jako slibnější se jeví segment jízdy na horských kolech (Mountainbiking), pro který se zdejší kopcovitý terén a z velké části nezpevněný povrch lesních cest velmi dobře hodí. V uplynulých letech se uskutečnily také investice právě do infrastruktury speciálně pro vyznavače jízdy na horských kolech:

- Miriquidi Trails v okolí města Lengefeld
- Annaberger Landring – Annaberský okruh
- EBM-trasa (Erzgebirgs-Bike-Marathon) v okolí Seiffenu
- Sportpark Rabenberg, Breitenbrunn
- Okolí měst Oberwiesenthal a Boží Dar: Trasa Lukáše Bauera (Lukáš-Bauer-Tour), Trasa Jense Weißfloga (Jens-Weißflog-Tour) a další.

Krušné hory proslavilo mnoho značených tras nejen pro sportovce na horských kolech v okolí těchto cest a tyto se často doporučují přátelům a známým. Zvláště přeshraniční trasy na hřebenech zdůrazňují význam společných a hranice zemí přesahujících marketingových aktivit.

2.3.3. Zimní aktivity

a) v české části Krušných hor

V Krušných horách je řada lyžařských středisek. Na západní hranici Ústeckého kraje zasahuje zhruba třetinou areálu lyžařský areál Klínovec. Významným lyžařským centrem Krušných hor je také lyžařský areál Klíny v Krušných horách, kde je mimo jiné provozován Freestyle Rippers park. Další střediska sjezdového lyžování jsou Český Jiřetín, Bouřňák, Pyšná, Mezihoří, Meziboří, Hora sv. Kateřiny, Komáří Vízka a Měděnec. Tato střediska jsou však pouze lokálního charakteru a jsou vhodná především pro začátečníky, rodiny s dětmi a nenáročné lyžaře.

Výše uvedené areály zajišťují také úpravu a značení **běžeckých tras** ve svém okolí i páteřní síť Krušnohorská bílá stopa (www.kbstopa.cz). Koncentrace běžeckých tras je v lokalitách Boží Dar a Klínovec, Lesná, Klíny - Mračný vrch, Dlouhá Louka, Bouřňák, Telnice a Nakléřov. Celkem je v Krušných horách upravováno více než 250 km běžeckých tras a okruhů jak pro klasiku, tak pro volný styl.

b) v saské části Krušných hor

Krušné hory jsou nejoblíbenějším regionem pro zimní sporty v Sasku. Nejčastěji sem návštěvníci přijíždí, aby si užili běžekého a sjezdového lyžování či snowboardingu. Saská část Krušných hor disponuje znamenitou sítí běžkařských tras – obce v zimním období vytvoří a udržují více než 150 kilometrů stop pro běh na lyžích. Vedle regionálních **běžeckých stop** existují následující nadregionální významné oblasti pro běh na lyžích:

- **Hřebenová trasa (od Schönecku do Johanngeorgenstadtu)**

Lyžařská magistrála (z Johanngeorgenstadtu až do Holzhau) a „východokrušnohorská“ běžeká stopa (Osterzgebirgsloipe) (z Holzhau do Altenbergu) dohromady tvoří 196 kilometrů dlouhou dálkovou trasu pro běh na lyžích, na úseku lyžařské magistrály probíhá také přes české území.

- **Geyerský les (Geyerscher Wald)**

Lokalita je se svými téměř 120 kilometry běžekých stop propojená oblast Spiegelwald – Geyerscher Wald skutečným rájem pro běžkaře. Nabídka nejrozumnějších výletů a běžekých tras je skutečně pestrá.

- **Marienberský revír (Marienberger Revier)**

Nachází se na území od hornického města Marienberg do obcí Satzungen, Reitzenhain a Kühnhaide na hřebeni Krušných hor. Různě dlouhé běžeké okruhy umožňují běžkaři výběr podle aktuální fyzické kondice.

- **Východní Krušné hory (Osterzgebirge)** mezi obcemi Sayda – Holzhau – Frauenstein
V propojení zde běžkaři mohou prozkoumat 150 kilometrů běžekých stop.

Téměř v každé obci v nadmořské výšce nad 600 m.n.m. v Krušných horách najdete lyžařský svah a často také vleč. **Lyžařské areály nadregionálního významu** jsou:

- Oberwiesenthal s Fichtelbergem a napojením na oblast Klínovce
- Altenberg a Geising
- Holzhau
- Oblast Auersberg a některé menší lyžařské oblasti.

Některé oblasti již snowboardistům nenabízí jen upravené svahy, ale také snowparky pro náročné sjezdy. Snowparky se v současné době nachází v:

- Oberwiesenthal u Fichtelbergu (nabídka je širší v areálu Klínovec)
- Eibenstock
- Holzhau
- Hermsdorf
- Rehefeld-Zaunhaus

2.3.4. Lázně a wellness

a) v české části Krušných hor

Teplice - lázeňské město s mezinárodním společenským a kulturním významem, čemuž odpovídá i počet a struktura ubytovacích (3 čtyřhvězdičkové hotely) a stravovacích zařízení, které se soustřeďují na zahraniční klientelu.

Dubí - lázně regionálního až národního významu se specializací na léčbu pohybového ústrojí a nervových poruch. Lázně byly provozovány stejnou společností jako lázně v Teplicích, nyní mají nového majitele.

Bílina - lázeňské město regionálního významu, lázně Kyselka jsou bohužel dlouhodobě (od roku 1996) uzavřeny a městu se dosud nepodařilo nalézt investora či partnera k jejich oživení.

Kláštevec nad Ohří – v nedávné minulosti se podařilo oživit historický komplex lázní Evženie, v současnosti dochází k postupnému rozšiřování nabídky poskytovaných služeb.

Jáchymov- jedná se o radonové lázně, které se nachází přímo v srdci Kušných hor.

b) v saské části Krušných hor

Uznávanými lázeňskými městy Krušných hor jsou Bad Schlema s radonovými lázněmi ACTINON, lázně Thermalbad Wiesenbad, které se specializovaly na termální a bylinné aplikace, lokalita Kurort Warmbad (u Wolkensteinu) s nejteplejším pramenem v Sasku a vodoléčebné lázeňské město Altenberg, kde se nachází zdravotní centrum „Raupennest“.

V saské části Krušných hor se nachází hustá síť zážitkových aquaparků, které často nabízí i zdraví prospěšné služby jako saunu, masáže a rozmanité východoasijské aplikace. Příkladem jsou zařízení v Eibenstocku, AnaMare v Geyeru, AquaMarien v Marienbergu, Erzgebirgsbad Thalheim a řada dalších.

2.3.5. Turistika za kulturou, tradicemi a poznáním

a) v české části Krušných hor

Řada měst v Krušných horách a Podkrušnohoří nabízí **velké množství kulturních památek**, které patří mezi národní unikáty. Jsou to například města:

Teplice - lázeňské město se zámek Teplice, v němž sídlí regionální muzeum. Historické centrum města i lázeňská zóna byly v minulosti postiženy rozsáhlými demolicemi.

Duchcov - Duchcovský zámek se zahradami, známý pobytem G. Casanovy.

Osek - národní kulturní památka Cisterciácký klášter Osek, v blízkosti zřícenina gotického hradu Rýzmburk.

Bílina – lázeňské město ležící na rozhraní Krušnohoří a Českého středohoří, dochované historické jádro (městská památková zóna)

Chomutov - největší turistickou atraktivitou Chomutova je Podkrušnohorský zoopark, který ročně navštíví zhruba 220 tis. návštěvníků, tj. po Terezínu je nejnavštěvovanější atraktivitou Ústeckého kraje.

Jirkov – zámek Červený Hrádek.

Most – národní kulturní památka – přesunutý děkanský kostel Nanebevzetí Panny Marie, hrad Hněvín a dále několik volnočasových areálů. Jedná se o autodrom hipodrom, aquadrom, aerodrom (souhrnné označení Mostecké dromy), přičemž zejména první dva představují pro město významné atraktivity, neboť na akce na nich pořádané (dostihy, závody trucků, automobilů či motocyklů) se sjíždí řada návštěvníků z celého Česka i ze zahraničí.

Kadaň - rozsáhlá městská památková rezervace s velkým potenciálem pro cestovní ruch.

Kláštepec n. O. - zámek (expozice porcelánu) a zámecký park, Thunská hrobka, Sala Terrena

Kromě vyjmenovaných atraktivit se v regionu nachází také **řada hradů a zámků** (např. hrad v Krupce, zámek Jezeří, Litvínov, Trmice apod.).

Potenciálem cestovního ruchu, který je možné využít např. pro přípravu produktu cestovního ruchu a k následné jednotné propagaci, je **důlní historie obcí v hnědouhelné pánvi**. V Mostě se nachází oblastní muzeum s expozicí věnovanou zaniklým obcím Mostecká, více turisticky využít lze také místní Podkrušnohorské technické muzeum umístěné v bývalém hlubinném dole Julius III, štolu Starý Martin v Krupce, ale i potenciál hnědouhelných lomů s výhledy ze zámku Jezeří či hradu Hněvín. Turistický potenciál v sobě ukrývají také rekultivované plochy v podobě rekreačního jezera vznikajícího zatopením lomů.

b) v saské části Krušných hor

Tourismusverband Erzgebirge e.V. v roce 2010 v rámci rozsáhlého strategického procesu pro sebe definoval **čtyři hlavní produktové linie**. Produktová linie „Sport & Vitalita v přírodě“ již byla podrobně popsána v kapitole 2.3.1. Ostatní tři produktové linie je možno začlenit do oblasti „Turistika za kulturou“:

- **Kulturní poklady** v okolí STŘÍBRNÉ STEZKY (Kulturschätze entlang der SILBERSTRASSE)
Rozhodujícím kritériem pro rozvoj Krušných hor bylo po dobu více než 8 století hornictví a které se tak přiměřeně hluboko také zapsalo do krajiny, architektury a umění regionu. V rámci této produktové linie dochází také k propagaci kulturních památek, jejichž původ není přímo spojen s montánní historií.

- **Veteráni a železniční romantika** (Oldimerträume und Eisenbahnromantik)
Saská strana Krušných hor je kolébkou automobilového průmyslu – různé dílny a pozůstatky výroby původních automobilů a motorek (Oldtimerů) jsou i dnes oblíbené výletní cíle. Saské úzkokolejné dráhy jsou v odborných kruzích známy i za hranicemi regionu – neexistuje území se srovnatelně hustou sítí dosud funkčních a provozovaných tras a strojů.
- **Tradiční řemesla a kouzelná vánoční země** (Traditions Handwerk und Weihnachtswunderland)
Kořeny v hornické činnosti má také umění zpracování dřeva, různé další řemeslné dovednosti a vánoční tradice, které se v Krušných horách rozvinuly více, než v jiných regionech. Řezbářství, paličkování a soustružení patří ještě dnes k tradičním činnostem obyvatel tohoto regionu. Také stále živé a jedinečné vánoční tradice jsou stejně jako dříve i dnes součástí mentality zdejších obyvatel.

Krajinu a obyvatele saské části Krušných hor až do dnešních dnů ovlivňují nejrůznější **pozůstatky hornické činnosti**. K tomu patří:

- Více než 20 ukázkových (návštěvních) dolů
- Různé lokality pro zpracování rud jako např. hamry a panské domy
- Více než 220 kilometrů hornických naučných stezek a mnoho svědectví v krajině, např. haldy, vstupní otvory do dolů, zařízení pro čerpání vody
- Hornické tradice a umění: hornické průvody a kapely, slavnostní fárání (směny) a umělecká řemeslná mistrovská díla
- Hornická města s velkými kostely a varhany, mnoho budov s původním zaměřením na hornické činnosti, které rozhodujícím způsobem dávají charakter obrazu města.

Uvedené produktové linie byly „střiženy na míru“ speciálně pro saskou část Krušných hor a tedy se jen částečně hodí pro společné uplatnění Česko-saského Krušnohoří na trhu cestovního ruchu. Následně budou vyspecifikována relevantní produktová „rozhraní“ pro společné tržní uplatnění. Tato pak budou sloužit jako základ pro společné nastavení marketingových aktivit.

2.3.6. Další formy aktivního odpočinku na obou stranách hranice

Hipoturistika se v regionu Krušných hor teprve rozvíjí. Jezdeckých oddílů a jízďáren s možností projížděk do okolí je několik. Značené hipostezky se v současné době v regionu rozvíjí. Areálem provázaným s hipoturistikou, který je hojně navštěvován, je mostecký hipodrom, z něhož se od jeho vzniku stalo jedno z největších dostihových závodišť v Česku. V současné době se také rozvíjí projekt Krušnohorských koňských stezek.

Oblast hipoturistiky (jízdy na koni) byla v saské části Krušných hor prezentována především v rámci iniciativy „Dovolená na venkově“ a také byla rozvíjena síť hipostezek. Význam hipoturistiky pro saskou část Krušných hor ale i nadále není příliš velký.

Golf coby sport a potenciální cíl cestování získává v České republice na významu. V regionu Krušných hor je 6 golfových hřišť. V regionu Krušných hor se nachází 6 venkovních golfových hřišť, dále je možné využít také 4 indoorová odpaliště se simulátory a driving range.

V saské části Krušných hor jsou golfové hřiště v Bad Schlema a v Zschopau, v Chemnitzu a v Gablenzi u Chemnitzu.

Adrenalinové sporty mohou v budoucnu významně ovlivnit návštěvnosti Krušných hor. Některé jsou již nyní provozovány v několika lokalitách. Nejvýznamnější je Loučná pod Klínovcem, kde se lze zúčastnit výletů na terénních koloběžkách a horských kolech, vyzkoušet lukostřelbu, tandem paragliding, bungee running, týmové lyže, bobovou dráhu, lanové centrum a disc golf. Na Blatné jsou pořádány projížďky na vznášedlech, čtyřkolkách či sněžných skútrech. Kurzy landkitingu, kiteboardingu a snowkitingu je možné využít na Moldavě. Z dalších adrenalinových aktivit je možné jmenovat bungee jumping z mostu Hačka u Chomutova, jízdu bojovým vozidlem pěchoty BVP v Oseku či tandemové seskoky v Mostě. Nabídku specifických forem cestovního ruchu doplňuje také uhelné safari, v jehož rámci je návštěvníkům umožněna prohlídka povrchových uhelných dolů a jejich technických zařízení.

V Krušných horách na saské straně se prosazují také alternativní druhy zimních sportů, především to jsou zimní túry (vycházky) a túry se sněžnicemi. Při těchto akcích se vyhneme upraveným stopám a sjezdovkám a obdobně jako při letní turistice podnikáme různě dlouhé trasy. Další významnou atrakcí na saské straně je bobová dráha v Altenbergu a SnowKiting. Provozovat tento zimní sport umožňují podmínky v lokalitách Oberwiesenthal & Boží Dar, Holzhau, Nassau a v několika dalších.

2.3.7. Slevové karty pro volný čas platné na obou stranách hranice

a) 3K-karta

Nejvýznamnějším produktem cestovního ruchu, který svým charakterem přesahuje hranice Ústeckého kraje, je **3K-karta**. Tento produkt byl zaveden v roce 2008 a je určen pro návštěvníky Krušných hor, a to jak v Ústeckém, tak i Karlovarském kraji. Jedná se o produkt, jehož zakoupením získávají návštěvníci slevy na vybrané služby cestovního ruchu (vstupy, ubytování, stravování, lyžařské permanentky apod.) nebo jim jsou tyto služby poskytovány zcela zdarma. Hlavním pozitivem produktu je, že spojuje již téměř 150 služeb cestovního ruchu bez ohledu na kraj působnosti a provozovatele. Do projektu je zapojen také aquapark v německém Geyeru. 3K-karta se stala Absolutním vítězem Grand Prix Regiontour 2009. Od zavedení karty v roce 2008 bylo prodáno již kolem 1000 karet. Do budoucna je připravována také cyklokarta a provázání na další nové produkty cestovního ruchu.

b) Krušnohorská karta / ErzgebirgsCard

Pestrost a mnohotvárnost zážitků v Krušných horách si můžete pohodlně a za zvýhodněnou cenu užít s ErzgebirgsCard. Její koupí získáte volný vstup do cca 100 zařízení a 30 atraktivních slev v celém Krušnohoří. Je tak možno si užít široké spektrum muzeí, hradů, zámků, památek

po hornické činnosti, koupališť a termálních lázní, historických úzkokolejných železnic, sportovišť a mnoho dalšího za výhodnou cenu.

Kartu ErzgebirgsCard coby atraktivní balíček služeb je možno zakoupit ve dvou variantách:

- Karta s platností 48 hodin od prvního použití je optimální pro aktivní víkend.
- Pro delší pobyt existuje karta s platností 4 dny – lze ji využít po 4 volně volitelné dny v rámci jednoho kalendářního roku.
- Děti do 5 let věku obdrží při nákupu jedné karty pro dospělé jednu dětskou kartu (ZwergenCard) zdarma.

ErzgebirgsCard po dobu své platnosti platí také jako jízdenka na všech autobusových a tramvajových linkách a ve vlacích místní dopravy v území působnosti Dopravní společnosti středního Saska (Verkehrsverbund Mittelsachsen). V restauracích označených „Echt Erzgebirgischer Landgasthof“ majitelé ErzgebirgsCard obdrží různé slevy.

Ke kartě se vydává informační volnočasový průvodce, ve kterém jsou podrobně uvedeny všechny zapojené instituce. Kartu ErzgebirgsCard je možno zakoupit v Tourismusverband Erzgebirge a také v četných dalších turistických informačních kancelářích, ubytovacích a volnočasových zařízeních v Krušných horách.

2.4. Společné produktové linie

V předchozí kapitole byla popsána současná nabídka turistických cílů, atraktivit a možností pro využití volného času v Krušných horách na obou stranách hranice. V této části strategie dojde k logickému propojení vybraných již existujících linií v ČR i v Sasku. Cílem kapitoly není tvorba zcela nových produktových linií, ale snaha o propojení již stávajících, aby vytvořily ucelenou nabídku ve společném Krušnohoří ve třech časových úsecích. Produktové linie jsou navrženy jako dvoudenní a týdenní nabídka.

Společně budou propagovány tyto produktové linie:

2.4.1. Za poznáním a kulturou (hornictví, památky, řemesla, železnice...)

2.4.2. Nezapomenutelná zima (lyžování, běžkování, vánoce, muzea...)

2.4.3. Zážitky pro mladé (adrenalinové sporty a zážitky)

2.4.4. Krásnou přírodou jinak (turistika, cyklistika....)

Tyto produktové linie kombinují náměty na výlet či dovolenou v rozsahu 2 dnů nebo jednoho týdne. Dle charakteru je lze využít v určitém ročním období, případně celoročně. Jsou také sestaveny ve vazbě na různé cílové skupiny, které byly definovány v předchozí kapitole. Některé nabídky se dále člení podle užší specializace na:

I. Za poznáním a kulturou

I.A Cesta za hornictvím (2 dny)

Stručná identifikace:

Zaměření je na hornictví, které je pro Krušnohoří typické. Jedná se o návštěvu 2 hornických měst, štol, kde se dobývalo stříbro a muzea, kde se návštěvník ocitne v dokonalé kopii hlubinné šachty. Návrh je sestaven jako dvoudenní výlet, který lze absolvovat po celý rok.

I.B Cesta za hornictvím (týden)

Stručná identifikace:

Zaměření na hornictví, které je pro Krušnohoří typické. Jedná se o návštěvu hornických měst, štol, hornických muzeí a akcí. Návrh je sestaven jako program na celý týden, který lze absolvovat po celý rok.

I.C Zapomenutá Krušnohorská řemesla a památky (2 dny)

Stručná identifikace:

Zaměření na tradiční krušnohorská řemesla a kulturní památky. Jedná se o návštěvu muzeí prezentujících řemesla a o návštěvu vybraných krušnohorských kulturních památek. Návrh je sestaven jako dvoudenní výlet, který lze absolvovat po celý rok.

I.D Zapomenutá Krušnohorská řemesla a památky (týden)

Stručná identifikace:

Zaměření na tradiční krušnohorská řemesla a kulturní památky. Jedná se o návštěvu muzeí prezentujících řemesla a o návštěvu vybraných krušnohorských kulturních památek. Návrh je sestaven jako program na celý týden, který lze absolvovat po celý rok.

II. Nezapomenutelná zima

II.A Zažít Krušné hory

Stručná identifikace:

Náplň této linie je zaměřena na využití horských zimních středisek a infrastruktury, kterou nabízejí. Program je navržen pro 2 dny.

II.B Týden v Krušných horách

Stručná identifikace:

Náplň této linie je zaměřena na využití horských zimních středisek a infrastruktury, kterou nabízejí. Program je navržen jako týdenní dovolená.

III. Zážitky pro mladé

III.A Adrenalin v krvi (2 dny)

Stručná identifikace:

Náplň této linie je zaměřena na využití horských zimních středisek nabízejících adrenalinové zimní sporty jako je bobová dráha, snowkiting, snowtubing a další. Program je navržen pro 2 dny.

III.B Adrenalin v krvi a zábava (týden)

Stručná identifikace:

Náplň této linie je zaměřena na letní nabídku adrenalinových sportů jako je sjezd po sjezdovce na koloběžkách či horských kolech, lanové centrum, koupání ve vodních parcích, tobogány a další. Nabídka je sestavena na celý týden.

IV. Krásnou přírodou jinak

IV.A Turistická výprava po hřebenech Krušných hor

IV.B Turistická výprava po hřebenech Krušných hor

IV.C Přes hory na kole

IV.D Přes hory na kole

Specifikace jednotlivých linií bude provedena v roce 2012 v rámci aktivit projektu.

2.5. Společná reklama

Společně prostřednictvím 4 kampaní budou propagovány tyto produktové linie:

- I. Za poznáním a kulturou (hornictví, památky, řemesla, železnice....)
- II. Nezapomenutelná zima (lyžování, běžkování, vánoce, muzea...)
- III. Zážitky pro mladé (adrenalinové sporty a zážitky)
- IV. Krásnou přírodou jinak (turistika, cyklistika....)

Společné poselství pro reklamu:

MOTO:
Poznej dvě země - KRUŠNOHOŘÍ

Komunikační cesty (kanály) s vazbou na cílové skupiny

Interregionální / regionu blízcí hosté	Nadregionální hosté	Multiplikátory	Distribuční místa (příležitosti)
✓ Printmédiá (letáky) ✓ Práce s tiskem v regionu ✓ Direktmailing(koneční zákazníci-Newsletter, zasílání prospektů...)	✓ Printmédiá (Katalogy, letáky) ✓ Online-Médiá (Cestovatelské a turistické portály, portály zaměř. na zimní sporty...) ✓ Outdoorové banery ✓ Práce s regionálním tiskem / nadregionální média ✓ Direktmailingové akce (koneční zákazníci - Newsletter, zasílání prospektů...) ✓ Veletrhy	✓ Online-Médiá (obzvláště vlastní webová prezentace: RSS-Feed, prostor pro tisk) ✓ Veletrhy ✓ Práce (komunikace) s tiskem ✓ Cesty (tripy) pro novináře ✓ Direktmailingové akce (Newsletter pro tisk)	✓ Veletrhy ✓ Printmédiá (seznamy ubytovatelů a další pomocné prostředky) ✓ Spolupráce organizátorů akcí ✓ Direktmailingové akce (Newsletter pro tisk)

Členění se opírá o poznatky vyplývající z dotazníkového šetření. Z toho je patrné, že je potřeba zvýšit především podíl nadregionálních hostů, kteří se v regionu ubytují a přinesou vyšší obrát.

Cílová skupina nadregionálních hostů by měla být oslovena přímo, cílová skupina vnitroregionální prostřednictvím multiplikátorů a distributorů. Je tedy nutné zajistit mix těchto různých skupin.

2.6. Marketingová kampaň 2012

Produkt, o kterém bude marketingová strategie dále pojednávat, je Krušnohoří v různých úhlech pohledů. Jedná se o území Krušných hor a okolí na obou stranách hranice. Produkt je z důvodu mediální kampaně rozdělen do 4 produktových linií. Tato budou propagována samostatně. Jedná se o:

Společně budou propagovány tyto produktové linie:

- I. Za poznáním a kulturou (hornictví, památky, řemesla, železnice....)
- II. Nezapomenutelná zima (lyžování, běžkování, vánoce, muzea...)
- III. Zážitky pro mladé (adrenalinové sporty a zážitky ,.....)
- IV. Krásnou přírodou jinak (turistika, cyklistika....)

Kombinované produktové linie budou propagovány v kampaních:

- ✓ Kampaň 1 Krušné hory v zimě (sjezdové lyžování, běžkařské trasy, vánoce, atd.)

Zde budou propagovány linie :

Nezapomenutelná zima (lyžování, běžkování, vánoce, muzea...)

Zážitky pro mladé (adrenalinové sporty)

- ✓ Kampaň 2 Ojedinělosti a specifika Krušnohoří

Zde budou propagovány linie :

Za poznáním a kulturou (hornictví, památky, řemesla, železnice....)

Nezapomenutelná zima (lyžování, běžkování, vánoce, muzea...)

Zážitky pro mladé (adrenalinové sporty a zážitky.....)

Krásnou přírodou jinak (turistika, cyklistika....)

- ✓ Kampaň 3 Krušné hory v létě (cykloturistika, turistika, koupání, zelené lesy, atd.)

Zde budou propagovány linie :

Za poznáním a kulturou (hornictví, památky, řemesla, železnice....)

Zážitky pro mladé (adrenalinové sporty a zážitky.....)

Krásnou přírodou jinak (turistika, cyklistika....)

- ✓ Kampaň 4 Hornictví (štoly, rekultivace, šachty, slavnosti,atd.)

Zde budou propagovány linie :

Za poznáním a kulturou (hornictví, památky, řemesla, železnice....)

Krásnou přírodou jinak (turistika, cyklistika....)

2.6.1. Cena a cenová politika

Jedná se o veřejnou službu, za využití balíčku zákazník neplatí přímou formou. Platby jsou nutné v cílech, které jsou provozovány partnerskými subjekty, jedná se o běžné platby především za vstupy a služby.

2.6.2. Propagace

Propagace bude realizována v řadě kroků dle potřeb cílové skupiny, charakteru nabízených balíčků a časového horizontu. Níže jsou uvedena všechna opatření, která mohou být v rámci propagace projektu realizována.

Kroky kampaně:

- Vytvoření společné značky, spojením log destinační agentury Krušné hory a sdružení Tourismusverband Erzgebirge. Dále používání tohoto loga v rámci celého projektu jako značku (symbol)
 - o Zpracování logomanuálu
- Podpora změny vnímání regionu – region bez hranice, Krušné hory jsou jedno území.
 - o Zahájit mediální kampaň

Z důvodu, že cílovou skupinu může tvořit v podstatě každý člověk, který vyhledává aktivní formu odpočinku - (starý i mladý, rodič i dítě), je nejprve nutné zahájit **masovou kampaň**, která osloví maximální množství obyvatel v ČR, protože ti všichni mohou být potenciálními návštěvníky Krušnohoří. Ve druhé fázi proběhne kampaň již cílená, která spíše osloví specifické cílové skupiny.

- Rozsah kampaně, která bude realizována v rámci projektu
 - o Mediální tištěná reklama
 - noviny, časopisy

Kritériem pro výběr média v ČR je odhad čtenosti na vydání (ČT) a průměrný prodaný náklad (PN). Cílem této kampaně je snaha o oslovení široké veřejnosti. Časopisy pro ženy jsou zvoleny záměrně, protože v rodinách jsou to především ženy, které dávají podněty pro cíle rodinných dovolených.

- V celostátních denících s ČT min. 800 000 a PN min. 200 000

- V celostátních suplementech s ČT min. 1 000 000 a PN min. 400 000
- Ve 2 časopisech pro ženy s ČT min. 300 000 a PN min. 60 000

V Sasku:

- Wandermagazin
- Sachsen-Magazin

- průvodce, kalendář akcí

Průvodce regionem a kalendář akcí budou vydávány 4x ročně, jejich zaměření bude vždy na jednu reklamní kampaň (např. první Průvodce bude pojednávat o ojedinělostech a specifikách Krušnohoří)

O Outdoorová reklama

O využití propagačních audiovizuálních ploch především v Praze a jiných krajích ČR

Specifikace promítacích míst:

Počet míst	Město/Kraj	Místo	Návštěvnost denně
2x	Praha	Nákupní centrum	70.000 lidí
2x	Praha	Frekventovaná komunikace	70.000 automobilů
1x	Ústecký kraj	Nákupní, společenské či turistické centrum	18.000 automobilů nebo lidí
8x	Ostatní kraje v ČR po dohodě se zadavatelem	Nákupní, společenské či turistické centrum nebo frekventovaná komunikace	18.000 automobilů nebo lidí

O Společenské akce

- pro klíčové novináře, partnery
- výstavy
- veletrhy

Účastí na veletrzích lze provádět aktivní práci v oblasti publicity a péče o image. Veletrhy slouží také k přímému kontaktu nabídek s konečnými uživateli a organizátory akcí (cest) – cestovními kancelářemi a agenturami.

O Internetová reklama

- www-stránky
- odkazy z dalších internetových stránek ze zapojených obcí
- odkazy z vytvořených portálů ČR

Význam internetu coby zdroje informací je nesporný. Právě v oblasti cestovního ruchu nabízí různorodé možnosti informování se o dovolenkových oblastech, pro porovnání konkrétních nabídek a v daném případě také pro jejich rezervaci.

2.6.3. Časový harmonogram kampaně

Časy zahájení jednotlivých kampaní jsou stanoveny ve vazbě na charakter balíčku tak, aby byla zajištěna logická návaznost nabídky a ročních období. Délka trvání jedné kampaně v novinách a časopisech bude individuální, je závislá na období, kdy média vycházejí. Kalendář akcí a průvodce bude vydáván vždy k prvnímu dni v měsíci zahajujícím čtvrtletí (1.leden, 1.duben, 1.červenec, 1.říjen.). Outdoorová reklama bude na každou kampaň promítána.

- A. Krušné hory v zimě (sjezdové lyžování, běžkařské trasy, vánoce, atd.) - prosinec 2011
- B. Ojedinělosti a specifika Krušnohoří – únor 2012
- C. Krušné hory v létě (cykloturistika, turistika, koupání, zelené lesy, atd.) – květen 2012
- D. Hornictví (doly, rekultivace, šachty, slavnosti,atd.) – září 2012

2.6.4. Využití propagace prostřednictvím Odboru regionálního rozvoje Ústeckého kraje

- Propojení s projektem Brána do Čech.
- Využití vizuálního stylu propagačních materiálů projektu Po stopách praotce Čecha.
- Propagace na www-stránkách: www.branadocech.cz ; Zapojení je možné dvěma způsoby:
 - 1) Začlenit okruhy do turistických tras do sekce Krušnohoří - s tím souvisí doplnění cílové skupiny (pravá část stránek) o odbornou veřejnost a školy.
 - 2) Začlenit okruhy jako turistický balíček (stejně jako je Praotec Čech), ale ikonu umístit výše (lepší viditelnost) - s tím souvisí tvorba samostatných www-stránek.

Distribuční možnosti, jak se do projektu Brána do Čech zapojit, je celá řada: Možné je využití distribuce cest u těchto subjektů:

- Informační centra na území Ústeckého kraje
- ATIC (Asociace turistických informačních center v ČR)
- Informační centrum agentury Czechtourism v Praze (Staroměstské náměstí a Vinohrady) včetně zahraničního zastoupení Czechtourism
- Touristpoint v Praze
- Informační centra v sousedním Sasku
- Česká centra a ambasády ČR v zahraničí

Další možností je účast na veletrzích cestovního ruchu v ČR a zahraničí a propagace na významných kulturních a sportovních akcích na území Ústeckého kraje (např. vinobraní, Zahrada Čech, hipodrom, autodrom,...).

2.6.5. Využití propagace prostřednictvím Tourismusverband e.V.

Tourismusverband využívá k propagaci řadu regionálních i nadregionálních médií i propagačních nástrojů, kde je možné prezentovat společné území.

Opatření s „Couponservice“

Čtenář má možnost objednat katalog u TV Erzgebirge. V případě této formy dodání je výhoda kontroly úspěchu na základě došlých objednávek. Inzerce s „Couponservice“:

- noviny Hesensko-dolnosaské - Hessisch Niedersächsich Allgemeine Zeitung
- Svět/Svět v neděli - Die Welt/Die Welt am Sonntag
- Kombi Severozápad - Kombi Südwest,
- Lékárenský rozhled - Apothekenumschau,
- Novinová příloha „Cesta kolem světa po Německu“ - Zeitungsbeilage “Weltreise durch Deutschland”,

Příloha ve formátu DIN A5

Vychází v médiích na území celého Německa, m.j. se jedná o Západoněmecké noviny - Westdeutsche Zeitung, mediální skupina WAZ - Zeitungsgruppe WAZ, Zprávy z Porúří - Ruhr Nachrichten, Kolínské noviny - Kölner Stadt-Anzeiger, Zrcadlo dne - Der Tagesspiegel apod. Náklad obnáší cca 1,5 milionů kusů. Příloha dále nabízí výhodu, že inzerci lze umístit podle témat. Reakce se evidují prostřednictvím „Katalogservice“ a umožňují odvození výsledku opatření.

Speciální magazíny:

- Turistický magazín - Wandermagazin,
- 20 dB! Ideový lexikon ..Ideenlexikon – roční magazín (ročenka) časopisu Wandermagazin
Ročenka Jahresmagazin Ideenlexikon 2012 nabízí optimální platformu pro precizní oslovení turistů podle cílových skupin. Nabídky jsou také celoročně umístěné na internetu a jsou přes link (odkaz) propojené s Homepage sdružení. Na půlstraně se plánuje představení turistických paušálů.
- Cyklistický svět - Radwelt,
Cyklosvět- “Radwelt”,
- Magazín Nature Fitness - “Nature Fitness
- Sachsenmagazin
- „sasko zurnal“

Veletrhy a prezentace

Tourismusverband Erzgebirge soustředí svou účast na veletrzích v Německu. V oblasti zahraničních veletrhů jsou navštěvovány veletrhy v německém jazykovém prostoru (Rakousko a Švýcarsko), v Holandsku a v ČR.

Účast na zahraničních trzích:

- Ferienmesse Wien – Prázdninový veletrh Vídeň
- FESPO Zürich – FESPO Zurich
- Holiday World Prag – Holiday World Praha

Účast na veletrzích v Německu:

- Reisemarkt Chemnitz – Trh cestovního ruchu Chemnitz
- Internationale Grüne Woche Berlin – Mezinárodní zelený týden Berlín
- CMT Stuttgart – CMT Stuttgart
- Reisen Hamburg – Cestování Hamburg
- Haus Garten Freizeit Leipzig – Dům Zahrada Volný čas Lipsko
- Reisebörse Leipzig im Paunsdorf Center – Burza cestování Lipsko Reisen, Freizeit, Caravan – Halle – Cestování, volný čas, karavanning - Halle
- LVZ Reisemarkt Hauptbahnhof Leipzig – Trh cestovního ruchu Hlavní nádraží Lipsko
- ITB Berlin
- Brandenburgischer Reisemarkt - Brandenburský trh cestovního ruchu
- Mannheimer Maimarkt – Mannheimský květnový trh
- Radlersonntag in Mülsen – Neděle cykloturistů v Mülsen
- Leserserviceaktion Würzburg 1- servis pro čtení ve Würzburgu
- Sächsischer Wandertag Markkleeberg – Saský turistický den v Markkleeberg
- RDA workshop, Köln – Workshop RDA Kolín
- Dt. Wandertag Melle im Osnabrücker Land – Německý turistický den v Melle
- Verkehrssicherheitstag auf dem Sachsenring – Den dopravní bezpečnosti na Sachsenringu
- Tour Natur Düsseldorf – Tour na téma příroda Düsseldorf
- Tag der Sachsen Kamenz – Den Sasů Kamenice
- LVZ-Reisemarkt Paunsdorf Center Leipzig – LVZ-Trh cestovního ruchu v Paunsdorf centru
- Reisemesse Spandau – Trh cestovního ruchu v Spandau
- Brandenburgischer Reisemarkt - Brandenburský trh cestovního ruchu
- infa / Christmas Hannover – infa / Vánoce v Hannoveru
- T & C Leipzig – T & C Lipsko

Internet a Onlinemarketing

Tourismusverband Erzgebirge e.V. etabloval obsáhlý a informativní internetový portál na téma Dovolená v Krušných horách v rámci domény „tourismus-erzgebirge.de“ resp. „erzgebirge-tourismus.de“.

Pro zahraniční návštěvníky jsou k dispozici informace v anglickém, holandském a v českém jazyce.

Ostatní

- Rozesílání Newsletteru
- Prezentace na portálu „Německé prázdninové cesty“ (Deutsche Ferienstraßen)

2.7. Odhad nákladů na jednotlivé kroky kampaně v období realizace projektu

Jedná se o odhad nákladů na realizaci všech navržených opatření, která by měla být realizována ve střednědobém časovém horizontu. Jsou to:

Mediální tištěná reklama	1 000 000 Kč
Outdoorová reklama	7 000 000 Kč
Společenské akce	500 000 Kč
Internetová reklama	4 000 000 Kč
Celkem náklady na kampaň	12 500 000 Kč

3. Závěr

Výše popsané kroky by měly být dostatečné k zajištění propagace a prezentace projektu.

Především outdoorová reklama je obecně považována za jeden z nejlépe fungujících způsobů prezentace produktů v cestovním ruchu. Při vhodné volbě reklamních ploch se jedná o velmi účinný typ propagace vzhledem k vynaloženým finančním prostředkům a dosaženým efektům.

Důležitou roli hraje také účast na veletrzích, kde lze provádět aktivní práci v oblasti publicity a péče o image. Veletrhy slouží také k přímému kontaktu nabídek s konečnými uživateli a organizátory akcí (cest) – cestovními kancelářemi a agenturami.

Také význam internetu coby zdroje informací je nesporný. Právě v oblasti cestovního ruchu nabízí různorodé možnosti informování se o dovolenkových oblastech, pro porovnání konkrétních nabídek a v daném případě také pro jejich rezervaci.