



Maribor

Poročilo o izvajanju programa dela
Zavoda za turizem Maribor v letu

2024

ZAVOD ZA TURIZEM MARIBOR

Pripravil:
JURE STRUC, direktor Zavoda za turizem Maribor,
in sodelavci

Maribor, marec 2025



Zavod za turizem Maribor
Tkalski prehod 4, 2000 Maribor

→ T +386 (0)2 234 66 00
→ E zzt@maribor.si

KAZALO

I SPLOŠNI DEL	3
1 PRAVNE PODLAGE ZA USTANOVITEV IN DELOVANJE	4
2 PREDSTAVITEV ORGANOV ZAVODA	5
3 ORGANIZACIJA ZAVODA	6
4 FINANCIRANJE ZAVODA	6
5 DELOVANJE ZAVODA	6
6 REALIZACIJA KADROVSKEGA NAČRTA	7
7 IZOBRAŽEVANJE KADROV	7
8 PROMOCIJA ZDRAVJA NA DELOVNEM MESTU	7
9 ORGANIGRAM	8
II POSEBNI DEL	9
1 LETNI CILJI IN OCENA DOSEGANJA LETNIH CILJEV	9
1.1 STATISTIKA PRENOČITEV IN PRIHODOV GOSTOV	11
2 KLJUČNI DOSEŽKI IN AKTIVNOSTI PO PROGRAMIH	19
2.1 TRŽNO KOMUNICIRANJE	19
2.1.1 ODNOSI Z JAVNOSTMI	20
2.1.2 DESTINACIJSKI PORTAL VISITMARIBOR.SI	25
2.1.3 E-MAIL MARKETING	30
2.1.4 DRUŽBENA OMREŽJA VISIT MARIBOR	31
2.1.5 SPLETNA STRAN STARATRTA.SI / NAJSTAREJSATRTA.SI	33
2.1.6 DRUŽBENA OMREŽJA NAJSTAREJŠE TRTE	34
2.1.7 APLIKACIJA ZA DOGODKE KAM	35
2.1.8 INTERAKTIVNE TABLE	38
2.1.8 SEJEMSKJE IN DRUGE PREDSTAVITVE TURISTIČNE PONUDBE MARIBORA	38
2.1.9 TISKOVINE IN PROMOCIJSKI MATERIAL	39
2.2 PROMOCIJSKI PROJEKTI	41
2.2.1 DIGITALNE KAMPANJE	42
2.2.2 DRUGE PROMOCIJSKE AKTIVNOSTI IN PARTNERSKA SODELOVANJA	43
2.2.3 MARIBORSKA VINSKA KRALJICA	48
2.3 NAJSTAREJŠA TRTA	51
2.3.1 HIŠA NAJSTAREJŠE TRTE	52
2.3.2 DOGODKI NAJSTAREJŠE TRTE	55
2.4 PRIREDITVE V ORGANIZACIJI ZAVODA ZA TURIZEM MARIBOR	58
2.4.1 ČAROBNI MARIBOR 2024	59
2.4.2 GASTRONOMSKI TOP DOGODEK »ŽAMETNA VEČERJA MED VINOGRADI«	61
2.4.3 MARTINOVANJE V MARIBORU	62
2.4.4 REZ NAJSTAREJŠE TRTE	63
2.4.5 POSTAVITEV KLOPOTCA	63
2.4.6 FESTIVAL NAJSTAREJŠE TRTE	63
2.4.7 DAN MARIBORA	65
2.4.8 BALET POD ZVEZDAMI	66
2.5 UPRAVLJANJE TURISTIČNIH PRODUKTOV	68



Zavod za turizem Maribor

Tkalski prehod 4, 2000 Maribor

→ T +386 (0)2 234 66 00

→ E zzt@maribor.si

2.5.1 WINE & DINE MARIBOR	69
2.5.2 ZNAMKA »NAŠE NAJBOLJŠE«	69
2.5.3 INDUSTRIJA SREČANJ	71
2.5.4 ZELENA DESTINACIJA	74
2.5.5 KULTURNI TURIZEM	75
2.6 UPRAVLJANJE DESTINACIJE	78
2.6.1 MARIBORSKI TURISTIČNI FORUM	79
2.6.2 IZOBRAŽEVANJE ZA TURISTIČNO GOSPODARSTVO	81
2.6.3 RAZISKAVE	82
2.7 TIC MARIBOR	84
2.7.1 TIC MARIBOR	85
2.8 OBČINSKA TURISTIČNA ZVEZA (OTZ) MARIBOR	90
2.8.1 POROČILO O DELU OTZ MARIBOR	91
3 PROJEKTI	98
3.1 PROJEKT STO ZA PROMOCIJO PONUDBE ZA VODILNE DESTINACIJE	99
3.2 PROJEKT V SODELOVANJU Z RRA PODRAVJE-MARIBOR: PARTNERSTVO ZA POHORJE	99
3.3 PROJEKT V SODELOVANJU Z RRA PODRAVJE-MARIBOR: ŠTAJERSKA	100
3.4 PROJEKT ERASMUS: InnoVET	101
3.5 PROJEKT ERASMUS: MICE.N.E. – MICE Next Evolution	102
3.6 PROJEKT ERASMUS: YOU SMILE	104
3.7 PROJEKT ERASMUS: Vocational Excellence, Policy and Enterprise United for Hospitality Management Skills Adapted on Environmental Footprint Methods (GreenHost)	105
3.8 PROJEKT MGTŠ: Javni razpis za sofinanciranje vlaganj v javno in skupno turistično infrastrukturo in naravne znamenitosti v turističnih destinacijah	106
4 ZADOVOLJSTVO Z DELOM ZTM V LETU 2024	109

SPLOŠNI DEL





1 PRAVNE PODLAGE ZA USTANOVITEV IN DELOVANJE

Javni zavod za turizem Maribor je z Odlokom o ustanovitvi javnega zavoda za turizem Maribor (MUV 22/2020) z dne 7. 9. 2020 ustanovila Mestna občina Maribor na 15. redni seji Mestnega sveta Mestne občine Maribor.

Zavod je pravni naslednik Javnega zavoda za turizem Maribor - Pohorje, ki je bil ustanovljen z Odlokom o ustanovitvi Javnega zavoda za turizem Maribor - Pohorje (MUV št. 16/2012), ki ga je ustanovila Mestna občina Maribor skupaj z občinami Hoče-Slivnica, Rače-Fram in Starše, in je bil pravni naslednik Javnega zavoda za turizem Maribor (MUV št. 26/2009).

Soustanoviteljicam zavoda so prenehale ustanoviteljske pravice: občini Reče-Fram 16. 1. 2020, občini Hoče-Slivnica 18. 1. 2020 in občini Starše 31. 1. 2020.

Zavod je bil ustanovljen leta 2000 kot Javni gospodarski zavod za turizem Maribor (Odlok o ustanovitvi Javnega gospodarskega zavoda za turizem Maribor (MUV, št. 5/00, 28/04).

Javni gospodarski zavod za turizem Maribor se je leta 2009 preoblikoval v Zavod za turizem Maribor (Odlok o ustanovitvi javnega zavoda za turizem Maribor, MUV št. 26/2009).

Javni zavod za turizem Maribor je bil vpisan v sodni register pri Okrožnem sodišču Maribor pod matično številko: 1526022000 dne 23. 9. 2020.

Zaradi smotrnosti turističnega razvoja v mestu se Zavod za turizem Maribor povezuje s turističnim gospodarstvom, turistično društveno dejavnostjo in tudi drugimi lokalnimi skupnostmi.

Zakonske in ostale strokovne podlage, potrebne za delovanje zavoda in razvoj turizma

Delovanje in obstoj zavoda ter nadaljnji razvoj turizma na območju temelji na predpostavkah, empiričnih izsledkih in strateških usmeritvah, ki so bile izvedene ob različnih aktivnostih in na različnih nivojih v obdobju od leta 2000 do 2024. Praviloma so se strateške in razvojne usmeritve naslanjale na empirične podatke SURS-a oziroma Slovenske turistične organizacije, izjemoma pa so bile narejene primarne empirične raziskave. Strateške usmeritve vežejo Zavod za turizem Maribor k nadaljevanju začrtanih in tudi zakonsko utemeljenih poti razvoja turizma v državi in v okviru Strategije trajnostnega razvoja in trženja turistične destinacije Maribor za obdobje 2022-2027.

V nadaljevanju se Zavod za turizem Maribor omenja tudi kot Zavod.

Pravni akti, ki opredeljujejo delovanje in razvoj, so:

- Zakon o zavodih (UL RS, št. 12/91, 8/96, 36/00 – ZPDZC in 127/06 – ZJZP),
- Odlok o ustanovitvi javnega zavoda za turizem Maribor (MUV 22/2020),
- Odlok o spremembi Odloka o ustanovitvi javnega zavoda za turizem Maribor (MUV 1/2024),
- Statut Zavoda za turizem Maribor (MUV, št. 12/2021),
- Zakon o spodbujanju razvoja turizma ZSRT -1 (UL RS 13/18),
- Strategija slovenskega turizma 2022-2028 (Vlada Republike Slovenije, 2022),
- Strategija trajnostnega razvoja in trženja turistične destinacije Maribor za obdobje 2022–2027 (Mestni svet MOM, 21. 4. 2022),
- Odlok o pogojih opravljanja dejavnosti turističnih vodnikov turističnega območja Mestne občine Maribor (MUV 12/21),
- Odlok o turistični in promocijski taksi v Mestni občini Maribor (MUV 15/18),

- Odlok o spremembah in dopolnitvah odloka o turistični in promocijski taksi v Mestni občini Maribor (MUV 7/19),
- Odlok o spremembah Odloka o turistični in promocijski taksi v Mestni občini Maribor (MUV 7/23),
- Pravilnik o organizaciji in sistemizaciji delovnih mest (Svet zavoda 2010, 2012, 2018, 2019, 2020, 2023, 2024),
- Zakon o javnih financah (Uradni list RS, št. 11/11 – uradno prečiščeno besedilo, 14/13 – popr., 101/13, 55/15 – ZFisP, 96/15 – ZIPRS1617, 13/18 in 195/20 – odl. US), 18/23 – ZDU-10 in 76/23),
- Zakon o računovodstvu (Uradni list RS, št. 23/99, 30/02 – ZJF-C in 114/06 – ZUE),
- Zakon za uravnoteženje javnih financ – ZUJF (Uradni list RS, št. 40/12, 96/12 – ZPIZ-2, 104/12 – ZIPRS1314, 105/12, 25/13 – odl. US, 46/13 – ZIPRS1314-A, 56/13 – ZŠtip-1, 63/13 – ZOsn-I, 63/13 – ZJAKRS-A, 99/13 – ZUPJS-C, 99/13 – ZSVarPre-C, 101/13 – ZIPRS1415, 101/13 – ZDavNepr, 107/13 – odl. US, 85/14, 95/14, 24/15 – odl. US, 90/15, 102/15, 63/16 – ZDoh-2R, 77/17 – ZMVN-1, 33/19 – ZMVN-1A, 72/19 in 174/20 – ZIPRS2122 in 139/22- ZSPJS -AA),
- Zakon o izvrševanju proračunov Republike Slovenije za leti 2023 in 2024 (Uradni list RS, št. 150/22, 65/23, 76/23 – ZJF-I, 97/23 in 123/23 – ZIPRS2425),
- Odlok o proračunu Mestne občine Maribor za leto 2024 s spremembami in dopolnitvami (MUV, št. 3/24, 12/24).

2 PREDSTAVITEV ORGANOV ZAVODA

Organa Zavoda za turizem Maribor sta:

- svet zavoda
- direktor.

Predstavitev organov javnega zavoda:

Svet Zavoda za turizem Maribor za mandatno obdobje 17. 12. 2020 – 17. 12. 2024:

- predsednica sveta: Neva Pipan
- namestnica predsednice sveta: Melita Petelin
- člani sveta: Željko Vogrin, Teja Lovrec, Aleksandra Koželj Draš, Nataša Jančar.

Svet Zavoda za turizem Maribor za mandatno obdobje 2020 -2024 je v letu 2024 izvedel:

- 4 redne seje (22. 2. 2024, 15. 4. 2024, 25. 9. 2024 in 5. 12. 2024),
- 2 korespondenčni seji(20. 6. - 28. 6. 2024 in 29. 8. -30. 8. 2024).

Svet Zavoda za turizem Maribor za mandatno obdobje 18. 12. 2024 – 18. 12. 2028:

- predsednica sveta: Eva Lozina
- namestnica predsednice sveta: Helena Cviki
- članice sveta: Alenka Iskra, Jana Zadavec, Aleksandra Koželj Draš, Nataša Jančar.

Svet Zavoda za turizem Maribor za mandatno obdobje 2024 - 2028 je v letu 2024 izvedel:

- 1 redno/konstitutivno sejo (18. 12. 2024),
- 1 korespondenčno sejo (27. - 30. 12. 2024).

Direktor zavoda: Jure Struc.

3 ORGANIZACIJA ZAVODA

Zavod ima tri organizacijske enote:

- **upravo:**
Jure Struc, direktor; Darja Jemeršič, strokovna sodelavka za javna naročila in urejanje poslovne dokumentacije;
- **projektno vodstvo:**
Simona Pinterič, vodja področja za informiranje in pospeševanje prodaje (do julija 2024); Monika Jurišič Hlevnjak, svetovalka za odnose z javnostmi in spletno informiranje; Vesna Horvat, svetovalka za regionalno usklajevanje (do novembra 2024); Nina Petrič, analitik – delovno mesto za projekte, Petre Eferl, strokovna sodelavka za spletno informiranje; Mojca Toplak, svetovalka za oblikovanje in izvedbo turističnih prireditev; Maja Kocmut, informatorka;
- **turistično informacijska centra:**
Turistično informacijski center Maribor: Nataša Jančar, informatorka in svetovalka za kongresno dejavnost; Adriana Kidrič Ploč, informatorka; Mojca Petek, informatorka,
Hiša Stare trte: Tina Heinrich, vodja Hiše Stare trte; Doroteja Mauko, pomočnica vodje Hiše Stare trte; Urška Gomzi, informatorka; Katja Bajc, informatorka.

Delo zaposlenih v zavodu je organizirano tako, da se opravlja:

- na sedežu zavoda na Tkalskem prehodu 4, 2000 Maribor, kjer sta uprava in projektno vodstvo,
- v turistično informacijskih centrih: TIC Maribor, Partizanska cesta 6 a, 2000 Maribor in Hiša Stare trte, Vojašniška ulica 8, 2000 Maribor.

4 FINANCIRANJE ZAVODA

Zavod svojo dejavnost in obstoj ter izvajanje programov financira iz:

- proračuna ustanoviteljice,
- državnega proračuna,
- drugih javnih virov,
- s sredstvi pridobljenih na domačih in mednarodnih javnih natečajih,
- prodaje blaga in storitev na trgu,
- s sponzorstvi, z donacijami,
- drugih virov, v skladu z veljavnimi predpisi.

5 DELOVANJE ZAVODA

Osnovne dejavnosti zavoda, ki jih zavod lahko izvaja v javnem interesu kot javno službo, so:

- sodelovanje pri pripravi strateških dokumentov ter načrtovanje in izvedba strateških razvojnih načrtov v turističnem območju ustanoviteljice in turistični destinaciji,
- sodelovanje in povezovanje v medobčinska, regijska ter mednarodna strateška partnerstva na področju turizma,
- izvajanje informacijske turistične dejavnosti,
- načrtovanje, razvoj, trženje in upravljanje integralnih turističnih proizvodov na ravni turističnega območja ustanoviteljice in povezovanje z integralnimi turističnimi proizvodi turistične destinacije,
- oblikovanje in promocija tržnih znamk ponudbe turističnega območja ustanoviteljice,

- usklajevanje ter povezovanje programov kulturnih in športnih ustanov, festivalov, turističnih društev in njihovih zvez, ponudnikov turističnih storitev ter drugih organizacij, ki delujejo na območju ustanoviteljice,
- financiranje delovanja turističnih društev,
- promocija turizma turističnega območja ustanoviteljice,
- oblikovanje, organizacija, izvajanje in promocija prireditev in dogodkov v interesu mesta ter
- izvajanje lokalne turistične vodniške službe.

Zavod lahko opravlja tudi tržno dejavnost, pri čemer je prihodek take dejavnosti izrecno namenjen razvoju in izvajanju osnovnih dejavnosti zavoda.

6 REALIZACIJA KADROVSKEGA NAČRTA

Iz proračuna Mestne občine Maribor, ustanoviteljice zavoda, zagotavljamo financiranje za 16 zaposlenih. V teku leta je bilo v povprečju število zaposlenih 15 (od tega jih je bilo 14 zaposlenih za nedoločen čas, en (1) za določen čas, in sicer direktor po pogodbi za dobo svojega mandata).

Opravila na ZTM so specializirana in delovno zahtevna, raznolike aktivnosti narekujejo potrebo po zaposlitvah visoko strokovno usposobljenih kadrov.

Od skupno planiranih 16 zaposlenih je bila ena oseba zaposlena za 4-urne delovne ure, kar pomeni polovični delovni čas. V avgustu 2024 se je ena zaposlena upokojila, v oktobru 2024 pa je ena zaposlena dala odpoved pogodbi.

7 IZOBRAŽEVANJE KADROV

V letu 2024 smo na ZTM imeli izobraževanje kadrov na naslednjih področjih:

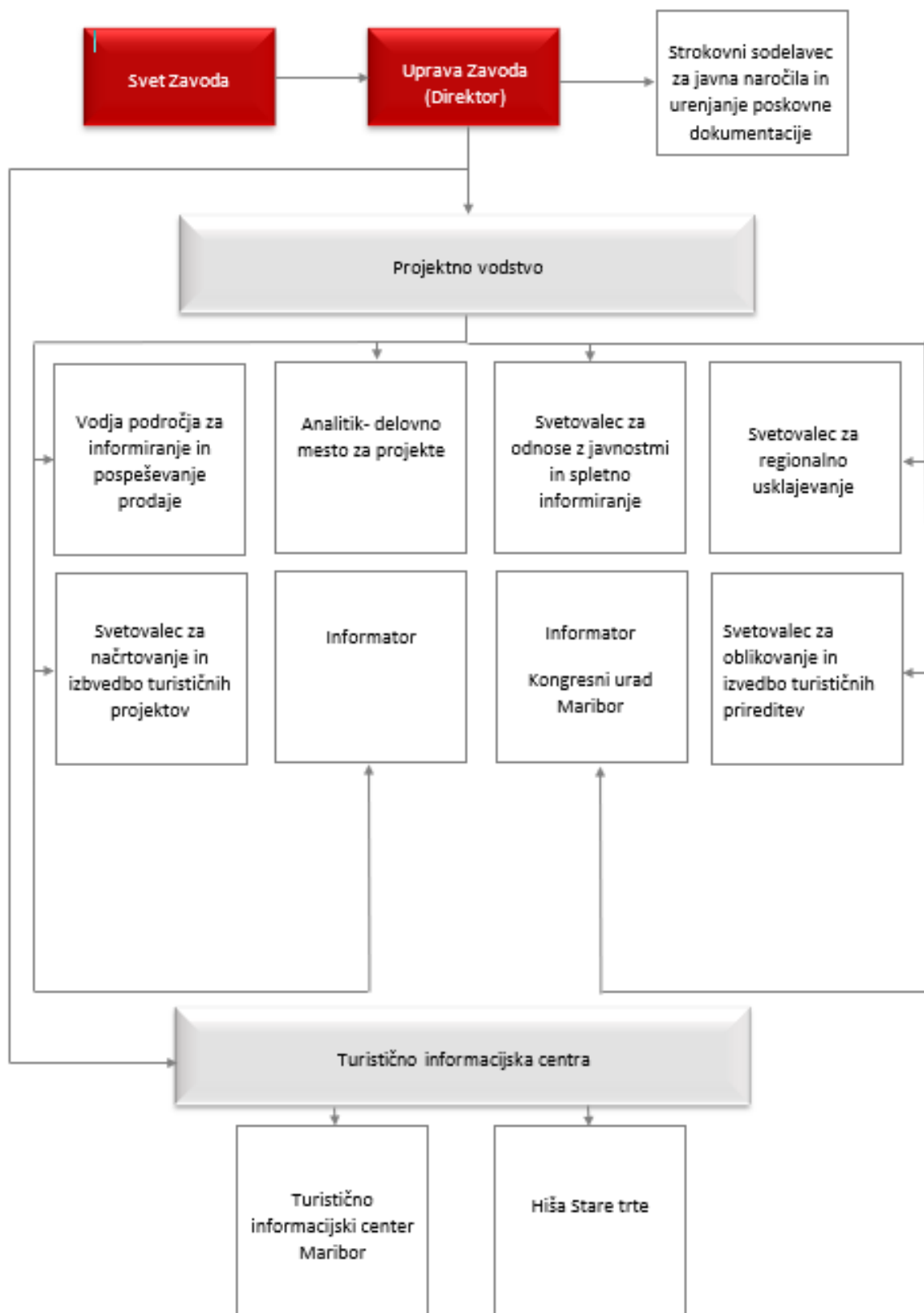
- kadrovska korespondenca – plačni sistemi v letu 2025 v javnem sektorju,
- javna naročila,
- delo z dokumentarnim gradivom,
- digitalni marketing v turizmu, novosti v marketingu,
- uporaba orodij umetne inteligence,
- razvoj turističnih produktov,
- trženje v turizmu.

8 PROMOCIJA ZDRAVJA NA DELOVNEM MESTU

V okviru promocije zdravja na delovnem mestu smo zaposlenim na ZTM ponudili lokalno ekološko sadje.

Za spodbujanje zdravega delovnega okolja in medsebojnega sodelovanja smo 1. avgusta 2024 na Mariborskem Pohorju organizirali športne aktivnosti in druženje ter tako poudarili tudi pomen zdravega načina življenja.

9 ORGANIGRAM



1. LETNI CILJI IN OCENA DOSEGANJA LETNIH CILJEV



Zavod za turizem Maribor je realiziral ali dosegel vse kazalnike uspešnosti (KPI), zastavljene v programu dela zavoda za leto 2024.

Doseganje kazalnikov izkazujemo s kvalitativnimi in kvantitativnimi podatki, kot so število prenočitev in turističnih prihodov, število medijskih objav in doseg na spletu, izvajanje dogodkov za poslovno in splošno javnost ter poslovni izid.

V letu 2024 smo v Mariboru zabeležili 523.472 oz. za 4 % manj prenočitev kot v letu 2023, ko je mesto gostilo športni festival OFEM, ter 253.711 oz. za 6 % več turističnih prihodov.

Gibanje števila prenočitev po mesecih v petletnem obdobju 2019-2024 kaže na rast števila prenočitev v nižjih sezonah, s čimer izpolnjujemo ambicijo, da z odličnimi dogodki in kakovostnimi turističnimi vsebinami izboljšujemo turistično sliko mesta skozi vse leto.

V Poslovnem načrtu za leto 2024 je bilo zastavljenih sedem (7) ključnih ciljev poslovanja in programa dela ZTM za leto 2024. Na ZTM ocenjujemo, da smo cilje uspešno zasledovali, kar utemeljujemo s spodnjim pregledom ciljev s kazalniki uspešnosti in povzetkom aktivnosti ZTM v letu 2024, ki sledi v poglavju 2 »Ključni dosežki in aktivnosti po programih«.

Ocene doseganja letnih ciljev

• Cilj 1: UPRAVLJANJE DESTINACIJE V VLOGI DMO

Zastavljeni kazalniki uspešnosti:	Realizacija
Izvedba turističnega foruma	Izvedeno
Poročilo o izvajanju turistične strategije Maribora (evalvacija)	Izvedeno*
Ocena doseganja cilja 1: DOSEŽEN	

Obrazložitev: ZTM je v letu 2024 izvedel interno evalvacijo strateškega dokumenta.

• Cilj 2: DVIG PREPOZNAVNOSTI IN DVIG TURISTIČNEGA OBISKA MARIBORA

Zastavljeni kazalniki uspešnosti:	Realizacija
Najmanj 500.000 prenočitev v Mariboru v letu 2024	Doseženo (+4,7 %)
Najmanj ohranitev ali povečanje števila turističnih prihodov glede na leto 2023	Doseženo (+ 6 %)
Povečanje števila obiskovalcev v TIC Maribor za 10 % glede na leto 2023	Doseženo (+ 15 %)
Povečanje števila uporabnikov na spletni strani www.visitmaribor.si za 10 % glede na leto 2023	Doseženo (+ 12 %)
Povečanje števila ogledov na spletni strani www.visitmaribor.si za 10 % glede na leto 2023	Doseženo (+24 %)
Povečanje števila sledilcev na družbenih omrežjih Visit Maribor za 10 % glede na leto 2023	Doseženo (+ 18 %)
Ocena doseganja cilja 1: DOSEŽEN	

• Cilj 3: USMERJANJE RAZVOJA TURIZMA IN DVIG KOMPETENC PONUDNIKOV

Zastavljeni kazalniki uspešnosti:	Realizacija
Certificiranje najmanj 10 novih ponudnikov in najmanj 20 novih izdelkov oz. storitev v okviru znamke Naše najboljšje	Doseženo (27 novih ponudnikov in 99 izdelkov oz. storitev)
Obnova znaka Green Key za Najstarejšo trto	Izvedeno
Izvedba najmanj dveh (2) delavnic in usposabljanj za turistične deležnike	Izvedeno
Ocena doseganja cilja 2: DOSEŽEN	

Obrazložitev: Skupno je v letu 2024 bilo podeljenih 99 novih in obnovljenih certifikatu za izdelke oz. storitve.

• Cilj 4: POVEZOVANJE TURISTIČNIH DELEŽNIKOV

Zastavljeni kazalniki uspešnosti:	Realizacija
Oblikovanje novega turističnega produkta na področju kulturnega turizma	V izvedbi
Nadaljevanje produktov Wine & Dine Maribor in KBZ Naše najboljšje	Izvedeno
Izvedba TOP gastronomskega dogodka v sodelovanju s SŠGT Maribor, BTŠ, VSGT MB, kuharskimi mojstri in gospodarskimi subjekti	Izvedeno
Organizacija turističnega foruma	Izvedeno

Pogodbno sodelovanje v Partnerstvu za Pohorje in destinaciji Štajerska	Izvedeno
Ocena doseganja cilja 3: DOSEŽEN	

• Cilj 5: POZICIONIRANJE MARIBORA KOT MESTA NAJSTAREJŠE TRTE SVETA

Zastavljeni kazalniki uspešnosti:	Realizacija
Izvedba Vinskega lantanja v času Festivala Lent	Izvedeno
Rast obiska v Najstarejši trti za 10 % v primerjavi z letom 2023*	Ni bilo doseženo
Ocena doseganja cilja 4: DOSEŽEN	

Obrazložitev: Najstarejša trta je bila v času od julija do decembra zaradi prenove notranjosti zaprta, zato je obisk upadel za okoli 30 %.

• Cilj 6: DVIG PRIHODKOV IZ TRŽNE DEJAVNOSTI ZTM

Zastavljeni kazalniki uspešnosti:	Realizacija
Pozitiven poslovni izid ZTM ob koncu leta 2024	Doseženo
Ocena doseganja cilja 5: DOSEŽEN	

*začasni podatek

• Cilj 7: KONSOLIDACIJA POSLOVANJA ZTM

Zastavljeni kazalniki uspešnosti:	Realizacija
Pozitiven poslovni izid ZTM ob koncu leta 2024	Doseženo
Izobraževanja za zaposlene	izvedeno
Ocena doseganja cilja 6: DOSEŽEN	

1.1 STATISTIKA PRENOČITEV IN PRIHODOV GOSTOV

Pregled obdobja 2019-2023 v Mestni občini Maribor

- Do leta 2019 je Maribor beležil **stalno rast** tako na področju prenočitev in turističnih prihodov gostov.
- V letu 2020 je zaradi epidemije oz. pandemije sledil **strm padec turističnih rezultatov**.
- V letih 2021 in 2022 smo ponovno izmerili rast turističnih prihodov in prenočitev, vendar rezultatov iz predkoronskega leta 2019 še nismo dosegli.
- Ponovno rekordno je bilo leto 2023, ko smo v Mestni občini Maribor prvič zabeležili več kot pol milijona prenočitev; skupno smo zabeležili 544.859 prenočitev, kar je 18 % več kot leta 2019, in 239.237 turističnih prihodov, kar je 10 % več kot leta 2019.

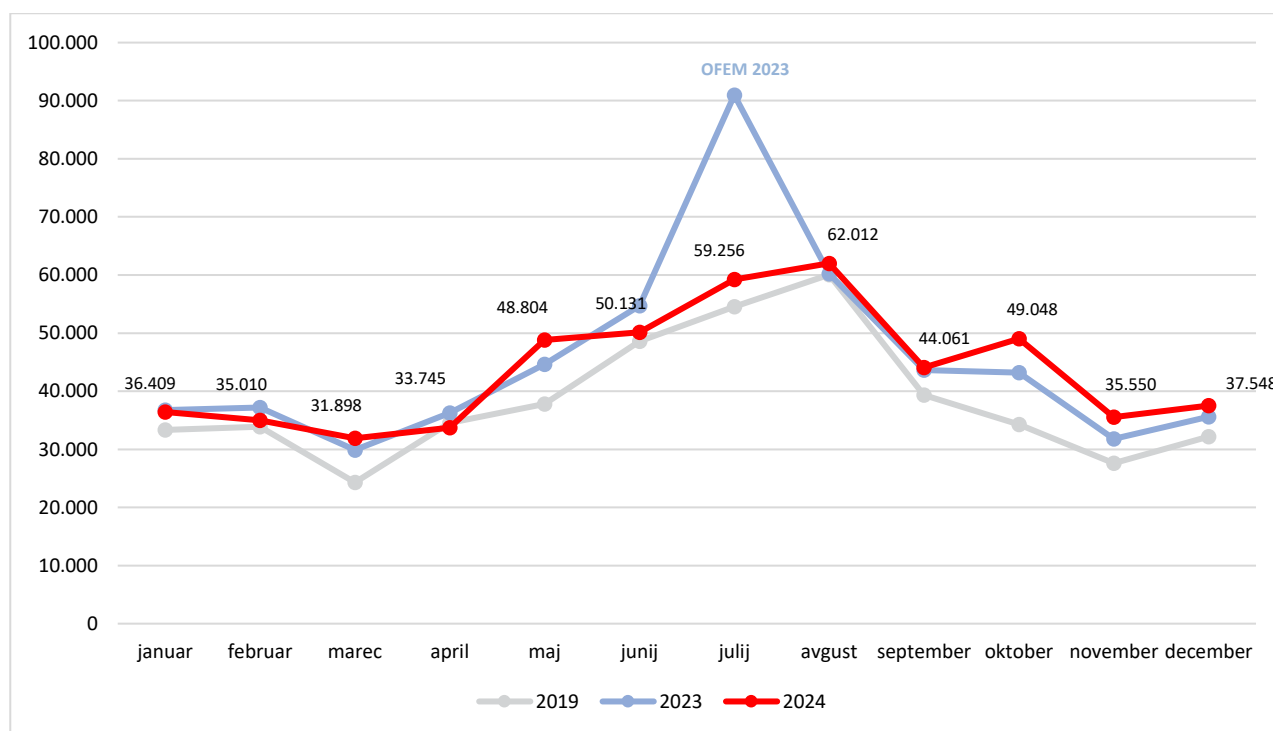
Statistični prerez turističnega leta 2024

Prenočitve

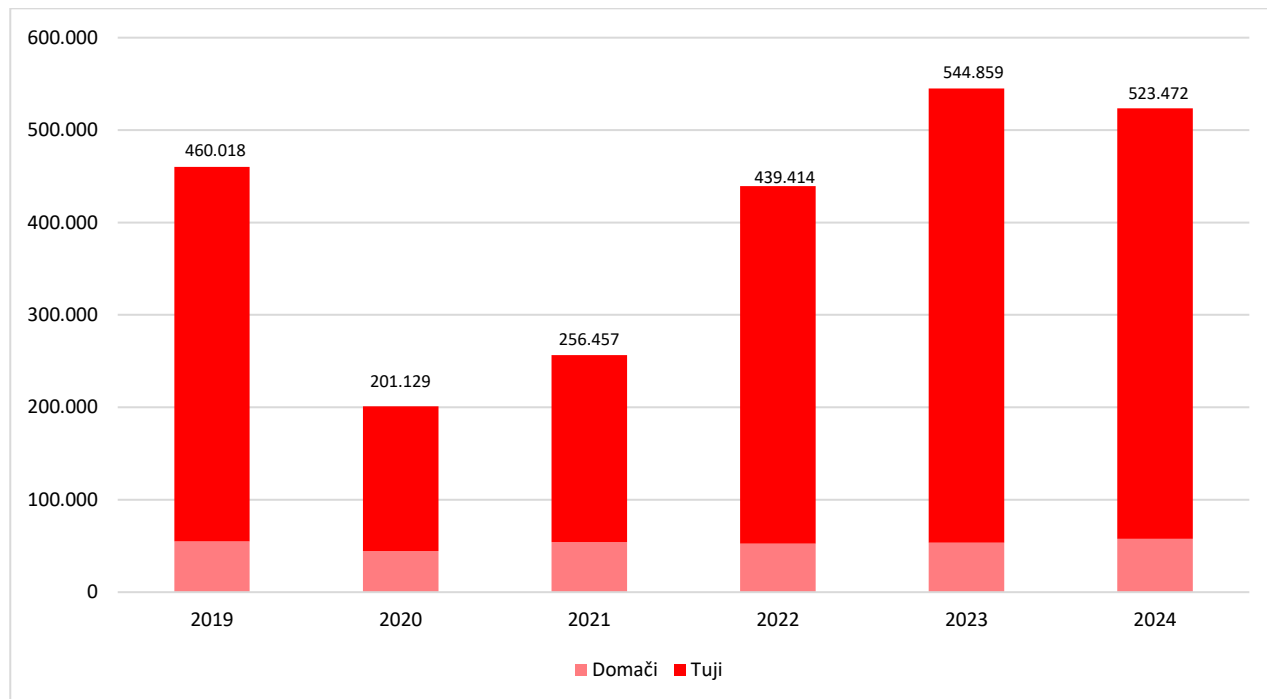
- V letu 2024 je bilo v MO Maribor realiziranih **523.472 prenočitev**, kar predstavlja **4 % upad** prenočitev v primerjavi z letom 2023.

- Razmerje med domačimi in tujimi prenočitvami je **11:89** (v letu 2023 je bilo 10:90).
- Povprečna doba bivanja je bila **2,1 dan** (v letu 2023 je bila 2,3 dni).
- **KOMENTAR:** Upad skupnega števila prenočitev v 2024 v primerjavi z letom 2023 je posledica izvedbe športnega dogodka Olimpijski festival evropske mladine (OFEM) v 2023, saj smo v juliju 2023 iz naslova dogodka v mestu zabeležili okoli 30.000 dodatnih prenočitev. Ob izvzetju prenočitev iz naslova OFEM-a bi v MO Maribor v letu 2024 zabeležili okoli 10.000 prenočitev oz. okoli 2 % prenočitev več kot v rekordnem letu 2023.
- **KOMENTAR:** Številke prenočitev po mesecih kažejo na **rast števila prenočitev v nižjih sezonah**, s čimer izpolnjujemo ambicijo, da z odličnimi dogodki in kakovostnimi turističnimi vsebinami **izboljšujemo turistično sliko mesta skozi vse leto**. Ocenjujemo, da smo v petletnem obdobju (2019-2024) tako v spomladanski kot jesenski sezoni občutno dvignili število prenočitev (marca 2024 npr. za okoli 30 % v primerjavi marcem 2019, oktobra 2024 pa celo za več kot 40 % v primerjavi z oktobrom 2019).

Spodnji graf prikazuje število prenočitev v letu 2024 po mesecih.

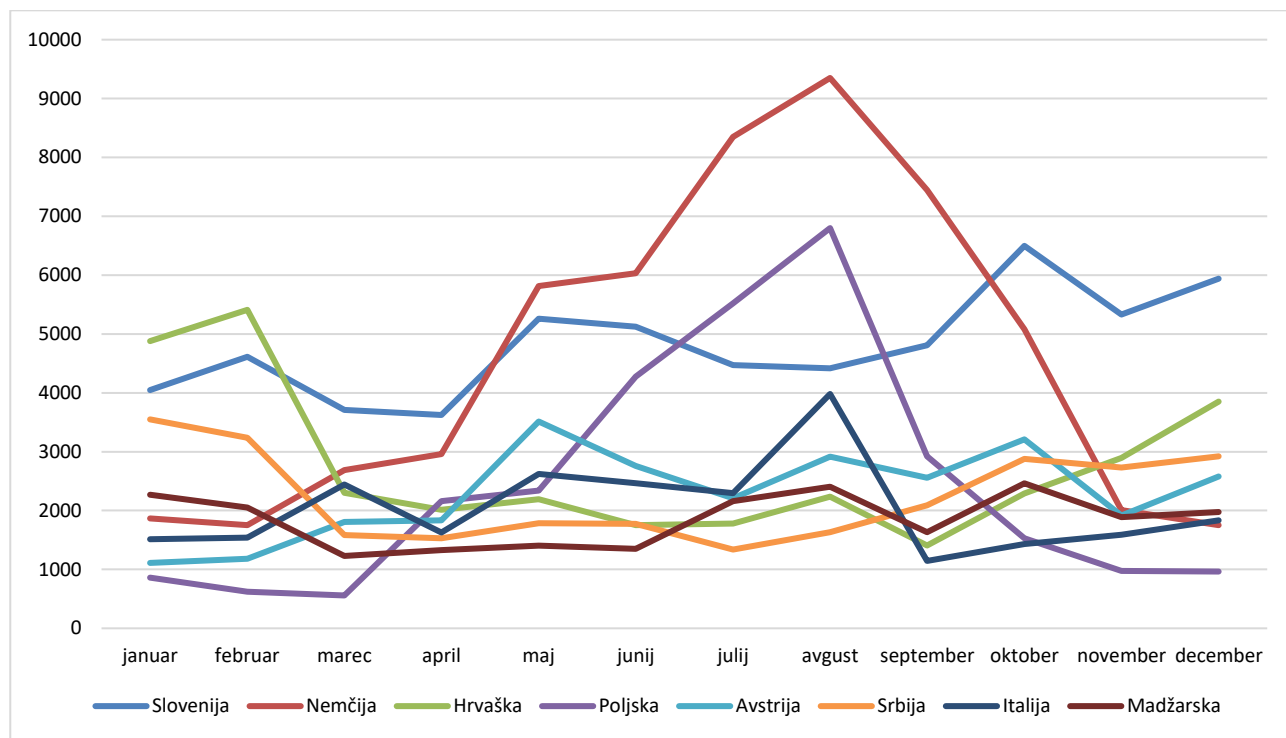


Spodnji graf prikazuje gibanje števila prenočitev v obdobju 2019-2024.



- Največ prenočitev v Mariboru so ustvarili gostje iz **Slovenije (57.842, + 8 % v primerjavi z 2023)** in **Nemčije (55.100, + 10 %)**, sledijo gostje iz Hrvaške (33.006, - 4 %), Poljske (29.521, + 9 %), Avstrije (27.593, + 5 %), Srbije (37.053, - 16 %), Italije (24.490, + 4 %) in Madžarske (22.159, + 1 %).
- Skupno število prenočitev iz navedenih osem trgov predstavlja **okoli 50 % vseh prenočitev** v MO Maribor.

Spodnji graf prikazuje gibanje števila prenočitev po zgoraj navedenih državah po mesecih v letu 2024.



Turistični prihodi

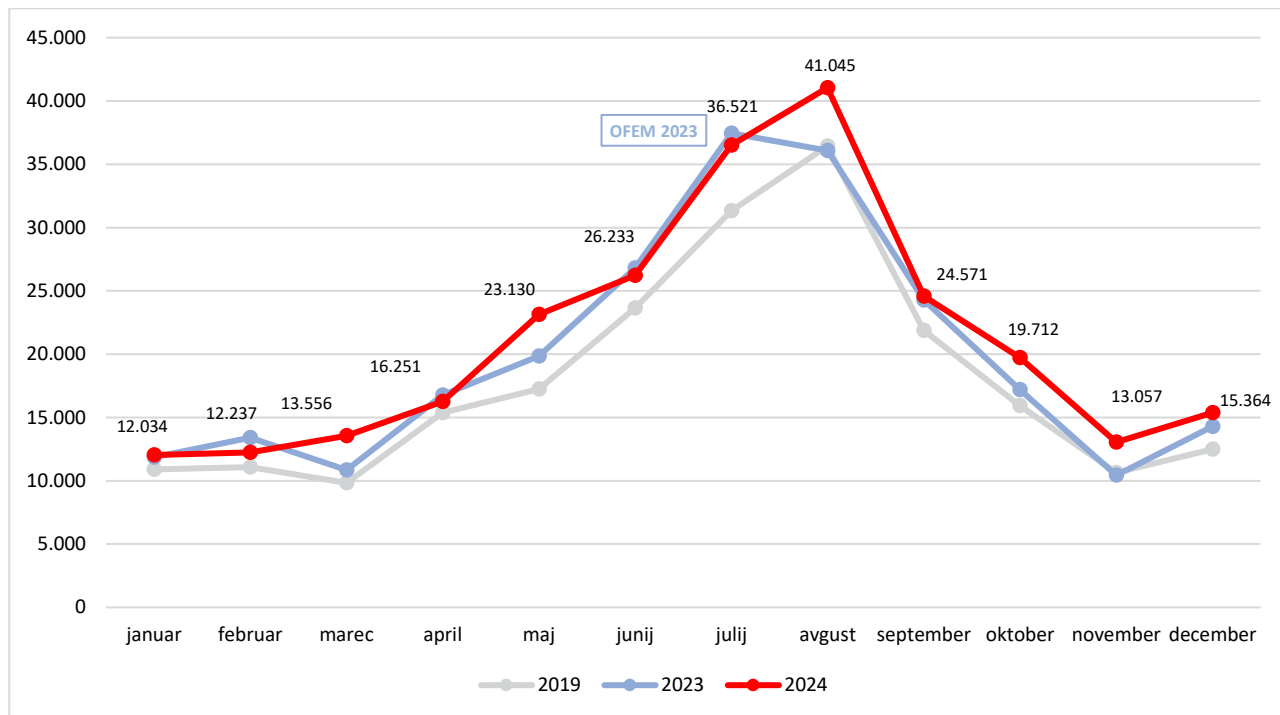
- V letu 2024 smo v MO Maribor zabeležili **253.711 turističnih prihodov (gostov, ki so prenočili)**, kar predstavlja **6 % rast** turističnih prihodov v primerjavi z letom 2023.
- Razmerje med domačimi in tujimi turističnimi prihodi je **13:87** (v letu 2023 je bilo 12:88).
- **KOMENTAR:** V letu 2024 smo zabeležili **rekordno število turističnih prihodov**, saj je bilo le-to višje celo od števila turističnih prihodov v letu 2023, ko smo zabeležili največ prenočitev do sedaj.
- **KOMENTAR:** Povečanje števila turističnih prihodov ob hkratnem zmanjšanju števila prenočitev je **vzrok za krajšo povprečno dobo bivanja**, ki smo jo zabeležili v 2024 (2,1 dan).



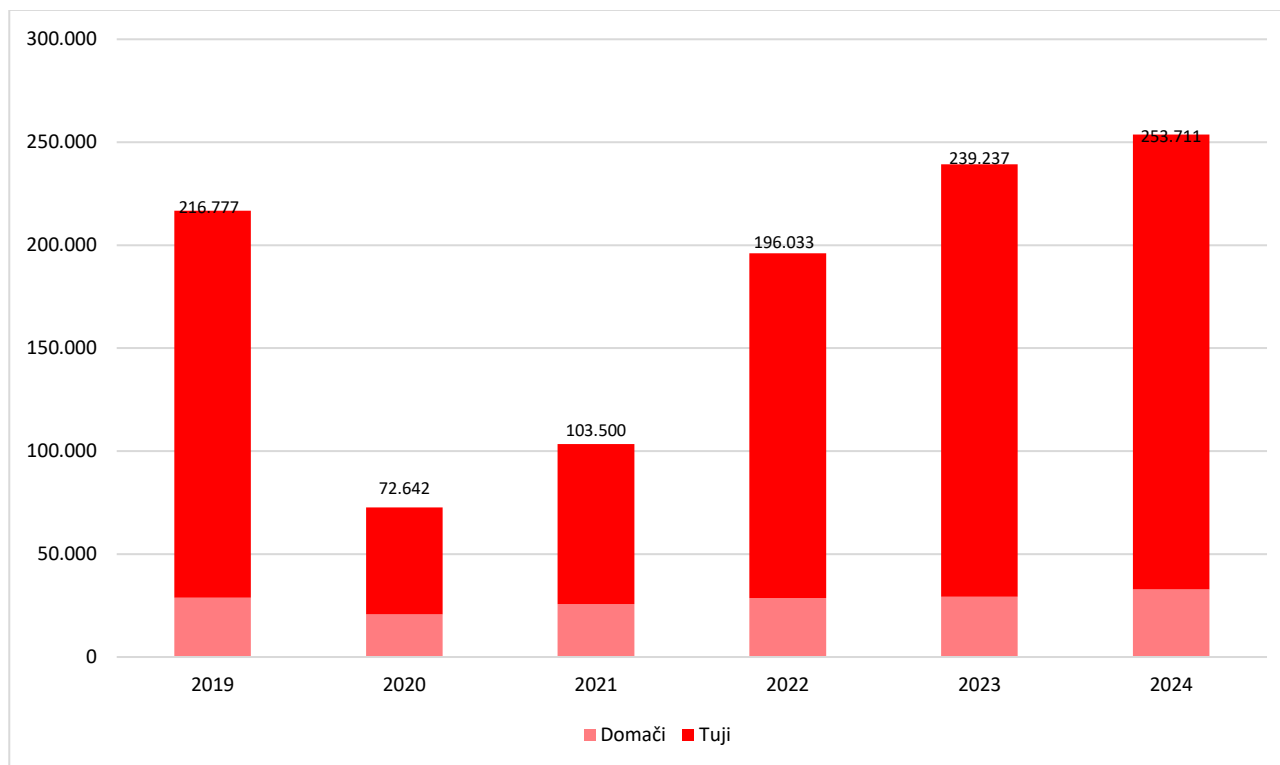
Zavod za turizem Maribor
Tkalski prehod 4, 2000 Maribor

➔ **T** +386 (0)2 234 66 00
➔ **E** zzt@maribor.si

Spodnji graf prikazuje število turističnih prihodov v letu 2024 po mesecih.



Spodnji graf prikazuje gibanje števila turističnih prihodov v obdobju 2019-2024.



Turistična taksa

Mestni svet Mestne občine Maribor je na 3. redni seji dne 16. marca 2023 sprejel Odlok o spremembah Odloka o turistični in promocijski taksi v Mestni občini Maribor. Mestna občina Maribor tako **s 1. aprilom 2023 uveljavlja obračunavanje nove višine turistične in posledično promocijske takse**, kot sledi:

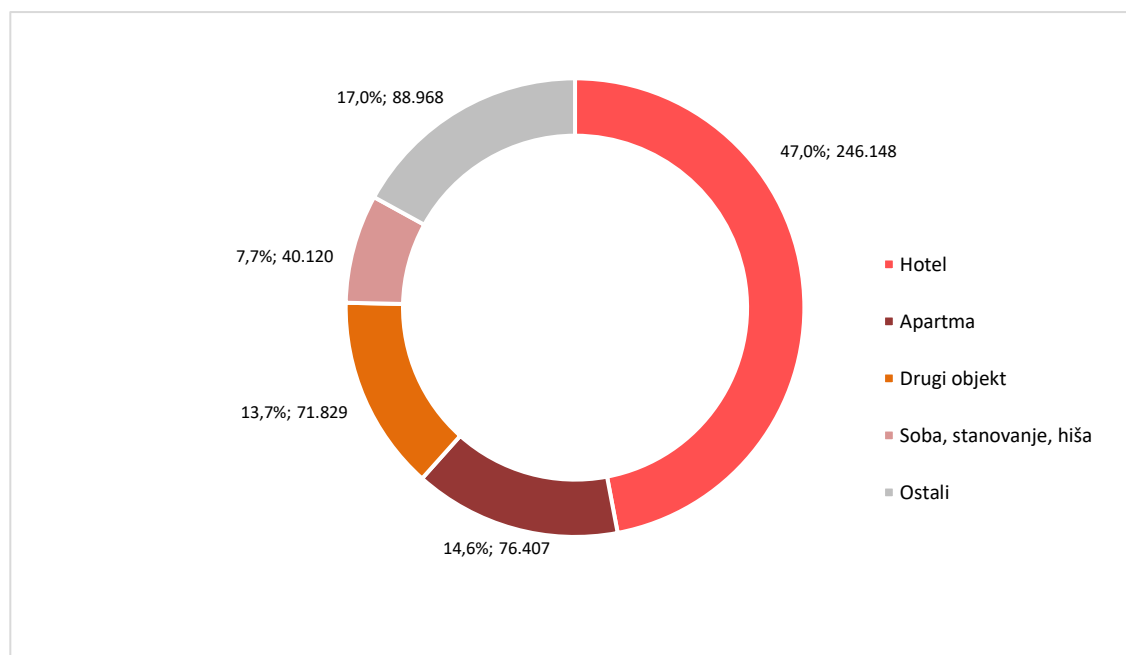
- Turistična taksa za prenočitev na osebo na dan znaša 2,50 EUR, na osnovi slednje znaša promocijska taksa 0,63 EUR, skupna višina obeh taks znaša **3,13 EUR na osebo na dan**.
- V primeru, ko je zavezanec za plačilo turistične takse upravičen do plačila turistične takse v višini 50 odstotkov, le-ta znaša 1,25 EUR za prenočitev na osebo na dan, na osnovi slednje znaša promocijska taksa 0,31 EUR, skupna višina obeh taks znaša 1,56 EUR na osebo na dan.

Turistična taksa v MO Maribor je v letu 2024 znašala **939.766,25 EUR**, kar je za 2 % več kot v letu 2023.

Razpoložljivost ležišč, število prenočitev in zasedenost po tipih nastanitev

- V MO Maribor je bilo na vrhuncu turistične sezone (julij 2024) na **voljo 6.705 ležišč v 292 nastanitvenih objektih**. Od tega je bilo 1.946 **hotelskih ležišč** oz. 881 hotelskih sob (število hotelskih ležišč predstavlja okoli tretjino vseh razpoložljivih turističnih ležišč v mestu), in sicer v sedmih hotelih 4*, desetih hotelih 3* in enem hotelu 2*.
- Glede na **tipe nastanitev**, kot so zavedeni v portalu za spremljanje podatkov o nastanitvenih obratih ttaksa.si, so domači in tuji turisti v letu 2024 **največ prenočitev ustvarili v hotelih** (47 % vseh prenočitev, + 4 % v primerjavi z letom 2023), sledile so prenočitve v tipih apartma (15 %, + 2 %), drugi objekti (14 %, - 5 %) in soba, stanovanje, hiša (8 %, + 1 %).

Spodnji graf prikazuje število prenočitev glede na tip prenočišč v letu 2024.

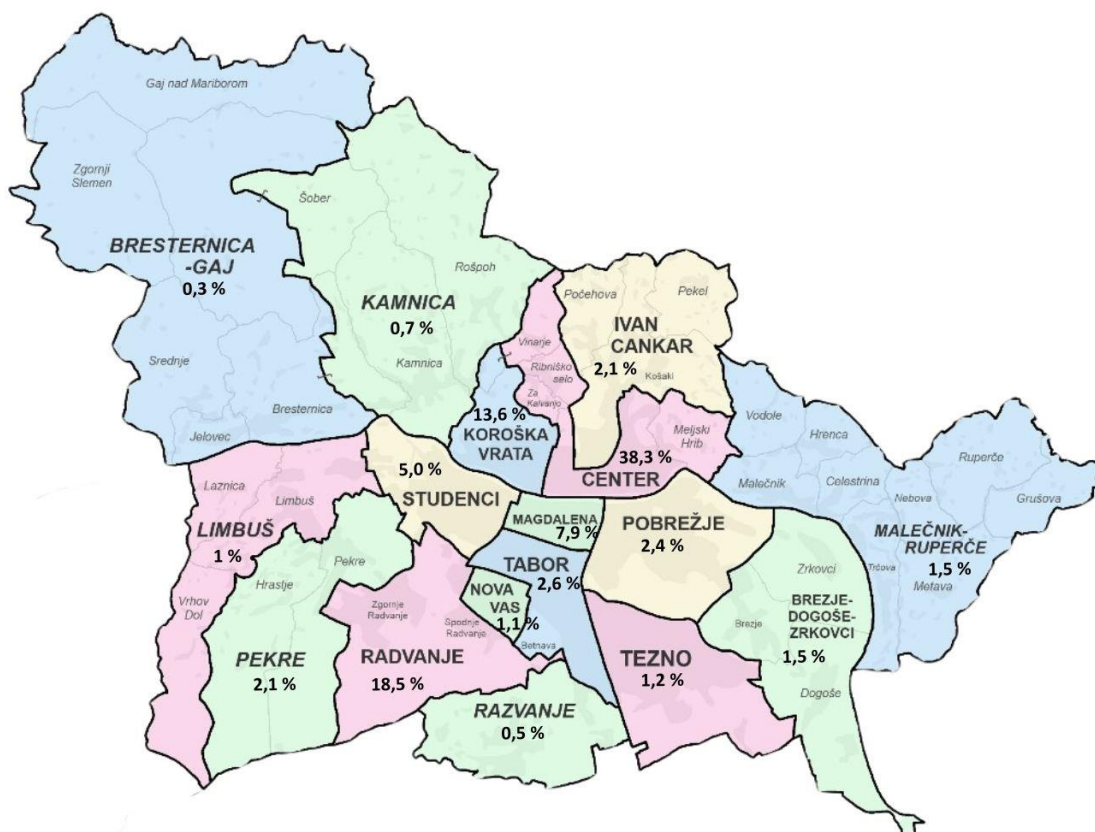


- Povprečna zasedenost vseh nastanitvenih obratov v MO Maribor je bila v letu 2024 **25 %**, medtem ko je bila povprečna zasedenost **hotelov 34 %**.
- **KOMENTAR:** Na Zavodu za turizem Maribor ocenjujemo, da je ponudba hotelskih nastanitev v Mariboru namenjena t. i. »city break« in tranzitnim turistom kot tudi segmentu poslovnega turizma. Za Maribor kot destinacijo za zahtevne goste je ključno, da ima dobro razvito mrežo kakovostnih, četudi manjših nastanitev, primernih za zahtevne goste, ki potujejo bodisi sami, z družinami ali v manjših skupinah, ob večjih mednarodnih – športnih in poslovnih – dogodkih pa se jasno nakazuje tudi **potreba po hotelskih nastanitvenih kapacitetah višje kakovosti**, s katerimi bomo lahko sledili vse večjim ambicijam na področju turističnega razvoja in ustvarjenih prenočitev.

Število prenočitev po mestnih četrtih in krajevnih skupnostih

Največ prenočitev v letu 2024 na območju Mestne občine Maribor je bilo zabeleženih v Mestni četrti Center (38 %), sledita Mestna četrt Radvanje (19 %) in Mestna četrt Koroška vrata (14 %); v ostalih mestnih četrtih so skupno zabeležili manj kot 30 % vseh prenočitev.

Spodnja skica prikazuje deleže prenočitev po mestnih četrtih in krajevnih skupnostih v letu 2024.





Zavod za turizem Maribor
Tkalski prehod 4, 2000 Maribor

→ T +386 (0)2 234 66 00
→ E zzt@maribor.si

Povprečna doba bivanja

v letu 2024 za Mestno občino Maribor znaša **2,1 dan** in je primerljiva z PDB v bližnjih turističnih mestih (Ljubljana, Gradec, Dunaj in Zagreb).

Leto	Maribor	Ljubljana	Gradec	Dunaj	Zagreb
2019	2,1	2	1,8	2,2	1,8
2020	2,8	2,1	1,8	1,3	2,3
2021	2,5	2,1	1,9	2,3	2,2
2022	2,2	2,1	1,8	2,3	2,1
2023	2,3	2,1	1,8	2,3	1,9
2024	2,1	2,0 (1-11*)	1,8 (1-11*)	2,3 (1-11*)	1,9 (1-10**)

* Razpoložljivi so podatki od januarja do novembra 2024. ** Razpoložljivi so podatki od januarja do oktobra 2024.

Turistična destinacija Maribor - Pohorje

Turistična destinacija Maribor - Pohorje obsega območje 21 občin Zgornjega Podravja in je ena od 35 vodilnih destinacij v Sloveniji.

Na področju destinacije Maribor - Pohorje beležimo **5 % upad prenočitev (705.996)** in **5 % rast turističnih prihodov (340.505)**. Razmerje med domačimi in tujimi prenočitvami kot tudi med domačimi in tujimi turističnimi prihodi je bilo **20:80**.

Prenočitve in turistični prihodi na nacionalni ravni

Od začetka januarja do konca decembra 2024 je bilo v turističnih nastanitvenih obratih v Sloveniji zabeleženih 6.583.274 prihodov turistov (ali 6 % več kot v letu 2023) in 16.853.075 prenočitev (ali 4,5 % več kot v letu 2023).



KLJUČNI DOSEŽKI IN AKTIVNOSTI PO PROGRAMIH

2.1 TRŽNO KOMUNICIRANJE

V slovenskih tiskanih, spletnih in elektronskih nosilcih javnega obveščanja smo zasledili **2.836 objav** z ocenjeno oglaševalsko **vrednostjo 2,98 milijonov EUR**.

Podprli smo **29 študijskih potovanj** z okoli **240 udeleženci** (novinarji, vplivneži, turistični agenti).

Sodelovanja s tujimi mediji: **European Best Destinations, Forbes, HTV 2, Putni kofer ...**

Promocijski kanali: portal visitmaribor.si, družbena omrežja Facebook, Instagram, YouTube, LinkedIn, Tik Tok, aplikacija KAM, e-mailing, interaktivne table.

Maribor in širšo regijo smo predstavljali na **treh turističnih borzah, štirih turističnih sejmi in štirih poslovnih delavnicah**.

2.1.1 ODNOSI Z JAVNOSTMI

→ DOSEŽENI UČINKI

Kvalitativni: Pozicioniranje ZTM kot osrednjega in kompetentnega partnerja deležnikov v turizmu na območju Maribora in širše regije. Dvig ugleda ZTM in mariborskega turizma na nacionalni ravni.

Kvantitativni: Povečanje števila objav v slovenskih medijih v primerjavi z letom 2023 (+ 6,5 %). Povečanje baze kontaktov medijev, zainteresirane javnosti in prejemnikov e-novic (+ 1.600 novih prijav na e-novice, v letu 2023 je bilo novih prijav 1.300).

Finančni: Oglaševalska vrednost objav v slovenskih tiskanih, spletnih in elektronskih nosilcih javnega obveščanja v letu 2024 je ocenjena na 2,98 milijonov EUR (vir: Press Clipping d.o.o.).

Ključni komunikacijski kanali ZTM so:

- uradni spletni portal turistične destinacije Maribor www.visitmaribor.si,
- strani in profili **Visit Maribor** in **Najstarejša trta** na družbenih omrežjih **Facebook**, **Instagram**, **Youtube**, **Tik Tok** in **Threads** ter
- Maribor Tourist Board na poslovnem družbenem omrežju **LinkedIn**,
- **e-novice** (dogodkovniki, novičniki, analitični podatki, sporočila za javnost),
- aplikacija za dogodke v mestu in širši okolici **KAM**,
- **tiskovine**.

Odnosi z mediji

- V letu 2024 je ZTM okoli 300 predstavnikom slovenskih in regionalnih medijev poslal 15 sporočil za javnost (v letu 2023 22); slednja smo redno pošiljali tudi na okoli 1.500 predstavnikom poslovne javnosti (partnerske organizacije, turistični ponudniki in drugi deležniki).
- Organizirali so štiri novinarske konference (v letu 2023 tri), in sicer na temo **prenove Najstarejše trte**, **Martinovanja v Mariboru**, **Čarobnega Maribora** in projekta **Erasmus+ InnoVET**.
- Predstavniki ZTM smo o delovanju zavoda ter o mariborskem in destinacijskem turizmu podali 30+ ustnih in 40+ pisnih izjav oz. komentarjev za vseslovenske in lokalne medije.

Pojavnost v slovenskih medijih

S podporo zunanjega izvajalca smo redno spremljali pojavljanje ZTM in njegovih projektov oz. aktivnosti v slovenskih tiskanih, spletnih in elektronskih nosilcih javnega obveščanja ter od druge polovice leta naprej tudi na družbenih omrežjih:

- v slovenskih tiskanih, spletnih in elektronskih nosilcih javnega obveščanja smo v letu 2024 zabeležili skupno **2.836 objav (6,5 % več kot v letu 2023)** z 5.148 omembami ključnih besed, njihova oglaševalska vrednost je ocenjena na **2,98 milijonov EUR**;

PREGLED KLJUČNIH BESED	ŠT. POJAVLJANJ BESED
NAJSTAREJŠA TRTA NA SVETU	1.176
STARA TRTA	1.068
ZAVOD ZA TURIZEM MARIBOR	1.014
HIŠA STARE TRTE	420
JURE STRUC	379
ČAROBNI MARIBOR	263
MARTINOVANJE V MARIBORU	240
MARIBORSKA VINSKA KRALJICA	152
ŽAMETNA VEČERJA	116
REZ STARE TRTE	98
FESTIVAL STARE TRTE	64
NAŠE NAJBOLJŠE	46
MARIBORSKI TURISTIČNI FORUM	28
TIC MARIBOR	22
PROJEKT INNOVET	16

- vključno z zasledenimi objavami na družbenih omrežjih smo zabeležili **7.501 objavo** oz. 9.731 omemb ključnih besed z ocenjeno oglaševalsko vrednostjo **preko 3,6 milijonov EUR**.

Vsemi si čas. Moja Slovenija.

ZTM je tudi v letu 2024 vsebinsko in organizacijsko podprl vseslovensko motivacijsko kampanjo Vzemi si čas. Moja Slovenija., s katero Slovenska turistična organizacija (STO) prebivalce naše dežele vabi k dopustovanju v Sloveniji.

- **Radio 1:** V juliju so se vsak dan med tednom z radiomobilom in v družbi KING-ov potepali po Sloveniji. Skupaj so odkrivali lepote Slovenije in obiskali raznolike znane in manj znane destinacije, vse od mediteransko-kraške, alpske, termalno-panonske in osrednje Slovenije. Spoznavali so, da Slovenija ni le zelena, ampak tudi bogata s kulturno tradicijo in urbanim dogajanjem ter dom vrhunskih športnikov. Vsak dan so se jim pridružili zanimivi gostje iz sveta turizma, kulture, športa in gastronomije, ki so poskrbeli, da poslušalcem približajo destinacije, ki jih je vredno obiskati. Sogovorniki v destinaciji Maribor: gost z gastronomskega področja; Ilka Štuhec; Alo Stari Tine Matjašič Pinč.
+ Sodelovanje v obliki podeljevanja nagradne igre - petzvezdičnega doživetja Rock n Roll okusov na Facebook strani Radia 1
- **POP TV:** snemanje prispevka s poudarkom na ponudbi kulture in umetnosti – snemanje smo izvedli na dan praznika svečane trgovine Najstarejše trte in je vključevalo še Kulturno četrti Minoriti, Lončarski center Maribor, Umetnostno galerijo Maribor, Mariborsko vinsko kraljico in mariborsko glasbeno zasedbo Leonart. Prispevek **Mesto, ki živi in diha kulturo** se nahaja na naslednji povezavi: <https://www.24ur.com/tv-oddaje/moja-slovenija/mesto-ki-zivi-in-diha-kulturo.html>.



Slovenski magazin (TV Slovenija)

Zavod za turizem Maribor je sodeloval pri organizaciji in izvedbi snemanja oddaje Slovenski magazin, mozaične oddaja v nemškem in italijanskem jeziku, ki predstavlja Slovenijo, zanimive aktualne dogodke, kulturne in zgodovinske znamenitosti dežele ter njene privlačne značilnosti. V oddaji so sodelujoči – Tina Heinrich, vodja Hiše Najstarejše trte, Stane Kocutar, skrbnik Najstarejše trte, in Oskar Habjanič, kustos v Muzeju Najstarejše trte na svetu, predstavili pomen Najstarejše trte kot simbola tukajšnje vinogradniške tradicije. Prispevek se nahaja na naslednji povezavi: <https://www.rtv slo.si/rtv365/arhiv/175027645?s=tv>.



Odnosi s tujimi mediji

- **Tuje medije** je ZTM obveščal ob posredništvu oz. v sodelovanju s Slovensko turistično organizacijo (STO), in sicer preko vključevanja informacij in novic iz destinacije Maribor - Pohorje v **novice Turistične tiskovne agencije (TTA) v izvedbi STO**.
- Samostojno in v sodelovanju s STO je ZTM organizacijsko in finančno podprl **29 študijskih potovanj**, na katerih smo izbranim predstavnikom medijev in blogerjem predstavili ključno turistično ponudbo mesta in širše destinacije. Študijskih obiskov se je udeležilo **okoli 240 medijskih predstavnikov (novinarji, vplivneži, turistični agenti)** iz naslednjih držav: Avstrija, Madžarska, Hrvaška, Anglije, Španija, Belgija, Češka, Slovaške, Srbija, Bosna in Hercegovina, Italije, ZDA in Slovenija.

Druga sodelovanja s tujimi mediji

Za namene širjenja prepoznavnosti in dviga ugleda turistične destinacije Maribor je Zavod za turizem Maribor sodeloval z tujimi mediji, kot so

- **Revija LIKE** (skupna publikacija medijev Delo in Jutranji list):
<https://www.slovenia.info/sl/novinarsko-sredisce/novice/27101-vabljeni-k-branju-posebne-turisticne-revije-like-slovenija-hrvaska>.
- **Portal Putni kofer:**
 1. <https://putnikofer.hr/preporuke/prekrasan-slovenski-grad-u-kojem-su-cak-i-klupe-umjetnicka-djela-osvojio-nas-je-dugom-setnicom-opustenom-atmosferom-i-vrhunskim-vinima/>
 2. <https://putnikofer.hr/mjesta/izlet-u-maribor-sto-posjetiti-u-mariboru/>
 3. <https://putnikofer.hr/preporuke/advent-u-mariboru-program-i-lokacije/>
- **Oddaja Fino i vino na HTV 2; prispevek:** <https://www.youtube.com/watch?v=xtp7hfRiA48>.
- **Forbes Avstrija:** [slovenia-forbes-online-version.pdf](https://www.slovenia-forbes-online-version.pdf)
- **European Best Destinations:**

Po tem, ko je Maribor v letu 2023 prejel naziva tretja najboljša turistična in najboljša kulinarčna destinacija, je **septembra 2024 prejel naziv najboljša jesenska destinacija v Evropi** (<https://www.europeanbestdestinations.com/best-of-europe/best-european-destinations-to-visit-in-autumn/>) in se **decembra uvrstil na drugo mesto seznama najbolj trajnostnih božičnih sejmov** (<https://www.europeanbestdestinations.com/best-of-europe/best-sustainable-christmas-markets-in-europe/>).

Odnosi z drugimi deležniki

Turistično gospodarstvo na območju destinacije Maribor in drugo zainteresirano javnost je ZTM redno informiral preko sporočil za javnost ter drugih obvestil ter pozivov za sodelovanje pri raznovrstnih aktivnostih (oddaja paketne ponudbe, oddaja dogodkov ipd.). **Baza poslovnih kontaktov vključuje okoli 1.700 kontaktov, celotna baza naslovnikov pa 7.150 kontaktov.** V letu 2023 smo različnim skupinam naslovnikom poslali skupno 72 sporočil; posamezno sporočilo oz. e-novico je **odprlo povprečno 40 % naslovnikov**, kar je zelo dober rezultat (na splošno je povprečje za odpiranje e-novic s strani primerljivih ciljnih skupin ocenjeno na 20 %).

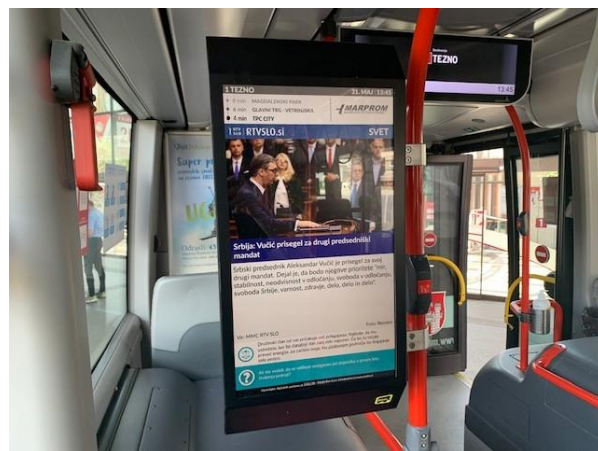
Predstavniki ZTM smo izvajali redna srečanja s turističnimi deležniki v destinaciji, kot so predstavniki

nastanitvenih kapacitet, organizatorji prireditev in drugi. **Za namene predstavitve aktivnosti ZTM, turističnih produktov in primerov dobre prakse smo sodelovali v okviru naslednjih dogodkov:**

- Februar 2024, Ljubljana (sejem Alpe-Adria): Predstavitve z naslovom *Povezovanje kulturne dediščine in sodobne umetnosti s turizmom v Mariboru* v sklopu predstavitve dokumenta STO *Smernice v podporo trženju tematike »Umetnost & kultura« 2024-2025*.
- Februar 2024, Ljubljana: Conventa (mednarodna poslovna borza), predstavitev trajnostnih praks v okviru organizacije prireditev v destinaciji Maribor.
- Februar 2024, Maribor: FAM trip za hosted buyer-je in novinarje v okviru Conventa 2024.
- Marec 2024, Kamnica: Udeležba s predstavitvijo aktualnega stanja na področju mariborskega turizma na skupščini Občinske turistične zveze Maribor.
- Maj 2024, Maribor: Predstavitve aktivnosti Zavoda za turizem Maribor v okviru Dneva Slovenske vojske v Dvorani Tabor.
- Maj 2024, predstavitev destinacije Maribor podjetju Toleranca Marketing za namen organizacije skupnega dogodka "Try before you buy".
- Junij 2024: Srečanje v Hiši Najstarejše trte s predstavniki Zveze hrvaških županij.
- Junij 2024, Maribor: Srečanje z predstavniki Vinaga za namen vzpostavitve sodelovanja.
- September 2024: Udeležba s predstavitvijo aktualnega stanja na področju mariborskega turizma na srečanju članov Občinske turistične zveze Maribor.
- September 2024, Bruselj: predstavitev destinacije Maribor v okviru poslovne delavnice v sodelovanju z Kongresnim uradom Slovenije.
- Oktober 2024, predstavitev dobrih praks destinacije Maribor za skupino iz Tourismusverband Murtal/Steiermark.
- November 2024: Sodelovanje s predstavitvijo turistične ponudbe Maribora na 16. kongresu Združenja za endoskopsko kirurgijo Slovenije v hotelu Habakuk.
- November 2024: Srečanje s predstavitvijo dobrih praks s predstavniki Zavoda za turizem Šaleške doline v Pop-up-u Najstarejše trte.
- November 2024, Maribor: Obisk skupine buyer-jev v okviru dogodka Virtuoso Chairman's Event.
- November 2024, Maribor: Predstavitve blagovne znamke Naše Najboljše študentom Fakultete za turizem, Univerze v Mariboru.
- December 2024, Maribor: Predstavitve prenovljene notranje opreme in ponudbe Najstarejše trte ter ponudbe predstavitveno prodajnega centra za lokalne turistične vodnike v destinaciji Maribor.
- December 2024, Varšava: Sodelovanje na okrogli mizi v okviru poslovne delavnice (Slovenije, top destinacije za poslovna srečanja) v Varšavi na temo izzivov v organizaciji poslovnih srečanj,
- December 2024, Maribor: FAM trip za Madžarske buyer-je v sodelovanju z Kongresnim uradom Slovenije

Brezplačna objava dogodkov in ponudbe/paketov

Nastanitvenim kapacitetam in organizatorjem prireditev omogočamo **vnos ponudbe (paketov) in dogodkov** na destinacijski spletni portal visitmaribor.si in v aplikacijo KAM (oz. mestnikoledarmaribor.si), in sicer **preko spletnih obrazcev**. V letu 2024 je bilo preko spletnega obrazca na spletno stran visitmaribor.si oddanih **828 dogodkov** (za 29 % več kot v letu 2023).



Obveščanje o dogodkih oz. turistični ponudbi izvajamo tudi preko LCD zaslonov na mestnih avtobusih in na šestih interaktivnih tablah na turistično pomembnejših točkah v mestu (mestno središče in pod Pohorjem).

2.1.2 DESTINACIJSKI PORTAL VISITMARIBOR.SI

→ DOSEŽENI UČINKI

Kvalitativni: Dvig prepoznavnosti in ugleda Maribora kot privlačne turistične destinacije ter krepitev znamke Visit Maribor kot osrednje informacijske in promocijske platforme.

Kvantitativni: Portal visitmaribor.si je v letu 2024 zabeležil 1.066.620 ogledov, kar predstavlja 24 % rast v primerjavi z letom 2023, ko je bilo zabeleženih 859.402 ogledov. V letu 2024 smo beležili 310.000 aktivnih uporabnikov, kar je 12 % več kot leto poprej.

Finančni: Realizacija prometa od spletne prodaje doživetij je v letu 2024 dosegla skupno 667 povpraševanj/nakupov v skupni vrednosti 79.884,90 €.

Portal **visitmaribor.si** predstavlja osrednjo digitalno platformo za promocijo turistične ponudbe Maribora. V letu 2024 smo portal **nadgradili tako vsebinsko kot tehnično**, kar se odraža v **boljši uporabniški izkušnji, večji dostopnosti vsebin in višji obiskanosti spletne strani**.



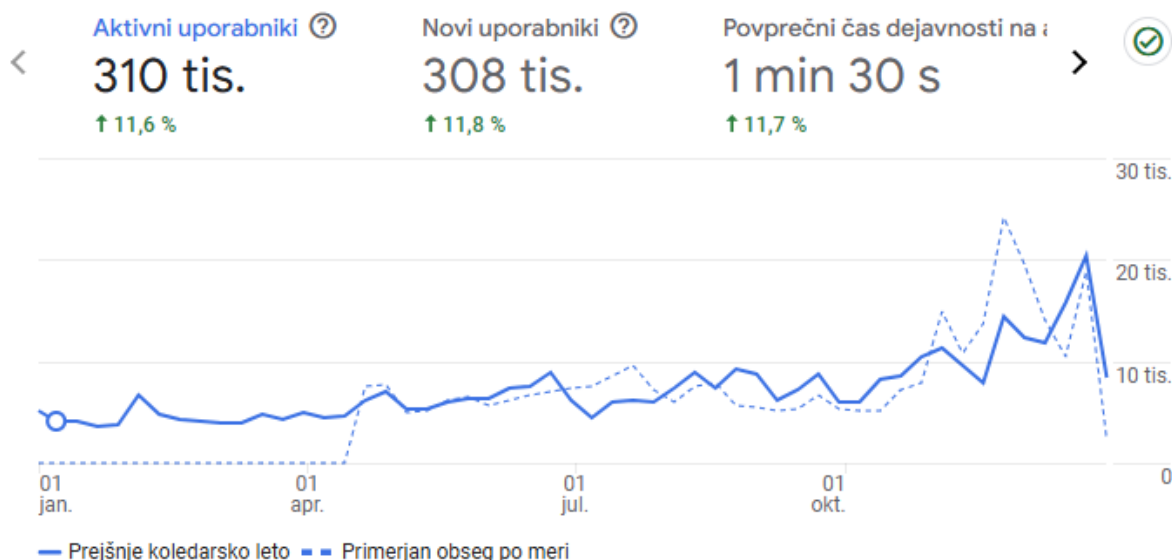
Zavod za turizem Maribor
Tkalski prehod 4, 2000 Maribor

→ T +386 (0) 2 234 66 00
→ E zzt@maribor.si

Obiskanost in analitika portala visitmaribor.si

Za spremljanje uspešnosti uporabljamo orodje Google Analytics 4. Portal

- Visit Maribor je v letu 2024 zabeležil 1.066.620 ogledov, kar predstavlja 24,11 % rast v primerjavi z letom 2023, ko je bilo zabeleženih 859.402 ogledov.
- V letu 2024 smo beležili 310.000 aktivnih uporabnikov, kar je 11,6 % več kot leto poprej.
- Največ zanimanja je pritegnila pristajalna stran **Vsi dogodki in prireditve** z 72.000 ogledi (+11,4 %), sledila ji je stran **Čarobni Maribor 2024** z 61.000 ogledi (+20 %). Stran TOP Sehenswürdigkeiten in Maribor se je uvrstila med pet najbolj obiskanih, s 55-odstotnim povečanjem ogledov. **TOP 6 strani na portalu z največ ogledi:**
 1. Vsi dogodki in prireditve: <https://www.visitmaribor.si/si/kaj-poceti/dogodki-in-prireditve/vsi-dogodki-in-prireditve/>
 2. Čarobni Maribor 2024: <https://www.visitmaribor.si/si/kaj-poceti/dogodki-in-prireditve/carobni-maribor-2024/>
 3. Koncerti na trgu Leona Štuklja
 4. Visit Maribor – domača stran: <https://www.visitmaribor.si/si/>
 5. TOP Sehenswürdigkeiten in Maribor: <https://www.visitmaribor.si/de/was-unternehmen/kunst-und-kultur/top-sehenswuerdigkeiten-in-maribor/>
 6. Martinovanje v Mariboru: <https://www.visitmaribor.si/si/kaj-poceti/dogodki-in-prireditve/vsi-dogodki-in-prireditve/5927->
- 2. Povečanje ogledov in števila obiskovalcev portala je zabeleženo skozi vsa četrtletja, pri čemer je **največji porast okoli ključnih dogodkov**, kot sta Martinovanje v Mariboru in Čarobni Maribor.

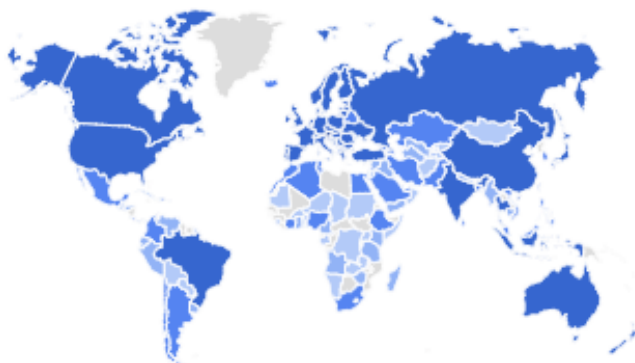


- Povprečni čas dejavnosti na uporabnika se je izboljšal na **1 minuto in 30 sekund**, kar predstavlja **11,7 odstotno rast**. Daljši čas angažiranosti kaže, da so vsebine privlačne in ustrezajo interesom obiskovalcev.

Rast mednarodne prepoznavnosti

- Portal beleži vse več obiska iz tujine. Pri obisku portala izstopajo naslednje države:

- **Slovenija** (+ 17,6 % v primerjavi z 2023),
- **Avstrija** (+ 35,4 %),
- **Nemčija** (+ 1,8 %),
- **Hrvaška** (+ 32,9 %),
- **Madžarska** (+ 41,7 %).



Slovenia	205 ...	↑17,6 %
Austria	46 tis.	↑35,4 %
Germany	18 tis.	↑1,8 %
Croatia	12 tis.	↑32,9 %
Hungary	5,4 t...	↑41,7 %
Italy	4,8 t...	↓44,5 %
Switzerland	2,1 t...	↑12,8 %

Vsebinske in tehnične izboljšave

- Vsebina na portalu je bila temeljito osvežena z novimi, iskalnikom prijaznimi besedili in privlačnimi fotografijami.
- Vsebine so na voljo v **slovenskem, angleškem in nemškem jeziku**.
- Ustvarili smo novo pristajalno stran [Celo mesto je oder](#), posvečene **umetnosti in kulturi v Mariboru**, ki obiskovalcem ponujajo celovit vpogled v kulturne dogodke in umetniške vsebine mesta.
- Posebno pozornost smo namenili tudi predstavitvi trajnostnih vsebin na pristajalni strani [Zeleno mesto Maribor](#).
- Celovita prenova spletne strani je zajemala **posodobitev menija**, ki je zdaj bolj dostopen in lažje berljiv, z neposrednimi povezavami do aktualnih vsebin. Prav tako je bila prenovljena **noga spletne strani**, ki je zdaj preglednejša in omogoča hitrejši dostop do ključnih informacij.
- Sodelovali smo z različnimi ponudniki nastanitev, kulinarike, kulturnih prireditev in drugimi deležniki, da bi zagotovili **aktualne in kakovostne vsebine**. Ponudniki so vnesli **828 dogodkov**, kar prispeva k raznolikosti in kakovosti predstavljenih informacij na portalu.
- Zaradi vse večjega zanimanja za mobilne rešitve smo na vstopni strani izpostavili prednosti uporabe **mobilne aplikacije KAM**, ki uporabnikom omogoča enostavno načrtovanje obiskov in odkrivanje dogajanja v mestu.
- Portal redno objavlja novice in druge vsebine, ki so zanimive za dnevne obiskovalce in domačine.
- Poseben poudarek smo namenili predstavitvi novih doživetij v sklopu rubrike [Naše najboljše](#), kjer izstopajo **lončarske delavnice** in doživetje s **splavom hlodovcem po reki Dravi**, kar odraža našo zavezanost k promociji **trajnostnih in zelenih doživetij**.

Optimizacija in rast obiskanosti

- V letu 2024 smo se intenzivno posvetili **optimizaciji spletne strani**, kar se je odrazilo v **11,6-odstotni**

rasti aktivnih uporabnikov.

- Organski obisk iz spletnih brskalnikov je narasel za kar **39 %**, kar potrjuje uspešnost optimizacije vsebin in izboljšane SEO strategije.
- Prav tako smo z aktivnim pristopom k **e-mail marketingu** s pričetkom v mesecu maju dosegli izjemen **705 % porast obiska iz e-poštnih sporočil**.

Povratne povezave

- Povratne povezave (backlinks) so hiperpovezave z drugih spletnih strani, ki vodijo na portal **visitmaribor.si**.
- Gre za enega ključnih dejavnikov pri optimizaciji spletnih strani (SEO), saj iskalniki, kot je Google, takšne povezave prepoznajo kot **znak zaupanja in kakovosti vsebine**.
- Več kakovostnih povratnih povezav pomeni boljšo uvrstitev spletne strani med iskalnimi rezultati, večjo vidnost in posledično večji obisk portala.
- Prisotnost portala visitmaribor.si je okrepljena z **2.900 povratnimi povezavami** (backlinks) z uglednih spletnih mest, kot so **redbull.com**, **europeanbestdestination.com**, **wikipedia.com** in **slovenia.info**.

Vir prometa

Analiza vira prometa v letu 2024 razkriva pomembne trende pri pridobivanju obiskovalcev na portal, pri čemer so nekateri kanali doživeli izjemno rast:

- **E-mail marketing:**
 - Kanal **E-mail** je zabeležil **705 % rast**, kar kaže na izjemno uspešno uporabo e-mail kampanj za privabljanje obiskovalcev.
 - Ta porast je lahko posledica izboljšane baze kontaktov in učinkovite komunikacije z obstoječimi in potencialnimi obiskovalci.
- ***Organsko iskanje:**
 - Organsko iskanje ostaja **vodilni vir prometa**, saj je predstavljalo **39 % vseh sej**, kar kaže na uspešnost SEO strategij in privlačne vsebine, ki odgovarjajo na iskalne namere uporabnikov.
- **Družbena omrežja:**
 - Kanal družbenih omrežij je dosegel **42 % rast**, kar kaže na vedno večji vpliv platform pri privabljanju obiskovalcev.
- **Napotitve:**
 - Napotitve so **narasle za 25 %**, kar kaže na uspešno sodelovanje z drugimi spletnimi stranmi, turističnimi partnerji in lokalnimi organizacijami.

Spletna trgovina **shop.visitmaribor.si**

Visitmaribor.si je uradno spletno mesto turistične destinacije Maribor. Ob **informacijski** ima spletno mesto tudi **prodajno** vlogo. Visit Maribor aktivno in celovito promovira bogato ponudbo **doživetij** in **produktov/artiklov**, ki so na voljo v spletni trgovini Visit Maribor <https://shop.visitmaribor.si>.

Promocijske aktivnosti so strateško usmerjene v več kanalov, kar zagotavlja širok doseg in večjo prepoznavnost ponudbe:

- **Na Facebooku, Instagramu in TikToku** Visit Maribor redno objavlja privlačne fotografije, videe in zgodbe, ki izpostavljajo doživetja in izdelke. S ciljanimi oglasi učinkovito dosega širšo publiko, ki jo zanimajo kulturna, gastronomska in trajnostna doživetja.
- **Na uradnem portalu** so doživetja vključena v članke, tematske strani in priporočila. Rubriki Naše najboljše in Kaj je novega v Mariboru? omogočata hiter dostop do aktualnih ponudb, spletna stran pa je SEO-optimizirana za večjo vidnost.
- **Prek e-novičnika** Visit Maribor obvešča uporabnike o posebnih ponudbah in dogodkih. Personalizirane vsebine so pripomogle k 705-odstotni rasti obiska iz e-pošte v letu 2024.

Povpraševanje po doživetjih

Skupno število povpraševanj/nakupov: 667.

- **Slovenski jezik:**
Skupno število povpraševanj/nakupov: 208.
Top 3: Žametna večerja, Obisk Vinagove kleti, Brezplačna vodenja ob Mednarodnem dnevu turističnih vodnikov.
- **Angleški jezik:**
Skupno število povpraševanj/nakupov: 189.
Top 3: Obisk Vinagove kleti, Degustacije Najstarejše trte, Vodeni ogledi Maribora ob petkih in sobotah.
- **Nemški jezik:**
Skupno število povpraševanj/nakupov: 270 .
Top 3: Obisk Vinagove kleti, Vodeni ogled po mestu, Vodeni ogledi Maribora ob petkih in sobotah.

Povpraševanje po produktih/artiklih

Skupno število nakupov artiklov: 9 (8 naročil je prišlo iz Slovenije in eno iz Združenega kraljestva).

Ključne ugotovitve spletne prodaje:

- **Slovenski trg** izkazuje največjo uspešnost pri zaključevanju nakupov, saj je bilo opravljenih največ uspešnih plačil (114) in tudi najvišja skupna vrednost prodaje. Priljubljena so predvsem lokalno obarvana doživetja, kot je **Žametna večerja**.
- **Angleško** govoreči obiskovalci so pokazali zanimanje za **vinske in kulturne ogled**e, vendar je razmerje med povpraševanji in uspešno zaključenimi plačili precej nižje.
- **Nemško** govoreči obiskovalci so izkazali največ zanimanja za vodene oglede in Vinag, a so imeli **najnižji odstotek uspešno zaključenih plačil** glede na število povpraševanj.
- Skupno je bilo največ zanimanja za obisk Vinagove kleti, ki je med top 3 doživetji v vseh jezikovnih skupinah.

***Organic Search:** Klik in prikaz Googlovega iskanja sta pomembni metriki, ki merita **vidnost in privlačnost vsebin portala**. Organic search prikazuje rezultate, ki se v Googlu pojavijo **na podlagi ustreznosti vsebine**, brez plačanega oglaševanja.

1. Klikli neplačanega Googlovega iskanja pomenijo število obiskovalcev, ki so našli portal visitmaribor.si prek neplačanih rezultatov iskanja. To pomeni, kolikokrat se obiskovalec klikne na portal Visit Maribor, brez da bi za to plačal.

- 2024: 720.897 klikov (+170 % v primerjavi z letom 2023)
- Rast je posledica izboljšane SEO optimizacije, kakovostnih vsebin in večje prepoznavnosti.

2. Prikazi neplačanega Googlovega iskanja pomenijo, kolikokrat se je portal visitmaribor.si prikazal v Googlovih rezultatih iskanja. To pomeni, kolikokrat se naša stran prikaže med Google rezultati, brez da bi za to plačali.

- 2024: 26.533.198 prikazov (+ 364 %)
- Stran se veliko pogosteje pojavlja v iskalniku Google, kar kaže na boljšo SEO optimizacijo, dobre in aktualne vsebine ter večje število povratnih povezav.

2.1.3 E-MAIL MARKETING

→ DOSEŽENI UČINKI

Kvalitativni: Dvig prepoznavnosti Maribora kot privlačne turistične destinacije in promocija dogodkov z vzpostavitvijo redne komunikacije preko e-poštnega marketinga.

Kvantitativni: V letu 2024 smo poslali 34 sporočil za splošno javnost (B2C) in 42 sporočil za poslovno javnost (B2B). Povprečni open rate (tj. odstotek prejemnikov, ki odprejo e-sporočilo) vseh sporočil skupaj je 41 %.

Finančni: Dvig prihodkov organizatorjev dogodkov in turističnih deležnikov Maribora.

Z mesecem majem 2024 smo vzpostavili **redno pošiljanje e-poštnih sporočil** za boljšo obveščenost in povezovanje z našimi uporabniki:

- Uvedli smo **Novičnik**, ki izhaja enkrat mesečno in prinaša aktualne novice in zanimivosti.
- Uvedli smo **Dogodkovnik**, ki dvakrat na mesec obvešča o prihajajočih dogodkih.
- Uvedli smo **Turistični kažipot**, ki prinaša vpogled v aktualne dosežke in rezultate turistične dejavnosti v Mestni občini Maribor.
- Preko orodja za pošiljanje e-poštnih sporočil pošiljamo tudi **sporočila za javnost**, vabila ponudnikom k sodelovanju in drugo obveščanje poslovne javnosti o aktivnostih Zavoda za turizem Maribor in partnerskih organizacij.

Celotna baza kontaktov obsega 8.200 e-naslovov, ki so razdeljeni na podlagi jezika komunikacije in ciljne skupine:

- Prejemniki sporočil v slovenskem jeziku: 5.602 naročnikov
- Prejemniki sporočil v nemškem jeziku: 1.522 naročnikov.
- Prejemniki sporočil v angleškem jeziku: 1.076 naročnikov.

Ključni ciljni skupini:

- **B2C:** 6.500 naročnikov, ki predstavljajo posamezne obiskovalce in širšo javnost.
- **B2B:** 1.700 naročnikov, ki vključujejo poslovne partnerje, organizatorje dogodkov in ponudnike



turističnih storitev.

Rast baze naročnikov

V letu 2024 smo pridobili 1.597 novih naročnikov, kar predstavlja 26 % več kot v letu 2023, ko smo pridobili 1.271 novih naročnikov. Ta rast kaže na uspešnost naših komunikacijskih in promocijskih aktivnosti, predvsem na področju e-marketinga.

Ključne ugotovitve:

- E-sporočila, poslana nemško govoreči bazi, dosegajo izjemne rezultate, saj beležimo približno **50 % open rate** in **10 % click rate** (odstotek klikov na povezave v e-sporočilu).
- Povprečna odprtost sporočil znaša **med 35 % in 45 %**, medtem ko je stopnja klikov **med 5 % in 10 %**, kar je nad nacionalnimi standardi.

2.1.4 DRUŽBENA OMREŽJA VISIT MARIBOR

→ DOSEŽENI UČINKI

Kvalitativni: Dvig prepoznavnosti Maribora kot preferenčne turistične destinacije. Dvig prepoznavnosti prenovljene blagovne znamke Najstarejša trta in širiti novo zgodbo, da je to sodoben prostor za druženje in spoznavanje štajerskih vinarjev ter njihovih vin, da je stičišče gastronomije, dediščine in umetnosti. Trženje oglaševalskega prostora, pozicioniranje kanalov Visit Maribor kot glavnih promocijskih kanalov mesta Maribor in njegovega dogajanja. Približati Visit Maribor mladim.

Kvantitativni: Konec leta 2024 je skupno število sledilcev na vseh družbenih omrežjih skupaj znašalo **60.737 sledilcev/naročnikov**. V letu 2023 je bilo skupno število sledilcev 51.353. To pomeni, da se je število sledilcev v letu 2024 povečalo za 9.384, torej za kar **18,27% povečanje števila sledilcev na vseh družbenih omrežjih skupaj**.

Finančni: Pospeševanje prodaje na spletni strani Visit Maribor.

Pomembne metrike za spremljanje uspešnosti izvajanja aktivnosti na družbenih omrežjih:

1. Doseg (Reach)

Doseg na Facebooku in Instagramu

Metrika šteje doseg celotne Facebook in Instagram vsebine, ki je bila dosežena z organsko ali plačljivo distribucijo, vključno z objavami, zgodbami (Stories) in oglasi. Vključuje tudi doseg iz drugih virov, kot so oznake (tags), prijave (check-ins) ter obiski strani ali profila. Ta številka vključuje tudi doseg objav in zgodb, ki so bile spodbujene (boosted). Doseg se šteje samo enkrat, če se pojavi tako pri organski kot pri plačljivi distribuciji.

2. Novo: Ogledi (Views)

Ogledi na Facebooku in Instagramu

Število ogledov vsebine. Vsebina vključuje videoposnetke, objave, zgodbe (Stories) in oglase.

Kako se izračuna: Metrika šteje, kolikokrat so bili naši videoposnetki predvajani vsaj 1 milisekundo in



kolikokrat so bili fotografije in besedilo prikazani na zaslonu.

3. Vključenost (Engagement)

Vključenost (Engagement) na Facebooku meri, kako se ljudje odzivajo na našo vsebino. Pokaže, koliko so uporabniki aktivni in kako interagirajo z našimi objavami. Višja stopnja vključenosti običajno kaže na bolj relevantno in privlačno vsebino.

Zavod za turizem Maribor upravlja s profili Visit Maribor na družbenih omrežjih:

- Facebook (31.060 sledilcev),
- Instagram (22.000 sledilcev),
- LinkedIn (3.071 sledilcev) in
- YouTube (464 naročnikov)
- Tik Tok (1.398 sledilcev),
- Threads (2.744 sledilcev).

Facebook stran Visit Maribor

- 1. 1. 2024 je bilo na Facebook strani 26.100 sledilcev, **31. 12. 2024 pa 31.060**, kar pomeni da se je število sledilcev v enem letu povečalo za **5.016**, tj. okoli **29 % več sledilcev kot v letu 2023**, ko smo jih zabeležili 3.890.
- V letu 2023 je bilo objavljenih 479 objav, v letu 2024 pa **585**, tj. **okoli 22 % več kot v letu 2023**. Število uporabnikov, ki smo jih dosegli 2023 z objavami na Facebooku, je 3,1 milijona, **2024 pa 4,3 milijonov**, tj. **za 39 % več** (organsko 970.508 oz. 14 % več kot v 2023, preko oglaševanja 3.739.032 oz. 43 % več kot v 2023).
- **Nova metrika Views** (število ogledov celotne vsebine) znaša okoli **13,4 milijonov ogledov** (organsko: 27 %, plačano: 73 %). (Primerjava z letom 2023 ni mogoča.)
- **Kliki na linke**: 256.741 (23,5 % več kot v letu 2023).
- **Interakcija (Engagement): 190.400 (37 % več klikov kot v 2023)**

**Število všečkov ali odzivov, shranjevanj, komentarjev, deljenj in odgovorov na vsebino, vključno z oglasi. Vsebina lahko vključuje formate, kot so objave, zgodbe (stories), kratki video posnetki (reels), videoposnetki in drugo.*

Instagram profil Visit Maribor

- Na Instagram profilu smo v letu 2024 pridobili **3.101 novih sledilcev** in jih izgubili **1.541 (na IG je izgubljanje sledilcev stalnica)**.
- V letu **2024** smo pridobili **1.827 sledilcev**, torej smo v letu 2024 pridobili **1.140 novih sledilcev (38 %) manj kot v letu 2023**. 1. 1. 2024 je bilo **20.173**, **31. 12. 2024 pa 22.000 sledilcev**.
- **Nova metrika Views** (število ogledov celotne naše vsebine) znaša okoli **2,3 milijone ogledov** (organsko: 76 %, plačano: 24 %). (Primerjava z letom 2023 ni mogoča.)
- **Kliki na linke**: **11.977 (805 % več kot v 2023)**.
- **Interakcija (Engagement): 51.000 (100 % več kot v 2023)**

**Število všečkov ali odzivov, shranjevanj, komentarjev, deljenj in odgovorov na našo vsebino, vključno z oglasi. Vsebina lahko vključuje formate, kot so objave, zgodbe (stories), kratki video posnetki (reels), videoposnetki in drugo.*

LinkedIn



- **3.071 sledilcev B2B** (3.012 sledilcev v 2023).

YouTube

Videoposnetki so leta 2024 prejeli 1.066.578, kar je 28,56 % manj kot leta 2023, ko jih je bilo 1.492.971. Čas gledanja 31.300 ur, kar je 999 % več kot leta 2023. Pridobili smo +31 naročnikov, kar je 26,19% manj kot leta 2023 (+42 naročnikov 2023).

- **464 naročnikov,**
- **3.000.000 ogledov,**
- **2.600 všečkov,**
- **3.100 delitev.**

Tik Tok

- **64.782 ogledov videov** (85 % manj kot leta 2023),
- **doseg 24.333 uporabnikov** (92 % manj kot leta 2023),
- **1.184 ogledov profila** (93 % manj kot leta 2023).

Konec leta 2024 je skupno število sledilcev na vseh družbenih omrežjih skupaj znašalo **60.737 sledilcev/naročnikov**. V letu 2023 je bilo skupno število sledilcev 51.353. To pomeni, da se je število sledilcev v letu 2024 povečalo za 9.384, **18,27% povečanje števila sledilcev na vseh družbenih omrežjih skupaj**.

2.1.5 SPLETNA STRAN STARATRТА.SI / NAJSTAREJSATRТА.SI

→ DOSEŽENI UČINKI

Kvalitativni: Dvig prepoznavnosti in imidža mariborske znamenitosti Najstarejše trte.

Kvantitativni: V letu 2024 smo na spletni strani ocenili skupno 41.300 ogledov strani, kar predstavlja približno 29 % zmanjšanje glede na leto 2023 (58.304 ogledov). Zaradi nedostopnosti spletne strani v drugi polovici leta smo zabeležili zmanjšanje tudi v številu uporabnikov (približno 28 % manj kot v letu 2023: 17.876).

Finančni: V letu 2024 smo zabeležili rast spletne prodaje preko spletne strani staratrta.si, kljub temu da je bila ta pol leta nedostopna. Promet od prodaje je znašal 1.155,06 €, kar je več kot v letu 2023, ko je znašala 1.040,42 EUR. (Skupno s prometom od prodaje doživetij in dogodkov Najstarejše trte na portalu visitmaribor.si je vrednost prometa od prodaje 9.094 EUR.)

Spletna stran www.staratrta.si (oz. po novem, tj. od odprtja v decembru 2024 naprej www.najstarejsatrta.si) je uradno spletno mesto slovenske turistične ikone Najstarejše trte. Ob predstavitvi zgodbe Najstarejše trte vključuje spletno mesto tudi spletno vinoteko z največjim izborom najboljših štajerskih vin – v ponudbi je **preko 200 vinskih etiket preko 50 štajerskih vinarjev**.

Vzporedno s prenovo notranjosti najbolj obiskane mariborske turistične znamenitosti Najstarejše trte v drugi polovici leta 2024 je bila **nadgradnje deležna tudi spletna stran s spletno vinoteko Najstarejše trte**.

V obdobju od 1. januarja 2024 do 1. julija 2024 so bili doseženi naslednji rezultati.

Top 3 države po obisku:



Zavod za turizem Maribor
Tkalski prehod 4, 2000 Maribor

→ T +386 (0)2 234 66 00
→ E zzt@maribor.si

- Slovenija,
- Avstrija,
- Nemčija.

Top 3 strani:

- Hiša Najstarejše trte – prva stran,
- Das Alte Weinhaus,
- Weinverkostungen des Hauses der Alten Rebe.
- Traminec izbor: prodanih 6 izdelkov

Najbolj prodajani izdelki v spletni trgovini:

- Traminec izbor,
- Skywalker,
- Zlati pelinkovec,
- Vino potomk Najstarejše trte,
- Bučno olje Jeruzalem.

Doživetja oz. dogodke Najstarejše trte smo prodajali tudi preko portala [visitmaribor.si](https://www.visitmaribor.si), med njimi so bila naslednja:

- degustacije Najstarejše trte,
- voden ogled Hiše Najstarejše trte,
- virtualno doživetje zgodbe najstarejše trte sveta,
- skrivnosti Najstarejše trte: Od muzeja do degustacije,
- POPolne vinske zgodbe,
- Umetnost na platnu in v kozarcu,
- Vinska simfonija v Sedem: Večer s sommelierskim duetom.

2.1.6 DRUŽBENA OMREŽJA NAJSTAREJŠE TRTE

→ DOSEŽENI UČINKI

Kvalitativni: Dvig prepoznavnosti, imidža in promocija Najstarejše trte kot Guinnessove rekorderke, simbol Maribora in največje vinoteke na Štajerskem. Dvig prepoznavnosti prenovljene blagovne znamke Najstarejša trta in širiti novo zgodbo, da je to sodoben prostor za druženje in spoznavanje štajerskih vinarjev ter njihovih vin, da je stičišče gastronomije, dediščine in umetnosti.

Kvantitativni: Povečanje števila sledilcev, dosega, ogledov in vključenosti uporabnikov na družbenih omrežjih Facebook in Instagram. V letu 2024 je prišlo do 11,12% povečanja števila sledilcev, skupno jih je bilo 4.516, leta 2023 jih je bilo 4.064. V letu 2024 prišlo do 58,73 % povečanja dosega objav na obeh družbenih omrežjih skupaj v primerjavi z letom 2023 (2024 smo dosegli 514.818 uporabnikov, 2023: 323.700).

Finančni: Pospeševanje prodaje na spletni strani [staratrt.si](https://www.staratrt.si) s kliki iz družbenih omrežij na spletno stran oz. spletno vinoteko. Spletna stran je bila v prenovi od aprila do decembra 2024.

Facebook stran Najstarejša trta / World's Oldest Grapevine

- V letu 2024 je bilo objavljenih **174 objav**. 1. 1. 2024 je bilo na **FB 3.136 sledilcev**, 31. 12. 2024 pa **3.510**, kar pomeni da se je število sledilcev v enem letu povečalo za **374 oz. 12 %**.
- **Doseg** Facebook vsebin profila Najstarejša trta je bil **450.092** uporabnikov (288.000 leta 2023), torej se je v primerjavi z letom 2023 **povečal za 162.092 oz. 56 %**.
- **Nova metrika Views**: v letu 2024 je bilo **110.833 ogledov vsebin** (ker je metrika nova, bo primerjava mogoča v naslednjem letu).
- **Kliki na linke**: 746 (38 % manj kot 2023, zaradi prenove spletne strani, saj v vmesnem obdobju nismo dodajali povezav k objavam).
- **Interakcija (Engagement)**: **9.900 uporabnikov** (23 % več kot v 2023).
**Število všečkov ali odzivov, shranjevanj, komentarjev, deljenj in odgovorov na našo vsebino, vključno z oglasi. Vsebina lahko vključuje formate, kot so objave, zgodbe (stories), kratki video posnetki (reels), videoposnetki in drugo.*

Instagram profil Najstarejša trta / World's Oldest Grapevine

- Ob koncu leta 2024 je bilo število vseh sledilcev na IG **1.380** in se je od začetka leta povečalo za **452 oz. 49 %**.
- **Doseg vsebin v letu 2024 je 64.726 (leta 2023 je bil 35.700 uporabnikov)**; povečal se je za **29.026** uporabnikov, kar predstavlja izjemno rast, tj. okoli **80 %** v primerjavi z letom 2023.
- Vseh ogledov IG vsebin je bilo **184.929** (ker je metrika nova, bo primerjava lahko sledila šele leta 2025).
- **Kliki na linke**: **128** (2.500 % več kot v 2023).
- **Interakcija (Engagement)**: **2.300 uporabnikov** (100 % več kot v 2023).
**Število všečkov ali odzivov, shranjevanj, komentarjev, deljenj in odgovorov na našo vsebino, vključno z oglasi. Vsebina lahko vključuje formate, kot so objave, zgodbe (stories), kratki video posnetki (reels), videoposnetki in drugo.*

2.1.7 APLIKACIJA ZA DOGODKE KAM

→ DOSEŽENI UČINKI

Kvalitativni: Povečanje prepoznavnosti aplikacije KAM kot enega ključnih orodij za promocijo dogodkov v Mariboru in izboljšano informiranje lokalnih in tujih uporabnikov o dogodkih, kulturi in prireditvah v mestu preko rednih posodobitev dogodkov, v treh jezikih.

Kvantitativni: Aplikacija KAM trenutno beleži 3.931 uporabnikov, od tega 2.876 na platformi Android in 1055 na iOS. Povprečno aplikacijo aktivno uporablja 837 uporabnikov na mesec, kar kaže na stalno prisotnost in zanimanje za lokalne dogodke. V okviru aplikacije je bilo v letu 2024 objavljenih 2.675 dogodkov.

Finančni: Povečan obisk dogodkov in zanimanje za lokalno turistično ponudbo, kar posredno prispeva k večjemu prihodu turističnih deležnikov v Mariboru.

Dostopnost aplikacije:

Aplikacija KAM je na voljo v 176 državah/regijah. Meseca septembra smo jo lansirali v dveh tujih jezikih, angleškem in nemškem.

Statistika uporabnikov:

- Število uporabnikov z nameščeno Android aplikacijo: 2.876.
- Število uporabnikov z nameščeno iOS aplikacijo: 1.055.
- Skupno število uporabnikov na vseh platformah: **3931**.

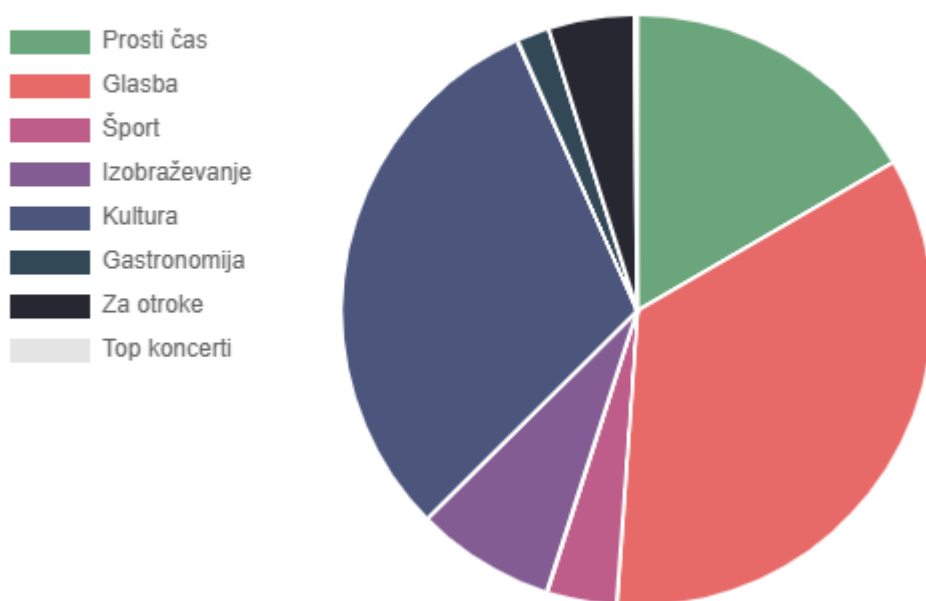
- Mesečno aktivnih uporabnikov na Android aplikaciji: 837.
- Mesečno aktivnih uporabnikov na iOS aplikaciji: 165.

Objavljeni dogodki:

- Skupno število objavljenih dogodkov v 2024: **2.675**.
- Največ dogodkov spada v kategorijo **glasba**, sledijo **kultura**, **prosti čas** in **izobraževanje**.

Kategorije

Št. dogodkov po kategorijah



Geografska razporeditev uporabnikov:

Največ uporabnikov prihaja iz **Slovenije**, sledijo **Hrvaška**, **Bosna in Hercegovina** ter **Avstrija**.

Oglaševalska kampanja in rezultati:

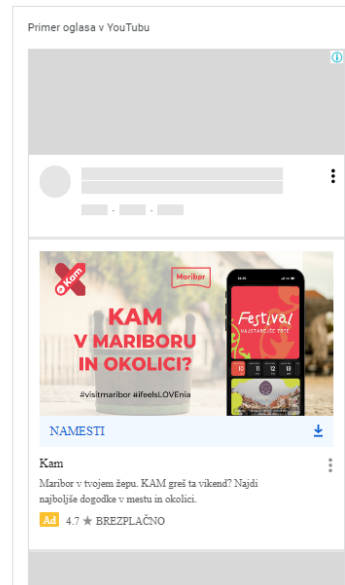
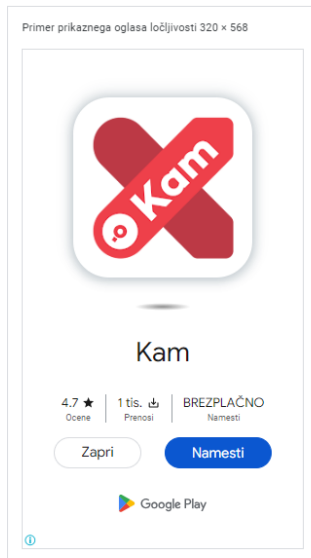
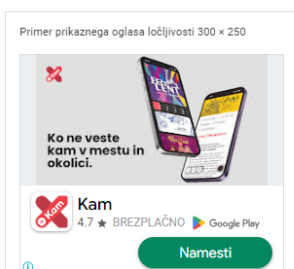
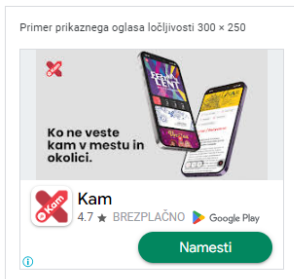
Sredi septembra 2024 smo pričeli z oglaševalsko akcijo aplikacije KAM. V času Google oglaševanja smo dosegli **2.046 prenosov aplikacije** in s tem presegli načrtovano število ogledov za **45 %**. Nekaj uporabnikov po namestitvi aplikacije ni nadaljevalo z uporabo, kar je običajen pojav ob širšem obsegu oglaševanja, saj se oglaševanje pogosto usmeri na širši spekter ciljne publike.



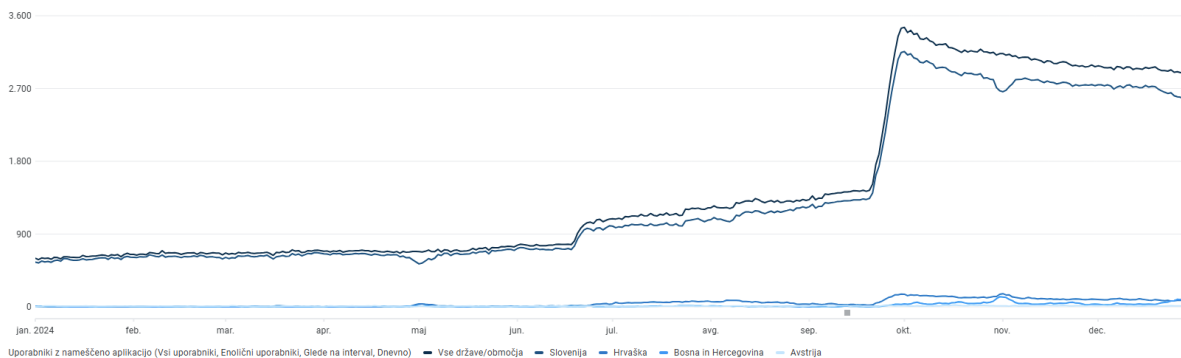
Zavod za turizem Maribor
Tkalski prehod 4, 2000 Maribor

→ T +386 (0)2 234 66 00
→ E zzt@maribor.si

Predogledi oglasov



Spodnji graf prikazuje gibanje števila uporabnikov aplikacije KAM v letu 2024.



Opazne spremembe:

Kljub rahlemu upadu v aktivni uporabi aplikacije po zaključku oglaševanja beležimo **stalno rast novih uporabnikov**.

Kanali oglaševanja:

- portal visitmaribor.si,
- portal maribor24.si,
- tiskani mediji,
- email novičniki in dogodkovniki,
- promocijske tiskovine ZTM in
- družbena omrežja.



2.1.8 INTERAKTIVNE TABLE

→ DOSEŽENI UČINKI

Kvalitativni: Informiranje in promocija dogodkov.

Kvantitativni: Leta 2024 smo zabeležili 22.903 klikov, kar je za 35 % manj kot v letu 2023. Najbolj klikana tabla ostaja na lokaciji TIC Maribor (okoli 10.000 klikov), najmanj klikov pa je bilo na lokaciji zgornje postaje Pohorske vzpenjače (1.289 klikov).

Finančni: Trženje oglasnega prostora.

Interaktivne table, ki stojijo na šetih lokacijah v Mariboru, služijo informacijskim in promocijskim namenom. Interaktivne table omogočajo ažurno objavljane novosti oz. dogodkov ter drugih vsebin za lokalno prebivalstvo in turiste.

Število klikov uporabnikov v letu 2024 na posameznih lokacijah:

- TIC Maribor – 10.012 klikov
- Trgovski center City – 2.416 klikov (tabla je bila v septembru 2024 poškodovana)
- Železniška postaja – 1.388 klikov
- Radvanje – 3.257 klikov
- Vzpenjača spodaj – 4.541 klikov
- Vzpenjača zgoraj – 1.289 klikov

Skupno število klikov: 22.903.

2.1.8 SEJEMSKE IN DRUGE PREDSTAVITVE TURISTIČNE PONUDBE MARIBORA

→ DOSEŽENI UČINKI

Kvalitativni: Dvig prepoznavnosti in imidža Maribora kot destinacije za mestni in družinski (počitniški) oddih, outdoor. Dvig ugleda Maribora kot edinstvene turistične destinacije na nacionalni in mednarodni ravni.

Kvantitativni: Pridobitev novih kontaktov tujih touroperatorjev, spodbuditev obiska iz destinacij, kjer se bodo izvajale predstavitve.

Finančni: Dvig prometa v Najstarejši trti in v TIC Maribor ter pri ponudnikih v destinaciji.

Udeležili smo se tudi **webinarjev in virtualnih dogodkov** v organizaciji STO na ključnih trgih.

Zavod za turizem Maribor je v letu 2024 aktivno predstavljal Maribor in širšo destinacijo na:

- **treh (3) borzah,**
- **štirih (4) sejmi in**
- **štirih (4) poslovnih delavnicah.**

na naslednjih tržiščih: **Slovenija, Avstrija, Nemčija, Italija, Srbija, Velika Britanija.**

- **Sejem Ferienmesse Dunaj/** Avstrija, januar
- **Workshop Dunaj /** Avstrija, februar
- **Workshop Linz/** Avstrija, februar
- **Sejem Alpe – Adria Ljubljana /** Slovenija, februar
- **Sejem Brussels Holiday fair 2024/** Belgija, februar
- **Sejem FREE München /** Nemčija, februar
- **predstavitve na dogodku Dan Slovenske vojske 2024/** Slovenija, maj
- **Workshop Benetke /** Italija, februar
- **Predstavitve na ITA trgu (sejemske predstavitve, PR storitve ...)**
- **Borza SIW/** Slovenija, maj
- **Borza ITB Berlin /** Nemčija, marec
- **Workshop Beograd /** Srbija, oktober
- **Borza WTM London /** Velika Britanija, november

2.1.9 TISKOVINE IN PROMOCIJSKI MATERIAL

Zavod za turizem Maribor je v letu 2024 zasnoval, posodobil in (po)natisnil naslednje promocijske tiskovine:

- **trganka Načrt mesta, 50.000 kosov,**
- **zloženka Najstarejše trta, 20.000 kosov,**
- **vrečke Discover Maribor, 11.750 kosov,**
- **vrečke najstarejša trta, 15.000 kosov,**
- **promocijska namizna stojala KAM, 1.500 kosov,**
- **razstava na foreks panojih Celo mesto je oder, 10 dvostranskih panojev.**

Maribor

Zavod za turizem Maribor
Tkalski prehod 4, 2000 Maribor

→ **T** +386 (0)2 234 66 00
→ **E** zzt@maribor.si





PROMOCIJSKI PROJEKTI

S krovniimi digitalnimi kampanjami smo dosegli 5,5 milijona uporabnikov.

Platforma European Best Destinations je Maribor razglasila za **najboljšo jesensko destinacijo v Evropi.**

Partnerstvo pri dogodku **Red Bull Flugtag**, ki je v Maribor privabil do **50.000 obiskovalcev.**

Skupna oglaševalska akcija s kulturnimi ustanovami
Celo mesto je oder.

2.2.1 DIGITALNE KAMPANJE

→ DOSEŽENI UČINKI

Kvalitativni: Dvig prepoznavnosti in imidža Maribora kot preferenčne destinacije za turistični obisk, prodaja doživetij in informiranje, s poudarkom na novih generacijah obiskovalcev – milenijcev in zoomerjev. S štirimi večjimi digitalnimi kampanjami in dvanajstimi manjšimi smo uspešno promovirali turistično ponudbo in dogodke v Mariboru in okolici.

Kvantitativni: Analiza digitalnega oglaševanja med letoma 2023 in 2024 razkriva pomembne izboljšave in rast v dosegu uporabnikov, prikazih in klikih: rast dosega uporabnikov: + 400 %, rast prikazov: 66 % in rast števila klikov: 34 %.

Finančni: Ustvarjanje prometa na spletni strani Visit Maribor z nakupi doživetij in izdelkov ter rezervacijami nastanitev. Rast prometa pri drugih turističnih ponudnikih.

V letu 2024 smo za namene promocije štirih stebrov mariborskega turizma (gastronomija, kultura, aktivnosti na prostem in družinske počitnice) izvedli štiri krovne digitalne kampanje:

1. **Digitalno kampanjo za tranzitne turiste**
Obdobje: 1. 5. - 1. 7. 2024
Trgi: Madžarska, Češka, Poljska, Slovaška in Srbija
Kanali: META Ads Facebook, Instagram, Tripadvisor Youtube
2. **Krovno digitalno kampanjo »Celo mesto je oder«**
Obdobje: 1. 9. - 30. 9. 2024
Trgi: Slovenija, Nemčija, Avstrija, Hrvaška in Italija
Kanali: Google Ads, META Ads Facebook in Instagram
3. **Vinsko-kulinarično digitalno kampanjo Martinovanje v Mariboru in Martinov Wine & Dine**
Obdobje: 25. 10. - 10. 11. 2024
Trgi: Slovenija, Avstrija, Hrvaška, Madžarska
Kanali: META Ads Facebook in Instagram
4. **Digitalno kampanjo »Čarobni Maribor«**
Obdobje: 6. 12. - 31. 12. 2024
Trgi: Slovenija, Avstrija, Hrvaška, Madžarska
Kanali: META Ads Facebook in Instagram

Doseg krovnih digitalnih kampanj v letu 2024:

Kampanja	Doseg	Prikazi	Kliki
Kampanja za tranzitne turiste	1.820.314	6.255.251	127.309
Kampanja Celo mesto je oder	2.128.412	10.623.188	74.964
Kampanja Martinovanje in gastronomija	929.576	3.198.685	34.747
Kampanja Čarobni Maribor	535.175	2.109.738	38.914
Skupaj	5.413.477	22.186.862	275.934

2.2.2 DRUGE PROMOCIJSKE AKTIVNOSTI IN PARTNERSKA SODELOVANJA

→ DOSEŽENI UČINKI

Kvalitativni: Dvig prepoznavnosti in imidža Maribora – na nacionalni in mednarodni ravni – kot preferenčne destinacije za turistični obisk, prodaja doživetij in informiranje, s poudarkom na novih generacijah obiskovalcev – milenijcev in zoomerjev.

Kvantitativni: Dvig realizacije nočitev in prihodov gostov in medijskega pojavljanja.

Finančni: Dvig prometa pri turističnih in s turizmom povezanih ponudnikih v destinaciji.

Zavod za turizem Maribor je v letu 2024 promoviral blagovno znamko destinacije Maribor in mariborsko turistično ponudbo v različnih klasičnih in digitalnih medijih in na dogodkih partnerskih organizacij.

European Best Destinations

Po tem, ko je Maribor v letu 2023 prejel naziva **tretja najboljša turistična in najboljša kulinarčna destinacija**, je na podlagi rednega komuniciranja in izmenjave informacij s predstavniki portala European Best Destinations v letu 2024 prejel še dva promocijska naziva:

- septembra 2024 je Maribor prejel naziv **najboljša jesenska destinacija v Evropi**
<https://www.europeanbestdestinations.com/best-of-europe/best-european-destinations-to-visit-in-autumn/>
- in decembra 2024 se je mesto uvrstilo na drugo mesto seznama **najbolj trajnostnih božičnih sejmov**
<https://www.europeanbestdestinations.com/best-of-europe/best-sustainable-christmas-markets-in-europe/>.

Najboljša jesenka destinacija in drugi najbolj trajnostni božični sejem sta ne-plačljiva naziva, ki smo ju pridobili **na podlagi kakovostnih vsebin našega mesta**, ki jih je zasledila platforma bodisi na naših kanalih bodisi skozi promocijski foto in video material, s katerim smo jih intenzivno zalagali (npr. edinstvena zgodba Najstarejše trte, povezovanje z mladimi v okviru vrhunskega dogodka Žametna večerja, trajnostne vsebine našega mesta itd.). Z nazivi, ki smo jih v okviru platforme EBD pridobili v zadnjih dveh letih, predstavljamo edinstvene zgodbe našega mesta **širši evropski in svetovni javnosti** ter **gradimo ugled Maribora** kot vrhunske destinacije **za nove generacije obiskovalcev**.



Platforma European Best Destinations je najbolj obiskana evropska turistična spletna stran, ki doseže več kot 400 milijonov popotnikov, med njimi številne turistične strokovnjake in medije. Ocenjena marketinška vrednost promocije prek te platforme presega 1,6 milijona evrov.



Zavod za turizem Maribor
Tkalski prehod 4, 2000 Maribor

→ T +386 (0)2 234 66 00
→ E zzt@maribor.si

Red Bull Flugtag Slovenija 2024

Zavod za turizem Maribor je bil partner mednarodnega dogodka Red Bull Flugtag Slovenija 2024, ki se je v Mariboru odvil v nedeljo, **1. septembra 2024**.



- Koncept projekta je vznemirljiv, adrenalinski dogodek, na katerem je v Mariboru sodelovalo **33 ekip** ustvarjalnih inženirjev, ljubiteljev in drznežev, ki so se zbrali ob reki Dravi, da bi predstavili svoje doma izdelane leteče naprave na človeški pogon.
- Mednarodni značaj dogodka, podprt z **intenzivno promocijsko kampanjo** na off-line in on-line medijskih kanalih in **sodelovanjem prepoznavnih osebnosti**, je po oceni organizatorja v mestno jedro Maribora privabil **do 50.000 obiskovalcev**.
- Pri pripravi dogodka so se organizatorji povezali z društvom Ekologi brez meja ter podpisali zavezo za izvedbo dogodka skladno s konceptom **zero waste** (dogodek brez odpadkov).

Celo mesto je oder – skupna promocija kulturnega turizma

Zavod za turizem Maribor, Urad za kulturo in mladino Mestne občine Maribor in mariborske kulturne ustanove so v letu 2024 na **mestnih plakatih TAM TAM** v več slovenskih mestih – **Ljubljana, Celje, Koper, Kranj, Maribor, Murska Sobota in Novo mesto** – zagnali prvo **skupno promocijsko akcijo s finančno participacijo**.

V vrvež kulturnega dogajanja v Mariboru so s promocijskih plakatov vabili vrvež multikulturnega Festivala Lent, edinstvene zgodbe muzejev in galerij ter vrhunske gledališke predstave. Pri mimoidočih smo želeli ustvariti percepcijo, da je Maribor **metropolitansko, urbano, vedno sveže mesto** z odlično in raznovrstno ponudbo kulture ter umetnosti:

- **Mesto je oder.** Oder za mariborske predstave in tvoja doživetja.
- **Mesto je slika.** Slika iz mariborske galerije in slika tvojega trenutka.
- **Mesto je Lent.** Lent kot festival festivalov in Lent kot tvoja promenada.
- **Mesto je muzej.** Muzeji z razstavami v mestu in staro jedro mesta kot tvoja najdba.

Promocijska akcija na plakatnih mestih TAM TAM je potekala v dveh delih:

1. **21. 5. - 6. 6. 2024.**
130 plakatnih mest.
2. **20. 8. - 5. 9. 2024.**
250 plakatnih mest.

Logično in kreativno nadgrajeno nadaljevanje 1. dela s prilagoditvijo za mednarodne turiste (dvojezično besedilo, izpostavitve QR kode na portal visitmaribor.si).



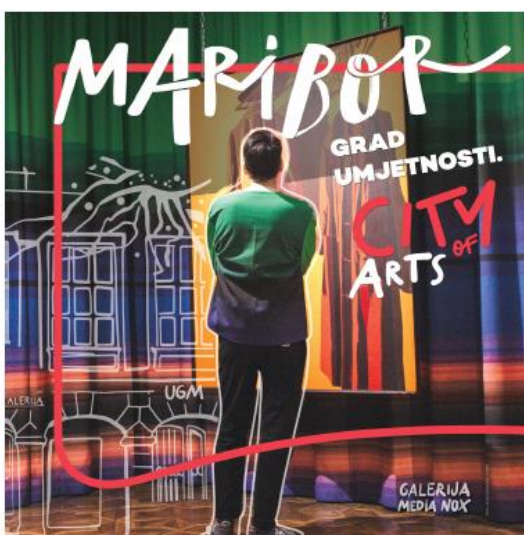
Maribor

Zavod za turizem Maribor
Tkalski prehod 4, 2000 Maribor

→ T +386 (0)2 234 66 00
→ E zzt@maribor.si



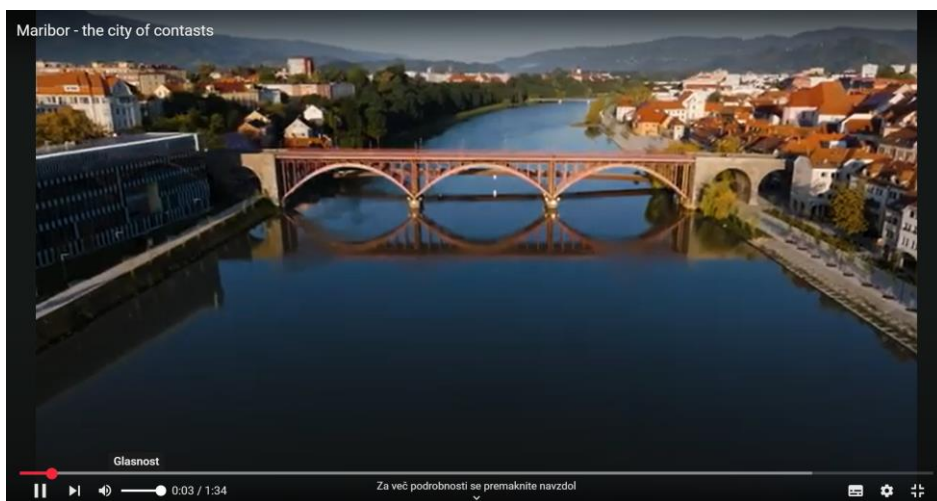
Grafično podobo s plakatov drugega obdobja oglaševanja smo nadalje uporabili za **digitalno kampanjo Celo mesto je oder**, ki smo jo na platformah Meta Facebook in Instagram izvajali med 4. in 30. 9. 2024 na slovenskem, avstrijskem, nemškem, italijanskem in hrvaškem trgu.



Novi image video in fotografije z zraka

Zavod za turizem Maribor je za namene dopolnitve foto in video materiala za promocijo destinacije Maribor izdelal novi image promocijski material, s poudarkom na video posnetkih in fotografijah **z zraka** in **prenovljenih vedut mesta**, kot so npr. Lent, kompleks Minoriti, promenada Mestnega parka, dogodek Balet pod zvezdami idr.

Cilja skupina novega promocijskega materiala so **mlenijci**. Osnovno vodilo je bilo **dinamičen** video, ki odraža mesto Maribor, ki doživlja renesansko in prekipewa od kreativnega naboja in energije in je poln življenja.



Izdelali smo krovni image video (90-sekundni) in tri krajše videe (30-sekundne) na teme image, kultura in trajnost.

Za namene digitalnega vsebinskega marketinga in promocije mariborskega kulturnega turizma je Zavoda za turizem Maribor prav tako odkupil **44 fotografij avtorja Luke Herneta** z motivi prepoznavnih vedut mesta ter kulturnih ustanov in značilne arhitekture mesta.

Druge promocijske aktivnosti:

- 9-mesečna promocija aplikacije za dogodke KAM na portalu **maribor24.si**.
- Oglaševanje turistične znamke Maribor, kolektivne blagovne znamke Naše najboljše in aplikacije za dogodke KAM na dogodka **Mednarodni festival Čili in čokolada**.
- Oglaševanja turistične znamke Maribor na **Festivalu komedije Pekre**.
- Oglaševanje turistične znamke Maribor na **štirih mednarodnih nogometnih tekmah NK Maribor**.
- Oglaševanje Najstarejše trte in gastronomske ponudbe Maribora na kanalih **Časnika Finance** in portala **ovinu.si**.
- Oglaševanje turistične znamke Maribor v okviru prireditve **Rally Štajerska 2024**.
- Oglaševanje gastronomske in kulturne ponudbe Maribora na **HTV 2** v okviru promocijske oddaje **Fino i vino**.
- Oglaševanje turistične ponudbe Maribora v mediju **Forbes Avstrija** (tisk in digital).
- Promocija destinacije Maribor v tiskovini **Free Map Slovenija**.
- Promocija gastronomske in kulturne ponudbe Maribora v ediciji **Like** (skupna tiskovina Dela in jutranjega lista v slovenski in hrvaški jezikovni različici).

- Promocija turistične znamke Maribor v okviru dogodka **Pubec 2024**.
- Promocija turistične ponudbe Maribora s poudarkom na gastronomiji, kulturi in Čarobnem Mariboru na portalu **Putni kofer** putnikofer.hr.
- Promocija petzvezdičnega produkta Rock `n` roll okusov v tiskovini **The Slovenia Map**.

2.2.3 MARIBORSKA VINSKA KRALJICA

→ DOSEŽENI UČINKI

Kvalitativni: Dvigniti blagovno znamko na visok nivo prepoznavnosti. Ustvariti svojo “hišno” influencerko, promotorko oz. ambasadorko destinacije Maribor-Pohorje, znamke Visit Maribor in Najstarejše trte. Promocija Maribora in štajerskih vinarjev, predvsem mladih vinarjev in navdušiti mlade, da se zanimajo za vino.

Kvantitativni: Povečanje števila sledilcev, dosega, ogledov in vključenosti uporabnikov na družbenih omrežjih. Pridobitev novih kontaktov tujih touroperatorjev, spodbuditev obiska iz destinacij, kjer se bodo izvajale predstavitve.

Finančni: Dvig prometa v Najstarejši trti ter pri gastronomskih ponudnikih v destinaciji.

Mariborska vinska kraljica je:

1. promotorka štajerskih vinarjev in gastronomske ponudbe Maribora in okolice ter
2. ambasadorka slovenske turistične ikone Najstarejše trte in
3. predstavnica nove generacije vinogradnikov in vinarjev Maribora in širše regije, ki med drugim spodbuja širjenje kulture pitja vina.



13. Mariborska vinska kraljica za obdobje 2023-2025 je Maruša Mukenauer.



Zavod za turizem Maribor
Tkalski prehod 4, 2000 Maribor

→ T +386 (0)2 234 66 00
→ E zzt@maribor.si

V letu 2024 je Mariborska vinska kraljica Maruša Mukenauer izvedla promocijske nastope na naslednjih predstavitev, dogodkih in prireditvah:

- Sejem Alpe Adria, Ljubljana,
- Mestna pustna povorka, Maribor,
- Rez Najstarejše trte, Maribor,
- Zasaditev potomke Najstarejše trte, Središče ob Dravi,
- Rez potomke Najstarejše trte in kronanje nove vinske kraljice, Starše,
- Mariborski turistični forum, Maribor,
- Praznik pomladi, Svečina,
- Rez vaške trte, Svečina,
- Dogodek Zlati kamen, Murska Sobota,
- Dogodek Wines of Slovenia, Praga,
- Festival vina in čokolade, Podčetrtek,
- Druženje z PGD Maribor center in gostujočimi gasilci iz Nemčije, Najstarejša trta, Maribor,
- Naj podjetna pozitivna, Maribor,
- Cvičkarjada –kronanje nove cvičkove princeze, Novo mesto,
- Lotmerški vinobus, Ljutomer,
- Slovenski globalni forum, Maribor,
- Žametna večerja, Maribor,
- Vinski večer v POP up Hiše Najstarejše trte, Maribor,
- Poletna muzejska noč (Muzej najstarejše trte na svetu), Maribor,
- Občinski praznik Občine Cerkvenjak,
- Šmartno kuha, Šmartno pri Litiji,
- Salon VinDel, Maribor,
- Pubec, Maribor,
- 39. Martinovanje v Mariboru,
- Festival in praznik trgatve Najstarejše trte, Maribor,
- Dan Maribora, Maribor,
- Prižig prazničnih luči, Čarobni Maribor.

Na družbenih omrežjih Facebook in Instagram Mariborska vinska kraljica Zavod za turizem Maribor izvaja promocijo mariborske, štajerske in slovenske gastronomije, lokalnih vinarjev in zgodbe Najstarejše trte.

Facebook Mariborska vinska kraljica

- Ob koncu leta 2024 je bilo število vseh sledilcev na **profilu 460 (2023 smo jih zabeležili 270)**. Število sledilcev se je med koncem leta 2023 in koncem leta 2024 **povečalo za 190**, tj. za **70 %**.
- **Doseg vsebin je 39.299 uporabnikov (2023 je bil doseg 10.900 uporabnikov)**. Doseg Facebook vsebin se je v letu 2024 **povečal za 28.399**, kar predstavlja izjemno rast – **260 %** v primerjavi z letom 2023.
- **Vseh ogledov FB vsebin v letu 2024 je 64.447 (organsko: 57 %, promovirano: 43 %)** (ker je metrika nova, bo primerjava lahko sledila šele leta 2025).
- **Interakcija (Engagement): 4.757 uporabnikov** (okoli 170 % več kot 2023).

**Število všečkov ali odzivov, shranjevanj, komentarjev, deljenj in odgovorov na našo vsebino, vključno z oglasi. Vsebina lahko vključuje formate, kot so objave, zgodbe (stories), kratki video posnetki (reels), videoposnetki in drugo.*

Instagram Mariborska vinska kraljica

- Ob koncu leta 2024 je bilo število vseh sledilcev **570** (2023 jih je bilo 301). Število sledilcev na IG



Zavod za turizem Maribor

Tkalski prehod 4, 2000 Maribor

→ **T** +386 (0)2 234 66 00

→ **E** zzt@maribor.si

profilu se je med koncem leta 2023 in koncem leta 2024 **povečalo za 269 oz. 89 %**.

- **Doseg vsebin** v letu 2024 je **50.971 uporabnikov (organsko: 49,074, oglaševanje: 246)** (2023 je bilo 6.600). V letu 2024 se je povečal za **44.371 uporabnikov oz. 672 %**.
- Vseh **ogledov** v letu 2024 je 146.492 (organsko: 100 %).
- **Interakcija (Engagement): 3.000 uporabnikov** (100 % več kot v 2023).

**Število všečkov ali odzivov, shranjevanj, komentarjev, deljenj in odgovorov na našo vsebino, vključno z oglasi. Vsebina lahko vključuje formate, kot so objave, zgodbe (stories), kratki video posnetki (reels), videoposnetki in drugo.*



NAJSTAREJŠA TRTA

Prenova notranjosti Najstarejše trte – najbolj obiskane turistične znamenitosti v Mariboru in ikone slovenskega turizma, ki **se ponaša z 200 vinskimi etiketami** več kot **50 štajerskih vinarjev**.

Nadomestna lokacija v času zaprtja POP UP v Kulturni četrti Minoriti.

Do prenove v začetku meseca julija smo zabeležili **33 % rast prometa** iz naslova prodaje blaga in storitev.

16 vinskih in vinsko-kulinaričnih večerov za okoli **4.000 obiskovalcev**.

2.3.1 HIŠA NAJSTAREJŠE TRTE

→ DOSEŽENI UČINKI

Kvalitativni: Dvig prepoznavnosti Najstarejše trte in štajerskih vinarjev na lokalni, nacionalni in mednarodni ravni.

Kvantitativni: V letu 2024 smo v Hiši Najstarejše trte zaradi zaprtja ob prenovi na letni ravni zabeležili 32 % upad števila obiskovalcev glede na 2023.

Finančni: V letu 2024 smo v Hiši Najstarejše trte zaradi zaprtja ob prenovi na letni ravni ustvarili 16 % upad prometa od prodaje blaga in storitev glede na 2023.

V obdobju od julija do decembra 2024 je potekala prenova notranjosti Hiše Najstarejše trte, ki je vključevala:

- gradbeno-obrtniška dela,
- prenovu električnih in strojnih inštalacij ter
- digitalizacijo prostora.
- Poleg tega so uredili WC za invalide, z menjavo oken poskrbeli za naravno svetlobo in postavili mizo za vinske degustacije.

V središču prenovljenega prostora so štajerski vinarji in njihova odlična vina (vinske degustacije po novem potekajo sede, za interaktivno spoznavanje lokalnih vin bodo na voljo tablični računalniki z aplikacijo), v prostoru je nameščena tudi ambientalna multimedijška oprema. Cilja projekta sta izboljšanje obiskovalčeve izkušnje in dvig kulture pitja vina.

Projekt prenove so sofinancirali Ministrstva za gospodarstvo, turizem in šport (iz naslova Javnega razpisa za sofinanciranje vlaganj v javno in skupno turistično infrastrukturo in naravne znamenitosti v turističnih destinacijah), Mestna občina Maribor in Zavod za turizem Maribor.

Ključni partnerji prenove notranje opreme Najstarejše trte so še Zavod za varstvo kulturne dediščine Slovenije, Umetnostna galerija Maribor s Pokrajinskim arhivom Maribor, Višja strokovna šola za gostinstvo in turizem Maribor ter podjetja Arhisol d.o.o., Kograd IGEM d.o.o. in Art rebel 9 d.o.o.

V času prenove smo predstavitve 450-letne zgodbe Guinnessove rekorderke in vinske degustacije izvajali na nadomestni lokaciji, v bližnji Kulturni četrti Minoriti.

Odpiralni čas v letu 2024

- 1. 1. 2024 od 12. do 18. ure.
- 2. 1. 2024 od 10. do 16. ure.
- 3. 1. 2024 do 30. 4. 2024: od 10. do 18. ure; nedelje in prazniki: od 10. do 16. ure.
- 1. 5. 2024 do 30. 6. 2024: pon. – sre.: od 10. do 18. ure; čet. – sob.: od 10.00 do 20.00; nedelje in prazniki: od 10. do 16. ure.
- 1. 7. 2024 do 19. 12. 2024: Zaprto zaradi prenove objekta Najstarejša trta.
- 8. 7. 2024 – 13. 12. 2024: pon. – pet.: od 14. do 18. ure; sobote: 10. do 18. ure; nedelje in prazniki: od 10. do 14. ure (nadomestna lokacija v Kulturni četrti Minoriti).
- 24. 12. 2024 od 10. do 14. ure.
- 25. 12. 2024 od 12. do 16. ure.

- **26. 12. 2024** od 12. do 16. ure.
- **31. 12. 2024** od 10. do 16. ure.

Rezervirani dogodki (degustacije, sprejemi)

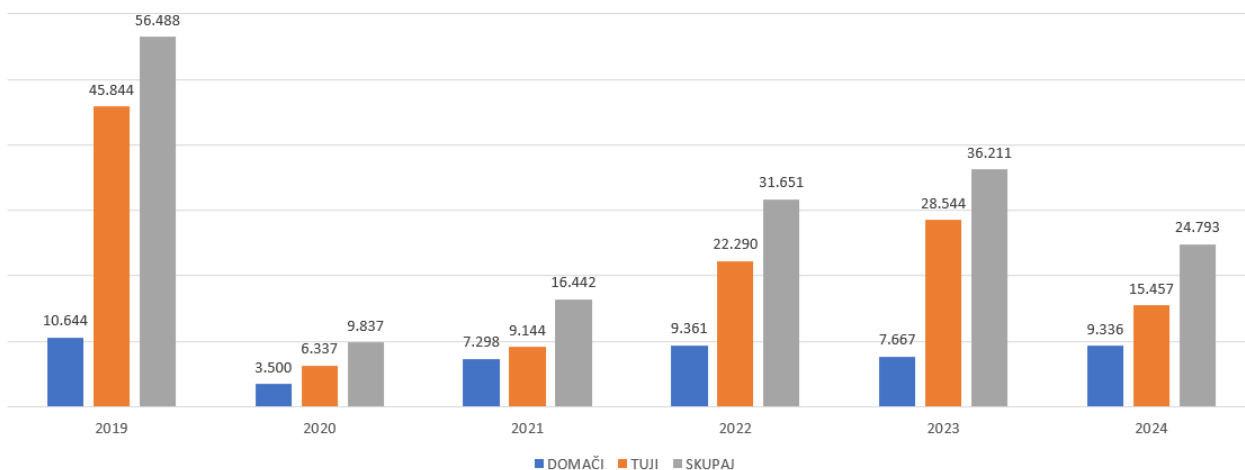
V primerjavi z letom 2023 beležimo upad rezerviranih obiskov skupin in individualnih gostov, in sicer za 11 %. Največ gostov je predhodno rezerviralo vinske degustacije lokalnih vin.

Statistika obiskovalcev

V letu 2024 je Hišo Najstarejše trte obiskalo 24.793 gostov, od tega 9.336 (38 %) domačih in 15.457 (62 %) tujih. Glede na leto 2023 beležimo 32 % upad obiska, pri čemer smo v prvem polletju do zaprtja Hiše Najstarejše trte zabeležili 26 % rast obiska v primerjavi z istim obdobjem v letu 2023.

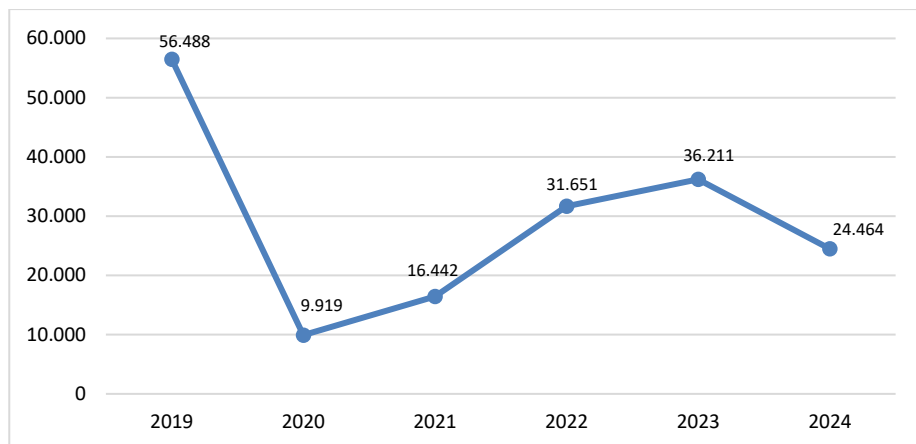
Večina gostov nas je obiskala v zgodnjih poletnih mesecih in v mesecu septembru ter novembru. Višek obiska smo beležili meseca junija. Gostje so bili pretežno iz bližnjih evropskih držav.

Primerjava obiska HST 2019/2020/2021/2022/2023/2024



Delež domačih gostov je letos znašal nekaj več kot **37 %**, v lanskem letu je ta delež znašal 21 % celotnega letnega obiska. Glede na lansko leto beležimo **22 % rast obiska domačih gostov** ter **46 % upad tujih gostov**.

Za **Slovenci** predstavljajo **Avstrijci, Nemci, Italijani, Španci, Hrvati, Poljaki, Francozi, Madžari in Čehi** največji delež obiskovalcev v letu 2024, kar je primerljivo tudi s prejšnjimi leti. Med temi državami so v porastu obiskovalci iz Francije in Češke.



Graf prikazuje gibanje števila obiskovalcev v Najstarejši trti po letih v obdobju 2019-2024.*

* Med julijem in decembrom 2024 je bila Najstarejša trta zaradi prenove zaprta.

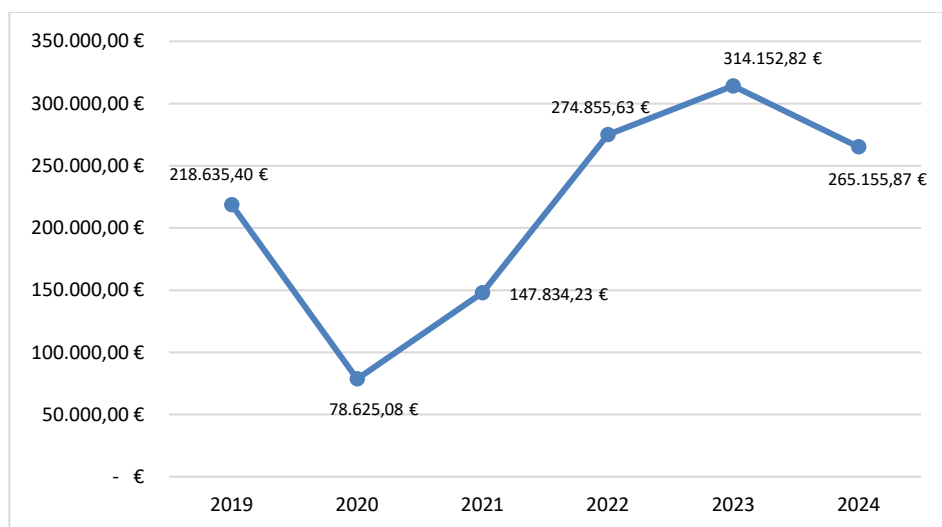
Tudi v letu 2024 beležimo vrhunec obiskanosti **v poletnih mesecih**. Največ obiskovalcev smo zabeležili **junija**, ko nas je obiskalo 7.385 obiskovalcev, in **maja**, ko smo zabeležili 4.098 obiskovalcev.

Promet v Najstarejši trti

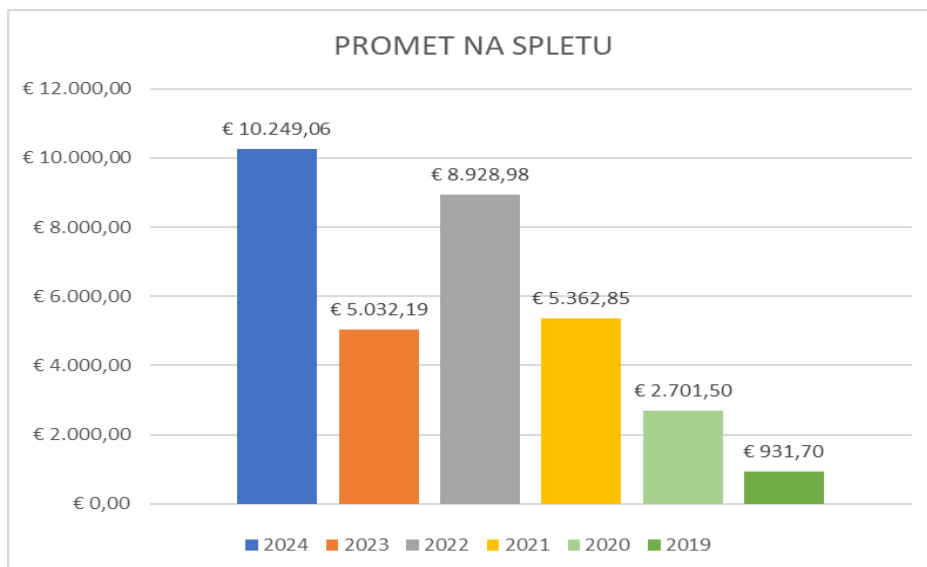
Do zaprtja Hiša Najstarejše trte zaradi prenove v začetku meseca julija, beležimo **33 % rast prometa iz naslova prodaje blaga in storitev**, v primerjavi z istim obdobjem v letu 2023. V primerjavi s celotnim letom 2023 beležimo v letu 2024 **15,6 % upad prometa iz naslova prodaje blaga in storitev**.

Največ prometa smo ustvarili v poletnih mesecih pred zaprtjem Hiše Najstarejše trte (maja in junija) ter septembra in novembra v času Festivala Najstarejše trte in Martinovanja v Mariboru.

Največ prometa smo ustvarili **iz naslova prodaje vina in vinskih degustacij**. Na drugem in tretjem mestu po številu prodanega blaga so spominki in lokalni prehrabni izdelki.



Graf prikazuje gibanje prometa v Najstarejši trti po letih v obdobju 2019-2024.



V letu 2024 smo iz naslova spletne prodaje ustvarili promet v višini 10.249,06 EUR. V primerjavi z letom 2023 smo zabeležili rast spletne prodaje za 104 %.

2.3.2 DOGODKI NAJSTAREJŠE TRTE

Vinsko LENTanje

→ DOSEŽENI UČINKI

Kvalitativni: Boljše poznavanje vinske ponudbe, tradicije in kulture pitja vina. Gostje so imeli možnost okušati raznovrstno ponudbo vin ob interakciji z vinarjem. Vinarji so neposredno predstavili postopek pridelave, predlagali možnosti kombiniranja s hrano in eventualni nakup vina v Hiši Najstarejše trte.

Kvantitativni: Prodali smo 2.080 kuponov za vino in 250 kuponov za hrano. Ocenjujemo, da je večere skupno obiskalo okoli 3.700 ljudi.

Finančni: Skupen promet vseh večerov Vinskega LENTanja je bil 34.932,15 EUR.

Degustacije in predstavitev lokalnih vin in vinarjev so bili vsak dan v času Festivala Lent, in sicer med 21. junijem in 29. junijem 2024, skupno torej **devet večerov**. Na večerih se je predstavilo **35 vinarjev** ter **4 vrhunski chefi**.



Vinarji, ki smo jih povabili k sodelovanju, so izvedli degustacije pred Najstarejšo trto. Ob pokušinah je za glasbeno ozadje skrbel DJ ter koncerti na odru Pri Najstarejši trti (v sklopu Festivala Lent).

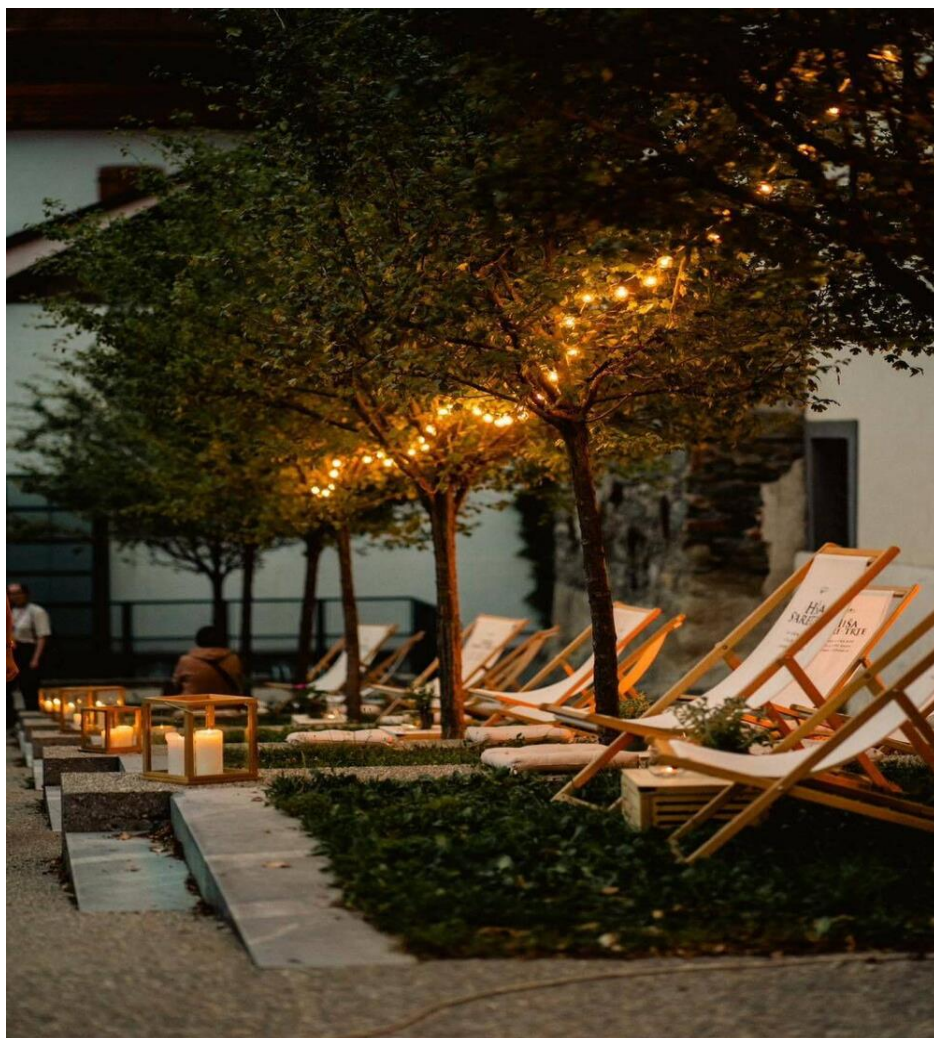
Četrtekovi vinski večeri v POPup-u Hiše Najstarejše trte

→ DOSEŽENI UČINKI

Kvalitativni: Dvig prepoznavnosti Hiše Najstarejše trte na lokalni in globalni ravni. Vinski večeri so bili dobro obiskani. Udeleževali so se jih stalni gostje Hiše Najstarejše trte kot tudi drugi lokalni gostje, lokalni vinarji, pa tudi gostje iz drugih mest in držav.

Kvantitativni: Zabeležili smo okoli 20 do 100 obiskovalcev na dogodek (skupno smo izvedli 7 dogodkov, 2 dogodka smo odpovedali zaradi slabega vremena).

Finančni: Skupen promet na vseh četrtekovih večerih je bil 2.719,00 EUR.



V poletnih mesecih (11. 7. do 6. 9.) smo na nadomestni lokaciji Hiše Najstarejše trte (Pop-up) izvedli sedem četrtkovih vinsko-kulinaričnih večerov, ki so poželi pozitiven odziv občinstva. Intimen ambient nadomestne lokacije je lepo povezal vsebino posameznega večera.



PRIREDITVE V ORGANIZACIJI ZAVODA ZA TURIZEM MARIBOR

Koordinacija in promocija mestnega projekta **Čarobni Maribor 2024 z več kot 200 dogodki in več kot 15 partnerskimi ustanovami.**

Štiridnevno Martinovanje v Mariboru z novim prizoriščem na obrobju mesta (Malečnik).

Vsebinska nadgradnja mestnih prireditev z izboljšano uporabniško izkušnjo.

2.4.1 ČAROBNI MARIBOR 2024

→ DOSEŽENI UČINKI

Kvalitativni: S panoramski kolesom, vrtiljakom, božično tržnico, otroškim adventom s prazničnimi projekcijami ter vsebino na velikem odru se je Maribor pozicioniral kot privlačna decembrska destinacija.

Kvantitativni: V decembru 2024 je bilo realiziranih 5 % več prenočitev in 8 % več turističnih prihodov kot decembra 2023 (skupno 37.548 prenočitev in 15.364 turističnih prihodov). V mesecu decembru 2024 smo beležili največ nočitev iz Slovenije (15,8 %), Hrvaške (10,3 %), Srbije (7,8 %), Avstrije (6,9 %), Madžarske (5,3 %), Italije (4,9 %) in Nemčije (4,7 %). V letu 2024 opazimo porast nočitev v primerjavi z letom 2023 pri gostih iz Slovenije (+10,6 %), Avstrije (+17,9 %), Italije (+12,3 %), Madžarske (+7,3 %) in Srbije (+2,9 %).

Finančni: Neto prihodek gostincev na Trgu Leona Štuklja se je v primerjavi z letom 2023 povečal za 36 %. Povečan promet je bil tudi pri gostincih in ponudnikih Božične tržnice na Glavnem trgu. Ocenjujemo dober obisk in dvig prihodka pri vseh ostalih mestnih ponudnikih blaga in storitev.



Zavod za turizem Maribor je v letu 2024 prevzel vlogo koordinatorja in osrednjega promotorja projekta Čarobni Maribor 2024. Model sodelovanja je vključeval več kot 15 partnerskih ustanov.

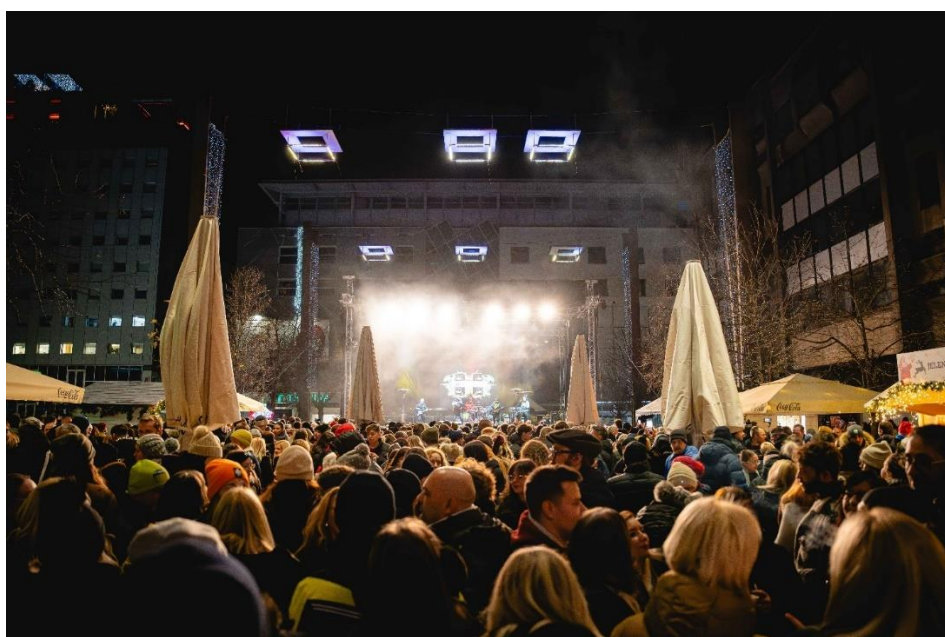
Ključni cilji projekta so bili:

- pravočasna komunikacija na ciljnih trgih,
- nadgradnja gostinske ponudbe in mestne okrasitve ter

- izboljšana uporabniška izkušnja (informiranje, parking, javni prevoz, brezstično plačevanje).

Uvedli smo dodatne **trajnostne prakse** (sistem povratnih enotnih skodelic za gostince, brezplačen javni prevoz ob prizigu lučk in na dan silvestrovanja) ter metriko za oceno uspešnosti projekta.

Več kot 15 partnerskih ustanov je za obiskovalce pripravilo privlačen in kakovosten program s skupno več kot 200 dogodki v 34 dneh (28. 11. do 31. 12.). Med drugim smo izvedli **11 brezplačnih koncertov** prepoznavnih glasbenih izvajalcev na Trgu Leona Štuklja (med 19. in 30. 12. 2024) in veliko silvestrovanje na prostem, glasba z DJ-em in šestimi manjšimi koncerti so bili v Božični vasi na Glavnem trgu, štiri velike koncerte pa so priredili tudi v Dvorani Tabor.



Po oceni ZTM se je zadnji dan v letu na Trgu Leona Štuklja zvrstilo okoli 10.000 obiskovalcev.

Vrhuncem decembrske ponudbe (božična tržnica s 33-metrskim panoramskim kolesom na Glavnem trgu, Festival Vilinsko mesto, obiski dedka Mraza ter koncerti in veliko silvestrovanje na Trgu Leona Štuklja) smo letos dodali **Otroški advent s prazničnimi projekcijami na Alojzijevo cerkev in vrtljak za najmlajše na Glavnem trgu**, v drugi polovici decembra pa je vrata na Lentu ponovno odprla **Najstarejša trta**. Novost na Trgu Leona Štuklja je bila **digitalizirana foto točka**, na kateri so obiskovalci ustvarili okoli 3.500 fotografij.



2.4.2 GASTRONOMSKI TOP DOGODEK »ŽAMETNA VEČERJA MED VINOGRADI«

→ DOSEŽENI UČINKI

Kvalitativni: Ozaveščanje o problematiki pomanjkanja kadra v gostinstvu in turizmu ter dvig ugleda poklicev v tej panogi. Dvig prepoznavnosti Maribora kot top gastronomske regije. Povezovanje mladih (dijakov, študentov) s profesionalnim okoljem.

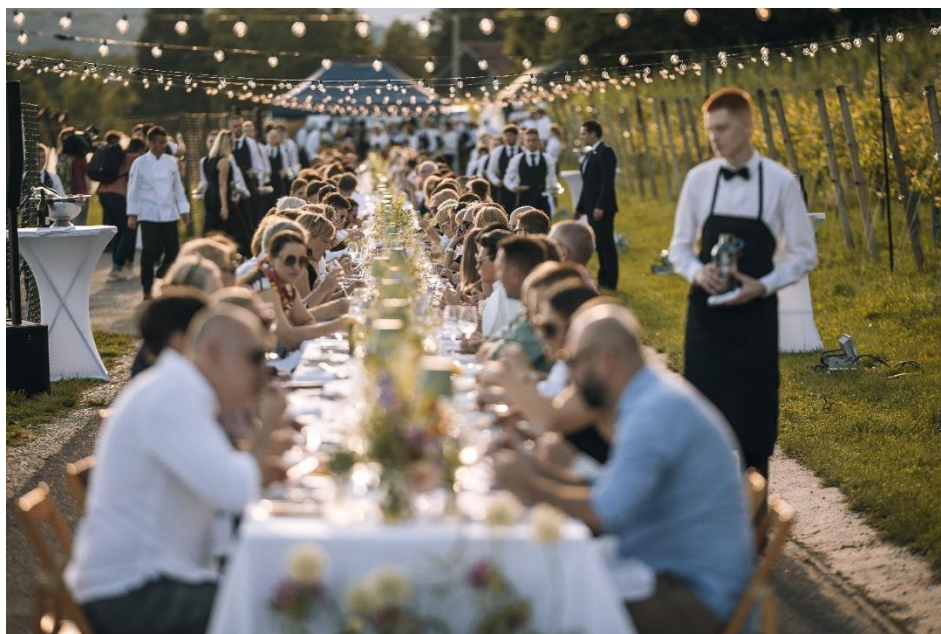
Kvantitativni: Prodanih je bilo skupno 132 vstopnic (preostanek vstopnic – razpoložljivih je bilo 150 sedišč – je bil razdeljeno med partnerje projekta).

Finančni: Promet iz naslova vstopnic je bil 15.840 EUR.

V tretji izvedbi projekta Žametna večerja lokacijo pod vinogradom potomk Najstarejše trte je v junijski izvedbi postregla z več **novostmi**.

V projektu sta poleg mariborskega chefa **Sebastjana Plevčaka** tokrat sodelovala medijsko prepoznavna slovenska chefa **Luka Jezeršek** in **Jorg Zupan**. K projektu smo povabil tudi lokalna strokovnjaka **Lovra Visočnika** kot mojstra strežbe in **Davida Možiča** kot mojstra mešanja pijač.

Skupaj z zgoraj navedenimi ter dijaki in študenti smo organizirali **izobraževalne dneve**, ki smo jih video- in foto dokumentirali. Mladi upi so skupaj z chefi tekom izobraževanj zasnovali jedilnik, z mojstrom strežbe urili pripravo mize ter z mojstrom mešanja pijač pripravili svoje pijače. Ob pripravljenem jedilniku smo v mesecu aprilu izvedli še **izbor vinske spremljave** štajerskih vin s strani priznanega sommelierja **Jerneja Lubeja** ter v družbi mladih upov.



Na dan izvedbe dogodka so dijaki in študenti poskrbeli za pijačo in hrano dobrodošlice ter 5-hodni meni iz lokalnih sestavin ob spremljavi vrhunskih štajerskih vin.

Prireditev sta **moderirala Filip Flisar in Flora Ema Lotrič**. Za dobrodošlico je goste pozdravil jazz duet, med dogodkom je na je igrala jazz zasedba glasbenico Ano Bezjak.

Soorganizatorji dogodka so bili Zavod za turizem Maribor, Višja šola za gostinstvo in turizem Maribor, Srednja šola za gostinstvo in turizem Maribor in Biotehniška šola Maribor ter podjetje Factumevent.

2.4.3 MARTINOVANJE V MARIBORU

→ DOSEŽENI UČINKI

Kvalitativni: Dvig prepoznavnosti ene najbolj odmevnih in priljubljenih prireditev v štajerski prestolnici. Razširitev koncepta Martinovanja v Mariboru z namenom dviga ugleda dogodka in dviga kulture pitja vina.

Kvantitativni: V štiridnevno prireditev je bilo vključenih več kot 70 lokalnih ponudnikov vina in kulinarike. Ocenjujemo, da je prireditev v mestnem jedru obiskalo okoli 20.000 ljudi.

Finančni: Prihodek ZTM iz naslova najema stojnic znaša 47.836,20 EUR. Na Koroški cesti smo prodali skupno 1.867 kuponov za vino ter 342 kuponov za kulinariko.

Od petka, 8. novembra, do ponedeljka, 11. novembra 2024, smo organizirali 39. Martinovanje v Mariboru.

Osrednji prizorišči martinovanja v mestnem jedru sta bili **Koroška cesta** (v petek in soboto, 8. in 9. novembra) in **Trg Leona Štuklja** (v ponedeljek, 11. novembra). V nedeljo, 10. novembra, je Turistično društvo Šempeter Malečnik Rupertce organiziralo praznovanje sv. Martina v bližnjem **Malečniku**.

Na štiridnevem martinovanju je sodelovalo okoli **70 lokalnih ponudnikov vina in kulinarike**. Pri mariborskih in okoliških ponudnikih pa je bila na voljo martinova gastronomija o okviru promocijske akcije **Martinov wine & dine**. V spremljevalnem martinovem programu so **Mestne nepremičnine** organizirale **Tržnico martinovih dobrot** na **Osrednji mariborski tržnici** (v petek in soboto) ter **gostinsko ponudbo** in **darilno tržnico** na **Grajskem trgu** in **Trgu svobode** (od petka do ponedeljka).



MESTNE PRIREDITVE V ČAST NAJSTAREJŠI TRTI

2.4.4 REZ NAJSTAREJŠE TRTE

→ DOSEŽENI UČINKI

Kvalitativni: Dvig prepoznavnosti Najstarejše trte.

Kvantitativni: Širjenje mreže mest in držav po svetu, kjer rastejo potomke Najstarejše trte.

Finančni: Promet ponudnikov lokalnih dobrot na stojnicah na Trgu Najstarejše trte.

Rez Najstarejše trte je uvodna prireditev v sklopu dogodkov, ki jih v Mariboru skozi leto namenjamo znameniti najstarejši trti na svetu. Hkrati je Rez Najstarejše trte tudi pomembnem protokolarni dogodek, na katerem mesto Maribor podari cepiče Najstarejše trte izbranim prejemnikom.

V marcu 2024 smo priredili tradicionalno, že 45. Rez Najstarejše trte s podelitvijo cepičev, ki so jih prejeli: Občina Središče ob Dravi, Krajevna skupnost Kamnica, Evropski red vitezov vina – Konzulat za Češko republiko, Občina Kovácsvágás (Madžarska) in Veleposlaništvo Kraljevine Španije.

Podelitev je spremljal kulturno-etnografski program s Pihalnim orkestrom Pošta Maribor. Ob pozdravu gospodarja Najstarejše trte mariborskega župana Saše Arsenoviča in poročilu skrbnika Najstarejše trte Staneta Kocutarja sta udeležence nagovorili tudi 13. Mariborska vinska kraljica Maruša Mukenauer in nova Vinska kraljica Slovenije Sanja Ferjančič.

2.4.5 POSTAVITEV KLOPOTCA

→ DOSEŽENI UČINKI

Kvalitativni: Širjenje prepoznavnosti najstarejše trte na svetu in klopotca kot simbola slovenske kulturne dediščine.

Kvantitativni: /

Finančni: /

V avgustu 2024 smo organizirali tradicionalno postavitve klopotca, ki je simbol vinogradništva na Štajerskem. Klopotec smo postavili pri vinogradu potomk Najstarejše trte pod znamenito Kalvarijo. Postavitev je potekala v sodelovanju z Biotehniško šolo Maribor in Malečniškimi brači. Dogodka so se udeležili predstavniki Zavoda za turizem Maribor, Mestne občine Maribor, Mariborska vinska kraljica Maruša Mukenauer, mestni viničar Stane Kocutar ter sodelavci Biotehniške šole Maribor.

2.4.6 FESTIVAL NAJSTAREJŠE TRTE

→ DOSEŽENI UČINKI

Kvalitativni: Festival vina, kulinarike in kulture, s katerim dvigamo kulturo pitja vina in prepoznavnost lokalnih ponudnikov skozi tržnice lokalnih dobrot, vinsko kulinarične večere ipd.

Kvantitativni: Štiridnevni festivalski program, ki vključuje tri vinsko-kulinarične večere, tridnevno Tržnico slovenskih dobrot in doživetja. V festival smo vključili več kot 40 lokalnih ponudnikov.

Finančni: Skupen promet prodaje kuponov za vino in vstopnice za vinsko-kulinarična doživetja je 8.523,50 EUR.

Tokrat je štiridnevni festival poleg tradicionalnih prizorišč gostoval tudi na edinstvenih kulturnih prizoriščih - v **Umetnostni galeriji Maribor** in na arkadah **Mariborskega gradu**. V festivalskem programu smo izvedli tri vinsko-kulinarične večere, dvodnevno Tržnico slovenskih dobrot in doživetja.

- **Prvi festivalski dogodek je bil okrogla miza z naslovom "Ne sodi vina po etiketi" in druženje ob vinskih pokušinah pred Umetnostno galerijo Maribor.**

Govorci na okrogli mizi so bili Goran Radinovič (Aritmija), Valter Kobal (Fedora wines), Sonja Erčulj (Puklavec Family Wines) in David Tavčar (kustos razstave Spekter v UGM in industrijski oblikovalec), vina na kozarec so predstavili Vinska klet Na bregi, Hiša vina Doppler, Fedora wines, Puklavec Family Wines in Vina Jaunik.



- **Drugi festivalski dan se je odvil na arkadah Mariborskega gradu.** Obiskovalci so spoznavali ponudbo vinotek in vinskih barov Wine bar Finesa, Karlek, Evino, Vinoteka in delikatesa Deliz, Polek vinoteka, delikatesa in vinski bar, Vinoteka Vinag 1847 in Hiša Najstarejše trte. Kulinarična spremljava je bila izpod rok **Restavracije Mak** in **Hiše Raduha**. Za glasbeno spremljavo pa je poskrbela skupina **Soul**, Jazz in Jaz.
- V soboto 28. septembra (v petek je bila tržnica zaradi vremena odpovedana), se je na tržnici **na Glavnem trgu** predstavljalo več kot **15 imetnikov certifikata Naše najboljše**, katerih pridelki in izdelki odražajo tradicijo, kakovost in trajnost. V nedeljo, 29. septembra, se je tržnica preselila **na Trg Najstarejše trte**. Tudi letos je festivalska tržnica vabila na **malico na prostem**, ki jo je pripravljala

kuharski chef Rok Zebec iz gostinstva Bro'Sis. Na Glavnem trgu so bili tudi glasbeni nastopi in ustvarjalne delavnice za najmlajše.

- Vrhunec festivala je bil **38. praznik trgatve najstarejše trte na svetu**. Kulturno-etnografska prireditev se je odvila v družbi gospodarja Najstarejše trte, mariborskega župana Saše Arsenoviča in trtinega skrbnika Staneta Kocutarja, Mariborske vinske kraljice Maruše Mukenauer in Vinske kraljice Slovenije Sanje Ferjančič, vinskih vitezov ter malečniških bračev. Prvi grozd je odrezal **mag. Jože Protner**. Na prireditvi so nastopili Akademska folklorna skupina Študent, Sebastijan Lukovnjak in skupina Leonart.



- Ob naštetih dogodkih smo organizirali tudi doživetja, kot so tradicionalno splavarjenje po Dravi, pohod po mestnih gričih in obisk znamenite vinske kleti Vinag.

DRUGE PRIREDITVE V SOORGANIZACIJI ZTM

2.4.7 DAN MARIBORA

→ DOSEŽENI UČINKI

Kvalitativni: Ozaveščanje Mariborčanov o prazniku mesta (prva omemba v letu 1164). Obogatitev dogajanja za širše množice na mestnih gričih.

Kvantitativni: Ocena obiska posamezne lokacije je bila med 500 in 1.000 ljudi. Dan Maribora je potekal na

skupno šestih lokacijah.

Finančni: Dvig prometa ponudnikov na lokacijah. Na lokaciji Piramida je hrano in pijačo ponujala Najstarejša trta.

Zavod za turizem Maribor je aktivno sodeloval pri organizaciji Dneva Maribora s koncerti na mestnih gričih.



Prevzeli smo koordinacijo lokacije Trikotna jasa na Pohorju in gostinsko ponudbo Najstarejše trte na lokaciji Piramida ter je izvajali digitalno promocijo dogodka.

2.4.8 BALET POD ZVEZDAMI

→ DOSEŽENI UČINKI

Kvalitativni: Dvig prepoznavnosti Maribora kot mesta izjemnih dogodkov.

Kvantitativni: Visok obisk obiskovalcev mestnega središča.

Finančni: Dvig prometa turističnega gospodarstva v središču mesta.

Slovensko narodno gledališče, Narodni dom Maribor, Društvo Ezl ek in Zavod za turizem Maribor smo kot koproducenti sodelovali pri izvedbi projekta Balet pod zvezdami.

Zavod za turizem Maribor je v okviru sodelovanja zagotovil plačilo dela operativnih stroškov ter poenoteno promocijo dogodka v izbranih slovenskih (spletni portali, radijsko oglaševanje) in tujih (META) medijih ter na kanalih Visit Maribor ter ponudil pomoč zaposlenih Zavoda za turizem Maribor na prizorišču in za namene protokola pred in na dogodku.



***Predstava Romeo in
Julija v koreografiji
Valentine Turcu na
glasbo Sergeja
Prokofjeva je bila v
soboto, 7. septembra.***



UPRAVLJANJE TURISTIČNIH PRODUKTOV



Pozicioniranje Maribora na področju **industrije srečanj** na nacionalni in mednarodni ravni.

Oblikovanje delovne skupine **Kultura in turizem (KIT)** Maribor z ambicijo **pretvoriti kulturni kapital mesta v turistični potencial**.

2.5.1 WINE & DINE MARIBOR

→ DOSEŽENI UČINKI

Kvalitativni: Širjenje prepoznavnosti Maribora in okolice kot gastronomske in butične destinacije za segment zahtevnih gostov.

Kvantitativni: Preko spletnega kanala ZTM smo prodali 20 ponudb (v letu 2023 82) 9 ponudnikov (v letu 2023 12) v vrednosti 1.680 EUR (v letu 2023 2.451 EUR). Prodaja se je vršila tudi direktno pri ponudnikih in ZTM s temi podatki o prodaji ne razpolaga.

Finančni: Povečanje prihodkov ZTM in ponudnikov, vključenih v promocijsko akcijo.

Maribor je v letu 2023 še dodatno okrepil svoj ugled na področju gastronomije z nazivom najboljše evropske kulinarčne destinacije (Best Culinary Destination in Europe 2023). ZTM je v sodelovanju z **9 ponudniki vina in kulinarike** v času martinovanja ponovno izvedel promocijsko kampanjo Martinov Wine & Dine, katerega glavni namen je **aktivnejša promocija lokalnih ponudnikov v jesenskem času**, ki s sodelovanjem v produktu omogočajo **razpoložljivost oz. obratovanje ponudnikov mariborskega podeželja vse dni v tednu**.

Aktivnost je potekala med **25. oktobrom in 11. novembrom 2024** s poudarkom na martinovi ponudbi jedi. Različne gastronomske ponudnike smo povezali v **pet vinsko-kulinaričnih kategorij**, ki združujejo ponudbo posameznih ponudnikov po enotnih cenah in terminih: nagrajeni štajerski vinarji, vrhunske restavracije in chefi, gostilne s tradicijo in turistične kmetije. Nakup »Wine & Dine« doživetja pri izbranem ponudniku je bilo mogoče opraviti preko spletne strani visitmaribor.si, v Turistično informacijskem centru (TIC) Maribor in v ter direktno pri ponudniku.

Produkt Wine & Dine smo oglaševali na družbenih omrežjih **Facebook in Instagram** ter preko e-mailinga.

2.5.2 ZNAMKA »NAŠE NAJBOLJŠE«

→ DOSEŽENI UČINKI

Kvalitativni: Spodbujanje kratke dobavne lokalne verige ponudnikov v Mariboru in okolici. Dvig kakovosti izdelkov in storitev turističnih ponudnikov.

Kvantitativni Certifikat Naše najboljše je v letu 2024 pridobilo več kot 30 ponudnikov v kategorijah rokodelski izdelki, pridelki in živilski izdelki, vodena doživetja in nastanitve. 27 ponudnikov je certifikat kakovosti prejelo prvič.

Finančni: Dvig prihodkov ponudnikov iz naslova vzpostavitve prodaje izdelkov v TIC Maribor in v Najstarejši trti, preko spletne strani visitmaribor.si in na prireditvah v organizaciji ZTM in partnerskih organizacij.

V letu 2024 smo nadaljevali s spodbujanjem ponudnikov k povezovanju in vključitvi v TKBZ Naše najboljše. Izvedli smo pet ocenjevanj različnih kategorij:

- ocenjevanje rokodelskih izdelkov (9. 9. 2024),
- ocenjevanje pridelkov in živilskih izdelkov (9. 9. 2024),
- ocenjevanje doživetij (19. 6. 2024) in
- ocenjevanje nastanitvev (8. 4. 2024) ter
- ocenjevanje predstavitveno-prodajnega centra (17. 12. 2024).

V petek, 27. septembra, ob 13. uri je Zavod za turizem Maribor na arkadah Mariborskega **gradu podelil kakovostne certifikate Naše najboljše več kot 30 lokalnim ponudnikom** (rokodelcem, ponudnikom pridelkov

in živilskih izdelkov, vodenih doživetij in nastanitvenih kapacitet), med katerimi je 14 ponudnikov certifikat kakovosti prejelo prvič.

17. decembra 2024 je **Najstarejši trti** bil podeljen certifikat Naše najboljše v **kategoriji Predstavitveno prodajnega centra**. Komisija je pohvalila prenovo prostora Najstarejše trte, ki je vsebinsko in gradbeno ustrežna ter prispeva k bogati ponudbi vinorodne dežele Podravje. Predlagane so bile nekatere izboljšave (oblikovanje degustacijskih listov, veganska ponudba in certifikacija izdelkov) s ciljem doseganja višje kakovosti in celostne izkušnje za obiskovalce.

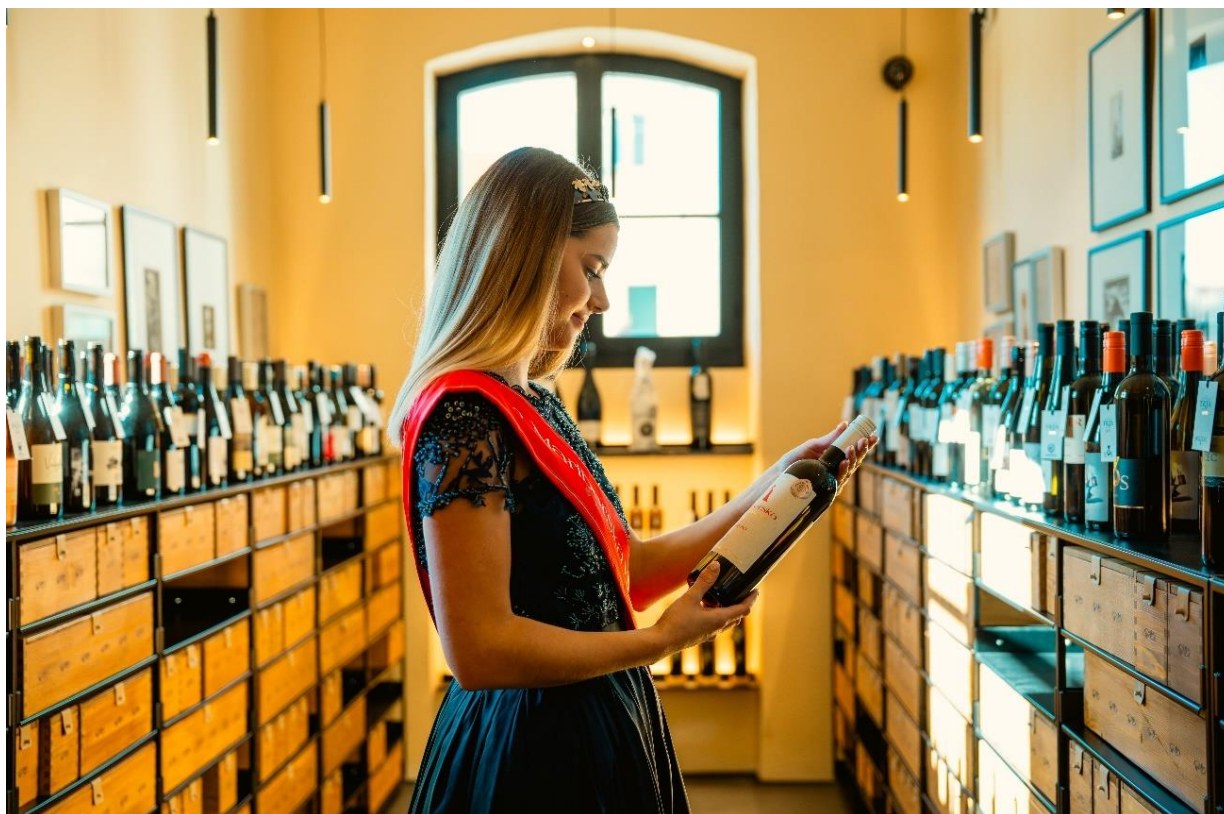
Vključevanje ponudnikov Naše najboljše v mestne in druge dogodke:

- V času **Festivala Najstarejše trte** se je na Tržnici slovenskih dobrot v petek in soboto, 27. in 28. septembra, med 10. in 18. uro na tržnici na Glavnem trgu predstavljalo več kot 15 imetnikov certifikata Naše najboljše, katerih pridelki in izdelki odražajo tradicijo, kakovost in trajnost. V nedeljo, 29. septembra, se je tržnica preselila na Trg Najstarejše trte.
- Rokodelski ponudniki s certifikatom Naše najboljše so sodelovali na **sejmu umetnosti in obrti na Grajskem trgu od aprila do oktobra**.
- Ponudniki pridelkov in živilskih izdelkov s certifikatom Naše najboljše so sodelovali na **Mednarodne festivalu Čili in čokolada**, ki se je odvijal 22. in 23. 3. 2024.
- Ponudniki s certifikatom Naše najboljše so bili povabljeni k sodelovanju na **Božični tržnici** (28. 11. – 31. 12. 2024) v okviru Čarobnega Maribora. K sodelovanju je pristopilo osem ponudnikov, ki so v hišici Naše najboljše ponujali svoje izdelke.

Na ZTM urejamo tudi:

- zbiranje podatkov o ponudnikih za vnos na spletni portal visitmaribor.si za [pristajalno stran Naše najboljše](#).
- vključitev izdelkov v [spletno trgovino shop.visitmaribor.si](http://spletno.trgovino.shop.visitmaribor.si).
- redno komunikacija s ponudniki in obveščanje ponudnikov, vključenih v KBZ Naše najboljše
- Redno komuniciramo z mediji in obveščamo o novostih, se udeležujemo intervjujev ter odgovarjamo na novinarska vprašanja.





2.5.3 INDUSTRIJA SREČANJ

→ DOSEŽENI UČINKI

Kvalitativni: Dvig prepoznavnosti Maribora kot butične poslovne destinacije, primerne za izvedbo manjših dogodkov na visoki ravni.

Kvantitativni: Maribor smo kot poslovno destinacijo predstavljali na treh poslovnih borzah (Conventa 2024, IMEX Frankfurt 2024 in IBTM Barcelona 2024) ter na dveh poslovnih delavnicah (Varšava in Bruselj). Udeležili smo se štirih izobraževanj v organizaciji Zavoda Kongresno-turistični urad Slovenije in njihovega poslovnega partnerja Toleranca Marketing. V okviru Slovenskega ambasadorskega programa, ki poteka pod okriljem Zavoda Kongresno-turistični urad Slovenije, smo pridobili 2 kongresna ambasadorja Slovenije iz Maribora (mag. Nataša Ritonija in prof. dr. Gregor Štiglic) ter organizirali eno srečanje kongresnih ambasadorjev Slovenije in tri FAM tripe za tuje kupce iz Madžarske, ZDA, Portugalske, Hrvaške in Nemčije (Pos – Conventa fam trip, Virtuoso, KUS Fam trip).

Finančni: Ustvarjen promet iz naslova organizacije in izvedbe turističnih doživetij za udeležence kongresov EMSF 2024 in Nicehash 2024.

Kongresni urad Maribor, ki deluje pod okriljem Zavoda za turizem Maribor, je osrednja točka, na katero se obrnejo organizatorji dogodkov doma in iz tujine, kadar želijo organizirati dogodek v Maribor.

V nadaljevanju predstavljamo aktivnosti Kongresnega urada Maribor v letu 2024.

- Udeležili smo se Generalne skupščina in Strokovnega sveta Kongresnega urada Slovenije, ki sta potekala v okviru posebnega jubileja, tj. 20. obletnice delovanja Urada, 11. aprila 2024 na Ljubljanskem gradu v Ljubljani.
- Februarja 2024 smo se skupaj s Hotelom Habakuk predstavljali **na poslovni borzi Conventa 2024** (20. - 22. februarja 2024) in si delili stroške predstavitvene mize. Imeli smo 24 vnaprej napovedanih sestankov z buyerji iz Slovenije, Poljske, Hrvaške, Bolgarije, Belgije, Francije, Nemčije, ZDA, Portugalske, Turčije, Italije, Arabskih Emiratov ter Nizozemske. Realizirali smo jih 23. Buyerji so povpraševali predvsem po incentive ponudbi ter ponudbi posebnih prizorišč.



- V času Convente (21. februarja 2024) je potekalo 1. srečanje kongresnih ambasadorjev in partnerjev ambadorskega programa v letu 2024.
- V okviru Convente smo se udeležili tudi večernega dogodka Meetig Stars v Cankarjevem domu, kjer se je **Maribor uvrstil med top 10 destinacij**, ki so primerne za organizacijo **srednje velikih dogodkov** in lahko gostijo do največ 1.200 udeležencev.
- Prav tako smo v okviru Convente v »Conventa Green Corner« imeli predstavitev primera trajnostnih praks pri organizaciji dogodkov v Mariboru z naslovom: Sustainable Event Organizing in Maribor.

- Za udeležence mednarodnih kongresov **EMSF 2024** (26. – 29. maj 2024) in **Nicehash 2024** (8. – 9. november 2024) smo organizirali turistična doživetja v Mariboru.
- Septembra 2024 smo se udeležili **poslovnega dogodka Conventa Crossover 2024**, ki je potekal v Centru Rog v Ljubljani. V sklopu Convente Crossover 2024:
 - so se odvijale predstavitve finalistov za Conventa Best Event Award, kjer je Zavod za turizem Maribor **predstavljal s prireditvijo Slavnostna otvoritev OFEM 2023 v kategoriji B2C**.
 - ter vrstila predavanja osredotočena na avtentičnost v marketingu, učinek prireditev, inovativne načine učenja in ustvarjanja.
- V letu 2024 smo sodelovali tudi v **Slovenskem ambadorskem programu**. Svečana podelitev Kongresnega ambasadorja Slovenije je potekala 11. novembra 2024 v Centru Rog v Ljubljani v organizaciji Kongresnega urada Slovenije ob podpori Slovenske turistične organizacije. V sklopu Slovenskega ambadorskega programa so predstavili prejemnike častnega naziva **Kongresna ambasadorica/Kongresni ambasador** za leto 2024. Prejemnika naziva iz Maribora sta **mag. Nataša Ritonija**, za organizacijo Olimpijskega festivala evropske mladine 2023 Maribor in **prof. dr. Gregor Štiglic**, za organizacijo dogodka 21st International Conference Artificial Intelligence in Medicine.



- V sodelovanju z lokalnimi ponudniki smo med 22. in 23. februarjem 2024 organizirali **FAM trip za udeležence Convente 2024 iz Madžarske, Portugalske, Nemčije in Hrvaške** (predstavniki podjetij, turističnih agencij) in jim predstavili ponudbo konferenčnih kapacitet, posebnih prizorišč in možnosti motivacijskih programov.

- Pod okriljem Zavoda Kongresno-turistični urad Slovenije smo se udeležili dveh mednarodnih borz, in sicer IMEX Frankfurt 2024 in IBTM World 2024 Barcelona ter dveh poslovnih delavnic v Bruslju in v Varšavi.
- V letu 2024 smo se udeležili treh brezplačnih izobraževanj naslovljenih **FUTURE Talks & Lab** v organizaciji Zavoda Kongresno-turistični urad Slovenije ob podpori Slovenske turistične organizacije.
- Septembra 2024 smo v Mariboru organizirali **3. srečanje Kongresnih ambasadorjev Slovenije**, ki ga je omogočil Kongresni urad Slovenije v okviru Slovenskega kongresnega ambasadorskega programa, v sodelovanju z Zavodom za turizem Maribor in Slovensko turistično organizacijo. Dogodek je bil namenjen povezovanju in izmenjavi idej med strokovnjaki in vodilnimi posamezniki z različnih področij, ki so zaslužni za organizacijo mednarodnih dogodkov in srečanj ter ključni pri povečanju prepoznavnosti Slovenije.
- Decembra 2024 smo v sodelovanju s Kongresnim uradom Slovenije v Mariboru organizirali poldnevni **FAM trip za agente z Madžarske**, kjer smo jim predstavili ponudbo posebnih prizorišč in vinsko-kulinaričnih doživetij.

Ob koncu leta 2024 je Maribor prejel **certifikat odličnosti** prepoznavne spletne platforme za poslovni turizem kongres-magazine.eu. V kategoriji **srednje velikih kongresnih destinacij** (M) smo bili ocenjeni s 4,33 točkami od 5 točk (v letu 2023 s 4,09 točkami) in se v omenjeni kategoriji **uvrstili med 10 najboljših evropskih destinacij**.

2.5.4 ZELENA DESTINACIJA

→ DOSEŽENI UČINKI

Kvalitativni: Dvig prepoznavnosti Maribora kot zelene, okolju in ljudem prijazne, trajnostno naravnane destinacije.

Kvantitativni: Maribor je v Zeleno shemo slovenskega turizma vključen 9 let. V letu 2024 smo pristopili k izračunu ogljičnega odtisa Najstarejše trte, ki je znašal 19,3 tCO₂e. Izvedli smo eno predstavitveno delavnico aktivnosti za obnovo znaka Green Destination za sodelavce Zavoda za turizem Maribor in člane zelene ekipe.

Finančni: Spodbujanje potrošnje pri certificiranih ponudnikih in doseganje višje prodajne cene storitev certificiranih ponudnikov.

Destinacija Maribor - Pohorje je ena izmed prvih destinacij, ki so se vključile v nacionalni program Zelena shema slovenskega turizma. Program se izvaja pod okriljem Slovenske turistične organizacije in predstavlja celovito zasnovan sistem za pospeševanje razvoja trajnostnega turizma v Sloveniji.



*Maribor je nosilec
bronaste certifikata
Slovenia Green
destination.*

Maribor je konec leta 2024 zasedel **2. mesto na seznamu najboljših trajnostnih božičnih destinacij** platforme **European Best Destinations (EBD)** in prejel naziv "**najboljša zelena prestolnica v Evropi**" za leto 2025. Ta dosežek krepi ugled mesta kot vrhunske trajnostne turistične destinacije, kar je izpostavil tudi svetovni medij **Forbes**. Mesto je uspešno nagovorilo okoljsko ozaveščene turiste z višjo dodano vrednostjo, pri čemer ključne prednosti vključujejo bližino narave, lokalno gastronomijo, zeleno infrastrukturo ter visoko varnost. Zavod za turizem Maribor je v sodelovanju z MOM in Javnim podjetjem Marprom v letu 2024 omogočil **brezplačen mestni avtobusni prevoz ob večjih dogodkih**.

Spletno mesto visitmaribor.si smo nadgradili s podstranjo "**Umetnost in kultura za vse**" ter oznako "Maribor za vse", ki izpostavlja dostopnost kulturnih ustanov za ranljive skupine. Razvit je bil spletni vprašalnik za pridobivanje podatkov o vključujoči ponudbi, kar omogoča označevanje dostopnosti za gibalno ovirane, slepe in slabovidne. Pristajalna stran in posodobljeni katalogi na portalu promovirajo **trajnostni in vključujoč turizem**.

Leto 2024 je prineslo 4 % manj prenočitev (524.000) in 6 % več turističnih prihodov (254.000). Kljub temu so rezultati pozitivni zaradi **rasti v nižjih sezonah**, kar prispeva k **desezonalizaciji turizma**. Strategija slovenskega turizma vključuje zmerno kvantitativno rast, z osredotočenjem na kakovost in dodano vrednost.

V skladu z **uredbo o zelenem javnem naročanju** je bila pri prenovi Najstarejše trte uporabljena oprema, ki ustreza okoljevarstvenim standardom, kar odraža trajnostno naravnost mestnih projektov.

2.5.5 KULTURNI TURIZEM

→ DOSEŽENI UČINKI

Kvalitativni: Dvig prepoznavnosti Maribora kot metropolitanskega, urbanega mesta z odlično in raznovrstno ponudbo kulture ter umetnosti. Pretvarjanje kulturnega kapitala mesta v turistični potencial (skupna promocija in oglaševanje, odprtje kulturnih ustanov ob nedeljah, poenotena analitika obiskčnosti idr.).

Kvantitativni: Dvig števila obiskovalcev v mariborskih kulturnih ustanovah in na kulturnih prireditvah.

Finančni: Spodbujanje potrošnje v segmentu kulturni turizem in pri ponudnikih drugih turističnih in s



Zavod za turizem Maribor
Tkalski prehod 4, 2000 Maribor

→ T +386 (0)2 234 66 00
→ E zzt@maribor.si

turizmom povezanih storitev.

Z vstopom v dvoletni cikel **nosilne teme kultura in umetnost promocije Slovenije** na nacionalni ravni se je kulturnim in turističnim akterjem ponudila odlična platforma za zagon skupnih aktivnosti na polju mariborskega kulturnega turizma.

Na ZTM smo določili ključne cilje in ambicije, ki smo jih marca 2024 predstavili na **3. Mariborskem turističnem forumu**, aktivnosti pa sistematično izvajamo v okviru delovne skupine KIT (kultura in turizem) Maribor, v katero smo vključeni ključni akterji turizma in kulture. Ambicija je **kulturni kapital mesta pretvarjati v turistični potencial**, med drugim tudi za nove skupine obiskovalcev, **milenijce in zoomerje**, ki se zanimajo za našo identiteto in kulturo, sodobno ustvarjalnost ter doživetja v urbanem okolju.

Naš cilj je, da tesno povezana, dostopna in dobro vidna mariborska kultura postane generator turizma višje kakovosti, urejenega okolja in trajnostnega razvoja.

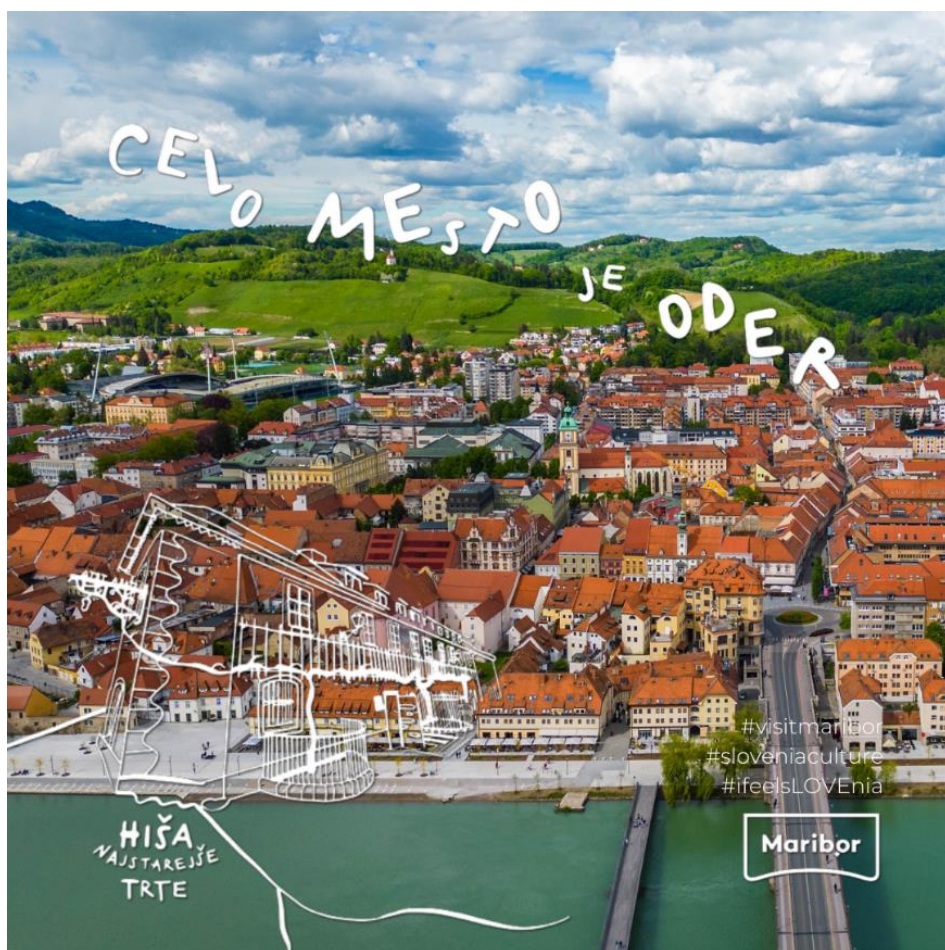
10 ciljev in ambicij Zavoda za turizem Maribor na področju kulturnega turizma v letih 2024 in 2025 s pregledom poteka aktivnosti:

1. Delovna skupina KIT Maribor – izvedeno in se nadaljuje v 2025
2. Skupen uredniški koledar – izvedeno in se nadaljuje v 2025
3. Akcijski načrt razvoja in promocije kulturnega turizma in prireditvev 2024-2025 – izvedeno
4. Novi promocijski material – in se nadaljuje v 2025
5. Promocija in oglaševanje – in se nadaljuje v 2025
6. Aplikacija KAM v hotelih in gostinskih lokalih – izvedeno
7. Izobraževanja in razvoj skupinskega produkta – v teku
8. Ponudba Maribora kot filmske destinacije – v teku
9. Analitika obiskanosti kulturnih ustanov in dogodkov – v teku
10. SPODBUJANJE RAZPRAVE NA RAVNI MO MARIBOR 1.) dnevi odprtih vrat za turistične delavce 2.) odpiralni časi - nedelje 3.) »kulturni prevoz« – izvedeno in se nadaljuje v 2025

Maribor

Zavod za turizem Maribor
Tkalski prehod 4, 2000 Maribor

→ T +386 (0)2 234 66 00
→ E zzt@maribor.si



***Slogan povezovanja
kulture, umetnosti in
turizma v Mariboru je
Celo mesto je oder.***



UPRAVLJANJE DESTINACIJE

3. Mariborski turistični forum v Kulturni četrti Minoriti z udeležbo okoli **150 deležnikov mariborskega turizma**.

18 novih lokalnih turističnih vodnikov.

Tretja zaporedna raziskava Struktura in **zadovoljstvo obiskovalcev Maribora z 81 % oz. najvišjim deležem** vprašanih doslej, ki so z obiskom mesta v splošnem zadovoljni.

2.6.1 MARIBORSKI TURISTIČNI FORUM

→ DOSEŽENI UČINKI

Kvalitativni: Seznanitev turističnega gospodarstva in ostalih udeležencev z aktualnim stanjem na področju mariborskega turizma s poudarkom na kulturnem turizmu ter primeri dobrih praks v tujini.

Kvantitativni: Mariborski turistični forum je obiskalo okoli 150 udeležencev.

Finančni: /

12. marca 2024 se je v Kulturni četrti Minoriti odvil 3. Mariborski turistični forum v organizaciji Zavoda za turizem Maribor. 15 govorcev in več kot 130 deležnikov iz turističnega, kulturnega in ustvarjalnega sektorja je osvetlilo pogled na temo »Umetnost, festivali in dediščina kot magnet Maribora«.

- Slovenska turistična organizacija je 2024 in 2025 razglasila za leti umetnosti in kulture v globalni promociji Slovenije kot turistične destinacije, je uvodoma poudarila **mag. Maja Pak Olaj**, ki je pospremila 3. Mariborski turistični forum v program s pozdravnim nagovorom skupaj z županom Mestne občine Maribor **Sašo Arsenovičem**.
- Direktor Zavoda za turizem Maribor **Jure Struc** je predstavil ključne točke programa dela, rekordne turistične rezultate za leto 2023 in **glavne priložnosti medsektorskega povezovanja med turizmom in kulturo za razvoj skupne ponudbe in promocije**. Slovenija se namreč vse bolj uveljavlja tudi kot **destinacija za alternativen mestni oddih**, ki teži k dobremu počutju v kakovostnem javnem prostoru slovenskih mest, kjer je ritem prijaznejši kot v globalnih velemedstih, kakovost programskih vsebin in doživetij pa je povsem primerljiva.



- **Neja Petek**, direktorica Agencije za razvoj in komunikacije v turizmu **Nea Culpa**, ki se v sodelovanju z medresorsko delovno skupino pod okriljem Slovenske turistične organizacije podpisuje pod **Strateške usmeritve promocijskih let umetnosti in kulture v turizmu**, je spregovorila o **kulturni transverzali treh največjih urbanih središč Slovenije**, ki bodo v ospredju mednarodne promocije, med njimi Maribor.
- **Dr. Marko Mele**, direktor Unversalmuseuma Joanneum iz avstrijskega Gradca, je izpostavil **koncept sodobnih muzejev kot nosilcev kulturne dediščine**, a obenem živih in sodobnih središč lokalne skupnosti.
- 3. Mariborski turistični forum je z vklopom v živo gostil tudi utrip v štirih art hotelih Helmuta Marka v Gradcu. Najslavnejši avstrijski dirkač formule 1 je obenem strastni zbiratelj umetniških del. **Kako art hotele poganjajo strast, umetnost in gostoljubje**, sta spregovorili direktorici **Valerie Welsersheimb Marko** in **Verena Lam**.
- Več kot 30 let ustvarjanja Narodnega doma Maribor, največjega kulturnega centra v mestu, ki organizira tudi znameniti **Festival Lent, festival festivalov**, najpomembnejše poletno večprogramsko in večkulturno dogajanje na prostem v Sloveniji in regiji, je občinstvu približal direktor **Vladimir Rukavina**.
- **Zadovoljstvo in strukturo obiskovalcev Maribora** je predstavil **Janko Hočevnar**, direktor tržno-raziskovalne hiše Aragon.
- Dogodek je zaokročila **okrogla miza »Most med kulturo in turizmom«**, na kateri so priložnosti povezovanja na polju kulturnega turizma predstavili **Nina Kirbiš**, vodja urada za kulturo in mladino Mestne občine Maribor, **Nataša Bučar**, direktorica Slovenskega filmskega centra, **dr. Mirjana Koren**, direktorica Pokrajinskega muzeja Maribor, **Simona Vidmar Čelik**, direktorica Umetnostne galerije Maribor, **Alan Kavčič**, vodja odnosov z javnostmi v Slovenskem narodnem gledališču Maribor, in Jure Struc, direktor Zavoda za turizem Maribor. Okroglo mizo je vodila Neja Petek, direktorica agencije Nea Culpa. Udeleženci s tesnejšim sodelovanjem sektorjev kulture in turizma razvijamo in pospešujemo potenciale mesta Maribor, ki ga vzpostavljamo kot ustvarjalno destinacijo s sodobno kulturno-umetniško produkcijo, prepoznavnimi festivali in privlačno kulturno dediščino. Tako bo Maribor odigral ključno vlogo **v mednarodni privlačnosti Slovenije za mestni oddih** in obisk **ciljnih skupin prihodnosti**, kot so mladi kulturni surferji in primarni kulturni obiskovalci v turizmu. Ti si želijo poglobljene in avtentične izkušnje v stiku z lokalnimi prebivalci in njihovo kulturo.



2.6.2 IZOBRAŽEVANJE ZA TURISTIČNO GOSPODARSTVO

Usposabljanje za nove lokalne turistične vodnike

→ DOSEŽENI UČINKI

Kvalitativni: Dvig kompetenc zaposlenih v turizmu v destinaciji Maribor. Usposabljanje ponudnikov na področju turističnih doživetij. Na usposabljanju za lokalne turistične vodnike na turističnem območju Mestne občine Maribor, ki je potekalo v obliki predavanj, delavnic in terenskega dela, so udeleženci osvojili znanja na različnih področjih (kulturne in zgodovinske značilnosti Maribora, naravne in urbanistične privlačnosti, kulinariki ter doživljajski turizem, komunikacijske veščine in organizacija vodenja).

Kvantitativni: V okviru usposabljanja za lokalne turistične vodnike na turističnem območju Mestne občine Maribor smo pridobili 18 novih lokalnih turističnih vodnikov. Tako je v register 2024 vpisanih skupaj 48 lokalnih turističnih vodnikov turističnega območja Mestne občine Maribor.

Finančni: Dvig prihodkov od prodaje vodenih ogledov v TIC Maribor.

Zavod za turizem Maribor je v sodelovanju z **Višjo strokovno šolo za gostinstvo in turizem Maribor (VSGT Maribor)** med majem in junijem 2024 izvedel usposabljanje lokalnih turističnih vodnikov na turističnem območju Mestne občine Maribor. Usposabljanje je obsegalo 32 ur in vključevalo različne tematike, kot so zgodovina Maribora, urbanistični razvoj, kulinarika, organizacija vodenj ter psihologija gostov.

Na usposabljanje se je prijavilo 22 kandidatov, od katerih je **18 uspešno opravilo nastopno vodenje v različnih jezikih**. Podelitev potrdil novim lokalnim turističnim vodnikom je bila izvedena 21. junija 2024, podelitev vodniških izkaznic pa ob svetovnem dnevu turizma in sicer 27. septembra 2024.

Izobraževanje za voznike taksi službe

→ DOSEŽENI UČINKI

Kvalitativni: Spodbujanje kompetenc in kakovosti storitev ponudnikov prevozov z avto taksi vozili in posledično izboljšanje izkušnje turistov ob prihodu v destinacijo oz. stiku z izvajalcem s turizmom povezane storitve.

Kvantitativni: V enajstih terminih je izpit uspešno opravilo 45 kandidatov oz. voznikov taksi vozil.

Finančni: Ustvarjanje prometa iz naslova prodaje storitev v TIC Maribor.

Tudi v letu 2024 je ZTM redno izvajal **izobraževanje za voznike avto taksi vozil** s preizkusom znanja o poznavanju Maribora z okolico. Skupno smo izvedli 15 usposabljanj za 45 udeležencev.

Predavanja so zajemala zgodovinski pregled mesta, turistične znamenitosti, turistične informacije in možnosti za njihovo pridobivanje. Po zaključenih predavanjih so kandidati opravljali pisni izpit. Usposabljanja so izvajali zaposleni na ZTM.

2.6.3 RAZISKAVE

→ DOSEŽENI UČINKI

Kvalitativni: Pridobitev podatkov o stanju turizma v Mariboru. Lažje strateško načrtovanje in optimizacija prihodnjih aktivnosti ZTM.

Kvantitativni: Izvedba ene raziskave.

Finančni: Dolgoročno dvig prihodkov turističnega gospodarstva.

ZTM je v časovnem obdobju 7. 8. – 9. 8. 2024 izvedel tretjo zapodeno poletno **raziskavo Struktura in zadovoljstvo obiskovalcev Maribora**. V raziskavi je sodelovalo **492 anketirancev**. Ključna področja raziskave so bili struktura obiskovalcev, potrošnja, zadovoljstvo ter potencial priporočil in lojalnosti, vključili smo tudi oceno anketirancev o spodbujanju trajnostnega turizma.

Ključni izsledki:

- V tokratnem merjenju je bilo med anketiranimi nekoliko manj slovenskih obiskovalcev (16 % vs. 21 % v 2023). Le-ti v največji meri prihajajo iz Štajerske (Podravje, Pomurje, Koroška), sledijo obiskovalci iz osrednjeslovenske/gorenjske regije.
Med tujimi obiskovalci Maribora je tudi v letošnjem letu bilo največ nemških (20 %) obiskovalcev, sledijo obiskovalci iz Francije (11 %), Nizozemske (10 %), Italije (9 %) in Avstrije (8 %).
- 54 % obiskovalcev bo v Mariboru prenočilo vsaj 1 noč, medtem ko je 46 % v Mariboru samo na dnevnem izletu/obisku. Delež obiskovalcev brez/z nočitvijo ostaja na približno enaki ravni.

Tisti, ki prenočijo v Mariboru, v povprečju prenočijo 3,6 nočitve, kar je malenkost manj kot v preteklem merjenju (2023 – 3,9 nočitve).

- Enodnevni obiskovalci v Mariboru v povprečju za vse aktivnosti (kulinarika, kultura, šport, nakupovanje, prevoz) potrošijo 62 € na osebo (pri čemer domači enodnevni obiskovalci Maribora potrošijo več kot tuji enodnevni obiskovalci), medtem ko večdnevni obiskovalci v Mariboru za vse aktivnosti potrošijo v povprečju 214 € na osebo – od tega za namestitev namenijo v povprečju 98 € na osebo (v letu 2023 72 €).
- **KPI zadovoljstva obiskovalcev:**
 - Prepričljiva večina obiskovalcev Maribora, tj. 81 % je z obiskom mesta v splošnem zadovoljna, kar predstavlja najvišji delež od kar izvajamo meritev. 4 % obiskovalcev je z obiskom nezadovoljnih. Nekoliko bolj so zadovoljni tujci (kot Slovenci), tisti, ki so v mestu prenočili, in tisti, ki so v Maribor prišli zaradi zasebnih razlogov.
 - Največ obiskovalcev Maribora (skoraj štiri petine) je zadovoljnih s kulinariko. Glede na delež zadovoljnih obiskovalcev sledi zadovoljstvo z namestitvijo (75 %), s športom (69 %) in nakupi (63 %).
 - Polovica obiskovalcev (49 %) bi obisk mesta Maribor priporočila bližnjim.
 - Večina obiskovalcev Maribora (72 %) bi si na podlagi celotne izkušnje želela še kdaj vrniti na obisk mest; delež je glede na preteklo leto nižji (78 %).
- **V kolikšni meri Mestna občina Maribor spodbuja obiskovalce k trajnostnemu delovanju? Kakšen delež obiskovalcev pozna znamko Slovenia Green?**
 - Največ obiskovalcev (67 %) se strinja, da se mesto Maribor obnaša trajnostno in odgovorno.
 - 6 od 10-ih obiskovalcev se strinja, da jih Maribor spodbuja, da uporabljajo trajnostne oblike transporta.
 - Skorajda dve tretjini obiskovalcev (64 %) se strinja, da mesto Maribor svoje obiskovalce spodbuja, da se obnašajo ekološko.
 - Slaba polovica obiskovalcev mesta Maribora (48 %) pozna slovensko znamko za trajnost v turizmu - Slovenia Green, kar je enako kot v letu 2023.



TIC MARIBOR

35.584 oz. **15 % več obiskovalcev** kot v letu 2023.

511 vodenj oz. **7 % več** kot v letu 2023 za 10.438 udeležencev oz. 3 % več kot v letu 2023.

2.7.1 TIC MARIBOR

→ DOSEŽENI UČINKI

Kvalitativni: Odličen mestni servis, motiviranje obiskovalcev, da podaljšajo bivanje v destinaciji, TIC izvaja informiranje za celotno destinacijo Maribor - Pohorje, sodelovanje s ključnimi deležniki v turizmu pri oblikovanju in trženju turističnih produktov.

Kvantitativni: 15 % rast števila obiskovalcev v TIC Maribor glede na leto 2023.

Finančni: 22 % rast prometa od prodaje blaga in storitev glede na 2023.

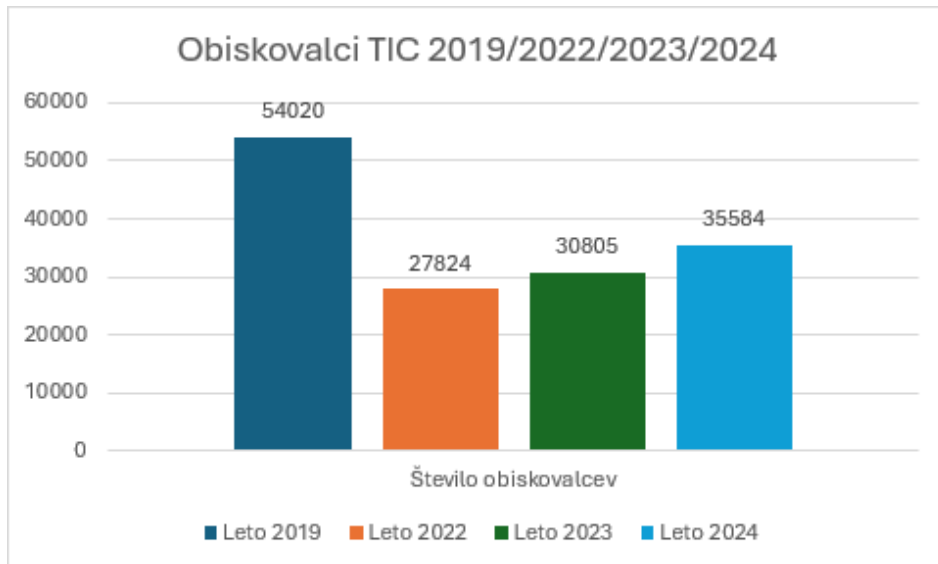
Turistično informacijski center Maribor (v nadaljevanju TIC Maribor) na lokaciji Partizanska cesta 6a od leta 2006 naprej skrbi za **zbiranje in obdelovanje turističnih informacij** ter zagotavlja **odličen mestni servis pri informiranju obiskovalcev o aktualni turistični ponudbi destinacije Maribor - Pohorje**, organizaciji turističnih vodenj, prodaji doživetij, spominkov in avtobusnih vozovnic za mestni promet ter posredovanju in opravljanju rezervacij za nastanitve.



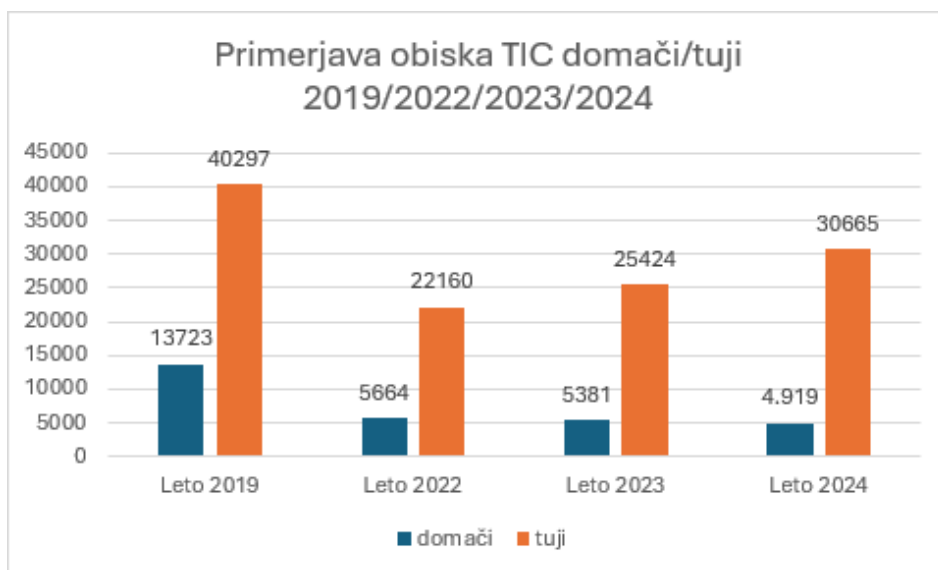
Odpiralni čas

- Januar-april in november-december: od 9. do 17. ure, sobote od 9. do 15. ure, nedelje in prazniki: od 9. do 13. ure.
- Maj-oktober: od 9. do 18. ure, sobote od 9. do 17. ure, nedelje in prazniki: od 9. do 15. ure.

Število obiskovalcev



V letu 2024 smo v TIC Maribor zabeležili 35.584 obiskovalcev, kar je 15 % več kot leta 2023.



V letu 2024 smo v TIC Maribor zabeležili 14 % domačih in 86 % tujih obiskovalcev.

Obiskovalci v letu 2024 so bili pretežno iz bližnjih evropskih držav. Med najbolj številčnimi tujimi obiskovalci v 2024 so bili **Avstrijci** (15 %), **Nemci** (13 %) in **Španci** (7 %), medtem ko je v letu 2023 največ tujih obiskovalcev prišlo iz Nemčije (14 %), Avstrije (12 %) in Francije (6 %).

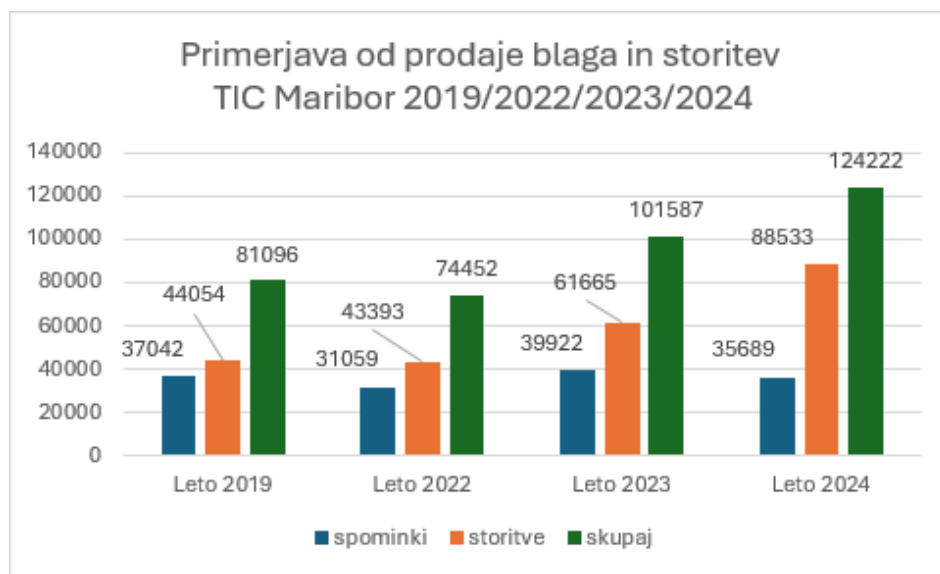
Ugotavljamo, da so **domači obiskovalci v letu 2024** povpraševali predvsem po avtobusnih vozovnicah mestnega prometa, nakupu spominkov, naročilu promocijskega materiala ter doživetjih. **Tuji obiskovalci so v letu 2024** povpraševali predvsem po znamenitostih v Mariboru, spominkih in aktivnostih na prostem (kolesarjenje, pohodništvo, zimski športi).

Najštevilčnejši med domačimi in tujimi obiskovalci v letu 2024 so bili:

- starejši samski, pari ali prijatelji brez otrok, ki spadajo v starostno skupino od **51 do 70 let**,

- sledijo jim mladi samski, pari ali prijatelji brez otrok iz starostne skupine od **35 do 50 let**.
- Tretji najštevilčnejši med domačimi obiskovalci so **mladi do 34 let**, med tujimi obiskovalci pa družine z otroki.

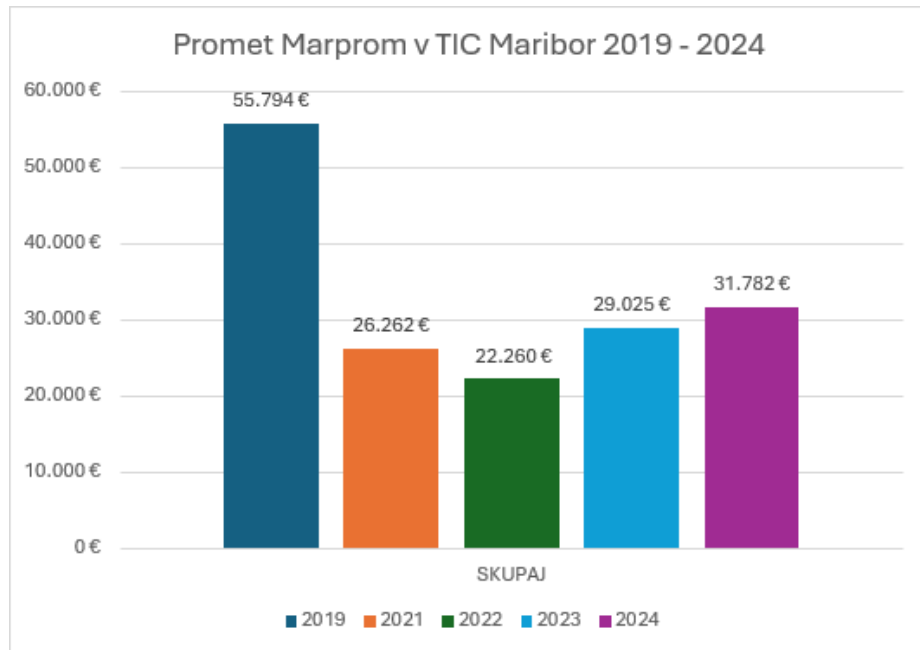
Promet od prodaje blaga in storitev v TIC Maribor



V letu 2024 beležimo 22 % rast prometa glede na leto 2023.

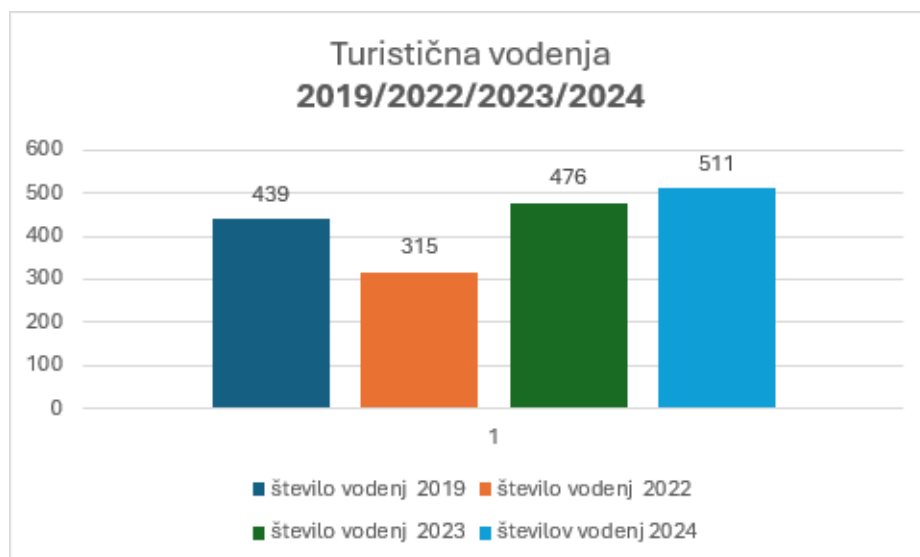
V letu 2024 smo ustvarili **72 % prometa iz naslova storitev**, kjer so v največji meri zajeta turistična vodenja, provizije iz naslova prodaje avtobusnih vozovnic za mestni promet, provizije od opravljenih rezervacij za nastanitve in Vinagovo klet ter promet od prodanih usposabljanj za taksiste in spletne prodaje vstopnic za Žametno večerjo. V letu 2024 sicer obiska iz leta 2019 nismo presegli, smo pa **za 53 % presegli promet iz leta 2019**.

Promet iz naslova produktov Marprom-a



V letu 2024 beležimo 10 % rast prometa iz naslova prodanih produktov Marproma v primerjavi z letom 2023.

Turistična vodenja



V letu 2024 smo izvedli 511 vodenj (7 % več kot v letu 2023) za 10.438 udeležencev (3 % več kot v letu 2023).

- Porast števila vodenj in udeležencev pripisujemo redni ponudbi vodenj za individualne goste ob petkih in sobotah od januarja do decembra 2024.
- Največ vodenj je bilo opravljenih v **oktobru** (94), sledita **september** (92) in **maj** (60), medtem ko je bilo v letu 2023 največ vodenj opravljenih v septembru (98), sledila sta oktober (75) in maj (61).
- 14 % rezervacij vodenj je bilo izvedenih preko spletne trgovine.
- Obiskovalci so se odločali predvsem za vodenja za individualne goste in vodenja za skupine do največ

30 oseb.



Največ vodenj je potekalo v nemškem jeziku (46 %), sledila so jim vodenja v angleškem (27 %) in slovenskem jeziku (20 %). V letu 2024 se je v primerjavi z letom 2023 povečalo število vodenj v nemškem jeziku za 3 % in v angleškem jeziku za 3 %.

Ob Mednarodnem dnevu turističnih vodnikov (21. 2.) in ob Svetovnem dnevu turizma (27. 9.) smo skupaj z lokalnimi turističnimi vodniki Maribora organizirali brezplačna vodenja po Mariboru.



OBČINSKA TURISTIČNA ZVEZA (OTZ) MARIBOR

Poročilo so pripravili: Stanislav Kozar, Nevenka Kaučič in predsedniki turističnih društev

2.8.1 POROČILO O DELU OTZ MARIBOR

V letu 2024 je potekalo delo Občinske turistične zveze Maribor po sprejetem programu dela. Tako kot vsako leto smo ga tudi tokrat dopolnili z dodatnimi aktivnostmi, tako smo predstavljali s turističnimi društvi in rokodelci na sejmu v Gornji Radgoni pod okriljem Turistične zveze Slovenije.

Tudi v turističnih društvih je delo potekalo po zastavljenih programih. Veliko število prostovoljcev, ki je vključenih v delo turističnih društev, je posvečalo skrb za urejanje okolja, vzdrževanju objektov kulturne dediščine, promocije krajev in znamenitosti v tiskanih publikacijah ali pa so bile turistične ponudbe prenesene na splet in s tem povabilo turistom v njihov kraj, še posebej pred glavnima turističnima mesecema. Tudi na Občinski turistični zvezi Maribor smo v letu 2024 podajali smernice delovanja svojim članom, izobraževali članstvo na področju digitalne pismenosti, se udeleževali posvetov, sodelovali z mariborskimi vrtci in še veliko več, kar boste izvedeli v nadaljevanju.

Za nami je leto polno prijetnih dogodkov.

Delovanje organov

- **Upravni odbor** je imel v letu 2024 tri redne seje, na katerih smo obravnavali program dela zveze s finančnim načrtom, spremljali delovanje odborov in izvajanje sklepov ter potrjevali poročilo o razdelitvi sredstev za sofinanciranje TD MOM.
- Sklicali smo **skupščino OTZ MB** v Kamnici in podelili priznanja zaslužnim članom društev. Podeli smo priznanja za urejenost okolja **Zlata sončnica**.
- Vključevali smo se v delo Štajerske turistične zveze in Turistične zveze Slovenije.
- Prijavili smo se na **razpis TZS za sofinanciranje dejavnosti** in bili uspešni.
- Redno smo vpisovali prostovoljne ure na portal TZS.
- Pripravljali dokumentacijo za računovodsko službo in zahteve ter poročila za Zavod za turizem Maribor (ZTM).
- Kar tradicionalno je, da smo se predstavljali na **sejmu turizma Alpe Adria** v Ljubljani v februarju. Bili smo prisotni vse štiri dni. Predstavljala so se turistična društva s svojo ponudbo in člani Odbora rokodelcev. Sicer pa je to tudi prostor mreženja in spoznavanja primerov dobrih praks.
- Vse leto smo koordinirali predstavitve naših ponudnikov in rokodelcev v **Mercator centrih** po Sloveniji.
- Na povabilo Europarka Maribor smo sodelovali na dvodnevem **Europarkovem sejmu turizma**. Predstavila so se društva, ponudniki in rokodelci.
- Vse leto smo spodbujali TD, da oglašujejo, promovirajo, predstavljajo svoj kraj, ponudnike, kulinariko na spletnih omrežjih. Dogodke in prireditve smo promovirali tudi preko spletne strani Zavoda za turizem Maribor.
- Udeležili smo se posveta za člane turističnih društev o aktualnih temah, ki ju je organizirala Štajerska turistična zveza.
- Člani Odbora rokodelcev so se predstavili na stojnicah pri **sveti maši na Bolfenku** na Pohorju. Dogodek je organiziralo TKD Pekre.
- Sodelovali smo pri oddajah Radia Maibor.
- Udeležili smo se posveta predstavnikov TD v Laškem v organizaciji TZS.
- Naši ponudniki so sodelovali na **Festivalu Stare trte**: Štajerska tržnica in Trgatev Stare trte.

- Udeleževali smo se dogodkov in prireditev naših društev in naših partnerjev.
- **Nadzorni odbor** je imel eno sejo. Člani so bili prisotni na sejah UO zveze in pri spremljanju vrednotenja programov TD, ki ga opravlja Odbor za vrednotenje dela in finance. NO je spremljal izvajanje programa dela in finančno poslovanje zveze in je bil o naših aktivnostih sproti obveščen.

Aktivnosti skozi leto

Odbor za prireditve se je sestel na eni seji.

- Člani so se seznanili s prireditvami turističnih društev med letom.
- V sodelovanju z ZTM smo se na srečanju dogovorili o možnostih predstavitve prireditev in drugih dogodkov na njihovi spletni strani.
- Promocija je uspešno potekala.
- Organizirali so srečanje članov ob svetovnem dnevu turizma v Limbušu. Dogodek je bil dobro obiskan. Stanje v mariborskem turizmu je predstavila Monika Jurišič Hlevnjak iz ZTM; stanje na nacionalnem nivoju je predstavila Janja Viher, podpredsednica TZS in predsednica ŠTZ. Člani so se pomerili v pikadu in dan smo zaključili ob prijetnem druženju.
- Člani so predlagali, da se pripravi koledar prireditev TD za leto 2025, in sicer tako, da vsako društvo pošlje tri pomembne prireditve z datumom, uro in lokacijo.

Odbor za delo z mladimi se je sestel na dveh sejah.

- Na koordinaciji s člani Odbora za delo z mladimi pri OTZ MB in predstavnicami Skupnosti Vrtcev Maribora smo se dogovorili za temo likovnega natečaja otrok mariborskih vrtcev. Likovni natečaj je nosil naslov **Maistrov Maribor, ustvarjam s teboj**.
- V maju je strokovna komisija opravila izbor najlepših likovnih del za natečaj.
- Tudi v letu 2024 smo si želeli postaviti razstavo za širši krog obiskovalcev. Odločili smo se za Europark. Z vodstvom nakupovalnega središča smo se uspešno dogovorili in postavili razstavo. Svečana otvoritev z bogatim kulturnim programom je bila 6. 6. 2024. Razstava je bila na ogled 14 dni. Z nami so bili člani **Društva generala Rudolfa Maistra Maribor**. Mlade razstavljalce smo nagradili s priložnostnimi darili, ki jih je prispeval Europark in naši sponzorji.
- Udeležili smo se tekmovanja Turizmu pomaga lastna glava v Mariboru, ki ga je organizirala TZS.

Odbor za ocenjevanje urejenosti okolja

- delo je potekalo na terenu v spomladanskem in jesenskem času.
- OTZ MB in vsa naša društva so se vključila v vse slovensko akcijo TZS **Moja dežela lepa in gostoljubna**. Predloge smo predali regijski, Štajerski turistični zvezi. Svoje delo so vestno izvedli tudi člani Odbora za okolje in prostor, ki so opravili **ogleda na levem in desnem bregu Drave** in pripravili poročilo s fotografskim materialom.
- Člani odbora ocenjujejo kraje v skladu s sprejetim pravilnikom o ocenjevanju urejenosti mesta in krajev saj se zavedajo, da je ocenjevanje lahko korektno opravljeno, če so pravila natančno napisana. Najlepšim bodo podeljena priznanja OTZ MB, **Zlata sončnica**.

Odbor za kadre in priznanja se je sestel na eni seji.

- je objavil razpis za predloge za priznanja OTZ MB in
- pripravil predlog nagajencev, ki jih je predlagal UO OTZ MB.

Odbor za vrednotenje dela in finance se je sestel na dveh sejah.

- Odbor za vrednotenje dela in finance je pripravil **javni razpis za sofinanciranje programov TD MOM**.
- Na razpis so se prijavila vsa TD, ki delujejo v MOM in so naši člani. V skladu s pravilnikom so člani odbora **ovrednotili programe TD, dodelili finančna sredstva, spremljali njihovo porabo in izvajanje programov**. Finančna sredstva so bila TD nakazana na podlagi podpisane pogodbe (glej tabelo v nadaljevanju).

Zahvaljujemo se vsem, ki ste nam na različne načine pomagali, da smo realizirali zastavljen plan: Mestni občini Maribor, Zavodu za turizem Maribor, Štajerski turistični zvezi, Turistični zvezi Slovenije, Radiu Maribor in časopisni hiši Večer.

Turistična in druga društva v OTZ Maribor

V Občinsko turistično zvezo Maribor je vključenih devet (9) turističnih društev, ki izvajajo svoje aktivnosti na podlagi sprejetih programov dela. Večino prireditev TD izvedejo s pomočjo sponzorjev, sredstev, ki jih nameni MO Maribor za sofinanciranje prireditev, in velikim številom prostovoljnih ur članov.

Najpomembnejše prireditve in aktivnosti turističnih društev so bile:

TD Bresterica - Gaj

- organizacija in izvedba pustne povorke v Bresterici,
- prireditve ob dnevu žena,
- srečanje sosedov,
- kožuhanje,
- postavitve klopota v vinogradu nad Bresterico,
- sodelovanje na prireditvah v okviru praznika KS Bresterica-Gaj,
- trgatve,
- priprave na advent.

TD Kamnica

- spodbudili krajanke za izvedbo in udeležbo na čistilni akciji,
- urejanje in zasaditve gredic po kraju in na oglasnih deskah v kraju in na Urbanu,
- urejanje poti na Martinov breg, košnja,
- vzdrževanje malih plastik na poti na Urban,
- ocenjevanje vzorcev vina, Martinovanje,
- božično-novoletni koncert.

TD Limbuš

- čistilna akcija,
- postavitve majskega drevesa,
- postavitve klopota in podelitev priznanj vinogradnikom,
- pohod po Šternovih poteh,



Zavod za turizem Maribor
Tkalski prehod 4, 2000 Maribor

→ **T** +386 (0)2 234 66 00
→ **E** zzt@maribor.si

- dan odprtih vrat in trgatev potomke Stare trte,
- postavitve novoletne jelke - prižig lučk,
- Božiček v Limbušu.

TD Maribor

- čistilna akcija na obrežju reke Drave,
- predstavitev splavarske dediščine v Erasmus programu,
- 40. Splavarski krst,
- splavarska razstava in delavnice za otroke na Art kampu,
- vodenje po splavarski učni poti,
- splavarske vožnje od junija do oktobra.

TD Pekre

- otroško pustovanje,
- Festival komedije v Pekrah,
- spominska slovesnost in pohod ob Pekrskih dogodkih,
- organizacija maše na Bolfenku - 15. avgust,
- spoznavanje kraja - pohod in postavitve klopotca,
- trgatev vinske trte.

TD Razvanje

- udeležba na čistilni akciji, v kateri so sodelovala vsa društva iz Razvanja,
- sodelovali smo na prireditvah ob krajevnem prazniku, ki sovpada tudi s praznikom MOM, kjer smo sodelovali pri pripravi kresa na Trikotni jasi in odšli v večjem številu na pohod in kresovanje na Trikotno jaso,
- organizirali tradicionalni pohod Poštela in druženje za pohodnike,
- skozi leto skrbeli za Kneipov vrt, Arheološki park Poštela in potomko Najstarejše trte,
- izdelali smo adventni venec pred Domom krajanov v Razvanju in vsako nedeljo povabili krajanke na prižig svetilke.

TD Radvanje

- skrb za usmerjevalne table v Radvanju - barvanje, zasaditev s cvetjem,
- delovna akcija - košnja, urejanje cvetličnih gred, zasaditev cvetja, čiščenje prostora društva in okolice,
- razstava slik sekcije Pro arte,
- delavnice sekcij Srnice in Pro arte.

TD Studenci

- Jožefov sejem (19. marec),
- zasaditev in ureditev cvetja pri Jožefovem studencu in info tabli,
- prireditev Perice pri Jožefovem studencu,,
- čistilna akcija v studenškem gozdu,
- sodelovanje na prireditvah v času Adventa,
- pohod z lučko miru na Pekrsko gorco na božični večer.

TD » Šempeter » Malečnik Ruperče

- sodelovali v čistilni akciji,
- pripravili delavnico za izdelavo presmecev v OŠ Malečnik,
- prireditev »Špricer fest gre na kres«,
- prireditev Jagode in penina,
- organizirali tradicionalni kolesarski maraton z razgledom,
- koordinirali organizacijo Dan Maribora,
- okrasitev trga in postavitev adventnega venca,
- dedek Mraz v Malečniku.



Tradicionalna prireditev TD Maribor, Splavarski krst, Foto: TD Maribor

Sredstva za sofinanciranje programov TD MO Maribor v letu 2024

Programi turističnih društev so bili v letu 2024 sofinancirani iz proračuna MO Maribor v znesku 8.500 EUR. Finančna sredstva so nam bila nakazana pogodbi z Zavodom za turizem Maribor. Za dodelitev sredstev je OTZ Maribor z Odborom za vrednotenje dela in finance objavila javni razpis v Medobčinskem uradnem vestniku št. 14/20224. Na podlagi pravilnika o dodelitvi proračunskih in drugih sredstev med izvajalce programa je bilo izvedeno točkovanje, ki ga je opredeljeval razpis. Skupno število točk je 713, vrednost točke

je 6,872 EUR. Finančna sredstva so bila društvom nakazana na podlagi pogodbe o delovanju društev.

TD	Št. točk	Znesek v EUR
Brestnica-Gaj	62	934,48
Kamnica	84	1.085,66
Limbuš	92	1.140,64
Maribor	90	1.123,89
Pekre	82	1.071,92
Razvanje	73	1.007,07
Studenci	78	1.044,43
Šempeter, Malečnik- Ruperče	84	1.085,66
Izravnavo		6,25
Skupno		8.500,00 EUR

Odbor rokodelcev

Člani odbora rokodelcev pri OTZ MB smo v letu 2024 sodelovali na naslednjih dogodkih:

- prisotni smo bili na stojnicah v Mercator centrih v Mariboru in po Sloveniji,
- sodelovanje na Sejmu Alpe- Adria v Ljubljani,
- Jožefov sejem na Studencih,
- sodelovanje v času Festivala Lent na Art kampu v parku,
- sodelovali smo na stojnicah in delavnicah v času poletnega Art kampa,
- sejem Bolfenku na Pohorju,
- Praznik jabolk na Kozjanskem,
- Praznik jabolk v Selnici ob Dravi.

V Odbor rokodelcev OTZ MB je vključenih 14 članov in članic.

Program dogodkov in prireditev turističnih društev Občinske turistične zveze Maribor v letu 2024

Štev.	Dogodek	Datum	Kraj	Organizator
1.	20. Festival komedije	1.-24. 3.	Dom kulture Pekre	TKD Pekre
2.	Čistilna akcija s Potapljaški društvom Maribor »Očistimo Dravo«	16. 3.	Drava, sprehajalna pot	TD Maribor
3.	Jožefovanje	19. 3.	Pred cerkvijo sv. Jožefa na Studencih	TD Studenci
4.	Izdelava presmeca	24. 3.	Več lokacij v Razvanju	TD Razvanje
5.	Oglarjenje	14. 4.	Zbirno mesto ob 10 uri na kmetiji Šiker- Hladena Zg. Slemenu. Prikaz oglarjenja ob 12. uri na kmetiji Grace- Namestnik.	TD Bresternica- Gaj

6.	Kresovanje	30. 4.	KS Malečnik	TD »Šempeter« Malečnik - Ruperče
7.	Postavitev majskega drevesa	30. 4.	KS Bresternica- Gaj	TD Bresternica- Gaj
8.	Spominski pohod Pekre 1991	18. 5.	IC pekre –VGM-IC Pekre	TKD Pekre
9.	Prerez vinskega letnika	26. 5.	Urban nad Kamnico	TD Kamnica
10.	Turnir v košarki 3 na 3	25.-26. 5.	Pekre	TKD Pekre
11.	Srečanje ob izviri- splakovanje perila	30. 5.	Jožefov studencu na Studencih	TD Studenci
12.	Otvoritev likovne razstave otrok mariborskih vrtcev	6. 6.	Europark MB	OTZ-MB
13.	Klopotčevanje	27. 7.	Meranovo, Limbuš	TD Limbuš
14.	Maša na Bolfenku	15. 8.	Cerkev sv. Bolfenka na Pohorju	TKD Pekre
15.	Kolesarski maraton	8. 9.	Po obronkih KS Malečnik	TD » Šempeter« Malečnik- Ruperče
16.	Pohod do kužnega znamenja	8. 9.	Zbor pred KS Bresternica- Gaj	TD Bresternica- Gaj
17.	Srečanje članov turističnih društev	27. 9.	Limbuš	OTZ-MB in TD Limbuš
18.	40. tradicionalni Splavarski krst	28. 9.	Lent pred hišo Stare trte	TD Maribor
19.	Kožuhanje – trganje koruze	11. 10.	KS Bresternica- Gaj, odhod na njivo	TD Bresternica-Gaj
20.	Kožuhanje	12. 10.	KS Bresternica- Gaj	TD Bresternica-Gaj
21.	Prireditve sadje in vino- šempeterska noč	12. 10.	KS Malečnik	TD »Šempeter« Malečnik- Ruperče
22.	Pohod na Poštelo	12. 10.	Razvanje	TD Razvanje
23.	Martinovanje na Podpohorski vinski cesti	9. 11.	Limbuš- Meranovo	TD Limbuš
24.	Martinovanje v Kamnici	11.	Kulturni dom Kamnica	TD Kamnica
25.	Novoletni bazar, prižig lučk	30. 11.	Center Limbuša	TD Limbuš
26.	Prižig lučk na adventnem venčku in druženje	1.-22. 12.	Dom krajanov Razvanje	TD Razvanje
27.	Akademija ob 40. letnici splavarskega krsta	6. 12.	Lutkovno gledališče MB	TD Maribor
28.	Tradicionalni božični koncert v Kamnici	8. 12.	Kulturni dom Kamnica	TD Kamnica
29.	Pohod z lučko miru na Pekrsko gorco	24. 12.	Pekrska gorca	TD Studenci, TD Limbuš in TD Razvanje



PROJEKTI

Prenova notranjosti Najstarejše trte za novo poglavje **najbolje obiskane turistične znamenitosti v Mariboru** in ikone slovenskega turizma, ki se ponaša z 200 vinskimi etiketami več kot 50 štajerskih vinarjev.

Pozicioniranje destinacije Maribor v regijskih povezovanjih Pohorje in Štajerska; Maribor je na skupnem območju obeh regij (52 občin) prispeval okoli **40 % vseh prenočitev.**



3.1 PROJEKT STO ZA PROMOCIJO PONUDBE ZA VODILNE DESTINACIJE

Javni razpis »za sofinanciranje aktivnosti promocije turistične ponudbe vodilnih turističnih destinacij Slovenije v letu 2024«

Namen je krepitev promocije turistične ponudbe vodilnih turističnih destinacij Slovenije kot splošne promocije zaokroženega območja, ki ga vodilna destinacija pokriva, s poudarkom na krepitvi promocije trajnostno naravnane turistične ponudbe in spodbujanju digitalne in zelene preobrazbe vodilnih destinacij.

Trajanje projekta: 1. 1.-15. 10. 2024

Intenzivnosti pomoči: 80 % vrednosti upravičenih stroškov

Vrednost možnega sofinanciranja za vodilno destinacijo Maribor - Pohorje: 49.500 EUR

Celotna vrednost izvedenih aktivnosti: 71.585,03 EUR z DDV

Vrednost odobrenih upravičenih stroškov: 49.097,57 EUR

Lastna sredstva ZTM: 22.487,46 EUR z DDV

Aktivnosti, vključene v razpis, so bile:

- Digitalna kampanja za tranzitne turiste.
- Digitalna kampanja Celo mesto je oder.
- Plakatna akcija Maribor – Celo mesto je oder.
- Produkcija novega image videa in fotografij.
- Nadgradnja portala visitmaribor.si s tehnično rešitvijo podajanja informacij o dostopnosti mariborskih kulturnih ustanov in njihovih vsebin za osebe s posebnimi potrebami.

3.2 PROJEKT V SODELOVANJU Z RRA PODRAVJE-MARIBOR: PARTNERSTVO ZA POHORJE

ZTM je član združenja Partnerstvo za Pohorje in je skladno z akcijskim načrtom za leti 2024 in 2025 v segmentu koordinacije, izvajanja nalog v sklopu promocije in infrastrukture ter sredstev za pripravo projektnih vlog v letu 2024 izvedel naslednje aktivnosti:

Koordinacija in sodelovanje v projektni skupini PzP

- Redna udeležba na sestankih projektne skupine Partnerstva za Pohorje v letu 2024.

Promocijske aktivnosti

- **Poletna digitalna kampanja:** Zasnova in priprava vsebin ter pridobitev informativne ponudbe za izvedbo.
- **Zimska digitalna kampanja:** Priprava vsebin, vključno z dogodki, fotografijami in kreativnimi rešitvami.
- **Promocija blagovne znamke Pohorje Slovenija** in integracija dogodkov in produktov v promocijske aktivnosti Zavoda za turizem Maribor, vključujoč:
 - aplikacijo za dogodke KAM,



Zavod za turizem Maribor
Tkalski prehod 4, 2000 Maribor

→ T +386 (0)2 234 66 00
→ E zzt@maribor.si

- e-novičnike Visit Maribor,
- spletni portal visitmaribor.si,
- mednarodno digitalno kampanjo za tranzitne turiste,
- odnose z javnostmi.

Načrtovanje in sodelovanje na sejmih

- Sodelovanje pri oblikovanju načrta sejmskih nastopov PzP in pripravi promocijskih materialov.

Aktivnosti v okviru interesnega združenja Slovenia Outdoor

- Pregled in ažuriranje kataloga pohodništva in kolesarstva.
- Preverjanje standardov in pilotna izpolnitev obrazcev za certificiranje VD Maribor v okviru Slovenia Outdoor.

Razvoj novih projektnih priložnosti

- Preučitev možnosti za prijavo partnerjev PzP na razpis "Intervencija – Regijski pristop povezovanja lokalnih proizvodov" s poudarkom na ekoloških proizvodih.
- Pregled ponudnikov in izdelkov s certifikatom (KBZ) "Naše najboljše".

Dodatne aktivnosti

- Organizacija štirih študijskih obiskov decembra 2024 za promocijo smučarskega središča Mariborsko Pohorje.
- Vzpostavitev stika in pridobitev ponudbe za promocijsko akcijo v oddaji HTV 2 "Fino i vino".
- Pregled aktualnih mednarodnih projektov Zavoda za turizem Maribor.

Za namene izvedenih aktivnosti oz. delovanja v Partnerstvu je ZTM Razvojni agenciji Podravje Maribor, ki je koordinator Partnerstva, izdal zahtevek v višini 15.000 EUR z DDV.

3.3 PROJEKT V SODELOVANJU Z RRA PODRAVJE-MARIBOR: ŠTAJERSKA

Glavni cilj projekta je vzpostavitev skupne regionalne blagovne znamke Štajerska, ki povezuje destinacije in druge lokalne skupnosti, ki imajo interes po razvoju turizma na geografsko zaokroženem območju, na podlagi tradicionalnih, zgodovinskih in kulturnih značilnosti, z namenom oblikovanja skupne ponudbe, skupnega razvoja in izvajanja skupnih regijskih aktivnosti, ki bo omogočilo pozicioniranje na nacionalnem in mednarodnih trgih.

V destinacijo Štajerska je bilo v letu 2024 vključenih 8 organizacij, 39 občin, 156 turističnih ponudnikov in 28 vinarjev. Koordinator projektnih aktivnosti je RRA Podravje Maribor.

ZTM je v vlogi člana Programsko strokovnega sveta v letu 2024 sodeloval pri naslednjih aktivnostih:

- izdelava znamčnega predstavitvenega kataloga,
- medijske kampanje

- izvajanju študijskih obiskov novinarjev,
- izvajanju drugih promocijskih aktivnostih, vključno s sejemskimi predstavitvami, izdelavo image videa, vsebinskim digitalnim marketingom idr.



*V letu 2024 je
ambasador blagovne
znamke Štajerska postal
slovenski atlet Kristijan
Čeh.*

3.4 PROJEKT ERASMUS: InnoVET

Zavod za turizem Maribor in Srednja šola za gostinstvo in turizem Maribor sta bila partnerja mednarodnega projekta InnoVET, v katerem so sodelovali še Turistična skupnost Karlovške županije, Trgovsko-gostinska šola Karlovac, Gostinsko-turistična šola Beograd ter podjetja GosTur, Ferial d.o.o. Karlovac in Ericsson Nikola Tesla d.d.

- InnoVET je projekt iz programa EU Erasmus+, ki ga je **vodila in koordinirala Turistična skupnost Karlovške županije**, pri čemer je bil Zavod za turizem Maribor nosilec področja **komunikacije in diseminacije projekta**.
- Skupna vrednost projekta za obdobje **od 1. oktobra 2022 do 30. septembra 2024** je bila **250.000 EUR**.
- Skupna vrednost aktivnosti komunikacije in diseminacije v izvedbi ZTM je bila **24.339 EUR**.

Glavni cilji dvoletnega projekta so bili:

- razvoj digitalne podatkovne baze turističnih znamenitosti v sodelovanju z izobraževalnim in lokalnim okoljem (t. i. participativni crowdmapping),
- izdelava izobraževalnih gradiv ter
- spodbujanje vključujočega razvoja turizma oz. destinacij.

Osrednja tema projekta je participativni turizem, rezultati projekta - **trije priročniki za dijake in študente** turističnih smeri ter **aplikacija za mapiranje turističnih znamenitosti** in zanimivosti - pa naslavlja predvsem dijake in študente srednjih in strokovnih turističnih šol, lokalno skupnost in turiste.

Naslovi priročnikov so:

- Digitalna in družbena transformacija kartiranja turističnih atrakcij: Priročnik z odgovori na ključna vprašanja Kdo? Kaj? Kdaj? Kje? Zakaj?
- Uporaba občanske znanosti pri kartiranju turističnih atrakcij: Priročnik z orodji za praktično uporabo v poklicnem izobraževanju in strokovnih študijih
- Priročnik za uporabo digitalnih tehnologij in občanske znanosti pri vrednotenju turističnih atrakcij: Priročnik za uporabo digitalnih tehnologij in občanske znanosti pri vrednotenju turističnih atrakcij

V okviru projekta Erasmus+ InnoVET je nastala obsežna **digitalna baza turističnih znamenitosti na območju treh držav**, ki jo bo mogoče vsakodnevno dopolnjevati. Posebnost baze bo njena javna dostopnost, saj bodo uporabniki aplikacije InnoVET lahko samostojno vpisovali turistične znamenitosti iz svoje okolice.



Projektne partnerji na zaključni konferenci projekta Erasmus + InnoVet v Mariboru, 5. septembra 2024

3.5 PROJEKT ERASMUS: MICE.N.E. – MICE Next Evolution

V mesecu marcu 2023 se je ZTM prijavil na razpis Erasmus MICE.N.E. – MICE Next Evolution. Projekt temelji na strateškem nadslovesnem partnerstvu med univerzami, raziskovalnimi in inovacijskimi centri, organi za svetovanje pri upravljanju in usposabljanje menedžmenta, poslovnimi organizacijami za razvoj in izmenjavo modelov in praks menedžerskih inovacij v vseh njihovih kulturnih, tehnoloških, metodoloških in strateških izrazih, **da bi pri študentih iz poslovnih okolij razvili ciljno usmerjeno, podjetjem specifično znanje in izkušnje za delovanje na poseben način na področju gostinskega menedžmenta z močno specializacijo na M.I.C.E. (Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions).**



20. in 21. maja smo v sodelovanju z Ekonomsko poslovno fakulteto Maribor organizirali dvodnevno poslovno srečanje partnerjev projekta Micene, kjer smo se dogovarjali o nadaljnjih aktivnostih projekta ter spoznavali primere dobrih praks na področju industrije srečanj v destinaciji Maribor.



25. septembra smo v Mariboru organizirali MICENE delavnico "Cross Examination Workshop 6," ki je bila namenjena povezovanju vodilnih strokovnjakov, ki se ukvarjajo z organizacijo mednarodnih dogodkov in konferenc. Delavnica je zagotovila platformo za raziskovanje idej in vzpostavljanje povezav, s poudarkom na povečanju prepoznavnosti Slovenije na mednarodnem prizorišču.

3.6 PROJEKT ERASMUS: YOU SMILE

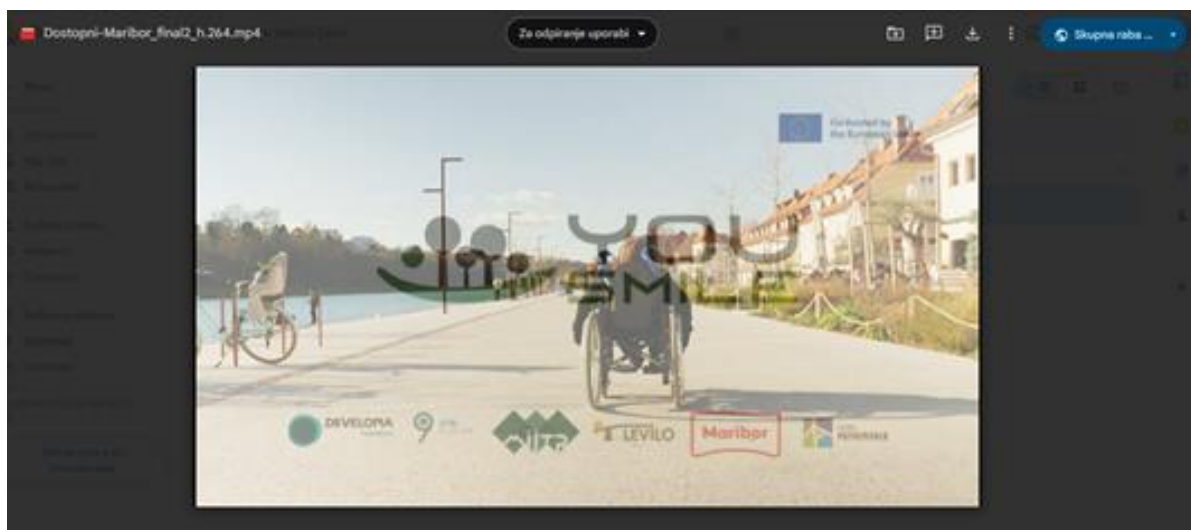
V mesecu marcu 2023 se je ZTM prijavil na razpis Erasmus »Improving financial capacities for youth owned micro enterprises in tourism sector« v vrednosti 250.000 EUR.

Ideja projekta je **oblikovanje in razvoj usposabljanja za mlade podjetnike v turističnem sektorju**. Turizem je pomemben sektor za države EU. Običajno mladi podjetniki, ko ustanovijo svoja mikropodjetja, povezana s turizmom, dobijo idejo, a na dolgi rok je ta posel lahko neuspešen, saj takšni mikro podjetniki nimajo zadostnih finančnih in/ali podjetniških kompetenc in zmožnosti za obstoj svojega poslovanja, ali jih celo spodbuditi k rasti in zaposlovanju. Prijava je bila uspešna.

Trajanje projekta: 1. 9. 2023 – 28. 2. 2025.

Financiranje projekta je 100 %, ZTM bo za namene izvajanja aktivnosti projekta pridobil 30.556,00 EUR.

- V letu 2024 smo v Mariboru organizirali **šest delavnic**, ki se jih je udeležilo po 10 mladih udeležencev do 30 let. Zavod za turizem Maribor je bil zadolžen za pripravo vsebin na temo **dostopnega turizma in trajnostnih znakov**.
- Izdelali smo video na temo dostopnega turizma in v sodelovanju s študenti VSGT Maribor Tik-Tok video na temo trajnostnih znakov.





- Med 30. novembrom in 4. decembrom 2024 smo se udeležili potekalo **izobraževanja za partnerje projekta**, ki je potekalo v Faru na Portugalskem. Na srečanju smo partnerji projekta pregledali predstavitve modulov na temo trajnostnega turizma in predlagali izboljšave predstavitve le-teh. Pri modulu trajnostne mobilnosti smo predlagali vključitev državnih aplikacij za transport, pri trajnostni hrani in nastanitvah pa več primerov dobrih praks. Za vse predstavitve modulov je bilo predlagano enotno označevanje virov fotografij in celostna grafična podoba za avdiovizualne vsebine. Prav tako smo se dogovorili, kako naj bi potekalo 5-dnevno usposabljanje mladih v Mariboru (najem dvoran za izvajanje usposabljanja, predstavitev primerov dobrih praks na terenu).

3.7 PROJEKT ERASMUS: Vocational Excellence, Policy and Enterprise United for Hospitality Management Skills Adapted on Environmental Footprint Methods (GreenHost)

V mesecu maju 2023 se je ZTM prijavil na razpis Erasmus. V projektu sta izpostavljeni dve področji:

1. pomanjkanje kvalificiranega osebja v gostinstvu in turizmu,
2. postati zelen in trajnosten v gostinstvu in turizmu.



V letu 2024 smo se udeležili delovnega sestanka v Grčiji, kjer smo se s partnerji projekta dogovorili o poteku aktivnosti.

Prav tako smo v sodelovanju s SŠGT Maribor in turističnimi ponudniki na osnovi vprašalnikov pripravili **nabor trajnostnih praks** v destinaciji Maribor.

3.8 PROJEKT MGTŠ: Javni razpis za sofinanciranje vlaganj v javno in skupno turistično infrastrukturo in naravne znamenitosti v turističnih destinacijah

V mesecu aprilu se je ZTM prijavil na Javni razpis za sofinanciranje vlaganj v javno in skupno turistično infrastrukturo in naravne znamenitosti v turističnih destinacijah s projektom **Prenova opreme Hiše Stare trte v Mariboru**. Prijava je bila uspešna.

Namen projekta je bil dvigniti kakovost in s tem konkurenčnost ponudbe območja destinacije Maribor. Na novo razviti turistični produkti in oblikovana dodatna ponudba bi omogočila dvig kakovosti doživljanja destinacije ne samo za turiste, ampak tudi za domačine oz. lokalno prebivalstvo.

Cilji projekta:

1. Trajnostna prenova opreme trte, ki bo izboljšala funkcionalnost, varnost in kakovost Hiše Najstarejše trte.
2. Dvig števila obiskovalcev.
3. Dvig kakovosti storitev in doživetij turistov v Hiši Najstarejše trte.
4. Butičen izbor vin vinorodne dežele Podravje in drugih lokalnih izdelkov.
5. Obveščanje in osveščanje o Najstarejši trti in njeni edinstvenosti.

6. Promocija lokalnih ponudnikov - vinarjev in gostinskih ponudnikov.
7. Podpiranje lokalnih surovin in lokalno pridelane hrane.
8. Ohranjanje ekološkega znaka Hiše Najstarejše trte.
9. Krepitev trajnostnega razvoja turistične infrastrukture.
10. Dodana vrednost v turizmu.

Obdobje trajanja projekta: avgust 2023 – december 2024

Vrednost projekta z DDV: 715.934,04 EUR

Vrednost projekta brez DDV: 586.831,19 EUR

Skupna vrednost upravičenih stroškov (brez DDV): 452.380,93 EUR

Pričakovana višina sofinanciranja s strani MGTŠ: 328.669,46 EUR (80 % sofinanciranje)

Pričakovana višina sofinanciranja s strani MOM (postavka Turistična infrastruktura): 381.138,58 EUR

Strošek ZTM: 6.126,00 EUR

Odprtje prenovljene Najstarejše trte

Decembra 2024 so na mariborskem Lentu predstavili **ново podobo in ponudbo Najstarejše trte**. Prenova opreme je vključevala **gradbeno-obrtniška dela, prenovo električnih in strojnih inštalacij ter digitalizacijo prostora**.

- Projektanta Stojan Skalicky in Tina Rudolf iz podjetja Arhisol. d.o.o. sta novo podobo prostora **zasnovala na peščenih tonih zidov in stropa, medtem ko so tla in nova oprema temne barve**. Na ta način pridejo do izraza prodajni, degustacijski in razstavni eksponati ter **največji talni mozaik** pri nas avtorja **Igorja Orešiča**. Prenovljena okna omogočajo **naravno svetlobo** in notranjost vizualno povezujejo z zunanjim dogajanjem na Lentu in pri Najstarejši trti.
- Med ključnimi novostmi za obiskovalce je **dolga degustacijska miza s sedišči**, ki se razteza po večjem delu prostora in je namenjena pogostitvi različno velikih skupin. Bogato založena vinoteka bo ponujala preko 200 vinskih etiket več kot 50 štajerskih vinarjev, po novem pa bo ob vinih moč naročiti tudi t.i. grizljaje iz lokalnih sestavin (pohorska bunka, domača šunka, lokalni siri, bučno olje in olje iz grozdnih pešk ...), ki jih je ekipa Najstarejše trte oblikovala v sodelovanju z **Višjo strokovno šolo za gostinstvo in turizem Maribor**.
- Skozi celoten prostor obiskovalce nagovarjajo umetniška dela, ki jih je postavila **Umetnostna galerija Maribor v sodelovanju s Pokrajinskim arhivom Maribor**. Postavitev ob tem, da ustvarja prijetno vzdušje v prostoru, prikazuje motive, ki so neposredno povezani z Najstarejšo trto, Lentom in širšim območjem starega Maribora, vključujoč karikature Davida Tavčarja kot poosebitve Najstarejše trte, sopotnice zgodovine, tri velike umetniške slike Petje Koceta in serijo umetniških fotografij Lucije Rosc.
- Uporabniško izkušnjo bodo dopolnjevale **digitalizirane vsebine**, ki bodo v multimedijem prostoru obiskovalce vodile skozi spoznavanje vinorodne dežele Podravje in njene vrhunske vinske ponudbe, izbor slednje pa bodo s pomočjo aplikacije na tabličnih računalnikih prilagodili tudi osebnim preferencam gostov.

Fotografiji v nadaljevanju prikazujeta notranjost Najstarejše trte pred obnovo in po njej.





ZADOVOLJSTVO Z DELOM ZTM V LETU 2024



Povprečna ocena dela Zavoda za turizem Maribor na lestvici od 1-5 je **4,2** (v letu 2023: 4).

Povprečna ocena dela Turistično informacijskega centra (TIC) Maribor je **4,2** (v letu 2023: 4,1).

Povprečna ocena dela Najstarejše trte je **4,2** (v letu 2023 4,2).

ZTM je med deležniki mariborskega turizma preveril zadovoljstvu z delom ZTM v letu 2024.

V anketnem vprašalniku je sodelovalo **100 turističnih deležnikov oz. anketirancev**.

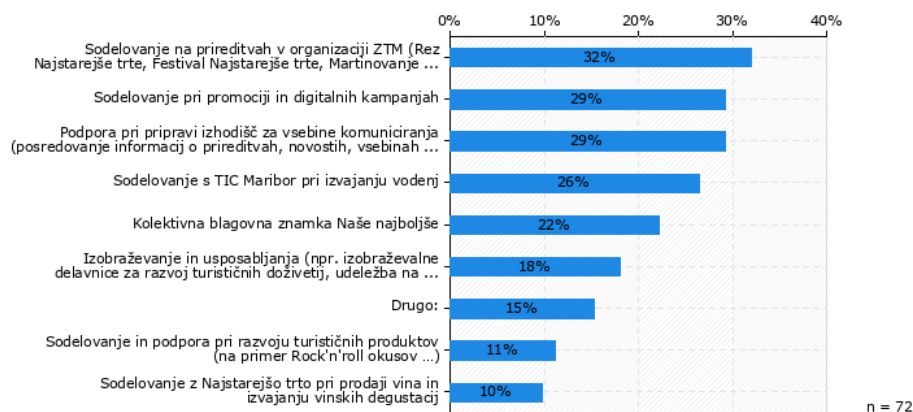
Ključne ugotovitve

- 84 % anketirancev je odgovorilo, da so v letu 2024 sodelovali z ZTM.
- Največ anketirancev z ZTM sodeluje **1 do 3-krat letno**.
- **Informacije o sodelovanju z ZTM** oz. splošne informacije najpogosteje pridobijo preko e-novic, na spletni strani visitmaribor.si in preko družbenih omrežij Visit Maribor ter z neposredno komunikacijo s predstavniki ZTM.
- **Sodelovanje z ZTM bi svojim kolegom priporočilo 86 % anketirancev (v letu 2023 87 %).**

Zadovoljstvo s sodelovanjem

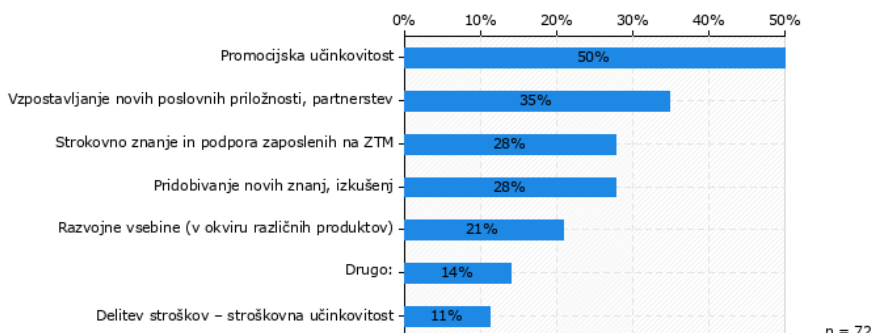
- Največ oz. **45 % jih je z delom ZTM zelo zadovoljnih in 37 % zadovoljnih**. Povprečna ocena na lestvici od 1-5 je **4,2 (v letu 2023 4)**.
- **Z delom TIC Maribor je 45 % anketiranih zelo zadovoljnih in 40 % zadovoljnih**. Povprečna ocena je **4,2 (v letu 2023 4,1)**.
- **Z delom HST je 45 % zelo zadovoljnih in 38 % zadovoljnih**. Povprečna ocena je **4,2 (v letu 2023 4,2)**.

Področja sodelovanja



Največ anketiranih je sodelovalo na prireditvah v organizaciji ZTM (32 %) in pri promociji in digitalnih kampanjah (29 %).

Motivi za sodelovanje z ZTM



Ključni motiv za sodelovanje z ZTM je promocijska učinkovitost (50 %).

Ocena zaposlenih na ZTM

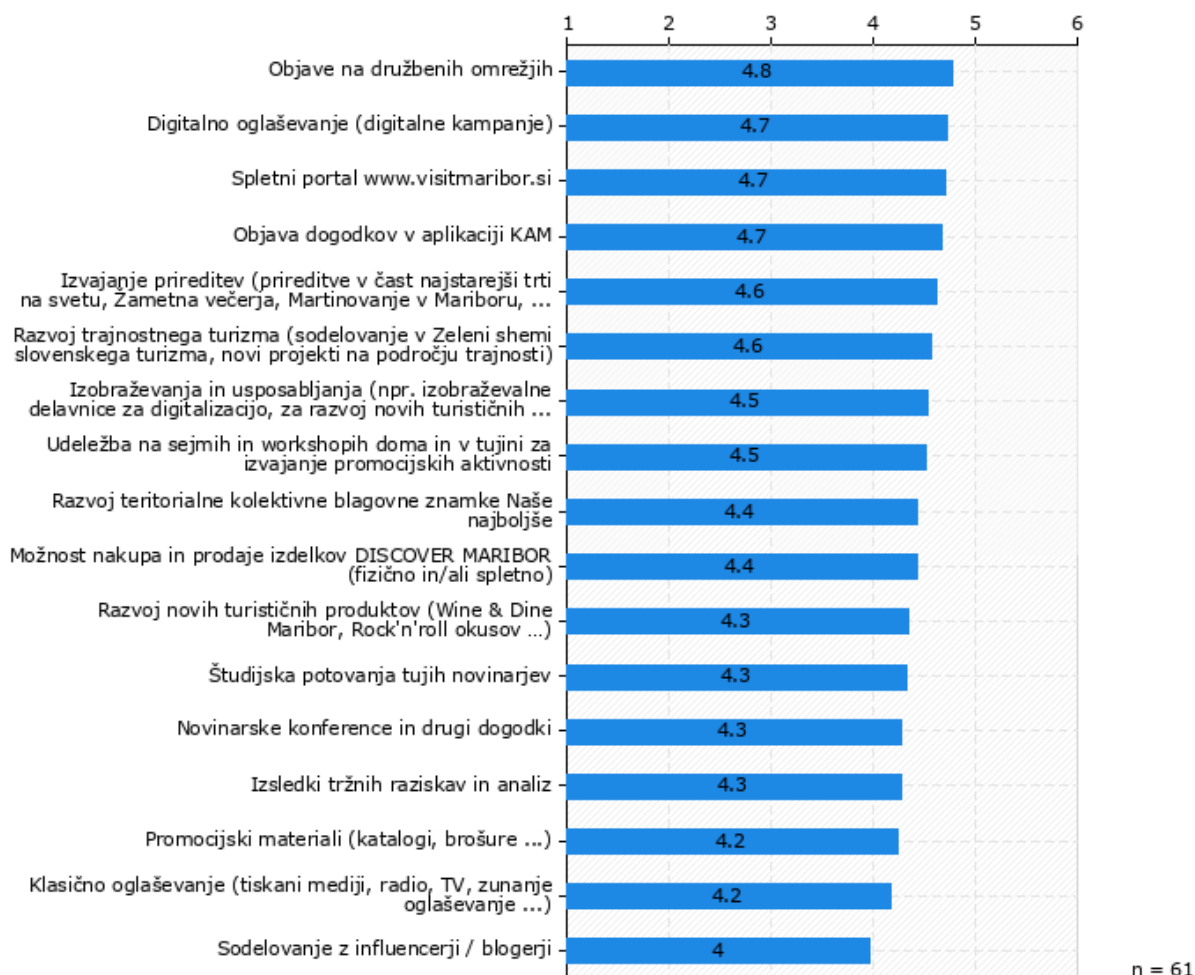
Na podlagi spodnjih trditev so anketiranci zaposlene na ZTM ocenili zelo dobro.



Najvišjo oceno je dobila trditev »V veselje mi je ohranjati dobre poslovne odnose z zaposlenimi na ZTM.«

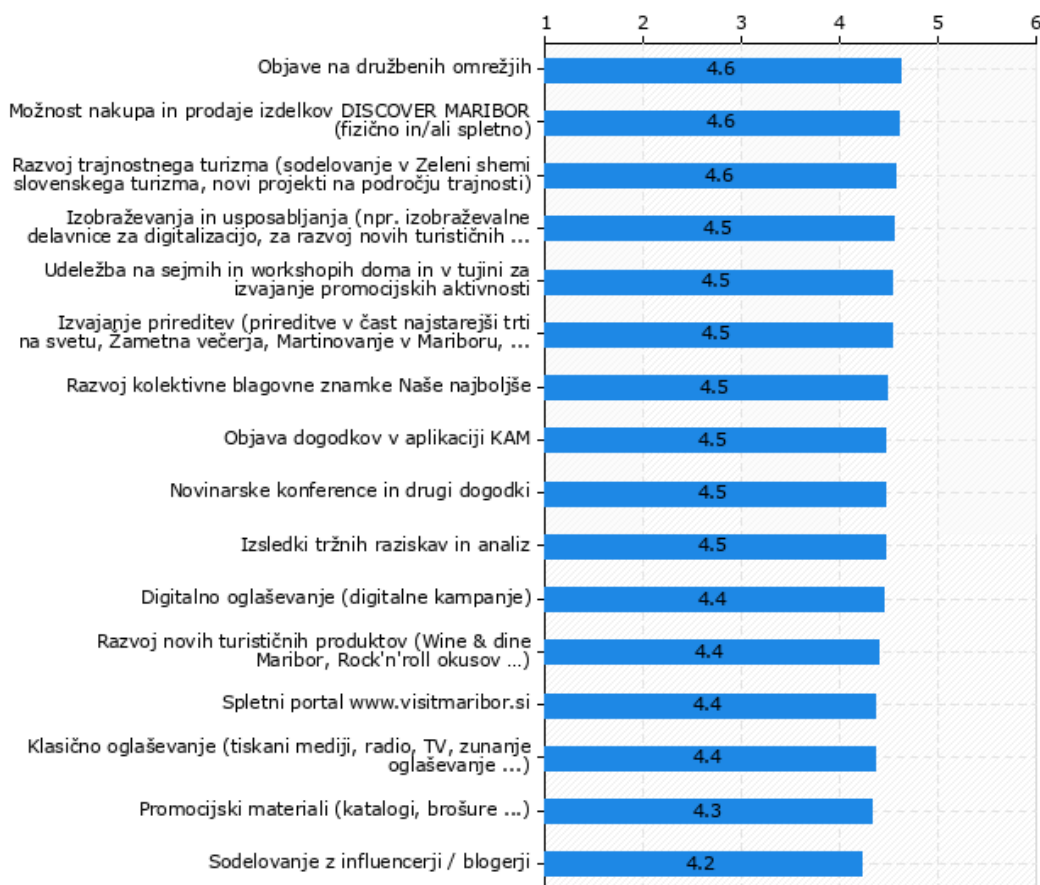
Pomembnost aktivnosti ZTM

Na lestvici od 1-5 glede **pomembnosti aktivnosti**, ko gre za promocijo in trženje ponudbe destinacije Maribor doma in v tujini, so bile najvišje povprečne ocene za: **objave na družbenih omrežjih** (ocena 4,8), **digitalno oglaševanje** (ocena 4,7), **spletni portal** (ocena 4,7) in **objave dogodkov v aplikaciji KAM** (ocena 4,7).



Zadovoljstvo z izvajanjem aktivnosti ZTM

Na lestvici od 1-5 glede **zadovoljstva z izvajanjem aktivnosti ZTM**, ko gre za promocijo in trženje ponudbe destinacije Maribor doma in v tujini, so bile najvišje povprečne ocene za: **objave na družbenih omrežjih** (ocena 4,6), **možnost nakupa in prodaje izdelkov Discover Maribor** (ocena 4,6) in **razvoj trajnostnega turizma** (ocena 4,6).



n = 61