

- počet příjezdů se dlouhodobě snižuje, ale i tak je Německo jedničkou v návštěvnosti ČR oproti jiným státům (velký podíl i Rusové)
- Němci nejvíce navštěvují české kraje (přestávají je však navštěvovat, české lázně – trojúhelník, i lázně v Libereckém kraji, Šumava, Lipno, Krkonoše, Jizerské hory, jižní Čechy – historická města) a Prahu (konstantní počet návštěv)
- cíle něm. turistů v ČR dle věkových skupin:

- do 16 let: organizované školní výlety (Praha, UNESCO, hrady a zámky, sportovní výlety)
- do 28 let: rozdíl mezi západem a východem Německa (individuální cesty, kvalitní ubytování, letecká doprava x levné ubytování, vlak, víkendové pobyty, lyžařské pobyty)
- střední generace: obchodní cestující (MICE), rodiny s dětmi, mladé páry bez dětí
- důchodci: cesty za poznáním, kulturou...

Velká Británie

- 3. nejvýznamnější zdrojovou zemí, 3. nejvyšší výdaje na ČR
- velmi široké portfolio cílových destinací
- britští turisté jsou velmi konzervativní a plánují cesty dlouho dopředu
- populace VB stárne pomaleji než např. Němci
- nejdynamičtější rostou vzdálené trhy (Asie, Karibik)
- nejvíce jezdí do Prahy, do kraje moc ne – a když, tak do lázní (Karlovy Vary), na jižní Moravu (business – vív-Brno – veletřhy, výstavy, kongresy)

- nejvíce jezdí: Španělsko, Francie, Irsko, USA

- typ dovolené: vzdálené destinace
- okružní plavby
- short breaks – prodloužené víkendy, 3-4 dny, hlavně městská turistika
- zimní turistika
- lázně
- specifické události (svatba...)
- přenocování: Praha, jižní Morava
- problémem je, jak dostat návštěvníky z Prahy do regionů – otázkou je, zda je to vůbec možné, co by je zaujalo?

- nejvíce jezdí do:

- Praha – 90%, prům. 3 dny
- Praha + Český Krumlov
- Mariánské Lázně, Karlovy Vary

- kdo:

- **mladé bezdělné páry do 35 let**

- důchodový věk
- rozlučky se svobodou – hen party = svobodné ženy (beauty and wellness), stag party = svobodní muži
- má smysl oslovovat britský trh z pohledu jižní Moravy – do jisté míry ano, letecké spojení existuje, mělo by být užitečně zaměřeno na určitý typ návštěvníků, balíček programu – návštěva společně s Vídní, Prahou

- business

Itálie

- Italové zůstávají při své dovolené hlavně v Itálii, do zahraničí cestuje hlavně obyvatelstvo velkých aglomerací střední a severní Itálie
- vysoká četnost zahraničních dovolených je typická u mladé generace
- hlavní dovolená nedosahuje ani dvou týdnů
- prodlužuje se sezónnost
- nízká míra organizovanosti
- italský turista je náročný na kvalitu (stravování, výhodné nákupy, hygiena)
- 4-5 hvězdičkové hotely – luxusní ubytování
- má značné jazykové bariéry
- nejoblíbenějšími destinacemi jsou: Francie, Španělsko, Německo, Chorvatsko, Řecko
- velký vliv mají jejich státní svátky – období Velikonoc, prodloužené víkendy
- nejvíce: Praha (3-4 dny), rádi nakupují, silná vazba na italské umění, italské stavitele – památky, školní výlety
- dále památky UNESCO, Brno – Špilberk (spojené s návštěvou Polska), dále kombinace: Praha-Vídeň, Praha-Budapešť...
- hlavní marketingová témata pro Lednicko-Valtický areál: za poznáním a zážitky, pohádkové hrady a zámky, vinařství, církevní památky, po stopách italských umělců
- po roce 2007 pokles návštěvníků, nadále bude asi stagnovat (vývoj pobytů je podobný)
- partnerské město Brno – it. provincie Lombardie (§ It.)

Nizozemí

- jednoznačný pokles příjezdů Nizozemců do ČR – kvůli poměru výkon/cena (roste cena, ale s tím neroste kvalita, např. Krkonoše)
- opakovaná návštěva – dnes už ne tolik
- úbytky příjezdů jsou na jižní Moravě, ve Zlínském kraji, to, co mají blíže, tam je pokles menší
- karavany – delší pobyty
- „skrblici“ tvrdí průvodci o Nizozemcích – avšak průměrné výdaje jsou nadprůměrné ve srovnání s Poláky, Slováky, ... - kempy jsou dražší
- netypické rozložení návštěvnosti – Nizozemci jsou objeviteli venkova, podíl na Praze pouhých 30 %, Jižní Čechy, Hradec Králové, Liberec... nejméně v Moravskoslezském kraji a Olomouckém
- kdo: rodiny s dětmi...
- jantarová stezka – stezka z Pobaltí přes Moravu do Vídně, obchodní trasa, dnes cyklotrasa přes Brno, Olomouc, Ostravu, dále do Polska, dnes projekt – udělali z toho turistickou značku, navštěvujeme to nejlepší ze 4 krajů okolo této stezky?

USA

- patří k zemím s největšími výdaji na ČR
- téměř nevnímají Českou republiku jako turistickou destinaci, někdy ani neví, kde se nachází, takže mají většinou nulové asociace
- někteří tuší, že Praha je blízko Německa ve Sř. Evropě...