

1

Umwelt und Tourismus in Sachsen

Životní prostředí a cestovní ruch v Sasku

Wer profitiert von wem?

Kdo z koho má užitek?

Deutsch-Tschechische Seminarreihe NATURA 2000

Německo-český cyklus seminářů o Nature 2000

Naturschutzzentrum Annaberg, 02.03.2008

2

Agenda

1. Ausgangslage
(Rolle LTV, Wirtschaftsfaktor
Tourismus, Trends)
2. Umwelt und Tourismus
3. Tourismus und Umwelt
4. Fazit

Program

1. Výchozí stav
(Úloha ZSCR, cestovní ruch jako hospodářský
činitel, trendy)
2. Životní prostředí a cestovní ruch
3. Cestovní ruch a životní prostředí
4. Souhrn

1. Ausgangslage

Výchozí stav

Zwei starke Partner des Tourismus in Sachsen

Dva klíčové partneři v oblasti cestovního ruchu v Sasku

Tourismusedwicklung in Sachsen

Rozvoj cestovního ruchu v Sasku

Interessenvertretung,
Tourismuspoleitik,
Strategie, Planung
Zastoupení zájmových
skupin, politika cestovního
ruchu, strategie, plánování

Grundsatzfragen,
Rahmenbedingungen
Základní otázky,
rámcové podmínky

Landestourismusverband

Sachsen e.V. (Zemský svaz cestovního ruchu)

Produktentwicklung,
Projekte,
Dienstleistungen

Vývoj produktů, projekty,
služby

Marketing,
Vertrieb
Marketing, provozování

**Tourismus Marketing Gesellschaft
Sachsen mbH**

4

1. Ausgangslage

Wir bewegen was...

Výchozí stav

Co podnikáme...

22.03. 2007 Fachveranstaltung „Ökotourismus in
Sachsen“

Odborný seminář „Ekoturistika v Sasku“

28.06.2007 Workshop „Natur-Erlebnis-Angebote“
Workshop „Nabídka přírodních zážitků“

LTV-Fachausschuss Landtourismus
_ DTV-Fachbereich Naturschutz, Umwelt und
Tourismus

Odborný výbor pro zemskou turistiku ZSCT
Odborná skupina „ochrana přírody, životní
prostředí a cestovní ruch“ Německého turistického
svazu (DTV)

1. Ausgangslage

Wirtschaftsfaktor Tourismus

1. Výchozí stav

Cestovní ruch jako hospodářský faktor

6 Mrd. € Umsatz und

230.000 Beschäftigte

durch den Tourismus

6 mld. € obrata

230.000 pracovních míst

v cestovním ruchu

Direktes Einkommen

Přímý příjem 1.956,7 mil. €

Indirektes Einkommen

Nepřímý příjem 1.068,7 mil. €

MWST

Daň z přidané hodnoty 685,4 mil. €

Einkommen insgesamt

Celkové příjmy 3.025,4 mil. €

Vorleistungen

Předběžné plnění 3.562,3 mil. €

Bruttoumsatz
Obrat brutto 6.204,4 mil. €

Nettoumsatz
Čistý zisk 5.519,0 mil. €

Quelle: LTV Sachsen nach Angaben des dwif 2006
Zdroj: LTV Sachsen podle údajů dwif 2006

6

1. Ausgangslage

Tagesgäste bringen den Umsatz

Výchozí stav

Jednodenní pobyty vytvářejí obrat

Tagesreisen

157,0 Mio.

Jednodenní pobyty

Übernachtungen

42,7 Mio.

Pobyty s přenocováním

Fast zwei Drittel des
Bruttoumsatzes entfallen
auf den Tagestourismus

Téměř dvě třetiny hrubého obratu pocházejí
z jednodenních pobytů

1. Ausgangslage

Trends im Tourismus

Výchozí stav

Trendy v cestovním ruchu

Natur als Reiseziel

Příroda jako turistický cíl

Naturorientierte Aktivitäten!
Činnosti zaměřené na přírodu!

Wachstumsmarkt

Städtetourismus

Rostoucí trh pro městský cestovní ruch

Häufigeres Reisen

Častější cestování

Tagestouristen als Chance
z.B. für Natur- und
Landschaftsführungen!
Jednodenní návštěvníci – šance např. pro
akce s doprovodem, zaměřené na přírodu a krajinu

Kürzeres und

spontaneres Reisen

Kratší a spontánnější cesty

Wachstumsmarkt

Senioren

Rostoucí trh – cestování seniorů

Zielgruppe für Naturtourismus!?

Cílová skupina pro přírodní turistiku!?

**Gesundheit /
Wellness
Zdraví/ wellness**

**Qualitäts- und
Serviceorientierung
Orientace na kvalitu a dobré služby**

Qualifiziertes Personal!
Kvalifikovaný personál!

**Individualisierung
Individualizace**

Quellen/prameny: Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V.,
Verband Deutscher Naturparke e.V., Zukunftsinstitut GmbH

8

2. Umwelt und Tourismus

Bedeutung Natur/ Umwelt

Životní prostředí a cestovní ruch

Význam přírody/ životního prostředí

**Attraktiver
Lebens- und
Standortfaktor
der Region
Atraktivní faktor života i konkrétních lokalit v regionu**

**Natur/ Umwelt
Příroda/životní prostředí**

**Strategische
Erfolgsposition
für den Tourismus
in der Region**

Strategicky úspěšná poloha pro cestovní ruch v regionu

NATURTOURISMUS/ NATURNAHER TOURISMUS

Reisemotive der Gäste:

Natur erleben, Landschaften kennen lernen, Bewegung in der Natur

**PŘÍRODNÍ TURISTIKA/PŘÍRODĚ BLÍZKÁ
TURISTIKA**

Motivace návštěvníků: užít si přírody, poznat krajinu, pohybovat se v přírodě

9

2. Umwelt und Tourismus

Positive Auswirkungen

Životní prostředí a cestovní ruch

Pozitivní dopady

- Regionalwirtschaftliche Wirkungen
- Bewusstsein schaffen, dass Schutz und Nutzung der Natur und Landschaft wichtig und lohnend sind
- Wertschätzung bei lokaler Bevölkerung für ihre Natur und Kultur erhöhen
- Erhaltung von Kulturlandschaften
- Ausbau von umweltschonender Infrastruktur und Umweltdienstleistungen (Abwasserreinigung, Wiederherstellung von naturnahen Biotopen)

- Finanzielle Einnahmen für Schutzgebiete
- dopady na ekonomiku regionu
- dosažení poznání, že ochrana a využívání přírody a krajiny jsou důležité a vyplatí se
- zvýšení vědomí hodnot vlastní přírody a kultury u místních obyvatel
- zachování typů kulturní krajiny
- vybudování infrastruktury, zlepšující životní prostředí a služeb v oblasti ochrany životního prostředí (čištění odpadních vod, obnova přírodě blízkých biotopů)
- peněžní příjmy pro chráněná území

10

2. Umwelt und Tourismus

Negative Auswirkungen

Životní prostředí a cestovní ruch

Negativní dopady

... oder die Frage: Wie viel „Gast“ verträgt die Umwelt?

...neboli otázka: kolik „hostů“ snese životní prostředí?

- Ressourcenverbrauch
- Produktion von Abfall und Abwasser
- Wachstum des Tourismus induzierten Verkehrs
- Intensivierung der Infrastruktur
- Veränderung oder Zerstörung von Lebensräumen

- Verlust an biologischer Vielfalt
- spotřebování přírodních zdrojů
- vznik odpadů a produkce odpadních vod
- nárůst dopravy v souvislosti s cestovním ruchem
- intenzifikace infrastruktury
- změny nebo zničení biotopů
- úbytek biologické rozmanitosti

11

2. Umwelt und Tourismus

Konfliktbereiche

Životní prostředí a cestovní ruch

Střetové oblasti

Übertreten von
Schutzauflagen

Vstup a pohyb v chráněných místech

Unsachgerechtes

Verhalten

Nesprávné chování

Touristische Infrastruktur
und Nutzung

Turistická infrastruktura a využívání

Nutzungsintensität

Intenzita využívání

3. Tourismus und Umwelt

Urlaubsmotive

Cestovní ruch a životní prostředí

Důvody dovolené

Urlaubsmotiv „Natur erleben“

Besonders wichtig 37,4%

Wichtig 42,0%

Důvod dovolené „zážitky z přírody“

Mimořádně významné pro 37,4%

Důležité pro 42,0%

Reiseart „Natururlaub“

In erster Linie 7,0%

Mehrfachnennung 16,0%

Typ cesty „dovolená v přírodě“

V první řadě 7,0%

Opakované uvádění 16,0%

Urlaubsaktivität in den letzten 3 Jahren

„Naturattraktionen besucht“

Sehr häufig 14,1%

Häufig 31,3%

Dovolená v posledních 3 letech „návštěva přírodních atrakcí“

Velmi často 14,1%

Často 31,3%

Quelle/zdroj: F.U.R Reiseanalyse 2003/ 2005

13

3. Tourismus und Umwelt

Hauptmotive für einen Aufenthalt in
Sachsen

Cestovní ruch a životní prostředí

Hlavní důvody rozhodnutí pro pobyt
v Sasku

Zufall - náhoda

Kurangebote – léčebný pobyt

Preisgünstiges Angebot – cenově výhodná nabídka

Bestimmte Veranstaltung – konkrétní akce

Einkaufsmöglichkeiten – možnosti nakupování

Empfehlung - doporučení

Fitness/Sporttreiben – fitness/sportovní vyžití

Neugier auf die Region – zvědavost na dané území

Anlass bei Verw./Bekannten – doporučení příbuzných/známých

Kunst/Kultur erleben – umělecké a kulturní zážitky

Landschaft – krajina

Quelle/zdroj: LTV Gästebefragung 2004/2005

14

3. Tourismus und Umwelt

1 + 1 = 3!?

Cestovní ruch a životní prostředí

1 + 1 = 3!?

*... oder die Frage: Wie viel „Umwelt“ verträgt der
Gast?*

... neboli otázka: kolik „životního prostředí“ unese návštěvník?

- Gästen Natur und Landschaft der Region vorstellen und näher bringen
- představit a přiblížit návštěvníkům přírodu a krajinu regionu

- Interesse der Gäste für Region und Landschaft wecken
- probudit zájem návštěvníků o region a krajinu v něm

- Gästen Naturerlebnisse bieten
- nabídnout návštěvníkům zážitek z přírody

- Bildungs- und Erlebnisangebote schaffen
- vytvořit nabídku vzdělávání a zážitků z přírody

- Stärkung von Tourismus und Umweltbildung
- posílení turistiky i zvýšení vzdělanosti v oblasti ochrany životního prostředí

- Beitrag zum Schutz der Natur
- příspěvek k ochraně přírody

3. Tourismus und Umwelt

Leichter gesagt als getan...

Cestovní ruch a životní prostředí

Snadno se řekne, hůře udělá...

Frage 1: Wo finden Naturerlebnisse statt?

... in besonderen Natur- und Kulturlandschaften

Otázka 1: kde lze získat zážitky z přírody?

... v neobyčejných typech přírodní a kulturní krajiny

Frage 2: Wodurch entsteht das Erlebnis?

... in unmittelbarem Kontakt zur Natur und einem meist höheren Anteil an körperlicher Aktivität

Otázka 2: Jak vzniká zážitek?

... v bezprostředním kontaktu s přírodou a v největším počtu případů při fyzicky vykonávaných činnostech

Frage 3: Wodurch wird ein Angebot zum Naturerlebnisprodukt?

... Fokus das Angebotes ist das Erleben der Natur
... klar definierte und buchbare Leistung(en)

Otázka 3: Jak se turistická nabídka stane produktem, nabízejícím přírodní zážitky

... nabídka je zameřena na prožívání přírody
... služby musí být jasně definované a objednatelné

3. Tourismus und Umwelt

In Sachsen schon zu erleben...

Cestovní ruch a životní prostředí

V Sasku se již dá zažít...

Vielzahl von Führungen, Lehrpfaden
und Informationen

ABER auch:

- Potenziale bei „Komplett-Angeboten“
- Potenziale in der Zusammenarbeit
- Potenziale in der Vermarktung

Množství prohlídek s průvodcem, naučných stezek
a informací

ALE také:

- potenciál v „komplexních balíčcích“
- potenciál ve spolupráci
- potenciál v marketingu

17

3. Facit

NATURA 2000 und Tourismus in Sachsen

Souhrn

Natura 2000 a cestovní ruch v Sasku

Nachhaltigkeit!

**Besucherlenkung,
ÖPNV-Angebote usw.**

Udržitelnost!

Management návštěvnosti, nabídky regionální dopravy všech typů apod.

Natur & Tourismus!

**Verstärkte gegenseitige
Information und Kommunikation**

Příroda & cestovní ruch!

posílení vzájemné informovanosti a komunikace

Kooperationen!

Tourismusverbände

Leistungsträger

Natur/ Umweltverbände

Weitere regionale Partner

Kooperace!

Svazy cestovního ruchu – hybná síla

Spolky v oblasti ochrany přírody a životního prostředí

Další regionální partneři

Herausforderungen

Výzvy

Natur & Bildung!

Zertifizierte Natur-

Landschaftsführer

Příroda & vzdělávání!

Certifikovaní průvodci přírodou a krajinou

Natur – Erlebnis – Angebote!

nachhaltig, nachfragegerecht,

wirtschaftlich, buchbar

Nabídky zážitků v přírodě!

udržitelné, odpovídající poptávce,
ekonomické, objednatelné

18

3. Facit

Wer profitiert von wem?

Souhrn

Kdo má z koho prospěch?

Tourismus braucht Natur!

- Intakte Umwelt, Natur und Landschaft als wichtige Ressource für den Tourismus
- Erlebbare Natur für Bevölkerung und Gast

Cestovní ruch potřebuje přírodu!

- nedotčené životní prostředí, příroda a krajina jako významné zdroje pro cestovní ruch
- příroda plná zážitků pro místní obyvatele i návštěvníky

Natur braucht Tourismus!

- Wirtschaftsfaktor im ländlichen Raum
- Erhöhung der Akzeptanz von Naturschutz/ Sensibilisierung
- Besucherlenkung

Příroda potřebuje cestovní ruch!

- ekonomický faktor ve venkovském prostoru
- zvýšená míra akceptace ochrany přírody/citu pro přírodu
- management návštěvnosti