



LETNO POROČILO ZAVOD ZA TURIZEM MARIBOR-POHORJE 2017



Doris Urbančič Windisch,
direktorica
Maribor, 20.2.2018



KAZALO

1	SPLOŠNI DEL	2
1.1	PRAVNE PODLAGE ZA USTANOVITEV IN DELOVANJE	2
1.2	PREDSTAVITEV ORGANOV ZAVODA	3
1.3	SEDEŽ ZAVODA IN OBJEKTI V UPRAVLJANJU	4
1.4	FINANCIRANJE ZAVODA	4
1.5	DELOVANJE ZAVODA	4
2	POSEBNI DEL	5
2.1	POROČILO O DOSEŽENIH CILJIH	5
2.2	TRŽNO KOMUNICIRANJE	12
2.3	MICE-POSLOVNI TURIZEM	26
2.4	IZOBRAŽEVANJE IN KREPITVE KOMPETENC	28
2.5	PROJEKTI IN OSTALE AKTIVNOSTI	29
2.6	PRIREDITVE 2017	35
2.7	STRATEŠKE USMERITVE	39
2.8	POROČILO O KVANTITAVNIH CILJIH	40
2.9	POSLOVNA ENOTA TIC MARIBOR	44
2.10	POSLOVNA ENOTA HIŠA STARE TRTE	47
2.11	INVESTICIJE V TURISTIČNO INFRASTRUKTURO	49
	PRILOGE	51
	Priloga 1: Poročilo o poslovanju zavoda do 7. 5. 2017 (ga. Simona Pinterič)	51
	Priloga 2: Poročilo o delu Občinske turistične zveze Maribor	52
	Priloga 3: Poročilo o delu Štajerske turistične zveze za leto 2017	57
	Priloga 4: Analiza medijskih objav	60
	Priloga 5: Letno poročilo Kainoto	76

1 SPLOŠNI DEL

1.1 PRAVNE PODLAGE ZA USTANOVITEV IN DELOVANJE

Javni zavod Zavod za turizem Maribor - Pohorje je ustanovila Mestna občina Maribor skupaj z občinami Hoče-Slivnica, Rače-Fram in Starše z Odlokom o ustanovitvi Javnega zavoda za turizem Maribor - Pohorje (MUV 16/2012), ki je pravni naslednik Javnega zavoda za turizem Maribor. Javni zavod je bil vpisan v sodni register pri Okrožnem sodišču Maribor pod matično številko: 1526022000 dne, 13. 8. 2012.

Glede na odlok o ustanovitvi Zavoda, le - ta deluje kot:

- lokalna turistična organizacija za izvajanje javne službe pospeševanja turizma,
- subjekt oblikovanja celovite turistične ponudbe,
- subjekt spodbujanja razvoja turistične infrastrukture,
- subjekt promocije celovite turistične ponudbe in informiranja obiskovalcev.

Zavodu je bil z odločbo Ministrstva za gospodarstvo RS podeljen status pravne osebe, ki deluje v javnem interesu spodbujanja in razvoja turizma v okviru turističnega območja do leta 2019 (Ministrstvo za gospodarstvo Republike Slovenije, 2014). S strani Sveta regije Podravje pa je Zavod prejel pooblastilo za vodenje in usklajevanje razvoja in promocije turizma (izvajanje funkcije RDO) na območju Zgornjega Podravja do leta 2020.

Zaradi smotrnosti turističnega razvoja širšega območja se 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 2017. Praviloma so se strateške in razvojne usmeritve naslanjale na empirične podatke iz SURS-a oziroma STO-ja, izjemoma pa so bile narejene primarne empirične raziskave. Strateške usmeritve vežejo Zavod k nadaljevanju načrtanih in tudi zakonsko utemeljenih poti razvoja turizma v državi in na strategiji razvoja turizma 2010-2020 za območje mesta in širše turistične regije Osrednja Štajerska.

Pravni akti, ki opredeljujejo delovanje in razvoj, so:

- Zakon o pospeševanju turizma (Uradni list RS št. 57/98),
- Zakon o spodbujanju turizma – ZSRT (Uradni list RS št. 2/04, 57/12, 17/15, 52/16 – ZPPreb-1 in 29/17 – ZŠpo-1),
- Zakon o zavodih – ZZ (Uradni list RS št. 12/91, 55/92, 13/93, 66/93, 45/94 – od US, 8/96, 31/00, 36/00 in 127/06),
- Zakon o igrah na srečo (Uradni list RS št. 14/11, 108/12, 11/14 – popr. in 40/14 – ZIN-B),
- Odlok o turistični taksi v Mestni občini Maribor (MUV 31/04),
- Odlok o ustanovitvi Javnega zavoda za turizem Maribor - Pohorje (Mestna občina Maribor, Občina Hoče-Slivnica, Občina Rače-Fram, Občina Starše, 2012),
- Pridobljen status turističnega območja za Mestno občino Maribor (Ministrstvo za malo gospodarstvo in turizem RS, 2000),
- Podpis pisma o nameri o usklajevanju celovitega razvoja in trženja regionalne destinacije (22 občin Zgornjega Podravja, 2008),

- Podelitev pooblastila Zavodu za turizem Maribor- Pohorje, da v obdobju od 2016-2023 opravlja naloge regionalne razvojne destinacijske organizacije v regiji Podravje,
- Podelitev statusa pravne osebe, ki deluje v javnem interesu na področju spodbujanja in razvoja turizma v okviru turističnega območja do leta 2019 (Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo Republike Slovenije 2014),
- Pravilnik o organizaciji dela in sistemizaciji delovnih mest (Svet zavoda 2010, 2012),
- Odlok o pogojih opravljanja dejavnosti turističnih vodnikov turističnega območja Mestne občine Maribor (MUV 20/02),
- Odlok o spremembah in dopolnitvah odloka o pogojih opravljanja lokalnih turističnih vodnikov v Mestni občini Maribor (MUV 31/04),
- Strategija razvoja turizma Osrednja Štajerska 2011-2020 (Mestni svet in občinski sveti občin Zgornjega Podravja 2011/12),
- 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 in 77/17 – ZMVN-1)
- Zakon o izvrševanju proračunov Republike Slovenije za leti 2017 in 2018 (Ur. l. RS št. 80/16),
- Proračunski memorandum 2017 - 2018 (Vlada Republike Slovenije, 2016).

1.2 PREDSTAVITEV ORGANOV ZAVODA

Organa Zavoda za turizem Maribor-Pohorje sta:

- Svet Zavoda za turizem Maribor – Pohorje,
- Direktor/ica.

Predstavitev organov javnega zavoda:

Direktorica: Doris Urbančič Windisch (mandat za čas: 8. 5. 2017 – 8. 5. 2022)

Svet Zavoda za turizem Maribor – Pohorje za mandatno obdobje 2016-2020 v naslednji sestavi:

Predsednik: Milan Razdevšek (od 16. 12. 2016 do 26. 10. 2017)

Predsednik: Gregor Bezlaj (od 13. 11. 2017)

Podpredsednik: mag. Peter Cokan (od 16.12. 2016 do 23. 11. 2017)

Podpredsednik: Željko Vogrin (od 19. 12. 2017)

Člani: Milan Razdevšek (od 16. 12. 2016 do 26. 10. 2017), mag. Peter Cokan (od 16.12. 2016 do 23. 11. 2017), Andrej Rakovič (od 16. 12. 2016 do 12. 11. 2107), Iztok Kvas (od 13. 11. 2017), Vesna Horvat (od 16. 12. 2016 do 8. 12. 2017), Bernarda Karo (od 19. 12. 2017 do 4. 1. 2018), Mojca Petek (od 26. 1. 2018), Anita Arzenšek (od 13. 12. 2017), Gregor Bezlaj, Željko Vogrin, Miran Ferk, Alenka Iskra, Tatjana Mileta, Suzana Pungartnik, Tomaž Krajnc, Irena Šerdoner.

1.3 SEDEŽ ZAVODA IN OBJEKTI V UPRAVLJANJU

Sedež: Tkalski prehod 4, 2000 Maribor

Hiša Stare trte: Vojašniška 8, 2000 Maribor

TIC Maribor: Partizanska cesta 6 a, 2000 Maribor

1.4 FINANCIRANJE ZAVODA

Zavod svojo dejavnost in obstoj ter izvajanje programov financira iz:

- proračunskih sredstev ustanovitelja (namenska in nenamenska sredstva),
- lastnih prihodkov od prodaje blaga in storitev,
- sredstev proračuna Republike Slovenije, pridobljenih na podlagi javnih razpisov za pospeševanje razvoja turizma,
- sredstev Evropske skupnosti, pridobljenih na podlagi javnih razpisov za pospeševanje razvoja turizma.

1.5 DELOVANJE ZAVODA

Osnovna naloga zavoda je usmerjanje razvoja in trženja turizma v destinaciji Maribor – Pohorje. Specifično se je Zavod do danes ukvarjal z aktivnostmi, ki jih lahko uvrstimo v naslednje vsebinske sklope:

- tržno komuniciranje s poudarkom na spletnem komuniciranju,
- odnosi z javnostmi in pospeševanje prodaje,
- vodenje razvoja in izvajanje EU projektov,
- posredovanje informacij turistom v destinaciji,
- vodenje TIC-a Maribor in Hiše Stare trte,
- organizacija turističnih prireditev,
- mednarodno sodelovanje,
- podpora turističnemu gospodarstvu,
- podpora turistično društveni dejavnosti.

Zavod izvaja posredovanje informacij turistom v destinaciji v sklopu dveh objektov: TIC Maribor in Hiša Stare trte.

Delo v centrih poteka vse dni v letu, tudi ob nedeljah in praznikih, ko so praviloma druge turistične institucije zaprte.

2 POSEBNI DEL

Potrebno je izpostaviti, da je v poslovnem letu 2017 prišlo do zamenjave vodstva Zavoda in da je nova direktorica delovno mesto zasedla 8. maja 2017.

Aktualna direktorica je takoj ob prevzemu funkcije pričela z nadgradnjo poslovno- finančnega načrta, ki je bil začasno sprejet na 3. seji sveta Zavoda, kjer je razvidno, da je svet Zavoda sprejel Začasni poslovni načrt na osnovi katerega je bil pripravljen nov Poslovni načrt.

Po prevzemu vodstvene funkcije so se dosledno izvajale aktivnosti, nastavljene v poslovnem načrtu nove direktorice glede na smernice iz preteklih let. To je bilo glede na potek poslovnega leta nujno, saj v obdobju od maja do avgusta poteka glavna poletna turistična sezona, ki zahteva celostni operativni angažma kadra ZZTMP.

Vzporedno so sicer tekale aktivnosti identifikacije ključnih sprememb in usmeritev, ki so nujne za doseganje dolgoročnih ciljev in vizije razvoja turizma destinacije Maribor – Pohorje. Zaradi kadrovske stiske in glavne turistične sezone se je identifikacija in posledično operacionalizacija dodatnih ali novih ciljev začela izvajati v zadnji triadi leta.

2.1 POROČILO O DOSEŽENIH CILJIH

Poročilo za poslovno leto 2017 predstavlja ključne attribute delovanja Zavoda za turizem Maribor – Pohorje v poslovnem letu 2017. Posebni del je namenjen predstavitvi poslovnih aktivnosti, ki sledijo kratkoročnim in dolgoročnim strateškim usmeritvam razvoja mikro destinacije Maribor – mesto in makro destinacije Maribor – Pohorje.

2.1.1 DOLGOROČNI (2010 – 2020) CILJI JAVNEGA ZAVODA ZA TURIZEM MARIBOR – POHORJE¹

Tako kvantitativni kot tudi kvalitativni dolgoročni cilji so opredeljeni v dokumentu: **»Strategija razvoja turizma turistične destinacije Maribor – Pohorje (Zgornje Podravje 2010 – 2020)«** iz leta 2011. Postavljeni cilji so smernice delu Zavoda za turizem Maribor – Pohorje, ki pa ažurno spremlja dogajanje na trgu in poslovne ter strateške cilje ustrezno prilagaja.

TEMELJNA VIZIJA (2020):

Turistična destinacija Maribor – Pohorje bo postala mednarodno prepoznavna turistična destinacija z jasnim pozicioniranjem in »šestimi« po novi strategiji² »petimi« celostnimi turističnimi produkti.

VIZIJA DESTINACIJE (2020):

Turistična destinacija Maribor – Pohorje je vabljliva za goste, ki želijo uživati življenje in je poznana po svoji izjemni gostoljubnosti. Goste sprošča, razvaja, spodbuja k odkrivanju duhovne kulture, aktivnostim v naravi in zdravemu življenju skozi vse leto. Prepoznana je po

¹ Strategija razvoja turizma turistične destinacije Maribor – Pohorje (Zgornje Podravje 2010 – 2020)

² Strategija trajnostne rasti slovenskega turizma 2017–2021

bujno zelenih gozdovih, sončnih vinorodnih gričih, bogati dediščini ter izjemni, vinski tradiciji, katere simbol je najstarejša trta na svetu.

Odlikuje so po vrhunski kulturni in družabni ponudbi, ki jo nadgrajuje naziv Evropske prestolnice kulture 2012. S kakovostno ponudbo navdušuje športnike in rekreativce. Značilnosti destinacije so: zelena narava, zdrava pitna voda, prijetna klima, pristna vinsko – kulinarična doživetja, starodavna mesta, živahna podoba podeželja ter veseli in gostoljubni domačini. Odličnost dosega s kakovostno ponudbo udobja, storitev in zabave tudi za zahtevnejše poslovne goste.

KVANTITATIVNI CILJI:

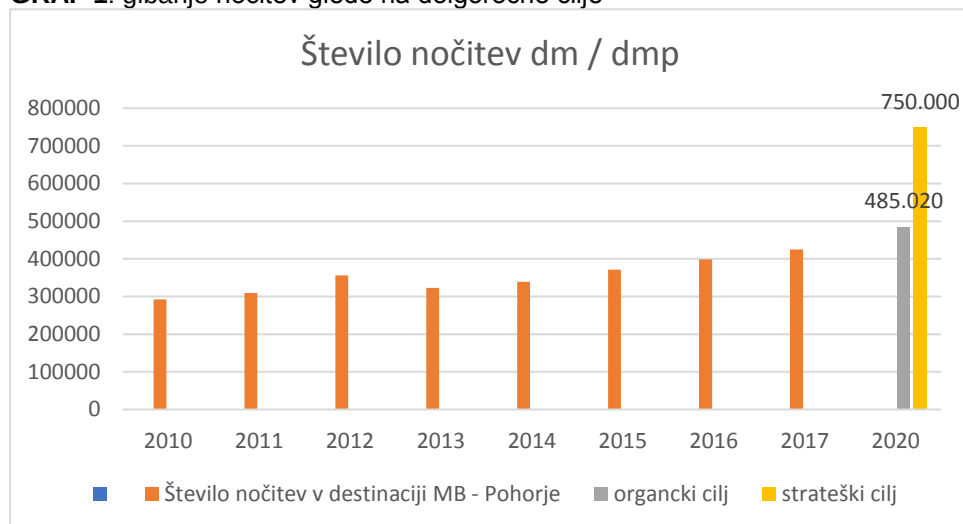
- (a) povečanje števila namestitvenih kapacitet iz 4.750 na 8.000 ležišč, od tega 1.600 izven obstoječih centrov (Maribor, Pohorje),
- (b) povečanje števila prihodov za 100%, od tega vsaj 60% iz tujih trgov,
- (c) povečanje števila nočitev za 150%,
- (č) podaljšanje dobe bivanja na 3 dni.

KVALITATIVNI CILJI

- povečanje prepoznavnosti destinacije,
- izdelava načrta upravljanja tržne znamke,
- intenziviranje trženja ponudbe ter vzpostavitev sodobnih prodajnih kanalov (turistične agencije, touroperatorji, e-kanali...),
- povečanje dostopnosti destinacije. Izkoristiti bližino letališč, vzpostaviti redne linije na domačem letališču, izboljšati železniške povezave in ostali javni promet,
- razširitev turistične ponudbe tudi izven aktualnih centrov,
- razvoj ponudbe, ki bo zagotavljala povpraševanje preko celega leta,
- razvoj specializiranih produktov in programov, usmerjenih k posameznim ciljnim skupinam,
- dvig kakovosti turističnih storitev. Avtentična ponudba, ekološka naravnost, konkurenčno pozicioniranje (value for money), stalni nadzor kakovosti,
- povezovanje deležnikov v ponudbeni, izobraževalni in upravljavski verigi z vzpostavitvijo dolgoročno stabilne in učinkovite organiziranosti upravljanja destinacije,
- trajnostni razvoj turizma v destinaciji ob upoštevanju principov sonaravnega bivanja, ekologije, energetske učinkovitosti in ekonomske in socialne vzdržnosti,
- izgradnja novih in obnova obstoječih turističnih namestitev po načelih zelene oz. eko gradnje (varčna raba energije in vode v skladu s sodobnimi normativi, bio razgradnje odpadkov, pridobivanje energije s solarnimi sistemi ...) s pridobitvijo certifikatov za ekološko ustreznost objektov,
- dvig kakovosti in obogatitev ponudbe v obstoječih namestitvenih objektih,
- usmeritev v izgradnjo specializiranih turističnih namestitev oz. hotelov glede na posamezne ciljne skupine turistov (družinski, kolesarski, pohodniški, ekološki, kongresni, velneški, športni ...).

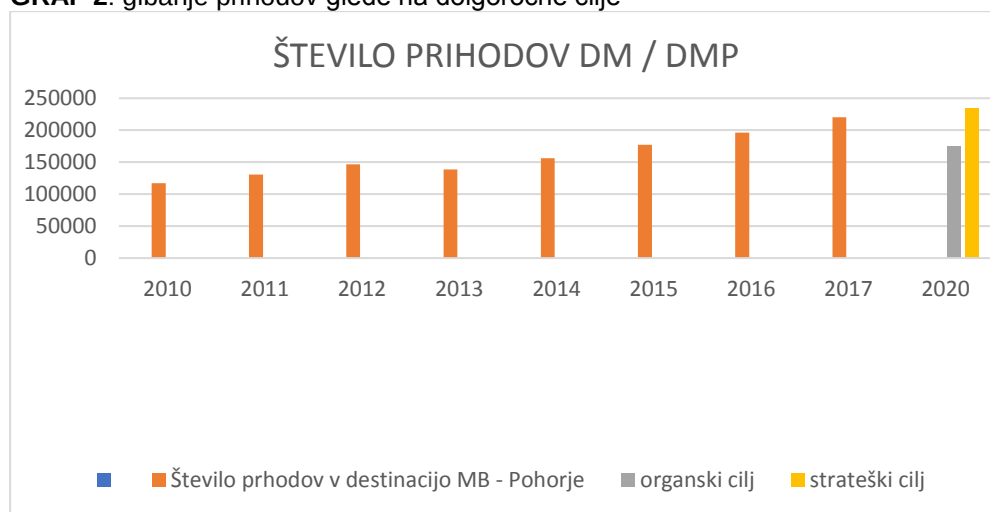
Aktualno stopnjo realizacije dolgoročnih kvantitativnih ciljev prikazujemo grafično.

GRAF 1: gibanje nočitev glede na dolgoročne cilje



(c) Glede na plan, opredeljen v Strategiji razvoja turizma turistične destinacije Maribor – Pohorje³ 2010 - 2020 za destinacijo Maribor – Pohorje, beležimo do konec leta 2017 57% realizacijo, ki je predvidena do leta 2020.

GRAF 2: gibanje prihodov glede na dolgoročne cilje



(b) Število prihodov glede na plan opredeljen v SRTMP 2010 - 2020 za destinacijo Maribor – Pohorje beležimo do konec leta 2017 94% realizacijo plana, predvidenega do leta 2020.

V strategiji je tudi opredeljeno razmerje domačih in tujih gostov, in sicer se pričakuje 60% tujih in 40% domačih gostov. V destinaciji Maribor in Maribor – Pohorje v letu 2017 beležimo 77% delež **prihodov** tujih gostov in 75% **nočitev** tujih gostov.

Povprečna doba bivanja v letu 2017 (od I do IV) za Maribor znaša 2,42 dni (zimsko sezona, zimske počitnice, proti koncu leta se doba bivanja krajša), za destinacijo Maribor – Pohorje pa

³ v nadaljevanju SRTMP

v enakem obdobju 2,64 dni (zimski sezona, zimske počitnice, proti koncu leta se doba bivanja krajša).

Zavod zbira statistične podatke za destinacijo Maribor – Pohorje, ki zajema 22 občin, in posebej za Mestno občino Maribor. Od vseh občin jih je kar nekaj brez prenočitvenih kapacitet ali pa le teh ne sporočajo na matično občino.

Tabela 1: število nočitvenih kapacitete v destinaciji Maribor in destinaciji Maribor – Pohorje

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Nočitvene kapacitete Maribor	2305	2431	2466	2474	2559	3454	3300	3538
Nočitvene kapacitete MB - Pohorje	2129	2233	2560	2613	2354	2420	2420	2236
Skupaj *	4.434	4.664	5.026	5.087	4.913	5.874	5.720	5.774

(a)Prenočitvene kapacitete glede na plan, opredeljen v SRTMP 2010 - 2020 za destinacijo Maribor – Pohorje, do konec leta 2017 kažejo na 72% realizacijo.

(č) V destinaciji Maribor – Pohorje je razmerje med domačini in tujimi nočitvami 25/75 v prid tujim nočitvam. Povprečna doba bivanja v destinaciji v letu 2017 je 1,93 dni.

Glede prihodov gostov v destinaciji Maribor je razmerje med domačimi in tujimi gosti 23/77 v prid tujim gostom. Povprečna doba bivanja v destinaciji v letu 2017 je 1,86 dni.

2.1.2 PRIKAZ LETNIH (2017) CILJEV ZAVODA ZA TURIZEM MARIBOR - POHORJE

Ključni dolgoročni cilj zavoda je dvig kakovosti turizma na mikro in makro destinaciji ter dvig kakovosti dela Zavoda. Doseganje poslovnih ciljev je strateški in vsaj srednjeročni projekt, ki ga skušamo dosegati s postavljanjem kratkoročnih operativnih ciljev za posamezno poslovno leto.

Kvantitativni cilji za leto 2017:

- povišati obseg nočitev za 5%,
- povišati obseg prihodov za 3%,
- obdržati oziroma povišati povprečno dobo bivanja v mestu Maribor, ki znaša 2,1 ter v destinaciji na 2,13 dneva.

Iz spodaj podanih statističnih podatkov (slika 1) je razvidno, da smo zastavljene cilje presegli. Destinacija mesto Maribor je cilje presegla za 2,5% (skupaj 7,5%), obseg prihodov smo presegli za 10% (skupaj 13%).

Makro destinacija (Maribor - Pohorje) je obseg nočitev presegla za dober odstotek (skupaj 6%), obseg prihodov pa za 17% (skupaj 20%).

Povprečna doba bivanja ne dosega zastavljenih ciljev, in sicer pri destinaciji mesto Maribor dosegamo 1,86 in pri širši destinaciji (Maribor – Pohorje) 1,93. Podrobnejši podatki so navedeni spodaj.

DESTINACIJA MARIBOR (DM)

- plan števila nočitev: 323.829; realizirano število nočitev: 331.763
- plan števila gostov: 162.006; realizirano število gostov: 178.686
- za povprečno dobo bivanja beležimo rahel upad iz 2,1 na 1,86 dni

DESTINACIJA MARIBOR – POHORJE (DMP)

- plan števila nočitev: 418.836; realizirano število nočitev: 424.616
- plan števila gostov: 188.207; realizirano število gostov: 220.362
- za povprečno dobo bivanja beležimo rahel upad iz 2,14 na 1,93 dni

Tabela 2: realizacija letnih kvantitativnih ciljev DM in DMP

	plan destinacija Maribor	realizacija destinacija Maribor	Index plan/realiz.
število nočitev	323.829	331.763	102,45
število gostov	162.006	178.686	110,3
povp. doba biv.	1,96	1,86	95
	Plan destinacije MB-P	Realizacija destinacije MB-P	
število nočitev	418.836	424.616	101,38
število gostov	188.207	220.362	117,06
povp. doba biv.	2,03	1,93	95

Zastavljenih ciljev ne dosegamo pri povprečni dobi bivanja, ki zaostaja za planirano tako v destinaciji Maribor, kot v destinaciji Maribor – Pohorje za 5%. Glede na rezultat bo potrebno v poslovnem letu 2018 izvesti aktivnosti v smeri doseganja zastavljenega cilja na področju PDB.

Ob tem je vsekakor potrebno izpostaviti, da je upad PDB izziv evropskega turizma (pa tudi globalnega). Številne zrele in nove turistične destinacije namreč beležijo krajšo dobo bivanja.

Cilj ZTMP vsekakor je, da se PDB dvigne na zastavljenih 3 dni, kar bomo poskušali dosežati z oblikovanjem ITPjev v vseh letnih obdobjih, kjer obstajajo realni tržni pogoji za daljše počitnice. Te bodo pokrile manko iz netipičnih počitniških obdobj, kar je predvsem zadnje četrletje.

Kvalitativni cilji za leto 2017:

Razvoj produktov:

- oblikovanje nosilnih produktov in njihov razvoj: v letu 2017 smo določili ključne nosilne produkte, ni sicer šport, vino & kulinarika, kultura, kongresni turizem, mestni turizem. Cilj v letu 2017 je bil izpostaviti prve tri, za katere smo oblikovali delovne skupine skupaj s predstavniki prenočišč (prvo srečanje je bilo v novembru). Prav tako smo oblikovali pakete (Vino in kulinarika, Zeleno in aktivno, kultura, Nočni Maribor), ki smo jih ponudili udeležencem veteranskega prvenstva v sabljanju v mesecu oktobru.
- razvoj novih za trg zanimivih produktov – dvig privlačnosti: v letu 2017 smo nastavili nadgradnjo projekta Mariborska vinska pot (paket, ki združuje vinsko ponudbo treh ponudnikov v mestu), ki se bo v letu 2018 dopolnila s ponudbo kulinarike (Mariborska kulinarčna pot bo ponujala štajerske jedi pri različnih ponudnikih v mestu).

Cilj 3: Zagotoviti celovito ponudbo mesta in destinacije v sodelovanju z zunanjim okoljem

Ukrep: Povečati aktivnosti sodelovanja med ponudniki v modelu tripartitnega partnerstva – v destinaciji in izven. Skladno s tem ukrepom smo izvedli 18 delovnih srečanj z deležniki destinacije, na katerih smo iskali možnosti za povečanje učinkovitosti sodelovanja in oblikovali nove ITP.

Prav tako smo izvedli preko 20 neosebnih sodelovanj, kjer smo preko elektronske pošte izvajali razvoj ITP in realizirali druge razvojne dogovore s področja zagotavljanja celovite turistične ponudbe destinacije. Posledično smo zasnovali dva nova in nadgradili dva obstoječa turistična proizvoda, kjer smo neposredno sodelovali.

Žal nimamo podatkov, koliko novih proizvodov je nastalo kot plod naše iniciative in aktivnosti, saj pri realizaciji nismo aktivno sodelovali. Specifični realizirani produkti so razvidni iz poglavij 2.5, 2.6 in 2.10, kjer predstavljamo aktivnosti HST, projekte in prireditve.

Tržno komuniciranje (glej poglavje: 2.2):

- dvig prepoznavnosti Maribora s Pohorjem in okolico,
- ustreznejše informiranje turističnih ponudnikov v mestu in destinaciji ter javnosti doma in v tujini o novostih v turizmu, dogodkih in gospodarstvu,
- skupna predstavitev vseh ključnih partnerjev na dogodkih, sejnih, work shopih doma in v tujini,
- pospeševanje prodaje s pomočjo prepoznavnih blagovnih znamk (osebe, klubi, podjetja).

Cilj 5: Izboljšati obveščenost in ozaveščenost prebivalcev in ciljnih skupin turistov ter predstavnikov tripartitnega partnerstva o pomenu turizma in s turizmom povezanih dejavnosti za Maribor in celotno destinacijo

Ukrepi: Izvajanje komunikacijskih in promocijskih aktivnosti, obveščanje preko spleta, socialnih omrežij, e-novic, tiskovnih konferenc in vključevanje v problemske ter aktualne diskusije – na lokalni, regionalni in nacionalni ravni. Specifične aktivnosti za realizacijo tega cilja navajamo v poglavju 2.2 z naslovom: Tržno komuniciranje.

Poslovanje zavoda (glej poglavje 2.4)

- Izobraževanje turističnega kadra (povezovanje s SŠGT in VSŠGT MB).

Cilj 1: Zagotoviti ustrezno likvidnost Zavoda

Ukrep: Zaradi zniževanja likvidnosti Zavoda smo zastavili plan izvedbenih aktivnosti in njegovo terminsko izvajanje v skladu z možnostmi. Zagotovili smo dnevni nadzor nad gibanjem prilivov in odlivov finančnih sredstev in uvedli pravočasne dodatne ukrepe glede na spremembe likvidnostne situacije, ki jo povzročajo nejasni finančni prihodki iz naslova razpisov in sofinanciranja izvedenih aktivnosti. Poslovno leto smo zaključili glede na delitev prihodkov in odhodkov na javno službo in tržno dejavnost s presežkom prihodkov nad odhodki iz javne službe v višini 27.020 evrov in presežkom prihodkov na odhodki iz tržne dejavnosti 9.916 evrov. Podrobnosti pa so razvidne iz finančnega izkaza na strani 49. S tem ugotavljamo, da smo uspešno zagotovili likvidnost poslovanja Zavoda.

Cilj 2: Racionalizirati delo, povečati izkoriščenost kadrovskih resursov

Ukrep: Povečali smo mreženje in povezovanje kadrov s ciljem zagotoviti enakomerno obremenjenost kadrov. Izvedli smo razvojne in ocenjevalne intervjuje z zaposlenimi, ki so vodili v identifikacijo njihovih operativnih zmogljivostih, kariernih želja in kompetentnega manka.

V tekočem letu so v Zavodu za turizem Maribor – Pohorje napredovale tri osebe, eni osebi se je to napredovanje po poskusni dobi odvzelo, eni osebi se je prekinilo razmerje o zaposlitvi (ni se ji podaljšalo obdobje 2 let), eni osebi je bila glede na potek dveh let dela v Zavodu dana pogodba za nedoločen čas, ena oseba je ob koncu leta odšla v pokoj.

Glede na fluktuacijo zaposlenih smo bili v letu 2017 primorani nadomestiti manko in zato zaposlili dve osebi. Trenutno je v Zavodu za turizem Maribor – Pohorje zaposlenih 17 oseb, ena oseba je v porodniški.

V tem času se je veliko vlagalo v kader, saj je poznavanje aktualnih trendov ključnega pomena za razvoj turistične dejavnosti.

Seznam izobraževanj se nahaja v poglavju 2.4.

Cilj 4: Izboljšati informacijsko povezanost dislociranih enot (TIC Maribor in Hiša Stare trte)

Ukrep: Uskladiti in učinkovito razporejati delo ter nadaljevati proces reševanja neskladnosti delovanja z večkratnimi sprotnimi brifingi in sestanki.

Ob prevzemu funkcije se je ugotovilo, da so zaposleni med seboj neusklajeni in neinformirani o dogajanju, ki se izvaja v dislociranih enotah TIC in HST, uprava ter obratno. Potrebna so bila redna srečanja, sestanki in kratki brifingi z namenom medsebojne informiranosti in možnosti skupnega razmišljanja za boljšo izvedbo aktivnosti. Uvedli smo press novičke dvakrat mesečno, s katerimi smo poleg splošne javnosti seznanjali in ozaveščali tudi zaposlene.

Cilj 6: Izboljšati motivacijo zaposlenih ter povečati njihovo učinkovitost in storilnost

Ukrepi: V želji povečati motivacijo zaposlenih smo organizirali povezovalni dan (izlet – team building). Ob prevzemu funkcije so bili izvedeni tudi osebni razgovori z zaposlenimi, kjer so vsi imeli možnosti povedati, kakšne razvojne možnosti pri svojem delu vidijo in kaj si želijo izboljšati.

Cilj 7: Preselitev uprave Zavoda na drugo lokacijo

Ukrep sporazumne prekinitve najema poslovnega prostora Tkalke (Tkalski prehod 4, Maribor) z Mestno občino Maribor in preselitev uprave na lažje dostopno in urejeno lokacijo ni bil realiziran. Zadeva je v obravnavi in jo ureja Mestna občina Maribor (MOM).

Cilj 1 je bil izveden.

Cilji 2 - 6 so vezani na dolgoročni proces dela in jih ni moč izvesti v enem letu.

Cilj 7 je posledica odločitev lastnika MOM in je v procesu reševanja.

2.2 TRŽNO KOMUNICIRANJE

Z aktivnostmi tržnega komuniciranja smo v letu 2017 dosegali naslednje poslovne rezultate:

- povečanje prihodov gostov in število nočitev v mikro in makro destinaciji (prihodi gostov: +14 % v mikro oz. + 12 % v makro destinaciji; nočitve: +8 % v mikro in +6 % v makro destinaciji),
- povečanje obiska spletnega mesta makro destinacije (število uporabnikov spletne strani: +33,64 %),
- pozitivne objave v slovenskih in tujih medijih,
- tržno-komunikacijska podpora prireditvam Zavoda in drugim dogodkom v destinaciji,
- krepitev partnerstev s turističnimi ponudniki, predstavniki občin in civilno iniciativo v celotni destinaciji,
- informiranje lokalnega in splošnega prebivalstva ter turistov o dogodkih in življenju v destinaciji Maribor - Pohorje.

Zgoraj navedeni dosežki omogočajo potrditev, da smo s tem ustrezno dosegali tudi cilj dviga prepoznavnosti turistične destinacije s tržno znamko Maribor - Pohorje na primarnih ciljnih trgih. Specifično merjenje prepoznavnosti destinacije bomo vzpostavili v poslovnem letu 2018.

2.2.1 Odnosi z javnostmi

Splošno in tržno smo komunicirali ponudbo enovite makro destinacije Maribor – Pohorje, mikro destinacije Maribor in Zavoda za turizem Maribor – Pohorje. Komunicirali smo s splošnimi in turistično usmerjenimi mediji, turističnimi ponudniki, vodniki in drugimi turističnimi deležniki doma in v tujini ter turisti.

Komuniciranje je potekalo preko tradicionalnih in digitalnih komunikacijskih orodij. Komunikacijsko smo podpirali pomembne turistične dogodke organizatorjev prireditev v TD Maribor - Pohorje in trženjske aktivnosti vseh zainteresiranih turističnih ponudnikov, kjer smo jim nudili tudi strokovno podporo.

V nadaljevanju navajamo orodja in kanale komuniciranja, ki smo jih izvajali v največjem obsegu.

Sporočila za javnost

V letu 2017 je bilo poslanih 40 sporočil za javnost. Sporočila so bila poslana na seznam kontaktov, ki vključuje obsežno bazo slovenskih medijev (okoli 300 prejemnikov), med njimi tudi STA (slovensko tiskovno agencijo) in TTA (turistična tiskovna agencija STO) ter druge pomembne javnosti, kot so predstavniki STO, lokalni turistični vodniki in ponudniki namestitvenih kapacitet. Sporočila za javnost (aktualna in arhiv) so medijem in drugim zainteresiranim javnostim dostopna na destinacijski spletni strani www.maribor-pohorje.si/www.visitmaribor.si.

Sporočila za javnost smo oblikovali in pošiljali zainteresiranim javnostim tudi v sodelovanju z Mestno občino Maribor (npr. mednarodni turistični sejem Xi'an Silk Road International Tourism Expo (XSRITE) 2017, prevzem naziva Evropsko mesto športa 2018) in partnerskimi organizacijami (npr. v okviru projektov Prebujanje/Buđenje, Partnerstvo za Dravsko kolesarsko pot). Pri posredovanju sporočil ustreznim tujim javnostim smo zaprosili za podporo Slovenske turistične organizacije (STO).

Novinarske konference

Novinarske konference smo izvedli ob pomembnejši aktivnostih Zavoda:

- 10. obletnica Hiše Stare trte,
- Drava festival,
- Festival Stare trte,
- skupna promocija smučarskih centrov Pohorja in Čarobni december v Mariboru.

Predstavniki Zavoda so sodelovali tudi na številnih novinarskih konferencah partnerskih organizacij, med drugimi ob naslednjih priložnostih:

- Festival Ezl ek, Salon sauvignon (v Mariboru in na Ptuju),
- Festivalsko poletje v Mariboru in na Ptuju (novinarska konferenca v organizaciji Slovenske turistične organizacije Gradcu),
- mladinsko evropsko prvenstvo v judu,
- koncert Fanfare Ciocarlia (socialno podjetje EPEKA),
- prihod hotelske verige Accor Hotels v Maribor,
- 3. Salon mladih štajerskih vin Pubec,
- predstavitev Dravske kolesarske poti,
- vzpostavitev »kolesarske kompozicije« na železniški progi Maribor – Dravograd,
- Zeleni dan slovenskega turizma v Mariboru,
- čezmejni projekt Prebujanje/Buđenje,
- mednarodno splavarsko srečanje in svetovno prvenstvo v sabljanju za veterane.

Komunikacija s turisti in za turiste

Tudi v letu 2017 so se na Zavod oz. njegove predstavnike obrnile številne medijske hiše in novinarji; povpraševali so po ustnih ali pisnih izjavah o aktualnem turističnem in s turizmom povezanim dogajanjem, po gostovanjih v radijskih in televizijskih oddajah ter drugem tekstovnem, fotografskem in video promocijskem materialu o Mariboru in destinaciji Maribor - Pohorje. Na Zavodu smo v letu 2017 izvedli okoli 100 ustnih in 50 pisnih izjav oz. komentarjev za slovenske in lokalne medije.

Z željo po sledljivosti in nadaljnji analizi medijskih objav smo od meseca maja uporabljali storitev clippinga – popolno analizo medijskih objav dodajamo kot prilogo (priloga 4) k poslovnemu poročilu, njen povzetek pa navajamo v naslednjih alinejah:

- V obdobju od 15. 5. do 31. 12. 2017 smo zasledili in analizirali 1293 objav z gesli, povezanimi z Zavodom za turizem Maribor - Pohorje, od tega največ v novembru (250).
- Publiciteto smo razvrstili v štiri tematske sklope: Stara trta, vino in kulinarika (576 objav), Šport (395 objav), Kultura (147 objav) ter Turizem in ZTMP splošno (175 objav).
- Tematski sklopi imajo sledeče deleže: Stara trta, vino in kulinarika (44,5 %), Šport (30,5 %), Kultura (11,4 %) ter Turizem in ZTMP splošno (13,5 %).
- V proaktivno publiciteto smo uvrstili 995 objav, kar predstavlja 77% celotne publicitete. Največ proaktivnih objav ima tematski sklop Stara trta, vino in kulinarika (466), sledijo Šport (236), Turizem in ZTMP splošno (157) ter Kultura (136).
- Skupna ocena oglaševalske vrednosti znaša 1.075.869 €. Največjo vrednost je dosegel tematski sklop Stara trta, vino in kulinarika (440.490 €), sledijo Šport (312.283 €), Kultura (148.032 €) ter Turizem in ZTMP splošno (175.065 €).
- Največ objav so objavili naslednji mediji: Večer (283), vecer.si (83), Radio 1 (71), maribor24.si (63), mariborinfo.com (62), STA (58) ter RA Maribor MM1 (54).

Vir: Analiza medijskih objav Kvalia, Zavod za turizem Maribor - Pohorje, maj-december 2017, Press Clipping

S tujimi mediji smo sodelovali predvsem v sodelovanju s Slovensko turistično organizacijo in v okviru mednarodnih in čezmejnih projektov. Pomemben del komuniciranja s tujimi mediji predstavljajo novinarska študijska potovanja, na katerih smo medijem predstavili ključno turistično ponudbo mesta in destinacije ter navezali stike, ki jih nadalje vzdržujemo s komunikacijo oz. obveščanjem preko e-novic. Na področju študijskih potovanj opazamo nadaljevanje trenda v zmanjšanju števila »klasičnih« novinarskih obiskov in povečevanje obiskov s strani blogerjev oz. t.i. socialnih influencerjev.

V letu 2017 je Zavod organizacijsko in finančno podprl izvedbo okoli 20 promocijskih študijskih potovanj, pri čemer smo gostili udeležence (novinarje, blogerje, instagramarje, tour operatorje) iz naslednjih držav: Nemčija, Hrvaška, Italija, Madžarska, Srbija, Češka, Poljska, Rusija, Belgija, Francija, Danska, Nizozemska, ZDA, Izrael, Romunija, Tajska.

CRM in e-novice

Za namene pošiljanja e-novic in gradnje baze kontaktnih podatkov smo uporabljali orodje Mailchimp. V bazo kontaktov v MailChimpu so bili tekom leta sproti dodajani in urejani novi kontakti, skupno več kot 220 kontaktov v naslednje obstoječe jezikovne sezname: slovenski, angleški, nemški, hrvaški, srbski, italijanski in madžarski.

Pri manualni registraciji kontaktov so bile posameznim kontaktom vedno dodane primerne oznake, v kolikor so bili podatki na voljo (npr. interesi, področje dela, stroka, ipd.). Na tak način se sistematično ureja baza kontaktov, kar omogoča segmentacijo kontaktov pri pošiljanju mailingov. V letu 2018 se bo nadaljevalo izvajanje postopnega urejanja kontaktov v smiselne kategorije. V letu 2019 pa kompleksni CRM sistem.

V letu 2017 smo s pomočjo spletnega orodja Mailchimp poslali osem tematskih e-novic (z vsemi jezikovnimi različicami skupno 19), vse z namenom napovedi dogodkov, prireditvev in festivalov v mestu: Drava festival, Festival Ezl ek, Festival Lent, La Hotel, Street food Market & Sound of Streets & Gospe in gospodje, na Gosposko!, Festival Stare trte, Martinovanje, Čarobni december v Mariboru.

Največkrat odprta in klikana e-novica je bila na temo festivala Ezlek (37,4 % oseb je odprlo sporočilo, 12 % oseb je kliknilo na povezavo; poslano na slovenski jezikovni seznam), najmanjkrat pa Čarobni december v Mariboru (17,5 % je odprlo sporočilo, 1,9 % oseb je kliknilo na povezavo; poslano na angleški jezikovni seznam).

Glede na finančne in kadrovske omejitve ostaja CRM in z njim povezano ciljno komuniciranje s ciljnim javnostmi oz. skupinami neizkoriščen potencial, ki si ga bomo v danih okoliščinah (orodje Mailchimp, neprečiščena oz. nesegmentirana baza kontaktov, pomanjkanje virov za ciljno nagovarjanje oz. prodajo turističnih produktov) še naprej prizadevali v kar največji meri dopolnjevati in nadgrajevati z doslednim vnašanjem novih kontaktov in njihovo segmentacijo.

Spletno komuniciranje

Spletno komuniciranje MARIBOR – POHORJE.

Uradno spletno mesto turistične destinacije Maribor - Pohorje www.maribor-pohorje.si/www.visitmaribor.si predstavlja zaokroženo komunikacijsko platformo destinacije. Vsebine so na voljo v slovenskem, angleškem in nemškem jeziku, delno pa tudi v hrvaškem, srbskem, ruskem, madžarskem, italijanskem, španskem, francoskem in kitajskem jeziku.

Analiza obiska in aktivnosti na spletnem mestu so del poročila podjetja Kainoto, ki ga prilagamo (priloga 5) k pričujočemu dokumentu, v nadaljevanju pa izpostavljamo ključne ugotovitve analize obiska spletnega mesta:

- V obdobju od 1. januarja do 31. decembra 2017 je bilo zabeleženih 46,64 % več sej na spletni strani maribor-pohorje.si kot v istem obdobju leto prej. Število ogledov strani se je v letu 2017 povečalo za 38,49 %. Prav tako se je za 1,02 % podaljšal čas, ki ga uporabniki preživijo na posamezni strani (iz 1,13 minute v letu 2016 na 1,14 minute v letu 2017).
- Število uporabnikov, ki so v letu 2017 obiskali spletno stran, se je v primerjavi z letom 2016 povečalo za 33,64 %. V letu 2017 je tako spletno stran obiskalo 248.206 obiskovalcev, kar je v povprečju 680 obiskovalcev na dan. Prav tako se je povečalo število novih uporabnikov in sicer 35,92% več kot leto prej.
- Najvišja obiskanost spletne strani je bila tako v letu 2016, kot v letu 2017 v mesecu novembru in decembru.
- V letu 2017 je večina uporabnikov spletno stran obiskala preko pametnega telefona (49,86 % vseh obiskovalcev). 44,35 % obiskovalcev je spletno stran obiskala preko namiznega računalnika in 5,8 % preko tablice. V primerjavi z letom 2016 se je uporaba pametnih telefonov povečala za 66,29 %.
- 76,84 % vseh obiskovalcev prihaja iz Slovenije, na drugem mestu so obiskovalci iz Avstrije (7,14%), na tretjem mestu pa obiskovalci iz Nemčije (3,36%). Zaznavamo rahlo relativno rast obiskovalcev iz tujih trgov v primerjavi s slovenskimi (+4%), vendar je delež obiskovalcev iz Slovenije še vedno občutno previsok. Spodbudni podatek je, da je znotraj Slovenije delež obiskovalcev iz Maribora relativno padel za 5 % na račun obiska iz drugih lokacij.
- V letu 2017 je bilo skupaj, v vseh jezikovnih različicah spletne strani maribor-pohorje.si, na novo ustvarjenih 276 vsebin. Vsebin, ki so nastale pred letom 2017 in so bile v tem letu posodobljene, je bilo 899.
- Največji delež uporabnikov (41 %) je v letu 2017 na spletno stran prišel preko organskega iskanja v Googlu. Pri tem je zabeleženih največ obiskov na podstrani: Koncerti na Trgu Leona Štuklja, Iskalnik prireditve in Čarobni december v Mariboru.

Vir: Pregled aktivnosti v letu 2017 in predlogi za leto 2018, izvajalec: Kainoto d.o.o.

Spletno komuniciranje STARA TRTA WWW.STARATRTA.SI

Spletno mesto www.staratrt.si smo vzpostavili v letu 2017. Del spletne strani je tudi spletna trgovina, katere izvedba je bila konec decembra 2017 tik pred zaključkom (do zamika delovanja spletne trgovine je prišlo zaradi tehničnih ovir, ki smo jih sprotno odpravljali), do danega trenutka pa je spletna trgovina že normalno delujoča.

- Od vzpostavitve spletnega mesta do 31. 12. 2017 je bilo skupno 11.600 ogledov strani.
- Povprečen čas na strani je znašal minuto in pol.
- Zabeležili smo 3.715 uporabnikov, ki so izvedli 4.655 sej.
- Med obiskovalci je največ Slovencev (53 %), nato sledijo Avstrijci (5,3 %), Američani (5,1 %), Kanadčani (4,7 %), Nemci (4,1 %) ...
- Večina uporabnikov je spletno stran obiskala preko namiznega računalnika (69,04 % vseh obiskovalcev), 26,19 % obiskovalcev je spletno stran obiskalo preko pametnega telefona in 4,76 % preko tablice.
- V letošnjem letu sledi intenzivna promocija spletnega mesta in spletne trgovine.

Spletno komuniciranje DRAVA FESTIVAL in DRAVA BIKE www.dravabike.si

Za spletni portal **dravafestival** in **dravabike** imamo skupne podatke za kompletno leto 2017. Le - te črpamo direktno s spletnega strežnika in oboje teče na istem strežniku, zato so podatki združeni. Zelo dobro je vidno, da je bilo največ obiska v mesecih, ko se je Drava festival odvijal, za tem je obisk upadel. Drava Bike Portal pa je koncem leta šele zaživel in bo obisk viden šele v letu 2018, ko se bo začela tudi promocije le-tega.

V letu 2018 bomo imeli dva ločena google analytics računa za vsako spletno mesto posebej. Skupno je bilo v letu 2017 9.149 enkratnih obiskovalcev, 13.466 obiskov spletne strani in 167.775 obiskanih strani.

Spletna stran Drava festival je zaživela koncem aprila. Predstavljena je bila na novinarski konferenci dne 8. 5. 2017. Spletna stran Drava Bike je bila predstavljena na 3. Skupščini partnerstva za Dravsko kolesarsko pot 4. 12. 2017.

Spletno komuniciranje preko družabnih omrežij

Kljub zavedanju pomena sodobnih orodij komuniciranja je komuniciranje Zavoda za turizem Maribor - Pohorje preko družabnih omrežij zaradi finančnih in kadrovskih ovir še vedno omejeno na najosnovnejše in v večini brezplačne aktivnosti:

Facebook spletna stran »visitmaribor«

Facebook stran Visit Maribor urejamo od leta 2013, kjer z vsakodnevnimi objavami predstavljamo znamenitosti v mestu, muzeje, galerije in druge zanimive točke v turistični destinaciji Maribor – Pohorje, spremljamo aktualno dogajanje in prireditve v mestu in okolici, podajamo namige za izlete v okolico itd. Redno spremljamo in odgovarjamo na sporočila in komentarje, ki jih uporabniki pošiljajo preko Facebook strani. Odziv na naše Facebook aktivnosti je zelo dober, saj število sledilcev (všečkov) konstantno raste, vse več ljudi pri svojih objavah uporabi Facebook stran Visit Maribor kot Check-in in Mentions, s čimer Maribor tudi po zaslugi spleta postaja vse bolj prepoznaven.

Osnovni podatki za leto 2017:

- Zabeležili smo 35 % več sledilcev/všečkov kot ob koncu leta 2016.

- Izvedli smo 373 objav (večinoma v slovenskem in angleškem jeziku, nekaj objav je bilo tudi v nemškem in italijanskem jeziku).
- Najuspešnejša nesponzorirana objava je bila objava za Valentinovo s fotografijo srca med vinogradi - avtor fotografije Piotr Skrzypiec - Landscape photography (objava je dosegla 23.851 ljudi; nanjo se je odzvalo 1.136 ljudi; objavo je delilo 85 ljudi).

Facebook spletna stran »staratrt«

V letu 2015 smo vzpostavili Facebook stran Stara trta / World's Oldest Vine za namene promocije najstarejše trte na svetu in Hiše Stare trte ter dogodkov, ki se vrstijo tekom celega leta v hiši.

Osnovni podatki za leto 2017:

- Zabeležili smo 42 % več sledilcev/všečkov kot ob koncu leta 2016.
- Izvedli smo 122 objav (večinoma v slovenskem in angleškem jeziku).
- Najuspešnejša nesponzorirana objava je bila objava dne, 16. 7. 2017: fotografija Stare trte, na dan obletnice Hiše Stare trte v soju žarometov in sončnega zahoda - avtor fotografije Dejan Bulut (objava je dosegla 6.069 ljudi; nanjo se je odzvalo 43 ljudi; objavo je delilo 25 ljudi).

ZTMP upravlja tudi s Facebook spletno stranjo Festival Stare trte. Omenjena stran živi predvsem med festivalom, kjer objavljamo prireditve.

Youtube kanal visitmaribor

Izjemno dobre rezultate analize obiska YouTube kanala VisitMaribor v letu 2016 smo v letu 2017 močno presegli, k čemur pripomogla tudi spletna oglaševalska akcija v času prireditve Čarobni december. Analitične podatke povzemamo v naslednjih alinejah:

- Čas gledanja = + 1.054, 5 % v primerjavi s časom gledanja leto poprej,
- Povprečno trajanje gledanja = - 12,13 % v primerjavi z letom poprej,
- Ogledi = + 1.213,90 % v primerjavi z letom poprej,
- Top 5 zemljepisnih področij ogledov: Slovenija (60 %), Avstrija (35 %), Nemčija (0,7 %), Srbija (0,5 %), Hrvaška (0,4 %),
- Število deljenj z drugimi: 169,49 % v primerjavi z letom poprej,
- Število videoposnetkov na seznamih predvajanja: 167,74 % v primerjavi z letom poprej,
- Top 5 ogledanih videov: Čarobni december 2017 (42 % ogledov), Zauberhafter Dezember in Maribor (35 % ogledov), Maribor - Pohorje, destination full of surprises, 3 min (5,4 % ogledov), Maribor - Pohorje, destination full of surprises, 15 min (4,4 % ogledov); Maribor, City on River Drava (3,7 % ogledov),
- Največ ogledov je bilo 28., 29. in 30. novembra ter v decembru 2017 (nad 1000 dnevno), kar pripisujemo odličnemu rezultatu digitalne kampanje, ki je potekala v tistem času.

Instagram visitmaribor v sodelovanju z zunanjim partnerjem

- V letu 2017 je bilo na Instagram profilu Visitmaribor objavljenih 37 fotografij.
- Število sledilcev se je od začetka leta povečalo za več kot dva tisoč, tako da je število sledilcev ob koncu leta 2017 preseglo 5000.
- V povprečju se je sledenju profila Visit Maribor na Instagramu pridružilo več kot sto sledilcev na mesec.

- Orodje Instagram story je namenjeno promociji objavljenih fotografij in z njegovo uporabo se poveča doseg uporabnikov Instagrama, kar se pozna na obiskanosti profila in številu sledilcev. Povprečno si Instagram story ogleda med 800 in 1000 uporabnikov, kar se je izkazalo kot dobro orodje pri pridobivanju novih sledilcev.
- Večjo uporabo #visitmaribor je bilo zaslediti predvsem v času Festivala Lent in ostalih večjih kulturnih dogodkih v mestu (npr. Borštnikovo srečanje, Festival Maribor).

Ugotavljamo potrebo po kadrovske in strateški optimizaciji komuniciranja preko družabnih omrežij, kar je načrtovano v poslovnem letu 2018.

Oglaševanje / promocija

Oglaševalske / promocijske aktivnosti v letu 2017 lahko povzamemo v naslednje vsebinske sklope:

- **10. obletnica Hiše Stare trte**
 - Tiskani mediji: Večer, Dolce vita, Revija Vino, Pet zvezdic
 - Logotip Hiša Stare trte 10 let
 - Promocijski plakat, vabilo na dogodek (tudi e-različica)
- **Festival Stare trte 2017**
 - Tiskani mediji: Večer, Dolce vita, Katalog Pubec, Mein Sonntag
 - Zunanje oglasne površine: city lighti Maribor, roto pano Ljubljana
 - Radio: Radio City, Radio SI, Radio Ptuj
 - E-novice ZTMP v slovenskem, angleškem in nemškem jeziku
 - Programska zloženka, plakati, vabilo na trgatev, programski list trgatev in drugi promocijski material
- **Čarobni december 2017**
 - Tiskani mediji: Večer
 - Radio: Radio City, Radio SI
 - Video: teaser Čarobni december 2017, teaser Silvestrovanje v Mariboru 2017
 - Spletni mediji: Maribor 24
 - Družabni mediji: aplikacija Insta.Am, Facebook spletna stran VisitMaribor
 - Zunanje oglasne površine: city lighti Maribor, City lighti Graz
 - Digitalno oglaševanje Google AdWords, Facebook; zunanji izvajalec
 - E-novice ZTMP v slovenskem, angleškem in nemškem jeziku
 - Programska zloženka, plakati, bannerji, voščilnica in drugi promocijski material
- **Drugo:**
 - Mestne prireditve – oglaševanje na Radiu City: Drava festival, Street Food Market & Festival Sound of Streets & Gospe in gospodje, na Gosposko!, koncert Slovenski oktet, koncert Odjila
 - Oglasi in promocijski članki v tiskanih medijih: Mein Sonntag, Potovanja in stil, Bloomberg (Finance), Prometna pobarvanka, Slovenia Invites, Slovenian Traveller, Découvrez la Slovénie, Steiermark Magazin
 - In Your Pocket: spletna stran Maribor in mobilna aplikacija Maribor
 - Letaki s predlogi tematskih turističnih paketov; v slovenski, angleški, ruski, španski, turški in kitajski jezikovni različici; za namene turističnih sejmov in borz

- Letak Evropsko košarkarsko prvenstvo za veterane 2018
- Objavljanje prireditev v Večerovem Napovedniku
- Promocija aplikacije VisitMaribor: plakati, bannerji, letaki
- Digitalna obogatitev promocijskih materialov: katalog Maribor - mesto barvitih doživetij, knjižica Maribor – mesto barvitih doživetij, zloženska Stara trta - najstarejša trta na svetu ...

Tiskovine

V letu 2017 smo izdali novi publikaciji Bike Maribor in Mesto barvitih doživetij. Obe sta bili zelo dobro sprejeti, posebej brošura Mesto barvitih doživetij, ki izpostavlja doživetja v Mariboru, natisnjena v priročnem, manjšem formatu.

Slednje ugotavljamo na podlagi konkretnega odziva turističnih deležnikov, ki so jim turisti pohvalili kakovost in uporabnost tiskovin. Na primer lokalni hotelirji poročajo, da turisti tiskovine redno uporabljajo pri lastnem raziskovanju destinacije (kot vodnik). Hkrati turisti jasno izražajo potrebo po digitalnih tiskovinah, a da obstajajo tiskovine, ki so nujne v klasični tiskani obliki (na primer zemljevidi).

Tabela 3: publikacija tiskovin

PUBLIKACIJA	NABAVA 2017 (kom)
Maribor Ang/Nem	40000
Maribor Ita/Srb	5000
Maribor Špa/Fra	10000
Maribor Rus/Madž	10000
Stara trta (slv, ang, nem)	40000
Stara trta (fra., ita., špa)	10000
Načrt mesta	70000
Mesto barvitih doživetij	15000
Bike Maribor	5000
Drava festival	10000
S kolesom na vlak	5000
Pohorje – smučarski centri	5000
Z maistrom brezplačno po mestu	5000
Dravska kolesarska pot	5000 10000
Samo oblikovano je bilo v letu 2017, tisk je januar 2018	
Slo/hrv	
Ang/nem	

Ostale publikacije smo novelirali in ponatisnili, v obsegu, razvidnem v tabeli.

2.2.2 Pospeševanje prodaje in osebna prodaja

Predstavitve na sejmi doma in v tujini

Izvedli smo predstavitve na sejmi, borzah in delavnicah doma in v tujini, sodelovali pri izvedbi študijskih tur za tour operaterje in turistične agencije in aktivno sodelovali na večjih dogodkih. V skladu s planom smo aktivno sodelovali na vseh pomembnih tržnih dogodkih na naših primarnih trgih. Zavod se je pojavljal v vlogi nosilca pobud za sodelovanje in kot soorganizator skupinskih predstavitev. Poskrbeli smo, da smo na predstavitvah, kjer nismo aktivno sodelovali, organizatorju vedno posredovali tiskan material z informacijami o Mariboru in turistični ponudbi v destinaciji Maribor - Pohorje.

Predstavitve na sejmi se odvijajo v obliki Workshopa (WS) ali klasične sejemske predstavitve, ob tem se sejni delijo na klasične sejme in večje turistične borze. Glavna razlika med predstavitvijo na sejmu in predstavitvijo na workshopu je javnost. Pri predstavitev na workshopu gre za predstavitev ponudnika specializiranemu turističnemu sektorju (agencijam, touroperatorjem, prevoznikom, destinacijskim organizacijam, idr.) gre za B2B sestanke. Med tem ko pri sejmi in borzah prihaja do B2B in B2C srečanj, kjer ima Zavod za turizem Maribor – Pohorje ključno informacijsko nalogo.

Predstavitve turistične ponudbe Maribor – Pohorje smo izvedli kot:

- samostojne skupne predstavitve,
- predstavitve na skupni slovenski stojnici Slovenske turistične organizacije,
- predstavitve z drugimi organizatorji.

Udeležili smo se 12 sejmov, 9 workshopov in 3 borz doma in v tujini. Predstavljali smo se v: Avstriji, Nemčiji, Srbiji, Hrvaški, Veliki Britaniji, Turčiji, Madžarski, Poljski, Češki, Slovaški, Kitajski in v Sloveniji.

Vsako predstavitev smo uskladili s predstavniki turističnih družb, ki so bile pri tem tudi aktivno udeležene. Na največjih sejmi ter borzah smo sodelovali na skupni predstavitvi Slovenije, v okviru Slovenske turistične organizacije.

Na sejmi smo poskrbeli za celovito predstavitev mesta in okolice, destinacije Maribor – Pohorje, posredujemo aktualne ponudbe, beležimo pa tudi povratne informacije in povpraševanja, ki jih po zaključku sejma posredujemo turističnim ponudnikom mesta in destinacije.

Na sejmi so aktivno sodelovali glavni nosilci turistične dejavnosti: Terme Maribor, turistične agencije, Območna obrtna podjetniška zbornica Maribor (sekcija gostincev, domača in umetnostna obrt), zasebni lastniki nočitvenih kapacitet, pohorske koč, turistične kmetije, vinogradniki, MO Maribor, GZS OE Maribor, Turistično društvo Maribor, Občinska turistična zveza Maribor, Štajerska turistična zveza in drugi.

Ugotavljamo potrebo po oblikovanju stimulacije za aktivno udeležbo turističnih ponudnikov na sejmi in workshopih. Skladno s tem v letu 2018 uvajamo enovit sistem pred-sejemskih, sejmskih in po-sejemskih aktivnosti za vse turistične ponudnike mikro in makro destinacije. Ponudnikom v letu 2018 ponujamo tudi brezplačni najem prodajno – poslovnega prostora na predstavitveni stojnici destinacije na workshopih.

Tabela 4: preglednica sejemskih predstavitev

SEJMI, WORSHOPI (WS)							
DATUM	NAZIV DOGODKA	MESTO	DRŽAVA	VRSTA	CILJNI PRDUKT	INDEKS MB nočitve16/17	INDEKS MB Prihodi16/17
AVSTRIJA						104	107
12.-15.1. 2017	Ferienmesse	Dunaj	Avstrija	Sejem	Poudarek na športu, kulturi in eno-gastronomiji		
21.3.2017	WS	Dunaj	Avstrija	WS	Splošna predstavitev, ponudba na konkretna povpraševanja		
1.-2.4. 2017	Argus Bike Festival	Dunaj	Avstrija	Sejem	Kolesarjenje, aktivni oddih		
NEMČIJA						104	112
14.-22.1. 2017	CMT	Stuttgart	Nemčija	Sejem	Poudarek na športu, kulturi in eno-gastronomiji		
22.-26.2. 2017	F.R.EE.	München	Nemčija	Sejem	Rekreacija in prosti čas, kultura in eno-gastronomija		
8.-12.3. 2017	ITB	Berlin	Nemčija	Borza	Splošna predstavitev, izpostavljeni primarni produkti celoten produktni spekter turistične industrije. Borza se osredotoča na zadnje trende v turizmu		
1.-3.9. 2017	Tournatur	Düsseldorf	Nemčija	Sejem	Rekreacija in prosti čas		
29.8.2017	BTB	München	Nemčija	WS	Splošna predstavitev, ponudba na		

SEJMI, WORKSHOPS (WS)							
DATUM	NAZIV DOGODKA	MESTO	DRŽAVA	VRSTA	CILJNI PRIDOK	INDEKS MB nočitve16/17	INDEKS MB Prihodi16/17
					konkretna povpraševanja		
SRBIJA						95	108
23.-26.2.2017	IFT	Beograd	Srbija	Sejem	Aktivne počitnice čez celo leto, mestni turizem		
HRVAŠKA						102	102
6.4.2017	WS	Zagreb	Hrvaška	WS	Splošna predstavitev, ponudba na konkretna povpraševanja		
VELIKA BRIT.						76	90
7.-9.11. 2017	WTM	London	VB	Borza	Splošna predstavitev, izpostavljeni primarni produkti		
19.9.2017	European City Break WS	London	VB	WS	Splošna predstavitev, ponudba na konkretna povpraševanja		
TURČIJA						215	287
10.10.2017	WS	Istanbul	Turčija	WS	Splošna predstavitev, ponudba na konkretna povpraševanja		
7.-10.12. 2017	Travel Turkey	Izmir	Turčija	Sejem	Predstavitev destinacije (govornica: Doris U.Windisch); B2B sestanki s poudarkom na kulturnem turizmu		
MADŽARSKA						112	116

SEJMI, WORKSHOPS (WS)							
DATUM	NAZIV DOGODKA	MESTO	DRŽAVA	VRSTA	CILJNI PRIDOK	INDEKS MB nočitve16/17	INDEKS MB Prihodi16/17
3.10.2017	WS	Budimpešta	Madžarska	WS	Splošna predstavitev, ponudba na konkretna povpraševanja		
POLJSKA						119	121
26.10.2017	WS	Varšava	Poljska	WS	Splošna predstavitev, ponudba na konkretna povpraševanja		
ČEŠKA						100	105
19.-22.1. 2017	Go	Brno	Češka	Sejem	Splošna predstavitev, aktivne počitnice, mesto in vinske ceste		
16.-19.2. 2017	Holiday World	Praga	Češka	Sejem	Splošna predstavitev, aktivne počitnice, mesto in vinske ceste, najpomembnejši sejem na Češkem		
10.11.2017	WS	Portorož	Češki agenti (STO)	WS	Splošna predstavitev, ponudba na konkretna povpraševanja		
SLOVAŠKA						125	118
26.-29.1. 2017	ITF SlovakiaTour	Bratislava	Slovaška	Sejem	Splošna predstavitev, aktivne počitnice, mesto in vinske ceste, najpomembnejši sejem na Slovaškem		

SEJMI, WORKSHOPS (WS)							
DATUM	NAZIV DOGODKA	MESTO	DRŽAVA	VRSTA	CILJNI PRIDOK	INDEKS MB nočitve16/17	INDEKS MB Prihodi16/17
ŠPANIJA							
25.-27.9.2017	Predstavitev destinacije novinarska	Sevilla	Španija	Novinarska	Splošna predstavitev destinacije, glede na nogometno tekmo NK Maribor-Sevilla	101	104
KITAJSKA							
4.-6.8.2017	Xi'an Silk Road International Tourism Expo (XSRITE) 2017	Xi'An	Kitajska	Sejem		151	182
SLOVENIJA							
1.2.-4.2.2017	Natour Alpe Adria	Ljubljana	Slovenija	Sejem	Splošna predstavitev, aktivne počitnice, Ponudba na vinskih cestah		
18.-19.1. 2017	CONVENTA	Ljubljana	Slovenija	Borza / kongresna	Poslovni turizem		
12.5.2017	SIW	Ljubljana	Slovenija	Borza	Splošna predstavitev, izpostavljeni primarni produkci		

Worskshopi (WS)

WS turistične ponudbe destinacije Maribor - Pohorje so bile izvedene na prioritetnih turističnih trgih. Na delavnicah v organizaciji Slovenske turistične organizacije smo vabljenim novinarjem, predstavnikom tour operaterjev, turističnih agencij ter ostalim gostom posredovali in predstavljali turistično ponudbo mesta, destinacije Maribor - Pohorje in odgovarjali na povpraševanja o aktualni ter paketni ponudbi v Mariboru in okolici. S predstavitvami in posredovanjem turističnih informacij smo sodelovali tudi pri izvedbi večjih mednarodnih športnih in kulturnih prireditvah v našem mestu.

Aktivno smo sodelovali na naslednjih WS-ih in dogodkih:

- predstavitev v Hotelu Mond, na srečanju Združenja turističnih kmetij Slovenije, 22. 3.,
- sprejem ministra g. Počivalška v Hiši Stare trte, Slovenski podjetniški sklad 7. 4.,
- predstavitev destinacije ob obisku delegacije mesta Oryol, 6. 4.,
- festival turizma v Europarku, 7. - 8. 4.,
- predstavitev na razstavi Zlata trta, vino v svili časa, na Ptuj, 12. 4.,
- Arts and Wine festival Ptuj, salon Sauvignon, 20. 5.,
- Opera noč v mestnem parku 26. 5.; Ezlek 27. 5.,
- predstavitev destinacije v Osijeku na dnevih Slovenije v Slavoniji, konferenca Sodobni trendi-kontinentalni turizem, 29. - 30. 5.,
- Špasfest, 1.- 3. 9.,
- Košice, Tourism and wine fest, 7. - 9. 9.,
- Praga, trgatev potomke Stare trte na praškem gradu, 16. - 17. 9. ter podpis pogodbe o medsebojnem sodelovanju med ZTMP in Praškim gradom,
- predstavitev v Gradcu, Aufsteirern, 17. 9.,
- predstavitev na Forumu za razvoj turizma in kmetijstva, Hoče, 19. 9.,
- street food market Gradec, 30. 9.,
- svetovno prvenstvo v sabljanju, Hotel Draž, 14. - 21. 10.,
- 3. Salon Štajerskih Mladih vin Pubec, 23. 10., v Mariboru in 26. 10. 2. Festival v Ljubljani,
- VinDEL, 25. 10.,
- Turnir košarke Beograd 2017, predstavitev destinacije 24. in 25. 11., gostovanje v televizijski oddaji Žikice Šarenaca, program RTS,
- predstavitev vloge ZTMP pri projektu Prebujanje/Buđenje, ki se izvaja v okviru Javnega razpisa Programa sodelovanja V-A Slovenija - Hrvaška 2014-2020 v sodelovanju z občinami Šentilj in Goričan ter Međimursko županijo, 30. 11..

Komunikacija na destinaciji

Informiranje gostov poteka v informacijskih centrih TIC Maribor in Hiša Stare trte. Turistično informacijski centri imajo pomembno vlogo pri informiranju in servisiranju turistov, saj gostom, ki so Maribor že obiskali, nudijo vse informacije o aktualni mariborski turistični ponudbi, novim gostom pa informacije o celotni turistični ponudbi mesta in regije. Še posebej pomembna je kakovost naših storitev in delovni čas, saj delujejo vse dni v tednu, tudi ob nedeljah in praznikih.

Informacije posredujejo informatorji, ki obvladajo tuje jezike (nemščina, angleščina, italijanščina, francoščina, hrvaščina, srbsčina) in odlično poznajo turistično ponudbo destinacije in tudi ponudbo drugih destinacij. Vse več informatorjev angažiramo tudi na turističnih sejnih in borzah v tujini, s čemer le - ti še izboljšujejo nivo komuniciranja in poznavanja ter podajanja turističnih informacij. Velik del aktivnosti v naših TIC-ih predstavlja

vodniška služba, komuniciranje s turističnimi agenti in ponudniki turističnih storitev, kakor tudi prodaja turističnih spominkov in turistične literature.

Hiša Stare trte, ki poleg atraktivnih razstav deluje tudi kot TIC, zaseda pomembno mesto v turistični ponudbi. Hiša je zelo dobro obiskana. Obiskovalci radi segajo po informacijah, ki so jim tam na voljo. Poleg ogleda razstav, obiskovalci povprašujejo tudi po splošni turistični ponudbi, najpogosteje pa se zanimajo za ponudbo na okoliških vinskih cestah. Pogosto se odločajo za degustacije različnih sort vina v lepo opremljeni in bogato založeni vinoteki, narašča pa tudi količina prodanih spominkov, predvsem vina.

2.3 MICE-POSLOVNI TURIZEM

Zavod za turizem Maribor je leta 2009 pridobil naziv Lokalnega kongresnega urada pri Zavodu Kongresno-turistični urad Slovenije. Vse od leta 2009 naprej kot lokalni kongresni urad pomagamo ponudnikom poslovnega turizma v destinaciji s promocijo kongresne ponudbe. Sodelujemo z lokalnimi ponudniki pri izvedbi kongresov in srečanj ter smo vezni člen med kupci in lokalnimi ponudniki teh storitev.

Destinacija Maribor - Pohorje se s svojimi kakovostnimi kongresno-poslovnimi kapacitetami in možnostmi za številna edinstvena doživetja vse bolj uveljavlja kot gostitelj kongresov, seminarjev in srečanj. Ta produkt je pomemben saj zapolni termine, ki so slabše zasedeni v naši destinaciji, to so meseci marec, april, maj in september. Na kongresnih dogodkih nastopamo skupaj s podjetjem Terme Maribor, ki razpolaga z edinim kongresnim centrom v Podravju.

V destinaciji imamo tudi nove konferenčne prostore v hotelu Mond v Šentilju, k sodelovanju smo povabili tudi kooperativo hotelirjev in City hotel Maribor ter DMC Galileo 3000, ki imajo tudi kongresni oddelek in dolgoletne izkušnje z izvajanjem dogodkov. Z njimi skupaj načrtujemo nastope na dogodkih in izvajamo vse aktivnosti, za katere se odločimo. Posledica tega je optimizacija vseh stroškov nastalih pri teh aktivnostih.

Conventa Ljubljana 2017

V letu 2017 smo se udeležili mednarodne borze Conventa 2017. Predstavitev ponudbe je potekala skupaj s Termami Maribor in DMC Galileo 3000. Te borze za poslovna srečanja, kongrese in motivacijska potovanja se udeležujemo že vrsto let. Gostje že prepoznajo destinacijo kot butično destinacijo s ponudbo, ki je prilagojena zahtevam gostov in kot prednost prepoznajo tudi povezanost akterjev v sami destinaciji.

Fam trip Conventa 2017

Študijsko turo smo pripravili pred samim nastopom na Conventu 2017 v sodelovanju s Termami Maribor. Povabili smo 10 kupcev kongresnih storitev in jim pričarali le del doživetij, ki jih ponuja naša destinacija.

Kongres splavarskih mest Maribor 2017

V letu 2017 smo kot kongresni urad Maribor pomagali Turističnemu društvu Maribor kot soorganizator mednarodnega srečanja splavarskih mest v juniju 2017. To je dogodek, ki ga je pridobilo mesto leta 2012, ko je podalo društvo pobudo za članstvo v tej mednarodni organizaciji. Gostili smo 239 udeležencev splavarjev iz BiH, Slovaške, Češke, Avstrije, Nemčije, Poljske, Italije, Španije, Francije in Slovenije.

Pripravili smo program aktivnosti za udeležence, sprejemali rezervacije za hotelske namestitve, pomagali z informacijskim pultom in registracijo gostov, sodelovali z izvajalci programa v šotoru hotela Arena, poskrbeli za izvedbo letnega srečanja predstavnikov na sestanku v kongresnem centru Habakuk, pomagali pri pridobivanju sponzorskih sredstev in nadzoru nad dogodkom. Po končanem srečanju smo prejeli številne pohvale in udeleženci so prepoznali Maribor z okolico, kot izredno privlačno turistično destinacijo.

Kongresni urad Maribor

V mesecu oktobru 2017 smo v sodelovanju s Kongresnim uradom Slovenije izvedli prvo delavnico na temo kongresni turizem v Mariboru, katere so se udeležili številni ponudniki in strokovna javnost. Pri povezovanju v destinaciji nam je svetoval Kongresni urad Slovenije in direktor urada Miha Kovačič nam je pomagal tudi pri izvedbi okrogle mize na temo kongresni turizem, ki smo jo pripravili v hotelu Piramida v mesecu septembru 2017. Povezali smo se v ožjo delovno skupino kongresnih akterjev in določili prioritete aktivnosti in višino skupnih sredstev ter delilnik med podpisniki pogodbe o sodelovanju pri izvajanju aktivnosti kongresnega turizma. Tako smo določili aktivnosti za prihodnje leto (skupni nastop na borzi Conventa, študijska tura Conventa, ena študijska tura za slovenske kupce, ena študijska tura za tuje kupce, novi katalog kongresne ponudbe, prenovitev ponudbe na spletni strani).

V neposredni navezavi s Kongresnim uradom Slovenije in v sodelovanju z agencijo GoMice pa je Kongresni urad Maribor sodeloval tudi z oddajo gradiva za Slovenian Bid Book. V brošuri, ki bo na voljo organizatorjem strokovnih kongresov, so predstavljene štiri ključne slovenske kongresne destinacije: Ljubljana, Bled, Maribor in Portorož.

Po pregledu pomembnih in za turizem ključnih spletnih portalov smo ugotovili, da kongresni turizem Maribor ni bil vpisan na spletni strani www.sloveniainfo.si, kot tudi ni bil umeščen na zemljevid ključnih kongresnih destinacij Slovenije, kar je bilo v letu 2017 realizirano.

2.4 IZOBRAŽEVANJE IN KREPITVE KOMPETENC

2.4.1 Usposabljanje kadra

V skladu s trendi na področju turizma, usmeritvami destinacijskega managementa in razvojem tržnega komuniciranja smo v letu 2017 poskrbeli za izobraževanja in obiske delavnic kadra.

Z novim znanjem namreč zaposleni pridobijo samozavest in motivacijo, potrebno za realizacijo postavljenih ciljev.

Tabela 5: izobraževanja in delavnice

DATUM	LOKACIJA	TEMA	ORGANIZATOR
1. 2. 2017	Ljubljana	Kje so meje slovenskega turizma?	Natour Alpe-Adria 2017
8. 3. 2107, +	Maribor	EVIDENČAN JAVNA NAROČILA	Javni naročnik
19. 4. 2017	Brdo pri Kranju	Delavnica Športni turizem	Slovenska turistična organizacija
September	Dunaj	Statistika, Tourmis	European Travel Commission
15. 9. – 17. 11. 2017	Ljubljana	Vsebinski digitalni marketing, trendi in možnosti uporabe različnih orodij.	Slovenska turistična organizacija
27. 9. 2017	Negova	Interaktivna delavnica: Interpretacija dediščine v kulturnem turizmu	Zavod Kulprotur, TIC Grad Negova
16. 10. 2017	Šmarje pri Jelšah	predstavitvena delavnica: Gostitelj interpretator	Društvo Legende
16. in 17. 11. 2017	Portorož	Konferenca o marketingu in sponzorstvih v športu	SPORTO
23. – 24. 11. 2017	Portorož	marketinška konferenca	SEMPLE 2017

2.4.2 Aktivnosti turističnih vodnikov

V mesecih od junija do oktobra smo v sodelovanju z lokalnimi ponudniki in kulturnimi ustanovami organizirali vodenja za individualne goste, ki so jih izvajali vodniki vsak petek in soboto v slovenskem in angleškem jeziku, v septembru in oktobru pa tudi v nemškem jeziku. Eno in pol urna vodenja so potekala po starem mestnem jedru.

Namen teh turističnih vodenj je v najbolj obiskanih mesecih zagotoviti dodatno turistično ponudbo za individualne obiskovalce in povezati raznolika področja turistične ponudbe, hkrati pa s pomočjo organiziranih turističnih vodenj prispevati k večjemu obisku posameznih ponudnikov.

Organiziranih vodenj se je udeležilo do 200 gostov iz devetih držav.

2.4.3 Usposabljanje za voznike avto taxi vozil

V letu 2017 smo izvedli izobraževanje za voznike avto taxi vozil. Predavanja so zajemala zgodovinski pregled mesta, turistične znamenitosti, turistične informacije in možnosti za njihovo pridobivanje.

Po zaključenih predavanjih so kandidati opravljali pisni izpit. V sedmih terminih je uspešno opravilo izpit 9 kandidatov. Usposabljanje so izvedli sodelavci zavoda.

2.5 PROJEKTI IN OSTALE AKTIVNOSTI

2.5.1 MEDNARODNI PROJEKTI

Trenutno imamo 5 (pet) mednarodnih projektov v izvajanju in 1 (en) projekt v prijavi, ter 1 (en) neodoben projekt.

V izvajanju sta dva regionalna projekta in 13 drugih aktivnosti, katerih cilj je izboljšana turistična ponudba v destinaciji.

Interreg si-hr slovenija hrvaška/ projekt Prebujanje

Vodilni partner: Općina Goričan

Partnerji: Občina Šentilj, Zavod za turizem Maribor - Pohorje, Turistička zajednica Međimurske županije

Pričetek projekta: 1. 8. 2017

Upravičeni stroški ZTMP: 46.544,28 EUR

Finančni delež ZTMP: 6.982,64 EUR

Cilj tega projekta je prispevati k trajnostnemu razvoju turizma v SLO-HR mejnem območju z diverzifikacijo, izboljšanjem in krepitvijo konkurenčnosti že obstoječih kulturnih in turističnih objektov v regiji. To bo doseženo s prebujanjem in valorizacijo obstoječih neizkoriščenih arheoloških najdišč v občinah Goričan in Šentilj, vzpostavijo regionalnih turističnih središč in razvojem inovativnih in privlačnih čezmejnih kulturno-turističnih produktov. Vse to bo zagotovilo povečanje števila turistov, podaljšanje bivanja turistov in prispevalo k razvoju turizma ter revitalizaciji celotnega območja.

Zavod za turizem bo k uresničitvi teh ciljev pripomogel tako s konkretnimi vložki (zaposlitev osebe za delo na projektu in v RTS), kakor tudi z znanjem in izkušnjami, ki jih ima na tem področju.

Projekt Enjoyheritage

Vodilni partner: Občina Slovenska Bistrica

Partnerji: Zavod za turizem Maribor - Pohorje, Naravni park Žumberak – Samoborsko hribovje, Občina Vrsar, mesto Ozalj in Javna ustanova za upravljanje z zavarovanimi naravnimi območji Krapinsko-zagorske županije, Zavod RS za varstvo narave (OE Maribor).

Zavod za turizem Maribor - Pohorje: 153.335,00 EUR

S partnerji bomo z izmenjavo najboljših praks in znanj razvili skupno strategijo za interpretacijo in trajnostno upravljanje zavarovanih območij na obeh straneh meje, ki bo nadgradila

obstoječe strokovne podlage in zastavila smernice za čezmejno povezovanje s ciljem upravljanja obiskovalcev in ciljnih skupin deležnikov.

Območje bomo povezali z inovativnimi interpretacijskimi pristopi, ki bodo namenjeni predvsem mladim skozi različna obdobja odraščanja. Vsak partner bo na svojem območju pokrival del vsebine, ki omogoča povezovanje v celoto, v nov čezmejni turistični produkt. S skupnim čezmejnim turističnim proizvodom bomo projektni partnerji napredovali predvsem v smislu boljše kakovosti ponudbe posameznih območij, večje prepoznavnosti in hitrejšega širjenja rezultatov projekta. Projekt daje možnost posameznim projektnim partnerjem za nadgradnjo vsebin in oblikovanje skupne baze znanja, ki jo je možno vključiti v strukture formalnega izobraževanja.

Ciljne skupine so predvsem otroci in družine, ki jim bodo rezultati projekta omogočali inovativne doživljajske izkušnje, širjenje znanja, izboljšanje zdravja na račun spodbujanja fizične aktivnosti, prepoznavanje potencialov zavarovanih območij in priložnosti za nova delovna mesta. Korist za programsko območje se kaže predvsem v zagotavljanju možnosti za ohranjanje potenciala zavarovanih območij, spodbujanju ustvarjanja zelenih delovnih mest, višanju kakovosti življenja in razvoju novih dejavnosti turizma in s tem gospodarstva.

Projekt je sofinanciran iz sredstev Evropske unije v višini 85 odstotkov porabljenih sredstev, 15 odstotkov pa je lastnega sofinanciranja. V tem deležu lastnega sofinanciranja je zajeto izključno delo na projektu ali strošek dela.

ERASMUS + / projekt Life on line

Prednostna naloga: sodelovanje, inovacije in izmenjava dobrih praks

Akcija: Strateško partnerstvo

Dolžina trajanja projekta: 01. 10. 2015 – 01. 9. 2018

Vključene države: Velika Britanija, Španija, Finska, Slovenija

Vodilni partner: BRIDGWATER COLLEGE, UK

Skupna vrednost projekta: 368.833,00EUR

Zavod za turizem Maribor – Pohorje: 18.377,00 EUR

Projekt Life Online je projekt na področju e-učenja, ki ga financira program Erasmus+, vodi pa ga Bridgwater college iz Velike Britanije ob podpori partnerjev iz Velike Britanije, Španije, Finske in Slovenije. Slovenska partnerja sta Srednja šola za gostinstvo in turizem Maribor ter Zavod za turizem Maribor – Pohorje.

Cilj tri letnega projekta je pripraviti internetni tečaj Gospodari s svojo prihodnostjo, ki bo na voljo v angleščini, španščini, baskovščini in slovenščini. Prav tako pa izboljšanje zaposljivosti in podjetniških sposobnosti mladih s pomočjo spletne platforme za e-učenje.

E-učenje je kot metodologija razmeroma premalo izkoriščena, a je prepoznana kot inovativen medij za pripravo mladih ljudi na svet dela. Ta projekt bo izkoristil digitalno tehnologijo za spodbujanje in podajanje veščin, ki jih mladi potrebujejo za širitev svojih zaposlitvenih in podjetniških možnosti. Projekt se osredotoča na pet ključnih kompetenčnih področij: podjetništvo, komuniciranje, timsko delo, iskanje zaposlitve, učenje.

RESOLVE / Interreg Europe

Mestna občina Maribor je v sodelovanju s partnerskimi mesti EU v letu 2016 pridobila sredstva za evropski projekt RESOLVE, ki ga sofinancira program INTERREG EUROPE. Evropski projekt »RESOLVE - Trajnostna mobilnost in prehod v nizkoogljično gospodarstvo na področju

prevoza blaga« sledi cilju izmenjave dobrih praks pri politikah in aktivnostih za zmanjšanje ogljikovih izpustov in drugih onesnaževal, ki izhajajo iz prevoza blaga.

Projekt je osredotočen na dva pomembna izziva v evropskih mestih: upadanje trgovine na drobno in povečevanje potrebe po izvajanju aktivnosti za trajnostno mobilnost v urbanih območjih.

V okviru projekta se bo v Mariboru izdelal Akcijski načrt za znižanje emisij ogljikovega dioksida iz naslova prevoza blaga v mestnem središču in nadgradila Celostna prometna strategija mesta Maribor, kjer se nameni več pozornosti ureditvi dostave blaga trgovinam, podjetjem ter gostinskim lokalom v mestnem središču.

Zavod za turizem Maribor – Pohorje je sodeloval na delavnici in strokovnem posvetu na temo trajnostne mobilnosti ter oživljanja mestnega jedra dne 10. in 11. aprila 2017 v Mariboru, tudi s prispevkom. Prav tako pa na delavnicah, namenjenim deležnikom v mestnem središču. Sodelovali pa smo tudi pri konceptu priprave zloženke ob uvedbi storitve prevoza z mini električnim vozilom po mestnem središču z imenom Maister.

ECOOOL-TOUR / Interreg Slovenija-Hrvaška

V okviru programa Interreg Slovenija-Hrvaška se je julija 2017 začel izvajati projekt Ecoool-Tour.

Projektni konzorcij sestavljajo Mozaik, društvo za socialno vključenost, so.p., Združenje CAAP, so.p. in iz Hrvaške ACT Grupa in Lokalna akcijska grupa Međimurski doli i bregi.

Podeželje programskega območja se soočajo s skupnimi izzivi majhne gospodarske aktivnosti in visoke socialne izključenosti. Na teh območjih je tradicionalno kmetijstvo še vedno pomembno, vendar v veliki meri neizkoriščeno.

Cilj projekta Ecoool-Tour je povezati obstoječe iniciative trajnostnega turizma in vzpostaviti trajni model sodelovanja v obliki novega skupnega čezmejnega turističnega produkta, sestavljenega iz 17ih novih storitev v povezavi z ohranjanjem naravne in kulturne dediščine. Z razvojem in implementacijo participatornega modela upravljanja in trženja skupnega turističnega produkta in ustrezno digitalno podporo bomo zagotovili trajne družbene in ekonomske koristi za vse deležnike.

Uporabljen bo pristop lokalnega razvoja »od spodaj – navzgor« ter inovativni pristopi pri aktivaciji, usposabljanju, povezovanju ponudnikov in trajnostnem upravljanju ter trženju čezmejnega turističnega produkta, s katerim bo obiskovalcem zagotovljena pristna, enkratna in avtentična doživetja.

Zavod za turizem Maribor - Pohorje je pridružen partner in je sodeloval na javnem posvetu Potenciali eko-socialnega turizma, ki je bil izveden 22. novembra 2017.

Projekt v prijavi:

Interreg si-a slovenija avstrija / projekt river drava cycle route

Aktivnosti vezane na pripravo projekta s slovenskimi in avstrijskimi partnerji.

V letu 2017 smo prijavili tudi projekt

EDEN - European Destinations of Excellence, vendar projekt ni bil odobren.

Prijavili smo se na razpis za izbor Evropske destinacije odličnosti 2017.

Projekt je 2006 zasnovala Evropska komisija v skladu z usmeritvami evropske turistične politike. EDEN temelji na državnih izborih, ki potekajo vsako drugo leto in katerih rezultat je izbira zmagovalne destinacije odličnosti in štirih finalistk. Evropska komisija je za letošnjo krovno temo izbrala kulturni turizem. Ocenjevanje je potekalo glede na kriterije, ki vključujejo

specifiko kulturnega turizma v Sloveniji. Med prispelimi vlogami so izbrali destinacijo z razvito turistično ponudbo v Sloveniji, ki temelji na lastnih lokalnih opredmetenih kulturnih vsebinah, katere prispevajo k večji prepoznavnosti in kakovosti destinacije in spoštujejo načela trajnostnega razvoja.

Regionalna projekta

Dravska kolesarska pot

Zavod za turizem Maribor – Pohorje prevzema vodilno vlogo pri oblikovanju integralnega turističnega produkta destinacije ter oblikovanje turistične znamke reke Drava. Cilj projekta je promocija in trženje Dravske kolesarske poti, ki poteka na območju Slovenije in pokriva tri regije (Koroško ter Zgornje in Spodnje Podravje) v 18-ih občinah ter s tem izvedba vseh aktivnosti vezanih na pripravo spletne strani in promocije.

Mariborska razvojna agencija

Projekt MRA, ki se financira iz Ministrstva za gospodarski razvoj in tehnologijo. Namen projekta je izvajanje promocijskih dejavnosti na področju turizma.

2.5.2 OSTALE AKTIVNOSTI

Skupina za Dravo

Namen Skupine za Dravo je trajno povezovanje deležnikov celotnega območja z namenom priprave in izvedbe razvojnih in naravo ter okoljevarstvenih projektov regije, ki bodo pripomogli k realizaciji osnovanega razvojnega koncepta. Skupina je bila ustanovljena novembra 2014. Na pobudo deležnikov je bila organizirana v teku projekta SEE River, ki je na območju Podravja potekal med letoma 2012 in 2014. Skupina deluje kot neformalno sodelovanje znotraj obstoječih organizacij.

Zavod za turizem Maribor – Pohorje je član Skupine za Dravo, ki se tako zavzema za ureditev Dravske kolesarske poti, koordinira in promovira Drava Festival in nasploh vse aktivnosti, ki so vezane na reko Dravo in obdravski prostor na območju celotne reke Drave v Sloveniji.

Partnerstvo za dravsko kolesarsko pot

DKP je ob koncu leta 2017 tudi v celoti označena z novimi usmerjevalnimi tablamami v dolžini 145 km med mejnim prehodom Vič pri Dravogradu in Središčem ob Dravi. Pot je označena z informacijskimi tablamami po novem Pravilniku o prometni signalizaciji in prometni opremi na cestah. Table so rdeče barve z logotipom DKP vseh štirih držav. Strošek nakupa in zamenjave tabel je krila DRSI (Direkcija Republike Slovenije za infrastrukturo).

Drava festival

Drava Festival želi reko Dravo in njene številne danosti približati lokalnim prebivalcem, dvigniti zavest o zdravem in kakovostnem življenjskem okolju, ki ga reka omogoča, ter o pomenu njegovega ohranjanja. Hkrati želi povezati tako posameznike kot ponudnike raznovrstnih storitev ali izdelkov ter s tem spodbuditi sodelovanje za skupen trajnostni razvoj in promocijo območja reke Drave v Sloveniji.

Drava Festival je zasnovan kot skupek enotno promoviranih izobraževalno-naravovarstvenih ter rekreacijsko-turističnih dogodkov, ki jih organizirajo raznovrstna društva in druge organizacije. Drava Festival koordinira Skupina za Dravo.

Prvi Drava Festival na območju celotne reke Drave v Sloveniji je bil izveden z več kot 30 organizatorji prireditev v obdobju med 10. in 19. junijem 2016. Zaradi izjemno velikega zanimanja in odziva se je Skupina za Dravo odločila festival podaljšat in razširiti na 2 meseca, skoncentrirano na dogajanje ob vikendih. Drugi Drava festival je potekal med 19. majem in 16. julijem 2017. V letu 2017 je festival dobil novo celostno grafično podobo, usklajeno z Dravsko kolesarsko potjo in nov spletni portal www.dravafestival.si.

Festival je v letu 2017 postal mednarodni, saj so se z dogodki priključili tudi hrvaški partnerji. Kot zaključek festivala smo organizirali Kolesarjenje po trasi Dravske kolesarske poti. Drava festival ima svojega ambasadorja kot tudi kralja Drave.

Bike Maribor

S skupino lokalnih kolesarjev smo izvedli aktivnosti, vezane na pripravo vsebine za novi portal, namenjen izključno kolesarjem, ki bi ga radi pripravili. Ciljne skupine: MTB, treking & Genuss, city & družine, cestno. Na osnovi te vsebine je bila pripravljena nova kolesarska karta s predlogi teh kolesarskih poti.

Eurovelo 9

Zavod za turizem Maribor – Pohorje je član Marketingplatforme Eurovelo 9, ki skrbi za promocijo Eurovelo 9 kolesarske povezave, ki je v tem trenutku vzpostavljena od Brna do Maribora. Izvedenih je bilo nekaj srečanj na temo vzpostavitve koordinacijskega centra na ravni celotne Slovenije, torej kompetentnega partnerja za prevzem izvedbe in promocije vseh treh Eurovelo poti v Sloveniji. Za Maribor in našo destinacijo je ključnega pomena Eurovelo 9, kjer sodelujemo s partnerji iz Češke in Avstrije pri promociji – spletni portal in karta – www.eurovelo9.com. V letošnjem letu so na karti in na spletni strani tudi naši ponudniki namestitev.

Slovenska turno kolesarska pot (STKP)

Turno kolesarstvo postaja vse bolj priljubljena dejavnost članov Planinske zveze Slovenije (PZS). Kot dodatno spodbudo za njegov razvoj je Komisija za turno kolesarstvo PZS pripravila krožno kolesarsko pot, ki obide vse pomembnejše slovenske gorske skupine, meri okoli 1.750 kilometrov in premaga 48.000 metrov višinske razlike v vzponu. Slovenska turno-kolesarska pot (STKP) je izrazit primer prispevka k trajnostni mobilnosti in eden izmed večjih projektov na področju kolesarjenja in planinskih poti na Slovenskem.

V oblikovanje produkta STKP smo se aktivno vključili tudi v ZTMP. STKP poteka skozi turistično destinacijo Maribor – Pohorje, kjer so kontrolne točke z žigi na voljo v Sveti Trojici, na Zavrhu ob Maistrovem stolpu, v Hiši Stare trte na Lentu v Mariboru, Mariborski in Ruški koči ter Domu na Osankarici na Pohorju. V letu 2017 smo v sklopu turistične infrastrukture poskrbeli za označitev omenjene poti s smernimi tablam in markacijami na območju Mestne občine Maribor.

Zelena shema – Slovenia Green Destination

Zelena shema slovenskega turizma Slovenia Green je celovito zasnovan sistem za pospeševanje razvoja trajnostnega turizma v Sloveniji, namenjen pa je tako destinacijam kot

tudi posameznim turističnim ponudnikom. Shema, katere namen je povečati konkurenčnost, kakovost in inovativnost slovenskega turizma, sloni na sistemu evropskih turističnih kazalnikov ETIS ter globalnem orodju GSTC, ki omogoča primerjavo z zelenimi destinacijami po vsem svetu. Shemo Slovenia Green so zasnovali turistični delavci skupaj s partnerjema Green Destinations ter Zavodom Tovarna trajnostnega turizma GoodPlace.

Maribor je izpolnil zahteve trajnostnega razvoja in delovanja, ki jih za destinacije opredeljuje Zelena shema slovenskega turizma in pridobil znak Slovenia Green Silver.

Podrobne informacije: www.maribor-pohorje.si/slovenia-green-destination

Konzorcij Slovenia Green in zeleni produkti

Zavod za turizem Maribor – Pohorje je s pridobitvijo srebrnega znaka Slovenia Green pristopil k članstvu v Konzorciju Slovenia Green in tako smo vključeni v vse aktivnosti, ki jih konzorcij izvaja. Od delavnic do priprave zelenih produktov in oblikovanja plana skupnih aktivnosti zelenih destinacij.

Konzorcij odprimopoti.si

Zavod za turizem Maribor – Pohorje je član konzorcija www.odprimopoti.si, v katerega je vključenih 14 slovenskih organizacij s področja kolesarstva in turizma. Namen konzorcija je usklajeno in celovito delovanje za načrtni razvoj gorskega kolesarstva in kolesarjenja.

Zaradi tvornega delovanja konzorcija odprimopoti.si je bila v letu 2015 ustanovljena medresorska delovna skupina za ureditev gorskega kolesarjenja, v letu 2016 pa je konzorcij uspešno sodeloval pri spremembah tako v primeru Zakona o kmetijskih zemljiščih kot tudi Zakona o gozdovih. Aktivno smo vključeni v konference ter sestanke konzorcija, kjer se zavzemamo za ureditev in promocijo gorskega kolesarjenja. V letošnjem letu smo tudi oddali prijavo Maribora kot gostitelja dogodka IMBA Europe Summit 2018. Izmed 11-ih destinacij, ki so se prijavile, je bila izbrana Kranjska Gora.

Trans Slovenia 03

Vzpostavljen je gorsko-kolesarski turistični produkt Trans Slovenia 01 in 02 – prečenje Slovenije na gorskem kolesu.

V letu 2017 je bilo opravljeno tudi trasiranje Trans Slovenia 03, ki štarta v Mariboru. Trans Slovenia 03 in 04 sta bili vzpostavljeni v celoti do konca leta 2017.

GIZ pohodništvo in kolesarjenje

Zavod za turizem Maribor - Pohorje je partnerska destinacija GIZ Pohodništvo in kolesarjenje, zato smo vključeni v aktivnosti, ki jih GIZ izvaja. Nekaj aktivnosti v letu 2017:

- dopolnjevanje internetnih vsebin: www.hiking-biking-slovenia.com in www.slovenia-outdoor.com;
- mobilna aplikacija Slovenia Trails in Explore Slovenia Hiking&Biking - dopolnjevanje z novimi potmi v destinacijah;
- facebook in Instagram objave;
- sodelovanje pri kolesarskem videu – snemanje tudi na Pohorju;
- ponatis kataloga Pohodništvo v Sloveniji;
- ponatis karta Pohodniške poti;
- Slovenija hodi – zgibanka, internet, 2 tiskovni konferenci, oglas v Planinskem vestniku, predstavitev na sejmih;

- sejem Tour Natur Duesseldorf.

Slovenija hodi

V okviru spodbujanja in razvijanja pohodništva v Sloveniji kot turističnega produkta so se posamezne destinacijske turistične organizacije, med njimi tudi Zavod za turizem Maribor - Pohorje, pod okriljem združenja Pohodništvo&kolesarjenje GIZ, dogovorile o vzpostavitvi prireditev na temo pohodništva.

Namen prireditev je spoznavanje poznanih in manj poznanih pohodniških destinacij ter tradicij in kulinarike posameznih regij. Določene marketinške aktivnosti, ki jih je na to temo izvajal GIZ Pohodništvo in kolesarjenje: zgibanka, letaki, predstavitve na sejnih doma in v tujini, oglaševanje v revijah itd.

Camperstop

Maribor se je vključil v projekt Mreža postajališč za avtodome po Sloveniji. Mestna občina Maribor je podpisala pristopno izjavo že v letu 2014. Z letom 2017 je bila podpisana pogodba med Zavodom za turizem Maribor - Pohorje in Založbo Avtodom d.o.o.. S tem smo poskrbeli, da smo odslej vključeni v vse promocijske aktivnosti, ki jih bodo izvajali v letu 2018 za predstavljanje naše občine kot popotnikom z avtodomi prijazne destinacije v sklopu marketinških aktivnosti.

2.6 PRIREDITVE 2017

Prireditve v letu 2017 so popestrile utrip mesta Maribor tako lokalnemu prebivalstvu – domačinom, kakor tudi turistom. Prireditve so bile po vsebini raznolike, vendar se v glavnini navezujejo na kulturno dediščino, kulinariko in vino. K živahnejšemu utripu mesta in destinacije so prispevale tudi prireditve z različno kulturno-glasbeno vsebino. Lahko pa trdimo, da so vse prireditve zasnovane tako, da nudijo možnost udejstvovanja in promocije celotne destinacije Maribor - Pohorje.

Ocenjeno število prireditev pri katerih je kot organizator, soorganizator ali partner sodeloval Zavod za turizem Maribor - Pohorje, je preko 300. Ocenjeno število izvajalcev, nastopajočih in ponudnikov pa 2500⁴. Ocenjen število obiskovalcev vseh prireditev skupaj je 210.000.

Ugotavljamo potrebo po oblikovanju obvladljivega in kredibilnega sistema spremljanja vseh prireditev in z njimi povezanih atributov (npr. število sodelujočih, število obiskovalcev, itd.). Slednje je načrtovano v poslovnem letu 2018.

Prireditve so razdeljene v naslednje sklope:

1. VINSKE PRIREDITVE;
2. MESTNE PRIREDITVE;
3. FESTIVAL STARE TRTE;
4. ČAROBNI DECEMBER;
5. DRUGE PRIREDITVE.

⁴ Ocena za leto 2016

2.6.1 VINSKE PRIREDITVE

- 38. Rez stare trte

- o Termin: 3. 3. 2017
- o Lokacija: pred Hišo Stare trte
- o Ocena števila obiskovalcev: 600
- o Vsebina: obrezovanje najstarejše trte na svetu je pomemben vinogradniški, kakor tudi družabni dogodek na Lentu. To je hkrati priložnost, ko gospodar Stare trte, mariborski župan, izbranim mestom podari njen cepič. Prejemniki cepičev Stare trte so bili: Stad Freising (Nemčija), mesto Sombotel (Madžarska), Der Marktgemeinde St. Anna am Aigen (Avstrija), Evangeličanska cerkvena občina Bad Urach in Seeburg (Nemčija), občina Sv. Jurij ob Ščavnici, Društvo vinogradnikov Ostrožno, Igralniško-zabavišni center Mond, Društvo klub dišeči Traminec, Prostovoljno gasilsko društvo Gajevci Placerovci.

- Postavitev mestnega klopotca

- o Termin: 25. 8. 2017
- o Lokacija: Lent, pred Hišo Stare trte
- o Ocena števila obiskovalcev: 600
- o Vsebina: s postavitvijo mestnega klopotca na Lentu pred Hišo Stare trte se simbolno pričenjajo prireditve, ki so posvečene vinu in predvsem Festivalu Stare trte.

- 11 tematskih dogodkov v Hiši Stare trte

2.6.1 MESTNE PRIREDITVE

- GRAJSKI MOJSTRI
 - Sejem domače in umetnostne obrti
 - Sejem starin
- VELIKONOČNI SEJEM
- DRUGE MESTNE PRIREDITVE

Grajski mojstri imenujemo tradicionalne sejme domače in umetnostne obrti, vključno s sejmi starin.

Sejem domače in umetnostne obrti

Termin: poteka vse petke v mesecu, od marca do decembra

Lokacija: na Grajskem trgu in Trgu svobode

Ocena števila obiskovalcev za celotno obdobje: 20.000

Število ponudnikov: 20

Vsebina: Predstavljajo se mojstri domače in umetnostne obrti z unikatnimi izdelki.

Sejem starin

Termin: vsako 3. in 4. soboto v mesecu, od marca do decembra.

Lokacija: na Grajskem trgu in Trgu svobode

Ocena števila obiskovalcev za celotno obdobje: 15.000

Število ponudnikov: 28

Vsebina: Sejem starin je srečanje članov različnih društev zbiralcev starin iz vse Slovenije, ki na stojnicah razstavljajo, izmenjujejo in prodajajo eksponate iz svojih zbirk.

Zavod za turizem Maribor - Pohorje je kot soorganizator ali partner sodeloval tudi pri naslednjih prireditvah.

Tabela 6: seznam drugih mestnih prireditev

PRIREDITEV	TERMIN prireditve
Sprejem za Ilko Štuhec	17. 2. 2017
Pustovanje	28.- 2. 2017
Sejem Artmar	2. 3. 2017 - 30. 12. 2017
Maus	22. 3. 2017, 1. 4. 2017, 6. 5. 2017, 17. 5. 2017, 3. 6. 2017, 14. 6. 2017
Festival Ezl ek	25. 5. 2017 – 27. 5. 2017
Chefla	26. 5. 2017
Operna noč v parku	26. 5. 2017 - 28. 5. 2017
Mestni piknik v parku	27. 5. 2017 – 28. 5. 2017
Društvo Hiša!	25. 6. 2017, 30.6. 2017, 2. 9. 2017
Špas fest 2017	31. 8. 2017 - 4. 9. 2017
Festival Maribor	3. 9. 2017 – 21. 9. 2017
Tradicija obrti in podjetništvo Maribora	14. 10. 2017 – 15. 10. 2017
Razstava Prvi vlak	Od l. 2016 - 30.4. 2018

2.6.1.1 FESTIVAL STARE TRTE

Termin: 1. 10. 2017 - 11. 11. 2017

31. Svečana trgatev stare trte

34. Martinovanje

V okviru Festivala Stare trte so se zvrstile naslednje prireditve:

- 11. Festival veteranskih godb,
- 33. Splavarski krst na Lentu,
- Podeželje v mestu,
- Mojstri kuhanja v kotličih,
- Predstavitve vinarjev mariborskega vinorodnega okoliša,
- 18. Praznik ekoloških kmetij,
- 6. Praznik sira in okusi Štajerske,
- Dan čebelarstva.

2.6.1.2 ČAROBNI DECEMBER 2017

Termin: 24. 11. 2017 – 31. 12. 2017

- Prižig praznične okrasitve
- Praznični sejmi
- Koncerti na prostem – veliki oder na Trgu Leona Štuklja
- Silvestrovanje na Trgu Leona Štuklja
 - o Vsebina: Prireditve v času Čarobnega decembra so namenjene zabavi in veselemu vzdušju v mestu. Prav tako je prireditve popestrilo še sejmsko dogajanje različnih ponudnikov.

- **PRIŽIG PRAZNIČNE OKRASITVE**
 - o Termin: petek, 24. 11. 2017
 - o Čas trajanja prireditve: 16.30 – 19.00
 - o Lokacija: Maistrov trg, Trg svobode, Grajski trg, pred Hišo Stare trte.
 - o Ocena števila obiskovalcev: 2000
 - o Vsebina: S prižigom luči mesto Maribor uradno naznani vstop v praznično dogajanje Čarobnega decembra. Pri prižigu lučk so sodelovali župan Andrej Fištravec, Pevski zbor osnovne šole Prežihov Voran, Snežna vila, Koledniki AFS Študent, Hiša Stare trte, vlakec Jurček.

- **PRAZNIČNI SEJMI**
 - o Termin: 24. 11. - 14. 12. 2017 & 15. 12. 2017 – 31. 12. 2017
 - o Lokacija: na območju cone za pešce (Trg Leona Štuklja, Ul. Maksimiljana Držečnika).
 - o Število ponudnikov: 8
 - o Vsebina: na stojnicah se je prodajala ponudba turističnih društev, kolektivi kmečkih žena in zasebna podjetja so ponujala izdelke in sladice.

KONCERTI NA PROSTEM – VELIKI ODER NA TRGU LEONA ŠTUKLJA

- o Termin: 24. 11. 2017 - 30. 12. 2017
 - o Lokacija: Trg Leona Štuklja
 - o Ocena števila obiskovalcev: 50.000
 - o Vsebina: Na prireditvah, ki so izjemno obiskane, sodelujejo najboljši slovenski ansambli in solisti.
-
- **SILVESTROVANJE NA TRGU LEONA ŠTUKLJA**
 - Termin: 31. 12. 2017 - 1. 1. 2018 (do 3. ure zjutraj)
 - Lokacija: Trg Leona Štuklja
 - Ocena števila obiskovalcev: 10.000
 - Vsebina: Uradni program se je pričel ob 21. uri s Tanjo Žagar ter se je 1. 1. 2018 zaključil s skupino The Rocktors.

2.6.2 DRUGE PRIREDITVE

Zavod za turizem Maribor - Pohorje je kot partner in soorganizator sodeloval tudi pri naslednjih prireditvah:

- Pašmanski dan – Martura,
- Srečanje kovačev Slovenije 2017 - TD Pekre,
- Festival Drava 2017,
- STELLAR BEAT,
- Od vzhoda do vzhoda,
- Igramo in kuhamo na Ruški koči,
- Trail Marathon Pohorje.

2.7 STRATEŠKE USMERITVE

Upoštevanje smernic trajnostnega razvoja turizma smo dosegali z vključevanjem v:

- ECool-Tour, kjer je cilj povezati obstoječe iniciative trajnostnega turizma in vzpostaviti trajni model sodelovanja v obliki novega skupnega čezmejnega turističnega produkta, sestavljenega iz 17 novih storitev v povezavi z ohranjanjem naravne in kulturne dediščine.
Z razvojem in implementacijo participatornega modela upravljanja in trženja skupnega turističnega produkta ter ustrezno digitalno podporo bomo zagotovili trajne družbene in ekonomske koristi za vse deležnike.
- Zelena shema slovenskega turizma Slovenia Green, ki je celovito zasnovan sistem za pospeševanje razvoja trajnostnega turizma v Sloveniji, namenjen pa je tako destinacijam kot tudi posameznim turističnim ponudnikom.
- Skupina za Dravo, katere namen je trajno povezovanje deležnikov celotnega območja z namenom priprave in izvedbe razvojnih in naravo ter okoljevarstvenih projektov regije, ki bodo pripomogli k realizaciji osnovanega razvojnega koncepta.

Nadgradnja planiranih smernic glede na novo sprejeti dokument Strategija trajnostne rasti Slovenskega turizma 2017-2021:

Predlagana je nova strateška vizija slovenskega turizma: »Slovenija je globalna zelena butična destinacija za zahtevnega obiskovalca, ki išče raznolika in aktivna doživetja, mir in osebne koristi«. K temu težimo tudi v destinaciji Maribor – Pohorje, ki je bila v letu 2017 uvrščena v Panonsko Slovenijo s poudarkom na termalnem turizmu, z letom 2018 pa se uvršča v Alpsko Slovenijo s poudarkom na outdoor aktivnostih (ZTMP sicer sodeluje tudi na sestankih za Panonsko Slovenijo, predvsem zaradi tematike eno gastronomije).

Sodelovanje z deležniki:

Sodelovanje s kulturnimi subjekti s ciljem organizirati mednarodne dogodke doma in gostovanja v tujini: V letu 2017 je Zavod za turizem Maribor - Pohorje skladno s finančnimi in kadrovskimi okvirji podprl številne turistično zanimive dogodke oz. njihove organizatorje.

Ob redni promociji festivalskih dogodkov na lastnih komunikacijskih kanalih in v ustreznih oglasnih sporočilih smo posamezne organizatorje podprli tudi z vidika odnosov z mediji v obliki aktivne udeležbe na novinarskih konferencah, posredovanja sporočil za medije ter oblikovanje in pošiljanje e-novic na bazo kontaktov ZTMP (npr. Festival Ezl Ek z Operno nočjo v Mestnem Parku, napoved festivalskega poletja v Gradcu, koncert Fanfare Ciocarlia ...).

Organizatorjem večjih kulturnih dogodkov je Zavod ponudil podporo pri organizaciji spremljevalnega programa, kot so npr. vodeni ogledi za gostujoče nastopajoče, sprejemi v Hiši Stare trte ipd.

V sklopu prireditev, ki jih organizira Zavod (Festival Stare trte, Čarobni december v Mariboru), smo se povezovali z ustreznimi partnerskimi organizacijami in pod skupnim imenom (znamko) celostno promovirali dogodke v mestu.

Za promocijo določenih mestnih prireditev (Drava festival, Street Food Market & Festival Sound of Streets & Gospe in gospodje, na Gosposko!, koncert Slovenski oktet in koncert Odjila) je Zavod izvajal oglaševanje.

V letu 2017 smo izboljšali tudi sodelovanje med zasebnim in javnim sektorjem, saj smo se povezali s hotelirji, oblikovali smo sistem delovnih skupin, vezanih na razvoj destinacije in 5 ključnih produktov zastavljenih v strategiji 2017-2021.

Prav tako smo tesno sodelovali z MOM pri večjih, za Maribor pomembnih dogodkih, in predstavitev: Xi'An na Kitajskem, Istanbul v Turčiji, Bruselj pri prevzemu naslova Evropsko mesto športa.

2.8 POROČILO O KVANTITAVNIH CILJIH

2.8.1 Turistični promet in statistično poročilo za leto 2017

V letu 2017 smo po zbranih podatkih tako v turistični destinaciji Maribor-Pohorje, kot tudi v Mestni občini Maribor dosegli najvišje število prenočitev gostov v zadnjih treh letih. Podatke o prihodih in prenočitvah že vrsto let spremljamo s pomočjo Statističnega urada Republike Slovenije (spletna stran www.stat.si) in izvajamo tudi mesečno anketiranje ponudnikov nastanitvenih kapacitet, saj podatke potrebujemo zaradi povpraševanja številnih medijev, kadar podatki SURS-a še niso na voljo. Običajna praksa je, da so končni podatki objavljeni dva meseca za tekočim mesecem, kar pomeni, da so uradni podatki na voljo z dvomesečnim zamikom.

2.8.2 Prenositvene zmogljivosti po občinah v destinaciji

Zavod zbira statistične podatke za destinacijo Maribor – Pohorje, ki zajema 22 občin, in posebej za Mestno občino Maribor. Od vseh občin jih je kar nekaj brez prenočitvenih kapacitet ali pa le teh ne sporočajo na matično občino.

Prenositvene kapacitete glede na plan, opredeljen v SRTMP 2010 - 2020 za destinacijo Maribor – Pohorje, do konec leta 2017 kažejo na 72% realizacijo.

Tabela 6: število nočitvenih kapacitete v destinaciji Maribor in destinaciji Maribor – Pohorje

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Nočitvene kapacitete Maribor	2305	2431	2466	2474	2559	3454	3300	3538
Nočitvene kapacitete MB - Pohorje	2129	2233	2560	2613	2354	2420	2420	2236
Skupaj *	4.434	4.664	5.026	5.087	4.913	5.874	5.720	5.774

2.8.3 Destinacija Maribor: januar - december 2017

Od januarja do decembra 2017 je Maribor ustvaril 8 odstotkov več prenočitev in 14 odstotkov več prihodov gostov kot prejšnje leto v enakem obdobju.

Nočitve v destinaciji Mariboru od januarja do decembra 2017 (331.763) v primerjavi z letom prej (308.409) kažejo na skupno 8 % rast nočitev. Razmerje med domačimi in tujimi nočitvami je 15/85 v prid tujim nočitvam.

Prihodi gostov v Mariboru od januarja do decembra 2017 (178.686) v primerjavi z letom prej v istem obdobju (157.287) kažejo na 14% rast prihodov gostov v Mariboru. Razmerje med domačimi in tujimi gosti je 15 / 85 v prid tujim gostom.

V destinaciji Maribor je najvišja sezona po številu opravljenih prenočitev poletna sezona (junij, julij, avgust 2017) z 118.998 prenočitvami, najnižja sezona pa je pomladanska sezona (marec, april in maj 2017) z 67.095 prenočitvami. Jesen z meseci september, oktober in november 2017 zaseda drugo mesto po številu prenočitev (74.116) in tretja najuspešnejša sezona je zimska sezona z 69.511 prenočitvami (december 2016, januar in februar 2017).

Največ turistov je v letu 2017 (I – XII) v Mestni občini Maribor prenočilo iz naslednjih trgov (razporejeni po številu prenočitev): Nemčija, Avstrija, Italija, Hrvaška, Srbija in Poljska. Najdlje se v občini Maribor zadržujejo gostje iz Italije, Hrvaške, Srbije, Madžarske od bližnjih trgov in drugih evropskih trgov iz Španije, Združenega kraljestva, Francije.

Povprečna doba bivanja v destinaciji v letu 2017 je 1,86 dni.

2.8.4 Destinacija Maribor – Pohorje: januar – december 2017

Nočitve v destinaciji Maribor – Pohorje od januarja do decembra 2017 (424.616) v primerjavi z letom prej (398.891) kažejo na 6% rast nočitev v destinaciji. Razmerje med domačini in tujimi nočitvami je 25 / 75 v prid tujim nočitvam.

Prihodi gostov v destinaciji Maribor – Pohorje od januarja do decembra 2017 (220.362) v primerjavi z letom prej (182.725) kažejo na 12 % rast prihodov gostov v destinaciji. Razmerje med domačimi in tujimi gosti je 23/77 v prid tujim gostom.

V destinaciji Maribor – Pohorje je najvišja sezona po številu opravljenih prenočitev poletna sezona (junij, julij, avgust 2017) z 143.609 prenočitvami. Zima z meseci december 2016, januar in februar 2017 zaseda drugo mesto po številu prenočitev (108.561) in tretja najuspešnejša sezona je jesen s 87.506 prenočitvami (september, oktober in november 2017). Najnižja sezona pa je pomladanska sezona (marec, april in maj 2017) z 81.721 prenočitvami.

Povprečna doba bivanja v destinaciji v letu 2017 je 1,93 dni.

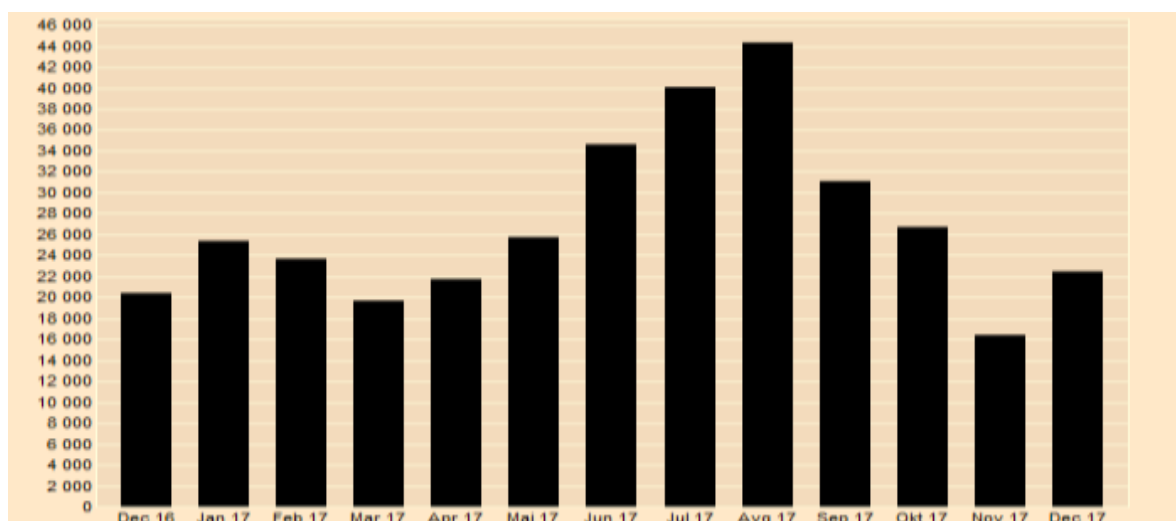
Tabela 7: prihodi gostov destinacije Maribor in destinacije Maribor – Pohorje v obdobju od leta 2010 do leta 2017

Leto	Število prihodov destinacija Maribor	Število prihodov v destinacijo MB - Pohorje
2010	87.225	116.984
2011	100.401	130.538
2012	123.593	146.654
2013	115.211	138.742
2014	121.419	156.313
2015	142.723	177.099
2016	157.287	195.999
2017	178.686	220.362

Tabela 8: nočitve gostov destinacije Maribor in destinacije Maribor – Pohorje v obdobju od leta 2010 do leta 2017

Leto	Število nočitev destinacija Maribor	Število nočitev v destinaciji MB - Pohorje
2010	194.008	292.259
2011	224.144	309.485
2012	269.474	356.299
2013	232.806	322.963
2014	239.446	339.295
2015	285.163	370.996
2016	308.409	398.891
2017	331.763	424.616

Graf 3: Prenočitve turistov v letu 2017 za destinacijo Maribor po mesecih



Vir: SURS, 2018

Destinacija Maribor beleži najvišjo zasedenost v poletnih mesecih: junij, julij in avgust. Sledijo meseci september, oktober, maj, januar, februar, december. Po številu nočitev so najslabše zasedeni meseci april, marec in november.

Tabela 9: Število nočitev in prihodov ter povprečna doba bivanja po državah za leto 2017

	Država prihoda	Št. nočitev	Št. prihodov	PDB
1	Nemčija	37180	20658	1,80
2	Avstrija	21091	13272	1,59
3	Italija	20900	10708	1,95
4	Hrvaška	20840	8905	2,34
5	Srbija	14541	6334	2,30
6	Poljska	14248	11360	1,25
7	Koreja (Republika)	13212	13062	1,01
8	Madžarska	12711	6317	2,01
9	Romunija	9236	5650	1,63
10	Nizozemska	9109	4753	1,92
11	Ruska federacija	7220	2666	2,71
12	Češka republika	7080	4798	1,48
13	Bosna in Hercegovina	6655	3828	1,74
14	Ukrajina	6304	3086	2,04
15	Francija	6036	2814	2,14
16	Združeno kraljestvo	4839	2313	2,09
17	Slovaška	4700	2571	1,83
18	ZDA	4467	1874	2,38
19	Španija	4398	2161	2,04

Opombe:

Vir: Statistični urad Republike Slovenije. Podatki zajemajo turistične nastanitvene objekte, ki razpolagajo z vsaj 10 stalnimi ležišči, glej Metodološka pojasnila

Največ turistov je v letu 2017 (I – XII) v Mestni občini Maribor prenočilo iz naslednjih trgov (razporejeni po številu prenočitev): Nemčija, Avstrija, Italija, Hrvaška, Srbija in Poljska se znajdejo na prvih šestih mestih. Najdlje se v občini Maribor zadržujejo gostje iz Italije, Hrvaške, Srbije, Madžarske od bližnjih trgov in drugih evropskih trgov iz Španije, Združenega kraljestva, Francije.

Na prvem mestu po številu nočitev, kot tudi po številu prihodov, so gosti iz Nemčije, najdaljše povprečne bivanje pa so zabeležili gosti iz Rusije.

2.9 POSLOVNA ENOTA TIC MARIBOR

Turistično informacijski center Maribor (v nadaljevanju TIC) ima pomembno vlogo pri informiranju in servisiranju obiskovalcev. Obiskovalcem Maribora in prebivalcem mesta nudimo vse informacije o aktualni mariborski turistični ponudbi ter informacije o celotni turistični ponudbi. Informacije posredujemo informatorji, ki obvladamo tuje jezike (nemško, angleško, italijansko, francosko, hrvaško, srbsko) in poznamo turistično ponudbo mesta in okolice.

OBRATOVALNI ČAS TIC-a MARIBOR:

1. april – oktober:
 - ponedeljek – petek: 9.00 – 19.00
 - sobota, nedelja, prazniki: 9.00 – 17.00
2. november – marec:
 - ponedeljek – petek: 9.00 – 18.00
 - sobota, nedelja, prazniki: 10.00 – 15.00

Dela, ki jih opravljamo turistični informatorji v TIC-u so:

- informiranje obiskovalcev v TIC-u, po telefonu in elektronski pošti ter preko socialnih medijev,
- vodenje vodniške službe,
- komuniciranje s turističnimi agenti in ponudniki turističnih storitev,
- prodaja turističnih spominkov in turistične literature,
- izposoja koles (priprava reverzov za izposajo koles, priprava statistike izposoje koles),
- prodaja vozovnic za mestni promet Marprom, vstopnic za prireditve,
- zbiranje informacij o prireditvah, vstavljanje aktualnih prireditev na spletno stran www.maribor-pohorje.si,
- opravljanje rezervacij za nastanitve, restavracije in druge ponudnike mesta Maribor, kot tudi destinacije (priprava pogodb o sodelovanju, pisanje voucher-jev, mesečno preverjanje realiziranih rezervacij, mesečna priprava obračunov),
- urejanje spletne strani www.maribor-pohorje.si,
- urejanje FB strani <https://www.facebook.com/VisitMaribor>.

2.9.1 Obiskovalci

V TIC-u smo v letu 2017 zabeležili 44.913 obiskovalcev in **prvič presegli 43.895 obiskovalcev naše destinacije v času Evropske prestolnice kulture v letu 2012.**

Če obisk primerjamo z letom 2016, beležimo v letu 2017 **20% rast.**

Najštevilčnejši obisk smo zabeležili avgusta, kateremu sledijo julij, september, junij, oktober in maj.

Povečan obisk je bilo zaznati v vseh mesecih leta 2017, razen marca. Več kot 25% porast glede na leto 2016 beležimo v naslednjih mesecih leta 2017: april, junij, september, oktober, november.

Države izvora gostov v TIC-u 2017

V TIC-u beležimo 78% tujih obiskovalcev, med katerimi so tudi v letu 2017 najštevilčnejši Avstrijci in Nemci. Avstrijci predstavljajo 19% tujih gostov, Nemci 12%, Italijani 8%, Španci 7%, Francozi 4,5% in Nizozemci 2,7%.

V primerjavi z letom 2016 je obisk Angležev porasel kar za 75%, sledijo Rusi z 31%, Španci z 29% in Italijani z 28% porastom.

V letu 2017 predstavljajo Slovenci 22 odstotkov v skupnem številu vseh obiskovalcev, njihov obisk se je za cca. 7% povečal glede na leto 2016.

Namen obiska in tip tujih obiskovalcev v TICu v letu 2017

V nadaljevanju ugotavljamo, da so tuji gosti v TIC-u v letu 2017 povpraševali predvsem po:

1. kulturno zgodovinskih znamenitostih,
2. spominkih,
3. načrtu mesta Maribor in splošnih prospektih,
4. znamenitostih Slovenije,
5. vinu in kulinariki (vinskih cestah in restavracijah),
6. vino (Stara trta, Hiša Stare trte, Vinagova klet, vinske ceste itd.).

Namen obiska in tip domačih obiskovalcev TICa v letu 2017

V letu 2017 ugotavljamo, da domači obiskovalci v TIC-u povprašujejo predvsem po:

1. nakupu vozovnic mestnega potniškega prometa MARPROM,
2. načrtu mesta Maribor in splošnih prospektih,
3. vlakcu Jurčku in ladjici – Dravski vili,
4. spominkih,
5. kulturno zgodovinskih znamenitostih,
6. prireditvah in nakupu vstopnic za prireditve.

2.9.2 Povpraševanje po telefonu

V letu 2017 smo posredovali informacije o mestu in okolici na 1350 telefonskih klicev domačih in tujih gostov, kar je v primerjavi z lanskim letom 12% manj.

2.9.3 Povpraševanje po elektronski pošti

V TIC-u dnevno odgovarjamo na povpraševanja po elektronski pošti. Na vso prejeto elektronsko pošto odgovorimo najkasneje v roku 24 ur ali prej. Največ povpraševanj je po informacijah in rezervacijah vodenih ogledov mesta, sledijo jim informacije in rezervacije prenočišč, informacije o vinu in kulinariki, naročanje prospektov ter informacije o prireditvah, kolesarjenju in kulturi.

V letu 2017 smo na povpraševanja po elektronski pošti odgovorili na 1578 zabeleženih naslovov doma in v tujini, kar je 37% več kot v letu 2016. Najštevilčnejši so Slovenci, med tujci pa so na prvem mestu Avstrijci, sledijo jim Nemci, Hrvati, Italijani in Madžari.

2.9.4 Vodniška služba v TIC-u

Organizirali smo vodene ogledе mesta z lokalnimi turističnimi vodniki z licenco Zavoda za turizem Maribor – Pohorje v naslednjih jezikih: slovenski, nemški, angleški, italijanski, francoski, španski, srbski, hrvaški, ruski in iranski jezik.

Od 112 licenciranih lokalnih vodnikov je naročena vodenja preko Zavoda v letu 2017 izvajalo 38 vodnikov. V letu 2017 smo izvedli 473 vodenj (12 % več kot leta 2016) za 9.860 udeležencev.

Največ vodenj je potekalo v nemškem jeziku, sledita angleški in slovenski jezik.

V kolikor primerjamo število vodenj po mesecih, ugotavljamo, da je največji porast vodenj v letu 2017 glede na leto 2016 v oktobru (+37 %) in novembru (+30 %).

2.9.5 Vodenja za individualne goste

Na Zavodu za turizem Maribor – Pohorje smo v sodelovanju z različnimi turističnimi ponudniki tudi v letu 2017 ponujali vodene ogledе mesta za individualne goste. Izvedli smo 58 vodenj za 175 udeležencev. Vodenja smo ponujali od meseca junija do meseca oktobra vsak petek ob 16. uri in vsako soboto ob 11. uri. Vodenja so trajala 1 uro in so se zaključila s polurnim ogledom in predstavitvijo ponudnika, ki je ta dan sodeloval.

K sodelovanju je pristopilo kar 17 partnerjev, kar je 70 % več kot leta 2016. Partnerji, ki so obiskovalcem predstavljali svojo ponudbo: L.Unikati, Slovenska - local made, GT22, Umetnostna galerija Maribor, Pivarna, Hiša Stare trte, Zavod Mars, Pokrajinski muzej Maribor, Muzej Narodne osvoboditve, Fotografski muzej Maribor, Sinagoga Maribor, Lutkovno gledališče Maribor, Piranske soline Maribor, Vinagova klet, Foto galerija Stolp, Lončarski center Maribor, Rajzefiber biro.

Ponudbo vodenj smo oglaševali na spletnih straneh www.maribor-pohorje.si, na naši Facebook strani VisitMaribor, slovenia.info, izdelali smo tudi plakate in letake, ki smo jih dostavili v prenočitvene kapacitete, gostinske lokale, partnerjem projekta ter ponudnikom na južnoštajerski vinski cesti.

V mesecu juniju, juliju in avgustu smo izvajali vodenja v slovenskem in angleškem jeziku, v mesecu septembru in oktobru še v nemškem jeziku, predvsem zaradi večjega števila nemško govorečih gostov.

2.9.6 Opravljanje rezervacij za prenočišča

Pogodbe za opravljanje rezervacij preko voucherja imamo sklenjene s 75 prenočišči. V letu 2017 smo preko voucherja realizirali 179 (+9 % kot leta 2016) rezervacij za 889 (enako kot v 2016) nočitev in 570 (-15 % kot leta 2016) turistov. Največ rezervacij smo zabeležili v avgustu, juliju in oktobru.

Turisti so se v letu 2017 najpogosteje odločali za rezervacijo dvoposteljnih in enoposteljnih sob. Največ nočitev, rezerviranih v TIC-u, je bilo realiziranih za ponudnike hotelov s tremi zvezdicami, sledijo jim hostli ter hoteli s štirimi zvezdicami.

2.9.7 Izposoja koles

Od aprila do sredine novembra 2017 smo izposojali 10 mestnih koles (6 ženskih in 4 moška). Izposoja dodatne opreme: otroški sedeži ter čelade za odrasle in otroke.

Sodelovali smo z Mobilnostnim centrom Mariborske kolesarske mreže pri napotitvi gostov, ki si želijo izposoditi kolo za več dni, ter domačine in tujce, ki potrebujejo popravilo svojega kolesa.

Sodelovali smo z zadrugo BikeLab, ki skrbijo za servis koles.

Informirali smo goste o možnosti izposoje električnih koles KULeBIKE na vinski cesti.

V letu 2017 si je kolesa izposodilo 344 turistov, kar je 18 % več kot leta 2016.

Glede na število turistov beležimo največjo izposoja koles meseca avgusta, julija in septembra.

2.9.8 Prodaja spominkov

V TIC-u skladno s celotno grafično podobo turistične destinacije Maribor – Pohorje ponujamo svojo blagovno znamko turističnih spominkov. Na prodajo so tudi spominki znamke I FEEL SLOVENIA (majice, kape).

Prodajamo še vrsto drugih spominkov od različnih dobaviteljev s katerimi imamo sklenjeno pogodbo za prodajo artiklov na konsignacijo (turistične karte, avtokarte, knjige o Mariboru, Pohorju, Sloveniji, vodniki po Mariboru, magneti, skodelice, obeski za ključke, beležke, vžigalice, vrečke iz blaga, pobarvanke za otroke, igre za otroke...). V letu 2017 smo izvedli analizo prodajnih artiklov, kar je podlaga za prenovitev in posodobitev asortimana v letu 2018.

2.10 POSLOVNA ENOTA HIŠA STARE TRTE

Hiša Stare trte je s Staro trto, ki raste na pročelju Hiše, ena izmed glavnih in najbolj obiskanih znamenitosti mesta Maribor.

Za obiskovalce smo v Hiši Stare trte v letu 2017 izvajali:

- vodenje po razstavi v HST v več jezikih,
- turistično informiranje domačih in tujih gostov,
- degustacije vin v Hiši in na vrtu pred Hišo,
- svetovanje pri nakupu vin,
- nabava in prodaja spominkov in čokolad,
- izvedba različnih dogodkov in prireditev,
- prirejanje različnih razstav,
- sprejemi različnih delegacij,
- tiskovne konference,
- izvedba strokovnih srečanj,
- predvajanje filmov,
- potopisna predavanja,
- izvajanje otroških delavnic in prireditev,
- upravljanje strani na Facebooku z imenom Stara trta / World's Oldest Vine,
- urejanje spletnih strani www.visitmaribor.si, idr.

OBRATOVALNI ČAS HST:

Oktober - april:

- ponedeljek – nedelja: 9.00 – 18.00

21. januar - 15. marec:

- nedelja od 9.00 – 16.00

Maj - september:

- ponedeljek – nedelja: 9.00 – 20.00

2.10.1 Obiskovalci

V obravnavanem obdobju je Hišo Stare trte skupaj obiskalo 58.618 gostov, od tega 13.630 (23,25 %) domačih in 44.988 (76,75 %) tujih.

Obisk hiše se je glede na leto 2016 povečal za 21,3%, kar izkazuje spodnja tabela.

Število obiskovalcev v Hiši Stare trte od leta 2010 do 2017

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
JANUAR	613	1483	1876	937	1234	1524	1338	1288
FEBRUAR	702	1371	1566	869	1132	1097	1442	1410
MAREC	1547	1969	3728	2297	1872	1728	2140	2319
APRIL	2172	3571	5853	2961	3705	3086	2440	3664
MAJ	3342	4121	9052	5555	5753	4862	4996	5764
JUNIJ	3908	5593	10947	7036	7326	4488	5437	8081
JULIJ	4837	6448	9345	5813	6643	5979	5048	6607
AVGUST	5215	5887	9461	7400	7504	6687	6544	8884
SEPTEMBER	6127	7994	10596	7073	6149	6478	6815	8642
OKTOBER	4224	5578	10041	6444	5729	5470	6842	6483
NOVEMBER	2267	2957	3254	2715	2927	2614	2464	2748
DECEMBER	1441	1968	2063	2016	2336	2165	2801	2728
S K U P A J:	36395	48940	77738	51116	52310	46178	48307	58618
	+36,6%	+34,5%	58,8%	-34,2%	+2,3%	-11,7%	+4,6%	+21,3%

2.10.2 Infrastrukturalne dopolnitve

V poslovnem letu 2017 smo v HST izvedli naslednje infrastrukturne dopolnitve:

- osvetlitev stare trte,
- foto box,
- interaktivna tabla oz. Monitor,
- otroški kotichek,
- zloženka o najstarejši trti (fra, špa, ita),

V letu 2017 je bila izdana zloženka o Najstarejši tri tudi v francoskem, španskem in italijanskem jeziku, kar se je pri obiskovalcih pokazalo za dobro sprejeto.

2.10.3 Prireditve

V letu 2017 so se v in pred Hišo Stare trte odvijale številne prireditve, in sicer:

- Zaljubljeni v pink, festival Rose (februar),
- Rez stare trte – 3. 3. 2017,
- 10. Obletnica HST – 20. in 21. 4. 2017:
 - Večerno druženje z vinarji in ostalimi ponudniki v Hiši Stare trte,
 - Odprtje razstave Hiša Stare trte nekoč in danes,
 - Koncert Bilbi in degustacije pred Hišo Stare trte,
 - Otroška delavnica v sodelovanju z zavodom Mars.
- Presek letnika 2017 (maj),
- Drava festival (junij):
 - Otroška delavnica izdelave mozaika z g. Igorjem Orešičem,
 - Koncert dua Happy vibe,
 - Pokušine vin pred Hišo Stare trte.
- Festival Lent 2017 – vinsko Lentanje - 23. 6. – 1. 7. 2017 (samostojno),
- Postavitev klopota (avgust),
- Svečana trgatev Stare trte (oktober),
- Festival Stare trte (oktober, november),
- Tedenski »Vinski dueli« (oktober, november),
- Večer šampanjcev in penin (december).

2.10.4 Razstave

V Hiši Stare trte smo v letu 2017 pripravili eno novo razstavo, ki smo jo odprli ob 10. obletnici Hiše Stare trte. Sočasno smo pred Hišo postavili gostujočo razstavo Zlata trta avtorja Slavka Podbrežnika v sodelovanju s Ptujsko kletjo, ki je bila na ogled do 23. 6. 2017.

2.10.5 Nastopi na sejnih in dogodkih

V letu 2017 smo se udeležili sedmih različnih predstavitev v Sloveniji in tujini.

2.10.6 Rezervirani dogodki (degustacije, sprejemi ...)

Poleg navedenih prireditev se je v Hiši Stare trte zvrstilo 268 različnih manjših dogodkov.

2.10.7 Prodaja spominkov

V HST skladno s celotno grafično podobo turistične destinacije Maribor – Pohorje in celotno grafično podoba Hiše Stare trte ponujamo svojo blagovno znamko turističnih spominkov. Na prodajo so tudi spominki znamke I FEEL SLOVENIA (majice, kape) ter prodajni artikli povezani z vinsko kulturo ter štajersko tradicijo.

2.11 INVESTICIJE V TURISTIČNO INFRASTRUKTURO

V letu 2017 smo zaključili investicije v turistično infrastrukturo, zaključili smo del programa, ki je bil potrjen v predhodnem letu 2016, prikazan v tabeli pod točko 1 in 2.

Za namen nadgradnje spletne oz. digitalne promocije mesta in njegovih ključnih turističnih znamenitosti smo vzpostavili novo spletno stran www.staratrta.si in mobilno aplikacijo Visit Maribor.

Nadalje so v tabeli razvidna vlaganja, ki so bila potrjena v letu 2017 in tudi vsa izvedena.

Poleg turistično obvestilne signalizacije, smo izvedli tudi potrebna vlaganja v Hiši Stare trte, dobrodošla pa je tudi osvetlitev Stare trte in obeh potomk, ki ob določenih urah povzdigne pročelje hiše.

S foto BOXom smo popestrili ponudbo v Hiši Stare trte in na vseh dogodkih, kjer ga je možno uporabiti, saj je dobra promocija zaradi ozadja na fotografijah, množične uporabe in distribucije posnetkov.

Z nabavo prvih petih hišk, prodajnih stojnic, smo vzpostavili pričetek nabave enotnih hišk za izvajanje sejemske dejavnosti v mestu.

Tabela 10: TURISTIČNA INFRASTRUKTURA

Št.	Vrsta opreme	Količina
1.	Izvajanje pametne specializacije in informatizacije Stre trte - najstarejše trte na svet	1
2.	Izdelava mobilno turistične aplikacije mesta Maribor	1
3.	Turistična obvestilna signalizacija Stroški vsebujejo: - priprava elaborata, - izdelava tabel, - priprava konstrukcije, - montaža, postavitve, - izdelava tabel STKP skupaj z vsemi stroški postavitve.	2 24

Št.	Vrsta opreme	Količina
4.	Vzpostavitev LCD ekrana v Hiši Stare trte Idejna zasnova koncepta in izvedba vzpostavitve vsebin: - TV sprejemnik, instalacije, - animiran zemljevid, template, drugo, - vodenje projekta in dodatni stroški (beljenje,...).	1
5.	Zunanja osvetlitev Hiše Stare trte (nabor svetil in montaža v tla, pred objektom)	1
6	Foto BOX V opremo je vključeno tudi foto ozadje za implementacijo naših fotografij, tematskih ozadij.	1
7.	Hiške / prodajne stojnice Pomične hiške so zaprte stojnice, z ustreznim odpiranjem/zapiranjem, da so uporabne tudi v zimskem času.	5

Poročilo pripravili: Darja Jemeršič, Monika Jurišič Hlevnjak, Vesna Horvat, Jana Voršič, Mojca Juhart, Karmen Razlag, Simona Pinterič, Bernarda Karo, Tina Heinrich, Nataša Jančar

Maribor, 20. 2. 2018

Zavoda za turizem Maribor – Pohorje
Doris Urbančič Windisch, l. r.
direktorica

PRILOGE

Priloga 1: Poročilo o poslovanju zavoda do 7. 5. 2017 (ga. Simona Pinterič)

V letu 2017 sem opravljala naloge do 16. 3. po pooblastilu direktorice, nato pa do 7. 5. kot začasna direktorica. V tem času sem opravila vsa zakonsko pogojena opravila, torej vse, kar ja bilo potrebno predati ustanovitelju ob zaključku leta 2016 in dokumente, potrebne za leto 2017.

To je bilo ugotovljeno in potrjeno tudi v Zapisniku o primopredaji dokumentacije in poslov med novoimenovanim poslovodstvom ter direktorico zavoda, ki ji je predčasno prenehal mandat za obdobje od 6. 11. 2012 do 16. 3. 2017 ter začasno direktorico za obdobje od 17. 3. do 7. 5., ki so ga pripravili člani primopredajne komisije.

Delo na zavodu je potekalo nemoteno na vseh področjih, predvsem intenzivno na tržnih aktivnostih, promociji, večina sejamskih in borznih nastopov poteka prav v tem letnem terminu.

Intenzivno smo bili angažirani ob številnih aktivnostih, vezanih na reko Dravo in obdravski prostor, kot člani Skupine za Dravo in aktivni partner v projektu Dravska kolesarska pot.

Izdali smo dve novi publikaciji, izpeljali vse zastavljene prireditve, prizadevali smo si pri reševanju problematike najema poslovnega prostora v Tkalki.

Odmevni sta bili tudi obe prireditvi, izpeljani ob deseti obletnici odprtja Hiše Stare trte.

Obe enoti, TIC in Hiša stare trte sta delovali v skladu s smernicami, odlična servisna dejavnost pa je cilj h kateremu stremimo vsako leto.

Izvajali smo tudi vsa potrebna dela na projektih, zaključili vlaganja v turistično infrastrukturo, kot je bilo zastavljeno in predhodno potrjeno.

Delovali smo v skladu s potrjenim Predlogom poslovnega in finančnega plana za leto 2017 (pripravljenega na podlagi izhodišč priprave proračuna za leto 2017 s strani MOM).

Priloga 2: Poročilo o delu Občinske turistične zveze Maribor

Več kot desetletje delovanja Občinske turistične zveze Maribor nas dela prepoznavne v MOM in tudi v širšem okolju. Številni projekti, ki smo jih uspešno izvedli, nekateri so postali že tradicionalni, so nam spodbuda, da svoje aktivnosti v tej smeri nadaljujemo.

Prav je, da ob tem pohvalimo dobro delovanje turističnih društev, ki s svojimi prireditvami in drugimi dogodki popestrijo dogajanje v kraju in mestu. Z aktivnim vključevanjem članov TD v organe zveze pa se omogoča, da se določene skupne aktivnosti, želje in interesi članstva lažje realizirajo.

Tudi v bodoče bomo svoje delovanje usmerjali v prepoznavnost naše društvene dejavnosti in se pri tem povezovali s TD sosednjih občin in zvez, ter z vsemi, ki jim je cilj razvoj slovenskega turizma.

DELOVANJE Občinske turistične zveze Maribor (OTZ- MB)

Delovanje odborov

Upravni odbor je imel v letu 2017 tri redne seje, na katerih smo obravnavali program dela zveze, spremljali delovanje odborov, razpravljali o razdelitvi sredstev za sofinanciranje TD MOM, spremljali aktivnosti TD, načrtovali skupne dejavnosti, se vključevali v delo Štajerske turistične zveze in Turistične zveze Slovenije.

V skladno s statutom in sklepom UO smo izvedli skupščino OTZ-MB za leto 2017 v Malečniku.

Nadzorni odbor je imel eno sejo. Člani so bili prisotni na vseh sejah UO zveze in pri spremljanju vrednotenja programov TD, ki ga opravlja odbor za vrednotenje dela in financ. NO je spremljal izvajanje programa dela in finančno poslovanje zveze.

V okviru OTZ delujejo naslednji odbori:

Odbor za prireditve

V januarju smo se z društvu predstavili na sejmu Natour Alpe - Adria v Ljubljani. Vse štiri dni. Takšna srečanja so priložnost za spoznavanje, izmenjavo izkušenj in druženje med TD Slovenije. Razstavni prostor je bil brezplačen, organizator je bila TZS.

Sodelovali smo na rezu Stare trte s pripravo domačih dobrot za obiskovalce.

V marcu smo v sodelovanju s Štajersko turistično zvezo izvedli tri dnevni Velikonočni sejem na lokaciji Grajski trg- Trg svobode. Vse dni smo imeli zasedenih 20 stojnic.

Mesec september je vedno živahen z najrazličnejšimi dogodki. V sklopu prireditev Festivala Stare trte smo poskrbeli, da so na trgatvi Stare trte obiskovalci nazdravili s sladkim moštom ter okusili pravo štajersko kulinariko na skupno 9ih stojnicah.

Na povabilo TD Središče ob Dravi smo sodelovali na prireditvi Praznik buč in imeli ekipo za kuhanje bučne juhe. Letos se je tekmovanja udeležila ekipa iz TD Razvanje.

Vse leto je bil aktiven tudi odbor rokodelcev pri naši zvezi. Tako so se od marca do decembra vsak petek v mesecu predstavljali na rokodelskem sejmu v Mariboru. Po oceni obiskovalcev in rokodelcev je sejem popestril dogajanje v mestu. Sejem je prepoznaven po kvalitetnih

izdelkih in tudi v bodoče želimo vključevati nove ponudnike na osnovi sprejetih kriterijev. Poročilo odbora rokodelcev za leto 2017 je priloga poročila.

15 dni v mesecu decembru smo sodelovali z Zavodom za turizem Maribor –Pohorje na božično novoletnem sejmu. Vsak dan se je na eni stojnici predstavilo TD, rokodelci in ponudniki, ki sodelujejo z našimi TD.

Odbor za delo s predšolskim in šolskim podmladkom

V februarju je odbor objavil likovni natečaj z naslovom Pot v neznano. Pred tem je bil projekt predstavljen na Skupnosti vrtcev Maribora. Na natečaj so se prijavili vrtci MOM s svojimi enotami. Ocenjujemo, da je na natečaju sodelovalo približno 750 malčkov. V aprilu je strokovna komisija pregledala risbe ter podelila tri enakovredne nagrade za najboljše in nagradila tudi vse razstavljalce. Otvoritev razstave je bila v prostorih MOM in na ogled tri tedne.

V sodelovanju s Štajersko turistično zvezo in Srednjo šolo za gostinstvo in turizem Maribor nam je uspelo naše tekmovanje učencev v kuhanju uvrstiti v projekte TZS, tako se je na regijsko tekmovanje v Mariboru za Zlato kuhalnico prijavilo štirinajst ekip iz osnovnih šol. Učenci in mentorice so se skrbno pripravili na tekmovanje in ocenjevalna komisija je bila presenečena nad kuharskimi izdelki. Zmagovalci so se odpravili na državno tekmovanje za Zlato kuhalnico v oktobru v Krajnsko Goro, ki je potekalo v sklopu GTZ Slovenije.

V marcu in aprilu smo spremljali ekipe osnovnih šol na tekmovanju Turizmu pomaga lastna glava, ki je potekalo v Mariboru. Zastopanost OŠ iz MOM je skromna, zato bomo poskrbeli še za dodatno promocijo projekta v naslednjem letu.

Odbor za okolje, prostor in turizem

OTZ-MB in vsa naša društva so se vključila v vse slovensko akcijo TZS, Moja dežela lepa in gostoljubna.

Veliko število krajanov se je pridružilo članom turističnih društev v čistilni akciji in tako so s skupnimi močmi poskrbeli za lepši videz kraja.

Svoje delo so vestno opravili tudi člani turistične patrulje, ki je opravila ogleda na levem in desnem bregu Drave ter pripravila poročilo s fotografskim materialom. O zaključkih ogledov smo obvestili tudi medije.

Člani odbora so dopolnili tudi pravilnik o ocenjevanju urejenosti mesta in krajev, saj se zavedajo, da je ocenjevanje lahko korektno opravljeno, če so pravila natančno napisana.

Odbor za vrednotenje dela in finance je pripravil javni razpis za sofinanciranje programov TD MOM, spremljal njihovo porabo in izvajanje programov ter dodelitev finančnih sredstev.

In še to.....

- predstavili smo delovanje OTZ-M na posvetu nevladnih organizacij v Mariboru,
- udeležili smo se posveta predsednikov TD v Krajski gori, ki ga je pripravila TZS,
- sodelovali na prireditvi Štajerske turistične zveze Pozdravljeni v našem kraju,
- udeležili smo se občnih zborov in številnih prireditev, ki so jih organizirala TD.

Ob koncu bi se radi zahvalili vsem, ki ste nam na različne načine pomagali, da smo zastavljen program izpeljali. Mestni občini Maribor, Zavodu za turizem Maribor- Pohorje, SŠGTM, Turistični zvezi Slovenije, Obrtno podjetniški zbornici Maribor- Sekciji za gostinstvo in turizem, Fakulteti za kmetijstvo in bio sistemske vede, medijskim hišam, predvsem Radiu Maribor, ki je z velikim posluhom promoviral prireditve in delovanje TD in zveze ter časopisni hiši Večer.

TURISTIČNA DRUŠTVA V OTZ MARIBOR

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

Najpomembnejše prireditve in aktivnosti TD:

TD Bresternica – Gaj:

- prikaz oglarjenja,
- strokovna ekskurzija,
- sodelovanje ob krajevnem prazniku,
- kresovanje,
- ličkanje koruze in kostanjev piknik,
- srečanje sosedov,
- vzdrževanje informacijskih tabel, Pot mlinov in žag.

TD Kamnica:

- dan kmečkih iger, dobrot in vina,
- pohod na Urban,
- sodelovanje s podmladkom,
- urejanje okolja in zasaditev cvetličnih gred in kozolcev,
- postavitve informacijskih tabel,
- strokovna ekskurzija,
- božično novoletni koncert.

TD Limbuš:

- pustno rajanje,
- čistilna akcija, zasaditev korit in čiščenje skalnjaka,
- postavitve mlaja in kresovanje,
- Pohod na Pečke,
- Klopotčevanje,
- Marinovanje,
- Škratovanje,
- Božični pohod na Pekrsko gorco.

TD Maribor

- prireditev Splavarski krst,
- organizacija evropskega srečanja splavarjev v Mariboru,
- sodelovanje z Lesarsko šolo Maribor,
- organizacija prireditve Nekoč v parku,

- sodelovanje na prireditvi trgatev Stare trte,
- sodelovanje na ekološki prireditvi Eko Drava in Drava – moja plaža,
- organizacija več razstav na temo splavarjenja in Lenta,
- izvajanje splavarskih predstavitev v sklopu šole v naravi na Pohorju,
- animacijski programi v Sodnem stolpu za tuje goste.

TD Pekre:

- pustovanje za otroke,
- organizacija festivala komedije,
- spominski pohod »Pekre 91«,
- srečanje udeležencev pekrskih dogodkov,
- postavitve majskega drevesa,
- otroško božičkovanje.

TD Razvanje:

- urejanje okolja,
- pustovanje za otroke,
- celoletne aktivnosti, arheološki park Poštela,
- tradicionalna izdelava presmeca,
- prvomajski pohod na Pohorje,
- pohod na Poštelo v okviru krajevnega praznika,
- prijateljevanje z otroki v decembru.

TD Radvanje:

- urejanje okolja,
- sodelovanje s podmladkom,
- kresovanje,
- strokovna ekskurzija,
- božično novoletni sejem v Radvanju,
- organizatorji tržnice v Radvanju,
- sodelovanje na prireditvah v kraju.

TD Studenci:

- Jožefov sejem,
- srečanje ljudskih godcev in pevcev,
- tekmovanje v pranju perila pri Jožefovem studencu,
- izleti po Sloveniji za člane,
- Miklavževanje,
- sodelovanje s podmladkom.

TD Šempeter Malečnik Ruperče:

- urejanje okolja,
- urejanje spletne strani.

Rafting klub Maribor:

- čiščenje obrežja reke Drave,
- sodelovanje na prireditvah, ki se dogajajo na Dravi ali ob reki,

- tekmovanja v raftu.

Sredstva za sofinanciranje programov turističnih društev MOM v letu 2017

Programi turističnih društev so bili v letu 2017 sofinancirani iz proračuna MOM v višini 7.500,00 evrov.

Za dodelitev sredstev je OTZ –MB z odborom za vrednotenje dela in financ objavila javni razpis v medobčinskem uradnem vestniku, števil. 16 z dne, 12. 6. 2017. 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 686 vrednost točke je 8,60 evrov.

Finančna sredstva so bila društvom nakazana na podlagi pogodbe o delovanju društev.

TD	Štev. točk	Znesek / Eur
Brestrnica- Gaj	59	707,40
Kamnica	90	974,00
Limbuš	98	1.042,80
Maribor	94	1.008,40
Pekre	93	999,80
Radvanje	93	999,80
Razvanje	75	845,00
Studenci	84	922,40

ODBOR ROKODELCEV PRI OTZ-MB

- od januarja do decembra stojnice v Marcator centru Tabor, ob petkih in sobotah 2 do 3 stojnice, občasne posamezne predstavitve tudi v drugih MC,
- sodelovanje na sejmu Natour Alpe- Adria v Ljubljani,
- rokodelska srednjeveška tržnica v Qlandii,
- 19. 3. Jožefov sejem na Studencih,
- Velikonočni sejem na Grajske m trgu MB,
- od marca dalje vse petke Rokodelska tržnica na Grajskem trgu,
- vsako 2. soboto v mesecu sodelovanje na Artmarju ter sodelovanje na Artmarjih v Qlandii,
- vsako 3. in 4. soboto sodelovanje s starinarji na Grajskem trgu,
- predstavitve pred destinacijsko trgovino Artmar ob petkih in sobotah,
- Festival turizma v Europarku v sodelovanju s Štajersko turistično zvezo,
- rokodelska tržnica Špasfest Maribor,
- sodelovanje na prireditvi Pozdravljeni v našem kraju,
- srednjeveška tržnica v Qlandii MB,
- 15 do 31. 12. Božično novoletni sejem na Trgu Leona Štuklja.

Maribor, 22.1.2018

Poročilo pripravili: Stanislav Kozar, predsednik

Nevenka Kaučič

Lilijana Pšajd, odbor rokodelcev

Priloga 3: Poročilo o delu Štajerske turistične zveze za leto 2017

Uvod

V letu 2017 je delovanje Štajerske turistične zveze potekalo po sprejetem programu dela. Odzvali pa smo se tudi glede na aktualne dogodke in potrebe.

Veseli nas, da se turistična društva in zvezi zelo aktivno vključujejo v zastavljene aktivnosti zveze saj nam je želja, da smo jim čim boljši servis in pomoč pri delu.

Ob tem pa se zavedamo pomena povezovanja, sodelovanja in usklajevanja. Vse to uresničujemo s sodelovanjem vseh treh stebrov, ki tvorijo turistično destinacijo na regionalnem nivoju Štajerske, vključno z MO Maribor, sodelovanju s TZS in občinskimi, medobčinskimi turističnimi zvezami ter turističnimi društvi Štajerske. V tem okviru bo tudi v bodoče Štajerska turistična zveza v Regionalni turistični destinaciji Štajerske skupaj z občinami in turističnim gospodarstvom oblikovala razvoj turizma na tem območju.

Prepričani smo, da bomo lahko uspešni sogovornik samo, če bomo imeli dovolj znanja in informacij. Prav na tem mestu pa vidimo pomembno vlogo in pomen Štajerske turistične zveze, ki ji bo tudi v prihodnje prioriteta naloga izobraževanje in usposabljanje članstva na različnih področjih.

Komisija za delo z mladimi

V sodelovanju z Občinsko turistično zvezo Maribor in Srednjo šolo za gostinstvo in turizem Maribor nam je uspelo naše tekmovanje v kuhanju za učence osnovnih šol vključiti v projekt TZS. Na regijsko tekmovanje za Zlato kuhalnico v Mariboru se je prijavilo trinajst ekip. Zmagovalci so se pomerili na državnem tekmovanju v Krajski gori v sklopu GTZ Slovenije. Vsa leta je na tem tekmovanju z nami tudi Obrtno podjetniška zbornica Sekcija za gostinstvo in turizem in predsednik g. Marjan Vidovič, kot član ocenjevalne komisije, ki s svojimi gostinci pripravi za vsako tekmovalno ekipo nagrado - pogostitev v enem od lokalov. Hvala vsem v imenu naših učencev.

Predstavitve izobraževalnih programov je potekalo v mesecu februarju na SŠGTM, tako da so se starši in učenci seznanili s poklici, ki jih izobražujejo na šoli.

Na dveh regijskem tekmovanjih Turizmu pomaga lastna glava v Mariboru v mesecu marcu in aprilu smo navijali za ekipe iz osnovnih šol, ki so se potegovale za zlato, srebrno in bronasto priznanje. Pomagali smo tudi pri izvedbi tekmovanja. V Mariboru pa je potekala tudi zaključna tržnica - državno tekmovanje v tem projektu v mesecu aprilu.

Komisija za ocenjevanje in urejanje okolja

Komisija je opravila 21 ogledov po programu TZS v projektu Moja dežela lepa in gostoljubna. Člani komisije ugotavljajo, da je prisotna vedno večja ozaveščenost ljudi za lepo in urejeno okolje. K temu jih vzpodbujajo tudi turistična društva.

Zahvala je namenjena tudi županom, ki dajejo velik poudarek na urejenosti krajev. Člani komisije so pripravili poročilo, ki je bilo poslano županom in predsednikom TD ŠTZ, usklajeni predlogi pa na TZS.

Komisija je v skladu s pravilnikom za podelitev priznanj ZLATA METLA za urejeno okolje, manjših mest in krajev podelila priznanja. S tem želimo društva in občine tudi s strani ŠTZ nagraditi za opravljeno delo.

Komisija za razvoj turizma

V mesecu januarju smo se udeležili sejma Natour Alpe - Adria v Ljubljani. V štirih dneh se je predstavilo 10 TD, ter MTZ Slov. Bistrica in Občinska turistična zveza Maribor s svojimi društvi. Nekaj društev se je predstavilo tudi s kulturnim programom na glavnem odru sejemskega prostora. Brezplačen predstavitveni prostor so člani TD s pridom izkoristili za promocijo svojega kraja in delovanja.

Konec februarja smo pripravili pogostitev v Hiši Stare trte ob spomladanskem rezu najstarejše trte na svetu.

V aprilu smo v sodelovanju z ZZT Maribor - Pohorje, Občinsko turistično zvezo Maribor in rokodelci pripravili tridnevni velikonočni sejem z dvajsetimi stojnicami vsak dan.

V mesecu maju smo se prvič predstavili na sejmu KOS v Lenartu, kjer smo se predstavili na stojnicah in organizirali srečanje predsednikov turističnih društev in zvez. Sejem je bil dobro obiskan in odlično organiziran. Želja nam je, da bi se v prihodnje prijavilo še več naših društev saj je možnosti za predstavitev in sodelovanje veliko.

V sklopu Festivala Stare trte smo se vključili v dogodek ob trgatvi Stare trte. Na devetih stojnicah so se predstavila naša društva in društva kmečkih žena.

V septembru smo organizirali prireditev Pozdravljeni v našem kraju, ki je potekala v nakupovalnem središču Qlandia Maribor. Društva so predstavljala kulturno dediščino na 18 stojnicah. Z nami so bili tudi člani Čebelarske zveze društev Maribora, ki so pripravili razstavo o čebelah in otroško delavnico, ki je bila dobro obiskana.

V kulturnem programu so nastopili malčki iz vrtca Studenci in folklorna skupina KUD Tonček Breznar iz Korene, ki so predstavili tudi oblačilno kulturo njihove skupine.

V veselem decembru smo v sodelovanju z Zavodom za turizem Maribor Pohorje in Občinsko turistično zvezo Maribor sodelovali na Božičnem sejmu v Mariboru. Za 15 dni smo zakupili eno stojnico, tako da se je vsak dan predstavilo drugo društvo oz. ponudnik.

Dogodke smo promovirali preko Facebook profila ŠTZ. Svoje prireditve so objavljala tudi naša društva.

Komisija za priznanja in pravna vprašanja

V letu 2017 je komisija pomagala pri delovanju društev z brezplačnimi pravnimi nasveti.

Člani komisije so dopolnili obrazec za prijavo priznanj ŠTZ.

V skladu s Pravilnikom je komisija obravnavala prispele predloge za priznanja ŠTZ.

ŠTZ je organizirala, sodelovala, pripravila:

1. Na sejah upravnega odbora smo spremljali izvajanje programov komisij in usklajevali tekoče aktivnosti.

2. Nadzorni odbor je imel dve seji, kjer je pregledal delovanje zveze, poslovanje in izvajanje programa dela.
3. V letu 2017 smo imeli skupščino ŠTZ v gradu Rače v občine Rače - Fram. Prisotnost delegatov in njihove razprave so potrdile, da je program zastavljen v pravo smer in da se društva povezujejo in vključujejo v izvajanje programa zveze.
4. Posamezni odbori so se sestali dvakrat, kjer so spremljali izvajanje programa in načrtovali aktivnosti v zvezi z izvedbo določenih projektov.
5. Udeležili smo se številnih občnih zborov ter prireditev, ki jih med letom pripravljajo naša TD in zvezi.
6. Med letom so potekali razgovori z župani sosednjih občin za sofinanciranje zveze. Poudariti velja, da so v program sofinanciranja vključene vse občine, ki so z ZZT Maribor - Pohorje podpisale pismo o nameri za razvoj destinacije Zg. Podravje.
7. V mesecu juniju smo se udeležili posveta nevladnih organizacij s ciljem predstaviti delovanje zveze in njenih društev.
8. Udeležili smo se posveta predsednikov TD, ki ga je organizirala TZS v Krajski Gori v sklopu GTZ .
9. Prijavili smo se na razpis turistične zveze Slovenije in občin s katerimi sodelujemo.
10. TD in aktivni kmečkih žena so pripravili pogostitve ob različnih dogodkih z namenom promovirati štajersko kulinariko.
11. TD in ostali ponudniki so imeli možnost predstavitve na brezplačnih stojnicah v Mercator centih po Sloveniji skozi vse leto.

Ob koncu je zahvala namenjena sponzorjem, ki so nam v veliki meri finančno in materialno pomagali pri izvedbi posameznih projektov. To so: MOM, ZZT Maribor - Pohorje in TZS.

Hvala županom občin, ki sofinancirajo naše programe: Rače - Fram, Benedikt, Hoče - Slivnica, Starše, Duplek, Selnica ob Dravi, Poljčane, Ruše, Cerkljenjak, Sv. Trojica v Slov. gorah, Slov. Bistrica, Lenart, Pesnica.

Za izvedbo posameznih projektov se zahvaljujemo Obrtno podjetniški zbornici Maribor, Nakupovalnemu središču Qlandia Maribor in SŠGTM.

Zahvaljujemo se tudi medijem, ki so vse leto spremljali naše delo. To so: Radio Maribor, Radio Slov. gorice, Radio Ormož, dnevnik Večer, Revija pet zvezdic, Bistriška panorama, RTV Slovenija- regionalni studio Maribor in RTS.

Maribor, 22. januar 2018

Poročilo pripravila:

- Janez Ribič, predsednik ŠTZ
- Nevenka Kaučič, univ.dipl.org., inž., sekretarka



ANALIZA MEDIJSKIH OBJAV

KVALIA

Zavod za turizem Maribor - Pohorje

maj – december 2017

Naročnik: **Zavod za turizem Maribor - Pohorje, javni zavod**

Izvajalec: **Press clipping d. o. o.**

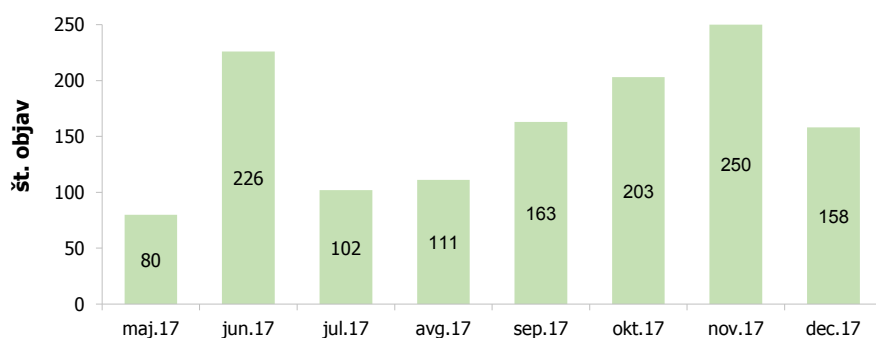
Projektni team: mag. Janez Kne,
Damijan Oblak, univ. dipl. ekon.,
Boštjan Vilčnik.

KORPORATIVNO MEDIJSKO IDENTITETO INSTITUCIJE sestavlja celota vseh objav, kjer se pojavlja ime institucije, ob upoštevanju, da institucija na vsebine vpliva na posreden način. Medijska analiza kaže strukturo vsebine, frekvenco ter oceno tematik, ki so nastale v sekundarni javnosti (v zunanji javnosti - medijih) na podlagi delovanja službe za odnose z javnostmi. Predpostavljamo, da tematike z višjo frekvenco pojavljanja v istem obdobju intenzivneje oblikujejo percepcijo o instituciji in s tem javno medijsko podobo. Medijska analiza ne meri dejanskega ugleda institucije (to merijo raziskave javnega mnenja) ampak kaže le na strukturo medijskih objav, ki lahko vplivajo na percepcije posameznih javnosti.

1. POVZETEK

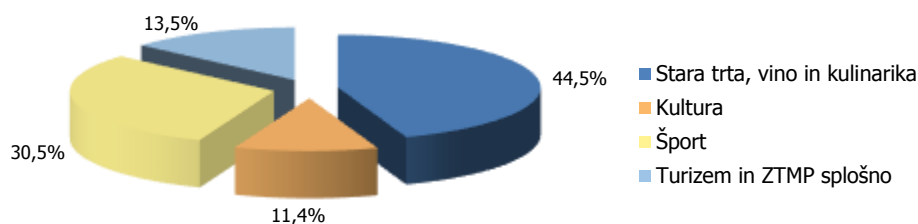
- V obdobju od 15. 5. do 31. 12. 2017 smo zasledili in analizirali 1293 objav z gesli, povezanimi z Zavodom za turizem Maribor - Pohorje, od tega največ v novembru (250).
- Publiciteto smo razvrstili v štiri tematske sklope: Stara trta, vino in kulinarika (576 objav), Šport (395 objav), Kultura (147 objav) ter Turizem in ZTMP splošno (175 objav).
- Tematski sklopi imajo sledeče deleže : Stara trta, vino in kulinarika (44,5 %), Šport (30,5 %), Kultura (11,4 %) ter Turizem in ZTMP splošno (13,5 %).
- V proaktivno publiciteto smo uvrstili 995 objav, kar predstavlja 77 % celotne publicitete. Največ proaktivnih objav ima tematski sklop Stara trta, vino in kulinarika (466), sledijo Šport (236), Turizem in ZTMP splošno (157) ter Kultura (136).
- Skupna ocena oglaševalske vrednosti znaša 1.075.869 €. Največjo vrednost je dosegel tematski sklop Stara trta, vino in kulinarika (440.490 €), sledijo Šport (312.283 €), Kultura (148.032 €) ter Turizem in ZTMP splošno (175.065 €).
- Največ objav so objavili naslednji mediji: Večer (283), vecer.si (83), Radio 1 (71), maribor24.si (63), mariborinfo.com (62), STA (58) ter RA Maribor MM1 (54).

Graf 0-1: Celotna publiciteta po posameznih mesecih (N = 1293)



2. TEMATSKA STRUKTURA PUBLICITETE

Graf 0-2: Tematska struktura celotne publicitete (N = 1293)



Publiciteto smo razvrstili v štiri tematske sklope: Stara trta, vino in kulinarika (576 objav), Šport (395 objav), Kultura (147 objav) ter Turizem in ZTMP splošno (175 objav).

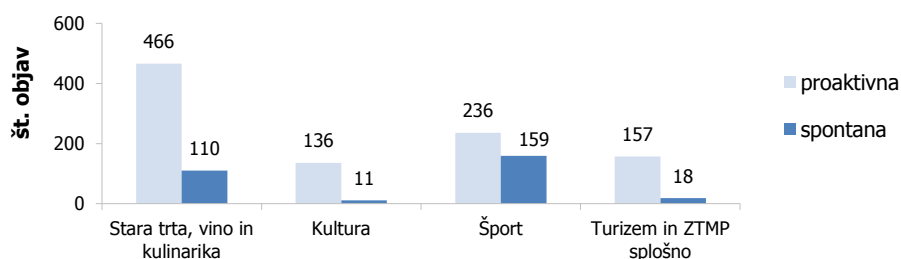
2. PROAKTIVNOST OBJAV

Graf 0-3: Delež proaktivne in spontane publicitete (N = 1293)



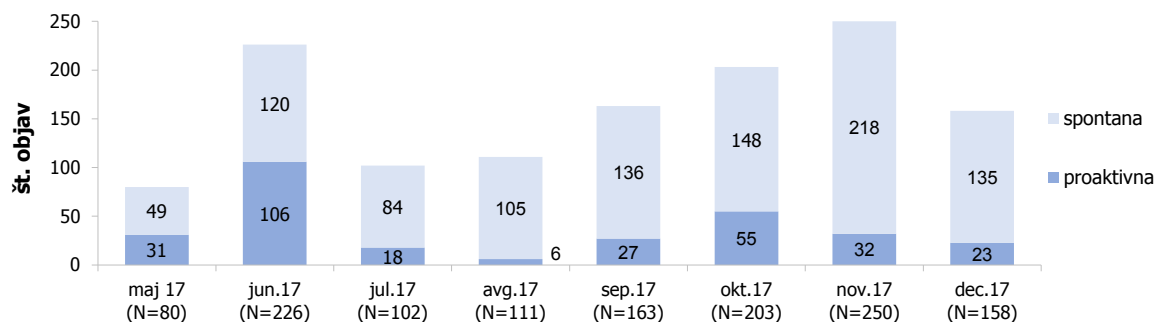
V proaktivno publiciteto smo uvrstili 995 objav, kar predstavlja 77 % celotne publicitete.

Graf 0-4: Tematska struktura celotne publicitete glede na proaktivnost (N = 1293)



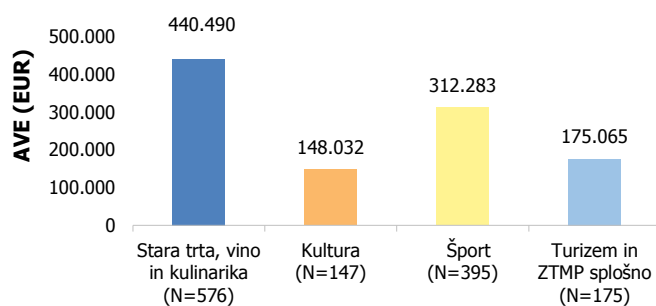
Največ proaktivnih objav ima tematski sklop Stara trta, vino in kulinarika (466), sledijo Šport (236), Turizem in ZTMP splošno (157) ter Kultura (136).

Graf 0-5: Proaktivna in spontana publiciteta po posameznih mesecih (N = 1293)



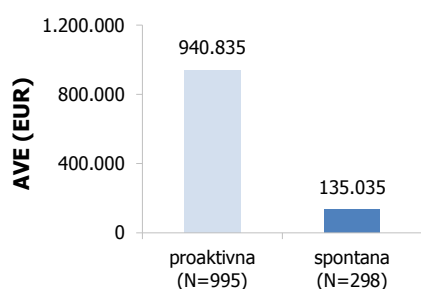
3. OCENA OGLAŠEVALSKE VREDNOSTI* (AVE)

Graf 0-6: Ocenjena oglaševalska vrednost publicitete po posameznih tematikah (N = 1293)



Skupna ocena oglaševalske vrednosti znaša 1.075.869 €. Največjo vrednost je dosegel tematski sklop Stara trta, vino in kulinarika (440.490 €), sledijo Šport (312.283 €), Kultura (148.032 €) ter Turizem in ZTMP splošno (175.065 €).

Graf 0-7: Ocenjena oglaševalska vrednost proaktivne in spontane publicitete (N = 1293)



Skupna ocena oglaševalske vrednosti znaša 1.075.869 €.

* Ocenjena oglaševalska vrednost (AVE – Advertising Value Equivalent). Informativni izračun denarne vrednosti medijske objave, kot da bi bil na enaki površini ali v enaki dolžini novinarskega prispevka objavljen oglas. Pri izračunu ocenjene oglaševalske vrednosti AVE upoštevamo neto površino in trajanje objav. Predpostavlja se, da ima oglas na enaki površini enak učinek na bralca kot uredniška objava in se ne upošteva razlike med kredibilnostjo novinarskih objav in kredibilnostjo oglasov. Izračun je narejen na podlagi povprečne cene oglaševalskega prostora na redakcijskih straneh, cene za minuto oglaševalskega časa pred informativnimi oddajami oz PR vrednosti članka na internetnih portalih. Upoštevan je cenik za leto 2017, cene ne vsebujejo DDV in so brez popustov.

4. MEDIJI

Graf 0-8: Mediji z največjim številom objav v celotni publiciteti

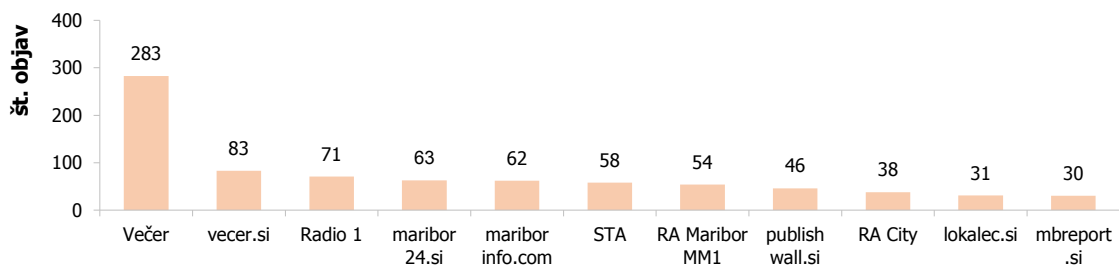


Tabela 0-1: Število objav po posameznih medijih (N = 1293)

MEDIJ	proaktivna	spontana	skupaj
Večer	238	45	283
vecer.si	54	29	83
Radio 1	64	7	71
maribor24.si	50	13	63
mariborinfo.com	52	10	62
STA	48	10	58
RA Maribor MM1	42	12	54
publishwall.si	31	15	46
RA City	33	5	38
lokalec.si	25	6	31
mbreport.si	24	6	30
Štajerc	18	10	28
RA SLO 1	18	3	21
BK TV	17	3	20
TV Maribor	15	5	20
TV SLO 1	17	2	19
maribor.si	12	2	14
si24.news	9	3	12
Delo	6	5	11
rtvslo.si	9	1	10
Slovenske novice	8	2	10
Pet zvezdic	6	3	9
Večer v nedeljo	4	5	9
siol.net	6	2	8

MEDIJ	proaktivna	spontana	skupaj
pressclipping.si	5	3	8
delo.si	6	1	7
morel.si	5	2	7
si21.com	6	0	6
dostop.si	6	0	6
slovenia.info	6	0	6
pigac.si	5	1	6
prlekija-on.net	4	2	6
findinfo.si	3	3	6
dj-slovenija.si	5	0	5
slovino.si	5	0	5
Vinsko kulinarčni trendi	5	0	5
sprosti.se	4	1	5
Dnevnik	2	3	5
Horizont	4	0	4
Infonet, novice	4	0	4
MEDIJ (nadaljevanje)	proaktivna	spontana	skupaj
kr-og.sta.si	4	0	4
radioantena.si	3	1	4
dnevnik.si	2	2	4
svet24.si	3	0	3
hudo.com	3	0	3
tatrenutek.si	3	0	3
ovinu.si	3	0	3
Vino	3	0	3
Svet 24	2	1	3
Štajerski tednik	2	1	3
24ur.com	2	1	3
radiokrka.si	2	1	3
napovednik.com	2	1	3
rsg.si	2	1	3
Svetovalec varčujem z energijo	2	1	3
Večer Koroška	1	2	3
POP TV	1	2	3
Planet TV	1	2	3
seniorji.info	1	2	3
e-koroska.si	1	2	3

MEDIJ	proaktivna	spontana	skupaj
Suzy	0	3	3
V soboto	2	0	2
Avto-dom	2	0	2
RA Antena	2	0	2
RA Maxi	2	0	2
Idea TV	2	0	2
radioaktual.si	2	0	2
politikis.si	2	0	2
citymagazine.si	2	0	2
stajerskival.si	2	0	2
ekodezela.si	2	0	2
gastrogurman.si	2	0	2
petv.tv	2	0	2
stajerska.eu	2	0	2
Potovanja in stil	2	0	2
Primorske novice	1	1	2
Avto fokus plus	1	1	2
RA Štajerski val, Šmarje pri Jelšah	1	1	2
primorske.si	1	1	2
Zvezde	0	2	2
Vestnik, Murska Sobota	0	2	2
Ona	0	2	2
Posavski obzornik	0	2	2
lokalno.si	0	2	2
pomurec.com	0	2	2
Story	0	2	2
Dolce vita (Finance)	1	0	1
Gorenjski glas	1	0	1
Nedeljski dnevnik	1	0	1
Nova	1	0	1
Panorama, Slovenska Bistrica	1	0	1
Lisa	1	0	1
Lipov list	1	0	1
Vzajemna	1	0	1
Spekter	1	0	1
Start up kapital	1	0	1
RA Koper	1	0	1

MEDIJ	proaktivna	spontana	skupaj
RA Ptuj	1	0	1
NET TV	1	0	1
Kanal A	1	0	1
zurnal24.si	1	0	1
radio1.si	1	0	1
MEDIJ (nadaljevanje)	proaktivna	spontana	skupaj
demokracija.si	1	0	1
mediaspeed.net	1	0	1
gorenjskiglas.si	1	0	1
primorski.eu	1	0	1
slovenskenovice.si	1	0	1
aktivni.si	1	0	1
polet.si	1	0	1
mladismo.si	1	0	1
radio-ptuj.si	1	0	1
sentjur.si	1	0	1
varcevanje-energije.si	1	0	1
mlad.si	1	0	1
javnirazpisi.com	1	0	1
travel.over.net	1	0	1
tednik.si	1	0	1
posavskiobzornik.si	1	0	1
radiomars.si	1	0	1
avtokampi.si	1	0	1
slo-link.si	1	0	1
stajerskagz.si	1	0	1
Lupa	1	0	1
Praznična	1	0	1
EOL (embalaža, okolje, logistika)	1	0	1
Primorski dnevnik	0	1	1
Finance	0	1	1
Avenija	0	1	1
Demokracija	0	1	1
Dolenjski list	0	1	1
Novi tednik, Celje	0	1	1
Prepih, Gornja Radgona	0	1	1
Stop	0	1	1

MEDIJ	proaktivna	spontana	skupaj
Nika	0	1	1
Reporter	0	1	1
Obrtnik	0	1	1
Adria	0	1	1
The Slovenia Times	0	1	1
Svet kapitala - priloga Dela	0	1	1
finance.si	0	1	1
med.over.net	0	1	1
govori.se	0	1	1
pozitivke.net	0	1	1
dolenjskolist.si	0	1	1
eposavje.com	0	1	1
viva.si	0	1	1
regionalobala.si	0	1	1
kamnik.si	0	1	1
koroskiradio.si	0	1	1
regionalgoriska.com	0	1	1
izvozniki.si	0	1	1
slo-zeleznice.si	0	1	1
mzip.gov.si	0	1	1
nova24tv.si	0	1	1
nadlani.si	0	1	1
revijaavenija.si	0	1	1
slovenskenovice.com	0	1	1
radiocity.si	0	1	1
ansat-tv.si	0	1	1
etv.elektroprom.si	0	1	1
luksuz.net	0	1	1
terme-maribor.si	0	1	1
SKUPAJ	995	298	1.293

Tabela 0-2: Ocenjena oglaševalska vrednost AVE po posameznih medijih (N = 1293)

MEDIJ	N	AVE
Večer	283	284.125
TV SLO 1	19	131.751
RA SLO 1	21	65.075
Praznična	1	64.410
Delo	11	53.580
vecer.si	83	37.536
Vinsko kulinarični trendi	5	33.255
POP TV	3	26.775
RA Maribor MM1	54	25.261
Dnevnik	5	22.487
Slovenske novice	10	22.089
BK TV	20	17.329
Štajerc	28	16.506
STA	58	14.975
Kanal A	1	14.100
Svet 24	3	13.153
Večer v nedeljo	9	12.040
Radio 1	71	11.493
NET TV	1	11.440
Večer Koroška	3	10.027
Ona	2	9.951
maribor.si	14	9.120
TV Maribor	20	8.195
Story	2	8.004
Potovanja in stil	2	7.643
lokalec.si	31	7.488
maribor24.si	63	7.463
mariborinfo.com	62	7.283
Nedeljski dnevnik	1	5.819
Lupa	1	5.113
rtvslo.si	10	4.810
slovenia.info	6	4.800
Dolce vita (Finance)	1	4.671
Suzy	3	4.204
RA City	38	4.119
publishwall.si	46	3.945

MEDIJ	N	AVE
mbreport.si	30	3.924
Horizont	4	3.575
delo.si	7	3.480
Svet kapitala - priloga Dela	1	3.412
Primorske novice	2	3.007
dostop.si	6	3.000
Nova	1	2.958
Planet TV	3	2.733
siol.net	8	2.705
si21.com	6	2.550
prlekija-on.net	6	2.525
Gorenjski glas	1	2.228
morel.si	7	2.175
kr-og.sta.si	4	2.000
Svetovalec varčujem z energijo	3	1.947
Pet zvezdic	9	1.896
Zvezde	2	1.805
dnevnik.si	4	1.720
radioantena.si	4	1.550
Štajerski tednik	3	1.521
Infonet, novice	4	1.505
dj-slovenija.si	5	1.500
napovednik.com	3	1.500
slovino.si	5	1.500
MEDIJ (nadaljevanje)	N	AVE
The Slovenia Times	1	1.447
si24.news	12	1.388
V soboto	2	1.259
sprosti.se	5	1.215
Vino	3	1.133
radioaktual.si	2	1.000
Avto-dom	2	818
pigac.si	6	795
pressclipping.si	8	788
Nika	1	784
citymagazine.si	2	650
Adria	1	641

MEDIJ	N	AVE
radiokrka.si	3	615
Idea TV	2	606
Avto fokus plus	2	599
Lisa	1	581
primorske.si	2	525
mediaspeed.net	1	500
govori.se	1	500
gorenjskiglas.si	1	500
primorski.eu	1	500
slovenskenovice.si	1	500
mladismo.si	1	500
javnirazpisi.com	1	500
Demokracija	1	478
Spekter	1	463
Panorama, Slovenska Bistrica	1	451
rsg.si	3	450
tatrenutek.si	3	450
RA Koper	1	434
Obrtnik	1	422
findinfo.si	6	375
hudo.com	3	375
seniorji.info	3	345
Start up kapital	1	330
svet24.si	3	330
radio-ptuj.si	1	300
ekodezela.si	2	300
gastrogurman.si	2	300
24ur.com	3	275
zurnal24.si	1	250
stajerska.eu	2	225
Vzajemna	1	189
politikis.si	2	180
stajerskival.si	2	180
Finance	1	171
pomurec.com	2	165
petv.tv	2	165
EOL (embalaža, okolje, logistika)	1	153

MEDIJ	N	AVE
aktivni.si	1	150
sentjur.si	1	150
varcevanje-energije.si	1	150
tednik.si	1	150
slovenskenovice.com	1	150
posavskiobzornik.si	1	150
slo-link.si	1	150
RA Štajerski val, Šmarje pri Jelšah	2	140
terme-maribor.si	1	137
Reporter	1	124
Vestnik, Murska Sobota	2	117
koroskiradio.si	1	90
ovinu.si	3	90
MEDIJ (nadaljevanje)	N	AVE
Dolenjski list	1	73
Lipov list	1	72
RA Maxi	2	69
Avenija	1	62
Posavski obzornik	2	62
demokracija.si	1	60
radio1.si	1	50
polet.si	1	50
regionalobala.si	1	50
mlad.si	1	50
Prepih, Gornja Radgona	1	50
RA Antena	2	46
Stop	1	45
lokalno.si	2	45
RA Ptuj	1	41
mzip.gov.si	1	40
e-koroska.si	3	30
stajerskagz.si	1	30
Primorski dnevnik	1	27
finance.si	1	25
med.over.net	1	25
pozitivke.net	1	25
dolenjskilist.si	1	25

MEDIJ	N	AVE
eposavje.com	1	25
viva.si	1	25
kamnik.si	1	25
Novi tednik, Celje	1	23
regionalgoriska.com	1	15
radiomars.si	1	15
luksuz.net	1	15
izvozniki.si	1	8
slo-zeleznice.si	1	8
nova24tv.si	1	8
travel.over.net	1	8
nadlani.si	1	8
revijaavenija.si	1	8
radiocity.si	1	8
ansat-tv.si	1	8
etv.elektroprom.si	1	8
avtokampi.si	1	8
SKUPAJ	1.293	1.075.869

* Ocenjena oglaševalska vrednost (AVE – Advertising Value Equivalent). Informativni izračun denarne vrednosti medijske objave, kot da bi bil na enaki površini ali v enaki dolžini novinarskega prispevka objavljen oglas. Pri izračunu ocenjene oglaševalske vrednosti AVE upoštevamo neto površino in trajanje objav. Predpostavlja se, da ima oglas na enaki površini enak učinek na bralca kot uredniška objava in se ne upošteva razlike med kredibilnostjo novinarskih objav in kredibilnostjo oglasov. Izračun je narejen je na podlagi povprečne cene oglaševalskega prostora na redakcijskih straneh, cene za minuto oglaševalskega časa pred informativnimi oddajami oz PR vrednosti članka na internetnih portalih. Upoštevan je cenik za leto 2017, cene ne vsebujejo DDV in so brez popustov.

5. METODOLOGIJA

V obdobju od *15. 5. do 31. 12. 2017* smo v slovenskih medijih zasledili **1293** objav z gesli, povezanimi z ***Zavodom za turizem Maribor – Pohorje***. Osnova za izdelavo analize je ocena vsake objave po sledečih kriterijih: tematika, proaktivno / spontano, oglaševalska vrednost. Če se katera izmed tako dobljenih dimenzij ali povezave med njimi po subjektivni oceni analitika izkaže za pomembno, je to vključeno v komentar ali grafične prikaze. Poudarek raziskave je na vsebini, ki je dodatno podprta s kvantitativnimi podatki.

TEMATSKA STRUKTURA

Upoštevali smo vnaprej posredovane in poimenovane tematske sklope s strani naročnika.

PROAKTIVNO / SPONTANO

Določanje proaktivne publicitete temelji na analizi virov vsebine v objavah ter izkušnjah analitikov z določanjem proaktivnosti medijskih objav za korporativne naročnike.

OGLAŠEVALSKA VREDNOST OBJAVE (AVE – ADVERTISING VALUE EQUIVALENT).

Izračun denarne vrednosti medijske objave, kot da bi bil na enaki površini ali v enaki dolžini novinarskega prispevka objavljen oglas. Pri izračunu upoštevamo neto površino in trajanje objav. Predpostavlja se, da ima oglas na enaki površini enak učinek na bralca kot uredniška objava in se ne upošteva razlike med kredibilnostjo novinarskih objav in kredibilnostjo oglasov. Izračun je informativne narave, narejen je na podlagi povprečne cene oglaševalskega prostora na redakcijskih straneh, cene za minuto oglaševalskega časa pred informativnimi oddajami ali PR vrednosti članka na internetnih portalih. Upoštevan je cenik za leto 2017, cene ne vsebujejo DDV in so brez popustov.

Priloga 5: Letno poročilo Kainoto

Zavod za turizem Maribor - Pohorje

Pregled aktivnosti v letu 2017 in predlogi za leto 2018

Maribor | 9. 2. 2018

Pregled dela

Oblikovanje

- oglas za almanah Boršnikovega srečanja
- oglas za policijsko pobarvanko
- priprava predloge za emaile
- banner za Jesensko romanco

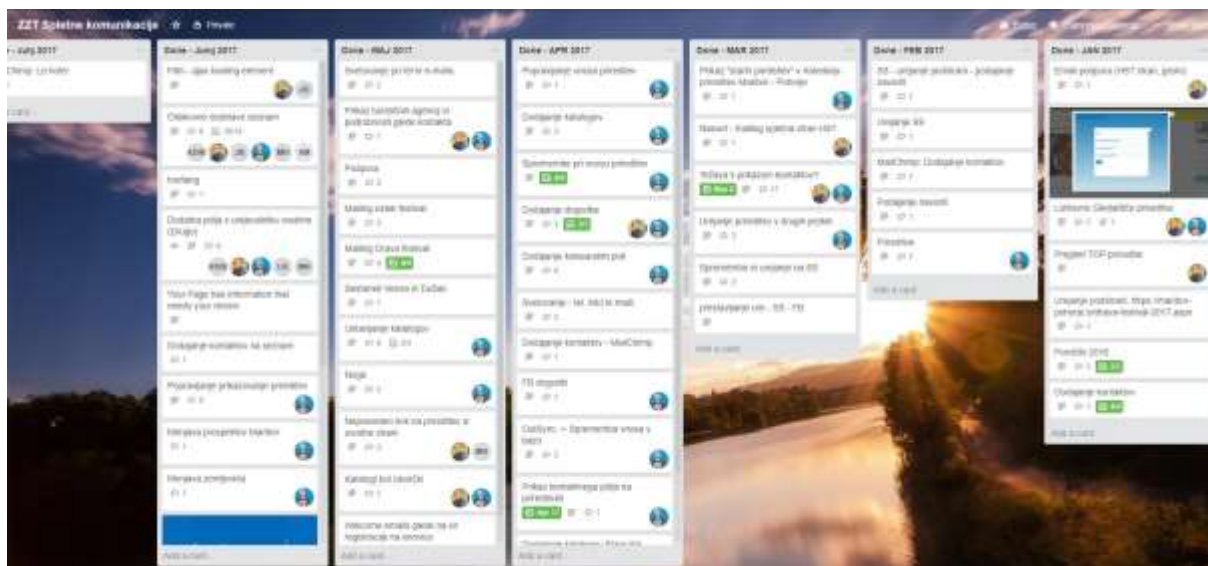
Tehnična pomoč in svetovanje

Tekom leta je bila Zavodu za turizem Maribor - Pohorje na voljo **tehnična pomoč glede delovanja in urejanja spletne strani** (npr. reševanje težav pri dodajanju, shranjevanju ali prikazovanju podstrani in fotografij) ter **svetovanje glede sprotnega dela, oglaševalskih akcij**, ipd.

V kontekstu te podpore je zagotovljena **2-urna odzivnost** in **takojšnje reševanje morebitnih zaznanih težav**.

Prav tako je bilo v okviru tehnične pomoči in svetovanja izvedenih veliko drugih posvetovanj, ki niso neposredno povezana s spletno stranjo (ureditve domen, vprašanja uporabe različnih marketinških orodij,...).

V povprečju je **mesečno izvedenih 10-20 manjših ali večjih posredovanj** v obliki tehnične podpore in svetovanja.



Spletno gostovanje in vzdrževanje

Velik del aktivnosti predstavlja **sprotno delo na gostovanju in vzdrževanju spletne strani**. Ta trenutno zajema:

- delovanje v zanesljivem strežniškem okolju z visoko hitrostjo delovanja in varnostjo
- 40GB prostora
- vzdrževanje in backup baz ter vsebin
- vzdrževanje verzij programske kode
- sprotne posodobitve programske kode spletne strani:
 - posodobitve servisa za prireditve
 - posodobitve administracijskega vmesnika
 - druge posodobitve sistema za hitrejšo delovanje
- preusmeritve različnih domen na različne podstrani maribor-pohorje.si

Nove podstrani

V letu 2017 je bilo skupaj, v vseh jezikovnih različicah spletne strani maribor-pohorje.si, **na novo ustvarjenih 276 vsebin**. Vsebin, ki so nastale pred letom 2017 in so bile v tem letu posodobljene je bilo **899**.

Drugo delo na spletni strani

- Menjava logotipa Stare trte na spletni strani www.maribor-pohorje.si.
- Priprava kitajske verzije spletne strani.
- Priprava landing page-a za Romanco v Mariboru in znotraj tega za Jesensko romanco (oboje v slovenskem in nemškem jeziku).
- Priprava landing page-a za martinovanje 2017 (v slovenskem in nemškem jeziku).

Spletno oglaševanje

Spletno oglaševanje Zavoda za turizem Maribor - Pohorje, ki je potekalo jeseni 2017 (od 27.9.2017 do 11.11.2017), je zajemalo oglaševalske kampanje za ponudbo **Jesenska romanca v Mariboru**, za **Martinovanje v Mariboru 2017** ter za **Vinske duele v Hiši Stare trte**.

Oglaševanje se je izvajalo na **Facebooku** in **AdWords** v slovenskem in nemškem jeziku (odvisno od posamezne kampanje).

Po končanem oglaševanju je bilo pripravljeno poročilo o poteku in rezultatih posameznih kampanj.

MailChimp

Prijave na e-novice

V bazo kontaktov v MailChimpu so bili tekom leta sproti **dodajani in urejani novi kontakti**. V spodnji tabeli je prikaz statističnih podatkov glede **prijav na e-novice po mesecih za leto 2017**. Združeni so podatki za sezname kontaktov v vseh obstoječih jezikovnih seznamih (slovenski, angleški, nemški, hrvaški, srbski, italijanski in madžarski).

Število prijav na e-novice v letu 2017												
	jan	feb	mar	apr	maj	jun	jul	avg	sep	okt	nov	dec
ročno vnešeni	14	1	/	1	0	32	80	0	0	4	34	215
prijave preko spleta	4	2	/	3	4	7	3	4	5	3	5	6
Skupaj	18	3	0	4	4	39	83	4	5	7	39	221

CRM

Pri ročnem vnašanju kontaktov so bile posameznim kontaktom vedno dodane primerne oznake, v kolikor so bili podatki na voljo (npr. interesi, področje dela, stroka, ipd.). Na tak način se **sistematično ureja baza kontaktov, kar omogoča segmentacijo kontaktov** pri pošiljanju mailingov. V letu 2018 se bo nadaljevalo izvajanje postopnega urejanja kontaktov v smiselne kategorije.

Pošiljanje mailingov

V letu 2017 je bilo **oblikovanih in poslanih 19 mailingov**. V spodnji tabeli je pregled poslanih mailingov in statistika odpiranj ter klikov.

Datum	Vsebina	Naslov	Število uspešno dostavljenih mailov	Število odpiranj	Število klikov
8.5.2017	Drava festival (SLO)	Drava Festival 2017: Kako se bo odrezal Dejan Zavec?	1.618 (98,1%)	552 (34,1%)	158 (9,8%)
22.5.2017	Ezi ek festival (SLO)	Preživite prav poseben konec tedna v Mariboru!	1.614 (98,7%)	604 (37,4%)	193 (12,0%)
23.6.2017	Festival Lent (SLO)	Danes se prične FESTIVAL LENT! Poiščite najboljši vinski kotiček!	1.649 (99,0%)	494 (30,0%)	26 (1,6%)
27.7.2017	Le Hotel - musical (SLO)	Doživetje poletnega Maribora, ki ga ne gre zamuditi!	1.684 (98,4%)	549 (32,6%)	119 (7,1%)
28.8.2017	Street Food Market, SOS in parada klobukov (SLO)	Ta vikend se bo dogajanje v Mariboru preselilo na ulice!	1.680 (98,9%)	543 (32,3%)	160 (9,5%)
27.9.2017	Festival Stare trte (SLO)	Doživite Maribor v času Festivala Stare trte 2017!	1.676 (98,7%)	534 (31,9%)	141 (8,4%)
27.9.2017	Festival Stare trte (ANG)	Celebration of the world`s oldest vine in Maribor, Slovenia	2.636 (93,8%)	531 (20,1%)	45 (1,7%)
27.9.2017	Festival Stare trte (DE)	Das Fest der ältesten Weinrebe der Welt in Maribor, Slowenien	3.298 (93,6%)	767 (23,3%)	201 (6,1%)
10.11.2017	Martinovanje (SLO)	Jutri vabljeni v Maribor na največje martinovanje v Sloveniji!	1.673 (98,8%)	441 (26,4%)	66 (3,9%)
23.11.2017	Čarobni december v Mariboru (SLO)	Jutri se v Mariboru prižgejo praznične lučke	1.669 (98,8%)	491 (29,4%)	170 (10,2%)
1.12.2017	Čarobni december v Mariboru (ANG)	Festive December in Maribor, Slovenia	2.621 (94,3%)	459 (17,5%)	50 (1,9%)
1.12.2017	Čarobni december v Mariboru (DE)	Zauberhafter Dezember in Maribor, Slowenien	3.247 (95,9%)	694 (21,4%)	189 (5,8%)
22.12.2017	Voščilnica za leto 2018 (SLO)	Vse dobro v letu 2018!	1.751 (98,4%)	508 (29%)	21 (1,2%)
22.12.2017	Voščilnica za leto 2018 (DE)	Alles Gute für das Jahr 2018!	3.206 (97,2%)	650 (20,3%)	36 (1,1%)
22.12.2017	Voščilnica za leto 2018 (ANG)	All the best in 2018!	2.677 (95,8%)	511 (19,1%)	15 (0,6%)
22.12.2017	Voščilnica za leto 2018 (ANG za IT seznam)	All the best in 2018!	1.838 (91,3%)	405 (22%)	9 (0,5%)

Datum	Vsebina	Naslov	Število uspešno dostavljenih mailov	Število odpiranj	Število klikov
22.12.2017	Voščilnica za leto 2018 (ANG za HR seznam)	All the best in 2018!	486 (89,2%)	101 (20,8%)	5 (1%)
22.12.2017	Voščilnica za leto 2018 (ANG za SRB seznam)	All the best in 2018!	272 (89,8%)	53 (19,5%)	1 (0,4%)
22.12.2017	Voščilnica za leto 2018 (ANG za MADŽ. seznam)	All the best in 2018!	288 (90%)	75 (26%)	1 (0,3%)

Analitično stanje

Obiskanost spletne strani



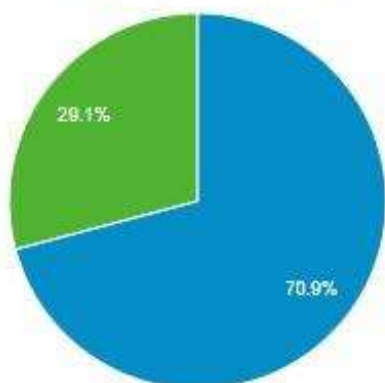
V obdobju od 1. januarja 2017 do 31. decembra 2017 je bilo zabeleženih **46,64%** več sej na spletni strani maribor-pohorje.si, kot v istem obdobju eno leto prej, torej od 1. januarja 2016 do 31. decembra 2016. V letu 2017 je bilo tako zabeleženih 482.080 sej, medtem ko jih je bilo v letu 2016 328.761. Število strani, ogledanih v letu 2017, se je povečalo za **38,49%** (1.246.340 v letu 2017). Prav tako se je za **1,02%** podaljšal čas, ki ga uporabniki preživijo na posamezni strani (iz 1,13 minute v letu 2016 na 1,14 minute v letu 2017).

Število uporabnikov, ki so v letu 2017 obiskali spletno stran, se je v primerjavi z letom 2016 povečalo za **33,64%**. V letu 2017 je tako spletno stran obiskalo **248.206 obiskovalcev**, kar je

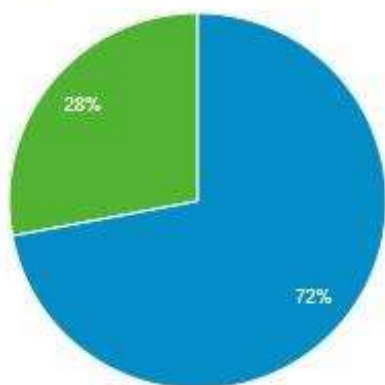
v povprečju **680 obiskovalcev na dan**. Prav tako se je povečalo število novih uporabnikov in sicer **35,92%** več kot leto prej.

■ New Visitor ■ Returning Visitor

Jan 1, 2017 - Dec 31, 2017



Jan 1, 2016 - Dec 31, 2016

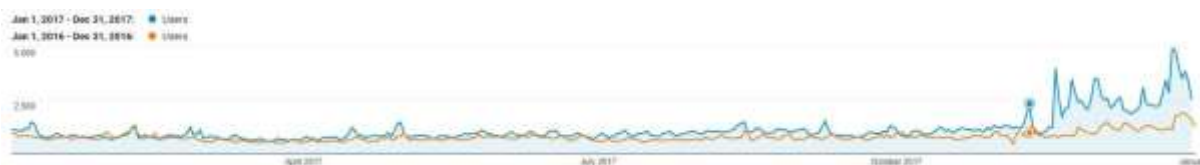


Bounce Rate se je povečal za **2,42%**, kar pomeni, da se je rahlo povečalo število obiskovalcev, ki stran zapustijo takoj, ko na njej pristanejo.

Za **5,55%** se je zmanjšalo število strani, ki si jih obiskovalci ogledajo znotraj ene seje. V povprečju so si obiskovalci v letu 2017 znotraj ene seje ogledali 2,59 strani. Povprečen čas posamezne seje se je v primerjavi z letom 2016 skrajšal za **10,79%**. Podatka nista nujno negativna, saj lahko to pomeni, da obiskovalci takoj najdejo tisto, kar iščejo oz. jih zanima.

V primerjavi z letom 2016, se je v letu 2017 za **1,1% zmanjšalo število novih obiskovalcev** spletne strani. V letu 2017 je bilo tako 70,9% novih obiskovalcev in 29,1% takih, ki so spletno stran že obiskali.

Najvišja obiskanost spletne strani je bila tako v letu 2016, kot v letu 2017 v mesecu **novembru in decembru**.



Analiza uporabe

Cohort analiza od septembra do novembra

Uporabniki, ki so prišli na stran preko oglasov v septembru (jesenska romanca?), so v 47% in 57% odstotkih ponovno obiskali stran v naslednjih mesecih. To kaže na zelo dobro zasnovo akcije Jesenska romanca, kjer smo natančno ciljali potencialno skupino in pripravili ustrezno pristajalno stran.

	Month 0	Month 1	Month 2	Month 3
A maribor-pohorje.si NONSPAMMERS 68,804 users	100.00%	11.40%	6.42%	4.32%
Sep 1, 2017 - Sep 30, 2017 17,736 users	100.00%	8.76%	7.71%	4.32%
Oct 1, 2017 - Oct 31, 2017 20,256 users	100.00%	11.04%	5.29%	
Nov 1, 2017 - Nov 30, 2017 30,812 users	100.00%	13.16%		
Organic Traffic 31,902 users	92.41%	18.26%	10.59%	6.91%
Sep 1, 2017 - Sep 30, 2017 9,215 users	91.88%	13.94%	12.01%	6.91%
Oct 1, 2017 - Oct 31, 2017 9,608 users	91.72%	17.68%	9.23%	
Nov 1, 2017 - Nov 30, 2017 13,079 users	93.29%	21.72%		
Paid Traffic 2,297 users	90.60%	8.88%	6.48%	5.26%
Sep 1, 2017 - Sep 30, 2017 133 users	2.26%	47.37%	57.89%	5.26%
Oct 1, 2017 - Oct 31, 2017 1,194 users	92.80%	10.64%	0.75%	
Nov 1, 2017 - Nov 30, 2017 970 users	100.00%	1.44%		

Cohort analiza od novembra do januarja

20% vseh uporabnikov, ki so prišli na spletno stran v mesecu novembru, se je decembra vrnilo na spletno stran, medtem ko se ta odstotek občutno zmanjša v januarju. Razlog je lahko že v samih vsebinah spletne strani. V decembru je bilo veliko objav o koncertih, silvestrovanju, ipd, kar je ljudi zanimalo in so se zato vračali na stran.

	Month 0	Month 1	Month 2	Month 3
All Users 87,064 users	100.00%	11.08%	3.40%	1.62%
Nov 1, 2017 - Nov 30, 2017 30,961 users	100.00%	20.00%	5.36%	1.62%
Dec 1, 2017 - Dec 31, 2017 38,047 users	100.00%	7.61%	1.82%	
Jan 1, 2018 - Jan 31, 2018 18,056 users	100.00%	3.10%		
Organic Traffic 40,937 users	92.84%	18.27%	6.21%	2.94%
Nov 1, 2017 - Nov 30, 2017 13,991 users	86.27%	32.76%	10.22%	2.94%
Dec 1, 2017 - Dec 31, 2017 18,564 users	95.37%	13.12%	3.19%	
Jan 1, 2018 - Jan 31, 2018 6,382 users	98.20%	5.46%		
Paid Traffic 57,073 users	1.70%	0.04%	0.02%	0.10%
Nov 1, 2017 - Nov 30, 2017 970 users	100.00%	2.58%	0.82%	0.10%
Dec 1, 2017 - Dec 31, 2017 38,047 users	0.00%	0.00%	0.00%	
Jan 1, 2018 - Jan 31, 2018 18,056 users	0.00%	0.00%		

Geografska analiza

Na spodnji sliki je prikaz statistike obiskovalcev spletne strani maribor-pohorje.si v letu 2017 po državah. **76,84% vseh obiskovalcev prihaja iz Slovenije**, na drugem mestu so obiskovalci iz **Avstrije (7,14%)**, na tretjem mestu pa obiskovalci iz **Nemčije (3,36%)**.

Country ?	Acquisition		
	Users ? ↓	New Users ?	Sessions ?
	246,654 % of Total: 100.00% (246,654)	239,576 % of Total: 100.05% (239,454)	481,283 % of Total: 100.00% (481,283)
1. Slovenia	192,350 (76.84%)	183,654 (76.66%)	397,648 (82.62%)
2. Austria	17,868 (7.14%)	17,469 (7.29%)	26,916 (5.59%)
3. Germany	8,407 (3.36%)	8,144 (3.40%)	12,090 (2.51%)
4. Croatia	6,492 (2.59%)	6,061 (2.53%)	8,975 (1.86%)
5. Italy	2,812 (1.12%)	2,728 (1.14%)	3,907 (0.81%)
6. Hungary	2,351 (0.94%)	2,270 (0.95%)	3,509 (0.73%)
7. United Kingdom	1,917 (0.77%)	1,852 (0.77%)	2,777 (0.58%)
8. Serbia	1,351 (0.54%)	1,290 (0.54%)	1,991 (0.41%)
9. United States	1,341 (0.54%)	1,303 (0.54%)	1,772 (0.37%)
10. Switzerland	1,168 (0.47%)	1,105 (0.46%)	1,660 (0.34%)

Geografsko zaznavamo rahlo relativno rast obiskovalcev iz tujih trgov v primerjavi s slovenskimi (+4%), vendar je delež obiskovalcev iz Slovenije še vedno občutno previsok. Pri tem je znotraj Slovenije delež obiskovalcev iz Maribora relativno padel za 5% na račun obiska iz drugih lokacij, kar je seveda zelo vzpodbudno.

Skladno s tem predlagamo, da se v naslednjem letu nadgradi aktivnosti za tuje trge, predvsem v kontekstu optimizacije za iskalnike. Pri tem zaradi zelo konkurenčne panoge predlagamo, da se izbere zelo jasno in ciljno strateško odločitev za točno določen trg (recimo Avstrija, iskalce Slovenien familien urlaub ali (NE in) Slowenien romance).

Spletna stran ima že visoko uvrstitev na določene ključne besede, kot je recimo Maribor, a so to uporabniki, ki že poznajo Maribor in ga iščejo z določenim namenom. Potrebno bi bilo zagotoviti več obiska uporabnikov iz iskalnikov, ki iščejo specifične vsebine v povezavi s Slovenijo. Ti še verjetno ne poznajo točnih destinacij (raziskujejo državo) in bi jih lahko z ustrezni ponudbo prepričali.

Pozicija	Skupni Količina	Skupni Količina	Skupni Količina	Skupni Količina	Skupni Količina	Skupni Količina	Skupni Količina	Skupni Količina	Skupni Količina
1. januar decembra 2017	2.442	10	2.432	20	91.16%	95%	1.0	1.0	30
2. februar decembra 2017	632	12	1.243	13	50.64%	32.31%	1.0	1.0	30
3. priložitev v maribor 2017	168	5	168	5	75.73%	100%	1.0	1.0	30
4. januar decembra 2017	441	2	1.370	5	32%	40%	2.0	2.2	30
5. januar decembra 2017	428	0	310	0	82.52%	83.33%	1.0	1.0	30
6. januar decembra 2017	458	6	891	6	60.04%	83.33%	1.3	1.7	30
7. januar decembra 2017	379	4	2.245	18	18.88%	21%	2.3	3.9	30
8. priložitev v maribor 2017	338	5	425	5	77.1%	80%	1.0	1.0	30
9. januar decembra 2017	328	10	495	18	75.4%	30%	1.1	3.0	30
10. januar decembra 2017	269	1	382	1	70.42%	100%	1.0	1.0	30
11. januar decembra 2017	251	6	1.364	18	18.04%	33.33%	3.4	3.0	30
12. januar decembra 2017	244	-	371	-	66.77%	-	1.0	-	30
13. januar decembra 2017	242	-	494	-	48.98%	-	2.0	-	30
14. januar decembra 2017	242	7	821	13	29.48%	33.33%	1.0	1.0	30
15. januar	244	142	14.368	1.678	1.67%	2.98%	6.6	5.7	30
16. januar decembra 2017	228	6	270	6	85.18%	100%	1.0	1.0	30
17. januar decembra 2017	228	6	326	1	70.26%	60%	1.2	1.0	30

Skladno s tem bi predlagali generiranje ustrezne (strukturno visoko uvrščene) pristajalne strani in vsebin, ki se bodo tekom leta generirale na njej. Na primer **Ein unvergessliches romantisches Wochenende in Slowenien** (lahko je povezano tudi z zabavo, recimo **Najboljše zabave v Sloveniji**).

Pri oglaševanju smo recimo zaznali, da uporabniki iz tujine iščejo fraze, kot je **romantisches hotel**.

Pristajalna stran bi bila načrtno urejena še z integracijo sistema avtomatske elektronske pošte:

- Načrtujete obisk v Mariboru? Želite zanimive ponudbe prireditvev (ali drugih paketov) v času vašega obiska na elektronski naslov?
- Pridobitev emaila
- V času obiska avtomatski email s prireditvami iz sistema (in paketom nečesa zraven)

Analiza tehnologij

V letu 2017 je večina uporabnikov spletno stran maribor-pohorje.si obiskala preko **pametnega telefona (49,86% vseh obiskovalcev)**. 44,35% obiskovalcev je spletno stran obiskala preko namiznega računalnika, le 5,8% pa preko tablice. V primerjavi z letom 2016 je **uporaba pametnih telefonov narasla za 66,29%**.

Device Category ?	Acquisition		
	Users ? ↓	New Users ?	Sessions ?
	33.64%  248,206 vs 185,725	35.92%  240,342 vs 176,820	46.64%  482,080 vs 328,761
1. mobile			
Jan 1, 2017 - Dec 31, 2017	124,390 (49.86%)	120,750 (50.24%)	255,349 (52.97%)
Jan 1, 2016 - Dec 31, 2016	74,803 (40.41%)	71,760 (40.58%)	132,464 (40.29%)
% Change	66.29%	68.27%	92.77%
2. desktop			
Jan 1, 2017 - Dec 31, 2017	110,610 (44.34%)	105,511 (43.90%)	199,974 (41.48%)
Jan 1, 2016 - Dec 31, 2016	98,231 (53.06%)	93,426 (52.84%)	174,721 (53.15%)
% Change	12.60%	12.94%	14.45%
3. tablet			
Jan 1, 2017 - Dec 31, 2017	14,481 (5.80%)	14,081 (5.86%)	26,757 (5.55%)
Jan 1, 2016 - Dec 31, 2016	12,096 (6.53%)	11,634 (6.58%)	21,576 (6.56%)
% Change	19.72%	21.03%	24.01%

Analiza virov

Največji delež uporabnikov (41%) je v letu 2017 na spletno stran prišlo preko organskega iskanja v Googlu. Pri tem je zabeleženih največ obiskov na podstrani: koncerti na Trgu Leona Štuklja, iskalnik prireditev in Čarobni december v Mariboru. Vse te strani so povezane z dogodki in zabavo v Mariboru, kar očitno ljudi najbolj pritegne in zanima.

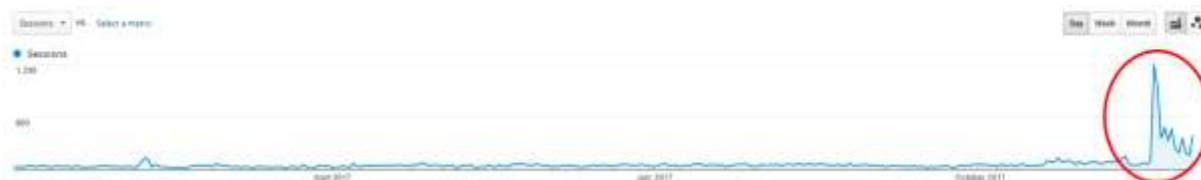
Landing Page	Acquisition			Behavior		
	Sessions	% New Sessions	New Users	Bounce Rate	Pages / Session	Avg. Session Duration
	46.04%	7.83%	34.60%	2.42%	5.67%	8.03%
	467,283 vs 325,358	49.78% vs 54.91%	329,576 vs 177,986	59.94% vs 58.52%	2.39 vs 2.74	00:01:57 vs 00:02:01
1. /koncerti-na-trgu-leona-stuklja.aspx						
Jan 1, 2017 - Dec 31, 2017	43,575 (9.36%)	29.12%	12,669 (5.38%)	86.37%	1.27	00:00:47
Jan 1, 2016 - Dec 31, 2016	0 (0.00%)	0.00%	0 (0.00%)	0.00%	0.00	00:00:00
% Change	∞%	∞%	∞%	∞%	∞%	∞%
2. /iskalniki-prireditve.aspx						
Jan 1, 2017 - Dec 31, 2017	23,482 (4.88%)	36.77%	8,634 (3.60%)	57.88%	2.38	00:02:20
Jan 1, 2016 - Dec 31, 2016	16,641 (5.09%)	42.43%	7,060 (3.97%)	73.82%	1.73	00:01:32
% Change	41.11%	-13.33%	22.29%	-21.59%	37.01%	54.52%
3. /carobni-december-v-mariboru-20170.aspx						
Jan 1, 2017 - Dec 31, 2017	14,479 (3.01%)	90.67%	4,440 (1.81%)	27.27%	2.90	00:01:42
Jan 1, 2016 - Dec 31, 2016	0 (0.00%)	0.00%	0 (0.00%)	0.00%	0.00	00:00:00
% Change	∞%	∞%	∞%	∞%	∞%	∞%
4. /priporocamo.aspx						
Jan 1, 2017 - Dec 31, 2017	14,400 (2.99%)	39.56%	5,697 (2.38%)	31.79%	6.14	00:05:10
Jan 1, 2016 - Dec 31, 2016	17,423 (5.29%)	37.36%	8,510 (3.66%)	29.66%	5.53	00:05:42
% Change	-17.35%	5.88%	-12.49%	7.20%	10.99%	-7.57%
5. /blog/srci-med-vinogradi.aspx						
Jan 1, 2017 - Dec 31, 2017	6,974 (1.45%)	56.51%	3,941 (1.64%)	65.62%	1.79	00:01:11
Jan 1, 2016 - Dec 31, 2016	3,791 (1.16%)	58.45%	2,216 (1.25%)	67.69%	1.77	00:01:22

Zanimivo je, da je visok delež (31%) prav tako neposrednih obiskovalcev, ki obišejo podobne strani.

Kot posebnost se kaže izredno visok obisk objave čarobnega decembra 2017 iz različnih neposrednih virov in družabnih omrežij:

Source		Landing Page	Acquisition			Behavior		
			Sessions	% New Sessions	New Users	Bounce Rate	Pages / Session	Avg. Session Duration
A maribor-pohorje.si NONSPAMMERS			2,485 % of Total: 25.87% (3,622)	46.76% Avg for View: 86.28% (15.71%)	1,162 % of Total: 26.79% (5,388)	72.84% Avg for View: 67.59% (7.76%)	1.85 Avg for View: 2.28 (18.89%)	00:00:53 Avg for View: 00:01:34 (57.23%)
1.	maribor24.si	/carolni-december-v-mariboru-2016/carolni-december-na-trgu-leona-stuklja.aspx?AvoidRedirect=true	715 (28.77%)	44.62%	319 (27.43%)	77.20%	1.56	00:00:41
2.	m.facebook.com	/carolni-december-v-mariboru-2016/carolni-december-na-trgu-leona-stuklja.aspx?AvoidRedirect=true	677 (27.24%)	54.65%	370 (31.84%)	71.64%	1.62	00:00:37
3.	mariborfo.com	/carolni-december-v-mariboru-2016/carolni-december-na-trgu-leona-stuklja.aspx?AvoidRedirect=true	293 (11.79%)	55.29%	162 (13.94%)	73.04%	1.81	00:00:40
4.	facebook.com	/carolni-december-v-mariboru-2016/carolni-december-na-trgu-leona-stuklja.aspx?AvoidRedirect=true	255 (10.26%)	49.80%	127 (10.91%)	72.16%	1.81	00:01:27
5.	m.facebook.com	/carolni-december-v-mariboru-2017/carolni-december-na-trgu-leona-stuklja.aspx	73 (2.94%)	28.77%	21 (1.81%)	89.04%	1.25	00:00:40
6.	m.facebook.com	/carolni-december-v-mariboru-2016/carolni-december-na-trgu-leona-stuklja.aspx	65 (2.62%)	40.00%	26 (2.24%)	70.77%	1.58	00:00:33
7.	l.facebook.com	/carolni-december-v-mariboru-2016/carolni-december-na-trgu-leona-stuklja.aspx?AvoidRedirect=true	61 (2.45%)	49.18%	30 (2.58%)	70.49%	1.90	00:00:26
8.	facebook.com	/carolni-december-v-mariboru-2017/carolni-december-na-trgu-leona-stuklja.aspx	30 (1.21%)	33.33%	10 (0.86%)	90.00%	1.30	00:00:20
9.	lm.facebook.com	/carolni-december-v-mariboru-2016/carolni-december-na-trgu-leona-stuklja.aspx?AvoidRedirect=true	30 (1.21%)	70.00%	21 (1.81%)	90.00%	1.20	00:00:22
10.	maribor24.si	/carolni-december-v-mariboru-2017/carolni-december-na-trgu-leona-stuklja.aspx	19 (0.76%)	42.11%	8 (0.68%)	94.74%	1.16	00:00:05

Izredno zanimanje lahko vidimo na spodnjem mail grafu, kjer je vidna primerjava teh virov skozi leto in nagla rast v trenutku te objave:



Zanimivo pojasnilo tega lahko zasledimo v analizi oglaševalskih virov po ključnih besedah (preko katerih ključnih besed in povezanih oglasov so uporabniki prišli na spletno stran):

Keyword	Acquisition				Behavior	
	Clicks	Cost	CPC	Sessions	Bounce Rate	Pages / Session
A maribor-pohorje.si NONSPAMMERS	0 % of Total: 0.00% (0)	€0.00 % of Total: 0.00% (€0.00)	€0.00 Avg for View: €0.00 (€0.00)	3,313 % of Total: 5.97% (279,941)	74.83% Avg for View: 68.95% (28.91%)	1.76 Avg for View: 2.72 (35.42%)
1. koncerti	0 (0.00%)	€0.00 (0.00%)	€0.00	605 (18.26%)	84.46%	1.38
2. martinovanje v mariboru	0 (0.00%)	€0.00 (0.00%)	€0.00	575 (17.36%)	58.61%	2.31
3. martinovanje 2017	0 (0.00%)	€0.00 (0.00%)	€0.00	466 (14.07%)	74.25%	1.76
4. martinovanje	0 (0.00%)	€0.00 (0.00%)	€0.00	458 (13.82%)	75.55%	1.73
5. prireditve v mariboru	0 (0.00%)	€0.00 (0.00%)	€0.00	127 (3.83%)	63.78%	2.17
6. kam na izlet	0 (0.00%)	€0.00 (0.00%)	€0.00	109 (3.26%)	91.74%	1.17
7. dogodki	0 (0.00%)	€0.00 (0.00%)	€0.00	105 (3.17%)	79.05%	1.81
8. prireditve	0 (0.00%)	€0.00 (0.00%)	€0.00	91 (2.76%)	81.32%	1.51
9. dogodki v mariboru	0 (0.00%)	€0.00 (0.00%)	€0.00	86 (2.60%)	54.65%	2.72
10. koncert	0 (0.00%)	€0.00 (0.00%)	€0.00	82 (2.48%)	78.05%	1.39

Kot lahko vidimo, je največ sej ustvarjenih preko ključne besede koncerti, sledijo večinoma ključne besede povezane s prireditvami in dogodki. Program čarobnega decembra je letos bil zelo skoncentriran na komuniciranje koncertov in zabave.

To vidimo skozi nekaj preteklih aktivnosti kot eno ključnih priložnosti turizma v mestu, saj omogoča dobro konkurenčno pozicijo v primerjavi z drugimi večjimi okoliškimi mesti, ki temeljijo na ponujanju arhitekturno-kulturnih in zgodovinskih vidikov.

Analiza vsebin

Pri analizi vsebin se kaže, da je na strani kar nekaj obiskovalcev iz zelo specifičnih brskalnikov, ki imajo visok delež odbitkov (bounce rate). Zato predlagamo podrobno analizo teh primerov in popravke spletne strani, da bodo v teh brskalnikih bolje prikazane.

Analiza vsebin kaže visoko uspešnost iskalnika prireditve, saj je najbolj obiskana stran portala. Prav tako generira veliko obiska iz iskalnikov na razne fraze ter ključne besede (dogodki maribor,...).

Glede na uspešnost iskalnika prireditve predlagamo, da se vanj implementira naročanje na e-novice z avtomatizacijo:

- **Naroči se na e-novice o prireditvah**
 - Tip prireditve
 - Pogostost informiranja
- **E-novice o prireditvah** skupaj z dodatno ponudbo (pred prihodom na koncert X se oglasi v HST na degustaciji)

Landing Page	Source / Medium	Acquisition			Behavior		
		Sessions	% New Sessions	New Users	Bounce Rate	Pages / Session	Avg. Session Duration
		46.33%	7.30%	35.70%	2.30%	5.55%	10.79%
		485,827 vs 551,452	49.86% vs 53.78%	342,361 vs 176,597	39.87% vs 58.52%	2.55 vs 2.74	00:01:57 vs 00:02:11
1. /koncerti-na-trgu-leona-stukija.asp	google / organic						
Jan 1, 2017 - Dec 31, 2017		26,688 (5.50%)	13.76%	3,673 (1.52%)	85.91%	1.25	00:00:50
Jan 1, 2016 - Dec 31, 2016		0 (0.00%)	0.00%	0 (0.00%)	0.00%	0.00	00:00:00
% Change		∞%	∞%	∞%	∞%	∞%	∞%
2. /iskalniki-prireditve.aspx	google / organic						
Jan 1, 2017 - Dec 31, 2017		14,929 (3.08%)	23.44%	3,499 (1.44%)	54.83%	2.48	00:02:34
Jan 1, 2016 - Dec 31, 2016		10,499 (3.17%)	28.07%	2,947 (1.65%)	71.84%	1.77	00:01:42
% Change		42.19%	-16.50%	18.73%	-23.69%	40.03%	51.83%
3. /koncerti-na-trgu-leona-stukija.asp	(direct) / (none)						
Jan 1, 2017 - Dec 31, 2017		13,410 (2.76%)	61.01%	8,302 (3.43%)	86.47%	1.26	00:00:40
Jan 1, 2016 - Dec 31, 2016		0 (0.00%)	0.00%	0 (0.00%)	0.00%	0.00	00:00:00
% Change		∞%	∞%	∞%	∞%	∞%	∞%
4. /carobni-december-v-mariboru-2017.aspx	google / organic						
Jan 1, 2017 - Dec 31, 2017		9,552 (1.97%)	16.12%	1,540 (0.64%)	23.87%	2.95	00:01:51
Jan 1, 2016 - Dec 31, 2016		0 (0.00%)	0.00%	0 (0.00%)	0.00%	0.00	00:00:00
% Change		∞%	∞%	∞%	∞%	∞%	∞%
5. /iskalniki-prireditve.aspx	(direct) / (none)						
Jan 1, 2017 - Dec 31, 2017		6,535 (1.38%)	72.76%	4,755 (1.96%)	62.59%	2.17	00:01:45
Jan 1, 2016 - Dec 31, 2016		5,320 (1.61%)	74.57%	3,967 (2.22%)	77.78%	1.63	00:01:09
% Change		22.84%	-2.42%	19.86%	-19.52%	33.17%	51.93%

Načrti in predlogi za leto 2018

Nadgradnje spletne strani

Prilagoditve Google analitike in politike uporabe piškotkov

V zadnjih 2 letih je Google veliko spremenil na področju analitičnih orodij in skript, ki se za te namene uporabljajo. Prav tako so se spremenili načini integracije piškotkov, pridobivanja dovoljenj za spremljanje in podobno.

Skladno s tem predlagamo, da se izvede nadgradnja z naslednjimi spremembami:

- pregled in posodobitev pogojev uporabe spletne strani
- posodobitev prikazovanja dovoljenja za uporabo piškotkov na način:
 - novemu uporabniku, ki še ni dovolil namestitve piškotkov, se pojavi obvestilo, v katerem je potrjeno dovoljenje za uporabo piškotkov za Google analitiko, ni pa potrjeno dovoljenje za uporabo AdWords oziroma drugih bolj invazivnih piškotkov
 - dovoljenje se po minuti avtomatsko zmanjša, a ostane prikazano v spletni strani (desno spodaj) in ga lahko uporabnik odpre za spreminjanje dovoljenj
- integracija časovnih intervalnih dogodkov za natančnejše spremljanje časa na spletni strani (Google Analytics ne prikazuje točno deleža odbitkov, če ni dogodkov)

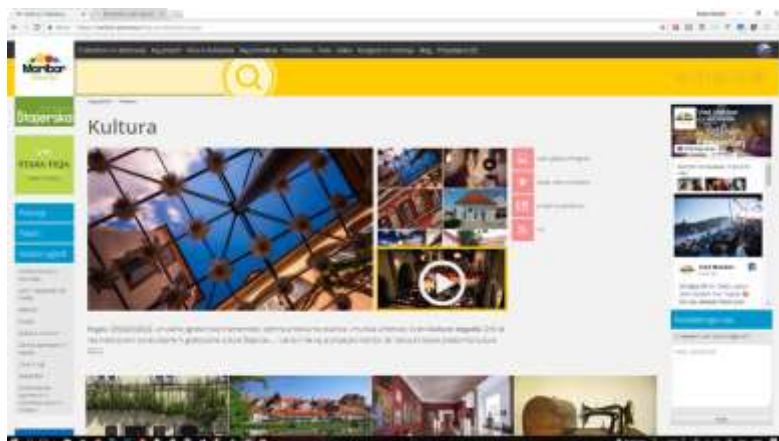
Integracija video posnetkov

V letu 2018 je v načrtu poiskati najbolj optimalno tehnično in oblikovno rešitev za **integracijo video posnetkov** Zavoda za Turizem Maribor - Pohorje v spletno stran maribor-pohorje.si **na podlagi ključnih besed**. Na podstraneh bi se avtomatsko pojavil in začel predvajati video posnetek, ki bi se vsebinsko ujemal z objavo.

Ena od možnih oblikovnih rešitev je, da se video pojavi namesto naslovne fotografije, tako kot je bilo to v primeru pristajalne strani za martinovanje 2017.



Druška možnost je integracija v galerijo, kjer zamenja 2-4 slike:

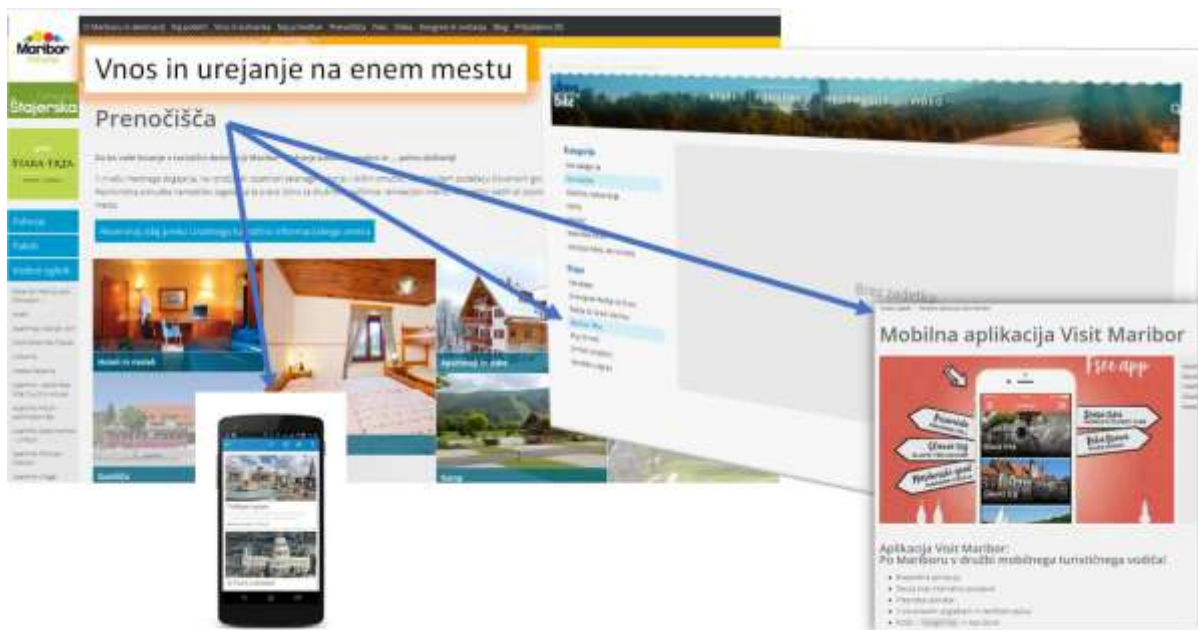


Optimizacija fotografij

“Image search” je vse bolj razširjen način brskanja po spletu. To pomeni, da uporabniki v iskalniki ne iščejo zgolj vsebin temveč jih pogosto zanimajo fotografije. Zaradi tega je **pomembno, da so fotografije na spletni strani primerno optimizirane za iskalnike.**

Trenutno veliko fotografij, ki so dodane na spletno stran www.maribor-pohorje.si, nima urejenega **naslova in meta opisa**. V prihodnjem letu bi bilo smiselno začeti sistematično urejati fotografije v fotogalerijah in poskrbeti, da bodo primerno urejene tudi vse novo dodane fotografije.

API (dostop do podatkov) za ostale spletne strani in aplikacije



Zavod za turizem Maribor Pohorje sodeluje v različnih regijskih projektih, kot je recimo Drava-bike ali drugi podobni projekti. Prav tako obstajajo različne aplikacije, ki ponujajo podobne vsebine o Mariboru (aplikacija na spletni strani, ARTOUR).

Pogosto je v teh primerih praksa, da zaposleni ali sodelavci na projektih kopirajo in lepijo iste vsebine v različne sisteme. V izogib temu predlagamo, da se pripravi dokumentacija in sistem delovanja serviranja podatkov v te rešitve preko API vtičnikov.

Tako bo naročnik lahko v prihodnje zagotavljal svoje podatke na enostavnejši način, urejanje pa bo potekalo le na enem mestu (spletni strani maribor-pohorje.si) in bodo vsebine posodobljene v vseh sistemih.

Strukturne izboljšave za SEO

Spletna stran je trenutno precej produktno orientirana in osnovna struktura ne sledi iskanjem uporabnikov. Pogosto se namreč iščejo besedne zveze, kot je recimo **družinski izlet**, nihče ne išče **Kaj početi**.

Zato bi predlagali, da se zgornji meni po jezikih bolj prilagodi iskanjem uporabnikov z izpostavitvijo nekaterih sklopov vsebin, ki sodijo v takšna iskanja.

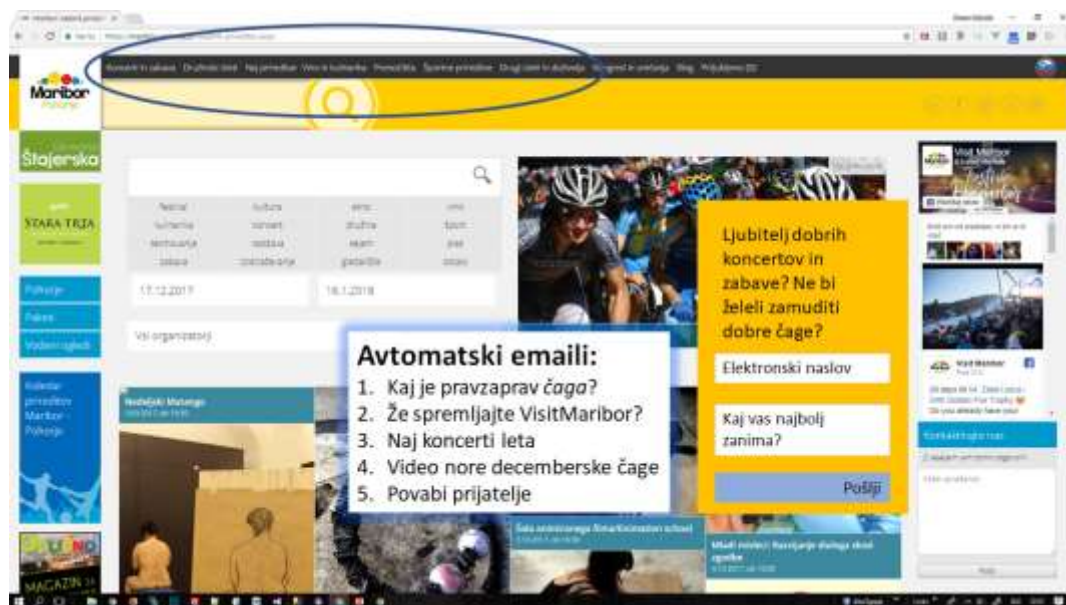
Oglaševanje paketne ponudbe

Na osnovi uspešnih akcij v letu 2017 za jesensko romanco in martinovanje predlagamo, da se v letu 2018 izvede naslednje akcije:

- Priprava paketne ponudbe za zimo (ponudniki pripravijo pakete in povezave na njihove spletne strani, na destinacijski strani se pripravi pristajalna stran s temi ponudbami, ki se jo oglašuje)
- Priprava ponudbe za pomladno in poletno romanco

Za vse te ponudbe bi nato pripravili in izvedli načrt za spletno oglaševanje (Facebook, AdWords).

SEO + avtomatizacija elektronske pošte (mailing)



Na zelo obiskani strani prireditve bi integrirali poseben obrazec za prijavo na elektronsko pošto. Po prijavi bi:

- uporabnik prejel serijo avtomatskih emailov
- uporabnika vpisali v posebno skupino prejemnikov pošte, ki jih zanimajo prireditve

Koncerti in zabava

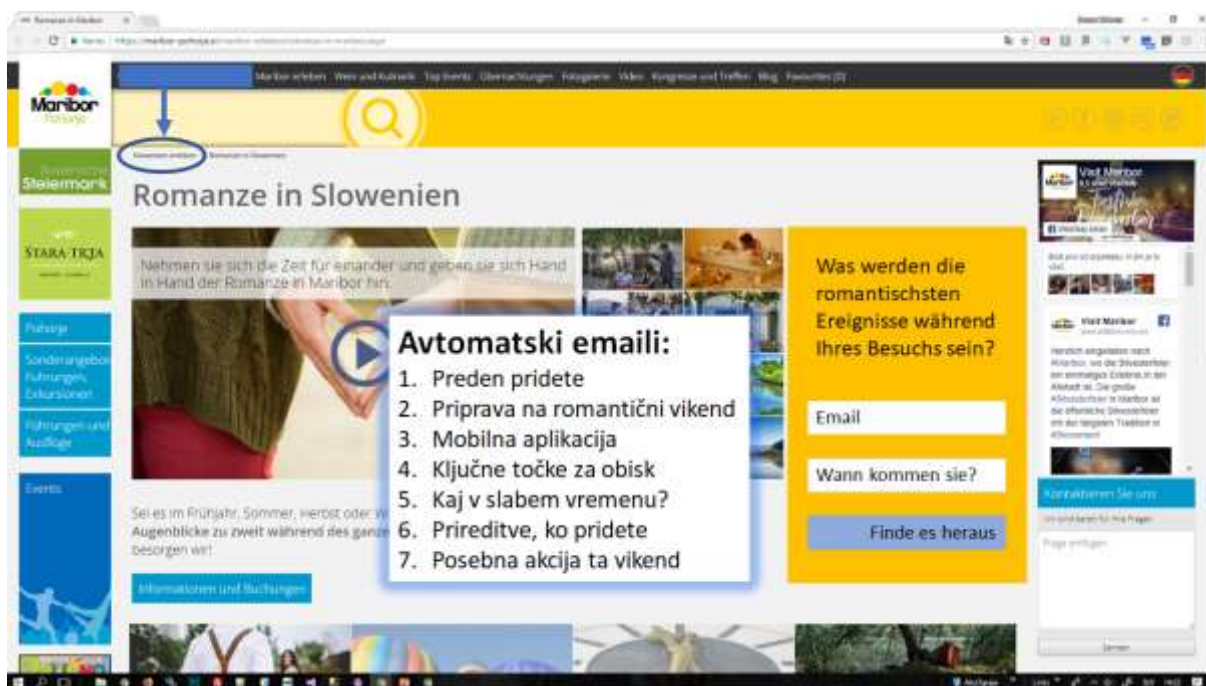
Na osnovi analize predlagamo, da se segment koncerti in zabava bistveno bolj strukturno izpostavi ter na tem segmentu začne izvajati optimizacija za iskalnike (SEO). Na podstraneh, ki bi pri tem nastajale, bi povsod integrirali zgoraj navedeni obrazec.

Osebam, ki v kratkem načrtujejo obisk Maribora (kar bi lahko ugotovili z dodatnim poljem v obrazcu ali na osnovi drugih aktivnosti po prijavi na emaile), bi na podlagi predvidenega datuma prihoda poslali posebne mailinge z **aktualnimi dogodki in/ali paketnimi ponudbami za tisto obdobje** (obisk dogodka + nekaj zraven po posebni ceni).



Romanca v Sloveniji

Na enak način kot za koncerte in zabavo v slovenskem jeziku, bi predlagali razvoj posebnega segmenta v spletni strani z nemškim jezikom na tematiko Romanze in Slowenien. Poudarek je sicer na razvoju ključne besede Slowenien, pri čemer je Romanze le najbolj izpostavljen prvi potencialni mikro-segment.



Vse ustvarjene podstrani za to optimizacijo bi vsebovale obrazec, ki bi aktiviral navedeno avtomatizacijo elektronske pošte.