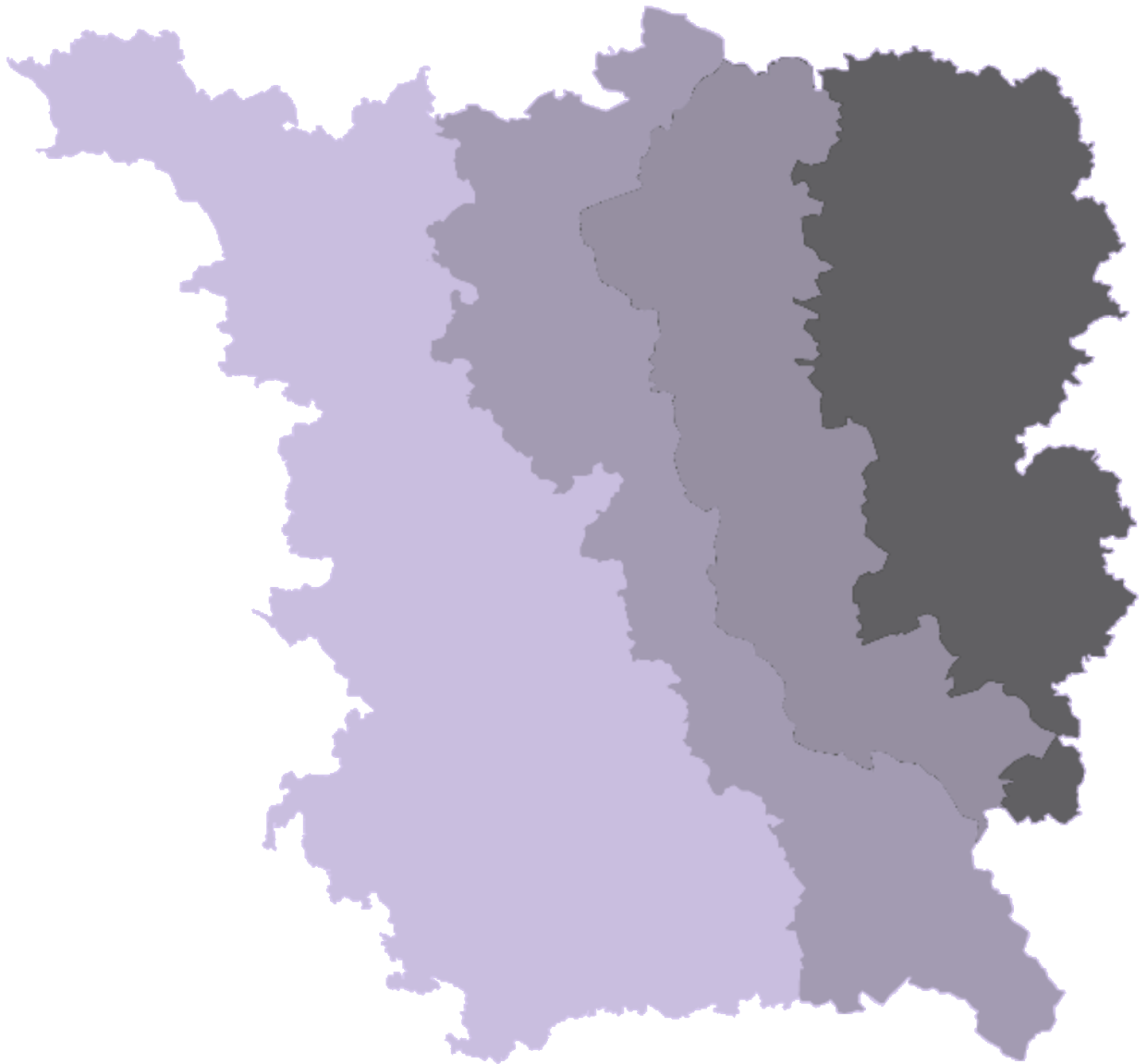


PROJEKT Č.194: PŘESHraniční koncepce pro ochranu a poznání přírody
Českého lesa a Horní Falce

PROJEKT NR. 194: Grenzüberschreitendes Konzept für den Schutz
und das Erleben der Natur des Böhmisches Waldes und der Oberpfalz

Komunikační strategie partnerů v tématu turistiky a rekreace v Českém lese



Ziel ETZ | Cíl EÚS
Freistaat Bayern –
Tschechische Republik
Česká republika –
Svobodný stát Bavorsko
2014 – 2020 (INTERREG V)



**Europäische Union
Evropská unie**
Europäischer Fonds für
regionale Entwicklung
Evropský fond pro
regionální rozvoj



Projekt je realizován s finanční pomocí Plzeňského kraje

Řešitelský tým a partneři projektu

Řešitelský tým

Ing. Filip Uhlík

Ing. Pavel Beneš

Ing. Pavel Hruška

Mgr. Lenka Křížková

RNDr. Tomáš Peckert, Ph.D.

Dr. Linda Szücs

Peter Blum

Dipl.-Ing. Ines Niedziella

Regionální rozvojová agentura Plzeňského kraje

Agentura ochrany přírody a krajiny České republiky,
Regionální pracoviště Správa chráněné krajinné oblasti Český les

Institut für Ökologie und Landschaft
Hochschule Weihenstephan-Triesdorf

Aktionsbündnis Čerchov plus

Partneři projektu



Plzeňský kraj



Regionální rozvojová agentura
Plzeňského kraje



Agentura ochrany přírody
a krajiny České republiky



Regionální pracoviště Správa chráněné
krajinné oblasti Český les



Institut für Ökologie und Landschaft
Hochschule Weihenstephan-Triesdorf

Regierung
der Oberpfalz



Regierung der Oberpfalz

Obsah

ÚVOD	3
1. ANALÝZA KOMUNIKACE PARTNERŮ	4
1.1 Partneři komunikace v Českém lese v tématu turistiky a rekreace	5
1.1.1 Současný stav na české straně	5
1.1.2 Současný stav na bavorské straně	5
1.1.3 Shrnutí	6
1.2 Současný stav komunikace partnerů v území.....	9
1.2.1 Aktuální komunikace partnerů	9
1.2.2 Komunikační nástroje partnerů	10
2. NÁVRH KOMUNIKACE PARTNERŮ	12
2.1 Cíle komunikace partnerů	13
2.2 Zásady komunikace partnerů	13
2.3 Cílový stav komunikace	14
2.3.1 Partneři komunikace	14
2.3.2 Vytvoření organizační struktury	16
2.3.3 Způsoby komunikace	17
2.3.4 Obsah komunikace partnerů.....	18
2.4 Shrnutí.....	20
KOMUNIKAČNÍ PLÁN NA OBDOBÍ NÁSLEDUJÍCÍCH 3 LET	21
Seznam literatury.....	21
PŘÍLOHY	21

ÚVOD

Obsahem Komunikační strategie je komplexní návrh komunikace partnerů v řešeném území projektu č. 194: Přeshraniční koncepce pro ochranu a poznání přírody Českého lesa a Horní Falce. Český les je v této strategii chápán přeshraničně tzn. jak pro území na české, tak i bavorské straně. Partneři jsou instituce, organizace, spolky a další subjekty i osoby, které jsou zapojené do vzájemné komunikace v tématu turistiky a rekreace v řešeném území.

Cílem této Komunikační strategie je uvést do vzájemných souvislostí aktivity obsažené ve strategickém rámci Přeshraniční koncepce a vytvořit tak metodiku pro rozvoj vzájemné komunikace a spolupráce, která bude sloužit jako příručka pracovníkům destinačního managementu na české straně i bavorské straně pro naplňování vize vzájemné komunikace partnerů alespoň v nejbližším období.

Komunikační strategie stojí na třech základních pilířích:

- partneři komunikace,
- organizační struktura,
- komunikační formy a nástroje.

Základním předpokladem komunikace partnerů v území je vytvoření organizační struktury partnerů komunikace s dopadem na celé území Českého lesa. Organizační struktura partnerů je víceúrovňová od lokálních přes oblastní až po celouzemní.

Partneři jsou všechny subjekty významné z pohledu turistiky a rekreace. Komunikační strategie se nezabývá komunikací s návštěvníky. Ta je na české straně součástí marketingové strategie.

Komunikační strategie navazuje na strategickou část koncepce s detailnějším rozpracováním kapitoly 4 strategického rámce s důrazem na oblast turistiky a rekreace:

- vytvoření organizační struktury,
- nastavení vhodných způsobů a forem komunikace mezi partneři,
- přeshraniční komunikace a spolupráce,
- rozvoj spolupráce v území,
- zajištění koordinace aktivit.

Východiskem analytické části je vymezení partnerů v tématu turistiky a rekreace v oblasti Českého lesa na obou stranách hranice a analýza současného stavu komunikace mezi nimi.

Strategická část komunikační strategie je v souvislosti s výše uvedenými tématy členěna do následujících kapitol:

- vize v komunikační oblasti,
- cíle komunikace,
- partneři komunikace,
- organizační struktura,
- nástroje a formy komunikace,
- rozvoj spolupráce a koordinace aktivit.

1. ANALÝZA KOMUNIKACE PARTNERŮ

1.1 Partneři komunikace v Českém lese v tématu turistiky a rekreace

1.1.1 Současný stav na české straně

V současnosti probíhá komunikace a spolupráce partnerů na území Českého lesa odděleně ve dvou částech - severní Tachovsko a jižní Domažlicko. Toto rozdělení je podporováno tradiční spoluprací obcí v rámci okresů a také rozdělením CHKO Český les do dvou nesouvislých území.

Každé z těchto území má své organizace pracující v oblasti turistiky a rekreace. V severní části tuto úlohu hraje zejména Rada cestovního ruchu okresu Tachov, s vedením REVIS Tachov a se zapojením většiny obcí okresu Tachov a zavedeným informačním kanálem www.tachovsko.com. Tato rada spolupracuje s dalšími institucemi věnující se turistice a rekreaci v území, zejména s regionální destinací Zlatý potok, spojenou s MAS Zlatá cesta. Doplnkově se na komunikaci partnerů v rámci turistiky a rekreace podílí ještě Muzeum Českého lesa v Tachově a jednotlivá informační centra měst a obcí, případně další regionální muzea (např. Vesnické muzeum Halže). Ostatní partneři komunikace jsou oslovováni či zapojeni do komunikace podle potřeby (např. městské lesy, LČR, AOPK při realizacích projektů).

V jižní části Českého lesa tuto oblast pokrývá zejména Svazek obcí Domažlicko. Ten kromě členských obcí sdružuje i jednotlivá turistická informační centra, která spolu úzce spolupracují. K tomu ještě přistupuje MAS Český les s případnými partnery v rámci společných projektů. Tyto dvě instituce tvoří páteř komunikace partnerů v jižním území na české straně zejména s ohledem na provazování oblastního managementu od území Bělška až po Všeruby. V této části území jsou do činností spojených s komunikací partnerů častěji zapojovány muzea, galerie či hrady a zámky (např. v rámci mobilní aplikace - Domažlicko s mobilem v kapse). Informačními kanály stránky zmiňovaných institucí (www.svazekdomazlicko.cz, www.mascekyles.cz).

Mezi instituce, které se doplnkově účastní komunikace partnerů a pokrývají celé území Českého lesa, patří zejména CHKO Český les, případně vlastníci lesů - LČR, Městské lesy Domažlice, Kolowratovy lesy, Plánské lesy či Lesy města Tachov. V příloze 1 jsou shrnutí partneři pro komunikaci v tématu turistika a rekreace podle skupin a jejich role v české části Českého lesa.

1.1.2 Současný stav na bavorské straně

V současné době je na bavorské straně minimálně ve směru rozdělení území obdobná situace jako na straně české. Pro celé území Horní Falce neexistuje žádný subjekt, který by byl nadřazen v oblasti turistiky a rekreace. Vláda Horní Falce nemá samostatný odbor pro cestovní ruch, a tak jediným subjektem který má celouzemní působnost je Tourismusverband Ostbayern, který ovšem nemá navázanu hierarchickou strukturu do nižších úrovní.

Jednotlivé okresní turistické svazy (odborníky) pracují v rámci svých územních celků bez intenzivnější a koordinované vzájemné spolupráce. Okresy však v rámci svých územních celků vykonávají koordinační funkci. Intenzivnější komunikace mezi partnery tak probíhá zejména v rámci řešených projektů, kdy spolu intenzivně komunikují obce, komunální sdružení, různé spolky či organizace. V této rovině je komunikace i přeshraniční (např. Gesichtspark Barnau - Tachov, akční sdružení). Tematicky zaměřené subjekty (lokální spolky pro ochranu přírody, vlastenecké spolky, aj.) jsou do koordinované komunikace partnerů v území začleněny nepravidelně (viz schéma v příloze 2).

Území je tedy fakticky rozděleno minimálně na tři části:

- 1) jižní, které je z pohledu turistiky a rekreace nejvíce zatížené a komunikace je zde nejintenzivnější (patří k bavorské destinaci „Bavorský les“),
- 2) střední, kde značnou roli z pohledu nabídky pro návštěvníky hraje Centrum Bavaria - Bohemia (CeBB) (zejména marketing území - propojení funkce IC a galerie; patří k bavorské destinaci „Hornofalcký les“),
- 3) severní, kde z hlediska poskytování informací a komunikace hrají hlavní roli informační centra a weby okresů.

Zčásti společnou komunikační platformu u subjektů působících v pohostinství zprostředkovává DEHOGA Bayern, což je Bavorská asociace hotelů a restaurací, ovšem jde pouze o jednoho z partnerů komunikace. Pro úplnost uvádíme odkaz na celoblastní organizaci TourismusverbandOstbayern <https://www.ostbayern-tourismus-marketing.de/>.

Detailní popis institucí se vztahem k turistice a rekreaci, vč. kontaktních údajů se nalézá v příloze 3.

1.1.3 Shrnutí

Lze shrnout, že v rámci komunikace v tématu turistiky a rekreace se v území setkávají velmi rozdílné skupiny partnerů, mnohdy s rozdílnými zájmy. V současné době v české části území neexistuje žádná platforma, které by informace určené ke komunikaci spojovala. Jednotlivé subjekty komunikují s ostatními většinou pouze odděleně a někdy minimálně. Pouze svazky obcí a MAS vykazují určitou formu širší komunikace.

V rámci přeshraniční spolupráce je komunikace většinou prováděna v rámci partnerských měst či spolkové činnosti. Určitá forma je také nastavena na veletrzích cestovního ruchu, např. ITEP v rámci Plzeňského kraje, nebo na akcích typu Trefpunkt, Štamtyš či Sousedské dny. V rámci Plzeňského kraje a Horní Falce je typickým nositelem společné komunikace Centrum Bavaria Bohemia v Schönsee s četnými akcemi regionálního významu.

Významnou roli by měla začít sehrávat Oblastní destinace Český les, která byla založena v letošním roce.

Níže uvedený přehled uvádí zásadní partnery komunikační strategie na české straně, včetně jejich činnosti v oblasti komunikace.

- Města a obce - nejvýznamnější nositelé komplexních informací o dění v území (rozvojové záměry obcí, územní plány, investice do infrastruktury, zřizovatelé organizací).
 - o Turistická informační centra (subjekty „první linie“ pro turistiky a rekreaci, nabídka informací o aktivitách v území).
 - o Spolky a organizace, dobrovolníci (tematicky zaměřená činnost využívání aktivit v území, např. Klub českých turistů, hasičské či sportovní spolky).
 - o Aktivní občané se vztahem k území - vůdčí lidé v obcích a městech z hlediska propagace území - historie, současnost, vize do budoucna.
- Svazky obcí a místní akční skupiny - tyto organizace zastupují segment komunikace zejména pro přípravu a realizaci konkrétních projektů v území (vytváření strategií a plánů pro projekty v rámci jejich činnosti ve spolupráci s obcemi), součinnost při komunikaci záměrů s ohledem na rozvoj území.
- Muzea, galerie, památky - hojně navštěvované objekty s vazbou na území (propagace historie, historických vazeb, současného dění a míst vyjadřujících genius loci).

- Poskytovatelé ubytovacích a stravovacích služeb - komunikace či sítování těchto služeb v rámci území, možnost sdílení společných informací.
- Vlastníci lesů, zemědělsky hospodařící subjekty - tyto subjekty pokrývají celé území Českého lesa, komunikace nutná s ohledem na prostupnost území (zákazy a technická omezení pohybu návštěvníků), možnost společného sdílení aktuálních omezení.
- AOPK CHKO Český les - nositel informací o výskytu a ochraně zejména přírodních hodnot.
- Plzeňský kraj (zejména OKPPCR) - zastřešující organizace z pohledu turistiky a rekreace, spolupráce s bavorskými partnery či dalšími kraji a organizací Czech Tourism, koordinace činností.
- Státní správa (obecní úřady, orgány státní správy-hygiena, veterinární správa, Policie ČR, aj.) - z pohledu komunikace pravidla pro subjekty.

V podstatě obdobná struktura existuje i na bavorské straně, kde významnou roli z pohledu turistiky a rekreace zajišťují turistické svazy (místní, okresní i s celouzemní působností - Tourismusverband Ostbayern).

Tabulka 1 představuje přehled zásadních partnerů s jejich významem pro oblastní management, příklady činností, stavu komunikace a dalšími informacemi.

Tabulka 1: Hlavní skupiny partnerů, jejich role a způsoby komunikace (výběr příkladů relevantních subjektů)

Partneři	Vztah k území	Příklady činnosti	Potřeby a zájmy	Současné aktivity v území	Aktuální způsoby komunikace
AOPK CHKO ČL, Správy přírodních parků (NOW, OW, OBW)	Ochrana chráněných hodnot, komunikace potřeb CHKO a Správy přírodních parků	Projednávání stanovisek k navrhovaným záměrům	PR pro subjekty - vytváření příznivého obrazu, vnímání CHKO a Správy parků jako partnerů pro ochranu hodnot území s přípustným rozvojem území	Vzdělávací a popularizační aktivity (Dne ČL, akce Přírodních parků, komentované prohlídky)	Jednání s lokálními subjekty (Zlatý potok, MAS, turistické svazy a spolky), konzultace a projednávání stanovisek k navrhovaným záměrům
Regionální kooperace Horní Falce - Plzeňský kraj	Prohloubená přeshraniční spolupráce Plzeňského kraje a Horní Falce	Vytváření sítí a konference k záměrům v území, podpora přeshraničních projektů	Práce s veřejností, rozvoj kontaktů v přeshraničních sítích	např. „My jsme Evropa/Wir sind Europa“, „Evropští sousedé“ atd. Koncepce rozvoje česko-bavorského pohraničí Diskuse o tématech budoucnosti Regionální rozvoj	Pravidelné odborné konference/partnerská fóra a příspěvky ke spolupráci
KÚPK OŽP, ORR, ODSH, odbor 51 vlády Horní Falce	Výkon státní správy dle agend jednotlivých odborů	Konzultace k záměrům v území	Koordinovaný postup jednotlivých odborů v rámci projednávání záměrů	nejsou	není
Městské a obecní úřady, popř. policie	Výkon státní správy dle příslušných agend	Konzultace záměrů	Předvídatelnost v rozhodovací činnosti, jednotný metodický postup	nejsou	Společné centrum Policie ČR a Bavorské Policie Schwandorf
Města a obce, samosprávné celky s rozhodovací pravomocí na lokální/regionální úrovni	Investiční i neinvestiční záměry v území, propagace svých území	Projednávání záměrů s dalšími partnery	Budování společné značky území zapojením všech měst a obcí, posilování identity jednotnou komunikací	Weby jednotlivých měst a obcí, zástupci v pracovních skupinách Okresy: Žádosti o dotace	V rámci zapojení do organizační struktury partnerů komunikace (celoúzemních, oblastních a lokálních)
Turistická informační centra	Informační činnost	Komunikace s cílovými skupinami návštěvníků a místními obyvateli	Úzká spolupráce v rámci organizační struktury, zapojení jednotlivých TIC do pracovních skupin	Podíl na správě obsahu webů, příprava a vydávání tištěných materiálů, organizování soutěží (např. Domažlicko s mobilem v kapse)	Dle zapojení v rámci organizační struktury
Organizace zřizované městy a obcemi (sportovní zařízení, ...)	Nabídka služeb pro návštěvníky a informační činnost	Pořádání tematicky zaměřených akcí	Spolupráce s jednotlivými subjekty a podpora rozšiřování služeb, monitoring kvality	Kooperace při akcích, soutěžích, hrách	Konzultace při přípravě akcí
Místní akční skupiny, akční sdružení Svazky obcí (koncepce rozvoje krajiny), komunální sdružení	Zejména projektové záměry	Konzultace záměrů	Příprava kvalitních projektových záměrů podporující marketingové a organizační	Podíl na správě a obsahu webů, tiskové materiály, posilování značky území, ale jen lokálně dle místa působnosti	Konzultace projektů s ostatními partnery
Plzeňský kraj (OKPPCR), TourismusOstbayern	Spolupráce a podpora v území	Finanční podpora, metodická činnost, spolupráce na akcích, veletrzích	Systémová podpora zejména v oblasti destinačních managementů, podpora v rámci národních institucí věnujícím se oblasti cestovního ruchu	Setkávání se s okresními a lokálními partnery z území	Na veletrzích a akcích
Provozovatelé památek, muzeí, galerií, kulturních center	Prezentace místních územních tradic a hodnot	Tematicky zaměřené akce	Posilování identity s územím jako celkem, podpora značky ČL	Tiskoviny, případně weby	Při společných výstavách, zapůjčování exponátů
Poskytovatelé ubytovacích, stravovacích a dalších služeb (servisy, rozhledny, ...)	Využívání hodnot a atraktivit území pro svoji činnost	Speciální akce pro návštěvníky	Kvalitní a dostupná nabídka služeb pro jednotlivé cílové skupiny návštěvníků území, kooperace mezi jednotlivými poskytovateli služeb	Jen výjimečně prezentace území jako celku (Rybník), jinak lokální tištěné materiály, finanční kooperace na webech, pořádání akcí	Asi není
Vlastníci/správci lesů (LČR, obecní, soukromé), zemědělsky hospodařící subjekty	Správa majetku v území	Konzultace spojené s dopravní dostupností území	Dostupnost a pohyb návštěvníků mimo kolizní oblasti při provádění lesních činností	Prezentace hodnot spojených s přírodními hodnotami, LČR finanční podpora tiskových materiálů, investičních záměrů	Většinou jen LČR, případně státní lesy v Bavorsku, komunikace záměrů
Spolky (turisté, myslivci, sportovci, vlastenecké spolky, lokální spolky ...)	Využívání hodnot a atraktivit území pro svoji činnost	Konzultace spojené s přípravou akcí	Posilování identity území kooperace činností	Jen při akcích	V rámci partnerských propojení zvláště měst a obcí
Dobrovolnické organizace (Hnutí duha, Uklidme Česko, Hlídky ochrany přírody, Kluby ochrany přírody, ekologické organizace...) Lokální spolky a neziskové organizace (LBV, BUND, Spolky péče o krajinu)	Zejména ochrana hodnot	Zapojení do celorepublikových akcí	Společná prezentace vize území a jeho hodnot	Webové aktivity lokálních spolků ochrany přírody	V rámci výměny informací na sociálních sítích
Aktivní osoby se vztahem k místu a území	Území jako součást životního stylu	Pomoc v rámci aktivit jednotlivých subjektů	Využití potenciálu těchto osob pro prezentaci území s ohledem na jejich znalosti a aktivity	Dle zaměření např. komentované prohlídky	Dle osobních vazeb

1.2 Současný stav komunikace partnerů v území

1.2.1 Aktuální komunikace partnerů

Parametry komunikace v území je v současné době možné obecně rozčlenit do tří úrovní:

- celouzemní vč. přeshraniční.
- oblastní,
- místní.

V rámci komunikace nejsou v současné době nastaveny struktury ani jednotné parametry zejména celouzemní komunikace, a to včetně přeshraniční. Formy a způsoby komunikace při využití podobných nástrojů se přesouvají do oblastních a místních lokalit. Tento jev podporuje chybějící shoda na společných hodnotách území, vyjádřená např. společnou značkou, a to i přeshraničně. Na oblastní a místní úrovni je možné pozorovat určitou shodu na formách a způsobech dosažených společnou dohodou partnerů komunikace.

Příkladem oblastní spolupráce partnerů je v severní části fungující „Rada cestovního ruchu Tachovska“ subjekt bez právní subjektivity, který sdružuje většinu obcí Tachovska a další organizace působící v cestovním ruchu (turistická informační centra, muzea, provozovatele webových stránek aj). V jižní části území tuto úlohu plní Svazek obcí Domažlicko, který pravidelně pořádá setkání turistických informačních center s výměnou informací.

V rámci místní komunikace partnerů se ve valné většině jedná o obce, respektive jednotlivé místní složky (hasiči sportovci, turisté, myslivci, aj), které mají zásadní vliv v rámci místní oblasti komunikace. Společný rámec této komunikace se většinou projevuje při projednávání záležitostí obce či spolku. Tento jev je společný jak pro českou, tak i bavorskou stranu.

Z hlediska nastavení parametrů se v zásadě jedná o dvě formy.

Společná dohoda partnerů je závislá na rozsahu témat, aplikaci řešení a územní dimenzi. Lokálně tyto dohody fungují v rozsahu obcí či svazku obcí. Dohody jsou ovlivněny používanými nástroji - společná setkání, sdílení informací prostřednictvím elektronické komunikace či na sociálních sítích.

Odlíšná situace je v rámci celouzemní, přeshraniční dimenze. V současné době neexistuje subjekt s nastavenými a dohodnutými parametry komunikace napříč celým územím. Částečně tuto roli zajišťuje Plzeňský kraj a vláda Horní Falce při svojí dlouhodobé spolupráci, a to napříč různorodými tématy turistiku a rekreaci nevyjímaje. Na české straně by do budoucna tuto roli měla z pohledu turistiky a rekreace převzít oblastní destinace Český les, pravděpodobně prostřednictvím pracovních skupin. Tento spolek by v rámci své činnosti měl koordinovat převážnou většinu komunikace ve všech jejích formách a nástrojích.

Druhou formu s nejvíce sjednocujícími prvky jsou společné prezentace území na veletrzích a podobných akcích, které jsou pořádány jak v rámci Plzeňského kraje, tak i v Bavorsku. Na české straně se společně prezentují dva zásadní aktéři v území, a to Svazek obcí Domažlicko a město Tachov sdružující obce Tachovska.

Shrnutí:

- Absence organizační struktury pro celouzemní a přeshraniční komunikaci.
- Snaha o obdobnou strukturu partnerů na obou stranách hranice, s přihlédnutím ke stávající koncepci značky pod Tourismusverband Ostbayern na bavorské straně.
- Chybějící provázanost prezentovaných informací.

- Spíše lokální konzultace a projednávání záměrů - osobní jednání před záměrem, pravidelné komunikace při realizacích.
- Pořádání tematických a speciálních akcí - oboustranná součinnost a spolupráce při pořádání akcí v rámci všech zapojených partnerů.
- Koordinace a metodická spolupráce - zejména Plzeňský kraj, vláda Horní Falce, větší města, svazky obcí a MAS/akčních sdružení či CHKO.
- Zveřejňování zpráv a informační servis jednotlivých partnerů.

1.2.2 Komunikační nástroje partnerů

Současný stav komunikace mezi partnery je na české straně ovlivněn faktickým komunikačním rozdělením na severní a jižní část. Skupiny partnerů spolu komunikují spíše lokálně. Nejvýznamnější skupinou jsou turistická informační centra (TIC), která v jižní části území reprezentuje Svazek obcí Domažlicko. Tyto pořádají pravidelná setkávání, kde si navzájem vyměňují informace a koordinují činnost. V severní části tuto úlohu přebírá Rada cestovního ruchu okresu Tachov, která se setkává k výměně informací cca 3-4x ročně. V rámci osvětových a vzdělávacích aktivit působí lokálně zejména vlastníci lesů (LČR, městské lesy případně v součinnosti s AOPK). Další subjekty zvláště komerční spolu komunikují jen výjimečně, a to ještě lokálně.

Mezi nejvýznamnější nástroj společné komunikace či spíše prezentace patří tištěné materiály o území, které někdy fungují i přeshraničně. Tyto jsou vydávány po vzájemné komunikaci a dohodě partnerů v celém území. Přeshraniční komunikační kanály jsou dobře nastaveny v rámci partnerství měst a obcí.

Mezi nejčastější nástroje komunikace - přenosu informací patří webové stránky, sociální sítě, elektronické formy komunikace (např. email), mobilní aplikace, tištěné materiály, osobní setkávání, osobní prezentace a interní materiály jednotlivých partnerů komunikace.

V zásadě všichni partneři využívají jako komunikační kanál přenosu svých informací webové stránky, ve více či méně aktualizované podobě. K nim se v současné době připojuje využívání sociálních sítí (např. facebook, Instagram, twitter aj.) a také přenos informací za pomoci QR kódů. Oblíbené jsou s ohledem na poskytování informací o turistických cílech i nejrůznější mobilní aplikace.

Využívané jsou i tištěné materiály jednotlivých aktérů, a to zejména letáky, katalogy, publikace či materiály jednotlivých partnerů o jejich činnosti.

Třetí skupinou přenosu informací je osobní přenos při společných setkáních partnerů ať již formou pracovních skupin (setkávání TIC) nebo formou prezentací při různorodých akcích (veletrhy, Dny Českého lesa, aj.).

Aktuálně se na české straně rozbíhají komunikační aktivity nově založené Oblastní destinace Český les, která by postupně měla převzít hlavní úlohu společné komunikace napříč celým územím, a to i přeshraničně.

Shrnutí:

- Většina partnerů využívá webové stránky případně sociální sítě.
- Osobní setkávání probíhá v rámci pracovních skupin turistických informačních center.
- Kooperace u svazků obcí (Svazek obcí Domažlicko, Mikroregiony).
- Tištěné materiály - pro širší území (Tachovsko, Domažlicko, Kdyňsko, Plánsko, CHKO - Český les,), společné česko-německé materiály, publikace o území.

- Akce - komentované prohlídky, úklidové akce, poznávací akce pro děti - Městské lesy Domažlice, aj.
- Informace předávané v rámci projektů, včetně přeshraničních - zapojení partnerů, publicita.
- Úvodní jednání v rámci vzniku oblastní destinace Český les - Domažlice, Tachov, Bělá.
- Chybí širší rámcová komunikace mezi partnery napříč územím, a to i přeshraničně.
- Dobrým příkladem přenosu informací je společné centrum Bavaria Bohemia v Schönsee.

2. NÁVRH KOMUNIKACE PARTNERŮ

V současné době nejsou nastavena pravidla, která by podporovala komunikaci partnerů na potřebné úrovni. Návrh komunikace tedy obsahuje kroky, které vedou k žádoucímu cílovému stavu komunikace partnerů v celém území. Rovnocennou úlohu hrají partneři z území české strany i strany bavorské. Tyto kroky jsou popsány v podkapitole 1 Cíle komunikace partnerů. Tato témata budou vedeny vnitřní diskusí a po shodě partnerů budou v komunikaci využívány i jako marketingové nástroje pro území. S ohledem na přetrvávající jazykovou bariéru je v rámci komunikační strategie počítáno se zapojením osob, které jsou schopny tuto bariéru překonávat.

1.3 Cíle komunikace partnerů

Vize a cíle komunikace partnerů pro tuto společnou komunikační strategii byly převzaty ze strategického rámce projektu pro tematickou oblast 4 Organizace a spolupráce.

Vize v komunikační oblasti:

- **Všichni partneři na obou stranách hranice úzce komunikují a spolupracují na různých úrovních**

Cíle komunikační strategie:

- Na obou stranách vytvořit dostatečnou kapacitu pro intenzivní přeshraniční komunikaci v tématu turistiky a rekreace.
- Vybudovat organizační strukturu pro celé území.
- Uplatnit nové formy spolupráce v území.
- Zapojit aktivní subjekty a osoby.
- Podpořit a koordinovat aktivity v území.

1.4 Zásady komunikace partnerů

Měřítkem dosažení žádoucího stavu komunikace je široká shoda partnerů na vizi rozvoje území i cílech pro její naplňování, jak byly vyjádřeny v projektu. Dalším krokem je jejich prosazování při sdílení společných zásad a hodnot všemi partnery, a to i přeshraničně.

Pro naplňování vize je naprosto zásadní udržet současnou krajinu Českého lesa a příhraničních oblastí na bavorské straně jako hlavní hodnotu společného území. Veškeré hodnoty ve spojení s jednotlivými atraktivitami tvoří pro návštěvníky vysoce ceněnou destinaci nezasaženou „overturismem“. Je pravděpodobné, že s rozvojem turistické infrastruktury a rozšiřováním nabídky destinací území bude vize více či méně ohrožována. Na druhou stranu nemůže být konzervace současného stavu hlavní zásadou uplatňovanou pro další vývoj území.

Pro účinnou komunikaci mezi partnery v tématu turistiky a rekreace v Českém lese byly identifikovány tři zásadní faktory.

Společná značka Český les

Dalším nezbytným krokem pro komunikaci mezi partnery je shoda na společné značce území. Tento krok je nutný zejména s ohledem na marketing prováděný na jakékoli úrovni a jakýmkoli formami a nástroji. Společná značka bude dále posilovat provázanost celé komunikace uvnitř i vně území a mezi partnery zároveň. Po vytvoření značky a loga je možné začít komunikovat na všech relevantních úrovních s cílem posilovat území jako celek.

Přeshraniční provázanost

S ohledem na těsné sousedství Českého lesa a sousedních bavorských území je nezbytná přeshraniční spolupráce a komunikace, a to nejen při přípravě a realizaci záměrů. Neustálá přeshraniční komunikace povede nejen ke sblížení subjektů v území, ale k posílení identity na druhé straně hranice.

Posilování identity s územím

Posilování identity s územím povede ke vzájemnému sblížení osob a subjektů v území. Tím bude zároveň docházet ke shodám na principech a zásadách společné komunikace. Formy a nástroje budou ovlivňovat všechny partnery v území. Osvěta a dobré příklady mohou ve značné míře ovlivnit i komunikaci v rámci všech skupin.

1.5 Cílový stav komunikace

Optimálně fungující komunikace partnerů vyžaduje vytvoření a stabilitu vhodné organizační struktury, pravidelný přenos informací a sdílení společných zásad v rámci území. Podmínky naplňování tohoto stavu jsou naznačeny v jednotlivých částech a v úvodu kapitoly. Je zřejmé že tyto oblasti lze zařadit jak do oblasti komunikace, tak i do oblasti marketingu a jsou spolu provázány.

Cílového stavu lze dosáhnout zapojením jednotlivých partnerů do společných komunikačních aktivit. Významnou úlohu by mohla sehrát společná deklarace Plzeňského kraje a vlády Horní Falce jako nejvyšších institucí v rámci území. Na národních úrovních jsou to dohody nejvýznamnějších partnerů o dlouhodobé spolupráci.

Tabulka 2 popisuje ideální stav, kterého by bylo možno dosáhnout za předpokladu ochoty všech partnerů dosáhnout shody na principech a zásadách společné komunikace. Tabulka uvádí zásadní partnery pro komunikaci za českou stranu, ale obdobná struktura existuje i na bavorské straně, jak dokládá schéma 1.

1.5.1 Partneři komunikace

Mezi zásadní partnery komunikace z pohledu turistiky a rekreace patří Plzeňský kraj, vláda Horní Falce, obce, svazky obcí, oblastní a destinační společnosti, turistické svazy, další spolky a provozovatelé služeb působících v cestovním ruchu. V rámci ochrany přírody jsou to pak správy přírodních parků v Bavorsku a Chráněná krajinná oblast Český les na straně české. Na pomezí obou se pak pohybují zejména hospodařící subjekty jako například správci lesů či zemědělsky hospodařící subjekty či dobrovolnické spolky.

Role a komunikační aktivity jednotlivých partnerů by se měla odvíjet od jejich zařazení v organizační struktuře komunikační strategie.

Tabulka 2: Návrh komunikace partnerů Českého lesa a přírodních parků Horní Falce v tématu turistiky a rekreace

Partneři	předmět komunikace nově	sdělení	podmínky aplikace	nástroje
AOPK CHKO ČL, Správy přírodních parků v Horní Falci	Objevte a vnímejte hodnoty celého ČL, Hornofalckého lesa a Bavorského lesa	CHKO a přírodní parky podporují jednotnou značku území	Shoda aktérů na jednotě značky	Prezentace na Dnech ČL, kooperace akcí se širším přesahem v území, přeshraniční prezentace
Města a obce samosprávné celky	Informace přes jednu destinaci na obou stranách hranice dále	Máme jednu společnou organizaci pro T+R v celém území	Zapojení většiny měst a obcí z území do oblastní destinace	Členství v řídicích orgánech, pracovních skupinách destinace, propojení webů(odkazy), sdílení akcí
Turistická informační centra	Vize a cíle území z jedné destinace na každé straně hranice	Spolupráce v ČL a přírodních parcích Horní Falce posiluje T+R	Zapojení TIC do struktur DM	Provazování webů, odkazů na akce, účast na jednáních a společné výroční konference
Organizace zřizované městy a obcemi (sportovní zařízení, ...)	Užší propojení záměrů (nabídka nových atraktivit)	ČL a přírodní parky Horní Falce nabízí sportovní vyžití i relaxaci	Nastavení kritérií pro provazování záměrů	Účast při strategickém plánování rozvojových aktivit
Místní akční skupiny, Svazky obcí, komunální sdružení, akční spolky	Společné plánování projektů	Spolupráce v území posiluje T+R	Provazování plánování projektových záměrů	Zapojení do pracovních skupin
Plzeňský kraj (OKPPCR) a odbory okresních úřadů v Horní Falci	Jednotný management pro celé území	ČL a přírodní parky v Horní Falci jsou jednolitě území	Koordinace činností s DM a metodické vedení s ohledem na celé území vč. lokálních DM	Plánování a porady k činnosti DM, spolupráce na přípravě konferencí, spoluúčast na veletrzích
Muzea, galerie, kulturní centra	Společná příprava akcí	Společně sdílíme expozice	Vytvoření databáze subjektů	Navázání spolupráce formou síťování aktivit
Poskytovatelé ubytovacích, stravovacích a dalších služeb (servisy, rozhledny ...)	Chceme spolupracovat (vystupovat) v celém území společně	Jsme součástí společné značky území	Nastavení podmínek pro spolupráci (vč. finančních), shoda na jednotě značky	Odkazy v informačních materiálech, sdílení informací na webech, sociálních sítích, aj
Vlastníci/správci lesů (LČR, obecní, soukromé), zemědělsky hospodařící subjekty	Informace o činnostech (těžby, sklizně ...), informace o přístupnosti(propustnosti) lokalit	Pomáháme prostupnosti území	Vybudování informačního systému o prováděných pracích s volným přístupem	Provázání informačních systémů
Spolky (KČT, myslivci, sportovci, krajanské spolky .)	Nabízíme znalosti místních podmínek	Území je společně využíváno všemi	Zapojení do informovanosti činností DM	Zapojení do pracovních skupin, plánování akcí
Dobrovolnické organizace, dobrovolníci a znalci území (Hnutí duha, Uklidme Česko, Hlídky ochrany přírody, ekologicky zaměřené organizace, Kluby ochrany přírody ...)	Nabízíme pomoc při ochraně hodnot a znalost území	Společné území je jedinečné, a proto ho chraňme a rádi ukážeme hodnoty	Zapojení do informovanosti činností DM	Zapojení do pracovních skupin, informace o výskytu hodnot, spolupráce při tvorbě materiálů
Aktivní osoby se vztahem k místu a území	Chceme pomoci s prezentací území a jeho hodnot	Společné území má co nabízet	Zapojení do informovanosti činností DM	Zapojení do pracovních skupin, spolupráce na akcích

1.5.2 Vytvoření organizační struktury

Vytvoření organizační struktury partnerů komunikace je základním předpokladem pro nastavení správných přenosů informací, a to na všech úrovních. Organizační struktura musí být nastavena od přeshraniční (celoúzemní), přes oblastní až po lokální úroveň. V celkové struktuře musí mít možnost být zapojeni všichni partneři bez ohledu na jejich role a množství předávaných informací. Rozsah a členění musí odpovídat kompetencím jednotlivých partnerů pro poskytování informací.

V rámci organizační struktury je nezbytné vytvořit řídicí orgány, pracovní skupiny a případně ad hoc utvořené týmy pro řešení neobvyklých situací. V rámci hierarchie je nezbytné stanovit kompetence jednotlivých úrovní organizační sítě, stanovit plán, harmonogram činností a základní pravidla pro fungování jednotlivých úrovní. Velmi důležitá je otevřenost, transparentnost a schopnost přenosu informací vůči partnerům, ale i cílovým skupinám z pohledu turistiky a rekreace.

Neméně potřebné je nastavení informačních toků, včetně forem a nástrojů komunikace. Tyto budou hrát důležitou úlohu při finálním zpracování informace a doručení koncovému uživateli.

Řídicí orgány

V rámci řídicích orgánů jsou přijímána zásadní rozhodnutí strategického charakteru většinou s přeshraničním dopadem. Jejich rozhodnutí by měla být akceptovaná všemi partnery na základě dohody o nastavení kompetencí. Tyto orgány by měly reagovat na zásadní změny v oblastech organizačních, technických i finančních z pohledu turistiky a rekreace. Zastoupení v řídicích orgánech by mělo odpovídat kompetencím jednotlivých partnerů.

Pracovní skupiny

Pracovní skupiny jsou výkonnými články v rámci organizační struktury. Jejich činnost spočívá v přípravě finálních výstupů komunikace. Pracovní skupiny by bylo vhodné vytvořit dle tematických oblastí např. (historie, příroda, kultura, přeshraniční spolupráce, aj). Plán práce pracovních skupin by měl navazovat na strategické rozhodnutí řídicích orgánů a doplňovat možnosti řešení a technické záležitosti k provádění faktických výstupů. Těmi můžou být náměty, studie, projekty či realizace. V rámci pracovních skupin je vhodné zapojení externích odborníků či znalců území. To mohou být jak instituce, tak fyzické osoby.

Speciální týmy

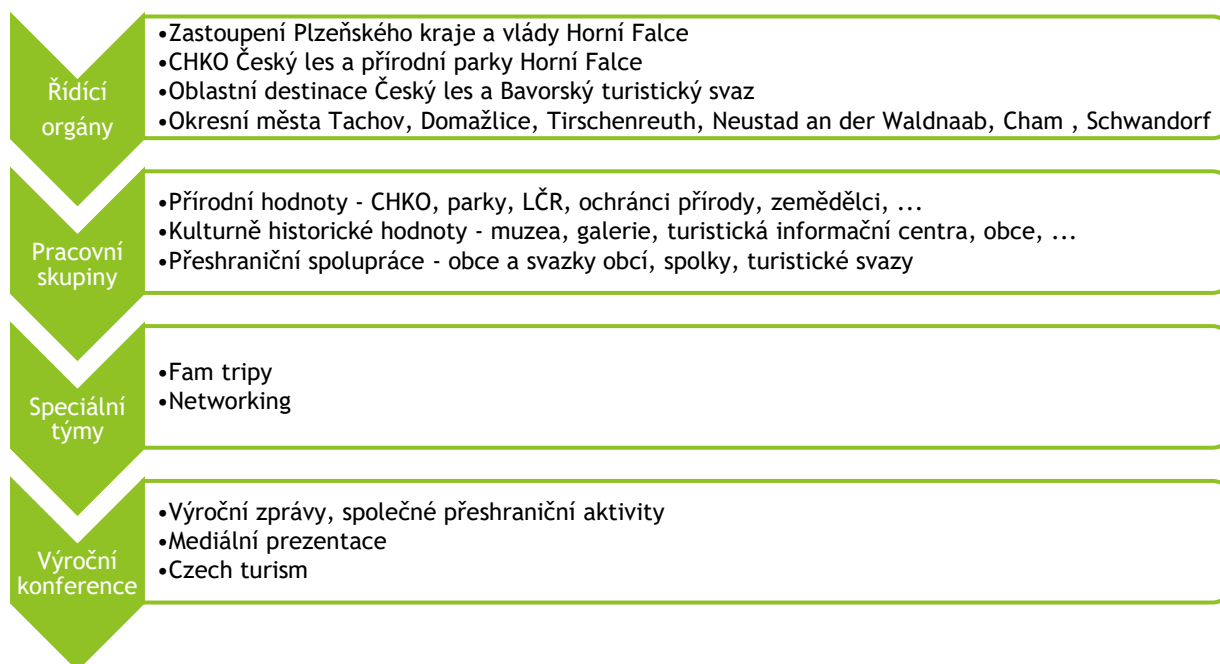
Speciální týmy by měly být tvořeny pro řešení neobvyklých situací či pro speciální komunikační aktivity např. famtripy či filmové produkce. Tyto by byly vytvářeny ad hoc se zadáním a plánem pro jednotlivé akce.

Výroční konference

Výroční konference Českého lesa je speciální formou komunikace napříč partnery a vnějšími subjekty. Tato v sobě zahrnuje jednak zhodnocení komunikace v rámci organizační struktury, tak i mediální prezentaci vně, bez ohledu na zapojení partnerů. Tyto konference jsou pořádány každoročně v rámci plánování.

Návrh organizační struktury shrnuje schéma 1.

Schéma 1: Návrh organizační struktury



1.5.3 Způsoby komunikace

Pro úspěšné používání jakéhokoli způsobu komunikace je potřeba vytvoření sítě nositelů informací a jejich provázání. Z analýzy partnerů vyplynulo, že v současné době v zásadě neexistuje celouzemní síť partnerů. Vytvoření této sítě je dalším nezbytným krokem k cílovému stavu komunikace v oblasti Českého lesa. Tato síť v sobě musí zahrnovat všechny stupně vytvořené organizační struktury. Přehled nejvýznamnějších partnerů komunikace na české straně je uveden v příloze 4.

V rámci organizační struktury by se partneři měli dohodnout na hlavním kanálu přenosu informací mezi sebou s tím, že všichni partneři využívají společně dohodnuté komunikační kanály pro přenos informací v souladu s dohodnutými pravidly a principy. Tento poté bude sloužit jako všem srozumitelný a dosažitelný způsob získávání informací. V rámci společné dohody je možné využití stávajících informačních sítí, ovšem za předpokladu technické kompatibility a obsahové shodnosti přenášených informací. Partneři musí reagovat i na nové formy komunikace, zejména sociální sítě, s možností zapojení vlastního influencera (youtube, Instagram, facebook, tik-tok, aj.)

Některé způsoby komunikace je možné řadit i mezi nástroje komunikace (např. odkazy na weby či profily partnerů na sociálních sítích), nicméně pro zpracovávanou komunikační strategii tento jev nemá zásadní význam.

Osobní komunikace

Nejpřirozenějším způsobem komunikace je osobní výměna informací. Jeho nevýhodou je, že je omezen rozsahem časovým, popřípadě místním. Nejčastěji je používám při různých setkáních, jednáních či zasedáních např. v rámci pracovních skupin.

Elektronická komunikace

V současné době spolu se sociálními sítěmi asi nejběžnější informační kanál. Elektronický způsob komunikace je ideální pro přenos obsáhlejších dokumentů, které vyžadují delší

časový úsek pro zpracování. Zároveň umožňuje přenos informací v reálném čase bez ohledu na místo (Česko - Bavorsko) a počet účastníků. Mezi elektronické způsoby můžeme zařadit emailovou, skypovou komunikaci, případně komunikaci pomocí telefonních přístrojů. Uvedený způsob bude nejčastěji užíván hlavně ve vnitřní organizační struktuře Českého lesa.

Komunikace přes sociální síť

Sociální síť zaujímají zejména v on-line sdílení informací asi nejvýznamnější způsob. Je využíván jak institucemi (obce, turistická informační centra - informace o akcích), tak i fyzickými osobami (nejčastěji sdílení zážitků či událostí). Pro přenos informací slouží i v soukromém sektoru. Jejich hlavní výhodou, v negativním pojetí i nevýhodou, je v podstatě okamžitý přenos požadované informace i mimo organizační strukturu partnerů Českého lesa. Mezi nejčastější kanály patří Facebook, Twitter či Instagram, ale i další nově vznikající.

Mediální komunikace

Mediální způsob přenosu informací se může dít v elektronické podobě i v tištěné formě. V rámci turistiky a rekreace může být mezi partnery využíván např. pomocí tištěných informačních dokumentů (např. tištěné sborníky z výročních konferencí) nebo elektronicky (např. zvukové záznamy z jednání). Stejně tak je možné využít mediální způsob komunikace vně organizační struktury např. články, spoty, reportáže o činnosti jednotlivých partnerů komunikace). Mediální způsob bude pravděpodobně nejčastěji využíván v rámci destinačního managementu.

Společný web či společné odkazy

Společný web Českého lesa či odkazy na weby partnerů mohou sloužit jako doplňkový zdroj informací partnerů komunikace. Může sloužit např. jako informace pro přípravu dokumentů na jednání nebo sdílení informace v rámci sítě partnerů. Většinové využití společného webu Českého lesa se ovšem předpokládá pro cílovou skupinu turistiky a rekreace - návštěvníky území.

1.5.4 Obsah komunikace partnerů

Nastavení podmínek spolupráce

Obsahová část komunikace partnerů musí vycházet z dohodnuté struktury a odpovědnosti jednotlivých partnerů. V rámci vytvářené struktury a sítě partnerů musí být dohodnuty jak právní formy (např. jednací řády pro jednotlivé řídicí struktury), tak i rozsah požadovaných, či poskytovaných informací mezi partnery. Nejčastěji půjde o společnou dohodu a možnosti dle jednotlivých partnerů.

Po dosažení shody na společných zásadách a cílech komunikace v rámci celouzemní dimenze je možné všechny informace společně sdílet a využívat. Obsah informace je relevantní pro každého partnera a bude doplňován dle aktuálního stavu (např. organizační změny v institucích, personální změny partnerů, reakce na legislativní změny, aj.). Nezbytnou součástí dohody partnerů komunikace je plán činností v oblasti komunikace. Jednotlivé informace musí být poskytnuty jednak dle dohodnutých obsahových náležitostí (účel a obsah sdělení partnerům), tak i ve formě srozumitelné všem partnerům (zejména přeshraniční komunikace - překlady česko-německé), ale také dle časového harmonogramu (informace musí být poskytnuta v dostatečném předstihu pro její seznámení a případnou další distribuci (např. sdílení termínu společných akcí). V tomto ohledu je vytvořen komunikační plán s rozpracováním na rok a v detailu na měsíc.

Sdílení informací o záměrech

Základním předpokladem sdílení informací mezi partnery je dlouhodobé plánování. Na základě dohodnuté organizační struktury je vytvořen komunikační plán na období jednoho roku s detailním rozpracováním po čtvrtletích a s měsíčním upřesněním. V rámci tohoto plánu si partneři sdílejí informace o skutečném stavu a záměrech na další období. Na základě výměny těchto informací si partneři plánují další aktivity a sdílejí je v rámci organizační struktury. Společné sdílení informací probíhá prostřednictvím dohodnutých forem komunikace a komunikačních kanálů a odpovědných osob (elektronicky, sociální sítě, aj.). Pro efektivní využívání sdílení informací se jeví jako ideální způsob vytvořit samostatný informační systém s jednotlivými právy přístupu dle organizační struktury a odpovědnosti jednotlivých partnerů.

Sběr námětů pro činnosti partnerů

V rámci společné komunikace partnerů probíhá neustálá výměna informací, která vede ke sběru námětů na další rozvoj společné komunikace jak ve formách, způsobech či nástrojích komunikace. S tímto souvisí i získávání nových podnětů formou sdílení dobrých praxí v jiných územích mimo oblast Českého lesa, aktivní formou vyhledávání na veletrzích a výstavách spojených s problematikou turistiky a rekreace a v neposlední řadě využíváním zahraničních zkušeností.

Tabulka 3: Příklady činností některých partnerů

Partner	Obsah informace			Způsob zapojení
Plzeňský kraj	Strategická plánování v oblasti T+R	Časový rámec aktivit a podpory prostřednictvím grantů	Celouzemní působnost	Řídící skupina
Obce a města	Rozvojové dokumenty obcí zaměřené na T+R	Společné projednání v rámci zastupitelstva	Působnost v rámci katastrálního území obce	Řídící či pracovní skupiny
Destinační společnosti	Strategie T+R v rámci působnosti destinace	Plán činnosti a možné financování	Působnost dle destinace	Řídící skupina / pracovní skupiny
Celonárodní a celooblastní turistické svazy	Zejména obsah jejich komunikace na venek	Plány činnosti a financování	Využití v rámci veletrhů či akcí	Řídící, pracovní, speciální skupiny
Turistická informační centra, muzea, galerie, památky	Informace o akcích a námětech informací navenek	Podpora prostřednictvím společných setkávání TIC	Dle jednotlivých TIC	Pracovní skupiny, speciální akce
Poskytovatelé služeb	Informace o aktuálním stavu	Záměry rozvoje	Dle působnosti	Pracovní skupiny, speciální akce
Spolky a dobrovolnické organizace, aktivní osoby	Plánované akce	Zapojení osob do přípravy a realizace	Dle působnosti	Pracovní skupiny, speciální akce

1.6 Shrnutí

Strategie komunikace s partnery vychází z předpokladu vzájemné spolupráce obou zásadních partnerů Plzeňského kraje a vlády Horní Falce. Ostatní partneři jako např. oblastní destinace Český les a Tourismusverband OstBayern (TOV), či bavorské krajské turistické svazy budou postupně formovat struktury a budou na sebe „nabalovat“ partnery z celého území, včetně přeshraničních subjektů zapojených do spolupráce.

Společné principy přeshraniční komunikace partnery jsou v koncepci vyjádřeny jako ideální a není možné predikovat zapojení všech popsaných partnerů jako dané. Výše popsaný stav strategie vychází ze získaných poznatků v rámci analytických prací a osobních zkušeností zpracovatele.

V rámci projektu byly identifikovány zásadní partneři pro spolupráci jak v ochraně hodnot, tak i v možnostech spolupráce, včetně komunikace. Tito jsou popsáni v analytické části strategie komunikace. Mezi nejvýznamnější patří jednotlivé okresy, města a obce, dále pak CHKO, přírodní parky a také poskytovatelé služeb pro návštěvníky. V současné době probíhá komunikace v různých úrovních zejména mezi obcemi, případně svazky obcí a CHKO či vlastníky lesů zejména v rámci úředních jednání. Formální a neformální postupy spolupráce se soustřeďují hlavně na akce (Den Českého lesa, komentované prohlídky území, pietní akce v rámci výročí bojů či náboženské akce u zaniklých sídel). S dalšími subjekty jako jsou například poskytovatelé služeb (ubytovacích, stravovacích) je komunikace spíše formální. Totéž platí i o různých spolcích - turisté, myslivci či ochránci přírody. V rámci strategie komunikace je zde velký potenciál pro zlepšování, přičemž tuto úlohu by měla sehrávat nově vzniklá oblastní destinace Český les, ve spolupráci s bavorskými partnery.

Vytčené cíle, možnosti a způsoby komunikace partnerů v rámci společného území je třeba chápat jako návrh, který v určitém směru popisuje ideální stav. Zpracovatel dokumentu si je vědom, že ne všechny navrhovaná opatření budou moci být realizována v krátkodobých horizontech a při zapojení všech zmiňovaných partnerů. Svoji roli zde může sehrávat mnoho faktorů od socio-ekonomických až po mezilidské. Svoji roli by měl sehrávat zejména Plzeňský kraj, vláda Horní Falce, či jím pověřený subjekt, a to v rámci propojování s dalšími územími (Karlovarský a Jihočeský kraj), případně s návazností na ostatní území na bavorské straně.

KOMUNIKAČNÍ PLÁN NA OBDOBÍ NÁSLEDUJÍCÍCH 3 LET

KOMUNIKAČNÍ PLÁN NA OBDOBÍ NÁSLEDUJÍCÍCH 3 LET

Součástí společné komunikační strategie je i komunikační plán na období nadcházejících tří let. Komunikační plán vychází zejména z navrhovaných řešení v územích a s ohledem na možnosti přeshraniční spolupráce. Jedná se pouze o rámcový návrh, který může být v průběhu doby doplňován o další aktivity. Tento plán je určen pro všechny partnery komunikace, vždy s ohledem na jejich možnosti zapojení.

A) Výroční konference Českého lesa - tematicky zaměřené (přírodní hodnoty a jejich ochrana, kultura a historie - zaniklá sídla a výroby, možnosti přeshraniční spolupráce v oblasti turistiky a rekreace, marketingové aktivity apod.).

B) Přeshraniční workshopy

- Institucionální - turistická informační centra, muzea, galerie (poskytnutí zajímavých informací z projektu) - **poskytovatelé informací**.
- Pokračování společných seminářů a vysokoškolských projektů mezi Vysokou školou Weihenstephan-Triesdorf a Českou zemědělskou univerzitou v Praze (např. studentský projekt Pohraničí: Pohledy, letní semestr 2019).
- Vedení škol - co je pro jejich výukové programy zajímavé - **spotřebitelé informací**.
- Dobrovolnické organizace a spolky - zaměření na tematické informace dle činnosti - **poskytovatelé i spotřebitelé informací**.

C) Příprava a realizace rámcových integrovaných návrhů projektu (pilotní ověření např. Poběžovicko)

- Koordinace minimálně 3 subjektů (město, mikroregion, spolek) - shoda na projektu (např. obnova cest s alejemi v krajině, expozice v muzeu, landartové projekty apod.).
- Příprava projektů do fáze projektové dokumentace.
- Možnosti financování projektu - obecní, krajské, MAS, národní, přeshraniční, komerční např. Lasselsberger.

D) Společné akce

- Možnost zapojení do již realizovaných tradičních akcí (např. Den Českého lesa - CHKO, přeshraniční pochody či jiné sportovní akce, poutní pochody a mše, aj.).
- „Zažít dějiny“ (kampaň složená z různých jednotlivých akcí).
- „Kvetoucí hranice“ (regionální dotační program).
- Nové formy aktivit v přeshraniční spolupráci (např. společný Den země - osvětové, vzdělávací, ekologické programy apod.).
- Společné týmy na veletrzích cestovního ruchu, akcích v území apod.

Seznam literatury

Pongratz, P; & Vogelgesang, M. (2016): Standortmanagement und Standortentwicklung. Springer Verlag. online dostupné na: https://link.springer.com/chapter/10.1007%2F978-3-658-14204-9_2

<http://www.landesentwicklung-bayern.de/instrumente/regionalmanagement.html>

<http://www.revis.cz/nase-projety.html>

<http://www.maszlatacesta.cz/o-nas/>

<http://www.svazekdomazlicko.cz/turistika-a-kultura/destinace-cesky-les/>

<http://www.masceskyles.cz>

<https://www.csks.cz/filemanager/files/13246.pdf>

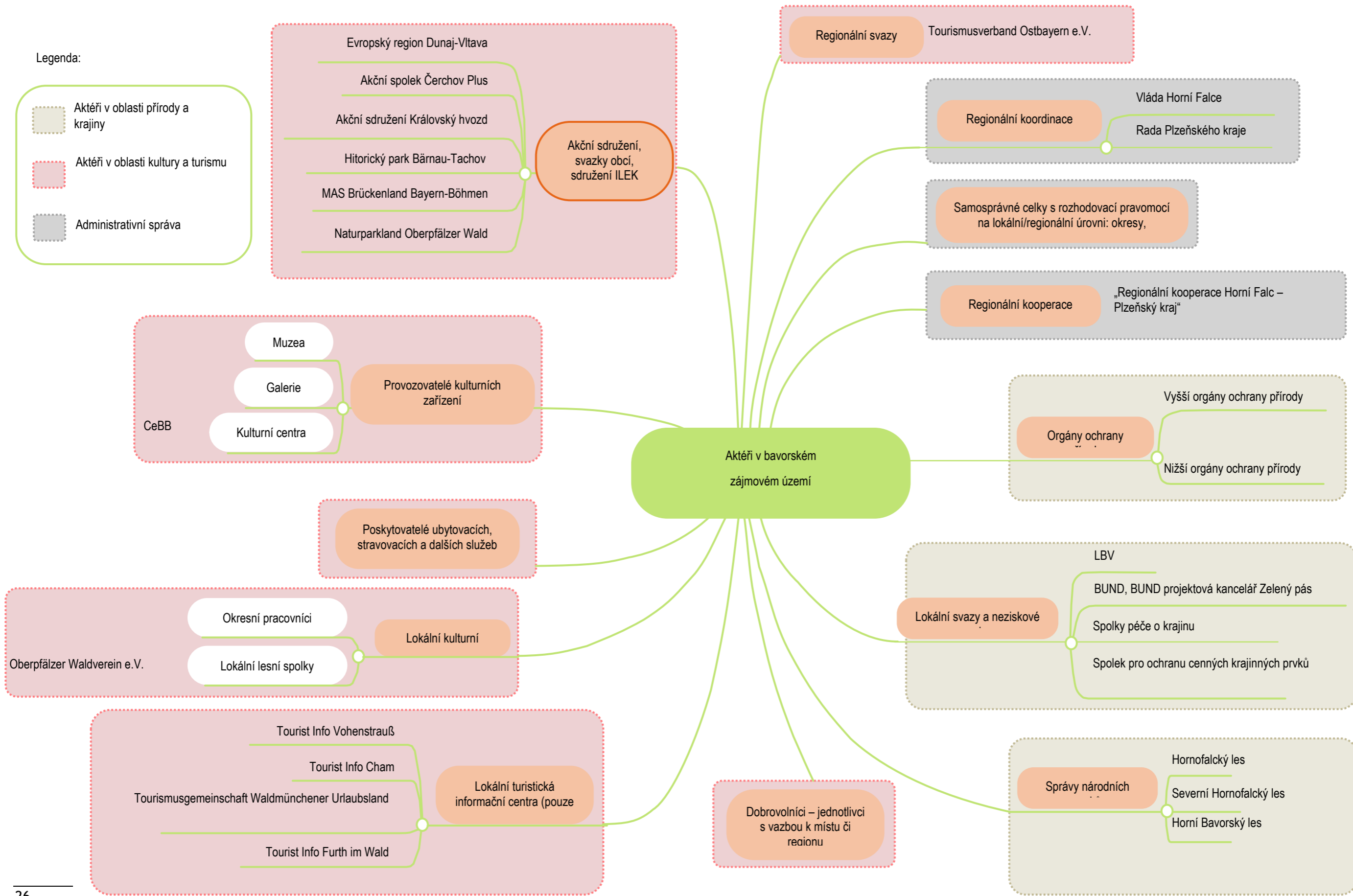
PŘÍLOHY

Příloha 1: Analýza partnerů na české straně

Skupina	Název instituce, subjektu, osob	Jak jsou/mohou být zapojeni do projektu/ v navazujících aktivitách	Jaká je jejich role v projektu/ v území	Jak mohou pomoci úspěchu projektu/aplikaci v praxi	Stupeň zájmu/ zapojení *)	Stupeň vlivu *)	Vztah k aktivitám dalších stakeholderů, konflikty a kritická místa potencialních střetů.
SUBJEKTY OCHRANY PŘÍRODY	Plzeňský kraj - Odbor životního prostředí	Projektový partner, příjemce hlavních výstupů projektu, aktivní účastník všech aktivit vč. Workshopů, poskytování podkladů	Hlavní řídicí autorita v oblasti životního prostředí v PK	V praxi využívá výstupy projektu - skutečný dopad do území. Je zárukou pro ostatní účastníky, že výstupy budou aplikovány a brány "vázně".	5	5	žádné
	AOPK - Správa CHKO Český Les	Projektový partner, příjemce hlavních výstupů projektu, aktivní účastník všech aktivit vč. Workshopů, poskytování podkladů	Hlavní autorita v oblasti ochrany na území CHKO ČL	V praxi využívá výstupy projektu - skutečný dopad do území. Je zárukou pro ostatní účastníky, že výstupy budou aplikovány a brány "vázně".	5	5	žádné
OBCE A SVAZKY OBCÍ	Všechny obce vymezeného území	Příjemci výstupů projektu, účast na aktivitách projektu a tematicky zaměřených workshopech	Hlavní autorita pro výstupy projektu s ohledem na rozvoj území a vlastnické vztahy	V praxi využívá výstupy projektu - skutečný dopad do území. Je zárukou pro ostatní účastníky, že výstupy budou aplikovány a brány "vázně".	5	5	U některých obcí rozpory mezi stupni ochrany a rozvojem svých území
ORGÁNY STÁTNÍ SPRÁVY	Odbory územního plánování	Příjemce výstupů zaměřených na územní plánování a územní rozvoj, jejich aplikace v praxi. Účast na vybraných workshopech	Autorita v oblasti územního plánování	V praxi ovlivňuje zapracování výstupů do ÚAP dotčených obcí	3	3	Místní rozpor mezi stávajícími ÚAP a návrhy ochrany
	ORP - odbory životního prostředí	Příjemce hlavních výstupů projektu, účast na některých aktivitách vč. workshopů, poskytování podkladů	Hlavní autorita v oblasti životního prostředí na území dotčeného ORP	V praxi využívá výstupy projektu - skutečný dopad do území. Je zárukou pro ostatní účastníky, že výstupy budou aplikovány a brány "vázně".	5	5	žádné
STÁTNÍ SUBJEKTY	LESY ČR	Příjemce výstupů v oblasti ochrany přírody a cestovního ruchu	Majoritní vlastník lesních porostů v území	V praxi ovlivňuje hospodaření v lesích - dopady výstupů ochrany přírody a cestovního ruchu	2	3	Nepředpokládají se rozpory
	Státní pozemkový úřad	Příjemce výstupů v oblasti ochrany přírody a cestovního ruchu	Vlastníci pozemků	V praxi možné využití komunikační strategie při realizaci pozemkových úprav	1	1	žádné
OSTATNÍ HOSPODAŘÍCI SUBJEKTY	HOSPODAŘÍCI SUBJEKTY	Příjemci výstupů projektu, účast na aktivitách projektu a tematicky zaměřených workshopech	Autority ovlivňující dopady výstupů, zejména v oblastech ochrany a rozvoje cestovního ruchu	V praxi je to důležitá skupina s ohledem na charakter území a realizaci výstupů v oblastech ochrany a cestovního ruchu	2	4	Dle oblasti - sever - jih
	SOUKROMĚ HOSPODAŘÍCI SUBJEKTY	Příjemci výstupů projektu, účast na aktivitách projektu a tematicky zaměřených workshopech	Autority ovlivňující dopady výstupů, zejména v oblastech ochrany a rozvoje cestovního ruchu	V praxi je to důležitá skupina s ohledem na charakter území a realizaci výstupů v oblastech ochrany a cestovního ruchu	3	4	Záleží na postoji jednotlivců
	VLASTNÍCI SOUKROMÝCH LESŮ	Příjemci výstupů projektu, účast na aktivitách projektu a tematicky zaměřených workshopech	Vlastníci lesních pozemků	V praxi ovlivňují hospodaření v lesích	2	3	Možné střety s ochranou a cestovním ruchem
	CÍRKVE	Příjemci výstupů projektu, účast na aktivitách projektu a tematicky zaměřených workshopech	Vlastníci pozemků v území	V praxi ovlivňují hospodaření, zejména v lesích, vlastníci staveb	2	3	Nepředpokládají se rozpory
SUBJEKTY KULTURNÍHO DĚDICTVÍ A TURISMU	Plzeňský kraj - Odbor kultury a cestovního ruchu	Příjemce výstupů zaměřených na komunikaci a turismus - jejich aplikace v praxi.	Hlavní regionální autorita destinačního managementu a rozvoje kultury v regionu.	Jednotlivý prvek pro ostatní partnery, záruka vytváření návrhů v oblasti cestovního ruchu v souladu s regionálními strategiemi a plány i jejich následné realizace	3	5	žádné
	INFOCENTRA	Příjemce výstupů zaměřených na komunikaci a turismus - jejich aplikace v praxi.	Regionální autorita destinačního managementu a rozvoje kultury v regionu.	Jednotlivý prvek pro ostatní partnery v území infocentra, záruka vytváření návrhů v oblasti cestovního ruchu v souladu s regionálními strategiemi a plány i jejich následné realizace	3	5	žádné
DALŠÍ REGIONÁLNÍ, OBLASTNÍ A LOKÁLNÍ SUBJEKTY (MAS, školy, neziskovky, ...)	MAS	Příjemce výstupů zaměřených na komunikaci a turismus - jejich aplikace v praxi.	Autorita v oblasti cestovního ruchu, komunikace a možných dotací	Jednotlivý prvek pro ostatní partnery v širším území s dopady mimo území, záruka vytváření návrhů v oblasti cestovního ruchu v souladu s regionálními strategiemi a plány i jejich následné realizace	5	5	žádné
	Školy	Příjemce výstupů zaměřených na ochranu přírody, cestovní ruch a komunikaci	Autorita v oblasti edukační činnosti	V praxi využívá výstupy z projektu zejména s ohledem na ochranu přírody a komunikaci	3	4	žádné
	Lokální neziskové organizace	Příjemce výstupů zaměřených na ochranu přírody, rozvoj území, cestovní ruch a komunikaci	Dle zaměření organizace	Dle zaměření organizace - propagace projektu při své činnosti	4	3	Nepředpokládají se rozpory
	Turistické svazy	Příjemci výstupů v oblasti cestovního ruchu	Turistické aktivity	Podpora projektu v rámci rozvoje území a aktivit v oblasti cestovního ruchu	4	4	Nepředpokládají se rozpory
PRIVÁTNÍ SUBJEKTY	Hotely, restaurace, penziony a farmy	Příjemci výstupů v oblasti cestovního ruchu	Turistické aktivity	Podpora projektu v rámci rozvoje území a aktivit v oblasti cestovního ruchu	3	4	Nepředpokládají se rozpory
	Subjekty poskytující prázdninové aktivity (tábory)	Příjemci v oblasti ochrany přírody a cestovního ruchu	Příroda a turistický ruch, využití výstupů komunikace	V praxi dopad v rámci aktivity	2	2	Nepředpokládají se rozpory
	Subjekty zaměřující se na sportovní aktivity (SKI areály, běžecké oddíly)	Příjemci v oblasti ochrany přírody a cestovního ruchu	Příroda a turistický ruch, využití výstupů komunikace	V praxi dopad v rámci aktivity	2	3	Nepředpokládají se rozpory
	Průmyslové podniky	Příjemci výstupů v oblasti rozvoje území	Oblast územního plánování a rozvoje	Zaměstnavatelé osob z území a rozvíjející se areály	1	3	Možné střety v územím plánování
OSOBY	Znalci území (Procházka, pamětníci, aj.)	Externí poradenství, znalost území	Zejména podklady a tipy v oblasti historického a kulturního dědictví	Propagace a osvěta v rámci jejich zájmu a publikační činnosti	5	5	žádné
DALŠÍ	GREEN BELT	Partner dle podmínek smlouvy	Politická autorita	Společný cíl projektů	5	5	žádné

*) 1= "velmi nízké", 2= "nízké-střední", 3= "střední", 4= "střední-vysoké", 5= "velmi vysoké"

Příloha 2: Schéma organizace partnerů na bavorské straně



Příloha 3: Popis oblastí činnosti subjektů v oblasti cestovního ruchu

U všech níže uvedených institucí a organizací se jedná o "podporu rozvoje cestovního ruchu" na území Horní Falce.

V zájmovém území je regionální zastřešující organizací v oblasti cestovního ruchu Tourismusverband Ostbayern e.V. s turistickými oblastmi/destinacemi Hornofalcký les (Oberpfälzer Wald) a Bavorský les (Bayerischer Wald). Tři přírodní parky (Přírodní park Horní Bavorský les - Naturpark Oberer Bayerischer Wald, Přírodní park Hornofalcký les - Naturpark Oberpfälzer Wald a Přírodní park Severní Hornofalcký les - Naturpark Nördlicher Oberpfälzer Wald) zodpovídají především za otázky ohledně ochrany přírody a využití k rekreaci v zájmovém území.

Vedle lokálních organizací s působností přesahující hranice obcí, jako je např. Hornofalcký lesní spolek (Oberpfälzer Waldverein e.V.), existuje celá řada turistických spolků se speciálním zaměřením, jako např. CeBB se zaměřením na přeshraniční podporu kultury, spolek Geopark Bavorsko-Čechy (Geopark Bayern-Böhmen), Historický park Bärnau (Geschichtspark Bärnau) se zaměřením na historický výzkum a archeologii, spolky ochrany přírody (LBV a BUND) se zaměřením na ochranu přírody a další.

Vedle Tourismusverband Ostbayern e.V. je nevýznamnější Bavorský svaz hotelů a restaurací (Bayerischer Hotel- und Gaststättenverband - DEHOGA Bayern) - Oblast Horní Falc (<https://www.dehoga-bayern.de/bezirke/oberpfalz>). Tento svaz pečuje o zájmy hoteliérů, provozovatelů restaurací a gastronomů v okresech Amberg-Sulzbach, Cham, Neumarkt i. d. Opf., Neustadt a. d. Waldnaab, Regensburg, Schwandorf, Tirschenreuth a v samostatných městech Amberg, Regensburg a Weiden i. d. Opf.

Dále je třeba uvést regionální turistická sdružení a turistická informační centra. Regionální turistická sdružení jsou motorem propagace cestovního ruchu. Pracují jako zastřešující organizace pro pronajímatele a gastronomické podniky, neboť koncipují veškerou regionální propagaci - vždy pod konkrétní zastřešující značkou, např. "Bavorský les", a monitorují turistické standardy (certifikace atd.). Vyvíjejí tedy operativní činnost a slouží jako důležití partneři při realizaci projektů na regionální úrovni.

Tourismusverband Ostbayern e.V.

Im Gewerbepark D 02/D 04, 93059 Regensburg
<https://www.ostbayern-tourismus.de/>

Tourismusregion Oberpfälzer Wald

Okresy Tirschenreuth, Neustadt a.d. Waldnaab, Schwandorf a město Stadt Weiden

Tourismusarbeitsgemeinschaft Oberpfälzer Wald

zastoupená předsedou tohoto turistického pracovního sdružení
zemským radou Andreasem Meierem, Okres Neustadt a.d. Waldnaab
Stadtplatz 36, 92660 Neustadt a.d. Waldnaab
<https://www.oberpfaelzerwald.de/>
kontakt na **turistické informace okresů** prostřednictvím následujícího odkazu:
<https://www.oberpfaelzerwald.de/kontakt>

Tourismusregion Bayerischer Wald

součást Tourismusverband Ostbayern e.V.

Prezidenti: Zemský rada Josef Laumer/zemský rada Franz Löffler
Jednatel/člen představenstva: Dr. Michael Braun
zastupující jednatel/ člen představenstva: Wolfgang Scheinert
<https://www.bayerischer-wald.de/>

Přírodní parky

Naturpark Oberer Bayerischer Wald

Spolek přírodního parku Naturpark Oberer Bayerischer Wald
(= turistické informace přírodního parku Naturpark Oberer Bayerischer Wald)
Zemský úřad Cham
Rachelstr. 6, 93413 Cham
<https://www.bayerischer-wald.org/de/>

Naturpark Oberpfälzer Wald

Spolek přírodního parku Naturpark Oberpfälzer Wald
Wackersdorfer Straße 80, 92421 Schwandorf
<https://naturpark.landkreis-schwandorf.de/>

Naturpark Nördlicher Oberpfälzer Wald

Naturpark Nördlicher Oberpfälzer Wald e.V.
při Zemském úřadu Neustadt a.d. Waldnaab
Stadtplatz 38, D-92660 Neustadt a.d. Waldnaab
<https://www.naturpark-now.de/>

Další turistické spolky (neúplné)

Oberpfälzer Waldverein

Rotkreuzplatz 10, 92637 Weiden i. d. OPf.
<http://www.owv-hv.de/>

četné pobočky viz <http://www.owv-hv.de/zweigvereine/zweigvereine.php>

Mimo jiné:

OWV Bärnau

Am Galgen Nr. 1, 95671 Bärnau

OWV e.V. Zweigverein Georgenberg

předseda představenstva Manfred Janker

Schwanhof 24, 92697 Georgenberg

<http://www.owv-georgenberg.de/>

OWV Zweigverein Waidhaus

předseda představenstva Detlef König

Türkenstr. 8, 92726 Waidhaus

<http://owv-waidhaus.de/>

OWV Stadlern

Pan Michael Koller

Hauptstraße 2, 92549 Stadlern

OWV Schönsee

Paní Lisbeth Balk

Straße: Hauptstraße 28, 92539 Schönsee

OWV Zweigverein Eslarn e.V.

<http://www.owv-eslarn.de/>

OWV Schwandorf e.V.

<http://www.owv-sad.de>

Regionalmarketing Oberpfalz in Ostbayern e.V.

Emmeramsplatz 8

93047 Regensburg

<https://www.oberpfalz.de/cs/>

Arbeitsgemeinschaft Vorderer Bayerischer Wald e.V. (AG Vorwald)

předseda představenstva, starosta Gerhard Blab

VG Falkenstein, Marktplatz 1, 93167 Falkenstein

<https://www.vorderer-bayerischer-wald.de>

Lokální turistická sdružení a turistická informační centra

Tourismusgemeinschaft Waldmünchner Urlaubsland

Marktpl. 16, 93449 Waldmünchen

<https://www.bayerischer-wald.de/Media/Attraktionen/Tourismusgemeinschaft-Waldmuenchner-Urlaubsland-e.V>

Tourist-Information Furth im Wald

Schloßpl. 1, 93437 Furth im Wald

<https://furth.de/>

Tourist-Info Neukirchen b.Hl.Blut

Marktpl. 10, 93453 Neukirchen beim Heiligen Blut

<https://www.neukirchen.bayern/de/>

Tourist Info Hohenwarth

Schulstraße 3, 93480 Hohenwarth

<https://www.hohenwarth.de/>

Tourist Info Cham

Propsteistraße 46, 93413 Cham

<https://www.cham-roding-urlaub.de/>

Tourist Info Arrach

Lamer Str. 78, 93474 Arrach

<https://www.lamer-winkel.bayern/de/>

Tourist Info Bayerisch-Eisenstein

Schulbergstraße 1, 94252 Bayerisch Eisenstein

<https://www.bayerisch-eisenstein.de/>

Tourist Info Weiden

Oberer Markt 1, 92637 Weiden in der Oberpfalz

<https://www.weiden-tourismus.info/>

Tourist-Information/ Stadtmarketing Tirschenreuth

Regensburger Str. 6, 95643 Tirschenreuth

<https://www.stadt-tirschenreuth.de/kultur-tourismus/urlaub-in-tirschenreuth/>

Touristinfo Vohenstrauss

Marktpl. 9, 92648 Vohenstrauß

<https://www.vohenstrauss.de/>

Příloha 4: Kontakty na hlavní aktéry komunikace v oblasti turistiky a rekreace na české straně

Subjekt	Adresa	web
AOPK CHKO Český les	Přimda náměstí Republiky 287	www.ceskyles.ochranaprirody.cz
Svazek obcí Domažlicko	Babylon 27	www.svazekdomazlicko.cz
REVIS Tachov	Tachov Školní 1094	www.revis-tachov.cz
Lesy ČR Plzeň	Plzeň Sukova 40	www.lesy-cr.cz
Plzeňský kraj - Odbor kultury, památkové péče a cestovního ruchu	Plzeň Škroupova 1760	www.plzensky-kraj.cz
Klub českých turistů Plzeň	Plzeň Veleslavínova 30	www.kct.cz/oblast-plzenskeho-kraje
MAS Zlatá cesta	Tachov Pivovarská 281	www.zlatacesta.cz
MAS Český les	Staré Sedliště 359	www.masceskyles.cz
Turistická informační centra		
Kdyně	Kdyně Nádražní 314	www.kdynsko.cz
Domažlice	Domažlice Chodské náměstí 96	www.idomazlice.cz
Horšovský Týn	Horšovský Týn náměstí Republiky 105	www.mkzht.cz
Klenčí	Klenčí pod Čerchovem 4	www.klenci.cz
Poběžovice	Poběžovice náměstí Míru 210	www.pobezovice.cz
Bělá nad Radbuzou	Bělá nad Radbuzou 200	www.sumavanet.cz
Přimda	Přimda náměstí Republiky 288	www.mestoprimda.cz
Bor u Tachova	Bor Plzeňská 259	www.mubor.cz
Tachov	Tachov náměstí Republiky 85	www.mks.tachov.cz
Planá	Planá náměstí Svobody 56	www.plana.cz