

DanubeHIKE



*Usmernenie k realizácii a ďalšiemu
rozvoju pešej turistiky pri Dunaji*

Zhrnutie

Usmernenie k realizácii a ďalšiemu rozvoju pešej turistiky pozdĺž rieky Dunaj bolo vypracované v rámci projektu DanubeHIKE za spoluúčasti projektových partnerov z Rakúska, Nemecka, Slovenska, Srbska a Bulharska. Hlavným cieľom uvedeného projektu je vytvorenie pevného základu pre rozvoj a uznanie pešej turistiky ako súčasť cestovného ruchu v podunajskej oblasti (ďalej len Podunajsko) a vzájomné prepojenie turistických trás popri Dunaji.

Predkladaný dokument obsahuje množstvo nápadov, odporúčaní a príkladov dobrej praxe pre zlepšenie kvality infraštruktúry pešej turistiky a produktov cestovného ruchu nielen pozdĺž rieky Dunaj, ale aj pre marketing a predaj celého priľahlého regiónu, ako produktu cestovného ruchu. Obsah tohto dokumentu sa zakladá na analýze súčasného stavu infraštruktúry pešej turistiky, marketingových štúdií, obrazových podkladov, ako aj prieskumu ponúk v oblasti pešej turistiky vo všetkých podunajských krajinách.

Cieľom tohto dokumentu je odpovedať na základné otázky rozvoja pešej turistiky ako produktu a jeho predaja, ako aj výmena názorov, informácií a skúseností medzi rôznymi potenciálnymi aktérmi. Dokument zároveň poskytuje stručný prehľad produktov pešej turistiky, ktoré boli doteraz vytvorené v Podunajsku. Uvedené skúsenosti a odporúčania vychádzajú z konkrétnych príkladov, a zároveň prinášajú riešenia problémov, s ktorými sa cestovný ruch v Podunajsku musí vysporiadať.

V **prvej kapitole** prinášame krátke zhrnutie správy k pešej turistike publikovanej v roku 2011, ktorá bola vypracovaná organizáciami Naturefriends International a WGD Tourismus GmbH. Uvedená správa obsahuje informácie o infraštruktúre pešej turistiky pozdĺž rieky Dunaj a zaoberá sa jej ďalším rozvojom.

Druhá kapitola prezentuje dve štúdie (pripravené Rakúskou národnou organizáciou cestovného ruchu a organizáciou Danube Competence Center (DCC)), ktoré posudzovali celkový obraz podunajského regiónu, trendy jeho rozvoja a analyzovali jeho potenciál. Obe štúdie slúžia ako podkladové materiály pre tvorbu usmernení, marketingových stratégií, ako aj spoločných kritérií kvality.

Tretia kapitola sa stručne zaoberá cieľovými skupinami, cieľovými trhmi a profilom turistov.

Štvrtá kapitola pozostáva z dvoch základných častí. Prvá sa venuje tvorbe a zlepšeniu ponuky cestovného ruchu, druhá nastaveniu vhodných kritérií kvality. Kapitola tak prináša návrhy, odporúčania a príklady dobrej praxe pre päť cieľových skupín: organizácie destinačného manažmentu, touroperátori, správa chránených krajinných oblastí, poskytovatelia ubytovacích a dopravných služieb.

Posledná **piata kapitola** kladie dôraz na marketingové ciele a na zlepšenie celkového obrazu podunajského regiónu ako vhodnej destinácie pre rozvoj pešej turistiky. V tejto kapitole sú zároveň predstavené rôzne marketingové nástroje (napríklad: inzercia, e-marketing, využívanie sociálnych médií, propagačné podujatia atď.), ako aj ich využitie v podunajskej oblasti.

Tento dokument má v prvom rade slúžiť jednotlivým aktérom z oblasti cestovného ruchu a pomôcť im v ich snahe zlepšiť existujúcu ponuku služieb s cieľom zatriktívniť ponuku pre turistov a zároveň podporiť trvalo udržateľný rozvoj cestovného ruchu pozdĺž Dunaja. Súčasťou ponuky je aj možnosť zorganizovať pracovný seminár pre touroperátorov v súvislosti s predkladaným dokumentom a zároveň možnosť kontaktovať partnerov z projektu DanubeHIKE v prípade záujmu o ďalšie informácie.

Zhrnutie.....	2
Úvod	4
1 Analýza súčasného stavu.....	5
2 Trendy a štúdie	6
2.1 Rakúska národná organizácia cestovného ruchu: „Letné trendy 2012“	6
2.2 Organizácia Danube Competence Center : „Analýza trhu a celkového obrazu krajín stredného a dolného toku rieky Dunaj“	6
2.3 Prieskum trhu v budúcnosti	7
3 Cieľové skupiny a cieľové trhy.....	8
4 Zavádzanie a realizácia ponuky pešej turistiky.....	9
4.1 Vybudovanie vysokokvalitnej infraštruktúry	9
4.1.1 Všeobecné otázky	9
4.1.2 Jednotlivé kroky plánovania.....	9
4.1.3 Usmernenia pre tvorbu turistických trás	10
4.1.4 Stanovenie časového rámca a plánovanie nákladov	10
4.2 Tvorba ponuky cestovného ruchu a balíkov služieb	11
4.2.1 Existujúca infraštruktúra a ponuky cestovného ruchu	11
4.2.2 Návrhy a odporúčania pre tvorbu ponuky CR a balíkov služieb	11
4.2.3 Návrhy a odporúčania pre cieľové destinácie	12
4.2.4 Návrhy a odporúčania pre touroperátorov.....	13
4.2.5 Návrhy a odporúčania pre prírodné parky, chránené územia	16
4.2.6 Návrhy a odporúčania pre poskytovateľov ubytovacích služieb	17
4.2.7 Návrhy a odporúčania ohľadom verejnej dopravy	18
4.3 Usmernenie pre kritériá kvality	19
4.3.1 Kritériá kvality pre turistické chodníky.....	19
4.3.2 Odporúčanie k turistickému značeniu	21
4.3.3 Kritériá kvality pre poskytovateľov ubytovacích služieb.....	22
4.3.4 Kritériá kvality pre poskytovateľov služieb (touroperátori, cestovné kancelárie, reštaurácie)	23
4.3.5 Kritériá kvality pre verejnú dopravu a pre hodnotenie prepravcov	24
4.4 Zavedenie systému profesionálneho manažmentu	26
5 Marketingové ciele	27
5.1 Tvorba a rozvoj produktov	27
5.2 Zlepšenie imidžu pešej turistiky v celom Podunajsku	27
5.3 Zvýšenie počtu prenocovaní a výletníkov	27
5.4 Praktická realizácia cez nadväzujúce projekty EÚ	27
5.5 Marketingové opatrenia	27
Záver	33

Úvod

Pešia turistika sa stáva čoraz populárnejšou aktivitou. Je kombináciou športu a aktívneho trávenia voľného času v prírode a stáva sa tak obľúbenou aktivitou ľudí racionálne využívajúcich svoj voľný čas. Vzhľadom na to, že ľudia radi trávia čas aj pri vode, Dunaj tak poskytuje veľký rozvojový potenciál práve pre pešiu turistiku.

Preto by mali všetky podunajské krajiny vyvinúť viac úsilia pri rozvoji a propagácii pešej turistiky pozdĺž rieky Dunaj, a to nielen na regionálnej a národnej úrovni, ale aj na medzinárodnej úrovni. Predkladaný dokument obsahuje

množstvo informácií a poznatkov, ktoré môžu byť aplikované pri propagácii a predaji Podunajska ako produktu cestovného ruchu.

Tieto usmernenia sú len náčrtom návrhov a v súčasnosti neexistujú žiadne akčné plány a finančné zdroje, ktoré by spomínané návrhy prakticky naplňali. Ide skôr o databázu návrhov, nielen pre spoločný marketing, ale aj pre celkové zlepšenie kvality infraštruktúry pešej turistiky pozdĺž rieky Dunaj.



1 Analýza súčasného stavu

V roku 2011 organizácie Naturefriends International a WGD Tourismus GmbH. publikovali správu, ktorá sa týkala infraštruktúry a ponuky pešej turistiky popri rieke Dunaj.

Správa potvrdila, že všetky podunajské krajiny spája zaujímavá kultúra regiónu, množstvo turisticky atraktívnych miest, zaujímavé prírodné úkazy, ktoré sú vhodné na to, aby sa tieto miesta lemujúce Dunaj prepojili turistickými chodníkmi. Hustota existujúcich turistických chodníkov sa v jednotlivých krajinách značne odlišuje. V krajinách, ako sú Nemecko a Rakúsko, sa dostatočne využíva potenciál, ktorý im poskytuje poloha pri Dunaji. Využívanie miestneho potenciálu má rôzne formy, či už je to zapájanie miestnych komún, poskytovanie možností pre turistiku, výletné plavby alebo rozvinutá infraštruktúra cykloturistiky. Rozvojový potenciál v Maďarsku, na Slovensku a v Srbsku sa skrýva v Európskej diaľkovej turistickej trase. Jednotlivé krajiny však používajú odlišné turistické značenie a preto predpokladom ďalšieho rozvoja by bolo vytvorenie jednotného systému značenia. Čo sa týka tlačených materiálov a mapových podkladov, tieto sa veľmi odlišujú v jednotlivých regiónoch v povodí Dunaja a sú závislé od ich turistického využitia. Zvyčajne daný región poskytuje materiály a mapy len o svojom regióne, na rozdiel od nemeckých a rakúskych, ktoré vždy uvádzajú svoj región v kontexte s ostatnými.

Materiály tak poskytujú obraz o celej infraštruktúre. Toto by mohlo byť príkladom aj pre ďalšie podunajské krajiny, zjednotiť propagačné aktivity, aby poskytovali ucelenejšie informácie, mapy a informačné materiály. Možnosti ubytovania sú v ponuke vo všetkých krajinách, avšak Nemecko a Rakúsko ponúka špeciálne ubytovacie služby zamerané aj na peších turistov so splnením stanovených kritérií kvality. Prevažná časť ubytovania v Podunajsku sa ale nešpecializuje len na peších turistov.

Treba spomenúť, že práve pešia turistika je základom ponuky výletov či zájazdov, ktoré jednotlivé cestovné kancelárie poskytujú. Spreádzanie turistov v rámci vedených

túr je väčšinou predmetom náplne národných organizácií, zväzov turistov. Medzinárodné turistické trasy sú iniciované, vytvorené Európskou federáciou pešej turistiky, avšak udržiavané asociáciami turistov na národnej úrovni, čo zvyšuje predpoklady úspechu vytvorenia súvislej dunajskej turistickej trasy.

Väčšina krajín podporuje ďalšiu cezhraničnú spoluprácu a zároveň prejavila vôľu skvalitniť infraštruktúru pešej turistiky. Množstvo medzinárodných projektov, ako napríklad Donausteig alebo Európskou úniou iniciovaný ENPI Program cezhraničnej spolupráce, sú potenciálom podpory rozvoja cezhraničnej pešej turistiky pri Dunaji.

Spolu tieto fakty jednoznačne vytvárajú potenciál na dosiahnutie nášho spoločného cieľa – a to rozšíriť ponuku cestovného ruchu, vytvoriť jednotný štandard pre cezhraničnú pešiu turistiku v podunajských krajinách so zreteľom na vytvorenie kvalitnej infraštruktúry, ako aj ponuku pešej turistiky. V jednotlivých kapitolách hľadáme odpovede na nasledujúce otázky:

- **PREČO** sa treba zaoberať rozvojom pešej turistiky pozdĺž rieky Dunaj a vytvárať spoločné propagačné aktivity, vytvoriť infraštruktúru a rozšíriť ponuku pešej turistiky?
- **KTO** je cieľovou skupinou pre pešiu turistiku pozdĺž rieky Dunaj? Aká je ich veková štruktúra/kde žijú ...?
- **AKO** môžu byť splnené vyššie uvedené ciele? Ktorí partneri sú dôležití pre ich úspešné naplnenie a aké kroky musia byť realizované na ich dosiahnutie?
- **ČO** je dôležité pri tvorbe zaujímavých balíkov služieb a ponúk pre turistov a vysoko kvalitnej infraštruktúry? Ktorá z už existujúcich ponúk môže byť vnímaná ako dobrý príklad?
- **ČO** je základom pre propagáciu v podunajskom regióne? Aké sú ciele spoločného marketingu?

2 Trendy a štúdie

2.1 Rakúska národná organizácia cestovného ruchu (Österreich Werbung): „Letné trendy 2012“

Rakúska národná organizácia cestovného ruchu publikovala v roku 2011 štúdiu¹ zameranú na dôležité trendy cestovného ruchu.

Boli identifikované nasledujúce priority:

- Regenerácia, oddych a individuálny prístup k zákazníkom
- Outdoorové aktivity (napríklad: turistika bez batožiny, túry na dlhé vzdialenosti, vedené túry s odborným sprievodcom CR, prírodné parky atď.)
- Dovolenky spojené s kúpaním alebo pobytom pri vode (napríklad: túry cez útesy)
- Dovolenky so zodpovedným prístupom k životnému prostrediu (regionálne kulinárske špeciality, remeselné výrobky, ekologická doprava a pod.)

Všetky vyššie uvedené trendy len zdôrazňujú potenciál Podunajska ako atraktívneho regiónu pre rozvoj pešej turistiky a zdôrazňujú zmysel úsilia vytvoriť infraštruktúru pešej turistiky v regióne.

1 Österreich Werbung: TIP: „Sommertrends 2012 in den Märkten“, 2012

2 DCC: „Markt- und Imageanalyse der Länder der Mittleren & Unteren Donau“, 2011

2.2 Organizácia Danube Competence Center (ďalej len DCC): „Analýza trhu a celkového obrazu krajín stredného a dolného toku rieky Dunaj“

Organizácia DCC v roku 2011 iniciovala výskum podporený organizáciami GIZ (Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit) a Ministerstvom pre hospodársku spoluprácu a rozvoj Spolkovej republiky Nemecko (BMZ), ktorý analyzoval možnosti trhu a celkový obraz krajín stredného a dolného toku rieky Dunaj (Bulharsko, Chorvátsko, Moldavsko, Rumunsko, Srbsko a Ukrajina)².

Hlavným výsledkom štúdie bola analýza ponuky a dopytu, analýza produktov zdrojových trhov a analýza vonkajších aj vnútorných pohľadov na danú problematiku.

Analýza definuje krajiny stredného a dolného toku rieky Dunaj ako atraktívny priestor s veľkým rozvojovým potenciálom pre pešiu turistiku, a to hneď z niekoľkých aspektov. Je to priestor s jedinečnými prírodnými krásami (bohatá a rozmanitá fauna a flóra, veľa prírodných rezervácií atď.), rozmanitosť kultúr (atraktívne mestá, historické pamiatky z čias Byzantskej ríše, Osmanskej ríše či vlády Habsburgovcov, kostoly, mešity a synagógy, tradície, festivaly a kultúrne podujatia súčasného umenia atď.), kulinárske umenie bohaté na regionálne a miestne špeciality (ovplyvnené Rakúsko-uhorskou monarchiou, tureckou kuchyňou atď.), ako aj široké možnosti pre rozmanité aktivity (prehliadka kultúrnych pamiatok, turistika, bicyklovanie, výletné plavby, ochutnávky, návšteva prírodných rezervácií, jazda na koni, horolezectvo, splavovanie/veslovanie/rafting a jachting).

V najbližších troch rokoch sa očakáva zvýšenie predaja produktov cestovných kancelárií do oblasti dolného a stredného toku Dunaja až o 60 %, a to tak u miestnych touroperátorov, ako aj u zahraničných.

Až 69 % miestnych touroperátorov považuje myšlienku spoločnej propagácie za veľmi dobrú, k tej istej myšlienke sa prikláňa aj 48 % touroperátorov mimo Podunajska. Dôležitým ostáva fakt, že všetky podunajské krajiny v tejto súvislosti plánujú konať spoločne, zároveň všetky vyjadrili záujem o väčšiu spoluprácu s krajinami horného toku Dunaja.

Odporúčané strategické kroky:

- skvalitniť a rozšíriť prieskum trhu (štandardizácia zberu informácií o cestovnom ruchu vo všetkých krajinách, zavedenie pravidelnej analýzy trhu a prieskumu spokojnosti návštevníkov atď.)
- zlepšiť stav infraštruktúry (analýza siete infraštruktúry → vykonaná v rámci projektu „Pešia turistika pozdĺž rieky Dunaj“ organizáciami WGD a NFI, zlepšiť dostupnosť a značenie, údržba historických pamiatok, získanie finančnej podpory pre rozširovanie a skvalitnenie infraštruktúry)
- posilniť vnútorný marketing a vytvorenie strategických partnerstiev (spolupráca na miestnej a medzinárodnej úrovni, DCC zastrešenie spolupráce, strategická spolupráca medzi DCC, NTO a obcami v Podunajsku, vytvorenie partnerstiev s touroperátormi)
- zavedenie minimálnych štandardov (zvýšenie kvality poskytovaných služieb, stanovenie špecifických minimálnych štandardov pre krajiny stredného a dolného toku Dunaja → vypracované v rámci projektu DanubeHIKE, poskytnúť stimuly pre firmy)

- podporovať zvyšovanie kvalifikácie (vytvoriť profesionálny systém destinačného manažmentu, posilnenie destinačných agentúr v regióne, zvyšovanie kvalifikácie ostatných poskytovateľov služieb)
- rozvíjať inovatívne (cezhraničné) produkty (dôraz na miestne špecifiká /autenticitu, tvorba a predaj zážitkových produktov, možnosť voliteľného balíčka služieb)
- posilniť vonkajší (externý) marketing (obrázková brožúra → vytvorená v projekte DanubeHIKE, kartografické materiály → zozbierané v rámci projektu DanubeHIKE, sociálne médiá a vzťah s verejnosťou → Medzinárodná konferencia pešieho turizmu, ktorá sa konala v novembri 2012 v rámci projektu DanubeHIKE, on-line rezervačné služby atď.)

Všetky tieto trendy a tendencie poukazujú na vysoký potenciál pešej turistiky a tiež zdôrazňujú, že Podunajsko so svojou prírodnou a kultúrnou rozmanitosťou, svojimi kulinárskymi špecialitami, ako aj samotný Dunaj so svojim nábrežím je absolútne vhodný pre pešiu turistiku. V rámci projektu DanubeHIKE boli niektoré čiastkové ciele už splnené ale k spoločnému profesionálnemu marketingu celého Podunajska nás čaká ešte dlhá cesta.

2.3 Prieskum trhu v budúcnosti

Za účelom uľahčiť jednotlivým aktérom cestovného ruchu predpovedať budúce trendy dopytu a plánovať marketingové aktivity, je veľmi dôležité podporovať štandardizovaný zber dát v celom Podunajsku. Štatistické údaje (najmä v krajinách stredného a dolného toku Dunaja) buď nie sú k dispozícii, alebo nie sú porovnateľné. Štandardizovaná metodika pre zber relevantných štatistických údajov, ale aj priebežné vyhodnocovanie zhromaždených dát, pravidelné analýzy trhu a prieskum spokojnosti návštevníkov, sa javia ako veľmi dôležité a sú zároveň odporúčaniami štúdie „Analýza trhu a celkového obrazu krajín stredného a dolného toku rieky Dunaj“ (DCC).

3 Cieľové skupiny a cieľové trhy

Podľa zistení štúdie „Pešia turistika: megatrh“³, vypracovanej organizáciou Deutsche Wanderinstitut e. V., je priemerný vek turistov 49 rokov, pričom rozdelenie na základe pohlavia je zanedbateľné. Čoraz viac zastúpenou skupinou sú ľudia s vyšším vzdelaním a vyššími príjmami.

Z uvedeného dôvodu propagácia pešej turistiky pozdĺž Dunaj by sa mala jednoznačne zamerať na vekovú skupinu od 30 do 60 rokov.

Aktivity zamerané na zvyšovanie povedomia o možnostiach pešej turistiky v Podunajsku by sa mali v prvom rade realizovať v desiatich dotknutých krajinách (Nemecsko, Rakúsko, Slovensko, Maďarsko, Chorvátsko, Srbsko,

Bulharsko, Rumunsko, Moldavsko a Ukrajina), preto aj propagácia turistických trás by sa mala predovšetkým orientovať práve na uvedené krajiny.

Preto je potrebné začleniť ponuky pešej turistiky alebo kombinované ponuky cestovného ruchu šetrné k životnému prostrediu do propagačných aktivít regionálnych alebo miestnych organizácií cestovného ruchu, alebo organizácií destinačného manažmentu. Ďalším krokom k podpore regiónu bude hľadanie možností propagácie na mimoeurópskych cieľových trhoch, ktoré začnú vnímať Podunajsko ako „európsku destináciu“ pre pešiu turistiku, ako európsky produkt cestovného ruchu.

3 Deutsches Wanderinstitut e. V. / Rainer Brämer: „Hiking: A Megamarket“, 2011



4 Zavádzanie a realizácia ponuky pešej turistiky

V predchádzajúcej kapitole sme definovali ciele, cieľové skupiny pre spoločnú marketingovú stratégiu, preto sa teraz vynára otázka, ako dosiahnuť stanovené ciele a ako zrealizovať aktivity pre zlepšenie celkového imidžu Podunajska ako potenciálnej oblasti pre pešiu turistiku.

4.1 Vybudovanie vysokokvalitnej infraštruktúry

Tieto usmernenia budú distribuované partnerom v podunajských krajinách (ministerstvá, národné organizácie cestovného ruchu, organizácie destinačného manažmentu atď.), ktorí ich budú ďalej sprostredkovať ostatným dôležitým aktérom. Vytvorenie jednotného usmernenia vyplýva z už spomenutej štúdie „Analýza trhu a celkového obrazu krajín stredného a dolného toku rieky Dunaj“ (DCC).

K budúcim cieľom patria: vytvoriť súvislú trasu so štandardizovaným značením pozdĺž Dunaja a prepojenie existujúcej infraštruktúry. Táto trasa môže byť prepojená aj kombináciou rôznych dopravných prostriedkov a aktivít (pešia turistika, cykloturistika, plavba, autobusová doprava atď.). Pre dosiahnutie tohto cieľa bude nutné ešte prekonať dlhú cestu.

V nasledujúcej časti je uvedený postup a kroky, ktoré treba zohľadniť pri plánovaní a vytvorení nových, kvalitných turistických chodníkov.

4.1.1 Všeobecné otázky

- Dopyt po turistických chodníkoch/ponuke v danom regióne musí byť určený prieskumom požiadaviek trhu a trendov.
- Treba preskúmať miestne zdroje, či je vybraná oblasť vhodná pre pešiu turistiku a pre ďalší rozvoj.
- Musí byť definovaná a vyšpecifikovaná cieľová skupina.
- Obce, ktorých sa bude dotýkať zavedenie novej infraštruktúry, musia byť kontaktované, informované a

zapojené do celého procesu. Zároveň je nutné požadovať písomné potvrdenie každého projektového partnera o jeho účasti na projekte.

- Je nutné sa rozhodnúť, či vybraná trasa bude hlavnou trasou v danej oblasti a či bude mať tematické zameranie.
- Pred ďalšou diskusiou treba naplánovať a určiť turistickú trasu. Treba zohľadniť potreby turistov (napríklad: pohyb v krásnej prírode, pobyt na čerstvom vzduchu alebo poznávanie prírody, čisté životné prostredie, radosť z pohybu atď.). Koncept náučného chodníka so zastávkami, odpočívadlami, zobrazenie danej témy na informačných tabuliach, prvky drobnej architektúry, prístupové miesta a iné prvky sú veľmi dôležité nielen z pohľadu kvality prevedenia, ale aj z pohľadu vytvorenia jednotnej identity rozpoznateľnej turistami počas celej túry.

4.1.2 Jednotlivé kroky plánovania

- Je nutné vybrať najkrajšie turistické trasy s výnimočnými regionálnymi atraktivitami (napr. prírodné rezervácie, prírodné parky, pamiatky, pozoruhodnosti, vyhlídkové stanovišťa, fauna a flóra atď.)
- Prepojiť najatraktívnejšie miesta s už existujúcou infraštruktúrou (značené turistické chodníky, ubytovanie, verejná doprava).
- Zabezpečiť dobrú dostupnosť hlavnej trasy. Z tohto dôvodu sú dôležité vzdelávacie semináre pre plánovanie turistických trás a ich prepojenie na jednotlivé prírodné/kultúrne zaujímavosti/atraktivity v dotknutých územiach, obciach a lokalitách atď.
- Je dôležité vytvorenie spoločného loga.
- Vytvorenie podrobného plánu nákladov a finančného zabezpečenia (zo zdrojov EÚ, vládne zdroje, financovanie projektov atď.) je taktiež veľmi dôležité pre úspešný rozvoj kvalitnej infraštruktúry pešej turistiky.

4.1.3 Usmernenia pre tvorbu turistických trás

Nasledujúce zoznamy „Čo robiť“ a „Chyby, ktorým sa treba vyhnúť“ slúžia pre zabezpečenie vysokej kvality turistických chodníkov a ich hodnotenie.

ČO ROBIŤ

- Vytýčiť rôznorodé turistické chodníky, ktoré sú dobre poprepájané s okolím
- Vytýčiť jednoduché úseky (vzdialenosť cca 20 km)
- Cestičky, náučné chodníky s prírodným porastom, historické náučné chodníky (LIMES, priesmyky atď.), chodníky s kultúrnym zameraním (galérie, múzeá vrátane skanzenov)
- Turistické chodníky priamo lemujúce Dunaj, vodné plochy, chránené krajinné územia, prírodné a kultúrne pamiatky, atď.
- Tematické zameranie jednotlivých turistických trás
- Zakomponovať zážitok z ticha
- Zakomponovať trasy s vyhlídkami
- Odpočívadlá pre turistov
- Integrovať infraštruktúru vhodnú pre pešiu turistiku

CHYBY KTORÝM SA TREBA VYHNÚŤ

- Rovné turistické chodníky, bez prírodných a kultúrnych pozoruhodností
- Asfalt, betón, dláždené cesty
- Prerušované trasy
- Používanie diaľnic alebo vysoko frekventovaných ciest, ulíc a cyklotrás
- Nebezpečné trasy alebo nebezpečné úseky trás
- Intenzívne využívané plochy (obytné plochy, priemyselné parky, nákupné centrá, intenzívne využívané poľnohospodárske oblasti, atď.)
- Turistické stanovišťa a odpočívadlá bez ochrany proti poveternostným vplyvom

4.1.4 Indication for time schedule and costs

Plánovaniu a príprave koncepcie vysoko kvalitných turistických trás zodpovedá časový rámec približne dvoch rokov. Tieto dva roky by mali byť výhradne zamerané na plánovanie a koncepcnú prácu. Podrobná koncepcia tak tvorí dobrý základ aj pre získavanie finančných prostriedkov. Pokiaľ nebude táto fáza príprav splnená, neodporúča sa začať s realizáciou.

Vybudovanie jedného kilometra turistickej trasy, ktoré zahŕňa aj osadenie turistických značiek, bez nákladov na trasovanie, stojí približne € 2.000,- (Zdroj: Alpines Wandermanagement, Rakúsko).

4.2 Tvorba ponuky pešej turistiky a balíkov služieb

4.2.1 Existujúca infraštruktúra a ponuky pešej turistiky

V Nemecku je turistická trasa s názvom „Turistika pozdĺž Dunaja či už s batohom alebo bez“ začínajúca v Donau-eschingene a končiaca v Passau (DE) momentálne bez turistického značenia. V súčasnosti však už rôzne miestne organizácie (napr.: Turistická rada východného Bavorska) spracovávajú návrhy pre vytvorenie značenia pre danú oblasť.

V Rakúsku sa momentálne realizuje projekt spájajúci Donausteig a Welterbesteig Wachau v regióne Nibelungengau. Boli vybrané jednotlivé úseky a momentálne sa realizuje hlavná trasa, ktorá by mala byť dokončená v roku 2013.

Pre krajiny dolného toku Dunaja je kľúčovým zber GPS dát pre vytypovanie potenciálnych turistických trás. V rámci projektu DanubeHIKE boli stanovené kritériá kvality pre zber GPS dát. Pre jednotlivé trasy budú zozbierané GPS koordináty a na ich základe sa vytvorí interaktívna turistická mapa ako webová aplikácia, kde bude možné stiahnuť v budúcnosti všetky trasy, ktoré boli zamerané.

Stále však zostáva niekoľko nevyriešených otázok. Musí byť doriešená otázka konkrétnej ponuky cezhraničných produktov pešej turistiky pre celú podunajskú oblasť a preto vytvára analýza súčasného stavu základ, na ktorom môžu stavať podunajské krajiny a príslušné regióny, aby zlepšili turistickú infraštruktúru.

4.2.2 Návrhy a odporúčania pre tvorbu ponuky cestovného ruchu a balíkov služieb

Aby došlo k zvýšeniu záujmu návštevníkov, touroperátorov a ďalších zainteresovaných strán o Podunajsko, musí byť vytvorená konkrétna ponuka pešej turistiky a balíkov služieb.

V súčasnosti sa zdá byť kľúčovým poprepávanie jednotlivých úsekov turistických trás s jednotlivými atraktivitami cestovného ruchu kombináciou rôznych spôsobov dopravy, vrátane verejnej. Z tohto dôvodu je veľmi dôležitá spolupráca s jednotlivými spoločnosťami, ktorí poskytujú výletné plavby po Dunaji alebo so železničnými spoločnosťami.

V súčasnosti už mnohí touroperátori majú podobnú ponuku v programe, a to hlavne bicyklovanie po Dunajskej cyklotrase v kombinácii s výletnými plavbami resp. autobusovými zájazdmi. Títo touroperátori sú potenciálnou skupinou, ktorá by mohla mať záujem o rozšírenie poskytovaných služieb o pešiu turistiku. Je nutné ich upozorniť na najdôležitejšie turistické chodníky, prírodné a kultúrne pamiatky, pozoruhodnosti a ďalšie danosti územia, ktoré skrývajú rozvojový potenciál pre nové balíky služieb v území.

Myšlienka kombinácie výletných plavieb a pešej turistiky by sa mohla zakladať na jednodňových túrach do oblastí, ktoré sú v dosahu hlavných zastávok okružných plavieb. Taktakto sa cestujúcim otvára nová možnosť byť v kontakte s vodou a zároveň spoznávať cez turistiku príslušné dunajské regióny.

Každý projektový partner DanubeHIKE má za úlohu nadviazať spoluprácu s touroperátormi, partnermi z cestovného ruchu, zástupcami národných parkov a inými organizáciami, aby spolu pripravili atraktívnu ponuku cestovného ruchu. Zároveň partneri projektu DanubeHIKE sú zodpovední za distribuovanie usmernení všetkým relevantným partnerom a za sprostredkovanie kontaktov, ktoré sú základom pre ďalší rozvoj.

V záujme zjednotenia úrovne kvality služieb a ponúk v regióne boli niektoré usmernenia vypracované pre konkrétne cieľové destinácie, touroperátorov, prírodné parky, ubytovacie zariadenia a poskytovateľov dopravných služieb.

4.2.3 Návrhy a odporúčania pre cieľové destinácie

Pri tvorbe a výbere cieľových destinácií majú destinační manažéri za úlohu vytvoriť atraktívny program cestovného ruchu podporený marketingovými aktivitami a naplňať ho cez poskytovateľov služieb a ostatných aktérov z cestovného ruchu. Takýto program má za úlohu propagovať, podporiť a predať atraktivity cestovného ruchu daného územia, ako aj vyzdvihnúť hodnoty a kultúrne dedičstvo destinácie tak u poskytovateľov, ako aj u návštevníkov.

Odporúčania:

- Zriadiť a prevádzkovať turistické informačné kancelárie (základné princípy: dobré umiestnenie, profesionálny prístup zamestnancov, dostatok informačných materiálov – v tlačenej forme, ale aj vo forme interaktívnych tabúl/elektronických aplikácií a pod.).
- Organizovanie tematicky zameraných kampaní a podujatí na propagáciu cieľových destinácií (festivaly, výstavy, rôzne preteky a pod.).
- Zahrnúť miestne podujatia (koncerty, festivaly) do balíkov služieb v duchu: „Pešia turistika a kultúrny zážitok“.
- Organizovanie víkendových programov, výletov pre turistov do chránených území a do oblastí, ktoré sú zvyčajne pre verejnosť neprístupné a kde sa nachádza jedinečná flóra a fauna, kde možno pozorovať ohrozené druhy zvierat a rastlín.
- Agroturistika s možnosťou vyskúšať si tradičný spôsob života (1-2 dni) v tradičných usadlostiach (výroba domácich výrobkov, rozprávanie miestnych povestí a pod.).
- Organizovanie programov pre deti a rodiny s deťmi (obsahujúce vzdelávací komponent týkajúci sa prírodného a kultúrneho dedičstva).
- Dôležité je presne stanoviť od samého začiatku, kto zodpovedá za údržbu turistických chodníkov, ako často treba aktualizovať ponuky cestovného ruchu a podobne.

Príklady existujúcich ponúk cestovného ruchu:

Srbská vínna cesta

www.serbia.travel/destinations

„Fruška Gora vínna cesta v odraze rieky Dunaj“

Oblasť pohoria Fruška Gora je známou vinárskou oblasťou, kde si môžete ochutnať miestne vína v niektorých zo šesťdesiatich súkromných vínnych pivníc. Tematicky zameraný naučný chodník obsahuje informácie o vínnych pivniciach, možnostiach ubytovania, pamiatkach, reštauráciách a doprave v regióne. Vínná cesta je propagovaná cez tematicky zamerané brožúry a cez webovú stránku Národnej organizácie cestovného ruchu.

Príklad dobrej praxe: podrobný popis a mapa vínnej cesty; tematické zameranie a kombinácia turistiky s ochutnávkou vína (Vínna cesta Fruška Gora vedie popri Dunaji); informácie o ubytovaní, reštauráciách a vínnych pivniciach atď. (PDF)



Dunajský festival v meste Ulm, Nemecko

www.donaubuero.de

Dunajský festival, ktorý od roku 2004 každoročne organizuje Donaübüro (Dunajská kancelária) má rôzne ťažiská. Festival cez folklórne vystúpenia plné radosti, koncerty populárnej hudby od klasiky až po hip-hop, predčítavanie literatúry, ako aj tanec a divadlo, reprezentuje kultúrnu rozmanitosť podunajského regiónu.

Dobry nápad: kultúrne podujatie možno zaradiť do ponuky zájazdov.



4.2.4 Návrhy a odporúčania pre touroperátorov

Účastníci organizovaných túr očakávajú vyvážený program, ktorý obsahuje nielen športovú aktivitu, ale aj kultúrno-prírodný zážitok. Zároveň chcú mať možnosť navštíviť lokality, ktoré sú ťažko dostupné autom alebo vlakom. Mali by sa zohľadniť rôzne cieľové skupiny a rôzne schopnosti (úroveň) turistov a tomu prispôbiť náročnosť turistických trás (napríklad: turistická trasa rozdelená na viaceré etapy s odpočívadlami, ako aj s možnosťou ubytovania). Na každej zastávke by mali byť k dispozícii rôzne možnosti ubytovania, od stanových kempov až po kvalitné hotely, aby boli naplnené očakávania všetkých zákazníkov.

Odporúčania:

- vytvoriť komplexné ponuky cestovného ruchu obsahujúce dopravu, ubytovanie, stravovanie, vstupy do múzeí, ochutnávku vín a iné,
- vyvážený program medzi prírodou a kultúrou,

- zaradiť do programu iné aktivity v prírodnom prostredí ako bicyklovanie, veslovanie, výlety loďou,
- kombinovanie pešej turistiky a výletnej plavby alebo využitie iného druhu dopravy (turistika bez batohu),
- vytvoriť cezhraničné produkty pešej turistiky obsahujúce popis trás a služieb v susedných krajinách, odporúča sa ponechať si jedného sprievodcu počas celej cesty (miestny sprievodca zapojený ak to vyžaduje legislatíva),
- vytvoriť podmienky pre individuálne túry bez sprievodcov – poskytnúť účastníkom „turistický informačný balík“ (modelový plán cesty, poistenie, tipy od miestnych obyvateľov, GPS koordináty, mapy, knižných sprievodcov, informácie o ubytovaní a doprave a iné),
- spolupracovať s miestnymi organizáciami (lokálni touroperátori, správa národných parkov) a poskytovateľmi ubytovania na súkromí v súvislosti s možnosťou organizovania krátkych tematicky zameraných výletov a alternatívnych programov,
- program pre vybrané cieľové skupiny – seniori, deti, mládež a rodiny.

Príklady konkrétnych ponúk:

Plavba vyhlídkovou loďou Wachau / Rakúsko (Kombinovaný lístok loď + bicykel + piknik)

www.ddsg-blue-danube.at

Plavba vyhlídkovou loďou Wachau/Rakúsko (Kombinovaný lístok loď + bicykel + piknik)

- Zahrnuté služby: plavba loďou vo Wachau, prenájom bicykla, piknikový kôš (minerálka, nealko nápoj, sendvič, ovocie)
- Cena: € 30,-/€ 40,-

Dobry nápad: Táto túra by mohla byť ponúknutá ako balík služieb: výletná plavba, turistika a piknik



Balík služieb „Dunausteig-Passau-Linz – vždy je čo pri Dunaji objavovať“ poskytovaný inomingovou cestovnou agentúrou Horného Rakúska „OÖ Touristik“,

www.touristik.at

Trasa Vás povedie dunajským údolím, ktoré je lemované pohorím od mesta Passau až do Linzu. Prechádzate v tieni lesov, aby ste vystúpili na hrebeň, kde sa týči zrúcanina hradu Schaunburg a doprajete si zaslúžený odpočinok na Schlägener Blick, mieste s úchvatným výhľadom. Privítajú vás miestne pohostinstvá a reštaurácie s chutnými špecialitami, kde si môžete dať šťavu z čerstvého ovocia alebo vami vylisovaného muštu – ozajstný zážitok pre telo aj dušu.

Príchod: každý deň v období od 14. apríla do 31. októbra

Zahrnuté služby:

- Ubytovanie na 6 nocí s raňajkami
- Preprava batožiny z hotela do hotela až po Linz (poplatok za 1 kus batožiny na osobu s maximálnou hmotnosťou 20 kg)
- Cesta loďou z Passau do Kastenu
- Ochutnávka likérov v kláštore Engelszell a individuálna prehliadka kostola
- Preprava vlakom z Eferdingu to Linzu
- Prehliadka mesta s Linz-City Express-om
- Preprava vlakom z Linzu do Passau
- Jeden turistický batoh na izbu obsahujúci informačné materiály a popis jednotlivých výletov
- Infolinka v prevádzke aj počas víkendov

Cena na osobu a pobyt (5 dní): € 419,- dvojpostelová izba

Sezóna C: 12.05.–31.08. € 559,- jednopostelová izba

€ 129,- doplatok polpenzia

Príklad dobrej praxe: turistika bez batožiny; kombinácia turistiky, plavby loďou; vyvážený program príroda/kultúra;
turistický batoh obsahujúci informačné materiály pre individuálne túry



Balík služieb- „Výletná plavba: Viedeň – Bratislava – Viedeň“ poskytovaný „Tour4U“

www.tour4u.sk

Objavte s nami Bratislavu – hlavné mesto Slovenska vzdialené len 60 km od Viedne. Na plavbu do Bratislavy a späť môžete využiť buď rýchloloď prechádzajúcu cez priehradu vo Freudenu alebo objavovať Dunajský kanál na katamaráne. V Bratislave absolvujete prehliadku mesta s obedom a počas individuálneho programu budete mať dostatok času pre vychutnanie si atmosféry mesta. Počas cesty loďou vás nadchne nádherná dunajská príroda, zrúcanina hradu Devín, malebné mestečko Hainburg a samozrejme mestá Bratislava a Viedeň.

Príchod: Katamaran 22.3.–3.11. – denne/Rýchloloď 24.4.–12.10./24.4.–29.9. – streda, štvrtok, piatok, sobota, nedeľa/4.10.–12.10. – piatok, sobota

Zahrnuté služby:

- Cesta loďou z Viedne do Bratislavy a späť
- Prehliadka mesta Bratislava výletným autobusom Prešporáčik Oldtimer
- Individuálny program s dostatkom času na prechádzku po centre mesta
- Obed v historickom centre mesta

Cena na osobu: € 125,-

Príklad dobrej praxe: Cezhraničná ponuka CR obsahujúca návštevu kultúrnych pamiatok a obdivovanie prírodných krás Dunaja.



Divoká príroda Bulharska a Rumunska v oblasti dolného toku Dunaja

www.wandernbulgarien.eu

Zájazd sa začína túrou v Prírodnom parku Rusenki Lom, ktorý chráni prírodu krásneho skalnatého údolia bohatého na rôzne druhy vtákov a na významné historické pamiatky, ako sú Ivanovské skalné kostoly (UNESCO). Na ceste k Čiernemu moru navštívite chránenú krajinnú oblasť Malak Preslavets, ktorá je vodným rajom pre lekná biele a biosférickú rezerváciu Srebarna – nádherné jazero, ktoré je domovom asi 150 druhov. Ďalšie dve pamiatky UNESCO – Tráčka hrobka Sveshtari a skalný reliéf s názvom Madarský jazdec budeme míňať na našej ceste do Varny – najväčšieho prístavného mesta Bulharska. Po návšteve mesta Constanta a jeho krásnych pláží sa dostaneme do prírodného raja v Dunajskej Delte. Tu strávite dva celé dni objavovaním krás prírody a pozorovaním vtáctva. Program je završený prehliadkou Bukurešti.

Trvanie: 11 dní (Najlepšie obdobie je od polovice apríla do polovice júna.)

Zahrnuté služby:

- Ubytovanie na 11 nocí v malých hoteloch; dvojpostelové izby so sprchou a WC
- 11-krát raňajky a 10-krát večera
- Doprava autobusom
- Nemecky/anglicky hovoriaci sprievodca cestovného ruchu

Ceny:
Od 10 do 14 ľudí: € 950,-
Od 15 do 20 ľudí: € 850,-

Príklad dobrej praxe: cezhraničné túry so sprievodcom, vyvážená ponuka príroda/pamiatky, kultúrne pamiatky a prírodné krásy (UNESCO lokality), turistika priamo v prírodných parkoch, spolupráca s miestnymi poskytovateľmi ubytovacích služieb v Bulharsku a v Rumunsku.



4.2.5 Návrhy a odporúčania pre prírodné parky, chránené územia

Vedené túry a ďalšie služby poskytované národnými / prírodnými parkmi sú ďalším prínosom pre celkový rozvoj regionálnej ponuky pešej turistiky. Služby môžu byť ponúkané priamo návštevníkom parkov alebo zahrnuté do programu zájazdov touroperátorov. Pre správy parkov, takýto druh aktivít predstavuje finančný zdroj a je dobrou príležitosťou na zvýšenie povedomia turistov a návštevníkov o pešej turistike, ktorá je šetrná k životnému prostrediu. Poskytovanie takýchto služieb turistom zlepšuje propagáciu a imidž parkov a pomáha správe parkov plniť ich poslanie a ciele.

Odporúčania:

- Organizovať túry s odbornými sprievodcami (ornitológovia, botanici atď.)
- Poskytnúť potrebnú turistickú výbavu (lode, bicykle, lekárničku, mapy atď.)
- Ponúknuť možnosť výberu tematicky zameraných turistických trás (napríklad: flóra a fauna, rozprávkové chodníky pre deti atď.)
- Udržiavanie kontaktov s touroperátormi a zahrnúť výlety do ich ponuky zájazdov.

Príklady konkrétnych ponúk:

Vedené túry v Národnom parku Kopacki Rit, Chorvátsko

www.kopacki-rit.hr

- Ponuka výletu 1** Výlet do špeciálnej zoologickej rezervácie a do komplexu hradu Tikveš obsahuje vstupy, prehliadku parku, plavbu lodou, návštevu hradného komplexu Tikveš a služby odborného sprievodcu cestovného ruchu.
Cena: Dospelí 70,- kn / Deti 50 kn
- Ponuka výletu 2** Program krátkého výletu na lodi obsahuje vstup, prehliadku parku, prechod cez špeciálnu zoologickú rezerváciu alebo možnosť prejazdu na motorovom člne – maximálne 4 osoby.
Cena: 100,- kn (osoba/hodina)
- Ponuka výletu 3** Pešia túra k hradnému komplexu Tikveš a prírodnému náučnému chodníku „Starý brest“. Zahrnuté služby: vstupné, prehliadka parku, návšteva hradného komplexu a prírodného chodníka (2500 m) s odborným sprievodcom.
Cena: Dospelí 50,- kn / Deti 40,- kn

Príklad dobrej praxe: combination hiking and boat trip; balance culture / nature



4.2.6 Návrhy a odporúčania pre poskytovateľov ubytovacích služieb

Poskytovatelia ubytovania by mali zväziť rozšírenie svojich služieb o špeciálne služby pre turistov zvyšujúce ich komfort (napríklad: neskorá večera, turistická výbava, odborný sprievodca cestovného ruchu, mapy, transfer k turistickým trasám a podobne). Odporúča sa sprostredkovať hosťom informácie o možnostiach účasti na túrach a výletoch za kultúrou (vrátane služieb poskytovaných miestnymi sprievodcami, múzeami, drobnými poľnohospodármi atď.). Pešie túry ponúkané poskytovateľmi ubytovania je najlepšie propagovať prostredníctvom vlastných webových

stránok, ako aj prostredníctvom cestovných kancelárií, organizácií cestovného ruchu a miestnych turistických informačných kancelárií.

Odporúčania:

- Prispôbiť kvalitu poskytovaných služieb potrebám turistov (možnosť neskorého ubytovania sa, možnosť vyprať/vysušiť oblečenie, zdravé jedlá atď.)
- Ponuka doplnkových služieb cestovného ruchu (špeciálne vybavenie pre turistov, knižný sprievodca, mapy, informácie o turistických trasách a ich značení, výlety s odborným sprievodcom).

Príklady existujúcich ponúk:

Rakúsko – Landgasthof Donau-Traum-Blick

www.eselgut.at

Ponuka: Nočná turistika s faklami popri Dunaji

Srbsko – Hora Capetan Misin (Donji Milanovac)

Ponuka: piknik, člnkovanie, športové rybárstvo, rybolov, plávanie, turistika v chránených prírodných územiach Národného parku „Djerdap“, pozorovanie vtákov, zber lesných plodov a hřibov, tradičná miestna kuchyňa, vodné športy, bicyklovanie a lezenie.

Bulharsko – „Rodinný hotel u Čierneho bociana“ (Nisovo)

www.black-stork.com

Ponuka: Ponuka: pešia turistika, bicyklovanie, program kultúrnych podujatí v regióne, poskytovanie informácií o miestnych kultúrnych pamiatkach a tradíciách.

4.2.7 Návrhy a odporúčania týkajúce sa verejnej dopravy

Dobre fungujúca verejná doprava plní veľmi dôležitú úlohu pre rozvoj pešej turistiky, hlavne v oblastiach, kde infraštruktúra pešej turistiky nie je úplne dobudovaná. Aby doprava bola plne prispôbena turistom a ich potrebám je nutná blízka spolupráca poskytovateľov dopravných služieb s touroperátormi. Už spomenutá kombinácia výletných plavieb a túr je ideálnou možnosťou pre turistov organizovať celodenné výlety bez ťažkej batožiny.

Odporúčania:

- aktuálne informácie o verejnej doprave a cestovné poriadky umiestnené na kľúčových miestach (napríklad: autobusová zastávka, železničná stanica, turistické informačné kancelárie, penzióny, hotely, reštaurácie atď.),
- kyvadlová doprava do národných parkov/k turistickým chodníkom (spoločne organizované touroperátormi a správami národných parkov),
- tematické výlety poskytované dopravcami (napríklad: úzkorozchodné a lesné železnice),
- prístup ku kombinovanej doprave s možnosťou ľubovoľných prestupov, možnosť striedania rôznych spôsobov prepravy (bicykle, lode atď.).

Príklady existujúcich ponúk:

Bulharsko – Jednodňové autobusové zájazdy

web.ovanesovi.eu

Výlet so sprievodcom cestovného ruchu z mesta Rousse do biosférickej rezervácie Srebarna.

- Zahrnuté služby:**
- Preprava minibusom /autobusom
 - Anglicky hovoriaci sprievodca

Maďarsko – Gemenc lesná železnica

www.gemenczrt.hu

Úzkorozchodná železnica (760mm). Táto železnica premáva zo zastávky Pörböly na hlavnej trati MÁV do zastávky Bányfok, avšak väčšina vlakov má konečnú zastávku Gemenc-Dunapart.

4.3 Usmernenie pre kritériá kvality

Prostredníctvom kritérií kvality môžeme zabezpečiť porovnateľnosť a rozpoznateľnosť. Takéto kritériá kvality pre turistické trasy a chodníky pomáhajú turistom zorientovať sa v službách a pri výbere destinácie. Pre poskytovateľov služieb, či už ubytovacích, stravovacích, dopravných alebo služieb cestovných kancelárií, takéto kritériá sú marketingovým nástrojom a zároveň nástrojom kontroly kvality, ale aj návodom pri tvorbe novej ponuky a balíkov služieb, aby čo najlepšie splnili očakávania svojich zákazníkov. Dôležité bude dosiahnuť, aby sa všetky podunajské krajiny zhodli na jednotnom systéme posudzovania kritérií kvality. Po dosiahnutí dohody by partneri mali začať s ich implementáciou, čo bude behom na dlhé trate.

Navyše, zvýšenie kvality pešej turistiky a cestovného ruchu by malo prispieť k tvorbe marketingovej stratégie a zavedeniu značky pre pešiu turistiku. Vytvorenie a zavedenie uvedenej značky a predaj produktov pešej turistiky v podunajskom regióne by mali prispieť aj k napĺňaniu Stratégie Európskej únie pre Dunajský región. Nové kritériá kvality zohľadňujú už existujúce kritériá a budú vypracované projektovými partnermi v rámci projektu DanubeHIKE.

Príklad:

Rozsah bodového hodnotenia: 1 až 5 bodov/kritérium (napríklad: schodnosť)

1 = vôbec/nedostatočná/nízka; 5 = úplne/veľmi/vysoká

1 2 3 4 5

Mali by byť vnímané ako podporný a motivačný nástroj pri budovaní nových turistických chodníkov a návodom pri poskytovaní služieb. Zároveň zabezpečujú jednotný štandard kvality pre celý podunajský región. Usmernenie poskytuje základnú kostru pre ich zavedenie, ale dôležité je aj zohľadnenie miestnych podmienok.

4.3.1 Kritériá kvality pre turistické chodníky

Bodové hodnotenie turistických chodníkov bude v rozpätí 1 až 5 bodov, pričom 5 predstavuje najvyššiu hodnotu a 1 najnižšiu. Základnou myšlienkou takéhoto bodovania je sprostredkovať informáciu o kvalite turistických chodníkov na základe dosiahnutej priemernej bodovej hodnoty, ktorá bude zverejnená na webovej stránke www.danube.travel vytvorenej v rámci projektu DanubeHIKE a ďalej prevádzkovej organizáciou DCC. Kritériá sú rozdelené do jednotlivých oblastí hodnotenia, a to: trasovanie; vybavenie a údržba; marketing a infraštruktúra. Návrh na zavedenie jednotného značenia vychádza z medzinárodných štandardov, ktoré už boli použité pri značení v niektorých podunajských krajinách, napríklad v Hornom Rakúsku. Návrh značenia by mal pomôcť v jednotlivých cieľových destináciách zachovať jednotnosť značenia a kvality.

KRITÉRIÁ KVALITY PRE TURISTICKÉ CHODNÍKY	1	2	3	4	5
Trasovanie					
Schodnosť (rozlíšiť prerušovanú turistickú trasu od súvislej)					
Bezpečnosť					
Bezpečnosť a schodnosť v zimnom období					
Prírodné pozoruhodnosti popri turistickom chodníku					
Kultúrne pamiatky v okolí turistického chodníka					
Miesta s jedinečným výhľadom na turistickom chodníku					
Dostupnosť trasy, od štartu až k cieľu (verejná doprava)					
Označenie úrovne náročnosti					
Vybavenie / údržba					
Údržba turistického chodníka					
Priestrannosť turistického chodníka (široký, úzky)					
Značenie (jednotnosť)					
Vzdialenosť medzi zastávkami					

KRITÉRIÁ KVALITY PRE TURISTICKÉ CHODNÍKY	1	2	3	4	5
Dostupnosť pre hendikepovaných ľudí					
Atraktívne odpočívadlá a značky (dobré vybavenie, vhodné umiestnenie)					
Informačné tabule o geologickom zložení, o miestnej flóre, faune					
Marketing					
Používanie autentických názvov					
K dispozícii aktuálne informačné materiály (on-line, off-line, mapy, brožúry, informácie o balíkoch služieb)					
Propagácia cez ponuky CR (zahrnuté v balíkoch služieb)					
Internetová prezentácia					
Informácie poskytované vo viacerých jazykoch (minimálne v anglickom)					
Infraštruktúra					
Prepojenie na ďalšie turistické chodníky					
Prepojenie na ďalšie dopravné možnosti, pešia turistika a...					
Lodná doprava (výletné plavby)					
Bicyklovanie					
Dostupnosť verejnými dopravnými prostriedkami					
Odpočívadlá pozdĺž turistického chodníka					
Prístup k pitnej vode (vodné pramene, studničky) na turistickom chodníku					
Ubytovanie popri turistickom chodníku					
Pohostinstvá popri turistickom chodníku					
Možnosti stravovania popri turistickom chodníku					
				Áno	Nie
Prechod turistického chodníka cez súkromný pozemok					
Ak turistický chodník prechádza cez súkromný pozemok, je zabezpečené povolenie na prechod					
Značenie				Áno	Nie
Existujúce značenie					
Použité materiály:					
Hliník					
Drevo					
Iné (špecifikujte):					
Farby značenia/tabúl:					
Žltá					
Zelená					
Modrá					
Červená					
Iné (špecifikujte):					
Vzdialenosti:				Áno	Nie
Viac ako 5 km					
Medzi 5 a 2 km					
Menej ako 2 km					

KRITÉRIÁ KVALITY PRE TURISTICKÉ CHODNÍKY	1	2	3	4	5
Obsah:	1	2	3	4	5
Náročnosť terénu/trasy					
	Áno			Nie	
Cieľ cesty					
Čas					
Piktogram					
Jazyk – anglický					
Jazyk – iný					

Rozsah bodov 1 až 5 slúži len na prvotné hodnotenie a je stále predmetom diskusií. Tiež sa zvažuje možnosť použitia trojfarebného hodnotenia prebraného z dopravy (semafor). Na jednej strane cieľom je označiť vysokokvalitné turistické trasy a zabezpečiť ich porovnateľnosť, na druhej strane rozsah hodnotenia by mal byť ľahko aplikovateľný a prijatý všetkými krajinami v povodí Dunaja, odhliadnuc od toho, koľko infraštruktúry pešej turistiky už majú vybudovanej v jednotlivých krajinách. Sú aj odporúčania, ktoré vo forme usmernenia majú slúžiť destináciám CR, turistickým zväzom pri vytvorení nových turistických trás a samozrejme pri hodnotení už existujúcich.

Príklady existujúcich ponúk cestovného ruchu:

Rakúsko – Donausteig

www.donausteig.com

450 kilometrov dlhá trasa Donausteig lemujúca oba brehy Dunaja od Passau po mesto Grein vedie cez jedinečnú prírodnú scenériu a kultúrnu krajinu.

- Na 41 miestach je možnosť zísť z hlavného turistického chodníka na okružné trasy a obdivovať okolie podunajskej oblasti.
- Optimálne prepojenie železničnej, autobusovej a lodnej dopravy umožňuje príjazd a návrat späť do východzieho bodu.
- Turistický chodník je vhodný aj pre diaľkových turistov, ale aj pre kratšie túry, exkurzie a je vhodný aj pre rodiny atď.
- 165 odpočívadiel a miest s panoramatickým výhľadom – jednotlivé trasy poskytujú jedinečné pohľady na dunajskú krajinu, ktoré vám vyrazia dych.
- Povesti – až 120 dunajských legiend je prerozprávaných a ilustrovaných na informačných tabulách. Návštevníkom sa tak vytvára nový obraz o dunajskej krajine.
- 52 „Pohostinstiev z Donausteigu“ (združenie poskytovateľov stravovacích a ubytovacích služieb) – poskytuje svojim hosťom aj odborné informácie spĺňajúce tak vysoké kritériá pre ubytovacie a stravovacie služby.
- Balíky služieb ušité na mieru – poskytovatelia sa orientujú na rôzne cieľové skupiny turistov a podľa toho aj pripravujú a ponúkajú rôzne druhy balíkov služieb.
- Donausteig interaktívne – interaktívne mapy a plánovač cesty umožňujú návštevníkom naplánovať si cestu vopred a vytlačiť si vytvorený itinerár (PDF).

4.3.2 Odporúčanie k turistickému značeniu

- Materiál:** hliník
- Rozmery:** Značka – dĺžka – min. 650 mm, 60 mm smerovacia šípka, šírka 80 mm – 200 mm
- Písmo:** 20 mm pre cieľ cesty, čas, náročnosť trasy a piktogram, 15 mm pre číslovanie trasy; Typ písma – Font: Arial – bez zvýraznenia, bez sklonu
- Farby:** Značka – žltá (RAL 1023), písmená – čierne (RAL 9005)
- Obsah:** Náročnosť trasy, cieľ trasy, čas, piktogram, nie viac ako 3 cieľové miesta
- Umiestnenie:** vzdialenosť medzi značkami nie viac ako 2 km a na všetkých rázcestiach

4.3.3 Kritériá kvality pre poskytovateľov ubytovacích služieb

Poskytovatelia ubytovacích služieb zvyčajne vo svojich prevádzkach majú už zavedené štandardy kvality. Z tohto dôvodu uvádzame kritériá kvality pre „ubytovanie vhodné pre pešiu turistiku“ samostatne. Odpovede môžu byť len typu ÁNO/NIE. Len v niektorých prípadoch si vyžaduje

odpoveď bližšie vysvetlenie (uvádza sa samostatne v rámci daného kritéria).

Príklad:
Odborní zamestnanci vedia poskytnúť bližšie informácie o oblasti cestovného ruchu a jej infraštruktúre.

Áno Nie

KRITÉRIÁ KVALITY PRE POSKYTOVATEĽOV UBYTOVACÍCH SLUŽIEB	Áno	Nie
Služby poskytované turistom		
Dostupnosť z turistickej trasy (dostupnosť pešo)		
Informácie pre turistov (mapy, brožúry, ďalej: predpoveď počasia, pamiatky)		
Profesionalita pracovníkov (poznajú danú turistickú oblasť, ovládajú cudzí jazyk, poskytujú individuálne služby)		
Služby pre turistov – poskytovanie turistickej výbavy (prenájom a/alebo predaj)		
Poskytovanie prvej pomoci (liečivé masti, bandáže atď.)		
Možnosť prania/sušenia oblečenia, topánok a možnosť ich uskladnenia		
Kyvadlová doprava pre turistov a preprava ich batožiny		
Informačné tabule, kontaktné miesto pre turistov		
Ponuka outdoorových aktivít (vedené túry, výlety loďou atď.)		
Všeobecné služby		
Certifikácia, zavedený iný systém hodnotenia kvality (hviezdičky kvality a iné) – (áno/nie, špecifikujte)		
Podávanie raňajok skoro ráno, možnosť neskorého ubytovania sa, možnosť ubytovania bez rezervácie		
Poskytovanie zdravej stravy, ľahké raňajky, celozrnné produkty		
Ponuka miestnych produktov		
Poskytovanie informácií o ubytovaní na internete		

Príklad:

Bulharsko – Zelená chata (Green Lodge®)

www.baatbg.org

Zelená chata® je certifikát, ktorý sa udeľuje penziónom a malým hotelom, ktoré spĺňajú požiadavky ECAT a Eurogites. Poskytovatelia ubytovacích služieb sú miestni obyvatelia, ktorým záleží na zachovaní miestnej prírody a kultúry. Radi vám poskytnú sprievodcovské služby a vezmú vás na zaujímavé miesta a miestne podujatia, čím umocnia váš zážitok. Ďalšie kritériá, ktoré musia spĺňať:

- Prispievajú k ochrane prírody
- Orientujú sa na kultúrne dedičstvo
- Poskytujú informácie o životnom prostredí
- Nepretržite sa podieľajú na zvelaďovaní a ochrane životného prostredia

4.3.4 Kritériá kvality pre poskytovateľov služieb (touroperátori, cestovné kancelárie, reštaurácie)

Pri hodnotení sú na výber len dve možnosti ÁNO a NIE. Áno Nie
Avšak v niektorých prípadoch si odpoveď vyžaduje bližšie vysvetlenie (uvádza sa samostatne v rámci daného kritériá).

KRITÉRIÁ KVALITY PRE POSKYTOVATEĽOV SLUŽIEB	Áno	Nie
Dostupnosť z turistickej trasy (napr. pešo)		
Rôzne informácie pre peších turistov o oblasti (mapy, brožúry, počasie, pamiatky, GPS)		
Ďalšie informácie:		
Pohostinstvá prispôsobené pešej turistike		
Ubytovanie prispôsobené pre pešiu turistiku		
Preprava batožiny		
Kyvadlová doprava		
Verejná doprava		
Sprievodcovia cestovného ruchu (odborní)		
Špeciálne ponuky pre turistov a balíky služieb		
Poskytovanie všeobecných informácií o výmennom kurze, o vízovej povinnosti, informácie o krajine, kontakty na ambasády, nemocnice		
Prezentácia na internete		
Prezentácia na internete vo viacerých jazykoch, minimálne v anglickom		
Možnosti rezervácie cez:		
internet		
fax		
telefón		
Profesionalita /odbornosť pracovníkov (poznajú turistickú oblasť, ovládajú cudzí jazyk, poskytujú individuálne služby)		
Tabule s aktuálnymi informáciami, kontaktné miesto pre turistov		
Pohostinské zariadenia: ponuka miestnych produktov, poskytovanie zdravých ľahkých jedál (stravovanie prispôsobené turistom)		
poskytovanie ďalších služieb orientovaných na peších turistov ako napríklad poskytnutie náplastí a podobne		
Pre turistické informačné kancelárie: prehľad a informácie o všetkých poskytovateľoch služieb a regiónoch, podpora cezhraničnej spolupráce, poskytovanie informácií pre turistov, mapy a informácie o pamiatkach pozdĺž turistických chodníkov		
Pre touroperátorov: podpora ponuky cezhraničnej turistiky, spolupráca s ostatnými poskytovateľmi služieb so zameraním na pešiu turistiku		

Príklad:

Salix Tours, Ukrajina

www.salix.od.ua

Pripravujeme našim zákazníkom špeciálnu ponuku podľa ich nárokov alebo podľa potrieb ich rodiny alebo priateľov. Je jedno či ide o jednodňový výlet, predĺžený víkend alebo dlhšiu dovolenku, vo všetkých prípadoch vám vieme pomôcť pri plánovaní Vašej dovolenky snov, v ktoromkoľvek období roka. Vy sa sústredíte iba na oddych a môžete sa na nás spoľahnúť, že vám bude zabezpečené komfortné ubytovanie, výborné jedlo, odborní sprievodcovia, spoľahlivá doprava a akákoľvek iná pomoc, ktorú budete potrebovať. Navštívte naše webové stránky, aby ste získali prehľad, čo môžete vidieť a zažiť na Ukrajine. Tu uvádzame len niektoré programy, ktoré ponúkame priamo v Odese a jej okolí:

- 1. apríl, Deň morského karnevalu v Odese (Yumorina): prídte a zažite jedinečnú zábavu .
- 29. jún, Deň Dunaja, prídte osláviť tento veľtok priamo k delte, kde sa konajú jeho oslavy.
- 7. september, Deň založenia Odesy: prídte si užiť koncerty a ohňostroj pod holým nebom.
- Od júna do októbra je sezóna rybolovu na kaprov, šuky, sumce a zubáče. Prídte sa utáboriť na breh Dunaja a otestujte si vaše schopnosti.
- Alebo prídte si počas februára vyskúšať rybolov na lade: či budete mať šťastie a niečo ulovíte, alebo nie, na konci dňa vás bude čakať varené víno a plnená štika spolu s inými pochúťkami.
- Prídte obdivovať krásu dunajských ramien z kanoe.
- Ušetríte si nejaký čas a strávte ho s miestnymi obyvateľmi a budete si tak môcť zopakovať aj svoje znalosti ruštiny.
- Na záver len postavíte stojan a plátno a začať maľovať krásnu krajinu. Aj to vám umožní pobyt v Odese.

4.3.5 Kritériá kvality pre verejnú dopravu a pre hodnotenie prepravcov

Na výber pri hodnotení sú len dve možnosti ÁNO a NIE. Len v niektorých prípadoch si vyžaduje odpoveď bližšie vysvetlenie (uvádza sa samostatne v rámci daného kritéria).

Áno

Nie

KRITÉRIÁ KVALITY PRE VEREJNÚ DOPRAVU A PRE HODNOTENIE PREPRAVCOV	Áno	Nie
Verejná doprava (poskytovateľom je samospráva/štát)		
Súkromný prepravca poskytujúci dopravu		
Dostupnosť (napr. pešo)		
Registrovaný prepravca alebo prepravca s licenciou		
Intervaly spojov a prehľadnosť cestovných poriadkov		
Obmedzenia dopravy mimo hlavnej sezóny		
Služby poskytované bez obmedzenia		
Preprava batožiny		
Informácie v cudzom jazyku – anglický jazyk		
Informácie v cudzom jazyku – ostatné jazyky		

KRITÉRIÁ KVALITY PRE VEREJNÚ DOPRAVU A PRE HODNOTENIE PREPRAVCOV	Áno	Nie
Možnosť zobrať si so sebou ruksak, možnosť sušenia vecí		
Poskytovanie informácií o turistickej oblasti a možnostiach ubytovania		
Spolupráca s cestovnými kancelárkami a touroperátormi (špeciálne ponuky a zájazdy)		
Služba vyzdvihnutia		
Flexibilita		
Možnosti rezervácií cez:		
Internet		
Fax		
Telefón		
Informácie o ďalších možnostiach dopravy a ostatných spojoch		
Informácie na internete o možnostiach dopravy vo viacerých jazykoch, ale minimálne v anglickom jazyku		
Profesionálni pracovníci ovládajú cudzí jazyk, poznajú očakávania turistov		
Zvýhodnené sadzby cestovného pre turistov		

Príklad:***Srbské železnice – Výletný vlak Romantika***

www.serbianrailways.com

Príbeh záchrany historického vlaku Romantika sa začína v roku 1996. Cieľom projektu obnovy vlaku bolo vziať cestujúcich na romantickú cestu do minulosti. Možnosť previezť sa parnou lokomotívou v historických vozňoch z roku 1930, rozdelených ako kedysi na prvú, druhú a tretiu triedu, ako aj najesť sa v reštauračnom vozni je romantickým zážitkom a je nepochybne príkladom dobre pripravenej ponuky pre turistov.

- Vlak je zostavený z vozňa prvej triedy, 12 vozňov druhej triedy, jedálenského vozňa a navyše má aj vozeň pre bicykle.
- Ponuka poskytovaných služieb je veľmi bohatá a cieľom Srbských železníc je uspokojiť rôzne skupiny turistov.
- Okrem pravidelných jász vlaku do vybraných cieľových staníc, ako Sremski Karlovci, Palić, Vršac, Bela Crkva, Požarevac, Smederevo, Despotovac – Resavica, železnice poskytujú aj možnosť prenájmu vlaku na nezabudnuteľnú oslavu jubilej, ale aj na obchodné stretnutia, či prezentácie.
- Parné lokomotívy, ktoré sa používajú pri historickej jazde vlakom, boli pôvodne súčasťou vonkajšej expozície Železničného múzea.
- Kapacita vlaku predstavuje 420 miest.
- Prevádzkovatelia stále rozvíjajú svoje služby a program obohacujú o ďalšie aktivity ako návšteva veľtrhov, vinárskych oblastí, zber hrozna, festivaly, karnevaly, športové hry a množstvo ďalších podujatí, ktoré pripravujú srbské cestovné agentúry.

4.4 Zavedenie systému profesionálneho manažmentu

Podľa štúdie „Analýza trhu a celkového obrazu krajín stredného a dolného toku rieky Dunaj“ vypracovanej organizáciou DCC, dôležitým krokom pre úspešný marketing a predaj Podunajska ako produktu cestovného ruchu je zlepšenie a v niektorých prípadoch úplné zavedenie destinačného manažmentu na miestnej a regionálnej úrovni. DCC by podporilo zakladanie nových alebo zlepšenie existujúcich štruktúr destinačného manažmentu v oblasti Stredného a Dolného Dunaja. V krajinách pozdĺž horného toku Dunaja dobre fungujú spomenuté inštitúcie, preto treba využiť ich skúsenosti, ako aj možnosť konzultácií.

Podpora zo strany DCC a regiónov Horného Dunaja by mala obsahovať: usmernenie a technické poradenstvo v

oblasti plánovania, riadenia, služieb, marketingu, ako aj v oblasti infraštruktúry a zároveň poradiť, ako zabezpečiť dlhodobé financovanie.

Nadalej bude dôležité prehĺbovať spoluprácu a nadväzovať nové kontakty s ďalšími regionálnymi/národnými/medzinárodnými partnermi, pričom úlohu kľúčového partnera pre všetky organizácie cestovného ruchu by mala plniť organizácia DCC.

Rovnako dôležité ako vytváranie a prevádzkovanie nových turistických chodníkov, bude aj ich údržba (kontrola a obnova značenia, udržiavanie poriadku na odpočívadlách, oprava poškodených častí a podobne). Preto bude dôležité, aby za to prebrali zodpovednosť riadiace inštitúcie destinačného manažmentu, ktoré budú garantom kvality.

5 Marketingové ciele

Hlavným cieľom je vytvorenie spoločnej značky pre celý dunajský región akceptovaný všetkými podunajskými krajinami. K ďalším cieľom patria: spoločnými marketingovými opatreniami dosiahnuť, aby boli v ponuke kvalitné služby a túry, aby bol komunikovaný región Podunajska pod jednou spoločnou značkou, aby prišlo viac domácich a zahraničných návštevníkov a zároveň boli vytvorené možnosti pre dlhodobé, aj cezhraničné projekty.

5.1 Tvorba produktov cestovného ruchu

Prvým krokom k úspešnému marketingu a predaju Podunajska bude potrebné začať s budovaním novej infraštruktúry, ktorá bude základom tvorby nových produktov cestovného ruchu a balíkov služieb. Štyri základné oblasti služieb spomenuté v štvrtej kapitole sú základné piliere tvorby turistickej ponuky.

5.2 Zlepšenie imidžu pešej turistiky v celom Podunajsku

Až po vybudovaní kvalitnej infraštruktúry pešej turistiky možno budovať imidž Podunajska, ako perfektnej destinácie pre pešiu turistiku. Preto v rámci metodiky jedinečnej predajnej výhody (UPS – Unique selling proposition) bude treba prezentovať Podunajsko, ako:

- oblasť, ktorá spája 10 krajín s rozmanitým krajinným rázom atď.,
- ideálne miesto pre pešiu turistiku,
- oblasť s rôznymi prírodnými a kultúrnymi pamiatkami a pozoruhodnosťami,
- oblasť bohatú na pamiatky, pamätihodnosti, mestá a dediny, hrady, zrúcaniny atď.,
- oblasť s prírodnými a národnými parkmi,
- oblasť, v ktorej môžete kombinovať pešiu turistiku, cyklistiku a plavbu loďou,
- oblasť s bohatou históriou,
- Prepojenie existujúcich programov a obohatenie o hore uvedené aktivity.

5.3 Zvýšenie počtu prenocovaní a výletníkov

Vysokokvalitná ponuka je predpokladom na prilákanie väčšieho počtu turistov. Jednotná marketingová platforma poskytuje priestor na prezentovanie všetkých cieľových miest, regiónov a všetkých zúčastnených strán, menovite turistických informačných kancelárií, touroperátorov, cestovných kancelárií, poskytovateľov ubytovacích služieb, správy ochrany prírody a ostatných poskytovateľov služieb. Spoločná prezentácia ponúkaných služieb tak môže prilákať turistov z celého sveta (viď kapitolu 5.5 E-marketing a sociálne médiá, spoločná internetová platforma).

5.4 Praktická realizácia cez nadväzujúce projekty EÚ

Hlavným záverom a výsledkom projektu DanubeHIKE sú usmernenia, ktoré by mali uľahčiť nájsť vhodných partnerov k nadväzujúcim projektom a zabezpečiť financovanie projektov. Dôležité sú najmä témy, ktoré sa venujú tvorbe nových produktov v oblasti pešej turistiky pri Dunaji a marketingu Podunajska. V nasledujúcich rokoch si napĺňanie Dunajskej stratégie, ako jednej z prioritných agend, si bude vyžadovať posilnenie a prehlbovanie spolupráce medzi podunajskými krajinami, k čomu napomáha aj projekt DanubeHIKE.

V súčasnosti pracuje Riadiaca skupina EUSDR pre PA3 (Cestovný ruch, kultúra a ľudia ľuďom) na spoločnej značke pre cestovný ruch v Podunajsku, v záujme úspešnej prezentácie Dunaja a podunajského regiónu na globálnom trhu cestovného ruchu. Vytvorená značka by mala vychádzať z existujúcich národných/regionálnych značiek a byť podporená hlavnými aktérmi z cestovného ruchu. Týmto sa zabezpečí aj lepšia koordinácia a výmena informácií a skúseností.

5.5 Marketingové opatrenia

Inzercia

V rámci projektu DanubeHIKE bolo vytvorené logo projektu. Toto logo by malo byť používané všetkými partnermi zapojenými do aktivít rozvoja pešej turistiky pozdĺž rieky Dunaj.

Zároveň bola spracovaná brožúra s názvom „DanubeHIKE“. Táto brožúra poskytuje stručný prehľad o Podunajsku a zároveň prináša informácie k jednotlivým témam, ako je história, pamiatky, kultúra, pešia turistika, miestna kuchyňa, príroda a ďalej informácie o jeho dostupnosti, doprave a ubytovacích možnostiach. Má slúžiť ako podnet, aby všetci potenciálni aktéri získali prvotný obraz o Podunajsku a aby údolie Dunaja bolo identifikované ako oblasť, ktorá je vhodná pre pešiu turistiku. V zásade brožúra sa nezameriava priamo na zákazníkov a potenciálnych návštevníkov, ale je určená ministerstvám, národným organizáciám cestovného ruchu, organizáciám destinačného manažmentu, touroperátorom, združeniam cestovného ruchu, novinárom, budúcim partnerom a záujemcom, aby boli inšpirovaní pri prezentovaní pešej turistiky v Podunajsku. A zároveň, aby sa podieľali na rozvoji infraštruktúry, vytvorili zaujímavé ponuky atď. Brožúra by mala byť distribuovaná projektovými partnermi projektu DanubeHIKE a ďalej šírená cez ministerstvá a národné organizácie cestovného ruchu v podunajských krajinách. V ďalších etapách budú vypracované obrázkové brožúry, letáky, propagačné materiály, ako aj reklamné predmety pre potenciálnych turistov a zákazníkov. Pre zabezpečenie vysokokvalitných máp a informačných materiálov by mali byť adresovaní vydavatelia turistických sprievodcov. Zároveň by mali byť informovaní o možnostiach pešej turistiky a tu-

ristickej infraštruktúry v Podunajsku, ako aj o navrhovaných turistických chodníkoch so všetkými ich zaujímavosťami (pre inšpiráciu: „Bikeline“ – knižný sprievodca pre objavovanie Dunajskej cyklotrasy od Esterbauer www.esterbauer.com).

V záujme zabezpečenia úspechu spoločných marketingových aktivít Podunajska boli vyzvané národné organizácie cestovného ruchu dotknutých krajín, aby podporili spoločnú marketingovú stratégiu, ako aj projekt DanubeHIKE. Zároveň by mali byť ich komunikačné kanály využité na propagáciu možností pešej turistiky pri Dunaji.

E-Marketing a sociálne médiá

Podľa prieskumu štúdie „Analýza trhu a celkový obraz krajín stredného a dolného toku rieky Dunaj“ (DCC) najžiadanejším spôsobom šírenia informácií o budúcich ponukách pešej turistiky v Podunajsku sú webové stránky (73%). DCC momentálne pracuje na vytvorení medzinárodnej webovej stránky pre Podunajsko (Danube.travel), ktorý bol oficiálne prezentovaný na ITB 2013 v Berlíne. Obsah webu budú tvoriť informácie cestovného ruchu zo všetkých podunajských krajín, webová stránka tak bude plniť široký servis pre ľudí, ktorí sa chcú vydať na cestu do Podunajska. Na webovej stránke by mala byť spustená a plne funkčne prepojená interaktívna mapa s GPS-koordinátami pre jednotlivé turistické trasy.

Obrázok1 –
Pripravovaná
webová stránka
www.danube.travel





Obrázok 2 – Danube.travel popis turistických trás



Obrázok 3 – Danube.travel interaktívna mapa

Vzhľadom na on-line charakter webovej stránky by sa mali použiť na šírenie povedomia o nej a jej popularizáciu klasické e-marketingové nástroje (napr.: Google Adwords, optimalizácia pre vyhľadávače, úvodné stránky, bannerová reklama, elektronické letáky projektových partnerov atď.).

Platformy sociálnych médií ako napríklad Facebook (FB) alebo Google+ sú príležitosťou pre on-line marketing. Sociálne médiá používajú inovatívne nástroje marketingu ako napríklad FB-kampane, vývoj hier, súťaží, mobilné apli-

kácie a iné. V tomto prípade je dôležité používať nástroje, ako spoločné akcie rôznych regionálnych marketingových spoločností s cieľom podporiť ich vzájomnú spoluprácu a využívať výhody spoločnej distribúcie pre obe strany. Pokiaľ ide o sociálne médiá je veľmi dôležité, aby boli dostatočné ľudské zdroje na zabezpečenie údržby a pravidelnej aktualizácie týchto informačných kanálov.

Ďalšie príklady dobrej praxe z Podunajska pre webové stránky:

Obrázok 4 –
Interaktívna mapa
ARGE Deutsche Donau
www.deutsche-donau.de





Obrázok 5 –
Webová stránka
www.donausteig.com



Obrázok 6 –
Webová stránka
www.donau.com

V záujme budovania pozitívneho vzťahu k pešej turistike by mala dostať webová stránka DCC väčšiu pozornosť, preto v ďalšej etape by mala byť prepojená na ďalšie existujúce weby, ktoré sa venujú aj pešej turistike. Uvádzame zopár príkladov:

www.donausteig.com
www.danube.at
www.donau.com
www.tiscover.at
www.hrs.de,
www.bergfex.at
www.outdooractive.com

www.mmediu.ro/beta
www.rosilva.ro,
www.eco-romania.ro

www.serbia.travel
www.stazeibogaze.rs
www.pss.rs
www.npfruskagora.rs
www.npdjerdap.rs

www.nptara.rs
www.jugoistocnasrbija.rs
www.visitserbia.org
www.kopaonik-online.net
www.serbiatravelers.org
www.explore-serbia.rs
www.traveleastserbia.org
www.istar21.rs

www.slovakia.travel
www.visit.bratislava.sk

www.mvc.sk
www.regionnitra.sk

Organizovanie marketingových podujatí

Jednou z možností marketingových podujatí je zavedenie Dňa dunajskej pešej turistiky, ktorý by mohol byť súčasťou už existujúceho „Dňa Dunaja“, ktorý sa oslavuje každoročne už od roku 2004, vždy 29. júna. Tento deň oslavujú všetky podunajské krajiny a je spojený s rôznymi aktivitami, napríklad festivalmi.

Pri príležitosti Dňa dunajskej pešej turistiky by mohli byť organizované podujatia s témou pešej turistiky na viacerých úsekoch Dunaja a vo všetkých krajinách cez ktoré preteká. Uvedené aktivity by mohli byť vzájomne prepojené, koordinované, napríklad cez internet.

Vzťah s verejnosťou

Medzinárodná konferencia venovaná pešej turistike (19.–20.11.2012, Linz, Horné Rakúsko) spojená s tlačovou konferenciou, bola prvým podujatím, kde sa prezentovali výsledky projektu DanubeHIKE a kde bol širšej verejnosti predstavený potenciál pešej turistiky v dunajskom regióne.

Podľa už spomenutej štúdie (DCC), pre zabezpečenie väčšej publicity, sú žiaduce podobné aktivity aj na regionálnej a medzinárodnej úrovni. Všetky vydané propagačné materiály by si mali zachovať spoločný dizajn a rukopis. Zároveň by bolo zmysluplné vytvoriť spoločný kontaktný bod pre médiá (mala by to byť organizácia DCC), ktorý by pripravoval pravidelné tlačové správy, organizoval tlačové konferencie, infocesty pre novinárov do územia a zastupoval celý dunajský región na veľtrhoch cestovného turistického ruchu (napr.: ITB v Berlíne) a podobne.





Záver

Predkladané usmernenie spoločne s hodnotiacimi kritériami kvality vychádzajú zo skúseností projektových partnerov a sú výsledkom diskusií medzi projektovými partnermi a ostatnými zúčastnenými stranami. Prezentované príklady dobrej praxe predstavujú úspešné, existujúce, ponúkané služby pre turistov, zároveň sú inšpiráciou a slúžia na odovzdávanie získaných informácií a skúseností medzi aktérmi v Podunajsku.

Usmernenia by mali byť inšpiráciou pre všetky dotknuté subjekty a osoby z odvetvia cestovného ruchu pre zlepšenie poskytovaných služieb cestovného ruchu, pre skvalitnenie infraštruktúry a pre zlepšenie marketingových nástrojov. Ďalej majú napomôcť k príprave nových konkurencieschopných ponúk a služieb, ktoré majú prilákať do regiónu viac domácich i zahraničných návštevníkov.

S ohľadom na obmedzené finančné zdroje a dobu trvania projektu, projekt nemôže priamo realizovať budovanie infraštruktúry pešej turistiky alebo pripravovať produkty cestovného ruchu. Je skôr základom na ktorom môžu stavať nadväzujúce projekty.

Spoločná marketingová stratégia môže byť rozvíjaná cez uplatňovanie marketingových nástrojov v jednotlivých krajinách a cez spoločné cezhraničné marketingové aktivity. Pripravené kritériá kvality pre zavedenie a zlepšenie ponuky služieb pre turistov môžu byť upravené pre potreby jednotlivých krajín vychádzajúc z ich miestnych podmienok a súčasného stavu turistickej infraštruktúry. Napriek tomu národné organizácie cestovného ruchu a marketingové organizácie cieľových destinácií by mali mať záujem na uplatňovaní spoločných štandardov kvality.

Zároveň dokument „Usmernenie k realizácii a ďalšiemu rozvoju pešej turistiky pozdĺž rieky Dunaj“ môže slúžiť ako podklad pre prípravu workshopov, seminárov a iných aktivít, na odovzdanie know-how s ohľadom na diverzifikáciu a ďalší rozvoj pešej turistiky pozdĺž rieky Dunaj.

Okrem toho, predkladané usmernenie je ďalším krokom, ktorý má napomôcť rozvoju pešej turistiky a cestovného ruchu v danej oblasti, v súlade s cieľmi Dunajskej stratégie.

Teraz je úlohou projektových partnerov distribuovať tento materiál a zabezpečiť, aby pravidlá a usmernenia v ňom obsiahnuté, si osvojili všetky zúčastnené a dotknuté strany v celej oblasti pozdĺž rieky Dunaj.



Imprint

WGD Tourismus GmbH
a
Naturefriends International
vypracovali pre projekt DanubeHIKE



NATURFREUNDE
AMIS DE LA NATURE
NATUREFRIENDS
INTERNATIONAL

Kontakt:

Naturefriends International
1150 Viedeň, Diefenbachgasse 36
Rakúsko
www.nf-int.org



WGD Tourismus GmbH
4040 Linz, Lindengasse 9
Rakúsko
www.danube.at



Projekt finančne
podporili:

