

Magistrát města Ústí nad Labem
Odbor strategického rozvoje
Oddělení cestovního ruchu



**Statistická zpráva o vývoji cestovního ruchu
ve vztahu k aktivitám oddělení cestovního ruchu
Magistrátu města Ústí nad Labem**

pro interní účely oddělení

RNDr. Eva Berrová
a kolektiv oddělení cestovního ruchu

Ústí nad Labem, srpen 2017



Ústí nad Labem © 2017

Magistrát města Ústí nad Labem, Odbor strategického rozvoje
oddělení cestovního ruchu

Tato zpráva je pracovním dokumentem pro interní potřeby oddělení a neprošla odbornou, ani jazykovou korekturou.
Foto © Archiv města Ústí nad Labem.

Obsah

1. ÚVOD	5
2. OBECNÁ ČÁST	6
2.1 VYMEZENÍ A STRUČNÁ CHARAKTERISTIKA OBLASTI.....	6
2.2 AKTUÁLNÍ PŘÍSTUPY K ROZVOJI CESTOVNÍHO RUCHU	7
2.2.1 Institucionální struktura.....	7
2.2.2 Strategie, management a výchozí přístupy	8
2.2.3 Efektivita činnosti a zpětná vazba včetně veletrhů	9
2.2.4 Nová témata a tendence – výhled	12
3. STATISTICKÁ ČÁST	13
3.1 HODNOCENÍ STATISTICKÝCH ZDROJŮ	13
3.1.1 Vlastní data a informace	13
3.1.2 Veřejné celostátní statistiky a přehledy	13
3.1.3 Ostatní zdroje	14
3.2 SOUČASNÉ TRENDY	15
3.2.1 Návštěvnost města, regionu, kraje.....	15
3.2.2 Návštěvnost Informačního střediska města Ústí nad Labem	17
3.2.3 Kvalitativní hodnocení	20
4. ZÁVĚR	22
SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ	24
FOTOGRAFICKÁ PŘÍLOHA	25
A – Vybrané turistické dominanty města	25
B – Vybrané akce s návštěvníky města a regionu 2017	27
C – Informační středisko města Ústí nad Labem.....	28



Foto © Archiv města Ústí nad Labem, upraveno

*„Člověk by měl být po celý život turistou - aby viděl ze světa jen to, co stojí za vidění.“
Gabriel Laub*

1. ÚVOD

Předložená zpráva je interním pracovním dokumentem oddělení cestovního ruchu na Odboru strategického rozvoje Magistrátu města Ústí nad Labem. Jedná se o přehled obecně koncepčních přístupů a statistických ukazatelů, se kterými je nutné v rámci činnosti oddělení pracovat. Obecná (obecně koncepční) část je zaměřená na popis činnosti oddělení, struktury a odborného zaměření. Tato část je de facto argumentací pro pokračování nebo změnu dílčích činností a v současné podobě popisuje stávající stav a krátkodobý výhled.

Druhá část dokumentu je věnována statistickým ukazatelům, které jsou rozdělené dle územního rozsahu. Jak je uvedeno dále, je třeba i na tomto místě zdůraznit, že obor cestovního ruchu je velmi dynamickým a v jisté míře i těžko uchopitelným, pokud jde o kvantitativní data. Chceme-li hodnotit cokoliv v cestovním ruchu, nelze se opírat pouze o hrubá kvantitativní data, jako je např. návštěvnost dané památky nebo regionu, počet přenocování apod. Obor turismu je specifický vysokým podílem kvalitativních ukazatelů a velmi subjektivními přístupy cílové skupiny. Proto i v tomto dokumentu doplňujeme statistické tabulky kvalitativními hodnoceními.

Hlavním cílem předložené zprávy je shrnout přístup oddělení k rozvoji turistického ruchu a k rekapitulaci aktivit včetně nastínění jejich obhájení do dalšího roku, nebo jejich modifikaci. Smyslem dokumentu je také předložit ucelený přehled o vývoji návštěvnosti města a regionu, připomenutí pozice Ústecka v rámci Česka a zdůraznění výhod, které přináší geografická poloha a výborná dopravní dostupnost.

Dokument není považován za odborný text, který by měl mít všechny náležitosti od správného dodržení citačních norem, precizní terminologie až k metodickému přístupu. Jedná se o interní pracovní zprávu, která je vytvořena pouze pro potřeby oddělení, případně odboru. Na zprávě se podílelo oddělení cestovního ruchu s přispěním informačního střediska a veškeré použité zdroje jsou řádně uvedeny jak v textu, tak v seznamu použitých zdrojů.

2. OBECNÁ ČÁST

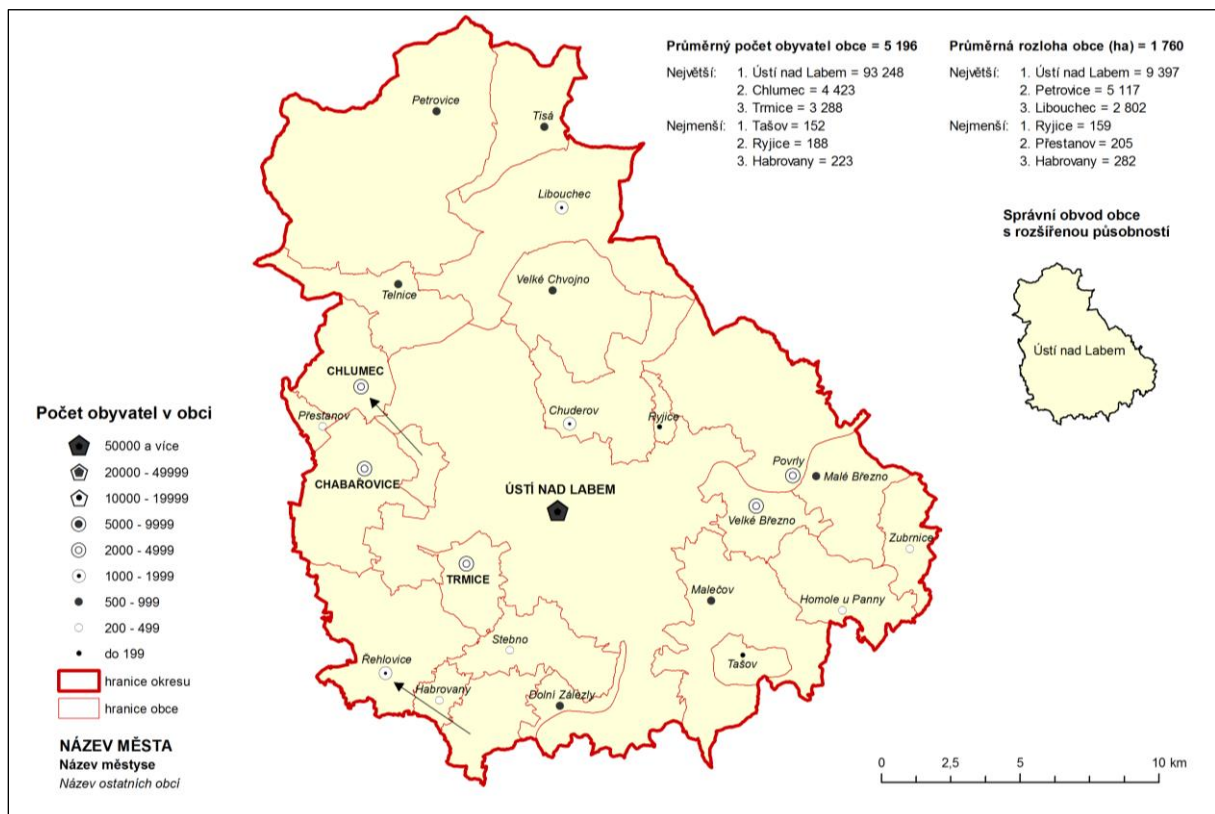
2.1 VYMEZENÍ A STRUČNÁ CHARAKTERISTIKA OBLASTI

Zájmová oblast je v tomto případě shodná s okresem, potažmo ORP Ústí nad Labem (v oboru je pro tuto oblast užíváno označení Ústecko). Jádrem oblasti tvoří hranice města Ústí nad Labem a přilehlé obce, viz obr. 1. Celková **rozloha okresu je 404,7 km²**, což ho činí nejmenším okresem Ústeckého kraje (7,6 % rozlohy Ústeckého kraje). **Počet obyvatel** byl k 31. 12. 2016 celkem 119 296, z toho **ve městě Ústí nad Labem 92 984** (ČSÚ, 2017).

Z odborného hlediska je dle České centrály cestovního ruchu (CzechTourism) oblast zařazena do **turistického regionu** Severozápadní Čechy. Největší část území spadá dále do **turistické oblasti** Krušné hory a Podkrušnohoří, je však nutné dodat, že turistika na Ústecku je značně ovlivněna i dvěma okolními oblastmi, tj.: (1) Českým středohořím a Žateckem a (2) Českým Švýcarskem.

Příhraniční poloha je zásadním faktorem pro rozvoj turistiky v regionu. Ústecko přímo sousedí se Svobodným státem Sasko a výborná dostupnost mezi Ústím nad Labem a tamějšími Drážďany, Pirnou, nebo nepatrně vzdálenějším Altenbergem či Bad Schandau velmi výrazně ovlivňuje jak národnostní skladbu příchozích návštěvníků, tak způsob a zaměření prezentace našeho regionu směrem do zahraničí. Z tohoto hlediska je akceptace přeshraniční, resp. mezinárodní spolupráce v oboru velmi zásadní.

Obr. 1 Administrativní rozdělení okresu Ústí nad Labem - stav k 1. 1. 2016



Zdroj: ČSÚ, 2017

2.2 AKTUÁLNÍ PŘÍSTUPY K ROZVOJI CESTOVNÍHO RUCHU

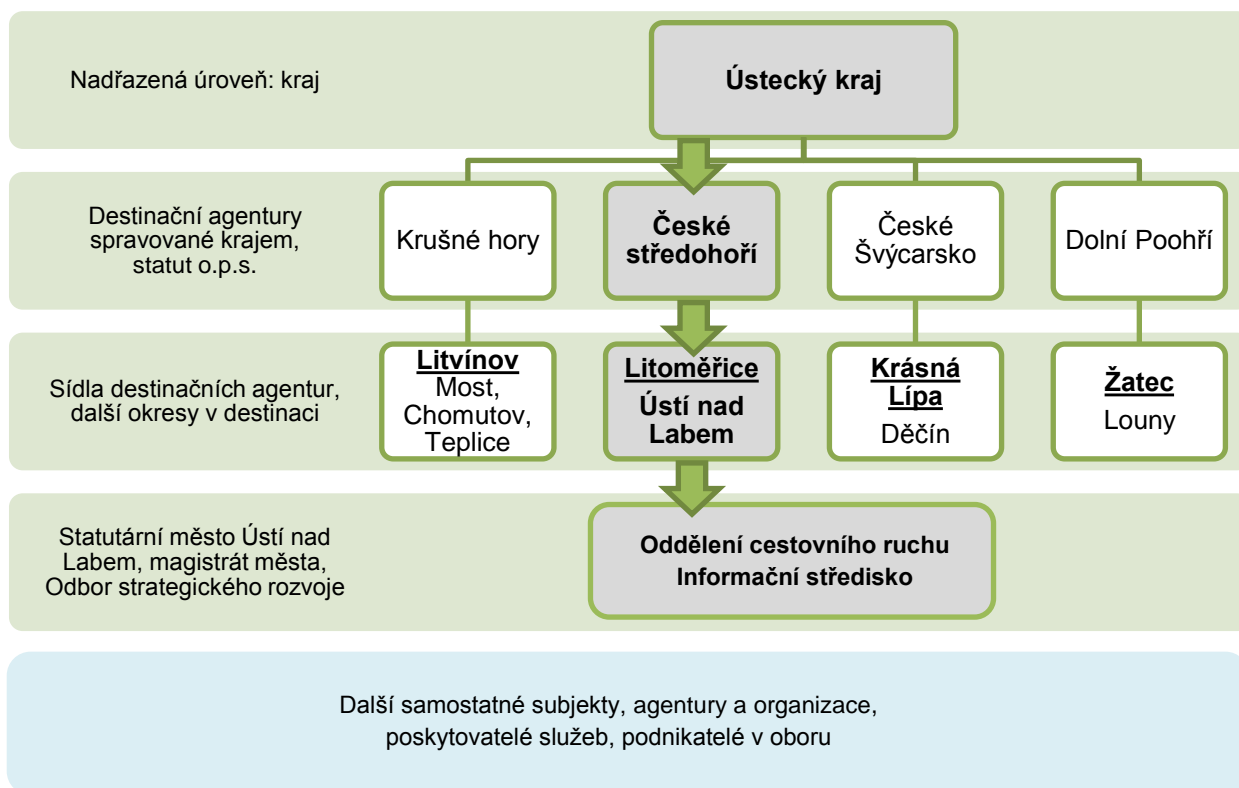
2.2.1 Institucionální struktura

V zájmovém území působí obecně čtyřstupňový systém, do kterého řadíme všechny instituce a subjekty, které se podílí na strategii, dlouhodobém plánování, správě, managementu a vlastní činnosti v oblasti cestovního ruchu.

Jak znázorňuje schéma na obr. 2, hlavní nadřazenou úroveň je Ústecký kraj, ve kterém oblast cestovního ruchu spadá pod Odbor regionálního rozvoje a oddělení cestovního ruchu. Ústecký kraj je hlavním iniciátorem projektu na rozvoj cestovního ruchu z roku 2010, který je znám pod názvem Brána do Čech a pod jednotnou marketingovou značkou sdružuje z turistického hlediska celý kraj. V rámci tohoto projektu byl kraj rozčleněn do čtyř podoblastí, v nichž vznikly jako manažerské jednotky tzv. destinační agentury, které mají statut obecně prospěšné společnosti. Ve svých územích tak koordinují rozvoj cestovního ruchu dle vlastních specifik. Město Ústí nad Labem dle tohoto členění spadá do oblasti spravované Destinační agenturou České středohoří, o.p.s., jejíž sídlo je v Litoměřicích.

Město Ústí nad Labem vykonává svou činnost v oblasti cestovního ruchu prostřednictvím Magistrátu města Ústí nad Labem – Odboru strategického rozvoje – oddělení cestovního ruchu. Činnost oddělení cestovního ruchu je zajišťována celkem šesti referentskými pozicemi, z čehož jsou tři přímo v budově magistrátu a koordinují činnost celého oddělení, a tři jsou zastoupeny referentskými místy v Informačním středisku města Ústí nad Labem.

Obr. 2 Institucionální struktura v oblasti cestovního ruchu



Zdroj: Vlastní zpracování, 2017

2.2.2 Strategie, management a výchozí přístupy

V zájmovém území neexistuje v současnosti aktuální a samostatný strategický dokument, který by popisoval střednědobý plán rozvoje cestovního ruchu. V minulosti (r. 2006) byla zpracována Marketingová studie zaměřená na podporu místního cestovního ruchu na Ústecku a později (r. 2008) byla zpracována studie zaměřená na Možnosti kongresového cestovního ruchu v Ústí nad Labem.

Zásadním dokumentem je však Strategie rozvoje města Ústí nad Labem 2015 – 2020, která byla sestavena jako „nástroj k systematickému rozhodování v otázkách rozvoje města i pro co nejefektivnější a nejúčelnější využívání vnějších finančních zdrojů v rámci programového období EU 2014 – 2020“. Strategie je členěna standardním způsobem, tj. na analytickou, návrhovou, a akční část vč. implementace. V analytické části jsou uvedeny další důležité dokumenty vyšších hierarchických úrovní, výsledky šetření a analýzy dat, analýza rizik či finanční analýza a další nezbytné kapitoly. Návrhová část je věnována vizím a cílům v jednotlivých tematických okruzích, přičemž cestovní ruch je zmíněn v části „Kultura, sport a cestovní ruch“. Problematika rozvoje cestovního ruchu je v uvedené kapitole zmíněna zejména v souvislosti s následujícími cíli (od str. 106), a to pod jednotnou vizí „Ústí nad Labem – město s kvalitní a pestrou nabídkou služeb pro trávení volného času jeho obyvatel i návštěvníků“:

- 1) Zlepšit podmínky pro kulturní život ve městě
- 2) Zlepšit podmínky pro sport a volnočasové aktivity
- 3) Zvýšit atraktivitu města a jeho přírodních a industriálních hodnot
- 4) Oživení řeky Labe
- 5) Podporovat sounáležitost občanů s městem a jeho tradicemi

Celý dokument se věnuje cestovnímu ruchu jako jednomu z témat v rozvoji města obecně, ale pro bližší specifikaci a objasnění dílčích cílů a vazeb v rámci turismu jako samostatného oboru, bohužel nestačí¹.

Vhodnější dokument po tematické stránce je Strategie rozvoje cestovního ruchu v Ústeckém kraji 2015 – 2020. Ačkoliv je zájmovou oblastí tohoto dokumentu celý kraj, lze v něm nalézt zásadní témata a priority, kterým je v turistické praxi věnována hlavní pozornost. V dokumentu je přehledně zpracována analýza nabídky v cestovním ruchu u jednotlivých oblastí, dále analýza poptávky vč. vývoje návštěvnosti, pozice kraje vzhledem k příhraničnímu Sasku a další nezbytné kapitoly.

V případě Ústecka je zdůrazňována **krajina Českého středohoří, cykloturistika** nejen na Labské stezce, cyklobusy, lanová dráha a Větruše, dále lokální koupaliště a vodní plochy (Klíše, Brná, Milada). Zmíněna je samozřejmě také **poznávací turistika** (moderní historie, řada unikátních církevních a architektonických památek), dále zoo či Mariánská skála. Svě místo v dokumentu mají i tradiční kulturně společenské akce, mezi kterými je řada mezinárodních akcí (např. Mezinárodní taneční festival, Mezinárodní festival sborového zpěvu, či Mezinárodní soutěž klavíristů Virtuosi per musica di pianoforte).

Pro účely cestovního ruchu jsou v dokumentu popsány rovněž hromadné ubytovací kapacity, mezi kterými jsou vyjmenována i zařízení vyšší kategorie (4hvězdičkové hotely vhodné nejen pro kongresovou turistiku) a také zařízení s certifikací Cyklisté vítáni, která dokládají rostoucí oblibu cykloturistiky nejen tuzemského, ale díky Labské stezce i mezinárodního charakteru.

¹ Oddělení cestovního ruchu v současnosti usiluje o pořízení tematicky užšího dokumentu pro oblast turismu.

V návrhové části Strategie je v souvislosti s městem Ústí nad Labem zmiňována zejména Labská stezka, hrady a vrcholy Českého středohoří, či jako celokrajské téma např. turistická doprava nebo regionální výrobky.

Ústecký kraj aktuálně zpracovává komplexní zhodnocení návštěvnosti celého kraje, data zatím však nejsou k dispozici. Dokončení dokumentu je plánováno na přelom léta/podzimu 2017 (dle sdělení Ing. J. Války, vedoucího odd. cestovního ruchu Krajského úřadu ÚK).

Mimo strategické dokumenty se v praxi uplatňuje několik klíčových přístupů, které reagují na současný stav a potřeby v oblasti rozvoje cestovního ruchu. Jedná se jak o pravidelné aktivity, tak o nová témata, která jsou v rámci činnosti oddělení vyhodnocena jako žádoucí nebo atraktivní.

2.2.3 Efektivita činnosti a zpětná vazba včetně veletrhů

Hlavní činností oddělení cestovního ruchu je cílená a **efektivní propagace města a regionu** postavená na pozitivní **prezentaci** konkrétních turistických cílů, kvalitním **provozu** Informačního střediska města Ústí nad Labem, **spolupráci** s místními subjekty cestovního ruchu a realizaci Projektu Zdravé město a místní Agenda 21. V souvislosti s tím lze rámcově shrnout dlouhodobě a pravidelně realizované aktivity (obr. 3). Uvedený rozsah představuje primární zacílení činnosti, často však dochází k úzkému propojování, např. lokální akce je zařazena do národní kampaně, atd. **Přehled navštívených veletrhů**, kde se město Ústí nad Labem v roce 2017 prezentovalo, je uveden samostatně v tab. 1.

Častou snahou je vyjádřit **efektivitu realizovaných aktivit**, která je v daném oboru velmi těžko měřitelná (je třeba kombinovat kvantitativní i kvalitativní ukazatele). Cenným zdrojem jsou statistiky a přehledy, jímž je věnována pozornost dále ve zprávě, ale nyní je vhodné zmínit například **nárůst počtu turistů v okrese Ústí nad Labem**, který mezi lety 2012 a 2016 činil **51.1 %²**.

Obr. 3 Rámcové shrnutí pravidelných dlouhodobých aktivit a jejich rozsahu

Lokální a regionální rozsah	Národní rozsah	Mezinárodní rozsah
<ul style="list-style-type: none"> • propagace a zajištění vlastních akcí v rámci regionu • koncepční spolupráce na provozu cyklocentra • péče o drobnou turistickou infrastrukturu • realizace každoročního Zahájení turistické sezóny a dalších akcí (sportovní, dopravně-bezpečnostní, aj.) • zajištění provozu Informačního střediska • spolupráce a vytváření nových kontaktů s místními subjekty 	<ul style="list-style-type: none"> • webová prezentace města • tisková/mediální prezentace města (inzerce, rozhlas, tisk) • tvorba a aktualizace tištěných materiálů • prezentace města na akcích, setkáních, tuzemských veletrzích • naplňování aktiv v rámci Projektu Zdravé město a místní Agenda 21 (Fóra Zdravého města, kampaně, dotační program) • členství a pravidelná účast v Koordinanční skupině Labské stezky • zapojení se do národní putovní výstavy Cestami proměn • zapojení se do systému www.vstupenkyusti.cz 	<ul style="list-style-type: none"> • účast na mezinárodních veletrzích cestovního ruchu • účast na mezinárodních presstřípech (zajištění části programu) • realizace periodických akcí typu Dny evropského dědictví, Evropský týden mobility • spolupráce v propagaci Ústeckého 1/2Maratónu • členství, ko-předsednictví a pravidelná účast v Odborné pracovní skupině pro kulturu a cestovní ruch Euroregionu Elbe-Labe • částečné zapojení se do mezinárodních projektů (např. Vital Cities)

Zdroj: vlastní zpracování, 2017

² Dle článku na https://www.irohlas.cz/zpravy-domov/kde-pribyva-turistu-a-kam-prestavaji-jezdit-podivejte-se-na-interaktivni-mapu_1708210600_zlo (citováno v seznamu zdrojů).

Tab. 1 Podrobný přehled tuzemských i zahraničních veletrhů s prezentací města Ústí nad Labem v roce 2017

Veletrh	Období	Počet vystavovatelů	Počet návštěvníků	Hodnocení
Veletrh ITF Slovakiatour	25. – 28. 1.	350	69 386	<ul style="list-style-type: none"> - největší zájem o zoo, Ústecká NEJ, konkrétní tipy na ubytování, lanovou dráhu a Větruši - regionální a historická blízkost, uplatnění domácí nabídky - alternativa domácího cestovního ruchu
Vacantiebeurs Utrecht	10. – 15. 1.	1 080	108 779	<ul style="list-style-type: none"> - největší zájem o Labskou stezku a cyklistiku obecně, turistické a cyklomapy, kempy, zoo, Tiské stěny, České Švýcarsko - návštěvníci jsou přes větší vzdálenost dobře informovaní a ptají se na konkrétní dotazy, cykloturistika je jednoznačný fenomén veletrhu
Reisemesse Dresden	27. – 29. 1.	více než 400	30 000	<ul style="list-style-type: none"> - tradiční příhraniční veletrh s masovou návštěvností - návštěvníci znají velmi dobře Ústecko, v oblibě zejména pěší výlety, vycházky po okolí města, cykloturistika a také na návštěva kulturních a sportovních akcí - zájem o Větruši, Střekov, Labskou stezku, pěší trasy v Českém středohoří, výstavy v muzeu a možnosti ubytování
Holiday World Praha	16. – 19. 2.	634	26 850	<ul style="list-style-type: none"> - nejvýznamnější tuzemský veletrh zaměřený jak na odbornou, tak na laickou veřejnost - zájem o tipy na výlety, mapy a kulturní a sportovní akce v regionu
f.re.e München	22. – 26. 2.	více než 1 300	více než 135 000	<ul style="list-style-type: none"> - překonán návštěvnícký rekord, zájem především o cyklomapy, turistické mapy, pěší výlety po přírodních atrakcích, hradech a zámcích
Dovolená a Region, Lázeňství Ostrava	3. – 5. 3.	98	10 487	<ul style="list-style-type: none"> - tradiční a největší veletrh v Moravskoslezském kraji - zájem především o oficiálního průvodce Labskou stezkou, ostatní cykloturistické materiály (mapy, tipy na výlety, muzea, zoo, vyhlídky a rozhledny)
Miniveletrh cestovního ruchu Most	13. 6. 2017	17	bez vstupného, pořadatel nemá údaj	<ul style="list-style-type: none"> - sedmý ročník miniveletrhu - regionální prezentace v malém územním měřítku s velmi pestrou nabídkou - největší zájem o cykloturistiku (mapy, cykloprůvodce), a vzhledem k začínající letní sezóně o možnosti rekreace u vody (jezero Milada) a turistické výlety k vyhlídkám a rozhlednám
<p>V roce 2017 je plánována účast na těchto dalších veletrzích cestovního ruchu:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ITEP Pizeň, 21. – 23. 9. 2017 • Touristik & Caravanning Leipzig, 22. – 26. 11. 2017 • Reisen & Caravan Erfurt, 28. – 31. 10. 2017 				

Zdroj: vlastní zpracování, 2017 (informace o počtech vystavovatelů a návštěvníků jsou převzaty z tiskových zpráv a informací jednotlivých pořadatelů, viz seznam zdrojů)

Komentář k veletrhům

Zaměření a vývoj veletrhů se v čase mění, je proto třeba zdůraznit, že současná podoba veletrhů se od historicky počátečních ročníků mění. Největší rozkvět zaznamenaly veletrhy ve svých obchodně nejúspěšnějších letech, tzn. mezi lety 2004 – 2008. Od nástupu celosvětové hospodářské krize na konci roku 2008 zaznamenalo i odvětví cestovního ruchu velký propad. V uvedeném období byla prezentovaná nabídka pro návštěvníky něčím novým, neotřelým a velmi atraktivním. V období vyrovnávání hospodářské krize a znovunastartování propagace jednotlivých destinací se veletrhy staly již tradiční, nabídky řady destinací se staly relativně vyrovnané.

Současný vývoj poukazuje na **diverzifikaci návštěvnické struktury**. Každý veletrh je velmi odlišný, a to jak prezentovaným obsahem, tak cílovou skupinou návštěvníků. V současné době je více specificky zaměřených veletrhů (např. pro cykloturistiku, pro kempování a karavany, pro lázeňství, pro exotiku, atd.). Ročníky těchto úzce zaměřených veletrhů rozdělují potenciální příjezdové návštěvníky do skupin, které je navštěvují pak každoročně. Je proto žádoucí z hlediska vystavovatele navštěvovat takové veletrhy s příslušnou nabídkou, což v případě města Ústí nad Labem a jeho relativně širokého spektra nabídky lze. Dlouhodobě je Ústecko oblíbenou destinací pro cyklisty a pěší turisty. Své místo v nabídce mají také tradičně oblíbené hrady, zámky a rozhledny, které lze prezentovat univerzálně na jakémkoliv veletrhu.

Profil návštěvníka veletrhu je odlišný jak z hlediska poptávané destinace, tak z hlediska jeho výchozí tuzemské země. Například, pokud se Čech zajímá o nabídku v Česku, je zpravidla na obecné rovině: má základní přehled, řadu míst již navštívil, doptává se na aktuální informace, změny, nebo dobudování infrastruktury. Bývá zvykem, že pokud má zájem o pěší turistiku na horách, nezáleží mu příliš na tom, zda načerpá tipy v Krušných horách, nebo na Šumavě. Na druhé straně, pokud se o nabídku v Česku zajímá Němec, přichází obvykle s konkrétní poptávkou – např. požaduje trasy pro cyklistiku v okolí města Ústí nad Labem, muzea v Praze, nebo skalní města v Českém Švýcarsku. Je samozřejmé, že výše popsané je pouze obecný rámec, který neplatí 100%, ale byl v praxi již několikrát potvrzen.

Významným zdrojem informací je v současné době **internet a elektronická prezentace** obecně. Doba, kdy jedinou spolehlivou informací byl pro návštěvníka rozhovor s pracovníkem cestovní kanceláře a tištěný katalog, již pominula. V současnosti ovlivňují návštěvníka internet a veletrh obousměrně:

a) Výchozí internet: v tomto případě si návštěvník vytipuje několik destinací a aktivit na internetu, porovná nabídky, zhodnotí destinace dle veřejných fór a diskuzí, naplánuje si předběžný časový i finanční harmonogram. Následně navštíví veletrh, kde vyhledá jím vybrané destinace a na místě se doptá na detailní či aktuální informace.

b) Výchozí veletrh: v tomto případě návštěvník zpravidla nemá finálně zvolenou destinaci, inspiruje se návštěvou veletrhu. Na místě si nechá vyložit jednotlivé nabídky a následně si k nim dohledá recenze a doplňující informace na internetu.

Oba přístupy se částečně prolínají a mohou se více projevit u specifičtěji zaměřeného veletrhu. Město Ústí nad Labem se snaží na veletrzích reagovat na různorodou poptávku. Nabízí jak aktivní, tak pasivní možnosti rekreace, doplňuje nabídku okolních regionů a těží především z výborné dostupnosti ze všech světových stran.

2.2.4 Nová témata a tendence – výhled

Během posledních let, tj. 2015 – 2017 dochází k určité tematické transformaci v zacílení propagace. Nejedná se o zásadní změny, ale prosazují se nové prvky, nebo dříve opomíjená témata, která nahrazují ta, která jsou již dlouhodobě vyčerpána. Změny jsou vyvolány jednak turistickou poptávkou, která je sledována např. na veletrzích cestovního ruchu, kdy je možné vlastní nabídku porovnat v rámci regionu či státu s ostatními městy, nebo přímo v Informačním středisku města Ústí nad Labem, které eviduje zájem návštěvníků o dané produkty, tipy, či témata. Nedílným pilířem pro prosazení nových témat je aktuální stav a spolupráce s příslušnými subjekty. Externí partneři, soukromé firmy a provozovatelé různých zařízení jsou pro činnost oddělení klíčovým poskytovatelem konkrétní turistické nebo volnočasové nabídky. V praxi je častým problémem změna majitelů, ukončení nebo změna činnosti, a naopak velmi pozitivní je vznik nového subjektu nebo zahájení činnosti, která využívá dosud opomíjený potenciál daného místa či aktivity.

Tematické a koncepční změny v posledních letech jsou především následující:

- obnova historické turistické stezky a vytvoření nové naučné stezky³ (osazení tabulemi, doznačení příslušnou symbolikou, zanesení do map; 2015/16)
- podpora činnosti nově vzniklého subjektu „Ústecké podzemí“
- zaměření se na propagaci podzemních prostor, historie spjaté s podzemím (obrné, hornické, či jiné)
- ukončení projektu Labská královna a postupné přípravy na její tematické pokračování
- stále důraznější zacílení na sport, pohyb a aktivní trávení volného času
- silnější podpora cykloturistiky (Cyklocentrum otevřeno 2016)
- propagace areálu jezera Milada (otevřeno pro veřejnost 2015)

V praxi bylo vysledováno, že návštěvnická veřejnost se často orientuje na osobní doporučení a reference. Mnohdy rozhoduje o hodnocení daného místa první zkušenost. Flexibilita poskytovatele služeb zareagovat na nabídku konkurenčního subjektu je pro všechny aktéry zásadní vlastností pro úspěšné fungování. Bývá nesnadné definovat hranici mezi flexibilním reagováním na vývoj u konkurence a prosazováním vlastní originality a zhodnocení unikátních podmínek.

V případě města Ústí nad Labem by bylo do budoucna žádoucí těžit ze svých historických i přírodních specifik, jejichž potenciál není z hlediska propagace plně vyčerpán. Současně s tím je třeba umět reagovat na moderní přístupy, využívání nových technologií a způsobů komunikace mezi destinačními manažery a cílovým návštěvníkem.

³ Jedná se o naučnou stezku Větruše popraviště – Ústecké podzemí.

3. STATISTICKÁ ČÁST

3.1 HODNOCENÍ STATISTICKÝCH ZDROJŮ

3.1.1 Vlastní data a informace

Nejdůležitějším kvantitativním ukazatelem, který je dlouhodobě sledován, je **návštěvnost Informačního střediska**. Data jsou sbírána průběžně a celoročně. Lze je použít ke sledování vývoje sezónnosti, ale také částečně pro analýzu poměru tuzemských a zahraničních návštěvníků ve městě či regionu. Dle dostupných dat lze částečně krátkodobě prognózovat vývoj počtu návštěvnosti, je třeba ale vždy zohlednit aktuální situaci (např. aktuální stav dopravního napojení, otevření nového turistického cíle, či naopak hrozby a překážky, které mohou bránit ve výjezdu do regionu).

Dalším zdrojem je **kvalitativní hodnocení návštěvníků města/regionu**, které je obtížněji zpracovatelné, nicméně tvoří velmi výraznou zpětnou vazbu od koncového návštěvníka zpět k aktérům destinačního managementu. Kvalitativní hodnocení je pro činnost v tomto oboru stejně důležité, jako kvantitativní data, neboť ne všechny statistiky zohledňují vzaby mezi rozhodovacími procesy u návštěvníků, jejich motivací a kauzalitou obecně. Kvalitativní hodnocení rovněž přináší srovnání jednotlivých produktů a jejich atraktivity z pohledu návštěvníka, resp. různých cílových skupin.

Mezi kvalitativní zdroje lze zařadit také **Pocitovou mapu** města Ústí nad Labem, která byla formou interaktivní aplikace spuštěna v r. 2017. Jejím obsahem je subjektivní hodnocení veřejnosti tříděné dle pocitů, které daná osoba na různých místech vnímá. Výstupem pocitové mapy je přehled míst označených barevnou značkou indikující kladné i záporné pocity (např. „tady jsem na město hrdý“, „tady je to nebezpečné“ atd.).

Zprávy a dokumentace z veletrhů cestovního ruchu jsou klíčovým zdrojem informací pro dvě linie v činnosti oddělení: (1) tematické zaměření a (2) regionální zacílení nabídky. Ačkoliv jsou veletrhy často masovou mezinárodní prezentací jednotlivých destinací, lze se díky tomu dobře zorientovat ve vlastní (České, tuzemské) nabídce a lépe tak stanovit priority a hlavní atraktivity ve vlastním městě a regionu. Odezva od zahraničních návštěvníků veletrhů je velmi dobrým a střízlivým hodnocením turistické nabídky, jejíž vývoj lze sledovat každoročně, protože většina veletrhů jsou již dlouholetou, periodicky se opakující a charakteristickou akcí v turistickém ruchu.

3.1.2 Veřejné celostátní statistiky a přehledy

Klasické celostátní či regionální statistiky a přehledy jsou hlavním zdrojem kvantitativních dat, která jsou sledována rovněž dlouhodobě a jejich interpretace je možná jak v rámci obecných souvislostí a vývoje, tak pro vytvoření datové základny ke konkretizaci kvalitativního hodnocení návštěvníků. Základním zdrojem jsou veřejně dostupné statistiky **Českého statistického úřadu**, mezi kterými je nejpoužívanější Veřejná databáze, cenzus a regionální ročenky, příp. tematické statistiky.

Nedílnou součástí jsou statistiky a přehledy, které vydává **CzechTourism a Ministersvo pro místní rozvoj ČR**, u nichž jsou velmi dobře zpracované výstupy pro potřeby v oblasti cestovního ruchu. Často slouží buď jako doplňující nebo srovnávací prvek pro statistiky Českého statistického úřadu. CzechTourism zpracovává přehledy na celostátní i regionální úrovni a často zveřejňuje i tzv. žebříčky návštěvnosti, které vychází jak z obecné statistiky,

tak z dotazování u samotných měst a subjektů v cestovním ruchu. V uvedených žebříčcích lze v určitém časovém horizontu vysledovat například oblíbenost jednotlivých destinací a turistických cílů včetně jejich návštěvnosti, což lze vhodně kombinovat s kvalitativním hodnocením návštěvníků.

Do této kategorie lze zahrnout i **krajské dokumenty a přehledy**, ačkoliv jejich zájmovým územím není celé Česko, ale Ústecký kraj. Z hlediska metodického zpracování jsou tyto dokumenty pro destinace hierarchicky nižšího řádu téměř stejně důležité, jako celostátní přehled. Výhodou je podrobnější zaměření na regionálně bližší destinace, kdežto celostátní dokumenty jsou určující spíše z obecného pohledu.

Nevýhodou veřejně dostupných statistik je buď záběr většího území (kraj, země), kdy existují velmi zajímavá srovnání a analýzy, nicméně nelze je použít pro menší region, jako je město a jeho spádová oblast (zpravidla okres). V jiných případech se jedná o dostupná data v souvislosti s hromadnými ubytovacími zařízeními, které pro změnu nezohledňují jednodenní výlety nebo přenocování v soukromí (mimo hlášené subjekty, např. u příbuzných atd.).

3.1.3 Ostatní zdroje

Časopisy, jednorázové průzkumy, běžný tisk a média patří mezi ostatní zdroje, které jsou průběžně evidovány a využívány pro dílčí potřeby oddělení. Nejčastěji se jedná o medializaci, prezentaci návštěvnosti nebo zahajování/ukončování turistické sezóny. Všechny zdroje, které byly použity pro předloženou zprávu, jsou uvedeny v seznamu zdrojů. Jedná se především o lednové vydání časopisu COT CELÝ O TURISMU, jehož tématem je domácí cestovní ruch a Ústeckému kraji je věnována hlavní pozornost mezi regiony. Na hranici mezi vlastními zdroji a ostatními zdroji stojí Strategie rozvoje města Ústí nad Labem 2015 – 2020. Ačkoliv je statutární město Ústí nad Labem ve spolupráci se zpracovatelskou firmou autorem dokumentu, mísí se v něm jak vlastní, tak obecná statistická data. Výhodou dokumentu je jeho přímá vazba na město Ústí nad Labem, naopak nevýhodou vzhledem k cestovnímu ruchu je jeho obecně rozvojové zaměření (vyloženě cestovnímu ruchu je věnována pouze malá část).

3.2 SOUČASNÉ TRENDY

3.2.1 Návštěvnost města, regionu, kraje

Mezi nejsledovanějšími statistickými ukazateli v oblasti cestovního ruchu je **počet hostů a počet přenocování**. Ve statistikách se objevují některá specifika, např. pohraniční oblasti mohou často vykazovat vysokou návštěvnost s nízkým počtem přenocování, důvodem je dopravní blízkost, která nevyžaduje přenocování v navštěvovaném regionu. Dále existují oblasti tzv. tranzitní, kterými projde velké množství návštěvníků, ale nejsou jejich cílovou destinací. Pro některé účely je třeba zvážit podíl rezidentů či cizinců, kteří tvoří další specifickou skupinu návštěvníků.

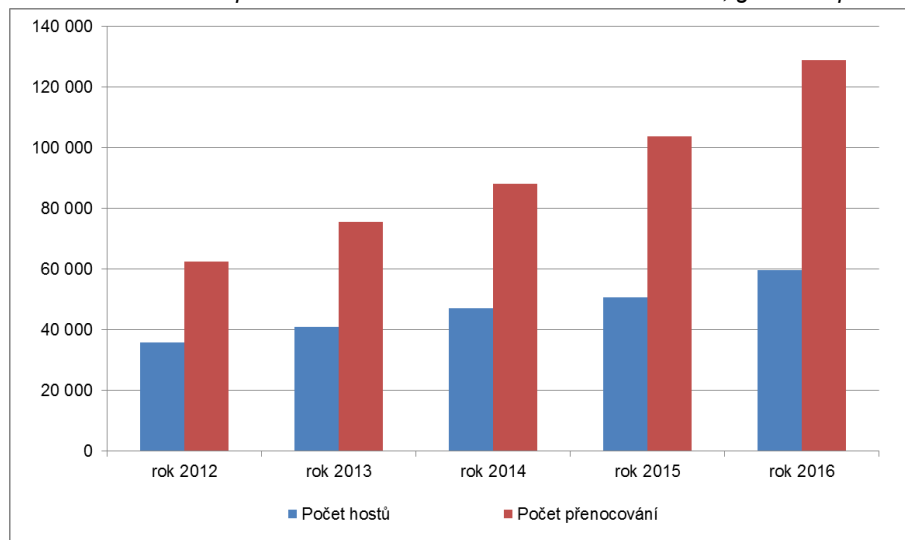
Ve městě Ústí nad Labem lze vysledovat stále stoupající počty jak hostů, tak přenocování. Jak je patrné z tabulky č. 2 a obr. 4, od roku 2012 do roku 2016 obojí **stabilně stoupá**. Počet hostů se během sledovaných pěti let zvýšil přibližně o třetinu. Počet přenocování je v roce 2016 oproti roku 2012 více než dvojnásobný. Pozitivní je rovněž fakt, že stoupající návštěvnost je zaznamenávána v celokrajském měřítku. Ve stejném období se na území Ústeckého kraje navýšil počet přenocování o více než 800 tis. a počet hostů o bezmála 350 tis. (ČSÚ, 2017). Tento trend potvrzuje například také iROZHLAS, který zveřejnil v srpnu 2018 článek s interaktivní mapou o turistické bilanci regionů ČR, ze kterého je patrný nárůst počtu turistů v okrese Ústí nad Labem o více než 50 % v uvedených letech.

Tab. 2 Počet hostů a přenocování v HUZ ve městě Ústí nad Labem

	Počet hostů	Počet přenocování
rok 2012	35 721	62 469
rok 2013	40 957	75 612
rok 2014	47 237	88 264
rok 2015	50 747	103 686
rok 2016	59 604	129 044

Zdroj: ČSÚ, vlastní zpracování 2017

Obr. 4 Počet hostů a přenocování v HUZ ve městě Ústí nad Labem, grafické zpracování



Zdroj: ČSÚ, vlastní zpracování 2017

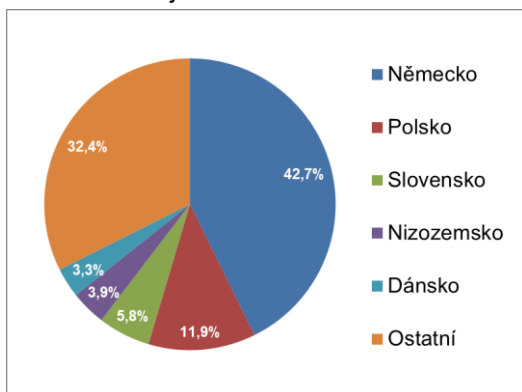
Návštěvníci Ústecka, potažmo celého Ústeckého kraje, uvádějí v různých analýzách a dotazováních zpravidla velmi podobné důvody jejich návštěvy dané lokality. Objevují se relativně pestré důvody, ale vesměs reflektují typickou nabídku oblasti. Například, dle výzkumu letní etapy pro rok 2014⁴ mezi nejčastější **důvody příjezdu do regionu** patřila: **poznávací turistika, pěší turistika, relaxace, turistika a sport, cykloturistika.**

Obecně se v nejrůznějších analýzách zdůrazňuje stále zvyšující se počet příjezdů, zejména zahraničních. Je nutné uvést několik aktuálních faktorů, které ovlivňují mezinárodní pohyb návštěvníků. Patří k nim zejména vývoj počasí, potenciální přírodní katastrofy, bezpečnostní situace vzhledem k politice a migraci a v neposlední řadě vývoj měnového kurzu (zpravidla Eura). V místních, regionálních podmínkách, lze doložit jednoznačný **vliv příhraniční polohy a dobré dopravní dostupnosti.**

Dle výsledků prezentovaných v lednovém čísle časopisu COT Celý o turismu (str. 30) se počet hostů hromadných ubytovacích zařízení v Ústeckém kraji ve třetím čtvrtletí roku 2016 zvýšil v meziročním srovnání o 12,8 %. Podobný nárůst je evidován u počtu přenocování. **Podíl zahraničních návštěvníků** je vzhledem k poloze regionu odvoditelný, viz obr. 5. Ze stejného zdroje lze uvést, že forma návštěvy kraje je u zahraničních turistů převážně individuální (více jak 70 %), výrazně nižší je prostřednictvím cestovní kanceláře/agentury (do 20 %), přes zaměstnavatele (cca 10 %). Zanedbatelné množství (2 %) zahraničních návštěvníků cestuje do kraje jinou formou.

Zajímavostí a přínosným šetřením je tzv. **žebříček nejnavštěvovanějších míst Česka**, který zveřejnila začátkem srpna 2016 Česká centrála cestovního ruchu. Analyzována byla návštěvnost turistických cílů za rok 2015 a do desítky nejnavštěvovanějších míst v Ústeckém kraji se dostala i **Zoo Ústí nad Labem**, a to dokonce na páté místo. Se svými 147,8 tis. návštěvníky tak v daném roce v návštěvnosti předčila například brněnský Špilberk, zříceninu Trosky, zámek Konopiště nebo ostravský DinoPark.

Obr. 5 Podíl nerezidentů na ubytovaných hostech v Ústeckém kraji



Zdroj: COT Celý o turismu, leden 2017, str. 30, vlastní zpracování 2017

⁴ Výzkum zaměřený na domácí cestovní ruch, Severozápadní Čechy. Vyhodnocení etapy léto 2014. Zadavatel: Česká centrála cestovního ruchu, zpracovatel IPSOS s.r.o., 2014

3.2.2 Návštěvnost Informačního střediska města Ústí nad Labem

Vývoj celkové návštěvnosti

Od poloviny roku 2009 sídlí Informační středisko města Ústí nad Labem v prostorách Paláce Zdar, na Mírovém náměstí. V tabulce č. 3 a na obrázku č. 6 je uveden přehled vývoje návštěvnosti infostřediska v absolutních počtech. Dle uvedených hodnot je evidentní, že dlouhodobě **největší podíl mají tuzemští návštěvníci**. Zahraniční návštěvnost kolísá přibližně mezi 5 a 7 % za rok. Ze zahraničních návštěvníků bývá zpravidla nejvíce Němců, menší podíl je pak anglicky hovořících návštěvníků (mezi nimi Holanďané, Francouzi, Angličané atd.), případně ruský hovořících návštěvníků.

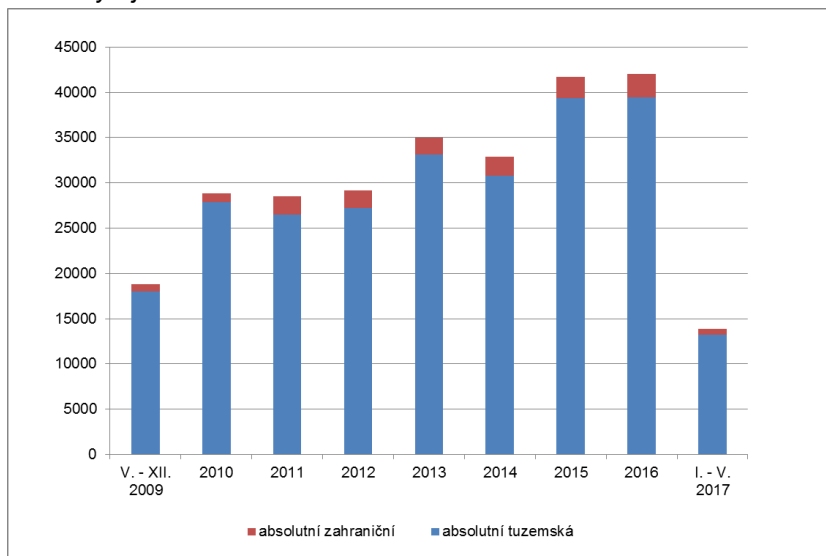
Celkový počet je relativně vyrovnaný, návštěvnost se pohybuje zhruba mezi 30 a 35 tisíci návštěvníky za kalendářní rok. Poslední dva uzavřené roky, tj. 2015 a 2016, byla návštěvnost dokonce nad hranicí 40 tis. návštěvníků. Z tabulky lze vyzdvihnout také rok 2013, ve kterém návštěvnost dosáhla 35 tis. návštěvníků. Důvodem byly Napoleonské slavnosti při příležitosti výročí 200 let od slavné bitvy u Chlumce. Se slavnostmi byla spojena řada výjimečných akcí a kampaň, která s sebou přinesla vysoký počet návštěvníků. Významným mezníkem v provozu infostřediska je rok 2015 s jednou z nejvyšších návštěvností (přes 40 tis. návštěvníků). V tomto roce bylo infostředisko poprvé otevřeno i během státních svátků (vyjma vánočních).

Tab. 3 Přehled celkové návštěvnosti infostřediska

		V. - XII. 2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	I. - V. 2017
Návštěvnost absolutní celkem		18831	28847	28530	29178	35014	32896	41700	42025	13881
z toho:	tuzemská	18002	27888	26503	27235	33124	30800	39340	39450	13219
	zahraniční	829	959	2027	1943	1890	2096	2360	2575	662
	% tuzemská	95,6	96,7	92,8	93,3	94,6	93,6	94,3	93,9	95,2
	% zahraniční	4,4	3,3	7,2	6,7	5,4	6,4	5,7	6,1	4,8

Zdroj: Systém monitoringu návštěvnosti TIC, vlastní zpracování 2017

Obr. 6 Vývoj celkové návštěvnosti infostřediska



Zdroj: Systém monitoringu návštěvnosti TIC, vlastní zpracování 2017

Vývoj návštěvnosti za poslední rok

V návštěvnosti se silně projevuje **sezónnost**, a to jak na počtu návštěvníků, tak na jejich struktuře. Pro ilustraci je v tabulce č. 4 uveden přehled za rok 2017 od ledna do května. v tomto období je zachyceno jak zimní období, tak začátek turistické sezóny, nikoliv však její plný průběh v období letních prázdnin.

Z přehledu je patrné, že nejvyšší návštěvnost v tomto období připadá na **květen**. V květnu je nárůst návštěvnosti způsoben především tím, že v infostředisku začíná letní provoz a otevírací doba je sedm dní v týdnu (včetně státních svátků) a obecně je toto období považováno za zahájení turistické sezóny (sezónní otevírací doby, zahájení kompletních provozů a služeb v turismu atd.). Vysoká návštěvnost byla zaznamenána i v **lednu**, což lze vysvětlit hojně navštěvovanou výstavou a také vydáním oficiálního cykloprůvodce Labskou stezkou pro rok 2017, o kterého je každoročně velký zájem.

Tab. 4 Vývoj návštěvnosti v roce 2017 (1. pololetí)

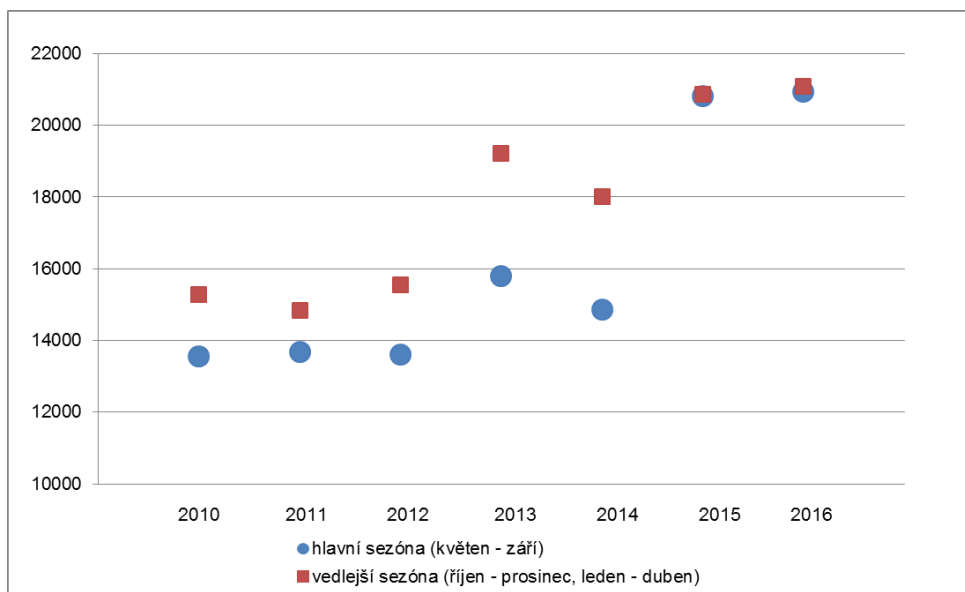
Rok 2017 - aktuální přehled; absolutní počty		leden	únor	březen	duben	květen
Počet návštěvníků		2935	2827	2949	2232	2938
z toho:	tuzemští	2838	2553	2848	2149	2831
	zahraniční	97	274	101	83	107

Zdroj: Systém monitoringu návštěvnosti TIC, vlastní zpracování 2017

Sezónní návštěvnost

Již výše zmíněná sezónnost se projevuje na návštěvnosti infostřediska různým způsobem. Mezi hlavní ukazatele patří **počet návštěvníků a jejich skladba**, resp. struktura. Na sezónní návštěvnosti se podepisují i jednorázové či pravidelné akce. Dle grafu na obr. č. 7 je zřetelné, že s výjimkou let 2015 a 2016 je obecně návštěvnost **ve vedlejší sezóně vyšší**. Důvodem je fakt, že hlavní sezóna je o celé dva měsíce kratší, čímž dochází k monitoringu výrazně nižšího počtu návštěvníků. Zároveň jsou služby infostřediska využívány také školami pro exkurze, veřejností v období Vánoc apod. V hlavní sezóně se oproti tomu zvyšuje podíl telefonických a e-mailových požadavků včetně vyššího podílu zahraničních návštěvníků.

Obr. 7 Sezónní návštěvnost infostřediska



Zdroj: Systém monitoringu návštěvnosti TIC, vlastní zpracování 2017

Přehled nejprodávanějších předmětů

Jako doplňkový přehled lze uvést deset nejprodávanějších předmětů v posledních třech uzavřených letech, tj. za roky 2014, 2015 a 2016. Fotografie jsou v některých případech ilustrační (např. pohledy; prodávané jsou pohledy obecně, nikoliv jen s vyobrazením hradu Střekov). Z tabulky č. 5 je patrné, že návštěvníci mají největší zájem o **turistické vizitky, pohledy, turistické známky, mapy a magnety**.

Tab. 5 Nejprodávanější předměty v informačním středisku

	2014		2015		2016	
1.	pohled		turistická vizitka		turistická vizitka	
2.	turistická vizitka		pohled		pohled	
3.	turistická známka		turistická známka		turistická známka	
4.	magnet		mapa města		magnet	
5.	mapa města		turistická vizitka		turistická vizitka	
6.	turistická vizitka		DVD Ústí nad Labem		pohled	
7.	magnet plechový		brožura Ústí nad Labem		mapa města	
8.	pidifrk		pexeso Labská královna		velké panorama	
9.	turistický deník		velké panorama		turistický deník	
10.	velké panorama		magnet plechový		magnet plechový	

Zdroj: Informační středisko města Ústí nad Labem, vlastní zpracování 2017

3.2.3 Kvalitativní hodnocení

Interaktivní pocitová mapa byla na webových stránkách spuštěna v květnu r. 2017. Za monitorované období, tj. 15. 5. – 5. 6. 2017 je možné na území města Ústí nad Labem vysledovat následující (dle dat oddělení GIS MmÚ):

Tabulka 6: Přehled výstupů z Pocitové mapy

Celkový počet záznamů v mapě	3.248	Převládající lokality
z toho kategorie <i>Tady vidím příležitost pro rozvoj</i>	749	Ústí n. L. – město Severní Terasa
<i>Tady rád trávím volný čas</i>	501	Ústí n. L. – město Severní Terasa
<i>Tady jsem na město hrdý</i>	380	Ústí n. L. – město Střekov
<i>Tady je to ošklivé</i>	612	Ústí n. L. – město Střekov
<i>Tady je to nebezpečné</i>	675	Ústí n. L. – město Neštětice
<i>Sem bych vzal návštěvu</i>	331	Ústí n. L. – město Střekov

Zdroj: Oddělení GIS MmÚ, vlastní zpracování 2017 (monitoring: 15. 5. – 5. 6. 2017, stav k 6. 6. 2017)

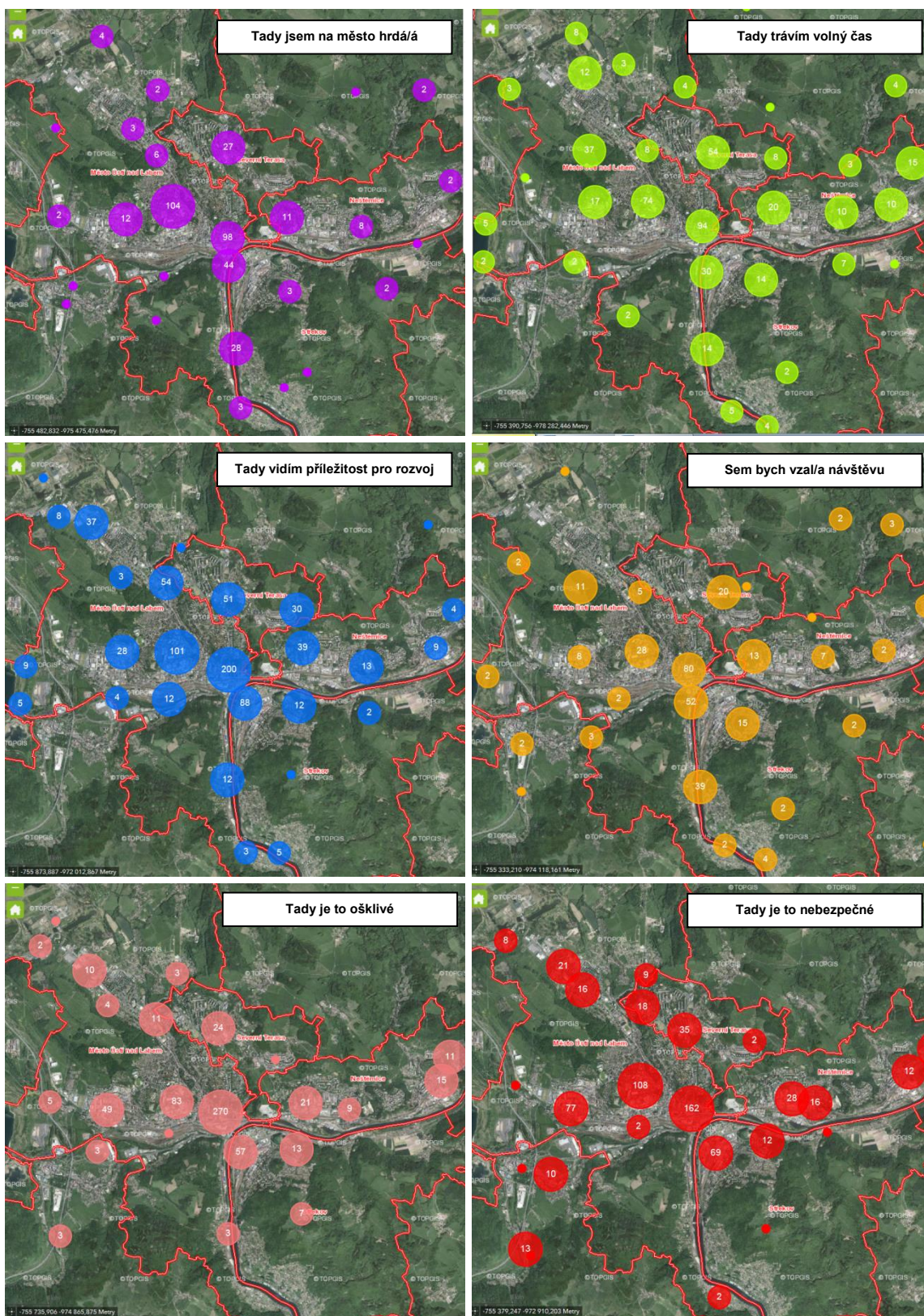
Na obr. 8 je patrné územní rozložení jednotlivých poctových bodů na mapě. Veškeré podklady jsou online dostupné v aplikaci Pocitová mapa na webových stránkách města.

Další zdrojem kvalitativních poznatků je **vlastní dotazníkové šetření v informačním středisku**. Zjišťovány jsou především důvody návštěvy města, výchozí regiony, délka pobytu, ale také subjektivní hodnocení navštívených míst. Aktuálně probíhá sběr dat v rámci tzv. „Letní ankety pro návštěvníky“ za měsíce červenec, srpen a září 2017. Vyhodnocení bude provedeno po jejím ukončení.

Významným zdrojem pro kvalitativní hodnocení je **osobní kontakt s návštěvníky**, ať už potenciálními, či reálnými. Z rozhovorů o turistických tipech a možnostech lze získat především velmi cennou zpětnou vazbu, náměty pro zlepšení turistických služeb nebo infrastruktury, případně porovnat stávající stav s ostatními regiony podobné úrovně. Toho je dosahováno zejména na veletrzích cestovního ruchu (viz tab. 1), které mají přidanou hodnotu ve formě kontaktu se zahraničními návštěvníky a kolegy, dále na tuzemských prezentacích a volnočasových akcích, které jsou cenné zejména díky návštěvnosti místních obyvatel. Tímto je pokryta relativně široká cílová skupina.

Ačkoliv není možné přesně číselně vyjádřit hodnoty kvalitativních výstupů, není možné je v tomto oboru zcela vynechat. Problematika cestovního ruchu je sama o sobě z pohledu návštěvníka **velmi subjektivní** a mění se v čase a nelze jí paušalizovat ani v rámci územního rozložení. K úspěšnému rozvoji turismu je nutné především jeho **efektivní management** v rámci hierarchického systému (ČR – kraj – destinace – města), souhrnné **koncepce, strategie a metodiky**, dále **dlouhodobá spolupráce mezi místními subjekty** a v neposlední řadě **politická podpora** na různých úrovních. Není proto 100% nutně svázané velmi dobré fungování managementu cestovního ruchu např. v malém regionu s vysokými počty návštěvníků. Jinými slovy, hodnotíme-li kvalitu managementu cestovního ruchu, nemusí být vždy nejefektivnější region nejvíce navštěvován. Žádoucí samozřejmě je, aby se zvyšovala návštěvnost a přinesla ekonomický zisk, ale v některých ohledech je třeba připravit platformu dobře fungující základny proto, aby byla výše návštěvnosti adekvátní, a to celkové kapacitě regionu (ekonomické, prostorové i funkční).

Obr. 8 Územní rozložení a počet bodů Pocitové mapy města Ústí nad Labem



Zdroj: Mapová aplikace Pocitová mapa města Ústí nad Labem, kartografické práce odd. GIS, vlastní zpracování pro účely této zprávy 2017

4. ZÁVĚR

Důležité faktory pro rozvoj turismu a specifika Ústecka

Pro rozvoj Ústecka nejen z hlediska cestovního ruchu je zásadním faktorem zejména geografická poloha regionu. Díky příhraniční poloze a výborné dopravní dostupnosti různými druhy dopravy je tato oblast snadno dosažitelná ze všech geografických směrů a se sousedním Saskem je spjatá nejen historicky, ale i kulturně a turisticky. Je třeba dále rozvíjet přeshraniční spolupráci a soustředit se také na mezinárodní návštěvnickou strukturu (pro část návštěvníků je Ústecko pouze tranzitním regionem, čehož je třeba rovněž využít).

Neméně důležitým faktorem jsou unikátní přírodní podmínky. Fenomén řeky Labe protékající geologicky zajímavým územím je v kombinaci s četnými vodopády, vyhlídkovými místy a různorodým okolím ojedinelý a velmi oblíbený. Málomocné město má na dosah jak kopcovitou krajinu, tak rovinu podél řeky, vinice, pískovcové skály a horské lesy současně. Na Ústecku se stýkají tři rozdílné celky – České středohoří, Krušné hory a Labské pískovce, na jejichž území je řada velkoplošných a maloplošných chráněných území včetně dalších lokalit zahrnutých v evropském systému Natura2000.

Historické a průmyslové rarity jsou další významnou hodnotou regionu. I přes negativní průmyslovou image města v minulosti je možné řadu průmyslových prvků, staveb nebo produktů zahrnout do předností města. V oblíbě jsou především slavné lokální značky prezentované souhrnně s označením Originally made in Usti nad Labem (např. Schichtovo mýdlo s jelenem, Stará myslivecká, a další). Nejen výrobky, ale i průmyslová architektura patří mezi tzv. Ústecká nej; např. budova Spolku pro chemickou a hutní výrobu patřila v době svého dokončení k nejvyšším stavbám v Československu a dodnes je v jejích útrobách funkční výtah páter noster.

Architektura a technické zajímavosti se v Ústí nad Labem velmi proměňují v čase. Historické budovy a další významné stavby patří dnes k velmi cenným a uznávaným. Zmínit je třeba vilovou architekturu (několik palácových vil), Mariánský most (oceněn v mezinárodní anketě), Masarykovo zdymadlo, lanovou dráhu na Větruši nebo tzv. šikmý kostel (kostel Nanebevzetí Panny Marie). Mezi významné stavby patří také budova Severočeského divadla nebo Městských lázní z počátku 20. století.

Turistické dominanty a hlavní atraktivity

Celá řada výše uvedených památek, staveb a zajímavostí patří mezi nejvýznamnější a nejčastěji prezentované. Mezi hlavní atraktivity je řazena také například Zoologická zahrada Ústí nad Labem, Vaňovský vodopád, Erbenova vyhlídka, areál Ústeckého podzemí, Muzeum města Ústí nad Labem, výletní zámeček Větruše či hrad Střekov na protějším břehu řeky Labe.

Dle stavu vody v řece je každoročně v sezóně k dispozici lodní doprava a přívozy. Podél řeky vede oběma směry Labská stezka, mezinárodní cyklostezka, která je u aktivních turistů i místních občanů ve vysoké oblíbě. Ústecko nabízí řadu pěších turistických tras, cyklotras a cyklostezek, vyhlídek, rozhleden, sportovních a rekreačních možností pro děti, rodiny i dospělé návštěvníky. Ústí nad Labem nabízí i řadu kulturního vyžití: koncerty, divadla, kina, výstavy nebo dalších zajímavých akcí (např. Ústecké Vánoce, Víno nad Labem, Pivovarské slavnosti, Zahájení turistické sezóny, Dny evropského dědictví a další. Do výčtu akcí lze zařadit i pravděpodobně nově vznikající tradici s Jarním odemykáním Labské stezky.

Nevyužitý potenciál a možnosti dalšího rozvoje

Ke zlepšení činnosti v oblasti cestovního ruchu je zapotřebí zejména jasné koncepční plánování a nastavení marketingu včetně vytvoření cíleného a jednotného postupu k naplnění jednotlivých kroků. Pro tyto potřeby by bylo vhodné vytvořit strategický dokument, který se bude věnovat pouze oboru cestovního ruchu v daném území a velmi konkrétně tak rozpracuje současný stav a navrhne vhodná opatření pro období např. 1 – 5 let do budoucnosti. Pravidelné sledování statistik, vývoje návštěvnosti a zájmu návštěvníků o region (jak kvantitativní, tak kvalitativní formou) je nedílnou součástí.

Nevyužitý potenciál je v rezervách u přeshraniční spolupráce, která není zdaleka tak funkční, jak by u pohraničního turistického regionu mohla být. Udržování kontaktů a vzájemná inspirace z odlišných zkušeností a možností je velkou výhodou pro vytvoření objektivnějšího přístupu. Díky členství města v Euroregionu Elbe Labe a dlouhodobému partnerství se saskými Drážďany a Chemnitz by se spolupráce s německou stranou měla stát automatickou a téměř rutinní, nikoliv výjimečnou nebo nadstandardní.

Nová témata a nové marketingové přístupy by neměly být opomenuty. Velmi vhodným se jeví pokračování (byť lehce obměněné) již stávajících a úspěšných projektů (jako např. Labská královna, či Slavné lokální značky) a neustálá prezentace turistických dominant v různých souvislostech. Nová témata jsou nutná vzhledem k udržitelnosti efektivní prezentace a aktivní komunikaci s návštěvníky. V souvislosti s modernizací technologií a stále masovějšímu využívání elektroniky a internetu je třeba podporovat nové možnosti prezentace města (aplikace, sociální sítě, interaktivní formy map a panelů).

Nedílnou součástí jakéhokoliv turistického rozvoje by měla zůstat účast na prezentačních akcích – veletrhy, místní akce, tematické výstavy apod. Tyto akce přináší zejména velmi cenný přehled o konkurenčních nabídkách, umožňují navázat nové kontakty a inspirovat se u ostatních regionů. Návštěvníci veletrhů jsou zcela jinou cílovou skupinou, než běžný vzorek návštěvníka v dané lokalitě, a díky tomu je možné vytvořit nabídku obsáhlejší a kvalitnější. Přidanou hodnotou veletrhů a dalších prezentačních akcí je získaná zpětná vazba a kvalitativní hodnocení návštěvníků.

Obecně shrnuto, zásadním je:

- důraz na cennou a velmi unikátní krajinu
- výrazné posílení a udržení přeshraniční spolupráce
- aktivní komunikace se subjekty a partnery v cestovním ruchu
- pokračování v prosazování zdravé a aktivní turistiky
- cílená prezentace dominant města a významných historických rarit
- posílení tematické nabídky pro rodiny s dětmi.

* * *

SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

1. COT celý o turismu, leden 2017, C.O.T. media, s.r.o., Praha, ISSN 1212-4281
2. Česká centrála cestovního ruchu (CzechTourism)
 - veřejné přehledy a informace na www.czechtourism.cz
3. Český statistický úřad
 - veřejná databáze dostupná na www.czso.cz
 - konzultace s Ing. Monikou Raušerovou, vedoucí odd. informačních služeb a správy registrů na Krajské správě ČSÚ v Ústí nad Labem
4. Fotoarchiv města Ústí nad Labem, Odbor strategického rozvoje, odd. cestovního ruchu
5. Informační a tiskové zprávy z veletrhů cestovního ruchu vč. upřesňující e-mailové/telefonické komunikace s organizátory:
 - ITF Slovakiaitour Bratislava 2017: http://www.incheba.sk/buxus/docs//2017/itf_slovakitour/ITF_SLOVAKIATOUR_2017_Zaverecna_sprava_veltrhu.pdf
 - Vacantiebeurs Utrecht 2017: <http://www.jaarbeursnewsroom.nl/nl-NL/Vakantiebeurs/Persberichten/Slotbericht-Vakantiebeurs2017.aspx>
 - Reisemesse Dresden 2017: <http://www.reisemesse-dresden.de/presse/presse-mitteilungen/artikel/862-erfolgreicher-start-in-die-reisesaison-reisemesse-dresden-lockte-knapp-30000-in-die-messehall/>
 - HolidayWorld Praha 2017: http://www.incheba.cz/tiskove-stredisko/tiskove-zpravy/tiskova-zprava.html/3_48388-tz-holiday-world-2017/1
 - f.re.e München 2017: <http://www.free-muenchen.de/presse/newsroom/presseinformationen/f.re.e-2017-geht-mit-rekordergebnis-zu-ende.html>
 - Dovolená a Region, Lázeňství Ostrava 2017: <http://cerna-louka.cz/cs/dovolena-a-region-lazenstvi-2017>
 - Miniveletrh cestovního ruchu Most 2017: <http://www.mesto-most.cz/miniveletrh-cestovniho-ruchu/a-9542>
6. Informační středisko města Ústí nad Labem
 - Systém monitoringu návštěvnosti, data, konzultace
7. Kde přibývá turistů a kam přestávají jezdit? Podívejte se na interaktivní mapu. Webový článek ze dne 18. 8. 2017, autoři Jan Cibulka a Michal Zlatkovský. Dostupný na https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/kde-pribyva-turistu-a-kam-prestavaji-jezdit-podivejte-se-na-interaktivni-mapu_1708210600_zlo
8. Krajský úřad Ústeckého kraje, Odbor regionálního rozvoje, odd. cestovního ruchu
 - odborné konzultace o vývoji cestovního ruchu a marketingu
9. Marketingová studie zaměřená na podporu místního cestovního ruchu na Ústecku (2006), dostupná z: <http://www.usti-nad-labem.cz/cz/volny-cas/turistum/publikace-projekty/marketingove-studie.html>
10. Ministerstvo pro místní rozvoj
 - statistiky a přehledy pro porovnání, dostupné z: <https://www.mmr.cz/cs/Regionalni-politika-a-cestovni-ruch/Cestovni-ruch/Statistiky-Analyzy>
11. Možnosti kongresového cestovního ruchu v Ústí nad Labem (2008), studie dostupná z: <http://www.usti-nad-labem.cz/cz/volny-cas/turistum/publikace-projekty/marketingove-studie.html>
12. Pocitová mapa města Ústí nad Labem, http://mapy.mag-ul.cz/storyapps/pocity_hodnoceni/
 - výstupy zpracované odd. GIS Magistrátu města Ústí nad Labem
13. Strategie rozvoje cestovního ruchu v Ústeckém kraji 2015 – 2020, dostupná z: <http://www.kr-ustecky.cz/strategie-rozvoje-cestovniho-ruchu-2015-2020/ds-99996>
14. Strategie rozvoje města Ústí nad Labem 2015 – 2020, dostupná z: <http://www.usti-nad-labem.cz/files/strategie-tistena-verze.pdf>
15. Vlastní zprávy z veletrhů cestovního ruchu (Magistrát m. Ústí nad Labem, Odbor strategického rozvoje, oddělení cestovního ruchu)
16. Výzkum zaměřený na domácí cestovní ruch, Severozápadní Čechy. Vyhodnocení etapy léto 2014. Zadavatel: Česká centrála cestovního ruchu, zpracovatel IPSOS s.r.o., 2014. Dostupný z: http://monitoring.czechtourism.cz/CzechTourism/res/leto2014/Severozapadni_Cechy_Leto-2014_CZ.pdf
17. Zoologická zahrada Ústí nad Labem; www.zoousti.cz
 - konzultace, informační materiály

FOTOGRAFICKÁ PŘÍLOHA

A – Vybrané turistické dominanty města

Obr. příloha A1: Výletní zámek Větruše



Zdroj: Archiv města Ústí nad Labem

Obr. příloha A2: Zřícenina hradu Střekov



Zdroj: Archiv města Ústí nad Labem

Obr. příloha A3: Mariánský most



Zdroj: Archiv města Ústí nad Labem

Obr. příloha A4: Masarykovo zdymadlo



Zdroj: Archiv města Ústí nad Labem

Obr. příloha A5: Kostel Nanebevzetí Panny Marie



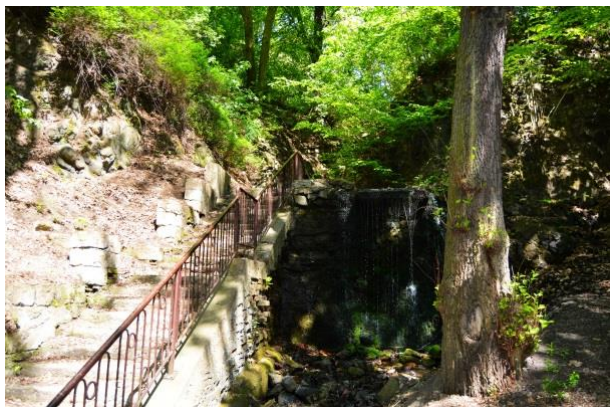
Zdroj: Archiv města Ústí nad Labem

Obr. příloha A6: Vaňovský vodopád



Zdroj: Archiv města Ústí nad Labem

Obr. příloha A7: Bertino údolí



Zdroj: Archiv města Ústí nad Labem

Obr. příloha A8: Erbenova vyhlídka



Zdroj: Archiv města Ústí nad Labem

Obr. příloha A9: Zřícenina hradu Blansko



Zdroj: Archiv města Ústí nad Labem

Obr. příloha A10: Skalní útvar Vrkoč



Zdroj: Archiv města Ústí nad Labem

Obr. příloha A11: Mariánská skála a Benešův most



Zdroj: Archiv města Ústí nad Labem

Obr. příloha A12: Střekovská vyhlídka



Zdroj: Archiv města Ústí nad Labem

B – Vybrané akce s návštěvníky města a regionu 2017

Obr. příloha B1: Veletrh cestovního ruchu



Zdroj: Archiv města Ústí nad Labem

Obr. příloha B2: Veletrh cestovního ruchu



Zdroj: Archiv města Ústí nad Labem

Obr. příloha B3: Akce Parky v pohybu



Zdroj: Archiv města Ústí nad Labem

Obr. příloha B4: Akce Čisté Ústí se sáčky



Zdroj: Archiv města Ústí nad Labem

Obr. příloha B5: Akce Rozloučení s Labskou královnou



Zdroj: Archiv města Ústí nad Labem

Obr. příloha B6: Akce Odemykání Labské stezky



Zdroj: Archiv města Ústí nad Labem

C – Informační středisko města Ústí nad Labem

Obr. příloha C1: Předávání cen v rámci Zahájení turistické sezóny 2017



Zdroj: Archiv města Ústí nad Labem

Obr. příloha C2: Exkurze Základní školy Mirová, Ústí nad Labem



Zdroj: Archiv města Ústí nad Labem

Obr. příloha C3: Předávání cen soutěže Do práce na kole 2017



Zdroj: Archiv města Ústí nad Labem

Obr. příloha C4: Vernisáž výstavy



Zdroj: Archiv města Ústí nad Labem

Obr. příloha C5: Informační středisko



Zdroj: Archiv města Ústí nad Labem

Obr. příloha C6: Vernisáž výstavy



Zdroj: Archiv města Ústí nad Labem