

Shrnutí vyhodnocovací studie projektu Blaues Band

I.2 Vyhodnocení projektu: cíle, vymezení a metodika

Po více než 15 letech trvání projektu byla nyní společnost dwif-Consulting GmbH pověřena vyhodnocením klíčové turistické značky Blaues Band. Zadavatelem bylo Ministerstvo místního rozvoje a dopravy země Sasko-Anhaltsko ve spolupráci s Ministerstvem hospodářství a práce země Sasko-Anhaltsko. Vyhodnocení proběhlo v rámci EU projektu z programu INTERREG („Elbe-Labe – Adaptace na povodňové riziko v povodí Labe“). Vyhodnocení se přitom zaměřilo na tyto otázky:

- Jak lze aktuálně hodnotit celý projekt „Blaues Band – vodní turistika v Sasku-Anhaltsku“ s ohledem na infrastrukturu, nabídky, propojení, organizaci a marketing (silné – slabé stránky). Jak se vyvíjela poptávka? Bylo dosaženo stanovených cílů?
- Kde je potřeba další adaptace a dalšího jednání (např. rozšíření nabídek, marketingové strategie) při zohlednění aktuálních trendů a konkurenční situace?
- Jaké důsledky vyplývají ze spojení vodní turistiky a povodňového rizika? Během úvodního jednání řídicí skupiny dne 26.11.2009 byly stanoveny následující priority šetření:
 - o Regionální priority: V rámci vyhodnocení budou posuzovány řeky a kanály v Sasku-Anhaltsku, nikoliv však jednotlivá velká jezera (např. Arendsee, Goitzsche, Geiseltalsee, Muldestausee):
 - o Labe
 - o Sála (Horní Sála a Dolní Sála; hranice v Merseburgu na km 124)
 - o Unstrut
 - o Bode
 - o Havola (Dolní vodní cesta na Havole)
 - o Kanál Labe-Havola
 - o Mittellandkanal (Středoněmecký průplav)
- Segmenty vodní turistiky: Jako segmenty budou zkoumány segment turistiky na člunech (zejména turistika na motorových člunech), turistiky na kanoích, plavba osobními loděmi, akce na vodě a kombinace nabídek.

Hlavní metody a pracovní kroky v průběhu projektu:

- Prostudování dostupných materiálů: Prvními kroky (prosinec 2009 a leden 2010) bylo prostudování stávajících projektových podkladů a také rozhovor s jednatelem sdružení „Blaues Band e. V.“. Díky tomu si dwif udělala obrázek o dosavadním průběhu projektu i o stávající situaci.
- Anketa mezi poskytovateli: Od března do května 2010 proběhla online anketa mezi 158 poskytovateli služeb v oblasti vodní turistiky a přístavy v Blaues Band (firmy, obce, sdružení). Adresy poskytl sdružení „Blaues Band e. V.“. Po cíleném opakovaném oslovení těchto poskytovatelů se podařilo dosáhnout velmi dobrého výsledku v počtu vyplněných dotazníků – celkem 86 (= 54%). Výsledky dotazování podávají informace o struktuře a ekonomické úspěšnosti firem, o vývoji poptávky, kooperacích, marketingových aktivitách a také o opatřeních protipovodňové ochrany a ochrany přírody.
- Návštěvy přístavů: V rámci návštěv přístavů (květen až červen 2010) bylo navštíveno všech osm lokalit první priority a také vybrané lokality druhé priority a zdokumentováno formou fotografického protokolu. Společnost dwif navíc realizovala rozhovory s důležitými aktéry v místě (provozovatelé přístavu, turistické informace, rejdařství atd.).
- Dílčí zpráva: V červnu 2010 byla vytvořena dílčí zpráva a projednána v řídicí skupině.
- Mystery Checks: V zájmu (částečného) zjištění kvality služeb ve vodní turistice provedla dwif v červenci a srpnu 2010 „tajné“ telefonické hovory. Testováno bylo 10 turistických informací v Blaues Band a 10 poskytovatelů služeb v oblasti vodní turistiky (5 půjčoven kánoí, 5 rejdařství). Základem anonymních telefonátů byl standardizovaný katalog dotazů. Rozhodující pro hodnocení byla jak kompetence zařízení, tak i vstřícnost a prodejní aktivity personálu.
- Analýza sekundárních údajů a doplňující rozhovory: Kromě toho byly provedeny rozsáhlé rešerše, které sloužily analýze marketingu v Blaues Band, posouzení konkurenční situace a relevantních trendů. Dále dwif provedla řadu doplňujících rozhovorů zaměřených na budoucí směřování vodní turistiky v Sasku-Anhaltsku.

IX. Přehled silných stránek a překážek dalšího rozvoje Blaues Band

IX.1 Silné stránky

Atraktivní přírodní a turistický potenciál

Blaues Band boduje svým rozsáhlým a rozmanitým říčním systémem a ve velkých částech fascinující přírodní krajinou.

Labe jako jeden z posledních nezastavěných toků v Evropě nabízí jedinečný potenciál pro přírodní zážitky u vody a na ní. V kombinaci s mnoha kulturními pamětihodnostmi národního a mezinárodního významu, ale také málo známými klenoty na jeho březích, nabízí Sasku-Anhaltsku možnost vymezit se vůči svým konkurentům zejména v severním a východním Německu, kteří jsou zaměřeni zejména na přírodní bohatství.

Celoplošná infrastruktura a orientační systém

V posledních letech byla plošně instalována resp. modernizována infrastruktura pro vodní turistiku (přístavy, kotviště, plavební komory) a také orientační systém jak na straně vody, tak na straně země. Nehledě na několik málo ojedinělých nedostatků disponuje Blaues Band díky tomu těmi nejlepšími předpoklady pro individuální vodní turistiku. Značení – na rozdíl od navigačního systému „Gelbe Welle“ – navíc funguje jako „vyslanec“ značky „Blaues Band“.

Vodní turistika jako hospodářský faktor

Hospodářský význam vodní turistiky je regionálně velmi rozdílný. Přesto však pro Sasko-Anhaltsko představuje ekonomický faktor, které je nutno brát vážně, zejména pro často venkovské oblasti podél vodních toků. Mnoho malých a středních firem vybudovalo svou existenci na vodní turistice a tato existence stojí díky různým dalším činnostem ve většině případů na solidním ekonomickém základě. Také se podařilo vytvořit nová pracovní místa.

Zavedená značka „Blaues Band“

V rámci marketingu země probíhala v letech 2004 až 2007 intenzivní kampaň propagující značku „Blaues Band“. Díky tomu se dnes jedná o zavedenou značku s atraktivním logem a relativně vysokou mírou známosti, kterou lze však ještě dále posílit. Nezanedbatelný je také význam značky pro vnitřní marketing, neboť vzájemně propojuje nejrůznější poskytovatele. Navíc jsou k dispozici rozsáhlé databáze s adresami v prostoru Blaues Band a revírní informace.

Tematické organizační struktury

Sdružení Blaues Band e. V. je zavedená organizace zastupující nejrůznější potřeby v oblasti vodní turistiky. Zde se soustředí oblasti úkolů jako je rozvoj infrastruktury a vnitřní marketing a od roku 2008 také stále více aktivity ve vnějším marketingu. Za tímto účelem má sdružení několik silných kooperačních partnerů.

IX.2 Překážky dalšího rozvoje

Nízká konkurenceschopnost nabídek

Často chybí atraktivní nabídky v oblasti vodní turistiky. Pouze několik málo poskytovatelů v Blaues Band vytvořilo tematické a specifické nabídky pro různé cílové skupiny. Inovativní nápady, kterými by se poskytovatelé odlišili od svých konkurentů a které by podtrhly přírodní a kulturní potenciál v souladu se současnými trendy, jsou výjimkou. Nápadný je velký rozdíl mezi segmenty. Zatímco plavba na kánoích je hodnocena jako relativně konkurenceschopná, zůstává nabídka v osobní lodní přepravě mnohokrát za svými možnostmi.

Nedostatečné marketingové aktivity

Vodní turistika ve svých různorodých podobách hraje v marketingu Sasko-Anhaltska jako turistického cíle – z důvodu restrukturalizací zemských marketingových organizací, stanovování nových priorit a nedostatku atraktivních nabídek – jen velmi malou roli. Také ve většině regionů a obcí se existující potenciál nabídek využívá příliš málo. Sdružení Blaues Band e. V. i jednotliví poskytovatelé sází tedy stále více na vlastní marketingová opatření, což ale vede k nedostatečnému propojení a nejednotné prezentaci navenek. Sasko-Anhaltsko se tedy propadá za své konkurenty, kteří své marketingové aktivity v oblasti vodní turistiky zintenzivnili (např. Blaues Paradies, ale také regiony v Sasku a Durynsku).

Nízký stupeň propojení

Vodní turistika v Blaues Band se svými příhraničními toky je v mimořádné míře odkázána na kooperativní vývoj produktů. Přesto jsou sítě a spolupráce mezi jednotlivými poskytovateli a regiony a také mezi Saskem-Anhaltskem a příhraničními spolkovými zeměmi spíše výjimkou.

Nedostatky v kvalitě služeb

Aktuální kontrola služeb u poskytovatelů v Blaues Band ukazuje, že je potřeba dalšího zlepšování.

Avšak také zde je nutno zohlednit podstatné rozdíly mezi segmenty a jednotlivými poskytovateli.

Pokud možno trvale vysoká úroveň kvality je však pro úspěch vodní turistiky nezbytně nutná.

Tendence zaměstnávat sezónní pracovníky či zaměstnance na částečný pracovní úvazek ve firmách s sebou může v budoucnu přinést další snižování kvality a kompetencí.

Omezení splavnosti a mnoho konfliktů v užívání

Velké části revíru (zejména Labe) jsou z důvodu přírodních daností a dalších způsobů jejich využívání (např. profesionální plavba) vhodné pouze pro zkušené lodivody a lodě s hlubším ponorem je mohou využívat pouze v některých sezónách (kolísání stavu vody). Existuje pouze několik málo atraktivních okružních plaveb. Kromě toho vznikají nejrůznější konflikty při využívání toku, zejména mezi lodní dopravou, zemědělstvím, průmyslem, výstavbou sídlišť, turistikou a ochranou přírody. Nejistota panuje s ohledem na možné přibývání extrémních výkyvů ve stavu vody v důsledku lidských zásahů, klimatických/globálních změn, ale také s ohledem na vývoj atraktivity přírody na území Blaues Band.

X. Doporučení pro další rozvoj klíčové značky Blaues Band

Blaues Band

Závěr:

Turistika na vodě bude v Sasku-Anhaltsku i v budoucnu představovat okrajové téma resp. doplňkovou nabídku. Přesto by však měly být existující potenciály využity a intenzivněji zhodnoceny, v neposlední řadě z důvodu již učiněných investic do infrastruktury a marketingu. Aby bylo možno tyto šance ve vodní a přírodní turistice využít, musí být v zájmu rozvoje cestovního ruchu trvalá a důsledná ochrana cenného přírodního prostředí podél Blaues Band.

V podobě sdružení Blaues Band e. V. disponuje Sasko-Anhaltsko jako málokterá jiná spolková země vhodnou strukturou a potřebnými znalostmi, které jí při dostatečném (finančním) základu umožní efektivně a profesionálně uplatnit vodní turistiku na trhu.

Marketingové aktivity v Blaues Band je zapotřebí zintenzivnit. Přitom bude důležité intenzivněji propojit stávající nabídky a nezastavit se na politických hranicích, nýbrž posilovat přeshraniční kooperace v oblasti marketingu. Host musí do ruky dostat tematické a ucelené informace, které budou prezentovány v podobě odpovídající současným trendům.

Je potřeba zabezpečit již existující atraktivní infrastrukturu a tam, kde je to zapotřebí, tuto infrastrukturu doplnit uzavřením dosud prázdných míst. Adaptace je zapotřebí zejména z důvodu opakovaného kolísání vodního stavu.

X.1 Téma: Organizační struktura

Příslušnost: Blaues Band e. V. ve spolupráci s IMG a Ministerstvem hospodářství a práce země Sasko-Anhaltsko

Doporučená opatření:

Posílit sdružení Blaues Band e. V. jako hlavního partnera v oblasti vodní turistiky

- finanční podpora: srovnatelná podpora Gartenträume e. V. (viz příklad z praxe)
- personální posílení: v závislosti na dojednaném rozdělení úkolů

Vyjasnit rozdělení úkolů mezi sdružením a IMG

- sdružení: vnitřní marketing (propojení do sítí, posílení kvality, koordinace, vytváření produktů, koordinace infrastrukturních opatření, poradenství, dodávka dat do IMG), zastupování zájmů/lobování, v případě potřeby odborné veletrhy zaměřené na vodní turistiku
- IMG: vnější marketing (tisk, internet, všeobecné turistické veletrhy), práce s tiskem a s veřejností

Posílení aktivit k získávání členů sdružení

- zvýšení známosti sdružení v zemi a u možných kooperačních partnerů mimo Sasko-Anhaltsko
- lepší prezentace užítku pro členy: poradenství, výměna zkušeností, školení, propojení nabídek atd.
- otevření pro členy z jiných spolkových zemí

X.2 Téma: Vnější marketing

X.2.1 Posílení přeshraniční spolupráce

Příslušnost: Blaues Band e. V.

Doporučená opatření:

Posílit spolupráci podél Labe (zejména Sasko, příp. také Dolní Sasko)

- spolupráce s turistickými svazy a poskytovateli podél Labe v Sasku/Dolním Sasku
- partneři pro spolupráci: regionální turistické svazy Sächsisches Elbland e. V. a Sächsische Schweiz e. V. (ochota ke spolupráci); příp. turistické svazy v Dolním Sasku
- témata: jízdy motorovými čluny po Labi, jízdy na kánoích po Labi, kombinované nabídky
- možné návaznosti: prospekt a internetová prezentace Putování po Labi (viz příklad z praxe)
- důležité: vytvořit jednotnou úroveň infrastruktury (zejména na saské straně), poradenství ze strany sdružení Blaues Band e. V.

Posílit spolupráci podél Sály a Unstrut (zejména Durynsko)

- spolupráce s turistickými svazy a poskytovateli podél durynské Sály a Unstrut
- partneři pro spolupráci: regionální turistické svazy Jena-Saale-Holzland e. V. a Saaleland-Rennsteig e. V. (ochota ke spolupráci)
- témata: jízdy na kánoích na Sále a Unstrut, kombinované nabídky
- možné návaznosti: prospekt a internetová prezentace Putování po řece Sále (viz příklad z praxe)

Posílit spolupráci s Brandenburskem, Berlínem, Meklenburskem-Předními Pomořany („Das blaue Paradies“)

- využití synergetických efektů také pro Sasko-Anhaltsko díky rozsáhlým marketingovým aktivitám pod střechem „Das Blaue Paradies“ (viz příklad z praxe) a propojení s atraktivními oblastmi (jezerní krajiny atd.)
- integrace dílčích úseků Labe do okružních plaveb, které mohou být prodávány přes Blaues Paradies (např. okružní plavba „Labe-Havola“, okružní plavba Berlín – Havola – Labe – Meklenburská jezerní plošina)
- partneři pro spolupráci: Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH, Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern e. V.
- témata: zejména výlety na motorových člunech, ale také na kánoích na uvedených okružních trasách /spojovacích řekách

X.2.2 Posílení značky „Blaues Band“

Příslušnost: IMG ve spolupráci s Blaues Band e. V.

Doporučená opatření:

- koncentrovat značku „Blaues Band“ na turistiku s vodními sporty (vymezení vůči jiným segmentům aktivní turistiky)
- prodávat pod značkou Blaues Band pouze nabídky s explicitním vztahem k turistice s vodními sporty (kromě jiného turistika na motorových člunech a kánoích, příp. další segmenty (plachtění, rybaření, potápění, vodní lyže atd.), kombinované nabídky)
- osobní lodní dopravu sice i nadále spojovat s Blaues Band (logo atd.), avšak nedefinovat jako segment v Blaues Band (okružní cesta lodí sama o sobě nečiní z nabídky nabídku v oblasti vodní turistiky!); místo toho intenzivnější odbyt jako doplněk kulturně turistických nabídek, denních výletů, nabídek pro skupiny atd.
- vytvořit silnější vazbu k řekám a tím využít image známých a pozitivně obsazených řek
- využít Labe, Sálu a Unstrut jako důležité nositele image (např. Blaues Band – sportovní turistika na Labi, Sále a Unstrut) a tím méně výhradní vztah k Sasku-Anhaltsku (lepší výchozí základna pro spolupráci s dalšími spolkovými zeměmi)
- zvlášť uvádět na trh krajiny rekultivované po těžbě a jezera, např. jako oblasti pro plachtění, rybaření a potápění a také jako příměstská rekreace u vody, pak ovšem nikoli pod střechem Blaues Band
- ve vnitřním marketingu (viz kap. 3.3) by do práce sdružení mohla být případně dále zahrnuta jezera

Dále rozvíjet a komunikovat mimořádné spojení „přírody a kultury“

- profesionální obrazový materiál: voda a kulturní pamětihodnosti, voda a víno atd.
- posílit vývoj produktů (viz příklad z praxe)

Využít značku „Blaues Band“ také v turistických regionech

- použití loga, prospektů atd.
- partner: regionální turistické svazy se vztahem k vodě

X.2.3 Marketingové aktivity orientované na různá témata a cílové skupiny

Příslušnost: IMG ve spolupráci s Blaues Band e. V.

Doporučená opatření:

Upravit image brožuru Aktivně v království přírody

- např. dvojstránka pro každý segment: turistika na člunech, turistika na kánoích, příp. další segmenty (plachtění, rybaření, potápění)
- osobní lodní dopravu zmínit pouze krátce, integrace do tématu Výlety do měst
- spíše všeobecné informace o revírech atd.
- další informace v tematických brožurách (turistika na člunech, turistika na kánoích), které mohou být příp. (z finančních důvodů) nabízeny pouze ke stažení

Vytvořit tematickou brožuru Turistika na člunech (motorový člun/obytný člun (hausbót))

- plánovač tras (podobně jako u stávajícího prospektu Blaues Band)
- kompletní informace (nejen členové sdružení!): přístaviště, přístavy, servisní zařízení, pamětihodnosti, půjčovna lodí (hausbóty, čluny bez nutnosti vlastnit průkaz vůdce plavidla, jiné motorové jachty)
- společně vytvořit s partnery v Sasku a příp. Dolním Sasku
- oblasti: Labe, příp. dolní tok Sály
- příp. pouze ke stažení na tematických stránkách IMG

Vytvořit tematickou brožuru pro turistiku na kánoích

- plánovač tras a prospekt s poskytovateli
- kompletní informace (nejen členové sdružení!): podle etap: přístaviště, možnosti ubytování, možnosti nákupů, pamětihodnosti; všeobecné informace: poskytovatelé, paušální nabídky
- společně vytvořit s partnery v Durynsku, Sasku a příp. Dolním Sasku
- oblasti (2 prospekty): Sála, Unstrut a příp. Bode a také Labe a menší přítoky (Havola, Mulda atd.)
- příp. pouze ke stažení na tematických stránkách IMG

Rozšířit/vytvořit tematické stránky v internetové prezentaci IMG

- všechny relevantní turistické informace pro koncového zákazníka integrovat do internetové prezentace IMG (stránku sdružení využít přednostně pro aktivity vnitřního marketingu)
- zařazení do aktivit/vodní sport
- zpracování tématu dle specifik tohoto segmentu (Blaues Band: turistika na člunech, kánoích; příp. další segmenty na jezerech)
- vždy úvodní text, prospekt jako PDF a příp. informace z prospektu v html formátu
- navíc: plánovač tras na interaktivní mapě (viz příklad z praxe Brandenbursko)
- dodávka dat sdružením Blaues Band e. V.
- pouze tolik odkazů na externí stránky, kolik je zapotřebí (opatrně při prolinkování na soukromé stránky z důvodu případně neaktuálních/nesprávných informací)

X.3 Téma: Vnitřní marketing

X.3.1 Propojení poskytovatelů a kreativní vývoj produktů

Příslušnost: Blaues Band e. V. ve spolupráci s poskytovateli a regionálními turistickými svazy

Doporučená opatření:

Posílit síť přístavů v Blaues Band

- pravidelná setkání za účelem výměny zkušeností
- kreativní vývoj produktů ve snaze propojit přístavy a také nabídky na vodě i na zemi (např. s gastronomií, pamětihodnostmi, okružními jízdami ve městech, zdravotnickými zařízeními)
- příp. vývoj „prémiových nabídek“ s mimořádně intenzivním prodejem

Vytvořit síť turistiky na kánoích

- pravidelná setkání za účelem výměny zkušeností
- příp. rozlišování podle oblastí (Sála-Unstrut/ Labe)
- dohody/spolupráce při poskytování nejrůznějších služeb (např. pravidelná přeprava lodí/osob)

- kreativní vývoj produktů ve snaze propojit nabídky na vodě a na zemi (např. s půjčovnami jízdních kol, pamětihodnostmi, gastronomií, vinaři)
- příp. vývoj „prémiových nabídek“ s mimořádně intenzivním prodejem

Vytvořit síť osobní lodní dopravy

- pravidelná setkání za účelem výměny zkušeností
- sladění jízdních řádů, spolupráce na určitých trasách/akcích atd.
- kreativní vývoj produktů ve snaze propojit nabídky na vodě a na zemi (např. s okružními prohlídkami měst, pamětihodnostmi, gastronomií, vinaři, kulturními zařízeními, akcemi)
- příp. vývoj „prémiových nabídek“ s mimořádně intenzivním prodejem

Další rozvoj akcí u vody/na vodě

- nabídnout nové atraktivní akce vztahující se k vodě, také v místech, které řeku dosud neobjevily
- další rozvoj stávajících akcí
- propojení informací (název akce, termíny, místa, body programu) v centrálním místě, příp. zapojení do vývoje produktů
- prodej obzvláště atraktivních akcí přes IMG

Vyvinout produkty na téma Zážitky v přírodě

- spolupráce s chráněnými krajinnými oblastmi a/nebo dalšími organizacemi ochrany přírody na tvorbě (paušálních) nabídek, např. procházky přírodou s průvodcem, ekologická výchova (viz příklady z praxe)

X.3.2 Rozvoj kvality

Příslušnost: Blaues Band e. V. ve spolupráci s poskytovateli a dalšími partnery

Doporučená opatření:

Posílení školení ke zvýšení kvality služeb

- pravidelný program školení pro členy sdružení
- spolupráce se školícími zařízeními v Sasku-Anhaltsku (např. turistický svaz Sasko-Anhaltsko, DEHOGA, IHK)

Prověřit možnosti certifikace pro poskytovatele v oblasti vodní turistiky příp. adaptovat kvalitativní kritéria, např.

- „Námořní management kvality“ (přístavy, charterové společnosti, půjčovny kánoí, rejdařství; viz příklady z praxe)
- rozšíření klasifikace pomocí „modrých hvězdiček“ také na orientační systém Blaues Band (přístavy sportovních lodí; viz příklad z praxe)
- značka kvality a ekoznačka BKT (půjčovny kánoí)
- posílený odbýt certifikovaných poskytovatelů

X.4 Téma: Infrastruktura a adaptace na kolísání vodního stavu

Příslušnost: Blaues Band e. V. ve spolupráci s Ministerstvem hospodářství a práce země Sasko-Anhaltsko a dalšími partnery

Doporučená opatření:

Zajištění a adaptace infrastruktury pro vodní turistiku

- ověření infrastrukturních cílů/potřebné infrastruktury definované sdružením Blaues Band e.V. v celkové koncepci
- návrhy potřebných podpůrných opatření ve vybraných lokalitách k předložení ministerstvu hospodářství / investiční bance
- stanovení priorit: kompletace kotvišť a přístavů pro čluny, kompletace servisních zařízení (zejména čerpací stanice pro čluny)

Vyvinout informační systém na téma vysokého a nízkého stavu vody

- sestavení relevantních informací sdružením Blaues Band e. V. (relevantní lokality, ve kterých pravidelně vznikají problémy resp. kontaktní osoby, u kterých se lze dotázat na aktuální stav vody, časy, kdy jezdí přívozy, výpadky v provozu osobních lodí atd.)

- poskytnutí informací na stránce IMG, sdružení a také u poskytovatelů, v turistických informacích atd.
- zařazení informací na téma ochrana přírody a protipovodňová ochrana na internetových stránkách poskytovatelů a sdružení a také jejich předávání při prohlídkách s průvodcem

Vývoj typů plavidel uzpůsobených jednotlivým typům toků (viz příklady z praxe)

- lodě s obzvláště nízkým ponorem, které mohou plout také za nízkého stavu vody
- lodě se zážitkovým charakterem, které fungují také jako nositelé image (např. „Elbeboot“)
- segmenty: zejména osobní lodní doprava, příp. turistika na člunech

Pokračování v přeshraničních opatřeních na ochranu přírody a protipovodňových opatřeních

- intenzivnější zapojení turistických zájmů do politiky a správy pro zachování cenných, propojených přírodních oblastí a jejich ekologické zlepšení v zájmu dlouhodobě úspěšné říční a přírodní turistiky v Blaues Band
- přírodní protipovodňová ochrana, např. vytvoření dalších vyrovnávacích ploch ve spolupráci s organizacemi na ochranu přírody (viz příklad z praxe)
- technicko-stavební protipovodňová ochrana, např. (finanční) podpora poskytovatelů při zajištění lávek u vody (zejména při výstavbě nových zařízení)