AKTUALIZACE KONCEPCE ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU ČESKÝCH BUDĚJOVIC 2026-2028

POLÁŠEK & COMPANY

ANALYTICKÁ ČÁST 4

1. VYMEZENÍ DESTINACE: ČESKÉ BUDĚJOVICE 4
Rozpočet, příjmy a výdaje 6
Vývoj EHMK 2028 7
2. ANALÝZA NABÍDKY CESTOVNÍHO RUCHU 11
Primární nabídka 11
Historické památky 11
Kulturní instituce a centra 12
Konferenční prostory 13
Tradice a průmyslové atraktivity 15
Přírodní atraktivity a volnočasové zóny 15
Sportovní a volnočasové areály 16
Vzdělávací a vědecké instituce s turistickým přesahem 16
Festivaly a pravidelné akce 17
Sekundární nabídka 20
Ubytovací služby 20
Stravovací služby 25
Dopravní infrastruktura 27
Silniční doprava 27
Železniční doprava 27
Autobusová doprava 28
Letecká doprava 30
Lodní doprava 31
Doplňkové služby 32
3. ANALÝZA POPTÁVKY CESTOVNÍHO RUCHU 34
Návštěvnost turistických cílů DMO Českobudějovicko-Hlubocko v roce 2024 34
Návštěvnost turistických cílů města České Budějovice v roce 2024 35
Návštěvnost HÚZ – DMO Budějovicko 2024 36
Hosté ubytovaní v HUZ a počet přenocování podle vybraných obcí Jihočeského kraje v roce 2024 37
Meziroční srovnání návštěvnosti HUZ 2019-2024 38
Nerezidenti podle země původu ubytovaní v HÚZ v Českých Budějovicích v roce 2024 39
Srovnání návštěvnosti s rokem 2019 40
Plány Čechů na jarní dovolenou 2025 41
Plány Čechů na podzimní dovolenou 2025 42
Plány Čechů na zimní dovolenou 2024 43
SWOT analýza 44

NÁVRHOVÁ ČÁST 46

VIZE 2028: ČESKÉ BUDĚJOVICE – KULTURNĚ-SPORTOVNÍ METROPOLE JIŽNÍCH ČECH 46
STRATEGICKÉ CÍLE 2026-2028 47
STRATEGICKÝ CÍL 1: TRANSFORMACE NÁVŠTĚVNICKÉHO ZÁŽITKU – OD PŘESPÁNÍ K POBYTU 47
STRATEGICKÝ CÍL 2: KULTURNÍ EXCELENCE S TRVALÝM ODKAZEM EHMK 2028 47
STRATEGICKÝ CÍL 3: SPORTOVNÍ EXCELENCE – ČESKÁ JEDNIČKA PRO AKTIVNÍ CESTOVNÍ RUCH 48
STRATEGICKÝ CÍL 4: CELOROČNÍ DESTINACE S VYVÁŽENOU NABÍDKOU 49
STRATEGICKÝ CÍL 5: SYSTÉMOVÁ KOORDINACE MĚSTA A PROFESIONÁLNÍ DESTINAČNÍ MANAGEMENT 49
PRIORITNÍ OBLASTI ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU 2026-2028 50
PRIORITA 1: KULTURNÍ A SPORTOVNÍ INFRASTRUKTURA 51
Výchozí stav 51

Cílový stav 2028 *51*
Klíčové oblasti intervence: *51*
1.1 Opatření: Turistické využití kulturní infrastruktury EHMK 2028 *52*
1.1.1 Aktivita: Zapojení kulturní infrastruktury EHMK do produktů cestovního ruchu 52
1.1.2 Aktivita: Atraktivní prezentace nových kulturních objektů v rámci nabídky města 52
1.2 Opatření: Využití městských volnočasových areálů pro cestovní ruch *53*
1.2.1 Aktivita: Vytvoření jednotné prezentace volnočasových areálů pro návštěvníky 53
1.2.2 Aktivita: Systematické začlenění nově revitalizovaných areálů do existující sítě turistických tras 54
1.2.3 Aktivita: Posílení jednotné informovanosti návštěvníků o možnostech využití areálů 54
1.3 Opatření: Turistické využití sportovní infrastruktury mezinárodní úrovně *55*
1.3.1 Aktivita: Vytvoření přehledné prezentace sportovní infrastruktury pro návštěvníky a sportovní týmy 55
1.3.2 Aktivita: Integrace sportovních areálů do nabídky cestovního ruchu 56
1.3.3 Aktivita: Podpora sportovních akcí s potenciálem návštěvnosti 57
1.4 Opatření: Zlepšení turistického využití MICE kapacit a vhodných ubytovacích kapacit pro tento segment *57*
1.4.1 Aktivita: Aktualizace MICE kapacit 57
1.4.2 Aktivita: Koordinace doplňkových služeb pro účastníky MICE akcí 58
1.4.3 Aktivita: Prezentace města jako vhodné destinace pro MICE 59
1.5 Opatření: Posílení návštěvnické funkce pivovarnické infrastruktury *60*
1.5.1 Aktivita: Zlepšení dopravní dostupnosti a orientace k hlavním pivovarům 60
1.5.2 Aktivita: Integrace pivovarů do turistických map, tras a informačních materiálů města 61
1.5.3 Aktivita: Koordinace prezentace pivovarnické nabídky města pro návštěvníky 61
1.6 Opatření: Zajištění přehledné orientace návštěvníků na hlavních příjezdových bodech do města 62
1.6.1 Aktivita: Sjednocení základních orientačních prvků na hlavních příjezdových bodech (auto, vlak, autobus, loď, letadlo) 63
1.6.2 Aktivita: Posílení dostupnosti základních návštěvnických informací u provozovatelů jednotlivých příjezdových bodů 63
PRIORITA 2: PRODUKTY A MARKETING – TVORBA KOMPLEXNÍ NABÍDKY 65
Výchozí stav *65*
Cílový stav 2028 *65*
Klíčové oblasti intervence: *65*
2.1 Opatření: Etablování tří vlajkových turistických produktů *66*
2.1.1 Aktivita: Definice struktury a hlavních prvků každého vlajkového produktu 66
2.1.2 Aktivita: Zapojení partnerů do struktury vlajkových produktů a jejich funkcí 67
2.1.3 Aktivita: Sjednocení prezentace vlajkových produktů napříč destinačními platformami 67
2.2 Opatření: Posílení destinační karty Buďkarta a zvýšení jejího využití *68*
2.2.1 Aktivita: Vytvoření bodového systému Buďkarty motivující návštěvníky k delšímu pobytu a aktivnímu objevování města 69
2.2.2 Aktivita: Zapojení partnerů do systému Buďkarty a definování jejich benefitů 69
2.2.3 Aktivita: Pilotní ověření a testování rozšířenou podobou Buďkarty 70
2.3 Opatření: Koordinovaná marketingová komunikace města, DMO a partnerů *71*
2.3.1 Aktivita: Zavedení jednotných pravidel marketingové komunikace destinace 71
2.3.2 Aktivita: Vytvoření jednotné vizuální identity destinace a její používání partnery 72
2.3.3 Aktivita: Sdílený kalendář akcí a obsahový "hub" pro partnery 72
2.4 Opatření: Posílení online viditelnosti destinace a rozvoj rezervačních nástrojů *73*
2.4.1 Aktivita: Zlepšení online viditelnosti destinace prostřednictvím koordinované digitální propagace 73
2.4.2 Aktivita: Zavedení a podpora centrálního rezervačního rozhraní pro aktivity a služby ve městě 74
PRIORITA 3: INFORMACE, KOORDINACE A ŘÍZENÍ DESTINACE 76
Výchozí stav *76*
Cílový stav 2028 *76*

Klíčové oblasti intervence: *76*
3.1 Opatření: Jednotný turistický informační systém a modernizace TIC jako koordinačního centra 77
3.1.1 Aktivita: Vytvoření jednotné online platformy pro informace o cestovním ruchu 77
3.1.2 Aktivita: Rozšíření role TIC na koordinační centrum cestovního ruchu města 78
3.2 Opatření: Meziodborová koordinace na magistrátu 79
3.2.1 Aktivita: Zavedení koordinačních setkání meziodborové pracovní skupiny pro cestovní ruch 79
3.2.2 Aktivita: Vytvoření společných projektových týmů pro klíčové projekty cestovního ruchu 80
3.3 Opatření: Datově založené řízení destinace 80
3.3.1 Aktivita: Zavedení systému pravidelného monitoringu návštěvnosti a chování návštěvníků 81
3.3.2 Aktivita: Zavedení pravidelného reportingu a vyhodnocování plnění strategických cílů 81
3.4 Opatření: Efektivní výběr a strategická reinvestice místního poplatku z pobytu 82
3.4.1 Aktivita: Zlepšení výběru místního poplatku z pobytu prostřednictvím kontroly a motivace provozovatelů 82
3.4.2 Aktivita: Zavedení transparentního systému reinvestice minimálně 50 % výnosů z poplatku do rozvoje CR 83
3.5 Opatření: Přehledné vymezení kompetencí město České Budějovice – DMO – soukromý sektor 84
3.5.1 Aktivita: Definice a schválení rozdělení kompetencí mezi městem, DMO a soukromým sektorem 84
3.5.2 Aktivita: Komunikace rozdělení kompetencí a vytvoření mechanismů spolupráce 85
ZÁVĚR 86
Klíčová východiska 86
Předpoklady úspěšné realizace 86

Analytická část

V úvodní analytické části je primárním cílem získání přehledu o stávajícím stavu cestovního ruchu v Českých Budějovicích. Jedná se o kombinaci analýzy nabídky ze strany města a stěžejních aktérů provozujících podnikatelskou činnost související s cestovním ruchem a analýzy poptávky na straně potenciálních návštěvníků města.

Získané informace a následná práce s nimi slouží zejména pro **zvýšení atraktivity pro návštěvníky, zlepšení konkurenceschopnosti destinace**, **prodloužení délky pobytů a podporu mimosezónní návštěvnosti.**

1. Vymezení destinace: České Budějovice

Rozloha: České Budějovice pokrývají přibližně **55,71 km^2 –** rozděleno do 11 katastrálních území a sousedí s 21 obcemi.

Počet obyvatel: k 1. lednu 2025 zde žilo **97 231 obyvatel**.

Město zaznamenalo nárůst o ~4 000 obyvatel za posledních deset let. České Budějovice jsou největším městem Jihočeského kraje, kde žije ~14,9 % obyvatel regionu.

Struktura obyvatelstva:

Ženy 52,17 % **(50 725)**

Muži 47,83 % **(46 506)**

Stav obyvatel k 31.12.2024		Celkem	Muži	Ženy
Počet obyvatel		97 231	46 506	50 725
v tom ve věku (let)	0-14	14 961	7 680	7 281
	15-64	61 444	30 276	31 168
	65 a více	20 826	8 550	12 276
Průměrný věk (let)		43,3	41,5	45,0

Zdroj: ČSÚ

Podnikatelské subjekty:

Podnikatelské subjekty podle převažující činnosti k 31.12.2024	Registrované podniky	Podniky se zjištěnou aktivitou
Celkem	**26 855**	**16 320**
A Zemědělství, lesnictví, rybářství	473	312
B-E Průmysl celkem	2 708	1 895
F Stavebnictví	2 962	1 900
G Velkoobchod a maloobchod; opravy a údržba motorových vozidel	3 858	1 994
H Doprava a skladování	677	451
I Ubytování, stravování a pohostinství	**1 616**	**927**
J Informační a komunikační činnosti	643	487
K Peněžnictví a pojišťovnictví	555	473
L Činnosti v oblasti nemovitostí	2 391	1 286
M Profesní, vědecké a technické činnosti	4 439	3 045
N Administrativní a podpůrné činnosti	689	440
O Veřejná správa a obrana; povinné sociální zabezpečení	20	13
P Vzdělávání	891	584
Q Zdravotní a sociální péče	506	463
R Kulturní, zábavní a rekreační činnosti	**981**	**517**
S Ostatní činnosti	2 720	1 275
X nezařazeno	.	.

Zdroj: ČSÚ

Ve srovnání s údaji z 31.12.2020 došlo k **navýšení** počtů podniků se zjištěnou aktivitou **(+13 v ubytování, stravování a pohostinství / +43 v Kulturní, zábavní a rekreační činnosti).**

Cestovní ruch je nadále zásadním odvětvím hospodářství města České Budějovice a má neustále potenciál růstu.

Rozpočet, příjmy a výdaje

V rámci výdajů na cestovní ruch dochází k **„podčerpání“** rozpočtu ve výši 10,8 milionu Kč (nevyužití 28,38 % z plánovaného rozpočtu).

Obec / Skupina / Oddíl / Pododdíl / Paragraf	Rozpočet Schválený 2025	Rozpočet Po změnách 10. 2025	Skutečnost 10. 2025
⊟ Statutární město České Budějovice	4 509 836 000	5 225 718 510	3 247 522 204
⊞ Zemědělství, lesní hospodářství a rybářství	3 873 000	3 889 000	2 613 530
⊟ Průmyslová a ostatní odvětví hospodářství	1 090 753 000	1 480 828 423	742 554 863
⊟ Průmysl, stavebnictví, obchod a služby	72 185 000	313 003 728	143 835 882
⊞ Záležitosti těžebního průmyslu a energetiky	32 510 000	271 479 350	114 195 309
⊟ Vnitřní obchod, služby a cestovní ruch	39 374 000	40 943 379	29 359 473
Vnitřní obchod ?	1 450 000	2 145 000	1 738 047
Ubytování a stravování ?	70 000	70 000	8 254
Cestovní ruch ?	37 205 000	38 049 379	27 250 635

Naopak příjmy z **poplatku z pobytu** předčily očekávání rozpočtu + 5 milionu Kč a poukazují na **vyšší potenciál cestovního ruchu.**

Příjmy-Výdaje / Třída / Seskupení položek / Položka / Paragraf	Rozpočet Schválený 2025	Rozpočet Po změnách 10. 2025	Skutečnost 10. 2025
⊟ Příjmy	3 376 707 000	3 736 822 912	3 108 569 821
⊟ Daňové příjmy	2 701 551 000	2 648 313 780	2 208 370 383
⊞ Daně z příjmů, zisku a kapitálových výnosů a některé další přímé daně	1 341 970 000	1 288 732 780	1 102 517 260
⊞ Daně, poplatky a jiná obdobná peněžitá plnění ze zboží a služeb v tuzemsku	1 077 620 000	1 077 620 000	856 642 385
⊟ Daně a poplatky z vybraných činností a služeb	163 811 000	163 811 000	158 198 653
Příjem z odvodů za odnětí půdy ze zemědělského půdního fondu podle zákona upravujícího ochranu zemědělského půdního fondu ?	1 090 000	1 090 000	1 400 756
Příjem z poplatku ze psů ?	2 300 000	2 300 000	2 293 386
Příjem z poplatku z pobytu ?	12 000 000	12 000 000	17 041 535

Vývoj EHMK 2028

České Budějovice se ucházely o titul Evropského hlavního města kultury 2028 jako součást širšího záměru oživit městskou kulturu a posílit její evropský rozměr. V roce 2023 byly oficiálně vybrány jako vítězné město, čímž získaly příležitost představit svou kulturní identitu a ambice na evropské scéně.

Důležitým bodem této koncepce je **využití nově vznikající infrastruktury EHMK pro posílení nabídky cestovního ruchu** a využití potenciálu a možností, který tento titul přináší.

V rámci přípravy na tuto výzvu vznikl **Bid Book**, který detailně popisuje kulturní strategii města, klíčové projekty a vizi pro rok 2028. Tento dokument slouží jako základní rámec pro plánování a realizaci kulturních aktivit a projektů v rámci titulu EHMK.

V Bid Booku je uvedena například **vize města** v oblasti kultury a dále je rozdělen do **tří hlavních pilířů**, těmi jsou:

„Péče“ – zejména co se týče důvěry mezi obyvateli, kulturními organizacemi a městem jako takovým.

„Propojování“ – zaměřující se převážně na propojení místních kulturních aktérů a zesílení vazby mezi obyvateli a místem, ve kterém žijí.

„Tvoření“ – kombinace vzniku kvalitní a zároveň udržitelné umělecké tvorby, která vzbuzuje u místních kreativitu.

Jednotlivé pilíře jsou následně rozděleny do několika zásadních kritérií, viz obrázek na další straně.

V rámci jednotlivých pilířů, přestože jsou primárně směřovány na místní dění a obyvatele města, **je potřeba si uvědomit provázanost s cestovním ruchem** a uvědomovat si celkový potenciál.

KULTURNÍ STRATEGIE ČESKÝCH BUDĚJOVIC 2023–2035

Naší vizí je město, kde kulturní a kreativní odvětví společně vytváří prostředí, které zvyšuje kvalitu života všech obyvatel. Město s rozmanitou kulturní nabídkou, která jej dělá odolnějším, sebevědomějším a zároveň známějším – a to jak po celém Česku, tak v Evropě.

PRIORITNÍ OBLASTI KULTURNÍ STRATEGIE ČESKÝCH BUDĚJOVIC 2023–2035

PEČOVAT

Vytvářet pocit vzájemné důvěry mezi obyvateli, kulturními organizacemi a městem prostřednictvím rozmanité a široce přístupné kulturní nabídky, stabilního financování a odpovídající infrastruktury pro kulturu.

PROPOJOVAT

Propojovat kulturní aktéry a vytvářet silné vazby mezi obyvateli Českých Budějovic a místem, ve kterém žijí.

TVOŘIT

Umožnit vznik vysoce kvalitní a zároveň udržitelné umělecké tvorby založené na mezioborové spolupráci, která u obyvatel i návštěvníků města podněcuje kreativitu a odvahu.

CÍLE STRATEGIE ČESKÝCH BUDĚJOVIC 2028

- PŘÍSTUPNOST
- DŮVĚRA
- ROZMANITOST
- SOUNÁLEŽITOST
- PARTICIPACE
- OTEVŘENOST
- SPOLUTVORBA
- ATRAKTIVITA
- ZPŮSOB MYŠLENÍ

Na základě této kandidatury a následného výběru města vzniká řada nových projektů, které mají za cíl jednak **rozšířit a zároveň ozvláštnit kulturní nabídku města České Budějovice**. Zejména aktuální rok **2025** byl v rámci tohoto projektu označen za **„Rok růstu a klíčení nových projektů“**. Příklady projektů:

- **KUL.TURISTA** – Kul.turista dává obyvatelům příležitost zapojit se do programu Českých Budějovic 2028. **Kulturu ve městě tvoříme všichni** – odehrávat se může i mimo zdi divadel, muzeí nebo knihoven.

  Cílem Kul.turisty je budovat **silné a samostatné komunity** a odolná sousedství. Vytvářet příležitost pro zlepšení a oživení vzájemných vztahů místních a také k místu, ve kterém žijí. Do roku 2028 postupně **propojí komunity** z tzv. **trojmezí (jižních Čech, horního Rakouska a dolního Bavorska)**, které se budou prostřednictvím komunitních a kulturních akcí **poznávat, vyměňovat si nápady a učit se od sebe navzájem**.

- **DENÍK MĚSTA** – Projekt funguje jako **kronika města**, kterou píšou sami **obyvatelé a obyvatelky.** Přispívají tak svými poznatky a postoji. Každý měsíc píšou dva pisatelé/pisatelky o svém životě ve městě. Je na pisateli/pisatelce, jaké si vybere téma, jestli bude psát o jedné lokalitě, nebo přistoupí ke svým zápiskům globálněji. Síla psaní je v rozmanitosti, takže je skvělé **objevovat nové cesty a přístupy.** K zápiskům vzniknou měsíčně **dvě ilustrace**, jež daný měsíc doplní. Zápisky cílí především na vědomou reflexi místa kolem nás – pisatelé a pisatelky jsou vybízeni k tomu, aby zaznamenávali, **co se ve městě mění, co zůstává stejné, svoje vzpomínky nebo svoje přání do budoucna.**

- **KREATIVNÍ MYSL** – Projekt Kreativní mysli je klíčovou iniciativou Českých Budějovic – Evropského hlavního města kultury 2028 (EHMK 2028), která si klade za cíl **odemknout tvůrčí potenciál v každém z nás.** Věříme, že kreativita není jen dar pro pár vyvolených, ale klíčová kompetence pro 21. století, jiskra, která dřímá v každém člověku – a my jsme tu, abychom pro ni **vytvořili to správné prostředí a podmínky k zažehnutí.**

- **WOMENPEDIA** – Projekt Womenpedia/Ženská práce přináší ženskou perspektivu do kulturního ovzduší regionu. Je věnovaný především **ženám, umělkyním, tvůrkyním, kulturním aktérkám a hybatelkám kulturního a společenského života** v Budějovicích a jižních Čechách a postupně bychom jej rádi rozšířili i do širšího národního i mezinárodního prostředí.

- **28 DOMŮ** – Platforma 28 domů **sdružuje kulturní organizace z Jihočeského kraje**, které disponují vlastním prostorem otevřeným veřejnosti a **aktivně přispívají k rozvoji kulturního života ve svém okolí**. Členové platformy sdílejí hodnoty péče, propojení a tvorby a společně usilují o **otevřené, inkluzivní a udržitelné kulturní prostředí v regionu**. Organizace se pravidelně setkávají dvakrát ročně, vyměňují si zkušenosti a

zapojují se do vybraných projektů Evropského hlavního města kultury 2028 – například v oblastech **kreativního učení, komunitního umění nebo podpory kulturních kapacit.**

- **ZA HRANICE HUDBY** – Za hranice hudby je iniciativou České Budějovice 2028, jejímž cílem je **provázání nezávislých hudebních scén ze sousedních zemí** (Rakousko, Německo, Slovensko) pomocí **otevřených výzev, vystoupení, databáze festivalů a klubů, i umělců, vydání průvodce pro hudebníky a hudební profesionály** v daných regionech, a v neposlední řadě vícejazyčný informační newsletter pro hudební profesionály ze čtyřech zemí, ke kterým se (nejenom) jihočeští umělci mohou nejsnáze vztahovat.
- **YOUNG CREATORS** – Young Creators je rozvojový program a síťová platforma pro **mladé lidi** ve věku 15–30 let, kteří chtějí **tvořit, organizovat a měnit kulturní prostředí kolem sebe.** Někdo dělá beaty a žije hudbou, jiný/á natáčí videa, fotí, organizuje akce, píše básně nebo povídky, hraje v divadle nebo tvoří vizuály a grafiku. A někdo zatím jen sbírá odvahu začít.

  Young Creators je tu pro všechny – pro ty, kdo už tvoří a organizují, i pro ty, kteří **chtějí udělat svůj první krok**. Je to místo, kde se potkávají nápady, odvaha a odhodlání mladých lidí. Spolupracujeme s tvůrčími kolektivy z Jihočeského kraje i z celé Evropy, podporujeme nezávislou scénu a sdílíme nejzajímavější kulturní příležitosti pro mladé. Dává mladým lidem prostor, nástroje i podporu – hlavně ale možnost zkoušet, tvořit a posouvat svoje nápady dál.
- **SKATEHOLDERS** – Městské outdoorové sporty, zejména skateboarding, patří mezi aktivity, které veřejný prostor, sport a mládež přirozeně propojují. Nejvýraznějším místním skateboardingovým a kulturním kolektivem je Světadíl. Světadíl se snaží zlepšovat podmínky pro skateboarding a nezávislou kulturu v jihočeské metropoli a blízkém okolí. Každoročně pořádá skejtový event v rámci Budějovického Majálesu, kde poukazují na potenciál míst ve veřejném prostoru města. Právě Světadíl, zastupující lokální skate scénu, stál u zrodu projektu Skateholders.

Vznik výše zmiňovaných projektů mohou ocenit nejen obyvatelé města, ale také mohou přilákat turisty, ať už domácí, či zahraniční, a proto je potřeba vnímat titul EHMK jako zásadní příležitost pro cestovní ruch ve městě.

2. Analýza nabídky cestovního ruchu

Cílem této části je zmapovat a vyhodnotit stávající nabídku cestovního ruchu v Českých Budějovicích. Nabídka destinace představuje soubor všech prvků, které vytvářejí **zážitkovou hodnotu pro návštěvníky** a současně **přispívají k ekonomickému a společenskému rozvoji města.** Její komplexnost zahrnuje jak **primární atraktivity** (historické památky, kulturní instituce, sportovní infrastruktura, přírodní prostředí), tak **sekundární prvky** (ubytování, gastronomie, služby, doprovodná infrastruktura), které zajišťují komfort pobytu.

Primární nabídka

Primární nabídka cestovního ruchu zahrnuje soubor **atraktivit**, které tvoří **hlavní důvod návštěvy destinace.** Jedná se o přírodní, kulturní, historické i technické památky, instituce kulturního a sportovního charakteru, festivaly a akce, jež představují unikátní hodnotu města a přitahují domácí i zahraniční návštěvníky. Tyto atraktivity nejen formují identitu města, ale zároveň vytvářejí klíčovou konkurenční výhodu nejen v rámci jihočeského regionu. Analýza primární nabídky proto poskytuje přehled nejvýznamnějších atraktivit, které destinace nabízí, a ukazuje jejich potenciál pro další rozvoj cestovního ruchu.

Historické památky

- **Náměstí Přemysla Otakara II.** – Jedno z největších čtvercových náměstí ve střední Evropě, obklopené historickými domy s podloubími. Prostor je centrem městského života a pořádají se zde kulturní akce a trhy.
- **Samsonova kašna** – Jedna z největších barokních kašen v ČR. Umístěna přesně ve středu náměstí Přemysla Otakara II.
- **Radnice** – Barokní dominantní budova z 18. století.
- **Černá věž** – Renesanční zvonice z 16. století, vysoká 72 m. Nabízí vyhlídku na celé město, okolní krajinu a za dobrého počasí i na Alpy. Symbol města a nejnavštěvovanější památka.
- **Katedrála sv. Mikuláše** – Barokní stavba s původem ve 13. století, hlavní duchovní centrum města. Katedrála je sídlem biskupa českobudějovické diecéze. Vyniká bohatě zdobeným interiérem a cennými oltáři.

- **Piaristické náměstí a klášter** – Goticko-barokní areál, **Dominikánský klášter** s **kostelem Obětování Panny Marie** (Nejstarší architektonický celek města, založený při jeho vzniku v roce 1265). Často se zde konají kulturní akce a trhy.
- **Zbytky městského opevnění** – Hradební zdi, bastiony a zachovalé brány. Dochované části hradeb a věží (např. Rabenštejnská věž, Železná Panna) připomínají původní fortifikaci města. Dnes slouží i jako výstavní prostory a doplňují historickou atmosféru centra.
- **Kostel sv. Anny –** Slouží jako koncertní síň, vlastníkem je Jihočeská filharmonie.
- **Kaple Smrtelných úzkostí Páně** – Bývala součástí původního městského hřbitova, při archeologickém výzkumu byla pod kaplí objevena zazděná kostnice, ve které byly uloženy ostatky několika set lidí.
- **Kostel sv. Rodiny** – Umožňuje studentům sousedícího Biskupského gymnázia pořádání mší a školních akcí. Je otevřen veřejnosti ke konání bohoslužeb i pro kulturní a vzdělávací akce.
- **Kostel sv. Jana Křtitele a sv. Prokopa** – Nejstarší gotický kostel v Českých Budějovicích.
- **Kostel sv. Vojtěcha**
- **Kostel Církve československé husitské**

Kulturní instituce a centra

- **Jihočeské muzeum** – Tradiční instituce s expozicemi přírodních věd, archeologie, historie a etnografie. Nabízí krátkodobé i dlouhodobé výstavy s důrazem na regionální témata.
- **Jihočeské divadlo** – Multifunkční scéna zahrnující činohru, operu, balet a loutkovou scénu. V létě je známé také otáčivým hledištěm v Českém Krumlově.
- **Galerie současného umění a architektury (Dům umění)** – Prostor prezentující současné výtvarné umění, architekturu a design. Podporuje moderní trendy a je důležitým místem pro kulturní scénu města.
- **Alšova jihočeská galerie –** Galerie se zaměřením na výtvarné umění, zejména moderní a současnou tvorbu. Významné výstavy i edukační programy pro veřejnost. **(Nová lokalita!)**
- **Muzeum Koněspřežky** – Expozice, která popisuje nejen historii a současnost těchto strážních domků, ale přibližuje i nelehký život drážních strážníků.
- **Jihočeská vědecká knihovna** – Kulturní a vzdělávací centrum.

- **KD Slavie –** Kulturní a společenský dům. **(Nově zrekonstruovaný!)**
- **Kulturní dům Metropol** – Hlavní městské kulturní centrum pro pořádání koncertů, divadelních představení, plesů a konferencí.
- **Letní kino Háječek** – Venkovní kino uprostřed městského parku. **(Nově zrekonstruovaný multifunkční prostor!)**
- **Hvězdárna a planetárium** – Zabývá se astronomickým výzkumem a seznamováním široké veřejnosti s astronomií a jí příbuznými vědami.
- **Výstaviště** – Významné centrum pro pořádání veletrhů, výstav a festivalů. Nejznámější akcí je Země živitelka, mezinárodní agrosalon s dlouhou tradicí.

Konferenční prostory

- **Spa Hotel Vita** – Konferenční prostory o velikosti **285 m²** čítají kapacitu kolem **200 míst** pro uspořádání kongresů, školení či soukromých schůzek a pohovorů. Hotel disponuje 75 prostornými pokoji (**170 lůžek**) s terasou či balkonem.
    - Konferenční sál Diplomat (**140 m²**, kapacita **150 míst**)
    - Konferenční salonek Senátor (**60 m²**, kapacita **30 míst**)
    - Club Lounge (**30 m²**, kapacita **16 míst**)
    - Men's Club (**55 m²**, kapacita **30 míst**)

- **Kulturní dům Metropol** – Samotné prostory Metropolu nabízejí značné možnosti využití: několik sálů, salonků i prostory pro doprovodné výstavní prezentace. Prostory nabízejí zhruba **1000 m²** konferenčních místností a **80 lůžek**.
    - Společenský sál (kapacita **450 míst**) – konferenční uspořádání
    - Divadelní sál (kapacita **536 míst**) – divadelní uspořádání
    - Malá scéna (kapacita **60 míst**) – konferenční uspořádání
    - Kruhový sál (kapacita **70 míst**) – školní uspořádání
    - 4 salonky pro menší skupiny (kapacita **25 / 20 / 35 / 25 míst**)

- **Výstaviště** – Areál výstaviště se skládá z několika pavilonů a 25 ha venkovních ploch, velikost konferenčních místností **5960 m²**. Nabídka konferenčních prostor:
    - Národní pavilon Z (variabilní uspořádání prostoru – 5 prostorných místností s kapacitou **50-150 osob** / velký sál s kapacitou až **770 osob**)

- Pavilon T (pavilon s 2. největší vnitřní kapacitou míst k stání na jihu Čech, multifunkční výstavní hala tvořená 2 samotnými pavilony T1 + T2, kapacita až **3900 osob**)
- Pavilon T1 (možnost variabilního uspořádání, plochu lze rozdělit na 3 samostatné sály – západní sál **1650 m²**, střední sál **940 m²**, východní sál **870 m²**, maximální celková kapacita pavilonu T1 až **2000 osob**)
- Pavilon T2 – (**749 m²**, vhodný pro menší konference, kongresy, školení, kapacita až **240 osob**.
- Pavilon R2 (moderní 2 oddělené prostory **72 m²** a **112 m²** + částečně zastřešený venkovní prostor, menší sál kapacita zhruba **30 míst**, větší sál zhruba **60 míst**.

- **Biologické centrum AV** – Nabízí účastníkům konferencí a kongresů **321 m²** prostor. Aula je vybavena moderní technikou s kapacitou až **200 míst**.

- **Multikino CineStar** – Prostory lze využít ke školení, tiskovým konferencím, prezentacím. Možnost pronájmu jednoho i více sálů současně, či dokonce celé multikino.
  - CineStar Čtyři Dvory (6 kinosálů o kapacitách **94-289 míst** / celková kapacita kolem **900 míst**)
  - CineStar IGY CENTRUM (9 kinosálů o kapacitách **94-314 míst** / celková kapacita kolem **1300 míst**)

- **Clarion Congress Hotel** – Představuje moderní business hotel, který svým hostům nabídne **1091 m²** špičkově vybaveného konferenčního zázemí, vysoce kvalitní služby, je ideální volbou pro pořádání velkých i malých konferencí. Ubytovací kapacity k dispozici **407 lůžek**.
  - R + B + H + V (**451 m²**, kapacita **450 osob**)
  - Vajgar „V“ (**71 m²**, kapacita **65 osob**)
  - Hejtman „H“ (**74 m²**, kapacita **61 osob**)
  - Bezdrev „B“ (**73 m²**, kapacita **61 osob**)
  - Rožmberk „R“ (**224 m²**, kapacita **195 osob**)
  - Svět (**198 m²**, kapacita **164 osob**)

- **Hotel Budweis** – Nabízí **165 m²** konferenčních prostor, rozdělených do několika místností a 120 lůžek.
    - Konferenční sál (kapacita **100 míst**)
    - Salonek (kapacita **30 míst**)
    - Restaurace (kapacita zhruba **100 míst**)

Tradice a průmyslové atraktivity

- **Budějovický Budvar, n. p.** – Proslulý pivovar s nabídkou prohlídek a degustací. Značka Budweiser Budvar patří mezi nejvýznamnější české exportní produkty a je silným lákadlem pro turisty. **(Vznikající nové návštěvnické centrum!)**
- **Historické pivovarnictví** – Připomínka měšťanského pivovaru (dnešní Samson).
- **Madeta (mlékárenská tradice)** – Výrobní značka spojená s regionem.
- **Koh-i-noor Hardtmuth** – Výroba tužek a kancelářských potřeb. Součástí je zákaznické centrum, kde se návštěvníci mohou dozvědět více o historii i současnosti společnosti Koh-i-noor Hardtmuth a mapuje rozvoj této rodinné firmy od jejího vzniku v roce 1790.
- **Bosch** – Moderní průmyslový areál (méně pro turisty, více image města).

Přírodní atraktivity a volnočasové zóny

- **Soutok Vltavy a Malše** – Město je unikátní svou polohou na soutoku dvou řek. Nabízí malebné procházky podél nábřeží, relaxační zóny i sportovní vyžití.
- **Park Stromovka** – Největší městský park, oblíbený k relaxaci i sportu. Slouží také jako prostor pro kulturní a společenské akce.
- **Park Háječek** – Park na břehu Vltavy s plaveckým areálem.
- **Park Dukelská** – V blízkosti centra města.
- **Malý jez na Vltavě** – Rekreační místo s půjčovnou lodí a šlapadel.
- **Ostrov u Dlouhého mostu** – Klidová zóna, festivalová místa.
- **Komentované plavby po Malši a Vltavě** – Poznání města z vodní hladiny.
- **Slunečný ostrov** – **(Nově vzniklá volnočasová zóna, u které bude vybudován most pro cyklo/pěší!)**

Sportovní a volnočasové areály

- **Budvar Aréna** – Zimní stadion (hokejový klub Motor České Budějovice).
- **Sportovní hala** – Multifunkční centrum pro sporty i koncerty.
- **Plavecký stadion** a venkovní areál u Háječku.
- **Fotbalový stadion Střelecký ostrov** – Dynamo ČB.
- **Areál TJ Sokol**
- **ČEZ Areál Vltava** – moderní areál u cyklostezky na Hlubokou s beachvolejbalovými hřišti, workout zónou, dětskými prvky a přímým napojením na řeku.
- **Vodácké centrum České Vrbné** – areál vodních sportů na Vltavě (slalomový kanál, rafting, paddleboarding), zázemí pro tréninky reprezentace i veřejnost.
- **Cyklostezky** – zejména kolem Vltavy a směrem na Hlubokou a Třeboň.
- **Venkovní běžecké a in-line trasy** – doplnění systému cyklostezek o možnosti rekreačního běhu a kolečkových bruslí podél Vltavy a Malše
- **Skatepark ČB** – zázemí pro skateboard, koloběžky a BMX.
- **Lezecká stěna Lanovka** – lezecké centrum pro bouldering.
- **Národní hala pro míčové sporty** – nově vznikající multifunkční hala pro sportovní, ale také kulturní a kongresové akce.

Vzdělávací a vědecké instituce s turistickým přesahem

- **Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích** – Univerzitní město, studentská atmosféra.
- **Biologické centrum AV ČR** – Příležitost pro popularizaci vědy (science tourism).

Festivaly a pravidelné akce

České Budějovice nabízejí během celého roku pestrou paletu k**ulturních, společenských, sportovních a tradičních akcí**, které obohacují život města a představují **významný faktor pro rozvoj cestovního ruchu**. Spektrum pořádaných eventů zahrnuje jak **komorní lokální akce, tak události s regionálním i nadregionálním dosahem.**

Hudební a kulturní festivaly

- **Múzy na vodě** – Hudební festival pod širým nebem na začátku července na soutoku řek Malše a Vltavy s řadou známých českých i zahraničních umělců. Vstup zdarma.
- **Jihočeský jazzový festival** – Letní open-air festival na Piaristickém náměstí představující špičky domácí i zahraniční jazzové scény.
- **Festival Město lidem, lidé městu** (29. – 30. 8. 2025) – Výstavy, koncerty, divadelní představení, ale i prostor pro kreativitu a svobodu. Ulice jsou plné života, barvy, zvuků, které propojují všechny, kteří vědí, že kultura je naším společným jazykem. Bez vstupného.
- **Koncerty Jihočeské filharmonie** – Celoroční program koncertů vážné hudby v podání předního regionálního orchestru.
- **Hvězdy nad Vltavou** – Festival se prioritně zaměřuje na klasickou hudbu, je však nakloněn i jiným žánrům a jeho hlavní ambicí je přilákat hudební nadšence z celé České republiky, ale i ze zahraničí. Také slouží jako podpora pro mladé umělce.
- **Art Salon Piano** – Multikulturní mezinárodní festival. Nabídka je složena ze široké nabídky hudby, doplněna o alternativní umění, v rámci festivalu se klade důraz také na diskuze mezi účastníky a umělci.

Letní kulturní program

- **Léto ve městě** (1. 6. – 30. 9. 2025) – Hudba, divadlo, film, umění, vernisáže, sportovní akce a další spousta událostí rozmístěných po celém městě.
- **Hudební čtvrtky v Park Cafe** (5. 6. – 18. 9. 2025) – Letní večery s živou hudbou, pohodovou atmosférou a občerstvením pod širým nebem v srdci parku (pop, rock, folk, blues, rock'n'roll, country, big beat).

- **Hudební úterky před Solnicí** (17. 6. – 30. 9. 2025) – Vystoupení vybraných kapel v centru města, v případě nepříznivého počasí bývá produkce přesunuta do restaurace Solnice.
- **Jižní Svéráz** – Festival Jihočeského divadla, který po úspěšném nultém ročníku v letní sezóně 2026 chystá první oficiální ročník. Festival je specifický tím, že každé představení se odehrává v jiné lokalitě, která sama o sobě vytváří unikátní kulisy a atmosféru.

Výstavy a umělecké projekty

- **Umění ve městě** (5. 6. – 30. 9. 2025) – Sochařská výstava ve veřejném prostoru, která obohacuje, doplňuje nebo ozvláštňuje historické centrum Českých Budějovic. Město a parky se stávají galerií pod širým nebem a umění tak přichází za divákem do jeho přirozeného prostoru.
- **Muzejní noc** – Každoroční akce zpřístupňující muzea a galerie v netradičních večerních hodinách s doprovodným programem.
- **Noc kostelů** – Možnost navštívit sakrální památky města s komentovanými prohlídkami a kulturním programem.
- **Den architektury** – Akce zaměřená na poznání architektonického dědictví i současné architektury města.

Tradiční a folklorní akce

- **Masopustní koleda** (4. března 2025) – Taneční vystoupení folklórních skupin, žehnání koledy a pochválení Masopustu na náměstí Přemysla Otakara II., odkud vyráží slavnostní průvod masek městem. Koleda udržuje tradice Masopustu a dobových zvyků regionu ve spolupráci s Jihočeským muzeem.
- **Velikonoční hrkání** (duben 2025) – Na Zelený čtvrtek se naposledy rozezní zvony a varhany, které umlknou až do Velikonoční vigilie a jejich místo zaplní dřevěné hrkače, řehtačky a klapačky.
- **Tradiční velikonoční pouť v Dobré Vodě** – Spousta atrakcí a stánky Velikonočního jarmarku s bohatou nabídkou výrobků řemeslníků a obchodníků, včetně dobrého občerstvení.

Gastronomické a pivní festivaly

- **„Sláva pivu!" Slavnosti piva Budvar** (20. – 21. 6. 2025) – Probíhá přímo v areálu pivovaru Budvar, návštěvníci se mohou těšit z rozmanitých chutí piva, jídla ze všech koutů světa a užívat si bohatý doprovodný program. Kromě dobré hudby je čeká i foto koutek, stánky a vystoupení místních umělců.

Sportovní události

- **Mattoni 1/2 Maraton České Budějovice** – Každoroční běžecký závod startuje na náměstí Přemysla Otakara II. Vítá stovky místních i zahraničních účastníků. Zaběhat si mohou i děti v rámci rodinného závodu.

Veletrhy a výstavy

- **Země živitelka** (21. – 26. 8. 2025) – Letošní 51. ročník. Největší zemědělský veletrh v ČR prezentuje nejširší nabídku zemědělských oborů na jednom místě (novinky z oborů zemědělské techniky, myslivosti, včelařství, rybářství, potravinářství nebo chovu hospodářských zvířat, komplexní prezentaci zemědělství od historie po současné trendy, i novinky v oblasti výzkumu a vzdělávání).
- **Vzdělání a řemeslo** (6. – 8. 11. 2025) – Největší jihočeská třídenní přehlídka středních škol a učilišť i s expozicemi vysokých škol. Výstavy se pravidelně účastní také největší zaměstnavatelé z regionu. Vstupné zdarma.

Sezónní a adventní akce

- **Adventní a vánoční trhy na náměstí Přemysla Otakara II.** (18. listopadu – 6. ledna 2026) – Vánoční trhy, rozsvícení vánočního stromu, přílet anděla, veřejné bruslení kolem Samsonovy kašny, trhy na radničním nádvoří a mnoho dalších vánočních kulturních akcí.

Tato rozmanitost eventů **podporuje celoroční atraktivitu destinace** a **přispívá k prodloužení délky pobytu** návštěvníků. Řada akcí se odehrává na ikonických místech města – náměstí Přemysla Otakara II., Piaristickém náměstí, v parku Stromovka či na soutoku Vltavy a Malše – čímž **propojuje kulturní zážitek s poznáním historického i přírodního dědictví Českých Budějovic.**

Sekundární nabídka

Sekundární nabídka cestovního ruchu představuje komplex služeb, které doplňují primární atraktivity a jsou nezbytné pro komfortní pobyt návštěvníků v destinaci. Do této kategorie spadají zejména **ubytovací a stravovací zařízení**, **doprava**, ale také široká škála **doplňkových služeb**, od informačních center až po volnočasové a nákupní možnosti. Kvalita, rozmanitost a kapacita těchto služeb zásadně ovlivňují atraktivitu města jako destinace a rozhodování turistů o délce pobytu.

Ubytovací služby

Ubytovací služby představují klíčovou složku sekundární nabídky cestovního ruchu a jejich **kvalita, kapacita a struktura přímo ovlivňují schopnost destinace přilákat a udržet návštěvníky.** České Budějovice jako krajské město a přirozené centrum jižních Čech disponují relativně rozvinutou sítí ubytovacích zařízení, která pokrývá **široké spektrum cenových kategorií i typů ubytování.**

Z hlediska prostorového rozmístění se ubytovací kapacity **koncentrují především v historickém centru města a jeho bezprostředním okolí**, což zajišťuje dobrou dostupnost hlavních turistických atraktivit. Doplňkové kapacity (kempy, rekreační zařízení) se nacházejí v **přírodním zázemí města**, zejména podél řeky Vltavy.

1. Hotely

Město nabízí pestrou škálu ubytovacích zařízení od luxusních hotelů vyšší kategorie až po menší butikové hotely v historickém centru.

- **Clarion Congress Hotel** – Moderní 4hvězdičkový Clarion Congress Hotel České Budějovice má výhodnou polohu v centru Českých Budějovic jen 5 minut chůze od historického centra města a nabízí restauraci a bezplatné Wi-Fi. Kapacita hotelu je **205 pokojů**. K dispozici je 5 zasedacích místností.
- **Hotel Budweis** – Tento nově otevřený 4hvězdičkový hotel stojí ve středověkém centru Českých Budějovic minutu od náměstí Přemysla Otakara II. Nabízí prostorné pokoje s bezplatné Wi-Fi, tenisový kurt, půjčovnu jízdních kol i bezplatné parkoviště. Hotel má 6 podlaží, disponuje celkem **60 bezbariérovými pokoji** (59 pokojů dvoulůžkových a 1 apartmán). Tři pokoje jsou uzpůsobeny pro handicapované. V prvním patře hotelu se nachází konferenční sál s kapacitou 100 míst.
- **Grand Hotel Zvon** – Elegantní a stylový 4hvězdičkový butikový hotel typu Superior. Nachází se přímo na historickém hlavním náměstí v Českých Budějovicích a může se pochlubit tradicí sahající až do roku 1533. Nabídka hotelu zahrnuje hlídaná parkovací

stání v soukromé garáži i zdarma dostupné Wi-Fi připojení. Komplex historických budov ukrývá celkem **80 pokojů**, z nichž každý je originál.

- **Spa Hotel Vita** – Nabízí stylové ubytování v prostředí zařízeném v masivním dřevě v centru Českých Budějovic. Většina pokojů a apartmá má balkon nebo terasu. Wi-Fi je zde dostupné zdarma. Disponuje **80 prostornými pokoji** (170 lůžek).
- **Hotel Metropol** – Nově zrekonstruovaný hotel v centru Českých Budějovic nabízí komfortní ubytování v moderně zařízených pokojích jak pro turisty, tak i pro business klientelu. Kapacita hotelu je **40 pokojů**, většina s terasou.

2. Penziony

Rozšířená forma ubytování, často s důrazem na osobní přístup a regionální styl. **Průzkumy poptávky turistů poukazují na velké preference tohoto typu ubytování.**

- **U Tří Hrušek Suites & Apartments** – U Tří Hrušek Suites & Apartments je penzion situovaný v centru Českých Budějovic, sto padesát metrů od náměstí Přemysla Otakara II. Nabízí zdarma Wi-Fi. Nabízí **17 pokojů** různých kapacit.
- **Penzion U Tří Sedláků** – Pension U Tří Sedláků se nachází v historickém centru Českých Budějovic. Hosté si mohou užít plnou flexibilitu díky samoobslužnému systému. Check-in i přístup do pokojů jsou zajištěny pomocí moderní aplikace ALFRED. Nabízí jedno až čtyřlůžkové pokoje s kapacitou **17 lůžek**.
- **Penzion U Černé věže** – Residence U Černé věže poskytuje ubytování v Českých Budějovicích v historickém centru města. Zrekonstruovaný komplex 4 historických domů nabízí **41 prostorných a vybavených apartmánů.** Budovy jsou památkově chráněny a v jejich prostorách je zachováno mnoho původních architektonických prvků. Přímo u hotelu se nachází partnerská restaurace NAŠE FARMA, kde připravují pokrmy z regionálních surovin a masa převážně z jihočeských farem z podhůří Novohradských hor a České Kanady.

3. Apartmány a krátkodobé pronájmy

Roste význam krátkodobých pronájmů a platforem typu Airbnb a Booking. Jedná se zejména o byty v historickém centru a okolí soutoku Vltavy a Malše. Nebo prázdninové domy, chaty a chalupy na okrajích města.

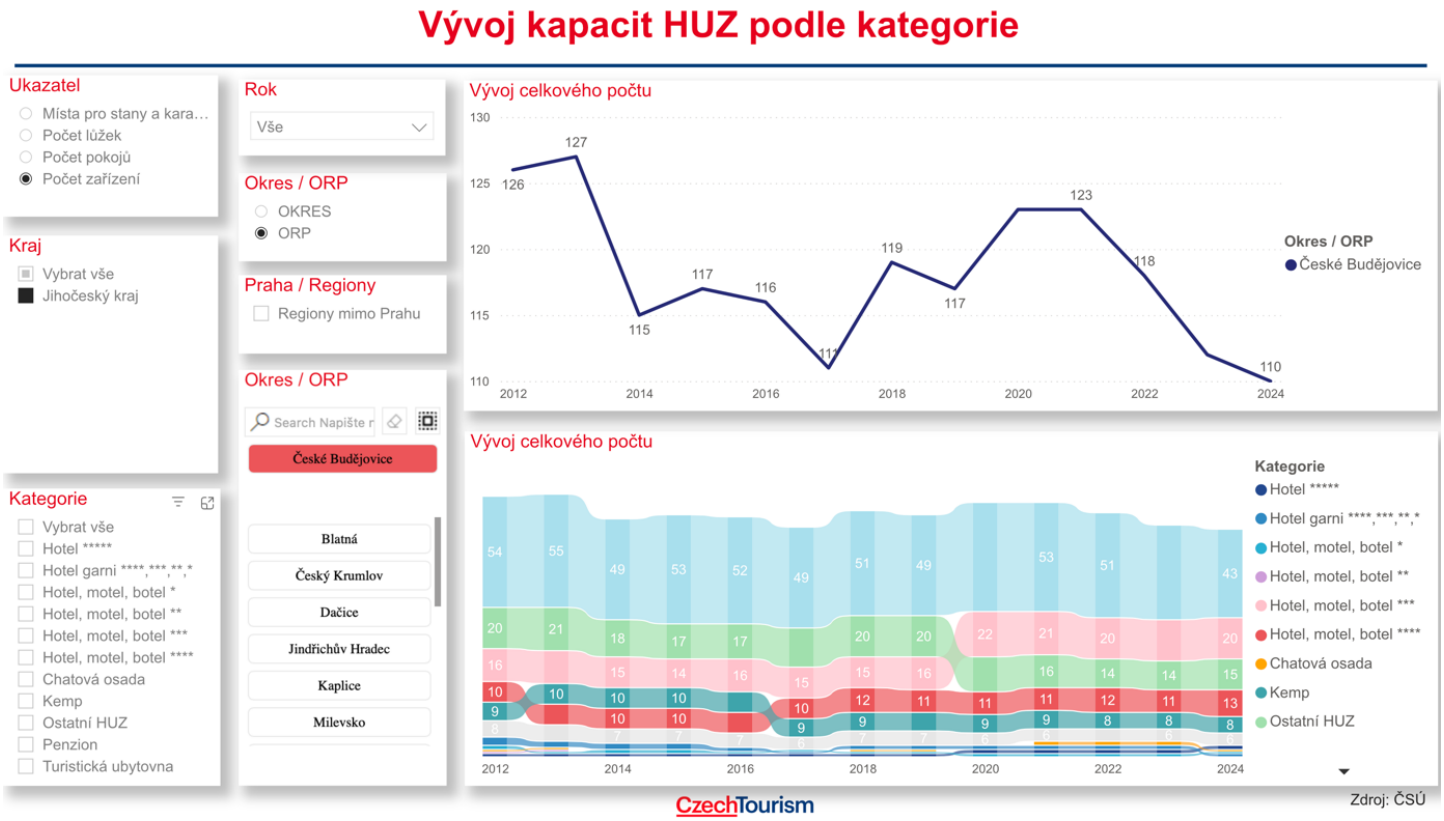
4. Hostely a studentské koleje

Levnější forma ubytování využívaná mladými cestovateli nebo účastníky kulturních a sportovních akcí.

- **Hostel U Nádraží** – Tento moderní hostel se nachází v Českých Budějovicích, pouhých 500 metrů od Přemysla Otakara II. Náměstí a 100 metrů od velkého nákupního centra Mercury Center. Ve společných prostorách je zdarma dostupné Wi-Fi. Uváděná ubytovací kapacita je **160 lůžek** (30 x dvojlůžkový, 20 x třílůžkový, 10 x čtyřlůžkový).
- **Cuba Bar & Hostel** – Tento hostel se nachází v historické budově v centru Českých Budějovic a nabízí stylový kubánský bar a bezplatné Wi-Fi. Náměstí Přemysla Otakara II. je vzdálené 5 minut chůze. Maximální uváděná kapacita je **32 lůžek.**
- **Koleje Jihočeské univerzity** – Pět budov označovaných K1 až K5, z toho čtyři (K1-K4) na kampusu Čtyři Dvory, K5 v okrajové části (sídl. Vltava) mimo hlavní kampus. Kapacitně zhruba **2 300 lůžek**, které jsou však po většinu roku plně využity.

5. Rekreační zařízení v okolí

- **Kemp České Vrbné** – Nachází se v klidném prostředí vodáckého areálu v Českém Vrbném na okraji Českých Budějovic. Celkem je zde cca 5000 m2 plochy pro stany a karavany.
- **Kemp Poslední štace Boršov nad Vltavou** – Kemp se rozkládá na ploše 1,5 ha. Kapacita parkoviště je cca 100 osobních aut. Louka pro stanování zaujímá celkovou plochu kolem 0,5 ha, součástí jsou také ohniště.



Zdroj: Tourdata

Dle analýzy zabývající se vývojem kapacit HÚZ podle kategorie mezi lety 2012–2024 si můžeme všimnout, že nedochází k nějakým drastickým úpadkům, či vzestupům jednotlivých kategorií. Celkový počet však klesá a **v roce 2024 zaznamenáváme nejnižší hodnoty v rámci ORP České Budějovice.**

Meziroční srovnání kapacit HUZ 2019–2024 ORP České Budějovice

Rok	Počet zařízení	Počet pokojů	Počet lůžek
2019	117	2859	6996
2020	123	2706	6456
2021	123	2739	6520
2022	118	2801	6476
2023	112	2524	6130
2024	110	2518	6203

Zdroj: Tourdata

Meziroční srovnání kapacit HUZ v Českých Budějovicích a jejich využití 2019-2024

Rok	Počet zařízení	Počet pokojů	Počet lůžek	Místa pro stany a karavany	Přenocování na lůžko	% Vytížení
2019	59	1 871	4 149	x	97,47	26,70 %
2020	61	1 695	3 600	x	50,91	13,95 %
2021	59	1 646	3 470	x	54,79	15,01 %
2022	55	1 663	3 375	x	85,17	23,33 %
2023	53	1 526	3 343	175	101,55	27,82 %
2024	54	1 579	3 507	175	112,74	30,89 %

Zdroj: ČSÚ

Stravovací služby

Stravovací služby představují významnou složku sekundární nabídky cestovního ruchu a **přímo ovlivňují celkový zážitek návštěvníků z destinace**. Kvalitní a rozmanitá gastronomická nabídka je jedním z klíčových faktorů spokojenosti turistů a **může být sama o sobě motivem k návštěvě města.**

České Budějovice disponují pestrou sítí gastronomických zařízení, která pokrývá široké spektrum preferencí návštěvníků – od tradičních českých pokrmů přes mezinárodní kuchyně až po moderní gastronomické koncepty. **Významnou součástí identity města je dlouhá pivovarnická tradice**, která se promítá nejen do nabídky pivovarských restaurací, ale i do celkového charakteru místní gastronomické scény.

- **Restaurace** – od tradičních podniků s českou kuchyní, přes restaurace zaměřené na mezinárodní kuchyně (italská, indická, asijská aj.), až po moderní fine-dining koncepty s důrazem na lokální a sezónní suroviny. Řada restaurací se nachází v historických prostorách centra města a nabízí kromě gastronomického zážitku i jedinečnou atmosféru.
- **Hospody a hostince** – tradiční podniky s klasickou českou kuchyní a nabídkou točeného piva, které představují autentický prvek místní gastronomické kultury a jsou vyhledávány jak místními, tak návštěvníky.
- **Kavárny** – město nabízí širokou síť kaváren od tradičních podniků až po moderní specialty coffee bary s výběrovou kávou. Kavárny se často nacházejí v atraktivních lokalitách historického centra nebo v příjemném prostředí u řeky.
- **Cukrárny** – podniky specializované na sladké dezerty, dorty a zákusky, často propojené s kavárenskými službami.
- **Bistra a rychlé občerstvení** – moderní koncepty nabízející kvalitní jídlo v neformálním prostředí, včetně burgeroven, bistrotů se zdravou stravou či street food podniků.
- **Bary a kluby** – večerní a noční podniky nabízející koktejly, míchané nápoje a hudební produkci. Některé z nich mají dlouholetou tradici a jsou součástí kulturního života města.
- **Pivovary a pivovarské restaurace** – specifická kategorie gastro podniků, která je nedílnou součástí identity Českých Budějovic jako „města piva". Pivovary kombinují gastronomickou nabídku s produkcí vlastního piva a představují významný turistický magnet.

Velké pivovary:

- **Budějovický Budvar, n.p.** – Národní pivovar a vlajková loď českého pivovarnictví, jehož značka je známá po celém světě. Součástí areálu je moderní návštěvnické centrum Budvar Experience s interaktivními expozicemi a pivovarská restaurace nabízející klasickou českou kuchyni s pivem přímo z výroby.
- **Měšťanský pivovar Samson** – Historický pivovar s tradicí sahající do roku 1795, který doplňuje pivovarnickou nabídku města vlastní značkou piva a restauračním provozem.

Minipivovary:

- **Minipivovar Krajinská 27** – Moderní koncept restaurace s vlastním pivovarem v blízkosti centra města.
- **Pivovar Kněžínek** – Menší rodinný pivovar na okraji města, oblíbený pro kombinaci kvalitní gastronomie a příjemného prostředí.
- **Singer Pub / Minipivovar BEERANEK** – Hospoda v stylu hudebního baru s vlastní varnou minipivovaru.
- **Pivovar Solnice** – Minipivovar založený roku 2018 v samotném historickém centru Českých Budějovic.
- **Výzkumný a výukový minipivovar FZT JU** – Unikátní projekt Fakulty zemědělské a technologické Jihočeské univerzity, který kombinuje výzkum a výuku v oblasti pivovarnictví s produkcí akademického piva.

Dopravní infrastruktura

Dopravní dostupnost je **jedním z klíčových faktorů, který významně ovlivňuje rozvoj cestovního ruchu v Českých Budějovicích**. Město funguje jako přirozené centrum jižních Čech a zároveň jako dopravní uzel regionálního i mezinárodního významu. Kvalitní dopravní infrastruktura umožňuje snadný příjezd návštěvníků z jiných částí České republiky i ze zahraničí a zajišťuje jejich mobilitu během pobytu. Významnou roli hraje propojení města **silniční, železniční, autobusovou, leteckou a lodní dopravou**, doplněné o **veřejnou městskou hromadnou dopravu a síť cyklostezek**, které podporují udržitelný turismus.

Silniční doprava

České Budějovice jsou díky své poloze na hlavní dopravní tepně jižních Čech dobře dostupné silniční sítí. Nejvýznamnější komunikací je **dálnice D3**, která je součástí mezinárodního tahu **E55** a postupně propojuje **Prahu s Českými Budějovicemi** a dále **směrem k rakouským hranicím (hraniční přechod Dolní Dvořiště – Linz).** Po dokončení celé trasy bude cestovní doba mezi Českými Budějovicemi a Prahou výrazně kratší a komfortnější, což zásadně posílí atraktivitu města pro domácí i zahraniční návštěvníky.

Městem dále prochází **silnice I. třídy** – zejména I/34 (ve směru na **Jindřichův Hradec a Pelhřimov**) a I/20 (směr **Plzeň – Písek – Tábor**). Tyto tahy zajišťují spojení Českých Budějovic s dalšími významnými regionálními centry.

Samotná vnitřní doprava ve městě je ovlivněna relativně vysokou hustotou provozu, zejména v dopravních špičkách. Významné zatížení představuje tranzitní doprava, která je postupně odváděna na **Městský okruh** a napojení na dálnici. V posledních letech město investuje do **parkovacích kapacit** (parkovací domy – např. Mariánské náměstí, u nádraží) a **inteligentních dopravních systémů** usnadňujících pohyb návštěvníků.

Železniční doprava

České Budějovice představují klíčový železniční uzel jižních Čech. Městem prochází hlavní trať **Praha – České Budějovice – Linec**, která je součástí mezinárodního koridoru TEN-T a významně podporuje jak osobní, tak i nákladní dopravu. V roce 2022 byla dokončena **modernizace celé tratě** z Prahy do Českých Budějovic, včetně nových železničních úseků a tunelů (např. tunel Deboreč a Mezno). Díky tomu se jízdní doba mezi Prahou a Českými Budějovicemi **zkrátila na přibližně 100 minut.** Město je tak dobře napojeno nejen na hlavní česká centra, ale i na Rakousko a tím i na širší evropskou železniční síť.

Centrálním dopravním uzlem je **hlavní nádraží v Českých Budějovicích**, které prošlo v letech 2020–2022 rozsáhlou rekonstrukcí a dnes nabízí moderní odbavovací halu, zlepšenou bezbariérovost a navýšené komfortní služby pro cestující.

Kromě spojení s Prahou zajišťují České Budějovice přímé železniční linky do dalších významných měst:

1. **České Budějovice – Plzeň (trať č. 190)** – regionálně významná trať, důležitá i pro turistické cesty, spojuje jižní Čechy se západem ČR, rychlíková linka R11.
2. **České Budějovice – Jihlava – Brno (trať č. 240/241 přes Veselí nad Lužnicí, Jindřichův Hradec, Třebíč)** – spojuje jižní Čechy s Vysočinou a Moravou, rychlíková linka R11 (Plzeň – České Budějovice – Jihlava – Brno).
3. **České Budějovice – Český Krumlov – Černý Kříž (trať č. 194)** - Významná turistická trať, zejména kvůli atraktivitě města Český Krumlov a Šumavy. Obsluhována především osobními vlaky a spěšnými vlaky.
4. **České Budějovice – Tábor – Pelhřimov (trať č. 201, regionální význam)** - Regionální spojení severní části Jihočeského kraje.

Autobusová doprava

Autobusová doprava představuje významnou složku dopravní infrastruktury města Českých Budějovic a slouží jako doplněk k železniční síti. Díky své flexibilitě umožňuje rychlé spojení s regionálními centry, menšími obcemi v okolí a rovněž s významnými českými i zahraničními destinacemi. Z hlediska cestovního ruchu plní důležitou roli zejména dálkové linky do Prahy a dalších velkých měst, stejně jako spoje směřující do turisticky atraktivních lokalit v jižních Čechách a v Rakousku.

Centrálním uzlem je **Autobusové nádraží České Budějovice**, které se nachází v bezprostřední blízkosti hlavního vlakového nádraží. Díky tomuto uspořádání je zajištěna **přímá návaznost mezi vlakovou a autobusovou dopravou**, což významně usnadňuje přestupy cestujících a podporuje rozvoj multimodální dopravy.

1. Dálková a meziměstská autobusová doprava

České Budějovice jsou dobře propojeny autobusovými linkami jak s hlavním městem Prahou, tak s dalšími významnými městy v České republice i se zahraničím. Dálková autobusová doprava představuje důležitý způsob cestování pro obyvatele i návštěvníky, především díky častým spojům a přímému napojení na turisticky atraktivní lokality.

Hlavní destinace a spoje:

- **Praha** – nejfrekventovanější autobusová linka, zajišťovaná dopravci jako **FlixBus**, **RegioJet** nebo **ČSAD České Budějovice**. Spoje vyjíždějí v pravidelných intervalech během celého dne, průměrná jízdní doba činí 2,5–3 hodiny.
- **Brno a Morava** – pravidelné linky, které propojují jižní Čechy s Brnem a dále i s východní částí republiky.
- **Plzeň** – spojení s významným městem západních Čech.
- **Český Krumlov** – velmi frekventované spojení, atraktivní zejména pro turisty. Autobusy sem jezdí z Budějovic v krátkých intervalech (30–60 minut).
- **Rakousko (Linec, Vídeň)** – mezinárodní linky, které zajišťují napojení na rakouská města a tím i na širší evropskou síť dálkové dopravy.

2. Městská hromadná doprava (MHD)

Městská hromadná doprava v Českých Budějovicích je provozována formou autobusové a trolejbusové sítě a zajišťuje dopravní obslužnost celého města i přilehlých obcí. MHD je klíčová pro každodenní pohyb obyvatel i návštěvníků, kteří chtějí využívat ubytování, stravovací zařízení či kulturní a turistické atrakce bez nutnosti automobilu.

Provozovatel: Dopravní podnik města České Budějovice, a.s.

Síť a spoje:

- MHD zahrnuje **trolejbusové linky** pokrývající hlavní směry města a **autobusové linky** doplňující trolejbusovou síť a obsluhující okrajové části města.
- Celkem je v provozu přibližně **18 linek** (trolejbusové i autobusové), které zajišťují pravidelné intervaly v pracovní dny i o víkendech.
- Hlavní dopravní uzly zahrnují **autobusové a trolejbusové smyčky** na náměstích a u nádraží, což umožňuje návaznost na dálkovou a železniční dopravu.

Letecká doprava

České Budějovice disponují vlastním regionálním letištěm – Letiště České Budějovice, které se nachází v lokalitě Planá, přibližně 6 km jihozápadně od centra města. Letiště prošlo v posledních letech významnou transformací a od roku 2023 zahájilo komerční provoz zaměřený především na charterové lety do dovolenkových destinací.

Infrastruktura a kapacita:

- Letiště disponuje vzletovou a přistávací dráhou o délce 2 500 m, která umožňuje provoz středně velkých dopravních letadel (např. Boeing 737, Airbus A320).
- Odbavovací terminál prošel modernizací a nabízí standardní služby pro cestující včetně odbavení zavazadel, bezpečnostní kontroly a základního občerstvení.
- Parkovací kapacity v bezprostřední blízkosti terminálu zajišťují pohodlný příjezd cestujících z celého regionu.

V roce 2024 letiště přešlo ze sezónního na **celoroční provoz**, což představuje významný milník v jeho rozvoji. Letní sezóna 2024 nabídla pravidelné charterové spojení do šesti destinací:

- **Turecko** (Antalya) – nejvytíženější destinace
- **Řecko** (Rhodos, Kréta)
- **Bulharsko** (Burgas)
- **Tunisko** (Enfidha)
- **Egypt** (Hurghada) – nově od zimní sezóny 2024

Letiště v letní sezóně 2024 odbavilo přibližně **70–80 tisíc cestujících**, což představuje výrazný nárůst oproti prvnímu roku provozu (2023), kdy bylo odbaveno 10 tisíc cestujících. Celkový počet letových pohybů (vzletů a přistání) přesáhl **400 ročně.**

Letiště České Budějovice plní primárně funkci odletového bodu pro obyvatele jižních Čech směřující na zahraniční dovolené. Z hlediska **příjezdového cestovního ruchu má v současnosti omezený význam**, neboť pravidelné linky z evropských metropolí nejsou zatím provozovány. **Potenciál pro rozvoj příjezdového turismu** (zejména v kontextu EHMK 2028) však existuje a letiště představuje strategickou infrastrukturu pro budoucí rozvoj destinace.

Lodní doprava

Lodní doprava v Českých Budějovicích představuje specifický a **turisticky atraktivní způsob dopravy**, který využívá potenciálu řek Vltavy a Malše protékající městem. Ačkoliv nemá charakter běžné veřejné dopravy, plní významnou roli v oblasti rekreačního cestovního ruchu a nabízí jedinečný zážitek spojený s poznáváním města a jeho okolí z vodní hladiny.

Přístaviště a výchozí body:

- **Lannova loděnice** – hlavní přístaviště v centru Českých Budějovic, historicky významné místo spojené s rodinou Lannů (významní čeští podnikatelé v lodní dopravě 19. století). Slouží jako výchozí bod pro výletní plavby i jako zázemí pro rekreační lodě.
- **Přístav České Vrbné** – přístaviště situované severně od centra města s možností parkování, vhodné jako výchozí bod pro delší plavby směrem na Hlubokou a dále.
- **Přístav KUKI pod zámkem Hluboká** – cílový/výchozí bod pro plavby mezi Českými Budějovicemi a Hlubokou nad Vltavou.

Pravidelné výletní plavby: V letní sezóně (červen–září) jsou provozovány pravidelné výletní linky, které představují atraktivní turistický charakter:

1. **České Budějovice – Hluboká nad Vltavou** (cca 9 km)

Nejpopulárnější trasa vhodná pro rodinné výlety, plavba podél cyklostezky a přírodního břehu Vltavy.

2. **Delší plavby směrem na Purkarec a dále**

Pro náročnější zájemce je možnost pokračování až k přehradě Hněvkovice.

3. **Komentované plavby historickým centrem**

Kratší okružní plavby po Vltavě a Malši v centru města. Vhodné pro poznání města z netradiční perspektivy.

Provozní podmínky:

- Pravidelné linky jsou provozovány především v hlavní turistické sezóně (červenec–srpen), v červnu a září dle poptávky.
- Plavební komory na Vltavě mají omezené provozní hodiny a některé úseky vyžadují rezervaci předem.

Doplňkové služby

Doplňková nabídka cestovního ruchu v Českých Budějovicích představuje široké spektrum aktivit a služeb, které významně přispívají k celkové atraktivitě destinace a zvyšují komfort pobytu návštěvníků. Přestože tyto prvky většinou nejsou hlavním důvodem návštěvy města, mají zásadní vliv na spokojenost hostů a jejich rozhodnutí o délce pobytu i o návratu do destinace.

Turistická informační centra

- **Turistické informační centrum České Budějovice** – Poskytuje informace o památkách, kulturních akcích a možnostech trávení volného času. Nabízí také mapy, suvenýry, publikace, možnost zakoupení vstupenek na vybrané akce a zprostředkování průvodcovských služeb. Centrum je součástí destinační společnosti **Turistické informační centrum České Budějovice, p.o.**, která zároveň koordinuje marketing města a spolupracuje s Jihočeskou centrálou cestovního ruchu. Sídlí na náměstí Přemysla Otakara II.
- **Sezónní informační místa** (např. během letních měsíců nebo velkých kulturních akcí) – rozšiřují dostupnost informací pro turisty i mimo hlavní TIC.

Průvodcovské služby

Návštěvníci města mohou využít bohatou nabídku průvodcovských služeb, a to jak v rámci oficiálních prohlídek zajišťovaných městem, tak od soukromých subjektů.

- **Oficiální prohlídky města organizované TIC** – Zahrnují klasické historické okruhy centrem (náměstí, radnice, Černá věž, katedrála sv. Mikuláše), tematické prohlídky (např. architektura 20. století) či kombinované zážitkové programy (např. s návštěvou pivovaru Budějovický Budvar).
- **Soukromí licencovaní průvodci** – Nabízejí služby ve více jazycích (angličtina, němčina, francouzština, ruština aj.), které cílí zejména na zahraniční návštěvníky a skupiny turistů.
- **Speciální regionální trasy** – Propojují město s okolními atraktivitami (Hluboká nad Vltavou, Holašovice, klášter Zlatá Koruna), což podporuje návaznost cestovního ruchu v regionu.

Nákupní možnosti

České Budějovice jsou regionálním centrem obchodu a služeb, což je významným přínosem i pro cestovní ruch. Návštěvníci města mohou využít jak moderní nákupní centra, tak menší obchody a specializované prodejny, které doplňují nabídku o originální a lokální produkty.

Nákupní centra

- **OC IGY Centrum** – Největší nákupní centrum v jižních Čechách, nabízí více než 130 obchodů, multikino CineStar a širokou gastronomickou nabídku.
- **OC Mercury** – Umístěné přímo u autobusového a vlakového nádraží, propojuje funkci dopravního uzlu s obchodní a gastronomickou nabídkou.
- **Čtyři Dvory** – Menší obchodní centrum s kombinací obchodů a služeb, oblíbené zejména pro každodenní nákupy. V nákupním centru Čtyři Dvory je taktéž k dispozici multikino CineStar.

Maloobchod a specializované prodejny

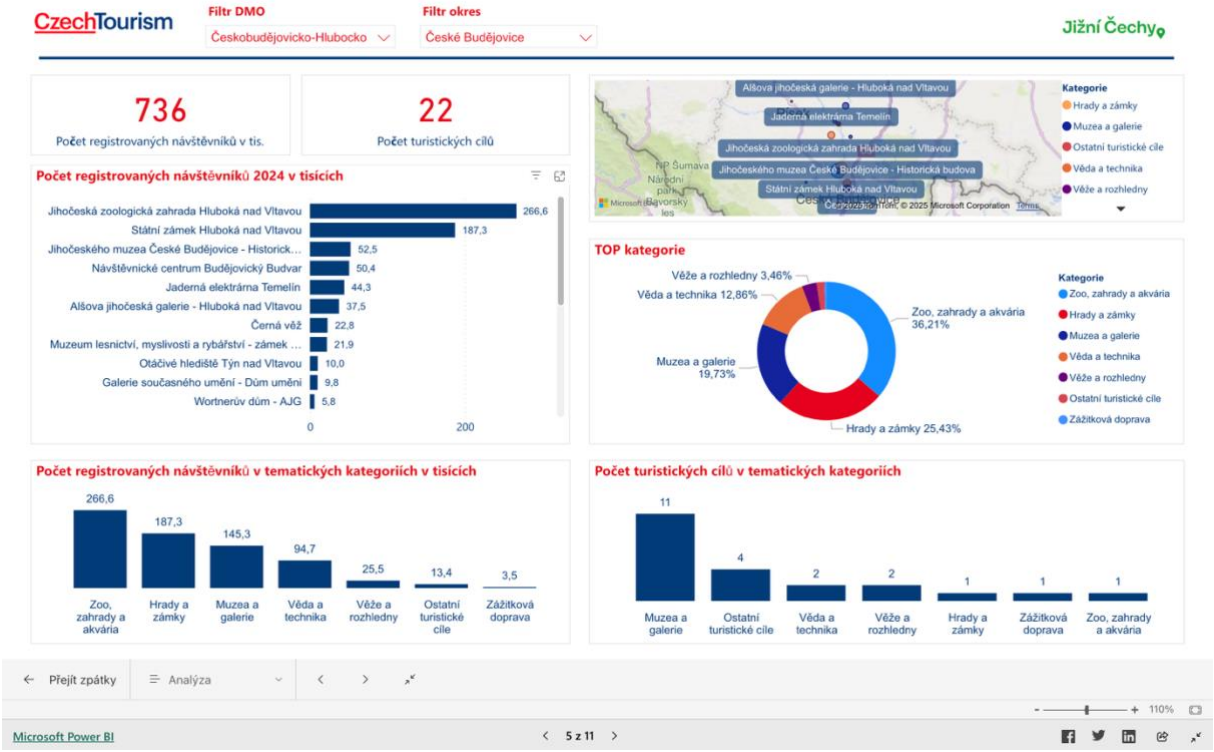
- **Městské centrum** (okolí náměstí Přemysla Otakara II.) – Soustředění butiků, menších obchodů a služeb, které tvoří součást historického jádra města a atraktivní kulisu pro nakupování.
- **Specializované prodejny a lokální značky** – Např. obchody s jihočeskými potravinami a řemeslnými výrobky, které často fungují i jako suvenýrové prodejny.

Trhy a farmářské produkty

- **Farmářské trhy na Piaristickém náměstí** – Pravidelně nabízejí čerstvé regionální produkty (ovoce, zeleninu, sýry, maso, pečivo, květiny) a představují autentickou možnost poznat místní gastronomii a tradice.
- **Sezónní trhy a vánoční/jarmareční akce** – Atraktivní zejména pro návštěvníky hledající atmosféru tradičních oslav a regionální výrobky.

3. Analýza poptávky cestovního ruchu

Návštěvnost turistických cílů DMO Českobudějovicko-Hlubocko v roce 2024

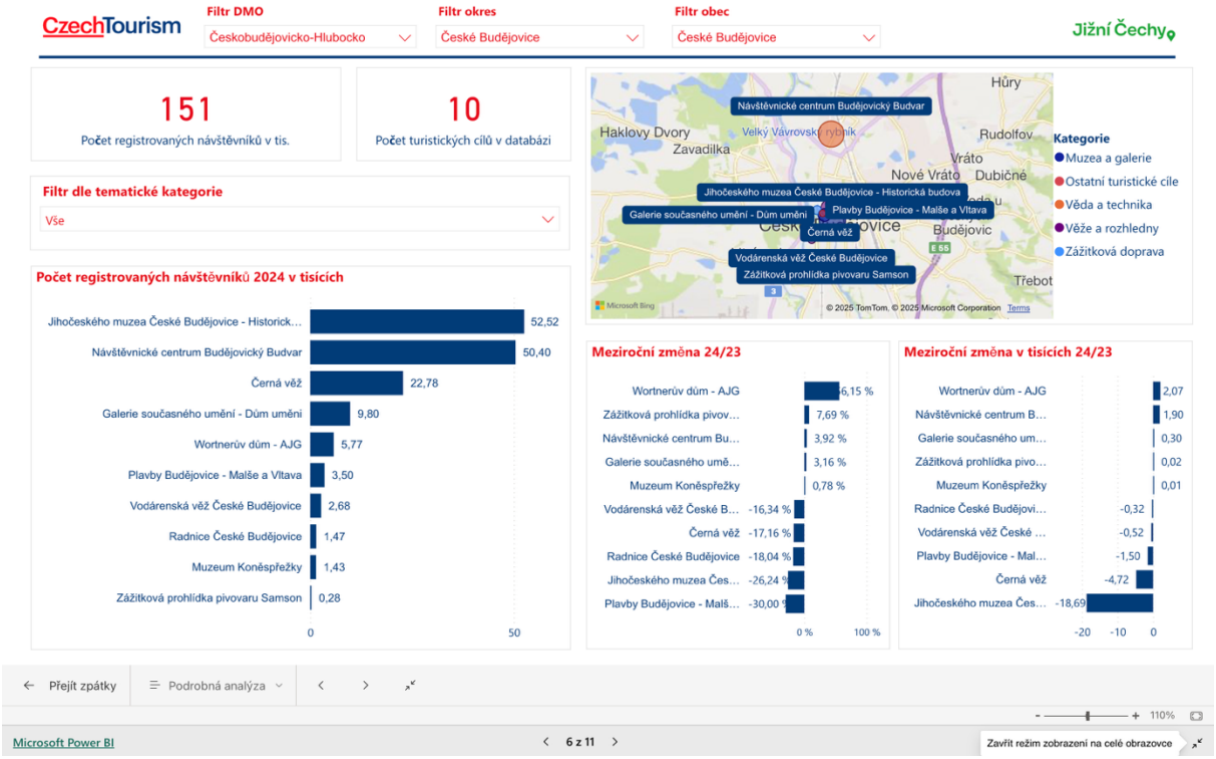


Zdroj: Tourdata

Podle této analýzy si lze povšimnout toho, že první dvě příčky, které jsou vůči ostatním velmi dominantní, obsazují atraktivity mimo město České Budějovice. Konkrétně se jedná o zoologickou zahradu a státní zámek na Hluboké. Můžeme si všimnout dvou hlavních indikátorů a těmi jsou **736 000 registrovaných návštěvníků** a **22 turistických cílů.**

Po vyfiltrování a zaměření se striktně na samotné město České Budějovice se dostáváme na **151 000 registrovaných návštěvníků** a **10 turistických cílů.** Dvě dominanty v rámci tematických kategorií nám odpadávají (Zoo, zahrady a akvária + Hrady a zámky). Lídry v rámci samotného města se stávají **Jihočeské muzeum** a **Návštěvnické centrum Budějovického Budvaru.**

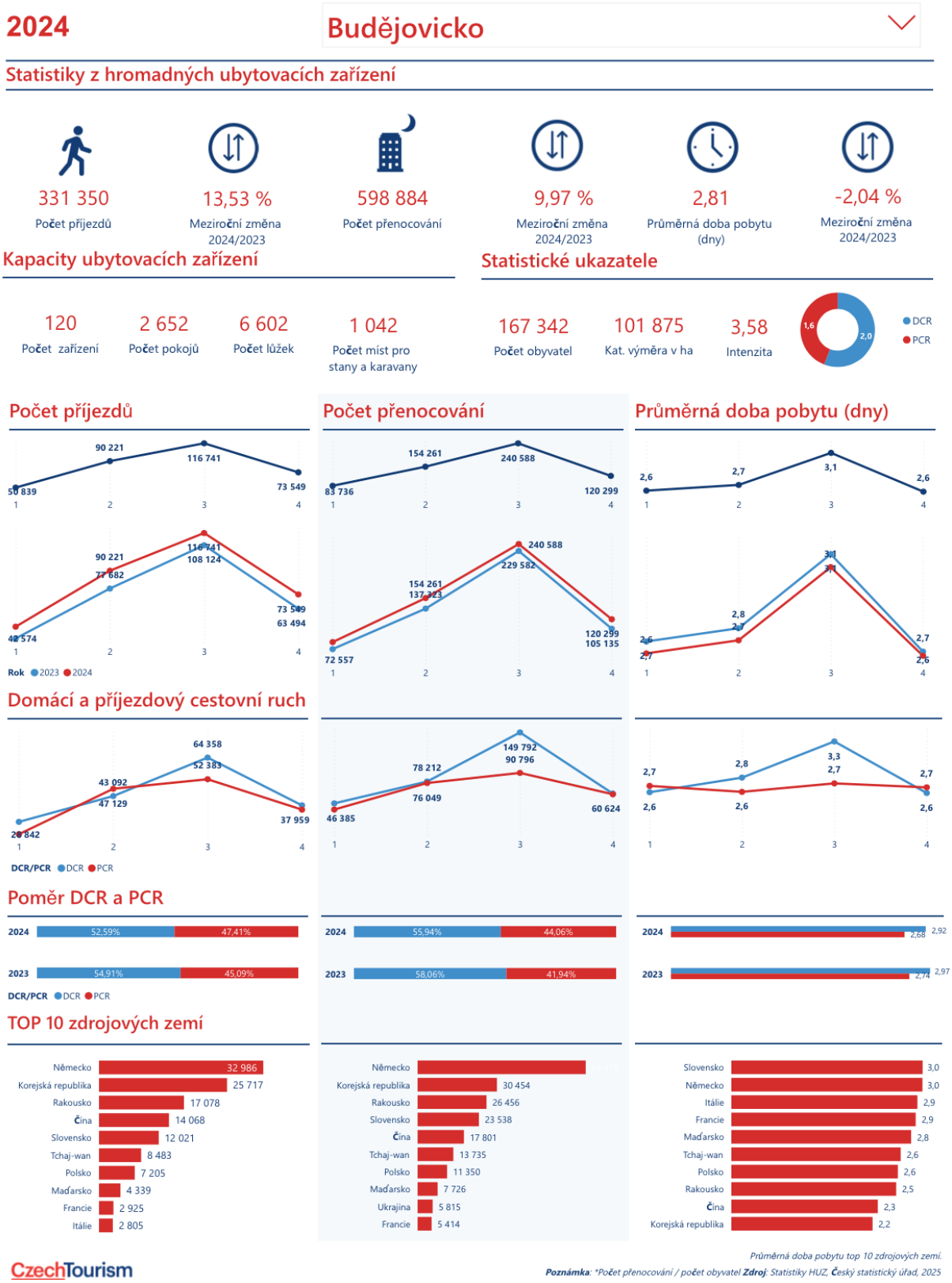
Návštěvnost turistických cílů města České Budějovice v roce 2024



Zdroj: Tourdata

Přestože **Jihočeské muzeum** obsadilo první pozici v počtu registrovaných návštěvníků, můžeme si všimnout, že v rámci meziročních změn došlo k poklesu jeho návštěvnosti o **26,24 %** (**-18690** návštěvníků ve srovnání s předchozím rokem). Největší meziroční propad byl v rámci **Zážitkových plaveb po Malši a Vltavě (-30 %).** Menší návštěvnost byla taktéž zaznamenána například u **Městské Radnice (-18,04 %), Černé věže (-17,16 %)** a **Vodárenské věže (-16,34 %).** Naopak největší pozitivní meziroční změnu, tedy nárust návštěvníků zaznamenal **Wortnerův dům (+56,15 %)**.

Návštěvnost HÚZ – DMO Budějovicko 2024



Zdroj: Tourdata

Ve srovnání s předešlým rokem 2023 došlo k výraznému vzrůstu počtu příjezdů (+13,53 %) a počtu přenocování (+9,97 %). Zároveň však došlo k poklesu průměrné doby pobytu (-2,04 %). Kapacity ubytovacích zařízení zůstávají v meziročním srovnání téměř identické. Nejzásadnější zmíněné zdrojové země již taktéž figurují v těchto žebříčcích řadu let. (Rezidenti nebyli v rámci této analýzy na Tour data zahrnuti).

Hosté ubytovaní v HUZ a počet přenocování podle vybraných obcí Jihočeského kraje v roce 2024

Kraj, město, obec (zkratka okresu)	Hosté		v tom		Počet přenocování		v tom		Průměrná doba pobytu (dny)
	celkem	index 2024/2019 (%)	rezidenti	nerezidenti	celkem	index 2024/2019 (%)	rezidenti	nerezidenti	
Jihočeský	**1 749 686**	**97,8**	**1 234 825**	**514 861**	**4 607 854**	**103,0**	**3 588 869**	**1 018 985**	**3,6**
z toho obce:									
Č. Budějovice (CB)	238 058	81,5	106 343	131 715	395 382	97,8	179 428	215 954	2,7
Český Krumlov (CK)	213 648	78,6	76 417	137 231	328 425	86,1	136 043	192 382	2,5
Lipno nad Vlt. (CK)	127 097	134,2	73 430	53 667	418 802	108,3	225 734	193 068	4,3
Třeboň (JH)	85 253	115,7	76 195	9 058	509 353	124,2	491 010	18 343	7,0
Hluboká nad Vlt. (CB)	63 382	72,4	42 179	21 203	128 801	82,9	89 874	38 927	3,0
Černá v Pošum. (CK)	61 568	129,2	42 093	19 475	138 518	121,6	99 337	39 181	3,2
Tábor (TA)	59 199	115,0	46 050	13 149	112 068	121,3	85 911	26 157	2,9
Horní Planá (CK)	45 437	123,4	36 901	8 536	133 795	116,9	110 903	22 892	3,9
Písek (PI)	45 080	115,1	32 422	12 658	90 415	111,8	61 415	29 000	3,0
Frymburk (CK)	38 021	113,8	25 853	12 168	127 091	128,5	80 270	46 821	4,3
Bechyně (TA)	14 637	89,7	13 782	855	136 895	92,1	134 903	1 992	10,4
Podíl vybraných obcí na výsledcích za kraj v %	56,7	x	46,3	81,5	54,7	x	47,2	80,9	x

[1] obce s více než 30 tis. hosty ubytovanými v HUZ nebo 100 tis. přenocováními v roce 2024; řazeno podle počtu hostů

Zdroj: ČSÚ

Na úrovni obcí patřilo prvenství **v počtu ubytovaných hostů** v roce 2024 městu **České Budějovice** a druhé místo **Českému Krumlovu** (v obou více než 200 tis. osob). Primát **v počtu přenocování** si udržela **Třeboň**, s více než půl milionem přenocování, do značné míry díky **lázeňství.**

Okresy České Budějovice a Český Krumlov se od ostatních jihočeských okresů odlišovaly **vyšší zahraniční návštěvností**. V roce 2024 v nich dosahoval podíl nerezidentů na celkovém počtu hostů **více než 40 %** (43,7 %, resp. 41,5 %), podíl na počtu přenocování byl vzhledem ke kratším pobytům cizinců nižší (39,2 %, resp. 38,0 %). V ostatních

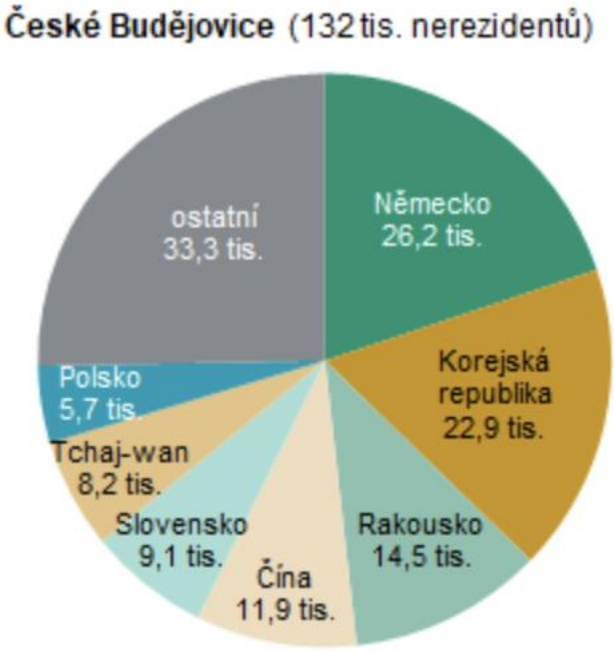
okresech představoval podíl zahraničních hostů 11 % až 15 %, jejich podíl na počtu přenocování byl ještě menší.

Meziroční srovnání návštěvnosti HUZ 2019-2024

Rok	Hosté	Rezidenti	Nerezidenti	Přenocování	Rezidenti	Nerezidenti	Průměrný počet přenocování
2019	**292 165**	85 233	206 932	**404 398**	139 356	265 042	**1,4**
2020	**101 552**	66 529	35 023	**183 273**	129 469	53 804	**1,8**
2021	**98 671**	72 958	25 713	**190 104**	143 156	46 948	**1,9**
2022	**160 373**	89 924	70 449	**287 450**	157 958	129 492	**1,8**
2023	**199 643**	89 280	110 363	**339 473**	152 579	186 894	**1,7**
2024	**238 058**	106 343	131 715	**395 382**	179 428	215 954	**1,7**

Zdroj: Tourdata

Nerezidenti podle země původu ubytovaní v HÚZ v Českých Budějovicích v roce 2024



Zdroj: ČSÚ

Počet hostů, kteří se v roce 2024 v HUZ ubytovali, dosáhl ve městě **České Budějovice** 238 tis., z toho víc, než polovinu tvořili nerezidenti (55,3 %; 132 tis. osob). Na rozdíl od před covidového roku (2019), kdy mezi cizinci převládali Asiaté (63,4 %), tvořili v roce 2024 většinu **Evropané (60,9 %; 80,2 tis. osob)** a podíl **Asiatů činil jen 36,2 %.**

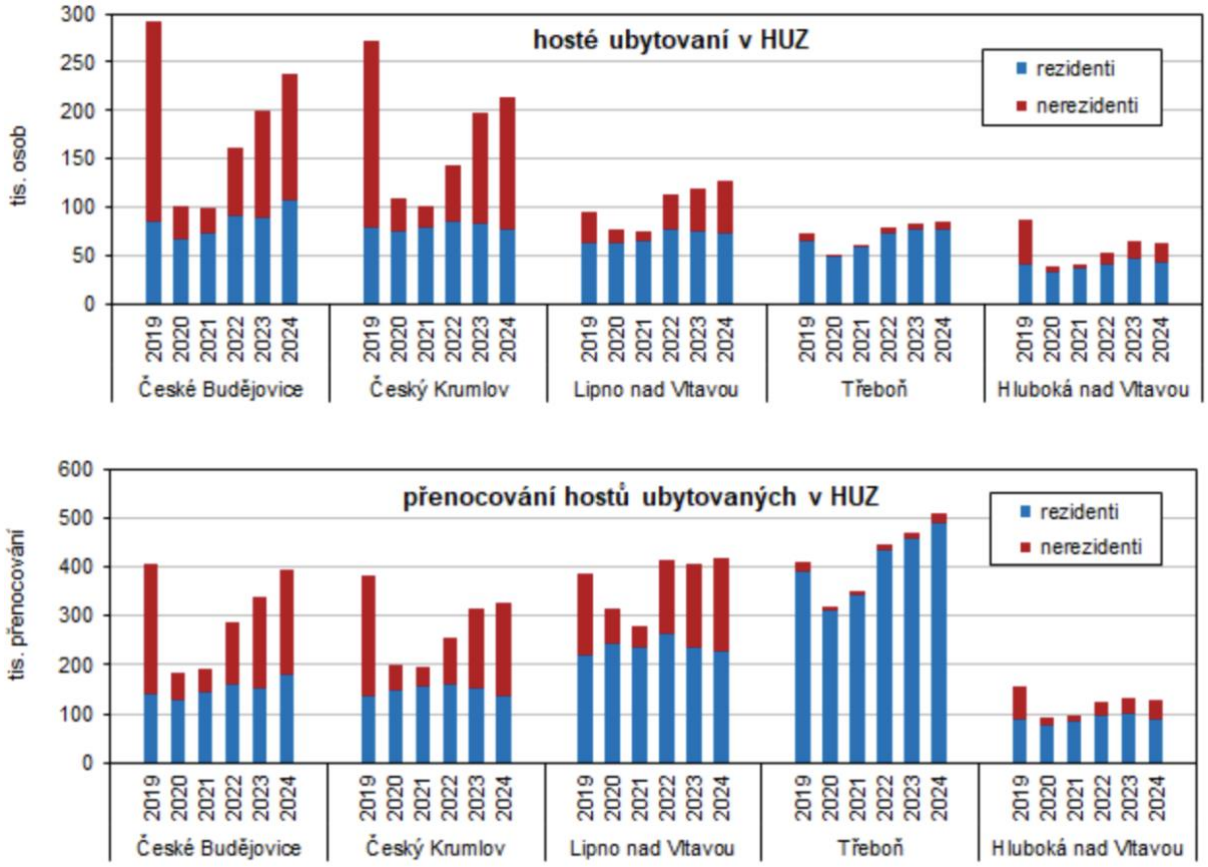
Na předních místech žebříčku nerezidentů ubytovaných v krajském městě podle zemí se umístilo **Německo (26,2 tis. osob)**, za ním následovala **Korejská republika (22,9 tis.)**, **Rakousko (14,5 tis.)**, **Čína (11,9 tis.)** a **Slovensko (9,1 tis.)**, přičemž oproti roku 2019 se **zvýšil počet hostů ze sousedních zemí.**

O polovinu vzrostl i počet Jihokorejců, kteří, jak se zdá, se v roce 2024 specializují na České Budějovice, když ve městě se jich ubytovalo **61 % z krajského počtu.**

Počet hostů z Číny se však proti roku 2019 **propadl o více než 80 %,** když v roce 2019 jich bylo v krajském městě ubytováno 76 tis., zatímco v roce 2024 necelých 12 tis. I tak

představoval tento počet **téměř polovinu (47 %)** z nerezidentů pocházejících z Číny ubytovaných loni v Jihočeském kraji.

Srovnání návštěvnosti s rokem 2019



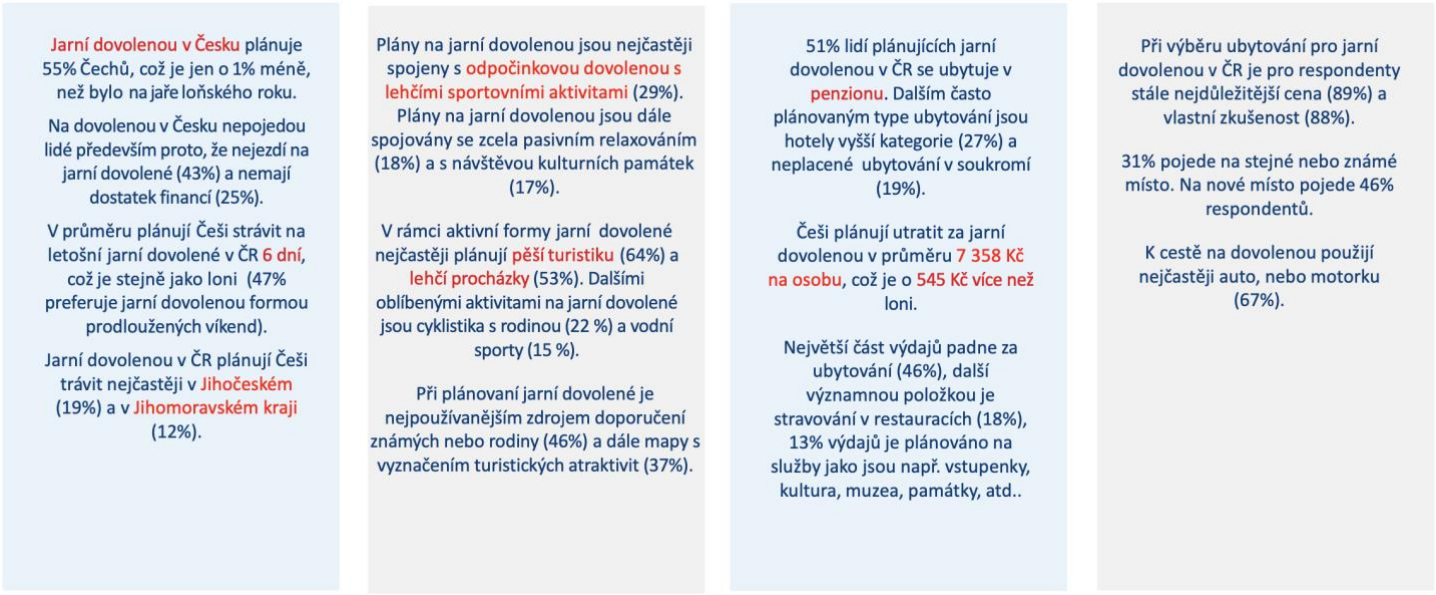
Zdroj: ČSÚ

Ve městě České Budějovice se v roce 2024 **ve srovnání s rokem 2019** ubytovalo o **18,5 % hostů méně**, rozdíl v počtu přenocování byl nižší (−2,2 %).

Můžeme si všimnout celkového **úpadku ubytovaných hostů** ve srovnání s rokem 2019. Zároveň v roce 2024 došlo ke **zvýšení procentuálního zastoupení rezidentů** v obou sledovaných kritériích.

Plány Čechů na jarní dovolenou 2025

V návaznosti na jeden ze stanovených strategických cílů – **posílení celoroční návštěvnosti** jsou zajímavá data ohledně plánů Čechů na mimosezónní dovolenou. Průzkum pro agenturu CzechTourism realizovala společnost IBRS – International Business & Research Services a je volně přístupný na tourdata.cz



Zdroj: Tourdata

Nejčastěji zmiňovanou destinací jsou právě **Jižní Čechy**, poptávané aktivity a preferované formy jarní dovolené **jsou v Českých Budějovicích dostupné**, zdá se tedy, že postavení v rámci jarních dovolených je téměř ideální. Zároveň došlo ke **zvýšení útratovosti** ve srovnání s předchozím rokem a návštěvníci průměrně tráví na jarní dovolené 6 dní.

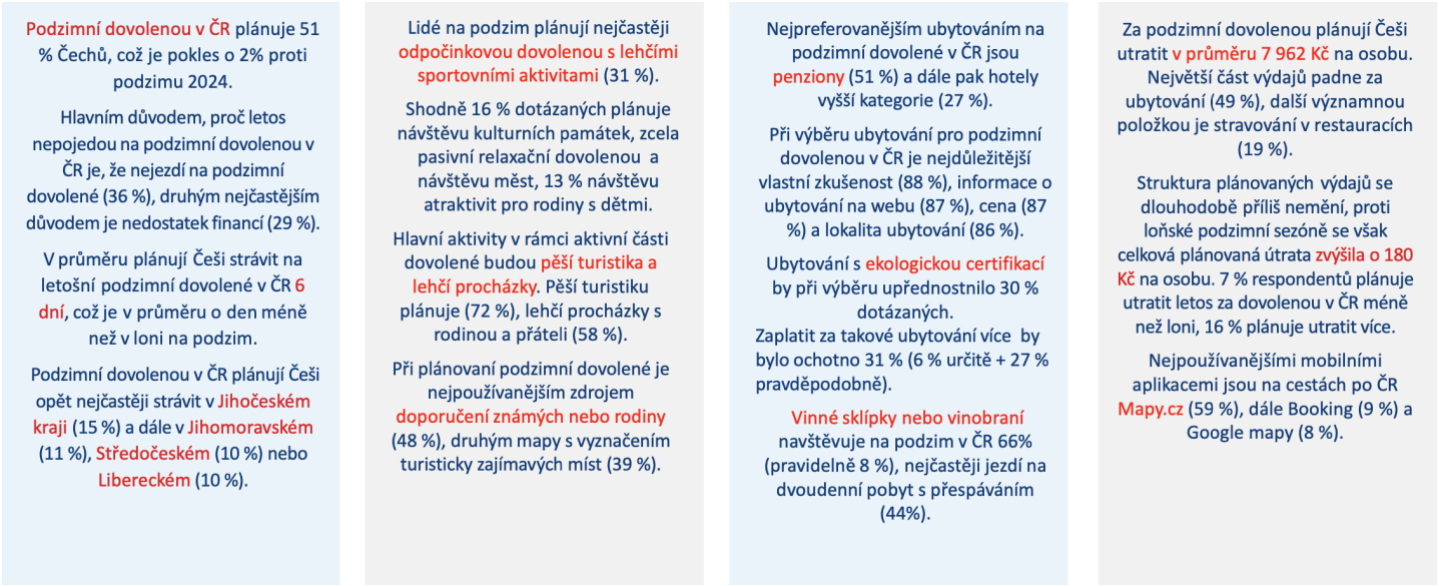
Nejčastěji se návštěvníci ubytují **v penzionech (51 %), hotelech vyšší kategorie (27 %)** a **u známých (19 %).**

Nejčastějším způsobem dopravy je **auto/motorka (67 %), vlak (21 %), autobus (9 %).**

Nejvíce informací lidé čerpají z **doporučení známých (46 %), map turistických atraktivit (37 %), tematických webů (30 %)**.

Plány Čechů na podzimní dovolenou 2025

Preference turistů ohledně podzimní dovolené se velmi shodují s jarním obdobím. **Jižní Čechy** se opět v rámci průzkumu zmiňují **nejčastěji ze všech domácích destinací**.



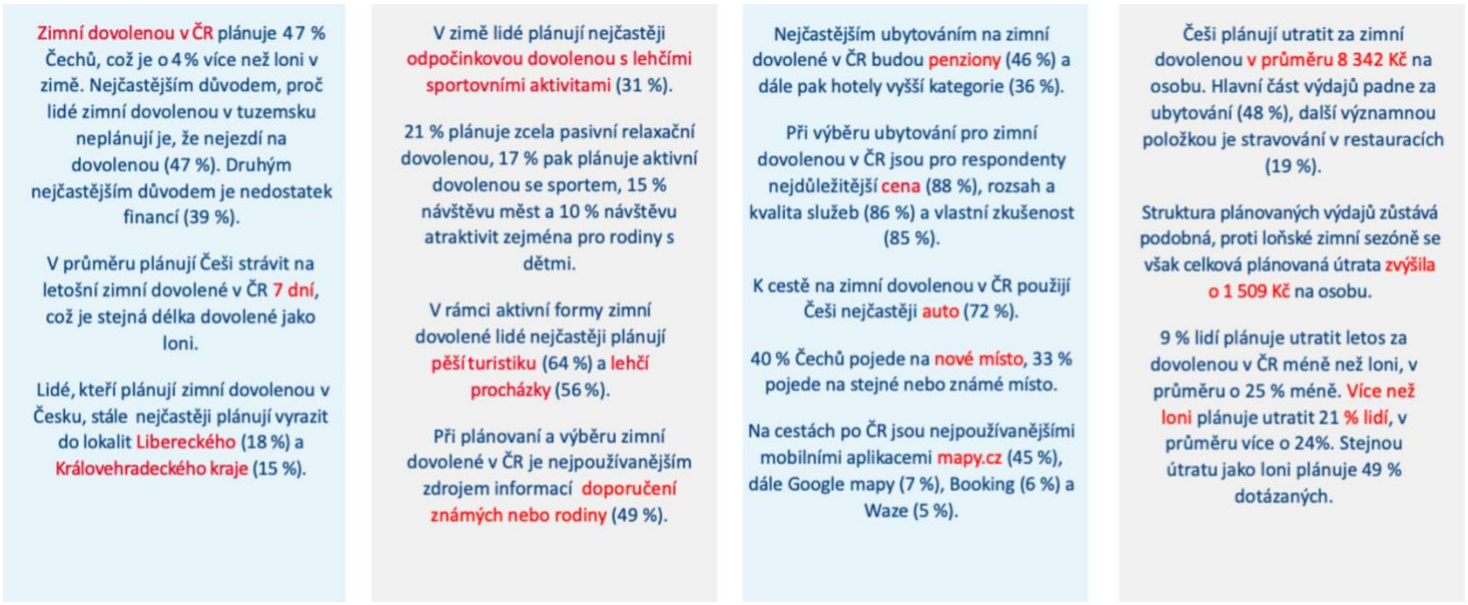
Zdroj: Tourdata

V ubytování opět dominují **penziony (51 %)**, průměrná délka pobytu je rovněž **6 dní** (zkrátila se oproti předchozímu roku o 1 den), typ dovolené a preferované aktivity se shodují s jarní dovolenou – **Nejčastěji plánovaná odpočinková dovolená s lehkými sportovními aktivitami** (31 %). **Pěší turistika a procházky** jsou nejčastější sportovní aktivitou. Plánovaná útrata vzrostla na **7 962 Kč/os. (+180 Kč).**

Zmíněno bylo také platební chování, přesněji **stále rostoucí preference bezhotovostních plateb (66 %).**

Plány Čechů na zimní dovolenou 2024

Pro zimní sezónu vycházíme z dat předešlého roku 2024. Z hlediska zimní sezóny oproti předešlým obdobím **Jižní Čechy nejsou dominantní destinací**. Hlavním důvodem je oblíbenost lyžování a provozování jiných zimních sportů, které v blízkosti Českých Budějovic nejsou nabízeny.



Zdroj: Tourdata

Dominující destinace jsou Liberecký a Královehradecký kraj právě z důvodu vhodnějších podmínek a rozšířenější nabídky lyžařských areálů. **Zimní sezóna však není čistě pouze o lyžování** a jedním z **dobře fungujících produktů v Českých Budějovicích jsou například vánoční trhy**.

Z celkových 1000 respondentů uvedlo, že **navštíví vánoční trhy v místě bydliště (50 %), pojedou se podívat na vánoční trhy i do jiného města v ČR (25 %).**

Průzkum poukazuje na velkou oblíbenost konceptu vánočních trhů a zároveň poukazuje na fakt, že **čtvrtina respondentů je ochotna cestovat po ČR za účelem návštěvy vánočních trhů v jiných městech.**

SWOT analýza

SILNÉ STRÁNKY

1. **Historické a kulturní dědictví** – Město disponuje zachovalým historickým centrem a silnou pivovarnickou tradicí.
2. **Geografická poloha** – Město se nachází na křižovatce významných dopravních cest, je výchozím bodem pro regionální turistiku, má dobré napojení na Rakousko a Německo.
3. **Propojení města s přírodou** – Konkurenční výhodou je voda a příroda přímo v centru města a blízkém okolí.
4. **Univerzitní město** – Město může těžit z každoročního přílivu stovek studentů.

SLABÉ STRÁNKY

1. **Nesjednocená vizuální identita** – Město nedisponuje jednotnou vizuální identitou, která by sloužila k automatické identifikaci destinace.
2. **Neujasněný název destinace** – Variace názvů destinace (České Budějovice x Budějovice x Budějce) může mít matoucí vliv zejména na zahraniční turisty.
3. **Roztříštěnost komunikace** – Komunikace stěžejních aktérů napříč destinací není sjednocena.
4. **Omezená mimo sezónní nabídka** – Nedostatečná nabídka mimo letní turistickou sezónu / slabá propagace možností mimo sezónních aktivit.
5. **Absence komplexních produktů** – Nedostatek produktových balíčků cestovního ruchu, které mohou prodloužit délku pobytů návštěvníků.
6. **Mezi sektorová spolupráce** – Nedostatečná spolupráce mezi veřejným a soukromým sektorem.
7. **Nejasnost kompetencí** – Roztříštěnost kompetencí v oblasti cestovního ruchu mezi různé subjekty.
8. **Sbírání dat** – Absence koordinovaného systému sběru turistických dat.

PŘÍLEŽITOSTI

1. **Využití pivovarnické tradice** – Možnost využití silné tradice pro vytvoření autentického a jedinečného produktu cestovního ruchu.
2. **Kongresová turistika** – Rozvoj infrastruktury pro MICE turismus a prezentace destinace jako „MICE ready“.
3. **Sportovní mezinárodní turistika** – Podpora mezinárodních sportovních akcí, soutěží, turnajů, soustředění.
4. **Titul EHMK 2028** – Získání titulu představuje zásadní příležitost pro zviditelnění destinace a přispěje k jeho atraktivitě.
5. **Koordinovaný sběr dat** – Získávání turistických dat od návštěvníků a následné využití ve prospěch růstu destinace.
6. **Posílení turistické BudKarty** – Zapojení většího počtu partnerů do programu, větší diverzifikace nabídky, možnost zacílení na více cílových skupin.
7. **Targeting návštěvníků** – Cílený marketing na specifické cílové skupiny.
8. **Kooperace mezi aktéry** – Zvýšená spolupráce mezi subjekty působícími v cestovním ruchu, společné projekty, předávání informací.

HROZBY

1. **Konkurence** – Silná konkurence okolních destinací (Český Krumlov, Hluboká, Třeboň, Praha)
2. **Inflace** – Postupný nárust cenových hladin snižuje kupní sílu návštěvníků a zároveň zvyšuje celkové náklady na fungování destinace.
3. **Nedostatek kvalifikovaných zaměstnanců** – Ohrožení kvality a celkové dostupnosti některých služeb.
4. **Absence koordinace** – Konkurenceschopnost a prosperita destinace je závislá na kvalitní koordinaci klíčových aktérů.

Návrhová část

VIZE 2028: České Budějovice – Kulturně-sportovní metropole jižních Čech

České Budějovice jsou **dynamickou kulturně-sportovní metropolí jižních Čech**, která díky odkazu Evropského hlavního města kultury 2028 etablovala svou pozici jako **TOP 3 mimopražská destinace České republiky**.

Město **překonalo svou historickou roli "města na jednu noc"** a vytvořilo destinaci pro **kvalitní vícedenní pobyt** s průměrnou délkou pobytu 2,5 dne, kam se návštěvníci vracejí pro jedinečnou kombinaci aktivního odpočinku, kultury a gastronomie.

České Budějovice úspěšně **propojily tradici pivovarnictví a historického dědictví s moderní kulturní scénou a špičkovou sportovní infrastrukturou**. Návštěvníci oceňují destinaci pro autentickou kombinaci zážitků – od kulturních festivalů světové úrovně přes aktivní odpočinek u Vltavy až po gastronomii založenou na lokálních surovinách.

Budějovicko je destinací, **kde se kultura a sport setkávají s přírodou**, kde místní komunita i návštěvníci sdílejí hodnoty udržitelnosti a kreativity, a kde **principy (PERMA)KULTURY – péče, propojování a tvoření** – prorůstají do každodenního života města i turistického zážitku.

Město využilo svůj největší konkurenční potenciál – **propojení přírody s urbanitou** – a vytvořilo komplexní nabídku pro sportovně-rekreační i kulturní turistiku prostřednictvím modernizované infrastruktury, datově řízeného destinačního managementu a inovativních produktových balíčků.

STRATEGICKÉ CÍLE 2026-2028

STRATEGICKÝ CÍL 1: TRANSFORMACE NÁVŠTĚVNICKÉHO ZÁŽITKU – OD PŘESPÁNÍ K POBYTU

Mise: Překonat historickou roli "města na jednu noc" a etablovat České Budějovice jako destinaci pro kvalitní vícedenní pobyt s průměrnou délkou pobytu 2,5 dne.

Tento cíl představuje zásadní strategickou transformaci destinace z tranzitního bodu do plnohodnotného turistického cíle. Prodloužení průměrné délky pobytu z aktuálních 1,7 dne na 2,5 dne (prodloužený víkend) není pouze kvantitativním cílem, ale fundamentální změnou chování návštěvníků a jejich vnímání destinace. Každý dodatečný den pobytu multiplikuje ekonomický přínos – návštěvník, který stráví prodloužený víkend místo jedné noci, negeneruje pouze dvojnásobný příjem z ubytování, ale výrazně více utrácí za stravování, atraktivity, kulturní akce a další služby. Tato transformace vyžaduje vytvoření komplexního produktového portfolia (kultura + sport + příroda + gastronomie), které poskytne důvody k prodloužení pobytu na "prodloužený víkend", a zároveň systematickou práci s komunikací destinace jako místa, kde "jeden den nestačí".

Klíčové metriky: Průměrná délka pobytu 2,5 dne do roku 2028 (2024: 1,7 dne) | Podíl hostů s pobytem 2+ noci min. 55 % | Míra opakovaných návštěv min. 30 %

STRATEGICKÝ CÍL 2: KULTURNÍ EXCELENCE S TRVALÝM ODKAZEM EHMK 2028

Mise: Maximalizovat potenciál Evropského hlavního města kultury 2028 a vytvořit trvalé kulturní dědictví, které etabluje České Budějovice jako vlajkovou loď kulturního turismu v ČR.

EHMK 2028 není jednoroční akcí, ale katalyzátorem dlouhodobé transformace kulturní scény města s přímým dopadem na cestovní ruch. Legacy projekty EHMK musí přetrvat po roce 2028 – nové kulturní instituce (multifunkční kulturní centrum, kreativní hub), etablované festivaly mezinárodního významu a síť kulturních aktérů vytvoří udržitelnou

nabídku, která přiláká kulturního turistu po celý rok. Princip (PERMA)KULTURY – péče, propojování a tvoření – se stane součástí destinační identity a diferenciačním prvkem vůči konkurenci. Město využije investici 1,2 mld. Kč do kulturní infrastruktury nejen pro rok 2028, ale jako základní kámen pro pozici TOP 3 mimopražské destinace. Kreativní průmysly se etablují jako ekonomický sektor, který propojuje kulturu, vzdělávání a cestovní ruch.

Klíčové metriky: Min. 3 nové/modernizované kulturní instituce nadregionálního významu do roku 2028 | Min. 5 udržitelných legacy projektů EHMK připravených k realizaci po roce 2028 | Nárůst návštěvnosti kulturních akcí o 60 % (2026-2028)

STRATEGICKÝ CÍL 3: SPORTOVNÍ EXCELENCE – ČESKÁ JEDNIČKA PRO AKTIVNÍ CESTOVNÍ RUCH

Mise: Dosáhnout pozice TOP 3 destinace pro sportovní soustředění v České republice a etablovat sport jako pilíř turistické nabídky po celý rok.

Sport je klíčovým diferenciátorem destinace Budějovicko díky ideální kombinaci špičkové infrastruktury, přírodního prostředí (Vltava, cyklostezky, lesy) a dostupnosti služeb. Investice do sportovní infrastruktury (vodácké centrum České Vrbné, multifunkční hala, atletický stadion, další zařízení mezinárodního standardu) vytvoří materiální předpoklady pro přilákání reprezentačních soustředění, mezinárodních sportovních akcí a aktivních turistů. Sportovní cestovní ruch má vysokou útratovost (průměrně 2 100 Kč/den) a přináší návštěvnost i mimo hlavní sezónu – zejména v přechodných období a zimě. Systematická spolupráce se sportovními svazy, vytvoření sítě sportovních ambasadorů a propojení sportovních akcí s kulturní a gastronomickou nabídkou města posílí pozici Budějovicka jako destinace pro "aktivní dovolenou" s mezinárodním renomé.

Klíčové metriky: Pozice TOP 3 pro sportovní soustředění v ČR do roku 2028 | Min. 3 mezinárodní sportovní akce ročně od roku 2027 | Nárůst segmentu sportovní turista o 60 % (2026-2028)

STRATEGICKÝ CÍL 4: CELOROČNÍ DESTINACE S VYVÁŽENOU NABÍDKOU

Mise: Eliminovat sezónnost a vytvořit atraktivní celoroční nabídku, která zvýší zimní návštěvnost o 50 % a ekonomicky stabilizuje odvětví.

Sezónnost je jedním z největších problémů destinace – 65 % návštěvnosti se koncentruje do letních měsíců, zatímco zimní období (prosinec–únor) vykazuje dramatický pokles. Celoroční nabídka je klíčem k ekonomické udržitelnosti poskytovatelů služeb, stabilizaci zaměstnanosti v odvětví a efektivnímu využití investic do infrastruktury. Strategické rozložení eventů po celý rok (20 marketingových témat ročně dle Strategie DMO), posílení zimní nabídky (Advent, kulturní program EHMK, indoor sport, gastronomie), propojení školních prázdnin se specifickou nabídkou pro rodiny a targetování segmentů, které necestují v hlavní sezóně (senioři, MICE, kulturní turisté), vytvoří vyrovnaný kalendář akcí. Mimosezónní návštěvnost navíc znamená menší tlak na infrastrukturu, vyšší spokojenost místních i návštěvníků a příznivější ekonomické parametry.

Klíčové metriky: Nárůst zimní návštěvnosti o 50 % (2026-2028) | Vyrovnaný kalendář min. 20 marketingových témat ročně od roku 2027 | Mimosezónní přenocování min. 40 % z celkového počtu do roku 2028

STRATEGICKÝ CÍL 5: SYSTÉMOVÁ KOORDINACE MĚSTA A PROFESIONÁLNÍ DESTINAČNÍ MANAGEMENT

Mise: Vytvořit efektivní model spolupráce města a DMO s jasným rozdělením kompetencí, datově založeným rozhodováním a koordinací všech relevantních odborů magistrátu pro maximalizaci přínosů cestovního ruchu.

Cestovní ruch není agendou pouze jednoho odboru, ale průřezovým tématem, které vyžaduje koordinaci mezi Odborem kultury a cestovního ruchu, Odborem investic a majetku, Odborem dopravy, Odborem životního prostředí i dalšími. Město České Budějovice jako klíčový stakeholder destinace má zásadní roli v oblasti strategického plánování, investic do infrastruktury, vytváření podmínek pro podnikání v CR a koordinace s dalšími aktéry. DMO Budějovicko jako certifikovaná organizace destinačního managementu zodpovídá za operativní marketing, řízení produktů, práci s partnery a datově založené rozhodování. Jasné rozdělení kompetencí mezi městem (strategie + investice + koordinace) a DMO (marketing + produkty + data) při současné úzké spolupráci vytvoří efektivní model řízení destinace. Zavedení pravidelných koordinačních

mechanismů (čtvrtletní hodnocení KPI, meziodborové projektové týmy pro klíčové projekty, společný reporting) zajistí, že investice města do cestovního ruchu přinášejí měřitelný dopad.

Klíčové metriky: Zavedeny meziodborové koordinační mechanismy (čtvrtletní setkání, společné projekty) do roku 2026 | Systém datově založeného rozhodování implementován v rámci města i DMO do roku 2027 | Reinvestice min. 50 % výnosů z místního poplatku z pobytu do rozvoje CR | Jasně definované kompetence město vs. DMO v aktualizované Koncepci

PRIORITNÍ OBLASTI ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU 2026-2028

Ke splnění vize a strategických cílů je nutné pracovat na **3 vzájemně propojených prioritách**, které pokrývají celý hodnotový řetězec cestovního ruchu:

- **Priorita 1: Kulturní a sportovní infrastruktura**
- **Priorita 2: Produkty a marketing – tvorba komplexní nabídky**
- **Priorita 3: Informace, koordinace a řízení destinace**

PRIORITA 1: KULTURNÍ A SPORTOVNÍ INFRASTRUKTURA

Výchozí stav

Město disponuje základní turistickou infrastrukturou, avšak chybí moderní kulturní a sportovní zařízení mezinárodního standardu. Projekt EHMK 2028 přináší unikátní příležitost k transformaci kulturní scény, současně pokračují investice do sportovní infrastruktury. Absence komplexních ubytovacích kapacit vyšší kategorie a kongresových prostor limituje potenciál MICE segmentu a skupinového cestovního ruchu.

Cílový stav 2028

České Budějovice disponují **modernizovanou kulturní a sportovní infrastrukturou světové úrovně**, která vytváří materiální předpoklady pro pozici TOP 3 mimopražské destinace. Nové kulturní instituce z projektu EHMK 2028 (multifunkční kulturní centrum, kreativní hub) fungují jako magnety pro kulturní turisty. Sportovní infrastruktura mezinárodního standardu (vodácké centrum České Vrbné, multifunkční hala, atletický stadion) přitahuje reprezentační soustředění a mezinárodní sportovní akce. Ubytovací kapacity vyšší kategorie pokrývají poptávku po kvalitním ubytování pro rodiny i skupinový cestovní ruch.

Klíčové oblasti intervence:

- Kulturní infrastruktura EHMK 2028 (legacy projekty)
- Sportovní zařízení mezinárodního standardu
- Ubytovací kapacity (kvalita i kvantita)
- Veřejná prostranství a turistické atraktivity
- Dopravní dostupnost a vstupní brány města

1.1 Opatření: Turistické využití kulturní infrastruktury EHMK 2028

Nově vznikající kulturní infrastruktura spojená s projektem EHMK 2028 bude sloužit k rozvoji kulturního cestovního ruchu.

1.1.1 Aktivita: Zapojení kulturní infrastruktury EHMK do produktů cestovního ruchu

Cílem je, aby se objekty staly **součástí zážitku**, ne pouze „budovami“.

Indikátor:

- Počet kulturních institucí EHMK zapojených do produktu "Kulturní mozaika" (cíl: min. 5)
- Počet produktových balíčků zahrnujících nové kulturní objekty EHMK (cíl: min. 3)

Nositelé:

- **DMO Českobudějovicko – Hlubocko** (hlavní nositel – tvorba produktových balíčků, koordinace zapojení institucí)
- **Odbor kultury a cestovního ruchu Magistrátu** (koordinace s kulturními institucemi)
- **Kulturní instituce EHMK** (poskytují obsah, kapacity a programovou nabídku pro produkty)
- **Koordinátor projektu EHMK 2028** (zajišťuje soulad s projektem EHMK, poskytuje informace o nových institucích)
- **Ubytovací a gastronomická zařízení** (partneři v produktových balíčcích)

1.1.2 Aktivita: Atraktivní prezentace nových kulturních objektů v rámci nabídky města

Cílem je, aby nové instituce nebyly prezentovány izolovaně, ale jako součást „nové kulturní tváře města“.

Indikátor:

- Počet komunikačních kanálů využívajících jednotnou prezentaci kulturních objektů EHMK (cíl: min. 5 - web města, DMO, TIC, sociální sítě, tisk)
- Počet zmínek o nových kulturních objektech v médiích (cíl: min. 30 ročně)

Nositelé:

- **DMO Českobudějovicko – Hlubocko** (hlavní nositel – komunikační strategie, kampaně, koordinace prezentace)
- **Odbor kultury a cestovního ruchu Magistrátu** (schvalování komunikace, koordinace s médii)
- **Oddělení komunikace Magistrátu** (tvorba obsahů pro weby, sociální sítě města)
- **Koordinátor projektu EHMK 2028** (poskytování informací o nových institucích, koordinace značky EHMK)
- **TIC** (distribuce informací návštěvníkům, zpětná vazba od turistů)
- **Kulturní instituce EHMK** (poskytují vizuály, programové informace, spolupráce na propagaci)

1.2 Opatření: Využití městských volnočasových areálů pro cestovní ruch

Cílem opatření je jejich systematické zapojení do turistické nabídky města, jednotné představení jako volnočasových zón pro návštěvníky a **zvýraznění jejich specifických možností** v rámci cestovního ruchu. Opatření se zaměřuje jak na **nově revitalizované areály** (KD Slavia, Háječek, Slunečný ostrov), tak na **stávající volnočasová místa** (Sokolák, Malák, sportovní areál Vltava, Stromovka a další), které dosud nejsou systematicky prezentovány jako součást turistické nabídky. Propojením těchto areálů do jednotné kategorie "městských volnočasových zón" se vytvoří komplexní nabídka pro různé typy návštěvníků.

1.2.1 Aktivita: Vytvoření jednotné prezentace volnočasových areálů pro návštěvníky

Prezentovat tyto tři areály jako součást jedné logické kategorie – „městské volnočasové zóny“, které nabízí **různé typy zážitků** (kultura, relax, open-air aktivity).

Společná stránka/sekce na webu, mapa volnočasových zón, vizuální sjednocení.

Indikátor:

- Počet vytvořených map volnočasových zón (tištěná + digitální, cíl: min. 2)
- Počet distribučních míst map volnočasových zón (TIC, ubytování, areály samotné, cíl: min. 20)

Nositelé:

- **DMO Českobudějovicko – Hlubocko** (hlavní nositel – tvorba prezentace, map, webového obsahu)
- **Odbor kultury a cestovního ruchu Magistrátu** (koordinace s provozovateli areálů)
- **Provozovatelé areálů** – KD Slavia, Háječek, Slunečný ostrov (poskytují informace o areálech, spolupráce na vizuálním sjednocení)
- **Oddělení komunikace Magistrátu** (zapracování do webu města, tvorba obsahů)
- **Odbor investic a majetku** (koordinace vizuálního sjednocení v areálech)

1.2.2 Aktivita: Systematické začlenění nově revitalizovaných areálů do existující sítě turistických tras

Areály jako **KD Slavia, Háječek, Slunečný ostrov** budou součástí doporučených odpoledních a víkendových programů – například: „Volnočasová trasa podél Vltavy“, „Kultura a relax ve městě“.

Indikátor:

- Počet turistických tras zahrnujících volnočasové areály (cíl: min. 3)

Nositelé:

- **DMO Českobudějovicko – Hlubocko** (hlavní nositel – tvorba tras, mapování, integrace do turistické nabídky)
- **Odbor kultury a cestovního ruchu Magistrátu** (schvalování tras, koordinace s dopravou)
- **Provozovatelé areálů** (poskytují informace o možnostech využití, programu)
- **TIC** (prezentace tras návštěvníkům, distribuce map)
- **Odbor dopravy** (konzultace napojení tras na MHD a cyklostezky)

1.2.3 Aktivita: Posílení jednotné informovanosti návštěvníků o možnostech využití areálů

Aktivita se zaměřuje na **základní srozumitelné informace** (dostupnost, možnosti využití, tipy, provozní časy, dostupnost služeb). Podávané formou – infopanelů, webové komunikace, doporučení na TIC, mapy.

Indikátor:

- Počet instalovaných infopanelů ve volnočasových areálech (cíl: min. 1 v každém areálu)
- Aktualizace informací o areálech na webu města a DMO + sociální sítě
- Doplnění navigačního systému města

Nositelé:

- **DMO Českobudějovicko – Hlubocko** (hlavní nositel – tvorba informačních materiálů, webový obsah, aktualizace)
- **Provozovatelé areálů** (instalace infopanelů, poskytování aktuálních informací, provozní doby)
- **Odbor kultury a cestovního ruchu Magistrátu** (koordinace komunikace, financování infopanelů)
- **TIC** (distribuce materiálů, poskytování informací návštěvníkům)
- **Oddělení komunikace Magistrátu** (správa webových stránek města, sociální sítě)

1.3 Opatření: Turistické využití sportovní infrastruktury mezinárodní úrovně

Cílem je využití potenciálu sportovní infrastruktury pro **přilákání sportovních návštěvníků, účastníků sportovních eventů a reprezentací.** Opatření se zaměřuje na jejich systematické zapojení do cestovního ruchu a vytvoření jasné návštěvnické nabídky pro sportovní segment.

1.3.1 Aktivita: Vytvoření přehledné prezentace sportovní infrastruktury pro návštěvníky a sportovní týmy

Cílem je poskytnout stručný, jednotný **přehled možností** — jaké sporty lze v Budějovicích provozovat, kde jsou sportoviště, jaké mají parametry, kdo je provozuje, jaké služby jsou v okolí. Jde o vytvoření „sportovní karty města“ pro návštěvníky a potenciální sportovní akce.

Indikátor:

- Počet sportovišť zahrnutých do prezentace (cíl: min. 10)
- Dostupnost sportovní karty v min. 3 jazycích (CZ, EN, DE)

Nositelé:

- **DMO Českobudějovicko – Hlubocko** (hlavní nositel – tvorba "sportovní karty města", prezentace, jazykové mutace)
- **Odbor kultury a cestovního ruchu Magistrátu** (koordinace se sportovními subjekty, schvalování)
- **Provozovatelé sportovišť** (poskytují parametry zařízení, kapacity, služby, fotografie)
- **Sportovní svazy a kluby** (konzultace potřeb sportovních týmů, feedback)
- **TIC** (distribuce sportovní karty, poskytování informací sportovním týmům)
- **SZCB – Sportovní zařízení města ČB**

1.3.2 Aktivita: Integrace sportovních areálů do nabídky cestovního ruchu

Sportoviště budou součástí turistické nabídky z hlediska **volnočasových aktivit návštěvníků** (rekreační sport). Může jít o tipy pro běh, cyklo, vodní aktivity, nebo rodinné volnočasové možnosti využívající existující sportovní zázemí. Jednotlivé trasy se mohou odlišit zejména prostředím, „Městská poznávací trasa“ bude zahrnovat cyklostezky v zastavěných částech města, zatímco „Přírodní odpočinková trasa“ povede přes méně frekventované cyklostezky v okrajových částech města.

Indikátor:

- Počet doporučených rekreačních sportovních tras/aktivit na webu města (cíl: min. 8 - běh, cyklo, vodní sporty)
- Počet produktových balíčků zahrnujících sportovní aktivity (cíl: min. 3)

Nositelé:

- **DMO Českobudějovicko – Hlubocko** (hlavní nositel – tvorba rekreačních tras, produktových balíčků, integrace do Buďkarty)
- **Odbor kultury a cestovního ruchu Magistrátu** (koordinace s odbory dopravy a životního prostředí)
- **Provozovatelé sportovišť** (nabídka rekreačního využití, ceník služeb)
- **Odbor dopravy** (mapování cyklotras, běžeckých tras)
- **Odbor životního prostředí** (koordinace tras v přírodním zázemí města)
- **Ubytovací zařízení** (partneři v produktových balíčcích)

1.3.3 Aktivita: Podpora sportovních akcí s potenciálem návštěvnosti

Zapojení sportovních akcí do turistické nabídky, podpora jejich propagace a poskytování informací návštěvníkům. Cílem je **zvýšit turistický efekt sportu**.

Indikátor:

- Počet podpořených sportovních akcí s turistickým potenciálem (cíl: min. 10 ročně)
- Průměrná délka pobytu účastníků sportovních akcí (cíl: 2,5 dne)

Nositelé:

- **Odbor kultury a cestovního ruchu Magistrátu** (hlavní nositel – finanční podpora akcí, schvalování)
- **DMO Českobudějovicko – Hlubocko** (propagace sportovních akcí, koordinace kalendáře akcí, měření dopadu)
- **Pořadatelé sportovních akcí** (organizace akcí, poskytování informací)
- **Provozovatelé sportovišť** (poskytování kapacit pro akce)
- **TIC** (informace pro účastníky a diváky)
- **Ubytovací zařízení** (nedílná součást pořádaných akcí)

1.4 Opatření: Zlepšení turistického využití MICE kapacit a vhodných ubytovacích kapacit pro tento segment

Cílem opatření je podpořit lepší dostupnost informací pro organizátory i účastníky, zvýšit zapojení ubytovacích zařízení do servisu pro MICE návštěvníky a posílit prezentaci města jako atraktivní kongresové destinace.

1.4.1 Aktivita: Aktualizace MICE kapacit

Cílem je vytvořit strukturovaný souhrn **ubytovacích zařízení**, **která splňují parametry vhodné pro MICE segment** + **kongresových služeb** (salonek, technické vybavení, dostupnost, počet lůžek, stravování, parkování, případné certifikace) a **doplňkových služeb** (doprovodné programy, aktivity, průvodcovské služby, transfery). Přehled bude určen organizátorům akcí i firemním klientům.

Indikátor:

- Počet ubytovacích zařízení zahrnutých do přehledu MICE kapacit (cíl: min. 5)
- Vytvoření strukturovaného katalogu MICE ubytování

Nositelé:

- **SBCB** (hlavní nositel – hlavní podpora při plánování a realizaci MICE akcí v Jihočeském kraji)
- **DMO Českobudějovicko – Hlubocko** (tvorba katalogu, sběr dat, zpřístupnění na webu)
- **Odbor kultury a cestovního ruchu Magistrátu** (koordinace s ubytovacími zařízeními)
- **Ubytovací zařízení** (poskytují parametry, technické vybavení, kapacity, fotografie)
- **TIC** (distribuce katalogu, konzultace s organizátory MICE akcí)
- **Konferenční centra** (poskytují informace o kongresových kapacitách)

1.4.2 Aktivita: Koordinace doplňkových služeb pro účastníky MICE akcí

Koordinace **přípravy komplexní nabídky doplňkových služeb** pro účastníky MICE akcí a Bleisure návštěvníky na pracovních cestách, prostřednictvím spolupráce ubytovacích zařízení, gastronomických subjektů, pivovarů, kulturních institucí a dalších poskytovatelů služeb. Aktivita zahrnuje například doporučené restaurace, doprovodné kulturní programy, firemní teambuildingy ve sportovních zařízeních, prohlídky pivovarů, shuttle služby v rámci města či doporučené večerní aktivity. Jedná se o **rozšíření komfortu účastníků** MICE a zároveň **podpory jejich pohybu po městě**.

Indikátor:

- Počet ubytovacích zařízení nabízejících standardizované doplňkové služby pro MICE (cíl: min. 5)
- Vytvořený MICE materiál města
- Vytvořen katalog doplňkových služeb pro MICE účastníky
- Spokojenost organizátorů MICE akcí s doplňkovými službami (cíl: min. 80 %)

Nositelé:

- **DMO Českobudějovicko – Hlubocko** (hlavní nositel – koordinace přípravy služeb, tvorba katalogu doporučení)
- **Ubytovací zařízení** (tvorba a poskytování doplňkových služeb, balíčků)

- **Odbor kultury a cestovního ruchu Magistrátu** (koordinace s dalšími subjekty, standard kvality)
- **Gastronomické subjekty** (spolupráce na doporučeních, cateringové služby)
- **Pivovary** – Budvar, Samson, minipivovary (firemní prohlídky, teambuildingy, degustace)
- **Poskytovatelé dopravních služeb** (shuttle služby, taxi)
- **Kulturní instituce** (doprovodné programy pro účastníky MICE)
- **Sportovní zařízení** (teambuildingy, sportovní aktivity)
- **SBCB**
- **Výstaviště ČB**

1.4.3 Aktivita: Prezentace města jako vhodné destinace pro MICE

Aktivita se zaměřuje na jasné pojmenování toho, **co může město nabídnout** — existující kapacity, dostupné konferenční prostory, návazné služby, možnosti programu ve městě, výhody pro organizátory.

Indikátor:

- Vytvoření samostatné sekce MICE na webu města/DMO
- Počet komunikačních kampaní zaměřených na MICE segment (cíl: min. 2 ročně)
- Počet realizovaných MICE akcí v destinaci (cíl: min. 25 ročně)

Nositelé:

- **DMO Českobudějovicko – Hlubocko** (hlavní nositel – tvorba MICE sekce na webu, komunikační kampaně, targeting)
- **Odbor kultury a cestovního ruchu Magistrátu** (koordinace městské podpory MICE, financování kampaní)
- **Oddělení komunikace Magistrátu** (zapracování MICE sekce do webu města)
- **Ubytovací zařízení a konferenční centra** (poskytují podklady, spolupráce na propagaci)
- **TIC** (informace pro organizátory, zprostředkování kontaktů)
- **Czech Convention Bureau** (národní propagace, konzultace standardů)

1.5 Opatření: Posílení návštěvnické funkce pivovarnické infrastruktury

Cílem tohoto opatření je zajistit, aby pivovarnická infrastruktura města — pivovar Budvar s návštěvnickým centrem, historický pivovar Samson a síť minipivovarů — byla snadno dostupná, přehledně prezentovaná a plně integrovaná do turistické nabídky města.

1.5.1 Aktivita: Zlepšení dopravní dostupnosti a orientace k hlavním pivovarům

Zajistit, aby návštěvníci mohli snadno a pohodlně dorazit k pivovaru Budvar, Samsonu a dalším pivovarnickým lokalitám různými druhy dopravy (MHD, pěšky, cyklo, auto).

Aktivita zahrnuje:

- Posílení informací o MHD spojení k pivovarům (přímé spoje, frekvence, označení zastávek)
- Zlepšení pěší a cyklistické navigace z centra města k pivovarům
- Jasné dopravní značení pro automobilovou dopravu, včetně parkování
- Zřízení orientačních prvků na klíčových křižovatkách tras
- Možnost lodní dopravy k pivovaru Samson (možnost využití lístku MHD)

Indikátor:

- Počet nových/aktualizovaných orientačních prvků směřujících k pivovarům (cíl: min. 10)
- Realizace označení MHD zastávek s vazbou na pivovary
- Koncept dopravní dostupnosti k pivovarům pro pěší a cyklo
- Vytvoření pěší a cyklistické navigace k pivovarům (počet navazujících bodů, cíl: min. 8)

Nositelé:

- **Odbor dopravy Magistrátu** (hlavní nositel – dopravní značení, koordinace MHD, parkování)
- **DMO Českobudějovicko – Hlubocko** (turistická navigace, pěší a cyklistické trasy, orientační prvky)
- **Odbor kultury a cestovního ruchu Magistrátu** (koordinace turistické infrastruktury, financování)
- **DPMČB** (označení zastávek MHD, informace o spojích k pivovarům)

- **Pivovary** – Budvar, Samson, minipivovary (konzultace přístupnosti, parkovacích možností)
- **Odbor investic a majetku** (instalace orientačních prvků na městských pozemcích)

1.5.2 Aktivita: Integrace pivovarů do turistických map, tras a informačních materiálů města

Pivovary budou systematicky zahrnuty do všech relevantních turistických materiálů jako samostatná kategorie atraktivit.

Aktivita zahrnuje:

- Zvýraznění pivovarů v oficiálních turistických mapách města (tištěných i digitálních)
- Vytvoření tematické "pivní trasy" propojující Budvar, Samson a minipivovary
- Začlenění pivovarů do doporučených programů na webu města a v materiálech TIC
- Provázání s destinační kartou Buďkarta

Indikátor:

- Zvýraznění pivovarů jako samostatné kategorie v turistických mapách + součásti produktu gastro
- Zapojení pivovarů do destinační karty Buďkarta (cíl: min. 4)

Nositelé:

- **Odbor kultury a cestovního ruchu Magistrátu** (hlavní nositel – koordinace prezentace, schvalování tras)
- **DMO Českobudějovicko – Hlubocko** (tvorba pivní trasy, map, integrace do Buďkarty, propagace)
- **Pivovary** – Budvar, Samson, minipivovary (poskytují informace o prohlídkách, kapacitách, vstupech do Buďkarty)
- **TIC** (distribuce map, prezentace pivní trasy návštěvníkům)
- **Oddělení komunikace Magistrátu** (zapracování do webových stránek města)

1.5.3 Aktivita: Koordinace prezentace pivovarnické nabídky města pro návštěvníky

Vytvořit jednotný přehled pivovarnické nabídky města, který návštěvníkům usnadní orientaci a plánování návštěvy.

Aktivita zahrnuje:

- Sestavení přehledu provozních dob, typů prohlídek a rezervačních možností jednotlivých pivovarů
- Koordinace s provozovateli pivovarů na aktualizaci informací pro návštěvníky
- Prezentace pivovarnické nabídky jako ucelené kategorie v komunikačních kanálech města a DMO
- Propojení s gastronomickým produktem "Budějovice plné chuti"

Indikátor:

- Vytvoření jednotného přehledu pivovarnické nabídky (provozní doby, typy prohlídek, kapacity, ceny, rezervace)
- Počet pivovarů zapojených do koordinované prezentace (cíl: min. 4)
- Propojení s produktem "Budějovice plné chuti"

Nositelé:

- **DMO Českobudějovicko – Hlubocko** (hlavní nositel – tvorba jednotného přehledu, koordinace aktualizace, propojení s produkty)
- **Pivovary** – Budvar, Samson, minipivovary (poskytují aktuální informace – provozní doby, typy prohlídek, rezervace, ceny)
- **Odbor kultury a cestovního ruchu Magistrátu** (koordinace spolupráce, facilitace jednání s pivovary)
- **TIC** (distribuce informací, příjem rezervací, zpětná vazba od návštěvníků)
- **Gastronomické subjekty** (propojení s produktem "Budějovice plné chuti")

1.6 Opatření: Zajištění přehledné orientace návštěvníků na hlavních příjezdových bodech do města

Cílem opatření je zajistit, aby hlavní příjezdové body do Českých Budějovic (vlakové nádraží, autobusové nádraží, hlavní silniční tahy do města, přístaviště, letiště) disponovaly přehlednou, srozumitelnou návštěvnickou orientací a jasným napojením na centrum města a hlavní turistické trasy.

1.6.1 Aktivita: Sjednocení základních orientačních prvků na hlavních příjezdových bodech (auto, vlak, autobus, loď, letadlo)

Zajistit, aby všechny klíčové příjezdové body nabízely návštěvníkům základní, jednotně strukturovanou sadu informací: směr do centra a k hlavním turistickým lokalitám, směr k nejbližšímu TIC, jednoduché jazykové mutace (angličtina, němčina).

Indikátor:

- Počet příjezdových bodů se standardizovanými orientačními prvky (cíl: 5 - vlak, autobus, hlavní silnice, letiště, přístaviště)
- Počet jazykových mutací orientačních prvků (cíl: min. 3 - CZ, EN, DE)

Nositelé:

- **Odbor kultury a cestovního ruchu Magistrátu** (hlavní nositel – koordinace realizace, financování, standard orientačních prvků)
- **DMO Českobudějovicko – Hlubocko** (návrh orientačních prvků, grafika, jazykové mutace, obsahy)
- **Odbor dopravy Magistrátu** (koordinace u silničních tahů)
- **Odbor investic a majetku** (instalace orientačních prvků na městských pozemcích)
- **Provozovatelé příjezdových bodů** – ČD, ČSAD Jihotrans, letiště, přístaviště (konzultace umístění, povolení instalace)

1.6.2 Aktivita: Posílení dostupnosti základních návštěvnických informací u provozovatelů jednotlivých příjezdových bodů

Aktivita se zaměřuje na spolupráci s provozovateli příjezdových bodů (ČD, ČSAD Jihotrans, správci silniční infrastruktury, provozovatel letiště, provozovatel přístaviště) s cílem:

- Zajistit dostupnost základních turistických informačních materiálů na místě (mapy, brožury, aktuální tipy)
- Umožnit návštěvníkům získat základní orientační informace od personálu nebo prostřednictvím info-panelů
- Zřízení QR kódů pro rychlý přístup k online informacím (mapa města, dopravní spojení, aktuální akce)

Indikátor:

- Počet provozovatelů aktivně spolupracujících na poskytování informací (cíl: min. 4)
- Instalace QR kódů pro online informace na všech příjezdových bodech

Nositelé:

- **DMO Českobudějovicko – Hlubocko** (hlavní nositel – příprava turistických materiálů, QR kódů, koordinace aktualizace)
- **Odbor kultury a cestovního ruchu Magistrátu** (koordinace spolupráce s provozovateli, financování)
- **Provozovatelé příjezdových bodů** – ČD, ČSAD Jihotrans, správci silniční infrastruktury, letiště, přístaviště (distribuce materiálů, poskytování informací personálem, umístění info-panelů)
- **TIC** (poskytování aktuálních materiálů pro distribuci, konzultace obsahu)
- **Oddělení komunikace Magistrátu** (technická správa QR kódů, provázání na webové stránky)

PRIORITA 2: PRODUKTY A MARKETING – TVORBA KOMPLEXNÍ NABÍDKY

Výchozí stav

Destinace trpí rozptýlenou nabídkou bez jasného zaměření na konkrétní cílové skupiny. Chybí ucelené produktové balíčky, které by poskytly návštěvníkům důvody k prodloužení pobytu na prodloužený víkend. Marketingová komunikace není dostatečně koordinovaná mezi městem, DMO a soukromými aktéry. Destinační karta Buďkarta sice existuje, ale její využití je minimální a není dostatečně známá ani u místních poskytovatelů služeb, ani u návštěvníků.

Cílový stav 2028

České Budějovice nabízejí **portfolio ucelených turistických produktů** pro jasně definované cílové skupiny (kulturní turista, sportovní turista, rodiny, gastronomičtí nadšenci), které prodlužují pobyt na minimum 2,5 dne. **Tři vlajkové produkty** jsou etablovány a aktivně marketingově podporovány:

1. **Kulturní mozaika** – propojení kulturních institucí, festivalů a projektů EHMK do celoročního programu s mezinárodním přesahem
2. **Aktivní Budějovice** – komplexní nabídka vodáckých, cyklistických a outdoorových aktivit využívající jedinečného potenciálu řeky Vltavy a přírodního zázemí města
3. **Budějovice plné chuti** – gastronomický produkt propojující pivovarnictví (Budvar, minipivovary), lokální gastronomii, kavárny a food festivaly do autentického zážitku

Destinační karta Buďkarta je etablována jako klíčový nástroj pro návštěvníky – min. 30 % turistů ji aktivně využívá, propojuje min. 40 partnerů (atraktivity, ubytování, gastronomie, služby) a generuje měřitelný ekonomický přínos pro zapojené subjekty. Marketingová komunikace je koordinovaná, datově řízená a zaměřená na prioritní zdrojové trhy.

Klíčové oblasti intervence:

- Rozvoj a etablování 3 vlajkových produktů (Kulturní mozaika, Aktivní Budějovice, Budějovice plné chuti)
- Posílení destinační karty Buďkarta (awareness, počet partnerů, využití)
- Produktové balíčky pro prodloužení pobytu na 2,5 dne
- Koordinovaná marketingová komunikace město – DMO – partneři
- Online viditelnost a rezervační systémy

2.1 Opatření: Etablování tří vlajkových turistických produktů

Tři vlajkové produkty – **Kulturní mozaika**, **Aktivní Budějovice** a **Budějovice plné chuti** – představují klíčový nástroj pro vytvoření silné, jasně čitelné a celoroční turistické nabídky. Každý z nich cílí na specifické segmenty návštěvníků, podporuje prodloužení délky pobytu a pomáhá budovat jedinečný charakter destinace.

2.1.1 Aktivita: Definice struktury a hlavních prvků každého vlajkového produktu

Každý produkt musí mít jasně vymezený obsah, hlavní zážitkové prvky a cílové skupiny, aby bylo možné produkty předvídatelně rozvíjet a komunikovat.

Aktivita zahrnuje:

- popis jádra produktu (co je podstata zážitku)
- určení primárních cílových segmentů
- výběr hlavních zapojených subjektů a atraktivit
- určení sezónnosti (celoroční, zimní, letní)
- Zaměření na stávající nižší sezóny

Indikátor:

- Počet identifikovaných hlavních subjektů/atraktivit pro každý produkt (cíl: min. 10 na produkt)
- Počet definovaných cílových segmentů pro každý produkt (cíl: min. 2 primární segmenty na produkt)

Nositelé:

- **DMO Českobudějovicko – Hlubocko** (hlavní nositel – tvorba definice produktů, identifikace zážitkových prvků, segmentace)
- **Odbor kultury a cestovního ruchu Magistrátu** (koordinace, schvalování struktury, zajištění souladu se strategií)
- **Kulturní instituce** (poskytují vstupy pro produkt Kulturní mozaika)
- **Provozovatelé sportovní infrastruktury** (vstupy pro Aktivní Budějovice)
- **Gastronomické subjekty a pivovary** (vstupy pro Budějovice plné chuti)
- **Koordinátor EHMK 2028** (konzultace kulturních prvků)

2.1.2 Aktivita: Zapojení partnerů do struktury vlajkových produktů a jejich funkcí

Úspěch vlajkových produktů závisí na tom, aby místní kulturní instituce, sportovní provozovatelé, gastronomické subjekty a další partneři věděli, **jakou roli v produktu hrají**.

Aktivita zahrnuje:

- identifikaci subjektů vhodných k zapojení
- jasné vymezení jejich pozice v produktu (hlavní prvek, doplňkový prvek, sezónní prvek)
- sjednocení základních pravidel participace
- vytvoření minimálních standardů zapojení (např. kvalita služby, dostupnost informací)

Indikátor:

- Počet partnerů zapojených do vlajkových produktů celkem (cíl: min. 30)
- Rozdělení: Kulturní mozaika min. 10 partnerů, Aktivní Budějovice min. 10 partnerů, Budějovice plné chuti min. 10 partnerů
- Vytvoření dokumentu s pravidly participace a minimálními standardy zapojení

Nositelé:

- **DMO Českobudějovicko – Hlubocko** (hlavní nositel – koordinace zapojení partnerů, komunikace rolí, definice standardů)
- **Odbor kultury a cestovního ruchu Magistrátu** (koordinace s městskými organizacemi, schvalování pravidel)
- **Partneři vlajkových produktů** – kulturní instituce, sportovní zařízení, gastronomie, ubytování (aktivní zapojení, dodržování standardů)
- **TIC** (zprostředkování komunikace s partnery, sběr zpětné vazby)

2.1.3 Aktivita: Sjednocení prezentace vlajkových produktů napříč destinačními platformami

Zavedené produkty musí být prezentovány jednotně a konzistentně bez ohledu na to, kde je návštěvník vidí. Cílem aktivity je zvýšení vizibility a dosahů.

Aktivita zahrnuje:

- jednotný popis produktů pro weby, TIC, katalogy, partnery
- jasný, srozumitelný narativ produktu (co to je, pro koho to je, proč to je)
- základní sjednocený graficko – obsahový standard, který budou partneři používat

Indikátor:

- Vytvoření grafického manuálu pro prezentaci vlajkových produktů
- Počet platforem využívajících sjednocenou prezentaci produktů (cíl: min. 6 - web města, web DMO, TIC, katalogy, sociální sítě, partnerské weby)
- Podíl partnerů používajících sjednocený graficko-obsahový standard (cíl: min. 70 %)

Nositelé:

- **DMO Českobudějovicko – Hlubocko** (hlavní nositel – tvorba narativu, grafického standardu, koordinace prezentace)
- **Oddělení komunikace Magistrátu** (zapracování do komunikace města, web, sociální sítě)
- **Odbor kultury a cestovního ruchu Magistrátu** (schvalování komunikace, koordinace s partnery)
- **Partneři vlajkových produktů** (aplikace sjednoceného standardu ve své komunikaci)
- **TIC** (prezentace produktů návštěvníkům podle jednotného narativu)
- **Externí agentura** (případná tvorba grafického manuálu a vizuálů)

2.2 Opatření: Posílení destinační karty Buďkarta a zvýšení jejího využití

Cílem opatření je modernizovat koncept Buďkarty tak, aby **motivovala návštěvníky k delším pobytům, aktivnímu objevování města a vyšší spotřebě v místní ekonomice**. Rozšířený aktualizovaný model by měl být založen na **mechanismu sbírání bodů** za **návštěvu atraktivit, splnění vybraných úkolů či absolvování aktivit** a zároveň by měl odměňovat každou další noc strávenou ve městě. Nasbírané body bude možné směnit za výhody – od zvýhodněných vstupů až po dopravu či benefity u zapojených partnerů. Buďkarta se tak stane motivátorem, který **posiluje ekonomický přínos turismu, podněcuje delší pobyty, opakované návštěvy a podporuje zapojené aktéry cestovního ruchu**.

2.2.1 Aktivita: Vytvoření bodového systému Buďkarty motivující návštěvníky k delšímu pobytu a aktivnímu objevování města

Přechod od modelu slev k modelu sbírání bodů, který podporuje zapojení návštěvníků a prodlužuje délku pobytu.

Aktivita zahrnuje:

- definici principů sběru bodů za návštěvu atraktivit, kulturních institucí, akcí, vykonání sportovních aktivit či absolvování doporučených tras
- zapracování motivačního bonusu za každou další noc strávenou v ubytování zapojeném do systému
- nastavení základních pravidel pro získávání a následné uplatňování bodů
- zvýšení práce se zpětnou vazbou

Indikátor:

- Zpracování funkční specifikace bodového systému (pravidla sběru, uplatňování bodů)
- Počet typů aktivit, za které lze získat body (cíl: min. 6 - návštěva atraktivit, kulturní akce, sportovní aktivity, trasy, ubytování, speciální úkoly)
- Nastavení motivačního bonusu za každou další noc (konkrétní počet bodů definován)

Nositelé:

- **DMO Českobudějovicko – Hlubocko** (hlavní nositel – koncepce bodového systému, pravidla, koordinace implementace)
- **Odbor kultury a cestovního ruchu Magistrátu** (schvalování systému, financování vývoje)
- **IT dodavatel/vývojář** (technická realizace bodového systému, aplikace/webové rozhraní)
- **Partneři Buďkarty** – atraktivity, ubytování, pořadatelé akcí, gastro (konzultace nastavení bodů, testování)

2.2.2 Aktivita: Zapojení partnerů do systému Buďkarty a definování jejich benefitů

Karta musí být výhodná nejen pro návštěvníky, ale i pro podnikatele, kteří na ní participují.

Aktivita zahrnuje:

- identifikaci poskytovatelů služeb, kteří se mohou zapojit (atraktivity, gastro, ubytování, doplňkové služby, dopravní podnik, pořadatelé akcí)
- sjednocení principů zapojení (typ přínosu pro partnera, typ odměny pro návštěvníka – každý subjekt může navrhnout **vlastní možnosti sběru a následného využití návštěvnických bodů v rámci jeho podnikatelské činnosti**)

- definici benefitů, které lze získat za body (např. zvýhodněné vstupy, přednostní přístup, vouchery, benefity v MHD nebo parkování).

Indikátor:

- Počet partnerů zapojených do systému Buďkarty (cíl: min. 40)
- Počet definovaných typů benefitů pro návštěvníky (cíl: min. 5 různých typů výhod)
- Podíl partnerů spokojených se systémem zapojení (cíl: min. 75 %)

Nositelé:

- **DMO Českobudějovicko – Hlubocko** (hlavní nositel – komunikace s partnery, nastavení principů zapojení, koordinace benefitů)
- **Odbor kultury a cestovního ruchu Magistrátu** (koordinace s městskými organizacemi, facilitace jednání)
- **Partneři Buďkarty** – poskytovatelé služeb (definice vlastních benefitů, aktivní participace)
- **DPMČB** (zapojení MHD benefitů do systému)

2.2.3 Aktivita: Pilotní ověření a testování rozšířenou podobou Buďkarty

Před využíváním nové formy Buďkarty jako klíčového podpůrného produktu destinace je nutné ji řádně otestovat, prakticky ověřit v menším měřítku.

Aktivita zahrnuje:

- pilotní testování na vybraných typech návštěvníků (kulturní turisté, aktivní turisté, rodiny)
- ověření funkčnosti bodového systému, atraktivity benefitů na obou stranách a srozumitelnosti ovládání
- vyhodnocení dopadu na délku pobytu a návštěvnické chování
- případné úpravy systému před plným zavedením

Indikátor:

- Realizace pilotního testování (trvání min. 3 měsíce)
- Počet testovacích návštěvníků zapojených do pilotu (cíl: min. 200)
- Míra spokojenosti testovacích návštěvníků s Buďkartou (cíl: min. 75 %)

Nositelé:

- **DMO Českobudějovicko – Hlubocko** (hlavní nositel – koordinace pilotu, sběr dat, vyhodnocení, úpravy systému)
- **Odbor kultury a cestovního ruchu Magistrátu** (koordinace s partnery, financování pilotu)
- **Partneři zapojení do pilotu** (poskytování služeb, zpětná vazba, technické testování)
- **IT dodavatel** (technická podpora během pilotu, průběžné úpravy)
- **TIC** (distribuce karet během pilotu, sběr zpětné vazby od návštěvníků)

- **Externí evaluátor** (případné nezávislé vyhodnocení dopadu pilotu)

2.3 Opatření: Koordinovaná marketingová komunikace města, DMO a partnerů

Cílem opatření je nastavit jasné role všech zapojených subjektů, zavést jednotné komunikační standardy a vizuální identitu, vytvořit sdílené nástroje a postupy a zajistit, aby marketing byl datově řízený a vzájemně provázaný.

2.3.1 Aktivita: Zavedení jednotných pravidel marketingové komunikace destinace

Nastavení základního rámce pro všechny subjekty, definování komunikačního stylu, vytvoření standardů pro sdílení informací o událostech a produktech destinace. Vymezení kompetencí jednotlivých subjektů.

Indikátor:

- Vytvoření dokumentu s jednotnými pravidly marketingové komunikace (komunikační manuál)
- Definice kompetencí jednotlivých subjektů (město vs. DMO vs. partneři)
- Počet subjektů, které přijaly a aplikují jednotná pravidla (cíl: min. 15 klíčových partnerů)
- Zavedení pravidelných koordinačních setkání k marketingu (cíl: min. 2x ročně)

Nositelé:

- **DMO Českobudějovicko – Hlubocko** (hlavní nositel – tvorba komunikačních pravidel, koordinace marketingu, facilitace setkání)
- **Odbor kultury a cestovního ruchu Magistrátu** (schvalování pravidel, vymezení kompetencí města)
- **Oddělení komunikace Magistrátu** (konzultace komunikačního stylu města, koordinace)
- **Klíčoví marketingoví partneři** – EHMK, kulturní instituce, sportovní organizace (aplikace pravidel, účast na setkáních)
- **Externí marketingová agentura** (případná facilitace tvorby komunikačního manuálu)

2.3.2 Aktivita: Vytvoření jednotné vizuální identity destinace a její používání partnery

Připraví se jednotná vizuální sada (logo, barvy, grafické prvky) použitelná v kampaních města, DMO i partnerů. Cílem aktivity je sjednocení vizuální identity celé destinace a budování značky.

Indikátor:

- Vytvoření vizuálního manuálu destinace (logo, barvy, grafické prvky, typografie)
- Počet partnerů používajících jednotnou vizuální identitu (cíl: min. 15)
- Počet komunikačních materiálů využívajících sjednocenou vizuální identitu (cíl: min. 40 ročně)
- Awareness jednotné vizuální identity mezi návštěvníky (cíl: min. 50 % rozpozná značku destinace)

Nositelé:

- **DMO Českobudějovicko – Hlubocko** (hlavní nositel – koordinace tvorby vizuální identity, distribuce manuálu, kontrola aplikace)
- **Oddělení komunikace Magistrátu** (konzultace vizuální identity, soulad s identitou města)
- **Odbor kultury a cestovního ruchu Magistrátu** (schvalování vizuální identity, financování)
- **Externí grafické studio** (tvorba vizuálního manuálu, návrhy)
- **Partneři destinace** (aplikace vizuální identity ve své komunikaci)

2.3.3 Aktivita: Sdílený kalendář akcí a obsahový “hub” pro partnery

Zavede se jednoduchá online platforma, kam partneři vkládají akce, novinky a informace ke komunikaci. DMO a město z ní čerpají pro kampaně, využívají ji pro tvorbu obsahu na weby a sociální sítě. Zlepší se aktuálnost obsahu a vyhne se duplicitní prezentaci.

Indikátor:

- Zprovoznění online platformy/hubu pro sdílení obsahu
- Počet partnerů aktivně využívajících platformu (vkládají akce, novinky – cíl: min. 30)
- Počet vložených akcí ročně (cíl: min. 100)
- Rozšíření funkcionality sdílené fotobanky (systém notifikací)

Nositelé:

- **DMO Českobudějovicko – Hlubocko** (hlavní nositel – správa platformy, koordinace vkládání obsahu, využívání pro kampaně)
- **Oddělení komunikace Magistrátu** (využívání platformy pro obsah města, technická koordinace)
- **Odbor kultury a cestovního ruchu Magistrátu** (koordinace s kulturními a sportovními organizacemi)
- **IT dodavatel** (technická realizace platformy, údržba)
- **Partneři** – kulturní instituce, sportovní organizace, pořadatelé akcí (vkládání akcí a obsahu)
- **TIC** (využívání obsahu z platformy pro informace návštěvníkům)

2.4 Opatření: Posílení online viditelnosti destinace a rozvoj rezervačních nástrojů

Cílem opatření je zvýšit viditelnost destinace v online prostředí, zpřehlednit a zatraktivnit dostupné informace pro návštěvníky a vytvořit systém, který umožní snadné vyhledání a následné rezervování služeb.

2.4.1 Aktivita: Zlepšení online viditelnosti destinace prostřednictvím koordinované digitální propagace

Využívání všech dostupných online kanálů, relevantní webové stránky, vybudované sociální sítě, recenzní platformy, mapové služby. Důraz bude na konzistentní využívání vizuální identity, sdílení prioritních témat (3 vlajkové produkty) a pravidelný tok obsahu od partnerů.

Indikátor:

- Nárůst organického návštěvnosti webu destinace (cíl: +40 % oproti roku 2024)
- Počet aktivních sociálních sítí s pravidelným obsahem (cíl: min. 4 - Facebook, Instagram, YouTube, TikTok)
- Počet pozitivních recenzí na Google a TripAdvisor (cíl: +30 % oproti roku 2024)

- Konzistentní využívání vizuální identity napříč online kanály

Nositelé:

- **Odbor kultury a cestovního ruchu Magistrátu** (hlavní nositel – koordinace témat a priorit, financování kampaní)
- **DMO Českobudějovicko – Hlubocko** (hlavní nositel – digitální marketingová strategie, správa sociálních sítí, SEO optimalizace, koordinace obsahu)
- **Oddělení komunikace Magistrátu** (správa webu města, koordinace propagace)
- **Externí digitální agentura** (případná SEO optimalizace, správa PPC kampaní, tvorba obsahů)
- **Partneři** (poskytování obsahu, sdílení příspěvků, práce s recenzemi)
- **Influenceři a contentoví tvůrci** (spolupráce na tvorbě autentického obsahu)

2.4.2 Aktivita: Zavedení a podpora centrálního rezervačního rozhraní pro aktivity a služby ve městě

Destinační/městský web bude doplněn jednoduchým rezervačním rozhraním – přes který bude možné rezervovat vybrané kulturní akce, komentované prohlídky, sportovní aktivity nebo služby partnerů. Cílem není nahrazovat komerční systémy, ale je propojit a nabídnout návštěvníkům jedno vstupní místo. Současně bude podpořena integrace Buďkarty (např. automatické přičtení bodů při rezervaci).

Indikátor:

- Zprovoznění rezervačního rozhraní na webu destinace
- Počet služeb/aktivit dostupných k rezervaci (cíl: min. 20)
- Počet provedených rezervací měsíčně (cíl: min. 100 po ustálení systému)
- Integrace s Buďkartou (automatické přičítání bodů při rezervaci / body navíc za využití destinačního rezervačního portálu – ano/ne)

Nositelé:

- **DMO Českobudějovicko – Hlubocko** (hlavní nositel – koordinace implementace rezervačního systému, zapojení partnerů, propagace)
- **Odbor kultury a cestovního ruchu Magistrátu** (financování, koordinace s městskými organizacemi)
- **IT dodavatel** (technická realizace rezervačního systému, integrace s Buďkartou, údržba)
- **Partneři poskytující rezervovatelné služby** – kulturní instituce, sportovní zařízení, průvodcovské služby (napojení na systém, správa kapacit)

- **TIC** (podpora návštěvníků při využívání rezervačního systému, zpětná vazba)
- **Koordinátor EHMK**

PRIORITA 3: INFORMACE, KOORDINACE A ŘÍZENÍ DESTINACE

Výchozí stav

Informace o cestovním ruchu jsou roztříštěné na více platformách bez jednotné koordinace. Turistické informační centrum funguje primárně jako informační místo, chybí mu role koordinátora informací pro aktéry cestovního ruchu. Spolupráce mezi odbory magistrátu (kultura, investice, doprava, životní prostředí) v oblasti cestovního ruchu je nedostatečná. Chybí systém datově založeného rozhodování a pravidelného monitoringu výkonnosti destinace. Místní poplatek z pobytu není efektivně reinvestován zpět do rozvoje cestovního ruchu prostřednictvím DMO a podpory subjektů.

Cílový stav 2028

České Budějovice disponují **jednotným informačním systémem pro návštěvníky i aktéry cestovního ruchu**, který propojuje všechny relevantní zdroje informací. TIC funguje jako koordinační centrum s centrálním informačním bodem pro podnikatele (kalendář akcí, dotace, monitoring, strategie). Meziodborová spolupráce na magistrátu je institucionalizovaná prostřednictvím pravidelných koordinačních setkání a společných projektových týmů pro klíčové projekty (EHMK, sportovní akce, investice).

Systém datově založeného řízení poskytuje real-time data o návštěvnosti, útratu a spokojenosti, která slouží pro optimalizaci investic a marketingových aktivit. Ekonomický přínos cestovního ruchu je transparentně měřen a komunikován místní komunitě.

Reinvestice místního poplatku z pobytu funguje efektivně – výběr poplatku se zvýšil o 100 % díky lepší kontrole a motivaci provozovatelů, minimálně **50 % výnosů je reinvestováno** do rozvoje cestovního ruchu prostřednictvím:

- Finanční podpory DMO na marketing a produkty
- Grantových programů města pro inovativní projekty v CR
- Investic do infrastruktury cestovního ruchu
- Podpory eventů a kulturních/sportovních akcí

Klíčové oblasti intervence:

- Jednotný informační systém (online i offline)
- Modernizované TIC jako koordinační centrum
- Meziodborová koordinace na magistrátu (čtvrtletní setkání, projektové týmy)
- Datově založené řízení destinace (monitoring, analýzy, reporting)
- Efektivní výběr a strategická reinvestice místního poplatku z pobytu
- Jasné rozdělení kompetencí město – DMO – soukromý sektor

3.1 Opatření: Jednotný turistický informační systém a modernizace TIC jako koordinačního centra

Vzniklý informační systém propojí všechny relevantní zdroje informací o cestovním ruchu pro návštěvníky i aktéry odvětví. Turistické informační centrum přestane fungovat pouze jako informační místo pro turisty a rozšíří svou roli o koordinační centrum pro podnikatele v cestovním ruchu. Bude poskytovat aktérům přístup ke kalendáři akcí, dotačním možnostem a relevantním získaným datům pro jejich podnikání a rozhodování do budoucna.

3.1.1 Aktivita: Vytvoření jednotné online platformy pro informace o cestovním ruchu

Zavedení centrální online platformy, která propojí všechny relevantní informace o destinaci, akcích, službách a aktualitách. Platforma bude sloužit jak návštěvníkům (plánování návštěvy, rezervace, tipy), tak aktérům cestovního ruchu (kalendář akcí, data, dokumenty, dotace). Sjednocení informací zároveň slouží pro snazší a pohodlnější práci s AI, jak na straně klíčových aktérů, tak na straně návštěvníků, například při tvorbě vlastního itineráře, zkoumání možností města za pomoci AI.

Přímo navazuje na aktivity 2.3.3 + 2.4.2 (sdílený kalendář/hub + zavedení centrálního rezervačního rozhraní)

Aktivita zahrnuje:

- Konsolidaci informací z různých zdrojů (web města, DMO, partneři, TIC)
- Jednotné rozhraní pro vyhledávání informací
- Propojení s rezervačním systémem a Buďkartou
- Přístup k datům a reportům pro registrované aktéry CR

Indikátor:

- Počet zdrojů informací integrovaných do platformy (cíl: min. 5)
- Počet registrovaných aktérů CR využívajících platformu (cíl: min. 50)
- Počet unikátních návštěvníků platformy měsíčně (cíl: min. 1000)

Nositelé:

- **TIC** (hlavní nositel – poskytování obsahu, správa informací pro návštěvníky, funkce hlavního koordinátora)

- **Odbor kultury a cestovního ruchu Magistrátu** (financování, schvalování, koordinace s odbory)
-
- **DMO Českobudějovicko – Hlubocko** (koncepce platformy, koordinace obsahu, správa)
- **IT dodavatel** (technická realizace platformy)
- **Partneři CR** (poskytování dat, aktualizace informací)

3.1.2 Aktivita: Rozšíření role TIC na koordinační centrum cestovního ruchu města

TIC rozšíří své služby o funkci koordinačního centra, které poskytuje aktérům CR podporu, informace a přístup k důležitým nástrojům a datům.

Indikátor:

- Počet konzultací poskytnutých aktérům CR ročně (cíl: min. 100)
- Spokojenost aktérů s podporou ze strany TIC (cíl: min. 75 %)

Nositelé:

- **TIC** (hlavní nositel – rozšíření služeb, konzultace pro aktéry, organizace setkání)
- **DMO Českobudějovicko – Hlubocko** (poskytování dat, monitoringu, podpora konzultačních služeb)
- **Odbor kultury a cestovního ruchu Magistrátu** (financování rozšíření služeb, koordinace)
- **Odbor financí Magistrátu** (konzultace k dotačním možnostem)
- **CzechTourism, Jihočeská centrála cestovního ruchu** (poskytování informací o dotacích, trendech)
- **Podnikatelé CR**

3.2 Opatření: Meziodborová koordinace na magistrátu

Cílem opatření je institucionalizovat spolupráci mezi odbory magistrátu, které mají dopad na cestovní ruch (kultura, investice, doprava, životní prostředí, školství a tělovýchova, ekonomika). Cestovní ruch **není agendou pouze jednoho odboru**, ale průřezovým tématem vyžadujícím koordinovaný přístup.

3.2.1 Aktivita: Zavedení koordinačních setkání meziodborové pracovní skupiny pro cestovní ruch

Ustanovení stálé **pracovní skupiny, složené z relevantních odborů magistrátu**, která se bude pravidelně scházet (min. čtvrtletně) k projednávání témat cestovního ruchu, sdílení dat, řešení průřezových témat, koordinaci investic a plánování aktivit. Součástí aktivity je **zavedení systému sdílení informací a dokumentů** mezi odbory (online materiály v průběhu + offline materiály v rámci pravidelných setkání).

Indikátor:

- Počet odboru zapojených do pracovní skupiny (cíl: min. 8 - kultura a CR, investice, doprava, životní prostředí, školství a TV, finance, regionálního rozvoje, komunikace)
- Počet realizovaných koordinačních setkání ročně (cíl: min. 2)
- Zavedení systému sdílení informací a dokumentů

Nositelé:

- **Odbor kultury a cestovního ruchu Magistrátu** (hlavní nositel – koordinace pracovní skupiny, organizace setkání, agenda)
- **Tajemník městského úřadu (koordinace úkolů mezi odbory)**
- **Odbor regionálního rozvoje (účast, dotační možnosti, rozvojové plány)**
- **Odbor investic a majetku** (účast, koordinace investic do infrastruktury CR)
- **Odbor dopravy** (účast, koordinace dopravní dostupnosti a orientace)
- **Odbor životního prostředí** (účast, koordinace přírodních tras a udržitelnosti)
- **Odbor školství a tělovýchovy** (účast, koordinace sportovní infrastruktury)
- **Odbor financí** (účast, financování, analýza ekonomického přínosu CR)
- **Odbor komunikace Magistrátu** (účast, správa webu města, koordinace propagace)

- **DMO Českobudějovicko – Hlubocko** (účast, poskytování dat, monitoring, operativní témata)

3.2.2 Aktivita: Vytvoření společných projektových týmů pro klíčové projekty cestovního ruchu

Pro specifické projekty s dopadem na cestovní ruch (např. EHMK 2028, sportovní akce, revitalizace veřejných prostranství) budou vytvořeny meziodborové projektové týmy zajišťující koordinaci napříč magistrátem.

Indikátor:

- Počet ustanovených meziodborových projektových týmů (cíl: min. 3 v prvním roce)
- Podíl klíčových projektů CR s meziodborovým projektovým týmem (cíl: 100 %)
- Počet členů v projektových týmech průměrně (cíl: min. 5 odborů/subjektů)

Nositelé:

- **Odbor realizující daný projekt** (hlavní nositel/vedoucí projektového týmu dle projektu)
- **Relevantní odbory dle projektu** (účast, poskytování expertízy, koordinace)
- **DMO Českobudějovicko – Hlubocko** (účast, zajištění pohledu cestovního ruchu, data)
- **Vedení města** (schvalování projektů, podpora koordinace)
- **Zřizované organizace města** (sportovní zařízení, jihočeské divadlo…)
- **Koordinátor EHMK** (objekty EHMK s důrazem využitelnosti pro cestovní ruch do budoucna)

3.3 Opatření: Datově založené řízení destinace

Cílem opatření je vybudovat systém pravidelného monitoringu a sběru dat o návštěvnosti, spokojenosti a ekonomickém přínosu cestovního ruchu. Data budou sloužit k datově založenému rozhodování města i DMO, k optimalizaci investic a marketingových aktivit a ke komunikaci přínosů cestovního ruchu místní komunitě. Zaveden bude systém pravidelného reportingu, který poskytne transparentní informace o vývoji destinace a dosahování strategických cílů.

3.3.1 Aktivita: Zavedení systému pravidelného monitoringu návštěvnosti a chování návštěvníků

Ustanovení systému sběru dat o návštěvnosti, délce pobytu, zdrojových trzích, útratu a pohybu návštěvníků v destinaci. Manažer DMO vyhodnocuje získaná data a na jejich základě navrhuje relevantní postupy pro úpravu nabídky, marketingové komunikace, interní kooperace.

Aktivita zahrnuje:

- Využití mobilních dat, Wi-Fi trackingu, dat z ubytování
- Pravidelné dotazování návštěvníků (min. 2x ročně)
- Monitoring návštěvnosti hlavních atraktivit
- Sledování zdrojových trhů a segmentů návštěvníků

Indikátor:

- Počet zdrojů dat integrovaných do monitoringu (cíl: min. 4 - mobilní data, ubytování, atraktivity, dotazníky)
- Frekvence sběru a vyhodnocování dat (cíl: čtvrtletně)
- Počet provedených dotazování návštěvníků ročně (cíl: min. 2, vzorek min. 500 respondentů)
- Vytvořený systém monitoringu

Nositelé:

- **DMO Českobudějovicko – Hlubocko** (hlavní nositel – koordinace monitoringu, sběr dat, analýzy, vyhodnocení)
- **Odbor kultury a cestovního ruchu Magistrátu** (financování, koordinace se subjekty)
- **Externí analytická agentura** (realizace dotazování návštěvníků, analýza mobilních dat)
- **Poskytovatelé ubytování** (poskytování anonymizovaných dat o hostech)
- **Hlavní atraktivity** (poskytování dat o návštěvnosti)
- **Jihočeská Univerzita** (potenciální sběr dat)

3.3.2 Aktivita: Zavedení pravidelného reportingu a vyhodnocování plnění strategických cílů

Vytvoření systému pravidelného reportingu, který vyhodnocuje dosahování strategických cílů a KPI definovaných v koncepci cestovního ruchu.

Indikátor:

- Počet zpracovaných reportů ročně (cíl: min.5–4 čtvrtletní + 1roční)
- Frekvence reportingu plnění KPI (cíl: čtvrtletně pro vedení a partnery, ročně veřejně)

Nositelé:

- **DMO Českobudějovicko – Hlubocko** (hlavní nositel – sběr dat, vyhodnocování KPI, tvorba reportů)
- **Odbor kultury a cestovního ruchu Magistrátu** (koordinace, prezentace vedení města)
- **Relevantní odbory** (poskytování dat dle kompetencí)
- **TIC** (v nové roli koordinátora)

3.4 Opatření: Efektivní výběr a strategická reinvestice místního poplatku z pobytu

Cílem opatření je zvýšit výběr místního poplatku z pobytu prostřednictvím lepší kontroly a motivace provozovatelů ubytování a zavést transparentní systém reinvestice minimálně 50 % výnosů zpět do rozvoje cestovního ruchu. Reinvestice budou směřovat do finančního posílení DMO, grantových programů pro inovativní projekty v CR, investic do infrastruktury cestovního ruchu a podpory eventů. Tím se zajistí, že příjmy z cestovního ruchu budou přímo podporovat jeho další rozvoj a zkvalitnění nabídky.

3.4.1 Aktivita: Zlepšení výběru místního poplatku z pobytu prostřednictvím kontroly a motivace provozovatelů

Zavedení systému efektivnější kontroly výběru poplatku a motivačních opatření pro provozovatele ubytování k řádnému odvodu. Informační kampaň pro provozovatele o významu poplatku a jeho reinvestici. Cílem je motivace: viditelné projekty financované z poplatku jako benefit pro odvětví.

Návaznost na eturistu

Indikátor:

- Nárůst výběru místního poplatku z pobytu (cíl: +100 %)
- Počet kontrol provozovatelů ubytování ročně (cíl: min ??)

Nositelé:

- **Odbor financí Magistrátu** (hlavní nositel – výběr poplatku, kontroly, správa systému)
- **Odbor kultury a cestovního ruchu Magistrátu** (komunikace s provozovateli, motivační aktivity)
- **DMO Českobudějovicko – Hlubocko** (komunikace významu poplatku, prezentace projektů financovaných z něj)
- **Odbor kontrol** (kontrolní činnost)
- **Asociace hotelů a restaurací** (spolupráce při komunikaci s provozovateli)

3.4.2 Aktivita: Zavedení transparentního systému reinvestice minimálně 50 % výnosů z poplatku do rozvoje CR

Definování jasných pravidel a mechanismu reinvestice výnosů z místního poplatku zpět do cestovního ruchu s transparentním reportingem. Příjmy z poplatku z pobytu za rok 2025 převyšují stanovená očekávání v rozpočtu, poukazují tak nepochybně na návratnost investice zpět do cestovního ruchu.

Aktivita zahrnuje:

- Schválení pravidel reinvestice zastupitelstvem města (min. 50 % zpět do CR)
- Definice kategorií reinvestice: podpora DMO, granty, investice, eventy
- Transparentní roční reporting o výši výběru a využití prostředků
- Komunikace reinvestice veřejnosti a aktérům CR
- Financování BuďKarty

Indikátor:

- Podíl výnosů z poplatku reinvestovaných do CR (cíl: min. 50 %)
- Awareness aktérů CR o reinvestici poplatku (cíl: min. 70 %)

Nositelé:

- **Odbor kultury a cestovního ruchu Magistrátu** (hlavní nositel – návrh pravidel reinvestice, koordinace využití)
- **Odbor ekonomický Magistrátu** (správa výnosů, reporting o využití)
- **Zastupitelstvo města** (schválení pravidel reinvestice)

- **DMO Budějovicko** (příjemce části prostředků, reporting o využití)
- **Oddělení komunikace Magistrátu** (transparentní komunikace reinvestice)

3.5 Opatření: Přehledné vymezení kompetencí město České Budějovice – DMO – soukromý sektor

Cílem opatření je definovat a transparentně komunikovat rozdělení kompetencí a odpovědností mezi městem Českými Budějovicemi, DMO Českobudějovicko – Hlubocko a soukromým sektorem v oblasti řízení a rozvoje cestovního ruchu. Jasné vymezení rolí zajistí efektivní spolupráci, eliminuje duplicity a umožní každému subjektu maximálně využít své kompetence a zdroje.

3.5.1 Aktivita: Definice a schválení rozdělení kompetencí mezi městem, DMO a soukromým sektorem

Zpracování dokumentu, který jasně vymezí role, odpovědnosti a kompetence jednotlivých subjektů v řízení cestovního ruchu destinace.

Aktivita zahrnuje:

- Definice role města: strategie, investice do infrastruktury, regulace, koordinace odborů, financování
- Definice role DMO: operativní marketing a komunikace, tvorba produktů, koordinace aktérů, monitoring a data, správa destinační karty
- Definice role soukromého sektoru: poskytování služeb, investice do kvality, spolupráce na produktech, získávání a práce se zpětnou vazbou
- Schválení rozdělení kompetencí vedením města a zastupitelstvem

Indikátor:

- Zpracování dokumentu s rozdělením kompetencí
- Počet definovaných oblastí kompetencí (cíl: min. 8)

Nositelé:

- **Odbor kultury a cestovního ruchu Magistrátu** (hlavní nositel – tvorba dokumentu, koordinace, schvalování)
- **DMO Budějovicko** (konzultace vlastních kompetencí, návrh rozdělení)
- **Vedení města**, **Zastupitelstvo města** (schvalování rozdělení kompetencí)
- **Zástupci soukromého sektoru** – klíčoví aktéři (konzultace role soukromého sektoru)

3.5.2 Aktivita: Komunikace rozdělení kompetencí a vytvoření mechanismů spolupráce

Transparentní komunikace rozdělení kompetencí všem aktérům cestovního ruchu, vytvoření mechanismů pro efektivní spolupráci mezi městem, DMO a soukromým sektorem. Zavedení mechanismu řešení sporných kompetencí a koordinace činností.

Indikátor:

- Zavedení pravidelných konzultačních setkání město – DMO – soukromý sektor (cíl: min. 2x ročně)
- Spokojenost aktérů s přehledností rozdělení kompetencí (cíl: min. 75 %)

Nositelé:

- **Odbor kultury a cestovního ruchu Magistrátu** (hlavní nositel – komunikace rozdělení kompetencí aktérům, organizace setkání)
- **DMO Českobudějovicko – Hlubocko** (koordinace komunikace, facilitace spolupráce)
- **Vedení města**, **Zastupitelstvo města** (schvalování rozdělení kompetencí)
- **TIC** (distribuce informací o kompetencích, kontaktní bod pro aktéry)
- **Zástupci soukromého sektoru** (účast na prezentacích, zpětná vazba)

Závěr

Aktualizace koncepce rozvoje cestovního ruchu Českých Budějovic na období 2026–2028 představuje strategický dokument, který definuje jasnou vizi, měřitelné cíle a konkrétní opatření pro transformaci města v moderní a konkurenceschopnou destinaci středoevropského významu.

Klíčová východiska

Analytická část dokumentu potvrdila, že České Budějovice disponují silným potenciálem pro rozvoj cestovního ruchu. Město těží z unikátní kombinace historického dědictví, živé pivovarnické tradice, přírodního prostředí na soutoku Vltavy a Malše a strategické polohy v srdci jižních Čech. Získání titulu Evropského hlavního města kultury 2028 představuje bezprecedentní příležitost pro akceleraci rozvoje destinace a její etablování mezi přední mimopražské turistické cíle v České republice.

Současně analýza identifikovala klíčové výzvy, které je nezbytné překonat – především nízkou průměrnou délku pobytu (1,7 dne), výraznou sezónnost návštěvnosti, roztříštěnost komunikace a nedostatečnou koordinaci mezi aktéry cestovního ruchu.

Předpoklady úspěšné realizace

Naplnění stanovených cílů vyžaduje aktivní spolupráci všech klíčových aktérů – města České Budějovice, DMO Českobudějovicko–Hlubocko, soukromého sektoru i kulturních a sportovních institucí. Zásadní roli sehraje:

- **Meziodborová koordinace** na úrovni magistrátu a pravidelná komunikace mezi všemi zainteresovanými stranami
- **Efektivní využití zdrojů** včetně reinvestice minimálně 50 % výnosů z místního poplatku z pobytu zpět do rozvoje cestovního ruchu
- **Maximalizace synergií s projektem EHMK 2028**
- **Systematická práce s daty** a pravidelný monitoring plnění stanovených KPI

Předkládaná aktualizace koncepce je živým dokumentem, který bude průběžně vyhodnocován a v případě potřeby adaptován na měnící se podmínky. Pravidelný reporting a transparentní komunikace výsledků zajistí, že rozvoj cestovního ruchu bude probíhat v souladu s potřebami města, jeho obyvatel i návštěvníků.