

Koncepcja rozwoju turystyki Euroregionu Neisse-Nisa-Nysa

"Leitbild" – filozofia działań strategicznych

Euroregion



Neisse-Nisa-Nysa





Treść broszury informacyjnej na temat koncepcji turystyki

Wstęp

Euroregion Neisse-Nisa-Nysa

Dane ramowe

Kultura i krajobraz

Czynnik gospodarczy — turystyka

Koncepcja jako zakres działań

Proces formułowania koncepcji

Goście Euroregionu Neisse-Nisa-Nysa

Wspólna tematyka Euroregionu

Temat

Informacja turystyczna

Marketing

Noclegi i gastronomia

Komunikacja drogowa

Rozwój oferty

Natura i krajobrazy

Sport i czas wolny

Kultura, architektura i historia

Szkice Projektowe

Nasze tezy przewodnie

Rozmówcy

Dodatek

Mapa Euroregionu

Zasady analizy stanu istniejącego i popytu w Euroregionie Neisse-Nisa-Nysa

FUTURE

FUTURE Umwelt-, Tourismus- und
Regionalberatung GmbH & Co.KG

Büro Dresden

1999



Euroregion Neisse-Nisa-Nysa

Dane ramowe

Euroregion Nysa jest połączeniem trzech regionów granicznych w samym sercu Europy, obszarem zetknięcia się Rzeczypospolitej Polskiej, Republiki Czeskiej i Republiki Federalnej Niemiec.

Członkami są:

- po stronie niemieckiej: powiaty Budziszyn (Bautzen), Kamenz, Löbau — Zittau, powiat dolnośląski — górnoluzycki oraz miasta wydzielone Görlitz i Hoyerswerda;
- po stronie czeskiej: okręgi Decin Jablonec n.N., Ceska Lipa, Liberec i Semily;
- po stronie polskiej: 39 gmin województwa dolnośląskiego oraz 4 gminy województwa lubuskiego.

Obszar Euroregionu po stronie niemieckiej zajmuje 4,5 % terytorium Niemiec, po stronie czeskiej około 3,5 % całkowitej powierzchni kraju i po stronie polskiej trochę więcej niż 1 % powierzchni kraju. Na terenie Euroregionu żyje około 1,6 miliona mieszkańców, którzy skupiają się w ponad 800 miastach i gminach.

Wszystkie trzy obszary są ze sobą wzajemnie powiązane nie tylko przez wspólne interesy lecz także poprzez wspólne problemy, które mają swój początek w urozmaiconej historii naszego kontynentu.

Z przebiegu zewnętrznej granicy Unii Europejskiej przez ten rejon wynika obecnie nadzwyczajna geopolityczna sytuacja wraz ze wszystkimi jej ryzykami ale także i szansami. Już teraz czuje się bardzo blisko rozwój nowego europejskiego wymiaru w stosunkach wschód — zachód.

Euroregion Nysa oferuje, szczególnie z powodu swojego specjalnego geograficznego położenia jak i z tym powiązanych krajoznawczych, historycznych i kulturalnych osobliwości, duży turystyczny potencjał rozwojowy. Dzięki temu turystyka będzie stawała się jednym z ważniejszych czynników gospodarczych regionu.

Euroregion Nysa jako instytucja skupiająca interesy państw przygranicznych powstał poprzez inicjatywę komunalnych stowarzyszeń rejonu granicznego i obchodził w maju 1999 roku w Zittau swoją VIII rocznicę. Przy tym za podstawę powstania przyjęto zasadę, że istniejące problemy regionu granicznego będą rozwiązywane tylko wspólnie, przede wszystkim w dobrej sąsiedzkiej atmosferze, razem i dla tutaj żyjących ludzi.

Euroregion Nysa formalnie składa się z trzech komunalnych związków gmin, miast i powiatów, które za pomocą uzgodnień uregulowały swoją współpracę na bazie specjalnie rozwiniętych form organizacyjnych, dopasowanych do konkretnych warunków.

Geograficzne położenie, krajobrazowe i krajoznawcze zalety oraz turystyczna infrastruktura obszaru Euroregionu Nysa określają wspólne działanie oraz współpracę trzech partnerów w zakresie turystycznego rozwoju regionu. Trzy kraje członkowskie są zainteresowane w wypracowaniu wspólnej strategii dla rozwoju turystyki w Euroregionie Nysa. Z ich pomocą przy uwzględnieniu osobliwości każdego partnera oraz zapotrzebowań mieszkańców i coraz szerszej rzeszy turystów rozwój turystyki powinien zostać skierowany na właściwe tory.

Przy spotkaniu trzystronnej Komisji Turystyki z ekspertami zewnętrznymi wiosną 1998 została ustalona metodyka i forma do wypracowania strategii. Całe to przedsięwzięcie zostało podzielone na trzy etapy:

- I. opracowanie tematycznego zakresu przyszłościowej strategii.
- II. wypracowanie filozofii działania rzecz rozwoju turystycznego w poszczególnych obszarach Euroregionu Nysa.
- III. na podstawie określonych etapów następuje opracowanie strategii z głównymi kierunkami, celami oraz zadaniami turystycznego rozwoju.

Obserwując dotychczasowy postęp prac oraz konieczność wspólnego działania przy rozwoju branży turystycznej na obszarze Euroregionu Nysa, nie da się tej inicjatywy dostatecznie dobrze oszacować. Wspólne działanie jest mianowicie bardziej skuteczne i ekonomiczne oraz wychodzi naprzeciw potrzebom wszystkich partnerów.

Plaszczyzną, na której zostaną podjęte wszystkie rozstrzygnięcia w dziedzinie turystyki, jest trójsronna Komisja do spraw turystyki w Euroregionie Nysa. Z inicjatywy tej komisji zaczął się proces opracowywania obszernego dokumentu — turystycznego ideału — wizerunku — Euroregionu Nysa. Jego zadaniem jest wytyczyć dyrektywy dla systematycznego, kompleksowego rozwoju turystyki zgodne z pozostałymi obszarami życia.





Kultura i krajobraz



Z jednej strony Euroregion Nysa wyróżnia się we wszystkich trzech partnerskich regionach bogatymi skarbami kultury i interesującymi miastami historycznymi. Już tylko w samej broszurze Euroregionu p.t. "Żywa historia — klaszory, kościoły i obiekty sakralne Euroregionu Nysa" występuje ponad 60 różnych, godnych uwagi budowli. Należą do nich takie jedyne w swoim rodzaju osobliwości jak np. klasztor St. Marienstern w Panschwitz-Kukau, klasztor St. Marienthal w Ostritz, zakon cystersów w Krzeszowie, kościół Wang w Karpaczu, kościół pielgrzymów w Hejnicach, kościół Hl. Laurentius w Jablonne Podjestedi.

Z drugiej strony nadzwyczajnie urozmaicone krajobrazy i jedyne w swoim rodzaju piękno przyrody Euroregionu Nysa robią duże wrażenie. Można tu znaleźć wszystko od puszczy, borów poprzez bagna, pagórki aż do gór. Krajobraz czeskiej i polskiej strony kształtuje górzysty region z łańcuchami górskimi Karkonoszy i Gór Izerskich. Po niemieckiej stronie znajdują się obok Gór Żytawskich także niziny górnoluzyckich borów, liczne stawy oraz pagórkowaty teren Zachodnich Łużyc. Najwyższe wzniesienie Euroregionu Nysa to Śnieżka z 1603 metrami nad poziomem morza.

Poza tym w Euroregionie Nysa znajdują się liczne rezerваты (góry, jeziora, bagna, parki krajobrazowe) jak i jedyne w swoim rodzaju podlegające specjalnej ochronie parki narodowe oraz rezerваты przyrody, które zostały uwzględnione w poniższej tabelce.

Dzięki rozległej sieci tras rowerowych i szlaków wędrowek pieszych teren ten nadaje się wyjątkowo dobrze do turystyki pieszej lub rowerowej. Istnieją również liczne możliwości uprawiania sportów zimowych szczególnie w regionach górskich.

Jest prawie niemożliwością aby objąć całą różnorodność turystycznych atrakcji Euroregionu Nysa w turystyce. Dlatego też chcielibyśmy w tym miejscu bardzo serdecznie zaprosić państwa do osobistego odwiedzenia Euroregionu Nysa.



Status ochrony	Nazwa	Powierzchnia w hektarach
Park narodowy	Karkonoski Park Narodowy (strona polska)	16.838
Park narodowy	Karkonoski Park Narodowy (czeska strona)	19.441
Rezerwat przyrody	Górnoluzyckie puszcze i stawy (strona niemiecka)	26.365
Rezerwat przyrody	Karkonoski rezerwat przyrody (strona polska)	5.573

Czynnik gospodarczy – Turystyka

Znaczenie turystyki jako czynnika gospodarczego dla regionu powinno zostać przedstawione za pomocą niektórych danych, liczb, faktów. Obok liczby ludności, liczba miejsc noclegowych, liczba turystów i noclegów przy określeniu nasilenia ruchu turystycznego oraz czasu pobytu dają ważne wskazówki.

Wszystkie liczby zostały ustalone na podstawie Rocznika Euroregionu Nysa wydanego przez urzędy statystycznie Euroregionu. Liczby odnoszą się do roku 1996.

Ludność (1996r.)	
Euroregion razem	1.747.620
Niemiecka strona	719.821
Polska strona	544.460
Czeska strona	483.339

Niemiecka strona Euroregionu ma najwięcej mieszkańców w porównaniu do swoich regionów partnerskich. W czeskim regionie partnerskim liczba mieszkańców wynosi zaledwie 2/3 niemieckiej liczby ludności.

Baza noclegowa – obiekty (1996r.)	
Euroregion razem	1.964
Niemiecka strona	281
Polska strona	562
Czeska strona	1.121

Odnosnie bazy noclegowej czeska strona plasuje się w samej czołówce. Strona polska posiada w porównaniu do niej zaledwie połowę obiektów noclegowych, a strona niemiecka tylko niecałą ćwierć.

Turyści (1996r.)	
Euroregion razem	1.699.050
Niemiecka strona	446.515
Polska strona	582.169
Czeska strona	670.366

Liczba gości w trzech częściach Euroregionu Nysa jest relatywnie wyrównana, przy czym strona czeska skupia na sobie najwięcej przyjazdów.

Noclegi (1996r.)	
Euroregion razem	6.001.102
Niemiecka strona	1.460.505
Polska strona	1.525.708
Czeska strona	3.014.889

Odnosnie do liczby noclegów strona czeska znów znajduje się na czołowej pozycji. W porównaniu do strony polskiej i niemieckiej można tam zarejestrować dwa razy więcej noclegów.

Procentowy udział zagranicznych turystów (1996r.)	
Euroregion	
Niemiecka strona	4,8 %
Polska strona	17,8 %
Czeska strona	40,0 %

Biorąc pod uwagę procent zagranicznych turystów strona czeska dystansuje się wyraźnie od polskiej i niemieckiej strony Euroregionu. Podczas gdy po stronie polskiej niecała trzecia część turystów może być scharakteryzowana jako turyści zagraniczni, strona niemiecka może się pochwalić zaledwie niecałymi 5 procentami turystów zagranicznych.

Nasilenie ruchu turystycznego (1996r.) (liczba noclegów na 1000 mieszkańców)	
Euroregion razem	343
Niemiecka strona	202
Polska strona	280
Czeska strona	624

Zgodnie z wyżej wymienionymi danymi jest oczywiste, że po czeskiej stronie Euroregionu jest największe nasilenie ruchu turystycznego. Liczby w regionach partnerskich są wyrównane, przy czym strona polska nieco wyprzedza stronę niemiecką. Przeciętny czas pobytu w Euroregionie Nysa wahają się od 3 – 4 dni.



Konceptja jako zakres działań

Konceptja turystyki ma za zadanie uwypatnić cele Euroregionu Neisse-Nisa-Nysa i określić ramy, w których może mieć miejsce celowe działanie na rzecz turystyki. Stanowi ona materiał orientacyjny dla dalszego wspólnego rozwoju turystyki w Euroregionie. Opracowanie wspólnej, popieranej przez wszystkie trzy kraje, koncepcji turystyki, tj. dokumentu strategicznego dotyczącego dalszego rozwoju turystycznego Euroregionu Neisse-Nisa-Nysa, jest pierwszym koniecznym krokiem ku stworzeniu wspólnego przyszłościowego profilu regionu jako celu podróży turystycznych.

Na pierwszym planie stoją przy tym następujące kwestie:

- Kim jesteśmy (zrozumienie własnej roli)?
- Co chcemy osiągnąć (cele)?
- Jak mamy zamiar zrealizować nasze cele (strategie)?

Koncepcji turystyki nie należy traktować w sposób statyczny, lecz dynamiczny. Ma się ona zmieniać, ma być dopasowywana do aktualnych warunków i wciąż rozwijana. Opisane tu cele i strategie należy wspierać uzyskiwanymi środkami i realizować.



Proces formułowania koncepcji

Podstawą prac nad transgraniczną koncepcją turystyki stało się memorandum- dokument uczestników Konferencji w listopadzie 1997 r. na Giełdzie Turystycznej w Görlitz.

Memorandum Konferencji specjalistycznej – 7.11.1997 r. w Görlitz:

Terytorium Euroregionu Neisse-Nisa-Nysa posiada – szczególnie dzięki swym uwarunkowaniom naturalno-przyrodniczym, historycznym i geopolitycznym – wysoki potencjał turystyczny.

Turystyka stanowi tak czy inaczej, obecnie zaś alternatywnie, znaczący czynnik ekonomiczny w regionie.

Należy zwiększyć korzyści płynące dla regionu z turystyki.

Uczestnicy Konferencji (niemieccy, czescy i polscy specjaliści ds. turystyki oraz politycy) widzą konieczność dążenia do kompleksowego, uwzględniającego uwarunkowania regionalne rozwoju oraz stworzenia służącej temu celowi „Transgranicznej koncepcji turystyki”, stanowiącej podstawę takiego rozwoju.

U podstaw wspólnych prac nad koncepcją turystyki leżą obszerne analizy stanu istniejącego. W celu umożliwienia porównań w każdym z regionów partnerskich przeprowadzono daleko idącą analizę stanu według uzgodnionej uprzednio siatki tematycznej (patrz Załącznik). Dokonano przy tym oceny gotowych ekspertyz, koncepcji i statystyk. Tych szczegółowych opisów sytuacyjnych i oceny regionu wspomagały na różnych etapach prace nad koncepcją, stając się podstawą rozwoju celów i strategii euroregionu.

Koncepcja została opracowana przez grupę złożoną z co najmniej dwóch przedstawicieli Republiki Czeskiej, Polski i Niemiec. Przedstawiciele ci są członkami Grupy Roboczej TURYSTYKA Euroregionu Neisse-Nisa-Nysa. Pod względem fachowym postęp prac wspomagany był przez podmioty zewnętrzne.

Na poszczególnych posiedzeniach roboczych Grupy, w porozumieniu z dalszymi partnerami Euroregionu, opracowano poniższą koncepcję turystyki, stanowiącą wstępną wytyczną działania na rzecz wspólnego rozwijania turystyki w przyszłości.



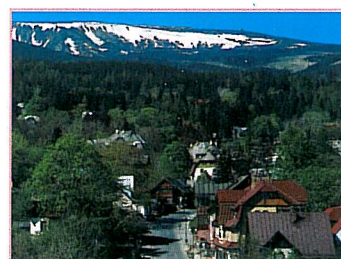
G

oście Euroregionu Neisse-Nisa-Nysa

Serdecznie witamy wszystkich gości, zainteresowanych naszą piękną przyrodą, naszymi krajobrazami oraz naszą kulturą i historią. Niezależnie od tego, czy chcą Państwo przebywać u nas jeden dzień czy przez cały urlop, czy przybywają Państwo samotnie, czy z rodziną, pieszo, rowerem, samochodem, koleją czy autobusem — znajdą Państwo dla siebie odpowiednią ofertę w naszym Euroregionie.

Nie wystarczy nam powierzchowny podział wypoczywających według cech socjodemograficznych. Wymagania dzisiejszych gości są różnorodne i ulegają szybkim zmianom. Dlatego też przy tworzeniu oferty pragniemy kierować się przede wszystkim zróżnicowanymi wymaganiami i potrzebami naszych gości. Dzięki specyficznym ofertom chcielibyśmy docelowo spełniać życzenia różnych grup naszych gości. Oferowana przez nas różnorodność ma w przyszłości skłaniać coraz większą ilość gości do dłuższych pobytów w naszym regionie.

Mieszkańcy regionów partnerskich stanowią dla nas olbrzymi potencjał — nie tylko ze względu na korzystanie z naszych ośrodków wypoczynkowych i urzędzeń. Będąc modelem dla Europy, szczególną wagę przywiązujemy do tego, aby wspierać wzajemne poznanie się mieszkańców Euroregionu. Chcielibyśmy powitać się wzajemnie jako swoi goście.



Model turystyki w Euroregionie Neisse-Nisa-Nysa

Informacja turystyczna

Nasze tezy wytyczne

Kraje Euroregionu Nysa są przeświadczone, że możliwość spędzania urlopu za granicą — u sąsiada stanowi dla naszych gości szczególną atrakcję. Dla zwiększenia tej atrakcyjności stawiamy na rozwój turystyki przy określonych ustaleniach. Ważne jest przy tym ściślejsze komunikowanie się i wzajemne połączenie sieci informacyjną jak również bardziej rzeczowe informowanie gościa. Stosując informacje w trzech językach chcielibyśmy podkreślić specyficzny charakter regionu, a mianowicie współpracę i partnerstwo trzech różnorodnych krajów.

Istniejący potencjał

- dobry standard w istniejących punktach informacyjnych
- liczne publikacje i materiały informacyjne
- wykwalifikowany personel w ośrodkach informacyjnych

Słabe strony

- brak współpracy transgranicznej
- jeszcze niewystarczająca wymiana informacji pomiędzy punktami informacji turystycznej
- utworzenie sieci punktów informacji turystycznej i współpraca transgraniczna są jeszcze w stadium początkowym
- wymianę informacji należy zwiększyć.

Nasze cele są następujące:

- stała i aktualna wymiana informacji między regionami partnerskimi
- stworzenie sieci łączącej banki danych między regionami partnerskimi i dbałość o aktualne dane
- rozwój sieci punktów informacji turystycznej
- podnoszenie kwalifikacji pracowników informujących o regionie
- zacieśnienie współpracy m. inn. Grupy Roboczej d.s. turystyki tak, aby można było tu w przyszłości koordynować tę działalność
- opieka nad gośćmi w myśl zasad Euroregionu, tzn. transgranicznie
- wprowadzenie oznakowań i opisów wielojęzycznych
- wielojęzyczność informacji w miejscowościach
- zwiększenie ilości materiałów wielojęzycznych
- opracowanie wielojęzycznych propozycji wycieczek jednodniowych jako ofert "zapoznawczych"
- grupami adresatowymi są tu przede wszystkim nasi partnerzy oraz mieszkańcy Euroregionu

- punkty informacyjne położone blisko granicy powinny mieć obsadę władającą kilkoma językami
- ciągła kwalifikacja personelu w informacjach turystycznych (znajomość języków, obsługi komputera, poszerzanie wiadomości fachowych itd.)
- wymiana materiałów reklamowych, szczególnie między partnerskimi regionami.

Nasze działania są następujące:

- dalsza wzmocniona współpraca trzech ośrodków Euroregionu dla realizacji celów wymienionych w modelu
 - Związek Turystyczny Oberlausitz — Niederschlesien (Górne Łużyce — Dolny Śląsk)
 - agencje i inne podmioty po stronie czeskiej
 - Polska Organizacja Turystyki, Sudecka Agencja Promocji Turystyki i inne podmioty po stronie polskiej
- naszym celem jest taka kwalifikacja już istniejącej Grupy Roboczej, by stanowiła wspólny punkt koordynacyjny
- jakościowy i ilościowy rozwój punktów informacji turystycznej
- analiza potrzeby kwalifikowania pracowników
- opracowanie koncepcji koordynacji i objęcia siecią punktów informacji turystycznej.



Marketing

Nasze tezy wytyczne

Jako Euroregion jesteśmy w stanie zaoferować naszym gościom specjalne atrakcje: bogate przeżycia urlopowe na małym obszarze, ale w trzech krajach z trzema różnymi językami i kulturami. Aby to też stało się zauważalne, będziemy dążyli w przyszłości do silniejszego wspólnego występowania na rynku. Przy pomocy strategii marketingowej opartej na wspólnych uzgodnieniach chcielibyśmy jednolicie rozwijać i prezentować region trzech krajów wraz z jego walorami.

Potencjał

- ⇒ regiony dysponują dobrze funkcjonującym marketingiem zewnętrznym
- ⇒ ludność cechuje dobrze wykształcona świadomość turystyczna
- ⇒ każdy region partnerski dysponuje wystarczającą ilością materiału informacyjnego odnośnie atrakcji turystycznych

Słabe strony

- ⇒ wspólny marketing ma miejsce tylko w części dziedzin
- ⇒ materiały promocyjne są ukształtowane niejednolicie
- ⇒ transgraniczne kooperacje dotyczące rzemiosła i gospodarki są za mało rozbudowane.

Nasze cele są następujące:

- ⇒ pogłębienie usług marketingowych, tzn. promowanie Euroregionu Nysa jako centrum turystycznego
- ⇒ aktualizowanie spisów miejsc noclegowych w partnerskich obszarach Euroregionu
- ⇒ udział w i reprezentowanie regionu (kilka powiatów, gmin i miast razem) na giełdach turystycznych i targach nie tylko w Niemczech, Czechach i w Polsce

Nasze działania strategiczne:

- ⇒ opracowanie przez grupę roboczą marketingu każdorazowo na rok lub 2 lata w oparciu o model Euroregionu
- ⇒ strategia marketingowa powinna zawierać m.in. wykonywanie:
 - wspólnych wydawnictw drukowanych (map, wydawnictw kieszonkowych, dalszego materiału informacyjnego itd.),
 - kooperacji medialnej (drukowanie ogłoszeń, zaopiekowanie się dziennikarzami, konferencje itd.),
 - w miarę możliwości wspólnych prezentacji (konferencje, imprezy - także poza Euroregionem itd.)
 - przedsięwzięć w obrębie infrastruktury (np. działania transgraniczne).
- ⇒ zbadanie najkorzystniejszych kanałów informacji celem dotarcia do gości
- ⇒ stworzenie stale uaktualnianego wykazu bazy noclegowej do użytku wewnętrznego.

Komunikacja

Nasze tezy wytyczne

Możliwości przemieszczania się odgrywają ważną rolę szczególnie podczas urlopu. Chcielibyśmy umożliwić naszym gościom „podróżowanie bez granic” w obrębie trzech krajów. W tym celu czynimy starania o poprawę warunków ruchu drogowego szczególnie do transgranicznie położonych ośrodków turystycznych. Ponadto chcielibyśmy zachęcić naszych gości do zwiększonego korzystania z ekologicznych środków komunikacji, np. autobusów i kolei.

Potencjał

- ⇒ Euroregion posiada dobre połączenia drogowe, przy czym bardzo zróżnicowany stan dróg jest zależny od kierunku i celu, do których zmierzają.
- ⇒ Informacja o przejściach granicznych jest w zasadzie dobra.

Słabe strony

- ⇒ Nie do wszystkich obszarów Euroregionu można dotrzeć wygodnie koleją.
- ⇒ Jest pewna ilość przejść granicznych, które jednak wymagają rozbudowy.
- ⇒ Na niektórych odcinkach szybkie i bezproblemowe przekraczanie granicy nie jest jeszcze zapewnione.
- ⇒ Miejscami duże natężenie ruchu drogowego w Euroregionie może stać się problemem.
- ⇒ Zimą może być problem z dotarciem do niektórych celów turystycznych.

Stawiamy sobie za cel:

- ⇒ dalszy rozwój sieci drogowej z orientacją pro-turystyczną
- ⇒ popieranie ekologicznych środków przewozowych (autobusy, kolej)
- ⇒ powiązanie ofert turystycznych z funkcjonowaniem publicznych środków komunikacji
- ⇒ przystosowanie publicznej sieci komunikacyjnej do życzeń gości

Nasze działania strategiczne:

- ⇒ zwiększenie możliwości parkowania
- ⇒ rozbudowa przejść granicznych
- ⇒ rozbudowa i poprawa regionalnej sieci kolejowej i podłączenie jej do tras ponadregionalnych
- ⇒ zwiększenie i poprawa ekologicznych środków transportowych i połączenie ich tras z atrakcjami turystycznymi
- ⇒ połączenie dróg komunikacyjnych Euroregionu z europejską siecią autostrad wzgl. z bliskimi ponadregionalnymi drogami głównymi
- ⇒ uwzględnienie życzeń gości w koncepcji ruchu drogowego
- ⇒ koordynowanie przedsięwzięć w zakresie ruchu drogowego, rolnictwa i ekologii
- ⇒ stworzenie dla potrzeb techniki ruchu centralnego ruchu drogowego
- ⇒ połączenie Euroregionu z dużymi ośrodkami europejskimi, np. Wrocławiem, Berlinem, Drezniem, Pragą, transgraniczne wspieranie komunikacji publicznej (np. autobusów, kolei).

Zakwaterowanie i gastronomia

Nasze tezy wytyczne

Przyjemny i spokojny nocleg oraz dobre jedzenie i napoje są podstawowymi składnikami dobrego wypoczynku urlopowego. Chcielibyśmy, by nasi goście czuli się u nas dobrze także pod tym względem i dlatego dążymy do oferty wysokiej jakości, a zarazem zróżnicowanej - zgodnie z wymaganiami gościa. Nasi goście powinni rozpoznawać region także po noclegach i dobrej gastronomii. Tak więc chcielibyśmy oferować nasze specjalne w naszych domach i na naszych stołach.

Potencjał

- ⇒ Nasza oferta noclegowa jest wystarczająca i dysponuje odpowiednimi możliwościami dla wszelkich gości i wymagań. Jednak nie zawsze i nie wszędzie.

Słabe strony

- ⇒ Nie zawsze jesteśmy zadowoleni z jakości usług. Także częściowo brak dobrego wyposażenia i przyjemnej atmosfery.
- ⇒ Dotychczas zbyt rzadko spotykamy w gastronomii potrawy będące specjalnością naszego regionu.

Nasze cele są następujące:

- ⇒ rozbudowa jakościowo dobrej infrastruktury turystycznej (noclegi / gastronomia)
- ⇒ wspieranie oferty urlopowej na wsi
- ⇒ poprawa jakości usług

Nasze działania zmierzają w kierunku:

- ⇒ uzupełnienia jadłospisów o potrawy regionalne i specjalności lokalne, przygotowywane wg. starych lub własnych-oryginalnych przepisów,
- ⇒ podniesienie kwalifikacji personelu dla osiągnięcia wyższej jakości usług (np. przez umożliwienie doskonalenia zawodowego).



Poszerzenie oferty

Turystyka piesza i rowerowa

Nasze tezy wytyczne

Jesteśmy szczególnie dumni z naszego urozmaiconego krajobrazu wraz z jego licznymi obszarami chronionej przyrody. Wszak piękno przyrody i krajobrazu należą do najważniejszych atutów, decydujących o odwiedzeniu jakiegoś regionu. Poprzez transgranicznie uzgodnione oferty pragniemy umożliwić naszym gościom oprócz przeżyć wynikających z piękna przyrody również zetknięcie się na krótkim odcinku drogi z trzema krajami i czterema językami, co umożliwiają właśnie piesze wędrówki lub wycieczki rowerowe.

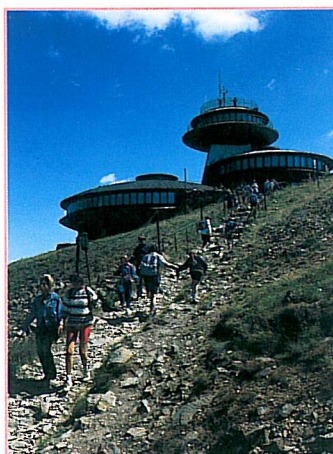
Potencjał

- krajobraz z licznymi obszarami ochrony przyrody i krajobrazu, a także unikatowymi terenami krajobrazowymi
- atrakcyjne jeziora i rzeki oraz pełne uroku góry i lasy
- dobrze rozbudowane i znakowane trasy turystyczne z odpowiednimi mapami

Słabe strony

- miejscami widać w naszych lasach skutki zanieczyszczenia powietrza i środowiska
- brak jest transgranicznych ścieżek dla turystyki pieszej i rowerowej
- ścieżki rowerowe jeszcze nie wszędzie są jednakowo dobrze urządzone i oznakowane
- nadal istnieją braki we wspólnym materiale informacyjnym dla naszych gości.





Turystyka piesza

Stawiamy sobie za cel:

- ⇒ poszerzenie oferty turystycznej w tak zwanym "małym" Euroregionie
- ⇒ jednolite transgraniczne oznakowanie, odpowiednio przystosowane do istniejących systemów
- ⇒ trójjęzyczne tablice informacyjne i tablice dla turystów itd., ewentualnie zwiększenie ilości tablic informacyjnych w języku angielskim
- ⇒ zbadanie dalszych ofert jako celów wędrówek pod kątem ich użyteczności dla turystyki
- ⇒ ekologiczna naprawa ścieżek turystycznych, szczególnie w obszarach dużo uczęszczanych i przy punktach widokowych
- ⇒ stworzenie i oznakowanie tematycznych i dydaktycznych ścieżek turystycznych jak przykładowo "ścieżka szkła".
- ⇒ stworzyć dla ścieżek tematycznych odpowiedni wspólny materiał promocyjny, reklamowy i informacyjny, także z zastosowaniem mediów elektronicznych
- ⇒ połączenie wszystkich ścieżek turystycznych w sieć

Nasze działania strategiczne

- ⇒ rozbudowa i otwarcie nowych przejść granicznych dla stworzenia nowych ścieżek turystycznych
- ⇒ opracowanie kompleksowej koncepcji dróg turystycznych

Turystyka rowerowa

Nasze cele

- ⇒ połączenie w sieć turystycznych ścieżek rowerowych (także transgranicznie) w Euroregionie
- ⇒ urządzenie możliwych transgranicznych tematycznych ścieżek rowerowych
- ⇒ zasadnicza rozbudowa sieci turystycznych ścieżek rowerowych z podłączeniami do tras lokalnych
- ⇒ urządzenie turystycznych ścieżek rowerowych przy drogach o dużym natężeniu ruchu
- ⇒ poprawa możliwości przewozów rowerów na drogach komunikacji publicznej (np. kolej, autobus itd.)

Nasze działania strategiczne

- ⇒ gromadzenie możliwych tematów i tras dla tematycznych ścieżek rowerowych
- ⇒ ustanowienie priorytetów przy rozbudowie sieci ścieżek rowerowych
- ⇒ tworzenie i ulepszanie specjalistycznych punktów rowerowych usług serwisowych
- ⇒ rozbudowa i otwarcie nowych przejść granicznych umożliwiających stworzenie nowych turystycznych ścieżek rowerowych
- ⇒ współpraca z instytucjami zainteresowanymi turystyką rowerową, np. parki narodowe itd.



transgraniczny sport zimowy,
zajęcia sportowe i zajęcia w czasie wolnym
urządzenia dla spędzania czasu wolnego i dostarczające przeżyć



Sport i czas wolny

Nasze tezy wytyczne:

W obszernej ofercie urlopowej nie może zabraknąć miejsca dla sportu. Dlatego chcielibyśmy w możliwie najlepszy sposób udostępnić naszym gościom nasze propozycje odnośnie sportów wodnych oraz nasze oferty specjalne. Zimą dysponujemy atrakcyjnymi trasami zjazdowymi i dalszymi możliwościami uprawiania sportów, które chcielibyśmy po uzgodnieniu z partnerami rozbudować. Tworząc specjalne urządzenia dla spędzania czasu wolnego i przeżywania emocji pragniemy gościom zaoferować coś ciekawego także podczas złych warunków atmosferycznych.

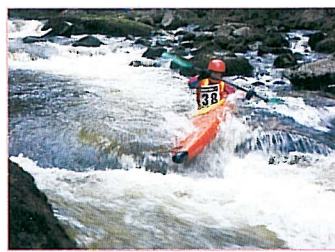
Potencjał

- doskonałe warunki do uprawiania sportów zimowych w Euroregionie, szczególnie w Karakonoszach i Górach Izerskich
- wielka wszechstronność w spędzaniu czasu wolnego uprawianiem tzw. nowych, modnych rodzajów sportu
- szczególne, czasem niezwykle oferty w dziedzinie sportu i spędzania czasu wolnego

Słabe strony

- nasze oferty na spędzanie czasu wolnego przy niesprzyjających warunkach atmosferycznych jeszcze są zbyt ubogie
- nasze oferty możliwości do uprawiania sportów wodnych są bardzo różnie rozbudowane i wyposażone
- przewodnictwo i programy przyrodnicze są jeszcze do udoskonalenia, przy czym należy przede wszystkim zmniejszyć szkodliwy wpływ przybywających gości na przyrodę.





Transgraniczne sporty zimowe

Nasze cele:

- ➔ przygotować dalsze oferty spośród sportów zimowych jako uzupełnienie narciarstwa zjazdowego (przykładowo narciarstwo biegowe, turystykę zimową (przejażdżki dorożkami i saniami)
- ➔ wyraźnie zorientowana rozbudowa oferty narciarstwa alpejskiego, szczególnie transgranicznego
- ➔ kompletna rozbudowa ośrodków sportów zimowych i wzbogacenie ich o urządzenia i atrakcje dla pobytów letnich i rekreację nad wodą
- ➔ zapewnienie łatwiejszego dotarcia do ośrodków zimowych
- ➔ regularne przekazywanie komunikatów o warunkach śniegowych w ośrodkach sportów zimowych do mediów regionów partnerskich

Nasze działania strategiczne:

- ➔ rozbudowa wzgl. budowa nowych przejść granicznych dla narciarzy (narciarstwo zjazdowe i biegowe)

Sport i zajęcia w czasie wolnym

Nasze cele:

- ➔ zintegrowanie tak licznych ofert sportów wodnych
- ➔ rozwijanie dalszych letnich ofert na spędzenie czasu wolnego, np. zbieranie grzybów lub kamieni półszlachetnych, wspinaczka skalowa, turystyka wysokogórska itp.
- ➔ organizowanie wspólnych imprez sportowych dla celów turystycznych
- ➔ założenie transgranicznej turystyki konnej i jej urynkowanie

Obiekty dla spędzania czasu wolnego i pasjonującej zabawy

Nasze cele:

- ➔ atrakcyjne wyposażenie i celowa, uzgodniona rozbudowa obiektów
- ➔ analiza istniejących najlepszych obiektów, np. aquaparków, torów saneczkowych, centrów sportowych z bogatą paletą ofert
- ➔ łączenie tych obiektów i urządzeń oraz ich ofert z innymi grupami ofertowymi (np. turystyka piesza i rowerowa itd)

Nasze działania strategiczne:

- ➔ sporządzenie map obiektów dla spędzania czasu wolnego i dla rozrywki pełnej emocji na obszarze Euroregionu
- ➔ na podstawie wniosków wynikłych z analizy ustalić zalecenia dla dalszych przedsięwzięć poszerzających bazę.

zabytki i osobliwości, turystyka miejska,
historia i kultura, rzemiosło

Kultura, architektura i historia

Nasze tezy wytyczne

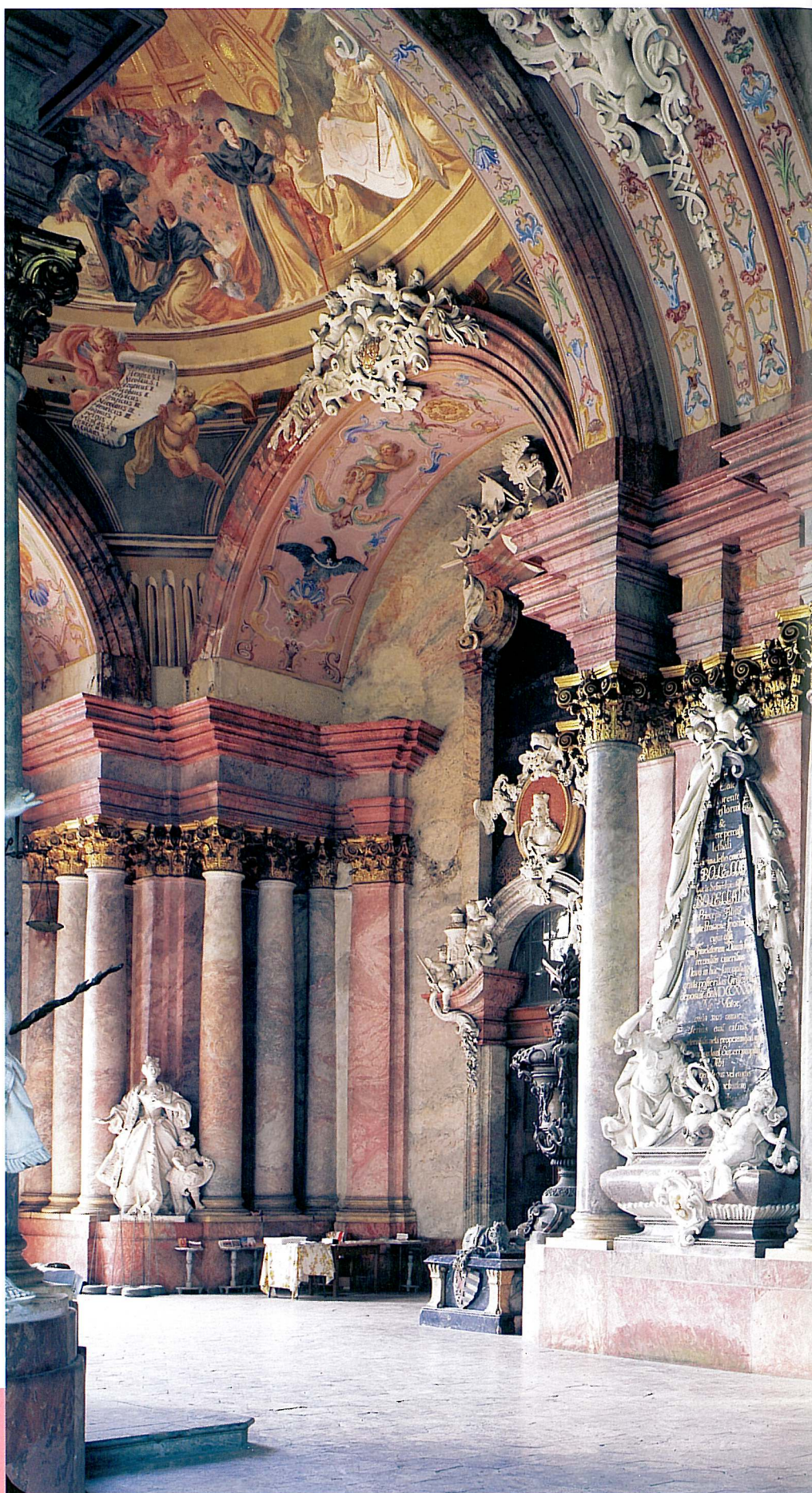
W naszym urozmaiconym krajobrazie widać wiele znanych miast i osobliwości niczym rozsypane perły. Unikatowe w swym rodzaju stanowią uzupełnienie każdego przeżycia urlopowego w tym regionie. Dlatego też chcielibyśmy udostępnić je naszym gościom poprzez obszerne i partnersko uzgodnione oferty. Z naszymi zabytkami wiąże się zmienne losy historii, która też zdecydowała o naszym wspólnym życiu w tym regionie. Pragniemy umożliwić naszym gościom ponowne przeżycie tej historii. Żywa tradycja objawia się nie tylko podczas naszych uroczystości i imprez, lecz także w naszych rzemiosłach. Chcielibyśmy te możliwości udostępnić także naszym gościom.

Potencjał

- atrakcyjne miasta z dobrze zachowaną zabudową
- ciekawe zabytki
- różnorodne tradycje i zwyczaje
- liczne imprezy i bogate programy rozrywkowe

Słabe strony

- brak jeszcze aktywnych ofert i warsztatów pokazowych dla naszych gości
- oferty obiektów zapewniających radosne przeżycia w zakresie turystyki miejskiej wymagają uzgodnień i dalszej rozbudowy.



Zabytki

obiekty sakralne, np.
kościół, klasztor,
cmentarze itd.

zamki i parki

architektura miast

zabytki techniki

architektura ludowa

Nasze cele:

- utrzymanie dotychczasowej bazy ofertowej i ewentualne jej poszerzenie
- dalszy rozwój ofert przy pomocy wycieczek lub ofert kompleksowych z włączeniem agentur Incoming lub podobnych.
- wzbogacenie informacji oraz - w miarę możliwości - jednolite oznakowanie zabytków i osoblności
- informacja i oznakowanie takich obiektów winna być trójjęzyczna lub wielojęzyczna.

Nasze działania strategiczne:

- zebranie i przejrzenie dotychczasowych ofert bazy
- wzbogacenie osoblności o dalsze formy usług i atrakcje
- poprawa systemu kierowania gości (ustawienie znaków informacyjnych)
- zapewnienie dostępu do osoblności wzdłuż dróg wzgl. poprawienie dostępu od strony głównych arterii ruchu

Historia i kultura

Nasze cele:

- zintegrowanie historii z ofertami kultury (np. muzea, imprezy itd.)
- przetransponowanie historii w oferty z pasjonującymi przeżyciami
- stworzenie wspólnych ofert do aktualnych wydarzeń kulturalnych (np. międzynarodowe festiwale teatrów ulicznych i jazzowych itp.)

Nasze działania strategiczne:

- opracowanie materiałów informacyjnych dla:
 1. wszystkich corocznych tradycyjnych imprez kulturalnych jako podstawy do rozwijania ofert turystycznych,
 2. wybitnych imprez zaplanowanych na następnych 5 lat w Euroregionie (np. Krajowa Wystawa Ogrodnicza)

Rzemiosło

Nasze cele:

- stworzenie wspólnej oferty na temat "Włókiennictwo, tkactwo", np. z lnem itp.
- zebranie ofert turystycznych na temat rzemiosł o wielkich tradycjach, np. szklarstwo, ceramika itp.
- silniejsze wykorzystywanie rzemiosła dla celów turystyki

Nasze działania strategiczne:

- wykorzystanie różnorodnych rzemiosł na obszarach wszystkich trzech partnerów Euroregionu dla stworzenia wspólnej oferty
- zebranie i przegląd dotychczasowej bazy ofertowej.

Turystyka miejska

Nasze cele:

- opracowanie wspólnych ofert na podstawie dotychczasowych doświadczeń Związku Sześciu Miast Łużyckich

Nasze działania strategiczne:

- uchwycenie najważniejszych atrakcji miast i opracowanie wskazówek do wykorzystania przez turystów Euroregionu



Szkice projektowe

Przeobrażenie przewodnich treści jest długo trwającym procesem, który zaczyna się już od fazy opracowywania. Pierwsze konkretne kroki są przedstawione przykładowo w następujących szkicach projektowych. Oznaczają one logiczną kontynuację i przemianę celów przewodnich oraz strategii. Te projekty rozumie się tyłko jako początek.

Obecnie duże znaczenie ma dalsze przeformułowanie ideału wizerunku Euroregionu Nysa, a następnie wcielenie go w życie.



Rozwój szczegółowego katalogu środków-wyciąg z przykłady turystyki Euroregionu.

W założeniach turystycznych zostały już opisane najważniejsze punkty do dyskusji oraz pola działania dla dalszego rozwoju Euroregionu Nysa, jak na przykład: informacja turystyczna, marketing lub rozwój ofert. Dla każdego tematu zostały rozwinięte cele i strategię. Żeby można je było ukształtować zgodnie z celem powinien zostać rozwinięty katalog przedsięwzięć. Zgodnie z tym zaplanowany jest następujący projekt jako konkretne przeobrażenie turystyki-ideału.

Treść

- Turystyka-ideał zostanie w każdym partnerskim regionie przedstawiona odpowiednim grupom pracowniczym lub przedstawicielom (w zależności od danej organizacji) wraz z prośbą, aby dla danego obszaru odpowiednie przedsięwzięcia wygenerować lub sformułować.
- Przedsięwzięcia powinny zostać sformułowane w taki sposób, aby jednoznacznie wynikało z nich o co chodzi, kto jest odpowiedzialny za ich przestrzeganie oraz w jakim terminie i jakimi środkami finansowymi takie inicjatywy mogą zostać zrealizowane.
- W każdym regionie zostaną omówione przedsięwzięcia opracowane w Grupie Roboczej TURYSTYKA.
- Z pomocą wyników zostanie zestawiony przez GR Turystyka wspólny katalog przedsięwzięć dla Euroregionu Nysa na następne pięć lat. Taki katalog może zawierać zadania zarówno dla całego regionu jak i takie, które jednego lub dwóch regionów partnerskich.

Strona polska rozwinię w najbliższym czasie pewien katalog zarządzeń i uzgodni go wraz z partnerami.

Organizacja

- Zainicjowanie i koordynacja projektu poprzez turystykę zorganizowaną Euroregionu we współpracy z każdym biurem Euroregionu.

Czas

- Polski region partnerski zaczął już zestawiać plan działań dla swojej części
- Pożądany początek w innych regionach - rok 1999
- Permanentne przekształcanie

Sprecyzowanie i rozszerzenie istniejącego katalogu informacji dla turystycznych punktów informacyjnych każdego regionu partnerskiego.

W przeszłości został już przygotowany katalog danych dla informacji turystycznej. Istnieje on w trzech językach. Ważne przy opracowywaniu takiego instrumentu informacji jest to aby obok obszernego zbioru i wstępnego przygotowania danych istniała także bieżąca aktualizacja i pielęgnacja informacji. Przy tym powinny zostać te informacje sprecyzowane. Zgodnie z tym jest zaplanowany następujący projekt jako konkretne przeobrażenie turystyki-ideału.

Treść

- Ponowne opracowanie i zaktualizowanie dotychczasowych informacji
- Uzupełnienie dalszych i ważnych informacji jak na przykład:
 - a) aktualne przejścia graniczne (dla samochodów osobowych, autokarów, rowerów, pieszych, narciarzy itd.) oraz warunki tam panujące (czasy otwarcia, rodzaj i sposób odpraw paszportowych, kantory, banki itd.)
 - b) wykraczające poza granicę państwową możliwości uprawiania sportu jak na przykład: ścieżki rowerowe czy szlaki turystyczne.
 - c) Wykraczające poza granicę państwową wycieczki samochodów osobowych tak zwane euro-wycieczki tzn. szlaki, z pomocą których goście mogą orientować się w terenie.
 - d) Informacje o aktualnej sytuacji w ruchu drogowym (ewentualne miejsca tworzenia się "korków", czasy ferii i wakacji, czas oczekiwania na przejściach granicznych itd.)

Te informacje muszą zostać zintegrowane w istniejący katalog informacyjny.

- małe mini-rozmówki dla pracowników w informacjach turystycznych jak i dla gości
- ilustrowany przewodnik/atlas, w którym najważniejsze zakresy informacji (możliwości noclegów, restauracje itd.) i świadczenia dodatkowe (aparaty fotograficzne, klisze, plany miast itd.) są przedstawione jako piktogramy. Przez to zostanie ułatwione zrealizowanie własnego życzenia gościowi wskazującemu na określony piktogram.

Dodatkowe materiały informacyjne powinny być w pakiecie razem z katalogiem informacyjnym dla pracowników turystycznego punktu informacyjnego.

- ponowne opracowanie i transmisja w mediach elektronicznych (CD-Rom, Internet)

Media informacyjne powinny zgodnie z dzisiejszym stanem techniki zostać przygotowane i zaoferowane.

Organizacja

- Zainicjowanie i koordynacja projektu przez turystykę zorganizowaną Euroregionu; po każdej stronie Euroregionu powinna być odpowiedzialna osoba, która zbiera i aktualizuje informacje.
- Przedstawienie projektu w punktach informacji turystycznej każdego kraju
- Przeprowadzenie projektu przy uwzględnieniu odpowiedniego potencjału w danym regionie, jak na przykład: szkoły wyższe, stowarzyszenia, zarządy komunalne itd.

Czas

- początek projektu środek 1999r.
- bieżące zbieranie informacji
- coroczne aktualizowanie materiałów informacyjnych

Wspólna reprezentacja Euroregionu Nysa na rynkach światowych

Jednym z wymienionych celów w turystyce w sferze marketingu jest wspólne uczestnictwo i reprezentowanie Euroregionu na giełdach i targach światowych. Poprzez kooperację tego rodzaju może być reprezentowany na zewnątrz jednolity obraz Euroregionu Nysa. Poza tym istnieją też pozytywne efekty wspólnej reprezentacji wynikające z zaoszczędzenia nakładu czasu i odciążenia personalnego. Zgodnie z tym jest zaplanowany następujący projekt jako konkretne przeobrażenie turystyki-idealu.

Treść

- Analiza i ponowne opracowanie wspólnego turystycznego informacyjno-reklamowego materiału jak np. katalogi z ofertami, prospekty.
- Rozwój wspólnego i zatwierdzenie istniejącego materiału reklamowego: stoiska targowe, tablice informacyjne, stelaże informacyjne, broszury informacyjne itd.
- Organizowanie wspólnych prezentacji
 - a) wybór odpowiednich targów/ imprez
 - b) obsadzenie stoisk, wybór personelu
 - c) towarzyszące prace publiczne
 - d) towarzyszący marketing
 - e) finansowanie

Wspólna prezentacja jest już zaplanowana konkretnie na drugą połowę 2000 roku w Wiedniu.

Organizacja

- Zainicjowanie i koordynacja projektu poprzez turystykę zorganizowaną Euroregionu we współpracy z każdym biurem Euroregionu

Czas

- Przygotowanie od 1999 na pierwszą wspólną prezentację 2000 w Wiedniu.
- Zgodnie z doświadczeniami wynikającymi z tej prezentacji powinny zostać uzgodnione dalsze działania

Trafne, długoterminowe kształcenie pracowników w branży turystycznej przede wszystkim w serwisie.

Podstawą dla wystarczającego informowania turystów jest obok wymownego materiału informacyjnego niezbędna również wiedza pracowników punktów turystycznych. Należy do tego oprócz obszernej i dogłębnej znajomości produktu i rzeczy także zdolność spełnienia specjalnych życzeń turystów i jeśli takie zapotrzebowanie istnieje także dostarczenie informacji z dziedzin pokrewnych jak na przykład: historia regionu lub najbliższej leżącej załkład fotograficzny, poczta itd. Zgodnie z tym jest zaplanowany następujący projekt jako konkretne przekształcanie turystyki-idealu Euroregionu Nysa.

Treść

- Rozwój i przeprowadzenie wykładów dotyczących specyficznych tematów Euroregionu jak np.: turystyczne atrakcje, historia regionu, atrakcje krajozrazowe i geologiczne itd.
- Przeprowadzanie specjalnych wycieczek wewnątrz Euroregionu w celu wzajemnego poznania się
- Krótkie oparte na praktyce szkolenie językowe
- Szkolenia interkulturalne

Organizacja

- Zainicjowanie i koordynacja projektu poprzez turystykę zorganizowaną Euroregionu

Czas

- Rozwój koncepcji 1999-2000
- Początek zmian 2000
- Potem już permanentnie

Rozwój ofert

A) Połączenie istniejących szlaków rowerowych. Jednym z pierwszoplanowych celów turystycznej myśli przewodniej w sferze rozwoju ofert jest połączenie szlaków wędrowek pieszych oraz tras rowerowych. Przez to nadarza się dobra okazja aby połączyć oba potencjały (naturalny krajozraz wraz z infrastrukturą turystyczną - ścieżki rowerowe i szlaki turystyczne). Zgodnie z tym jest zaplanowany następujący projekt jako konkretne przekształcanie turystyki-idealu Euroregionu Nysa.

Treść

- Inwentaryzacja i analiza istniejących tras rowerowych z uwagi na ich połączenie np.: liczba istniejących tras rowerowych, ogólna suma kilometrów danej trasy, brakujące do połączenia odcinki itd.
- Wypełnienie luk pomiędzy trasami
- Rozwój lub uzupełnianie oznakowania celem ujednoliconego oznakowania, to znaczy istniejące już i będące w dobrym stanie oznakowanie tras rowerowych i szlaków wędrowek pieszych w regionach partnerskich nie powinny zostać przekształcone lecz jedynie uzupełnione dodatkowymi znakami tras rowerowych Euroregionu Nysa.
- Rozwój odpowiednich programów wycieczek rowerowych

Organizacja

- Zainicjowanie i koordynacja projektu poprzez turystykę zorganizowaną Euroregionu we współpracy z określonymi zarządcami dróg rowerowych

Czas

- Jednorazowa inwentaryzacja i analiza
- Jednorazowe oznakowanie

Stąły rozwój wycieczek/ programów turystycznych

B) Dalszy rozwój międzygranicznych możliwości sportów zimowych

W dziedzinie sportu i spędzania wolnego czasu bardzo ważnym potencjałem Euroregionu Nysa jest międzygraniczny sport zimowy. Chodzi o to aby poprzez połączenie dotychczasowych ofert umożliwić naszym turystom jak najpełniejsze przeżycie atrakcji dostarczanych przez sporty zimowe. Zgodnie z tym jest zaplanowany następujący projekt jako konkretne przeobrażenie turystyki.

Treść

- Inwentaryzacja i analiza międzygranicznych możliwości sportów zimowych (jazda na nartach zarówno alpejska jak i na długie dystanse, saneczkarstwo itd.) lub możliwości połączenia.
- Zaplanowanie skoordynowanej rozbudowy i budowy nowych przejść granicznych dla uprawiających sporty zimowe.
- Rozwój i rozbudowa propozycji alpinistycznych oraz uzupełniających ofert sportów zimowych.
- Rozwój odpowiedniego międzygranicznego programu sportów zimowych.

Organizacja

- Zainicjowanie i koordynacja projektu poprzez turystykę zorganizowaną Euroregionu we współpracy z odpowiednimi organizacjami samorządowymi.

Czas

- Jednorazowa inwentaryzacja i analiza.
- Zaplanowanie rozbudowy i budowy nowych przejść granicznych dla uprawiających sporty zimowe - jednorazowo
- Ciągły rozwój ofert i programów sportów zimowych.

Nasze tezy do działania

Informacja turystyczna

Kraje Euroregionu Nysa są przeświadczone, że możliwość spędzania urlopu za granicą stanowi dla naszych gości szczególną atrakcję. Dla zwiększenia tej atrakcyjności stawiamy na rozwój turystyki przy określonych ustaleniach. Ważne jest przy tym ściślejsze komunikowanie się i wzajemne połączenie sieci jak również bardziej rzeczowe informowanie gości. Stosując informacje w trzech językach, chcielibyśmy podkreślić specyficzny charakter regionu, a mianowicie współpracę i partnerstwo trzech różnojęzycznych krajów.

Marketing

Jako Euroregion jesteśmy w stanie zaoferować naszym gościom wyjątkową atrakcyjność: bogate przeżycia urlopowe na małym obszarze, ale w trzech krajach z trzema różnymi językami i kulturami. Aby to też stało się zauważalne, będziemy dążyli w przyszłości do silniejszego wspólnego występowania na rynku. Przy pomocy strategii marketingowej opartej na wspólnych uzgodnieniach chcielibyśmy jednolicie rozwijać i prezentować region trzech krajów wraz z jego walorami.

Zakwaterowanie i gastronomia

Przyjemny i spokojny nocleg oraz dobre jedzenie i napoje są podstawowymi składnikami dobrego wypoczynku urlopowego. Chcielibyśmy, by nasi goście czuli się u nas dobrze także pod tym względem i dlatego dążymy do oferty wysokiej jakości, a zarazem zróżnicowanej - zgodnie z wymaganiami gości. Nasi goście powinni rozpoznawać region także po noclegach i dobrej gastronomii. Tak więc chcielibyśmy oferować nasze specjalne w naszych domach i na naszych stołach.

Komunikacja

Możliwości przemieszczania się odgrywają ważną rolę szczególnie podczas urlopu. Chcielibyśmy umożliwić naszym gościom "podróżowanie bez granic" w obrębie trzech krajów. W tym celu czynimy starania o poprawę warunków ruchu drogowego szczególnie do transgranicznie położonych ośrodków turystycznych. Ponadto chcielibyśmy zachęcić naszych gości do zwiększonego korzystania z ekologicznych środków komunikacji, np. autobusów i kolei.

Poszerzenie oferty Przyroda i krajobraz

Turystyka piesza i rowerowa

Jesteśmy szczególnie dumni z naszego urozmaiconego krajobrazu wraz z jego licznymi obszarami chronionej przyrody. Wszak piękno przyrody i krajobrazu należą do najważniejszych atutów, decydujących o odwiedzeniu jakiegoś regionu. Poprzez transgranicznie uzgodnione oferty pragniemy umożliwić naszym gościom oprócz przeżyć wynikających z piękna przyrody również zrelaksować się na krótkim odcinku drogi z trzema krajami i czterema językami, co umożliwiają właśnie piesze wędrówki lub wycieczki rowerowe.

Sport i czas wolny

W obszernej ofercie urlopowej nie może zabraknąć miejsca dla sportu. Dlatego chcielibyśmy w możliwie najlepszy sposób udostępniać naszym gościom nasze propozycje odnośnie sportów wodnych oraz nasze oferty specjalne. Zimą dysponujemy atrakcyjnymi trasami zjazdowymi i dalszymi możliwościami uprawiania sportów, które chcielibyśmy po uzgodnieniu z partnerami rozbudować. Tworząc specjalne urządzenia dla spędzania czasu wolnego i przeżywania emocji pragniemy gościom zaoferować coś ciekawego także podczas złych warunków atmosferycznych.

Kultura, architektura i historia

W naszym urozmaiconym krajobrazie widać wiele znanych miast i osobliwości niczym rozsypane perły. Unikatowe w swym rodzaju stanowią uzupełnienie każdego przeżycia urlopowego w tym regionie. Dlatego też chcielibyśmy udostępnić je naszym gościom poprzez obszerne i partnersko uzgodnione oferty. Z naszymi zabytkami wiążą się zmienne losy historii, która też zadecydowała o naszym wspólnym życiu w tym regionie. Pragniemy umożliwić naszym gościom ponowne przeżycie tej historii. Żywa tradycja objawia się nie tylko podczas naszych uroczystości i imprez, lecz także w naszych rzemiosłach. Chcielibyśmy te możliwości udostępnić także naszym gościom.



Partnerzy projektowi

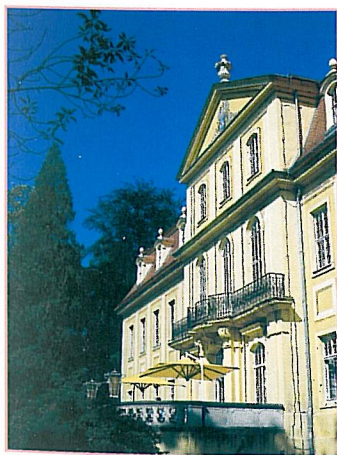
Tourismusverband Oberlausitz-Niederschlesien e.V.
(Zrzeszenie turystyczne Łużyc Górnych
i Dolnego Śląska)
Rainer Kühn
Bahnhofstraße 14
D-02625 Bautzen

EUROREGION NEISSE-NISA-NYSA
Maciej Gałęski
ul. 1 Maja 57
PL 58-500 Jelenia Góra

EUROREGION NEISSE-NISA-NYSA
Inż. arch. Miroslav Ulmann
U Jezu 2
CZ 180 01 Liberec 1

EURO-TOUR-Zentrum Görlitz
Wolfgang Michel
Obermarkt 29
D-02826 Görlitz

Obsługa specjalistyczna:
FUTOUR
Dr. Heike Glatzel
Petra Henke
Umwelt-, Tourismus- und Regionalberatung GmbH
& Co. KG)
(Doradztwo środowiskowe, turystyczne
i regionalne Sp. z o.o. - Sp. kom.)
Bertolt-Brecht-Allee 24
D-01309 Dresden



Załącznik

Trzy regiony partnerskie Euroregionu Neisse-Nisa-Nysa przeprowadziły na swych terytoriach obszernie analizy stanu istniejącego, które spełniają rolę roboczego fundamentu koncepcji turystyki. W celu umożliwienia porównań wyników analiz poszczególnych regionów partnerskich kierowano się następującą, wspólnie wypracowaną siatką tematyczną:

Zasady analizy stanu istniejącego popytu w Euroregionie Neisse-Nisa-Nysa

1. Dane statystyczne za lata 1996 i 1997

- Ilość mieszkańców wg. obszarów regionów/województw
- Ilość łóżek wg. kategorii
- Wykorzystanie istniejących łóżek wg. kategorii
- Ilość przyjazdów
- Noclegi
- Podział na sezony (noclegi wg. miesięcy)
- Długość pobytu

2. Zestawienie możliwych ofert

- Atrakcje przyrodnicze
 - * szczególne uwarunkowania geologiczne
 - * rezerwat przyrody
 - * jeziora
 - * góry
 - * tereny naturalne
- Atrakcje kulturalne
 - * osoby i osobistości
 - * obyczaje i święta
 - * budowle sakralne
 - * ośrodki kultury
 - * miejsca warte zwiedzenia, pomniki kultury
 - * pomniki architektoniczne
- Możliwości uprawiania sportu i wykorzystania czasu wolnego
 - * imprezy
 - * szlaki wędrowne i rowerowe
 - * jazda konna, narciarstwo
 - * określone zakłady (np. kolejki linowe, kolejki wąskotorowe, kąpieliska z atrakcjami)
 - * możliwości aktywnego wypoczynku

3. Podział gości na

- wypoczywających indywidualnie i grupowo
- przebywających na urlopach i na wycieczkach weekendowych
- przebywających na delegacjach i podróżach służbowych
- kuracjuszy
- grupy młodzieżowe, turystykę młodzieżową
- wymagających turystów, zważających na

jakość usług

- specjalne grupy docelowe wg. kategorii (np. turyści rowerowi)

4. Marketing

- Marketing zewnętrzny
 - * Czy istnieje współpraca marketingowa
 - a) natury turystycznej między oferentami?
 - b) w gospodarce / kulturze / sporcie?
 - * Przez kogo i w jaki sposób są wynajmowane pokoje?
 - * Gdzie istnieją punkty informacji turystycznej / biura informacyjne?
 - * Obecna struktura organizacyjna ruchu turystycznego
 - * Przegląd materiałów reklamowych
 - * Główny punkt ciężkości marketingu regionu, szczególnie w odniesieniu do Euroregionu
 - * Jakie imprezy dla turystów są organizowane?
 - * Udział w targach i giełdach turystycznych
 - * Organizacja wycieczek poznawczych / podróży prasowych
 - Marketing wewnętrzny
 - * Zebrania oferentów
 - * Wieczory informacyjne
 - * Środki kształcenia ustawicznego / szkolenia

5. Gospodarka i rzemiosło

- Znaczące / charakterystyczne przedsięwzięcia regionu
- Świadectwa przeszłych gałęzi gospodarki i działalności gospodarczej
- Typowe produkty lokalne / miejscowi producenci
- Rzadkie / typowe zakłady i ich poszczególne produkty
- Jakie specjalne projekty pilotażowe / inicjatywy / przedsięwzięcia modelowe istnieją w regionie - inicjatywy produkcyjne i gospodarcze?
- Nowe formy aktywności (SKI ARENA itp.)

6. Formy / motywy podróży i wypoczynku

- Tradycyjne miejsce urlopowe
- Wycieczka z miejsca spędzania urlopu / miejsca zamieszkania
- Odwiedziny u krewnych lub znajomych
- Odwiedziny na imprezach kulturalnych, turystycznych, sportowych itp.
- Sport / wypoczynek / kultura itp.
- Korzystne warunki pobytu (cena, standard, atrakcje itp.)

7. Pochodzenie

- Kraj
 - * bliższa okolica
 - * zróżnicowanie na regiony
- Kraje sąsiednie
 - * Niemcy
 - * Czechy
 - * Polska
- Dalsze kraje

8. Struktura wiekowa

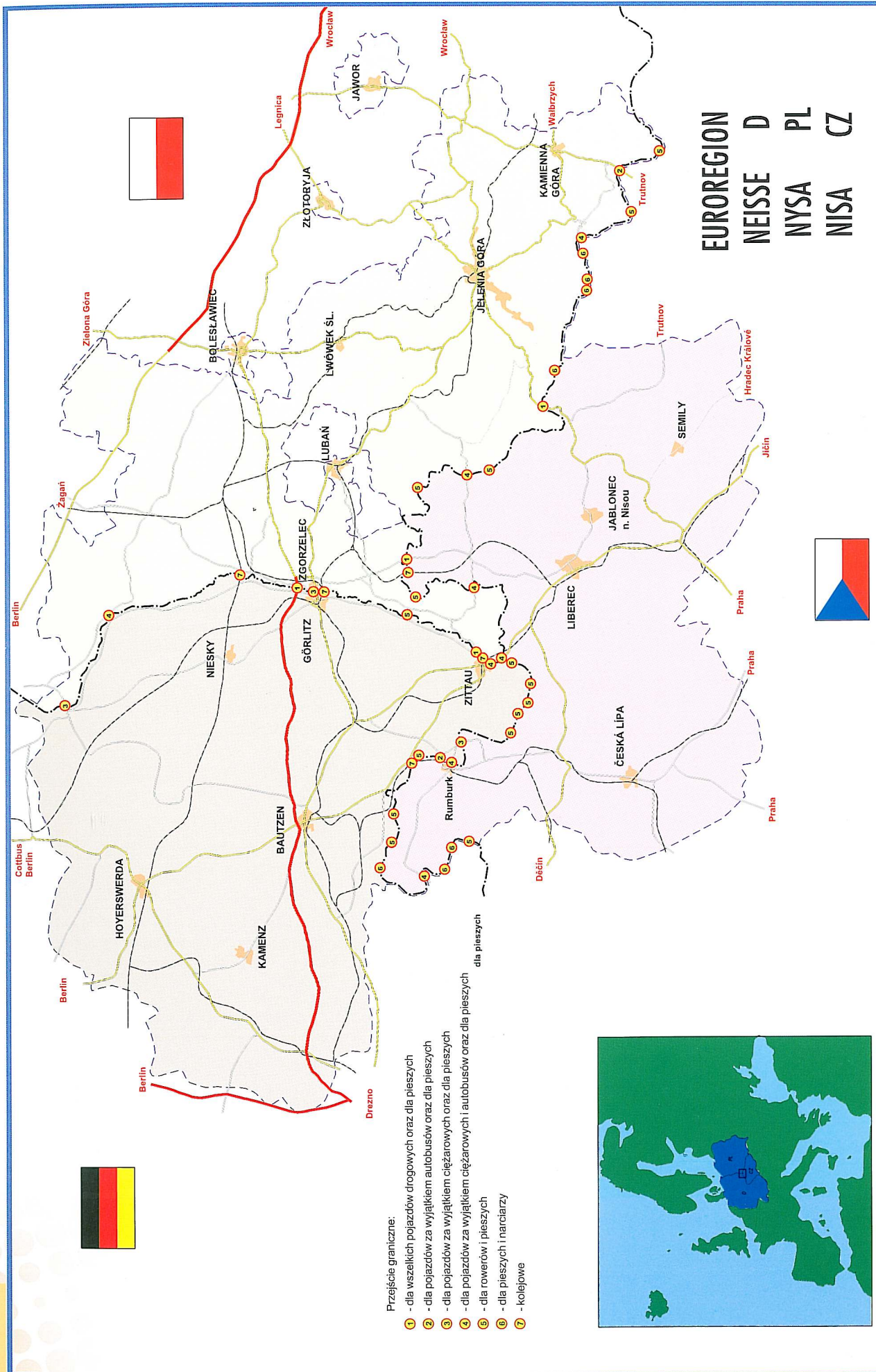
- Dzieci
- Młodzież
- Dorosli
- Seniorzy

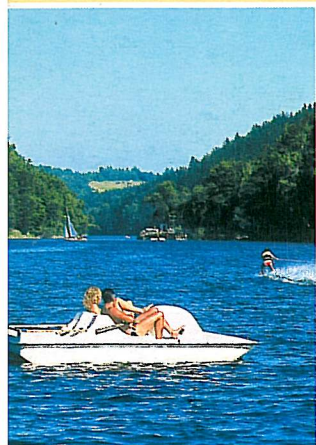
9. Inne istotne dane

Na zlecenie Stowarzyszenia Gmin Polskich Euroregionu Nysa (strona polska ERN) Sudecka Agencja Promocji Turystyki wykonała opracowanie:

"Koncepcja rozwoju turystyki Euroregionu Nysa - II etap - inwentaryzacja i analiza stanu turystyki na obszarze polskiej części ERN"

Materiał ten był dla strony polskiej podstawą analizy stanu obecnego w turystyce.





Dofinansowano ze środków Unii Europejskiej



Wykonanie na zlecenie SGP Euroregionu Nysa – „BOOSTER”, tel. +48 75 764 64 55

Mapa – „PLAN”, tel. +48 75 75 260 77

Zdjęcia: D. Berthold, M. Gałęski, J. Jaremen, J. Kotlarski, R. Kuliczkowski, Z. Kulik, D. Nedee, B. Schubert