

Manažerské shrnutí

Strategie destinačního managementu turistické oblasti Berounsko 2026–2030



Manažerské shrnutí Strategie destinačního managementu turistické oblasti Berounsko 2026–2030

Zpracovali:

Tereza Kubištová, MSc
Institut turismu agentury CzechTourism
Ing. Jaromír Polášek (Polášek & Company)
DMO Berounsko

Ve spolupráci s pracovní skupinou pro strategie destinačního managementu DMO Berounsko.



Strategie vznikla za finanční podpory Středočeského kraje.

Středočeský kraj

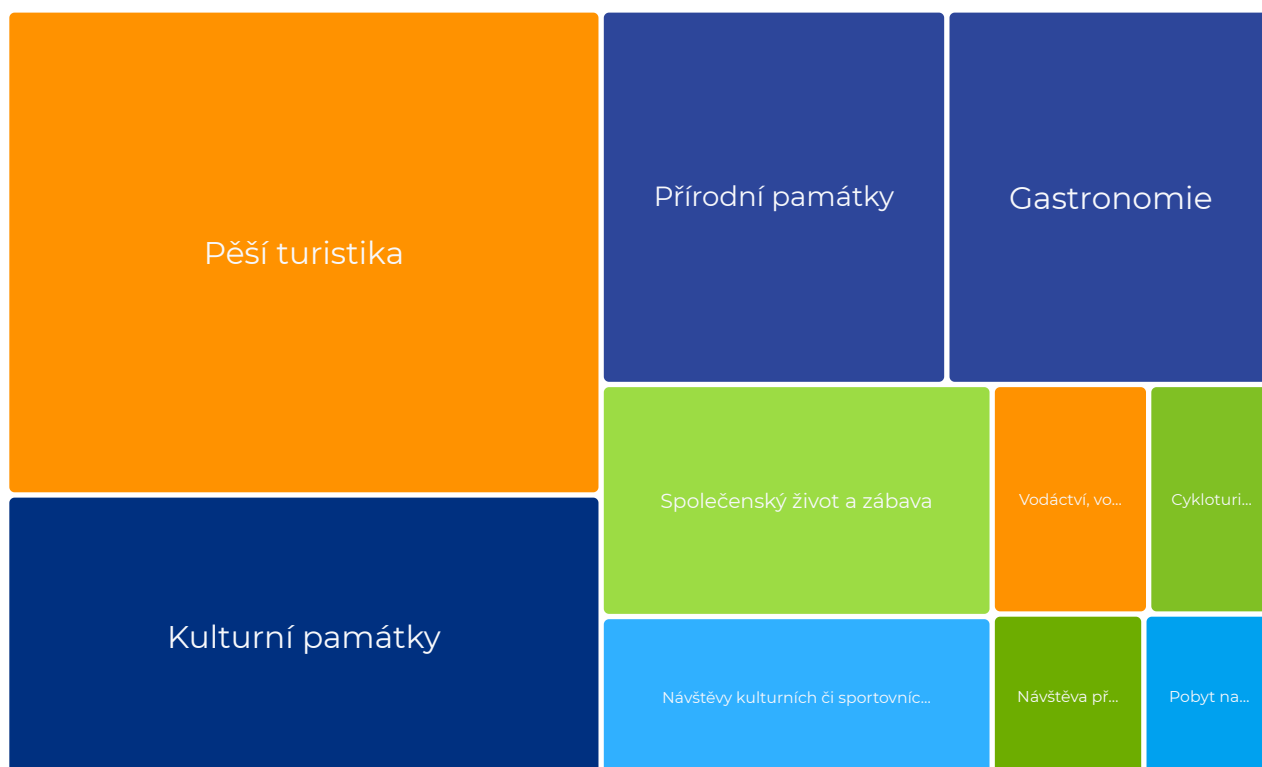
1. KLÍČOVÁ ZJIŠTĚNÍ A TRENDY

Berounsko se profiluje jako vysoce atraktivní turistická destinace, která těží z výborné dopravní dostupnosti, bohaté přírodní a kulturní nabídky i rostoucí poptávky po aktivním turismu. Analýza trendů ukazuje několik klíčových směrů:

- **Rostoucí popularita krátkodobých pobytů** – návštěvníci preferují víkendové a krátké pobyty.
- **Digitalizace a personalizace služeb** – využití AI pro cílený marketing a zákaznickou podporu.
- **Udržitelnost** – důraz na ekologicky šetrná řešení a lokální produkci.
- **Poptávka po autentických zážitcích** – storytelling a využití rozšířené reality.
- **Dopravní dostupnost** – klíčovým faktorem zůstává dobré napojení na Prahu a hlavní dopravní tahy.

2. PROFIL NÁVŠTĚVNÍKA

Návštěvníci destinace pocházejí **převážně ze Středočeského kraje a Prahy**, přičemž **69,7 % využívá vlastní automobil** jako hlavní dopravní prostředek, což je dáno snadným napojením na dálnici D5. Veřejnou dopravu využívá výrazně menší část turistů.



Nejčastěji vykonávané aktivity v destinaci Berounsko

Vzdálenost od bydliště se nejčastěji pohybuje mezi **21–50 km**, což potvrzuje silnou návštěvnost z blízkých oblastí. Region **navštěvují i místní obyvatelé** (do 20 km) **i cestovatelé ze vzdálenějších míst** (nad 100 km).

Struktura návštěvníků se dělí na:

- **Jednodenní výletníky (61,3 %)** – nejpočetnější skupina, využívající dobré spojení s okolím.
- **Turisty s přenocováním (21,3 %)** – preferují přímé rezervace nebo platformu Booking.com. Průměrná doba přenocování je 0,88 nocí.
- **Návštěvníci z regionu (17,4 %).**

3. NPS SKÓRE

Celková spokojenost návštěvníků je velmi vysoká. Destinace dosahuje **NPS skóre 64**, což znamená, že většina turistů je ochotna Berounsko doporučit dále. Tento ukazatel měří míru loajality na základě odpovědí na otázku, zda by turisté doporučili destinaci ostatním. Promotéři (nadšení návštěvníci) výrazně převyšují detraktory (nespokojené návštěvníky).

Mezi nejlépe hodnocené aspekty destinace patří **kvalita služeb, nabídka aktivit a atraktivita přírodních lokalit**. Naopak slabší stránky se objevují v oblasti **parkovacích kapacit a dostupnosti některých služeb mimo hlavní sezónu**.

4. TOP 10 NEJNAVŠTĚVOVANĚJŠÍCH CÍLŮ (2024)

1. Aquapark Beroun – 148,5 tis. návštěvníků (v TOP 10 nejnavštěvovanějších cílů Středočeského kaje)
2. Státní hrad Karlštejn – 146,7 tis. návštěvníků (v TOP 10 nejnavštěvovanějších cílů Středočeského kaje)
3. Koněpruské jeskyně – 76,5 tis. návštěvníků
4. Státní hrad Křivoklát – 70,2 tis. návštěvníků
5. Muzeum Českého krasu (soubor objektů) – 44,5 tis. návštěvníků
6. Muzeum Českého krasu, Beroun – 40,9 tis. návštěvníků
7. Sklárna Rückl – 22,1 tis. návštěvníků
8. Státní hrad Krakovec – 20,7 tis. návštěvníků
9. Rozhledna Městská hora – 13,0 tis. návštěvníků
10. Informační centrum keltské kultury – 7,9 tis. návštěvníků

5. SWOT ANALÝZA

SILNÉ STRÁNKY

- Významné kulturní a přírodní atraktivity, včetně dvou ikonických hradů – **Karlštejna a Křivoklátu**, s celostátním dosahem a vysokou návštěvností.
- Výjimečné přírodní prostředí – **CHKO Český kras a CHKO Křivoklátsko**, doplněné o **Národní geopark Barrandien**.
- **Řeka Berounka** jako atraktivní vodní tok s rozvojovým potenciálem pro vodáckou turistiku.
- Hustá síť **značených turistických tras, kvalitních cyklotras a naučných stezek**, včetně **pátevní stezky Po stopách českých králů**.
- Existence **komplexních produktů cestovního ruchu**, včetně návštěvnické karty a **sdílené sítě elektrokol Nextbike**.
- Silné institucionální zázemí: aktivní **DMO Berounsko**, podpora ze strany **SCCR**, marketingové zastřešení a **spolupráce s dalšími DMO**.
- Dobrá **dopravní dostupnost** po dálnici D5, železnici a blízkost **letiště Václava Havla**.
- **Zaběhlá značka Berounsko** s pozitivním image na trhu.
- **Blízkost Prahy** – velký potenciál jednodenních i víkendových návštěvníků.
- Vysoká **koncentrace muzeí** s různorodým tematickým zaměřením.

SLABÉ STRÁNKY

- Malá **členská základna DMO a nízká míra certifikace** poskytovaných služeb (ubytování, průvodci, TIC).
- Nedostatek **oficiálních parkovacích ploch** a problémy s dopravou v hlavní sezóně (zejména kolem hlavních atraktivit).
- Výrazná **sezónnost turismu** a převaha **krátkodobých návštěv** (jednodenní výlety).
- **Nevyrovnaná kvalita** stravovacích a ubytovacích služeb, často pouze **sezónní provoz**.
- Špatný technický stav některých **cyklostezek a tras**.
- **Kumulace akcí** ve stejných termínech.
- **Nízká dostupnost atraktivit veřejnou dopravou** mimo hlavní dopravní uzly.
- Nerovnoměrné rozmístění a **nedostatek ubytovacích kapacit**, především vyšší třídy.
- Nedostatek **certifikovaných TIC a dostupného značení turistické infrastruktury v terénu**.

PŘÍLEŽITOSTI

- **Kategorizace DMO** a rostoucí uznání jejich role v Česku.
- **Zvýšený zájem obcí a podnikatelů** o cestovní ruch.
- Nové **dotační a grantové výzvy**, možnost výběru **místních poplatků** (ubytování, parkování).
- Rozvoj **udržitelných forem dopravy** – cyklobusy, cyklovlaky.
- **Digitalizace, AI a online nástroje** (např. online TIC) v komunikaci s návštěvníky.
- **Spolupráce se školami** a zapojení studentů do činností DMO.
- **Růst zájmu o domácí dovolenou** a udržitelné formy turismu.
- **Zlepšení vnitřní komunikace** v destinaci a sdílení dat mezi aktéry.
- **Silný potenciál Křivoklátska** jako ekologicky šetrné destinace cestovního ruchu.

HROZBY

- **Finanční závislost DMO na dotacích** a nedostatečná stabilita zdrojů.
- **Nízká personální kapacita** a nedostatek kvalifikovaných pracovníků.
- **Krizové situace** (např. pandemie, ekonomické výkyvy).
- **Nekontrolovaný rozvoj sdílené ekonomiky** (např. Airbnb), narušení trhu ubytování.
- **Ztráta autenticity** turistických cílů, odmítání turismu místními obyvateli.
- Riziko **overturismu** zejména v nejnavštěvovanějších lokalitách (Karlštejn, Křivoklát).
- **Změna klimatu** ovlivňující sezónnost a atraktivitu přírodních aktivit.
- **Nedostatek turistické infrastruktury a prostředků** na údržbu a rozvoj atraktivit.
- **Odliv návštěvníků** do jiných destinací (např. Praha, Příbramsko).
- Stoupající **nároky turistů na komfort a kvalitu služeb**, nedostatečná nabídka vyšší třídy.
- Vznik NP Křivoklátsko – **riziko nespokojenosti místních obyvatel** a zvýšená **regulace pohybu návštěvníků**.

6. VIZE A CÍLE TURISTICKÉ OBLASTI BEROUNSKO

INTERNÍ VIZE (VIZE PRO FUNGOVÁNÍ DESTINAČNÍHO MANAGEMENTU)

Berounsko je příkladem dobře fungující destinace s profesionálním destinačním managementem, který **zajišťuje kontinuitu, propojenost, síťování a podporu kvality služeb v cestovním ruchu**. DMO Berounsko disponuje stabilní členskou a partnerskou základnou, dostatečnou personální kapacitou a **jasně nastavenou strukturou komunikace se svými členy a partnery**. Využívá digitální nástroje, shromažďuje a sdílí data, aktivně vzdělává a propojuje aktéry v území s cílem společně rozvíjet silné a provázané produkty cestovního ruchu. **Důraz je kladen na udržitelné financování, edukaci, inovace a rozvoj lidských zdrojů.**

Důraz je kladen na **udržitelné financování, edukaci, inovace a rozvoj lidských zdrojů.**

EXTERNÍ VIZE (VIZE SMĚREM K NÁVŠTĚVNÍKŮM A TRHU)

Destinace Berounsko je vnímána jako **moderní a přívětivý region**, který láká návštěvníky svou **autentičností, přírodním bohatstvím, kulturním dědictvím a kvalitními službami**. Nabízí rozmanité zážitky v každém ročním období a propojuje ikony typu Karlštejn a Křivoklát s méně známými, ale atraktivními místy.

Je snadno dostupná z Prahy i dalších center, zároveň však poskytuje pocit klidu a blízkosti přírody. **Berounsko je destinace, kam se návštěvníci rádi vracejí – pro nové zážitky i kvůli příjemné atmosféře.** Místní jsou nedílnou součástí turistického zážitku – **nejen hostitelé, ale i uživatelé destinace.**

Cílem je, aby si **každý návštěvník odvezl pocit, že cesta domů byla zbytečná – protože vše podstatné měl na dosah.**

STRATEGICKÝ CÍL DO ROKU 2030 A PŘEHLED PRIORIT

Strategickým cílem Programu rozvoje cestovního ruchu v turistické destinaci Berounsko je do roku 2030 **udržet a dále rozvíjet profesionální a respektovanou organizaci destinačního managementu**, která **propojuje klíčové aktéry** v území, **rozvíjí kvalitní a udržitelné produkty** cestovního ruchu, **využívá digitální nástroje** a trendy, **posiluje image destinace** a **přispívá k rovnoměrné distribuci návštěvníků** v regionu.



PRIORITA 1: DESTINAČNÍ MANAGEMENT

- OPATŘENÍ 1.1: Posílení spolupráce v regionu v širším kontextu
- OPATŘENÍ 1.2: Rozvoj a stabilizace činnosti DMO
- OPATŘENÍ 1.3: Udržitelný rozvoj destinace
- OPATŘENÍ 1.4: Sběr a využití dat pro strategické řízení

PRIORITA 2: NABÍDKA DESTINACE

- OPATŘENÍ 2.1: Rozvoj a prohloubení turistických produktů
- OPATŘENÍ 2.2: Infrastruktura a zázemí

PRIORITA 3: DESTINAČNÍ MARKETING

- OPATŘENÍ 3.1: Budování značky a obsahová komunikace
- OPATŘENÍ 3.2: Digitalizace a technologie v marketingu