



Zavod za turizem Maribor

Letno poročilo 2021

Maribor, februar 2022

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

KAZALO

I SPLOŠNI DEL	3
2 PREDSTAVITEV ORGANOV ZAVODA	4
3 ORGANIZACIJA ZAVODA	4
4 FINANCIRANJE ZAVODA	5
5 DELOVANJE ZAVODA	5
6 REALIZACIJA KADROVSKEGA NAČRTA	6
II POSEBNI DEL	7
1 LETNI CILJI IN OCENA DOSEGANJA LETNIH CILJEV	7
1.1 OCENE DOSEGANJA LETNIH CILJEV	7
1.2 STATISTIKA NOČITEV IN PRIHODOV GOSTOV	8
2 KLJUČNI DOSEŽKI IN AKTIVNOSTI PO PROGRAMIH	10
2.1 TRŽNO KOMUNICIRANJE	10
2.1.1 ODNOSI Z JAVNOSTMI	10
2.1.2 SPLETNA STRAN VISITMARIBOR.SI	12
2.1.3 DRUŽBENA OMREŽJA VISIT MARIBOR	19
2.1.4 SPLETNA STRAN STARATRTA.SI	21
2.1.5 DRUŽBENA OMREŽJA STARE TRTE	23
2.1.6 PREDSTAVITVE	25
2.2 PROMOCIJSKI PROJEKTI	28
2.2.1 TURISTIČNI BONI	28
2.2.2 UEFA U-21	30
2.2.3 ŠPORTNE PRIREDITVE IN AKTIVNOSTI NA PROSTEM	30
2.2.4 DIGITALNE KAMPANJE	31
2.3 HIŠA STARE TRTE	37
2.3.1 HIŠA STARE TRTE	37
2.3.2 RAZŠIRITEV PONUDBE HIŠE STARE TRTE	41
2.3.3 DIGITALIZIRANO DOŽIVETJE Z VR OČALI V HIŠI STARE TRTE	41
2.3.4 DOGODKI HIŠE STARE TRTE	42
2.3.5 SODELOVANJE Z MUZEJEM NAJSTAREJŠE TRTE	44
2.4 PRIREDITVE V ORGANIZACIJI ZAVODA ZA TURIZEM MARIBOR	44
2.4.1 ČAROBNI MARIBOR 2021	44
2.4.2 REZ STARE TRTE	46
2.4.3 POSTAVITEV KLOPOTCA	47
2.4.4 FESTIVAL STARE TRTE	47
2.4.5 MUZIKA NA BOLFENKU	49
2.4.6 DAN MARIBORA	49
2.5 UPRAVLJANJE TURISTIČNIH PRODUKTOV	50
2.5.1 RAZVOJ NOVEGA BUTIČNEGA GASTRONOMSKEGA DOŽIVETJA	50
2.5.2 RAZVOJ ZNAMKE »NAŠE NAJBOLJŠE«	51
2.5.3 PROJEKT »PRIBLIŽATI MARIBOR OSEBAM S POSEBNIMI POTREBAMI«	52
2.5.4 RAZVOJ PRODUKTA »THE SLOVENIA GREEN WINE ROUTE«	53
2.5.5 IZOBRAŽEVANJE ZA TURISTIČNO GOSPODARSTVO	53
2.5.6 POSLOVNI TURIZEM	55
2.5.7 RAZVOJ ZELENE DESTINACIJE	57



Zavod za turizem Maribor
Tkalski prehod 4, 2000 Maribor

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

2.6	TIC MARIBOR	58
2.6.1	TIC MARIBOR	58
2.6.2	INOVATIVNA VODENJA	63
2.7	OBČINSKA TURISTIČNA ZVEZA (OTZ) MARIBOR	64
2.7.1	POROČILO O DELU OTZ MARIBOR	64
3	PROJEKTI	69
3.1	RAZPIS STO ZA PROMOCIJO PONUDBE ZA VODILNE DESTINACIJE	69
3.2	RAZPIS MGRT ZA DIGITALNO INOVIRANJE KULTURNE DEDIŠČINE	69
3.3	EVROPSKA GASTRONOMSKA REGIJA	70
4	PROGRAM VLAGANJ	71
4.1	TURISTIČNA INFRASTRUKTURA	71

I SPLOŠNI DEL

1 PRAVNE PODLAGE ZA USTANOVITEV IN DELOVANJE

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

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

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

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

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

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

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

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

Delovanje in obstoj zavoda ter nadaljnji razvoj turizma na območju temelji na predpostavkah, empiričnih izsledkih in strateških usmeritvah, ki so bile izvedene ob različnih aktivnostih in na različnih nivojih v obdobju od leta 2000 do 2021. Praviloma so se strateške in razvojne usmeritve naslanjale na empirične podatke SURS-a oziroma Slovenske turistične organizacije, izjemoma pa so bile narejene primarne empirične raziskave. Strateške usmeritve vežejo Zavod za turizem Maribor k nadaljevanju načrtanih in tudi zakonsko utemeljenih poti razvoja turizma v državi in v okviru strategije razvoja turizma 2010 - 2020 za območje mesta in širše turistične regije Osrednja Štajerska.

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

Pravni akti, ki opredeljujejo delovanje in razvoj, so:

- Zakon o zavodih (UL RS, št. 12/91, 8/96, 36/00 – ZPDZC in 127/06 – ZJZP),
- Odlok o ustanovitvi javnega zavoda za turizem Maribor (MUV 22/2020),
- Podpis pisma o nameri o usklajevanju celovitega razvoja in trženja regionalne destinacije (22 občin Zgornjega Podravja, 2008),
- Strategija razvoja turizma Osrednja Štajerska 2011-2020 (Mestni svet in občinski sveti občin Zgornjega Podravja 2011/12),
- Zakon o spodbujanju razvoja turizma ZSRT -1 (UL RS 13/18),

- Podelitev pooblastila za vodenje in usklajevanje razvoja in promocije turizma v obdobju 2016 - 2023 (izvajanje funkcije RDO) na območju Zgornjega Podravja do leta 2020 (Svet regije Podravje, 2. 4. 2016),
- Odlok o pogojih opravljanja dejavnosti turističnih vodnikov turističnega območja Mestne občine Maribor (MUV 20/02),
- Odlok o turističnem vodenju na turističnem območju Mestne občine Maribor (MUV 112/21,
- Pravilnik o organizaciji in sistemizaciji delovnih mest (Svet zavoda 2010, 2012, 2018, 2019, 2020),
- Zakon o računovodstvu (Uradni list RS, št. 23/99, 30/02 – ZJF-C in 114/06 – ZUE),
- Zakon o javnih financah (Uradni list RS, št. 11/11 – uradno prečiščeno besedilo, 14/13 – popr., 101/13, 55/15 – ZFisP, 96/15 – ZIPRS1617, 13/18 in 195/20 – odl. US),
- Zakon za uravnoteženje javnih financ – ZUJF (Uradni list RS, št. 40/12, 96/12 – ZPIZ-2, 104/12 – ZIPRS1314, 105/12, 25/13 – odl. US, 46/13 – ZIPRS1314-A, 56/13 – ZŠtip-1, 63/13 – ZOsn-I, 63/13 – ZJAKRS-A, 99/13 – ZUPJS-C, 99/13 – ZSVarPre-C, 101/13 – ZIPRS1415, 101/13 – ZDavNepr, 107/13 – odl. US, 85/14, 95/14, 24/15 – odl. US, 90/15, 102/15, 63/16 – ZDoh-2R, 77/17 – ZMVN-1, 33/19 – ZMVN-1A, 72/19 in 174/20 – ZIPRS2122),
- Zakon o izvrševanju proračunov Republike Slovenije za leti 2020 in 2021 (Uradni list RS, št. 75/19, 61/20 – ZDLGPE, 133/20 in 174/20 – ZIPRS2122),
- Odloka o proračunu Mestne občine Maribor za leto 2021 (MUV 2/21),
- Odlok o spremembah in dopolnitvah Odloka o proračunu Mestne občine Maribor za leto 2021 (MUV 12/2021).

2 PREDSTAVITEV ORGANOV ZAVODA

Organa Zavoda za turizem Maribor sta:

- svet zavoda
- direktor.

Predstavitev organov javnega zavoda:

Svet Zavoda za turizem Maribor:

- Predsednica sveta: Neva Pipan od 17. 12. 2020 do 17. 12. 2024
- Namestnica predsednice sveta: Melita Petelin od 17. 12. 2020 do 17. 12. 2024
- Člani sveta (mandatno obdobje od 17. 12. 2020 do 17. 12. 2024): Željko Vogrin, Teja Lovrec, Aleksandra Koželj Draš, Karmen Razlag (od 17.12.2020 do 7.3.2021), Nataša Jančar (od 10.3.2021)

Svet Zavoda za turizem Maribor je imel v letu 2021: 5 rednih sej.

Direktor zavoda: Jure Struc.

3 ORGANIZACIJA ZAVODA

Zavod ima tri organizacijske enote:

- **upravo:**

Jure Struc, direktor, Darja Jemeršič, strokovna sodelavka za javna naročila in urejanje poslovne dokumentacije;

- **projektno vodstvo:**

Simona Pinterič, vodja področja za informiranje in pospeševanje prodaje; Monika Jurišič Hlevnjak, svetovalka za odnose z javnostmi in spletno informiranje; Vesna Horvat, svetovalka za regionalno usklajevanje; Bernarda Karo, svetovalka za kongresno dejavnost, razvojne projekte in statistiko; Karmen Razlag, svetovalka za razvoj in projekte (do 7.3.2021); Urška Rožič, analitik – delovno mesto za projekte; Mojca Toplak, svetovalka za oblikovanje in izvedbo turističnih prireditev; Maja Kocmut, informator III;

- **turistično informacijska centra:**

TIC Maribor: Nataša Jančar, informator I; Adriana Kidrič Ploč, informator II; Mojca Petek, informator II;

Hiša Stare trte: Tina Heinrich – informator I, vodja Hiše Stare trte; Doroteja Mauko, pomočnica vodje Hiše Stare trte (od 14.6.2021); Nataša Lakoše, informator III (do 3.5.2021); Marko Filipič, informator III (do 31.5.2021); Katja Raušl, informator III (do 15.6.2021); Urška Bezjak, informator II (od 28.6.2021)

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

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

4 FINANCIRANJE ZAVODA

Zavod svojo dejavnost in obstoj ter izvajanje programov financira iz:

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

5 DELOVANJE ZAVODA

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

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

in njihovih zvez, ponudnikov turističnih storitev ter drugih organizacij, ki delujejo na območju ustanoviteljice,

- financiranje delovanja turističnih društev,
- promocija turizma turističnega območja ustanoviteljice,
- oblikovanje, organizacija, izvajanje in promocija prireditev in dogodkov v interesu mesta ter
- izvajanje lokalne turistične vodniške službe.

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

6 REALIZACIJA KADROVSKEGA NAČRTA

Iz proračuna Mestne občine Maribor, ustanoviteljice zavoda, zagotavljamo financiranje za 16 zaposlenih, za druga pridobivamo sredstva iz javnega razpisa MGRT in iz državnega proračuna (program javnih del) ter deloma s sredstvi iz prodaje blaga in storitev na trgu.

V teku leta se je število zaposlenih zmanjšalo na 14 (od tega jih je bilo 12 zaposlenih za nedoločen čas, en (1) za določen čas, in sicer direktor po pogodbi za dobo svojega mandata, ena (1) delavka preko sofinanciranja iz Javnega razpisa za dvig kompetenc vodilnih turističnih destinacije in razvoj turistične ponudbe v vodilnih turističnih destinacijah v letih 2020 in 2021, Ministrstva za gospodarski razvoj in tehnologijo RS; ena (1) delavka je bila od marca 2021 dalje na starševskem dopustu). Štirje redno zaposleni za nedoločen čas so prekinili delovno razmerje v prvi polovici leta 2021, zato smo z junijem 2021 na novo zaposlili dve osebi za nedoločen čas

Delo je bilo v skladu s sprejetim programom in glede na okoliščine, ki so nastale po razglasitvi epidemije v marcu in oktobru, v celoti realizirano.

II POSEBNI DEL

1 LETNI CILJI IN OCENA DOSEGANJA LETNIH CILJEV

V Rebalansu Poslovnega načrta za leto 2021 je bilo zastavljenih šest (6) ključnih ciljev poslovanja in programa dela ZTM za leto 2021. Na ZTM ocenjujemo, da smo cilje uspešno zasledovali, kar utemeljujemo s spodnjim pregledom ciljev s kazalniki uspešnosti in povzetkom aktivnosti ZTM v letu 2021, ki sledi v poglavju 2 »Ključni dosežki in aktivnosti po programih«.

1.1 OCENE DOSEGANJA LETNIH CILJEV

- Cilj 1: DVIG PREPOZNAVNOSTI IN DVIG TURISTIČNEGA OBISKA MARIBORA**

Zastavljeni kazalniki uspešnosti:	Realizacija
Rast števila nočitev v Mariboru za 5 % glede na leto 2020	+ 28 %
Rast števila prihodov obiskovalcev v Mariboru za 5 % glede na leto 2020	+ 43 %
Enako število unovčenih turističnih bonov v Mariboru kot leta 2020	+ 58 %
Rast števila obiskovalcev v TIC Maribor za 5 % glede na leto 2020	+ 25 %
Rast števila obiskovalcev v Hiši Stare trte za 3 % glede na leto 2020	+ 67 %
Rast števila uporabnikov na spletni strani visitmaribor.si za 15 % glede na 2020	+ 47 %
Rast števila ogledov na spletni strani visitmaribor.si za 15 % glede na 2020	+ 51 %
Rast števila sledilcev na družbenih omrežjih Visit Maribor za 20 %	+ 20 %
Ocena doseganja cilja 1: DOSEŽEN	

- Cilj 2: USMERJANJE RAZVOJA TURIZMA IN DVIG KOMPETENC PONUDNIKOV**

Zastavljeni kazalniki uspešnosti:	Realizacija
Certificiranje novih ponudnikov pod znamko Naše najboljše	Izvedeno (23 ponudnikov)
Obnova znaka Green Key za Hišo Stare trte	izvedeno
Pridobitev znaka Slovenia Green silver / gold za destinacijo	pridobljen znak bronze
Izvedba delavnic in usposabljanj za turistične deležnike	11 uspos. za 200 udel.
Ocena doseganja cilja 2: DOSEŽEN	

- Cilj 3: POVEZOVANJE TURISTIČNIH DELEŽNIKOV**

Zastavljeni kazalniki uspešnosti:	Realizacija
Vključevanje v projekte in sodelovanje s turističnimi deležniki	izvedeno
Ocena doseganja cilja 3: DOSEŽEN	

- Cilj 4: POZICIONIRANJE MARIBORA KOT VRHUNSKE GASTRONOMSKE REGIJE**

Zastavljeni kazalniki uspešnosti:	Realizacija
Izvedba vseh zadanih vsebinskih sklopov EGR skladno z ukrepi in priporočili pristojnih institucij v luči epidemije novega koronavirusa	izvedeno
Rast števila uporabnikov spletne strani staratrta.si za 20 % in rast števila sledilcev družbenih omrežij Stara trta za 50 %	ni bilo doseženo

Doseg digitalnega oglaševanja na temo gastronomske ponudbe Maribora in na temo Maribora, mesta najstarejše trte na svetu: 50.000 klikov na spletno stran visitmaribor.si	doseženo
Razprodan vrhunski gastronomski dogodek, promocija po Sloveniji	ni bilo izvedeno
Ocena doseganja cilja 4: DELNO DOSEŽEN	

● **Cilj 5: DVIG PRIHODKOV IZ TRŽNE DEJAVNOSTI ZTM**

Zastavljeni kazalniki uspešnosti:	Realizacija
166.848 EUR prihodkov iz naslova prodaje storitev in blaga	doseženo (219.778 EUR)
Ocena doseganja cilja 5: DOSEŽEN	

*začasni podatek

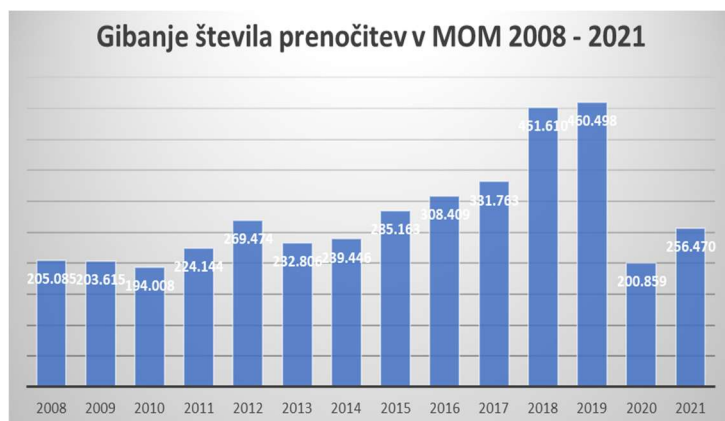
● **Cilj 6: Konsolidacija poslovanja ZTM**

Zastavljeni kazalniki uspešnosti:	Realizacija
Pozitivni poslovni izid ZTM ob koncu leta 2021	doseženo
Potrditev sistemizacije delovnih mest	ni bilo izvedeno
Izobraževanja za zaposlene na ZTM	izvedeno
Ocena doseganja cilja 6: DELNO DOSEŽEN	

1.2 STATISTIKA NOČITEV IN PRIHODOV GOSTOV

Mestna občina Maribor

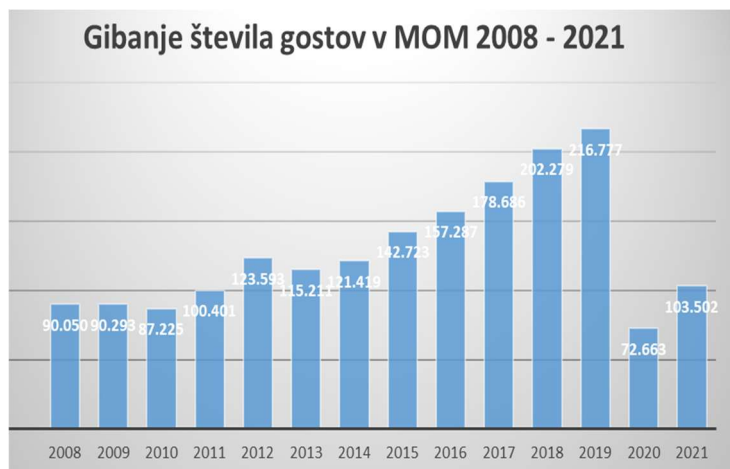
Od leta 2015 do leta 2019 je Maribor beležil stalno rast tako na področju nočitev kot na področju prihodov gostov. V letu 2020 je sledil padec turističnih rezultatov, in sicer pod tiste, ki smo jih zabeležili v letu 2008. V letu 2021 pa ponovno merimo strmo rast prihodov in nočitev tako v Mestni občini Maribor kot v turistični destinaciji Maribor - Pohorje.



Nočitve v Mariboru:

V letu 2021 je bilo v MO Maribor realiziranih 256.470 prenočitev, kar predstavlja 28 % rast prenočitev v primerjavi z letom poprej. Razmerje med domačimi in tujimi prenočitvami je 21:79.

Največje število prenočitev v Mariboru so opravili gostje iz Slovenije (54.364), Nemčije (25.356), Srbije (16.173), Italije (11.780), Avstrije (11.219), Bosne in Hercegovine (10.945) in Hrvaške (10.431). Največjo rast na področju evropskih trgov beležimo pri nizozemskih (119 %), francoskih (256 %), belgijskih (159 %), turških (62 %) in španskih (41 %) gostih.



Prihodi gostov v Maribor:

V letu 2021 je MO Maribor obiskalo 103.502 gostov, ki so tukaj prenočili, kar predstavlja 42 % rast prihodov gostov. Razmerje med domačimi in tujimi prihodi gostov je 24:76.

Povprečna doba bivanja v letu 2021 za Mestno občino Maribor znaša **2,5 dni**. V primerjavi z nekaterimi drugimi večjimi mesti, za katere podatki so na voljo v okviru evropske statistike na www.tourmis.info, je kljub izrednim razmeram doba bivanja v mestu presenetljivo dolga.

Turistična destinacija Maribor - Pohorje

Na področju destinacije Maribor - Pohorje beležimo **21 %** (358.219) **rast nočitev** in **38 %** (148.049) **rast prihodov gostov**. Razmerje med domačimi in tujimi nočitvami je bilo 36:64 in razmerje med domačimi in tujimi prihodi gostov je bilo 37:63. (**začasni podatki*)

Nočitve in prihodi gostov na nacionalni ravni

Od začetka januarja do konca decembra 2021 je bilo v turističnih nastanitvenih obratih v Sloveniji zabeleženih približno 4 milijone prihodov turistov (ali 31 % več kot v istem obdobju 2020) in približno 11,3 milijona njihovih prenočitev (ali 22 % več kot v istem obdobju 2020). Vir: SURS.

Koriščenje turističnih bonov

Po podatkih FURS-a je bilo na področju MO Maribor od začetka unovčevanja turističnih bonov (19. junij 2020) do 29. januarja 2022 skupno število unovčenih turističnih bonov, izdanih v letu 2020, 15.847, njihova skupna vrednost pa je znašala 1.925.306,10 EUR. V primerjavi z letom 2020 smo od tako zabeležili **57,6 % rast števila** unovčenih turističnih bonov in celo **149 % rast vrednosti** unovčenih turističnih bonov. Tako kot v letu 2020 je bilo tudi v lanskem letu po navedbi FURS-a »največ turističnih bonov unovčenih na Obali, na Gorenjskem in v termah«. Do 29. januarja 2022 so imetniki turističnih bonov unovčili 73 % od zneska potencialno vseh unovčenih bonov (1.846.835 turističnih bonov v skupni vrednosti 261.011.663,25 EUR). **Unovčevanja bonov 21 FURS ne vodi po občinah.** Do 29. januarja 2022 so imetniki bonov 21 unovčili 62 % od zneska potencialno vseh unovčenih bonov (1.682.516 bonov 21 v skupni vrednosti 116.801.570,15 EUR); največje število bonov 21 je bilo unovčenih za storitve na področju gostinstva (47 %), sledijo storitve na področju turizma (34 %), medtem ko je bilo na področjih kultura in šport unovčenih 12 % oz. 7 % bonov 21.

2 KLJUČNI DOSEŽKI IN AKTIVNOSTI PO PROGRAMIH

2.1 TRŽNO KOMUNICIRANJE

2.1.1 ODNOSI Z JAVNOSTMI

→ DOSEŽENI UČINKI

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

Kvantitativni: Povečanje števila objav v slovenskih medijih v primerjavi z letom 2020 (+ 17 %). Povečanje zbirke kontaktov medijev, zainteresirane javnosti in prejemnikov e-novic (+ 68 %).

Finančni: Dvig oglaševalske vrednosti medijskih objav v letu 2021 za 10 % v primerjavi z letom 2020.

Ključni **komunikacijski kanali ZTM** so: uradno spletno mesto turistične destinacije Maribor www.visitmaribor.si, strani in profili VisitMaribor na družbenih omrežjih Facebook, Instagram in Youtube, profil Maribor Tourist Board na poslovnem družbenem omrežju LinkedIn, tiskane publikacije, e-novice in sporočila za medije.

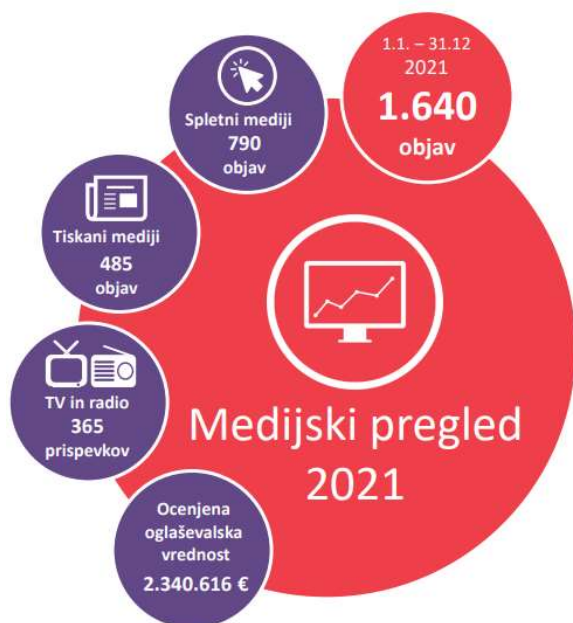
V letu 2021 smo omenjenim kanalom dodali še **Home+ z mestnim koledarjem** ter izdelali posebno **pristajalno stran za namene nastopa Maribora na svetovni razstavi Expo 2020 v Dubaju**.

Odnosi z mediji

V letu 2021 je ZTM **okoli 280** predstavnikom slovenskih in lokalnih medijev poslal **28 sporočil za medije** in na več okoli 700 naslovov predstavnikov partnerskih organizacij in drugih deležnikov.

Organizirali smo **novinarski konferenci ob predstavitvi novega digitaliziranega produkta, virtualnih očal z zgodbo 450-letne najstarejše trte na svetu v Hiši Stare trte**, in za namene predstavitve vsebin **Čarobnega Maribora 2021**. Kot partnerska organizacija oz. soorganizator smo sodelovali še na novinarskih konferencah na temo **mestnih prireditev brez odpadkov, mednarodnih tekem v gorskem kolesarstvu, predstavitve virtualne kulinarčne mize v Pokrajinskem muzeju Maribor, koncertov na Bolfenku in dogodka Salon štajerskih mladih vin Pubec 2021**.

Predstavniki ZTM smo o delovanju zavoda ter o mariborskem in destinacijskem turizmu podali več kot **40 ustnih in več kot 80 pisnih izjav** oz. komentarjev za vseslovenske in lokalne medije.



S podpora zunanjega izvajalca smo redno spremljali pojavljanje ZTM in področij njegovega delovanja v slovenskih tiskanih in elektronskih medijih ter na TV in radiu:

zabeležili smo skupno 1.6400 objav (17 % več kot v letu 2020), njihova oglaševalska vrednost je ocenjena na 2.340.616 EUR.

ZTM je vsebinsko in organizacijsko podprl pripravo dveh **promocijskih oddaj Zlati ključ** na TV3 in medijsko kampanjo **Bit Sever - Od Goriškega v Piran**.

Tuje medije je ZTM obveščal ob posredništvu oz. v sodelovanju s Slovensko turistično organizacijo (STO), in sicer preko vključevanja informacij in novic iz destinacije Maribor - Pohorje v **novice Turistične tiskovne agencije (TTA)**.

Komunikacija in povezovanje s partnerskimi organizacijami in ponudniki (B2B)

Samostojno in v sodelovanju s STO je ZTM organizacijsko in finančno podprl **23 študijskih potovanj**, na katerih smo izbranim predstavnikom medijev in blogerjem predstavili ključno turistično ponudbo mesta in širše destinacije. Študijskih obiskov se je udeležilo **okoli 60 medijskih predstavnikov (novinarji in vplivneži)** iz naslednjih držav: Avstrija, Švica, Češka, Nemčija, Španija, Francija, Madžarska, Italija, Velika Britanija in Kitajska ter Slovenija.

Turistično gospodarstvo na območju destinacije Maribor - Pohorje in drugo zainteresirano javnost je ZTM redno informiral preko sporočil za javnost ter drugih obvestil ter pozivov za sodelovanje pri raznovrstnih aktivnostih (oddaja paketne ponudbe, oddaja dogodkov ipd.). Baza poslovnih kontaktov vključuje **več kot 1000 poslovnih kontaktov**.

Predstavniki ZTM smo izvajali redna srečanja s turističnimi deležniki v destinaciji, kot so **predstavniki nastanitvenih kapacitet, lokalni turistični vodniki, organizatorji prireditev in drugi**.

Za namene predstavitve aktivnosti ZTM, turističnih produktov in primerov dobre prakse smo izvedli predstavitev na naslednjih dogodkih:

- januar 2021: Gostujoče predavanje za študente Fakulteti za turizem Univerze v Mariboru (benchmark analiza destinacije)
- januar 2021: Gostujoče predavanje na Ekonomsko-poslovni fakulteti Univerze v Mariboru na temo destinacijske blagovne znamke Maribor
- avgust 2021: Predstavitev digitalizacije kulturne dediščine na konferenci Po stopinjah inovacij Turizma 4.0 – Digitalno središče Slovenije
- september 2021: Predstavitev digitalizacije kulturne dediščine na 53. MOS Celjski sejem – dogodek MGRT-ja Slovenski turizem po soočenju s pandemijo covid-19
- november 2021: Predstavitev digitalizacije kulturne dediščine v sklopu Akademije kulturnega managementa: Autumn Academy Cultural Entrepreneurship & Leadership – Ekonomska fakulteta v Ljubljani

Komunikacija s splošno javnostjo (B2C)

V septembru 2021 smo vzpostavili pošiljanje tematskih e-novic »Zgodbe najstarejše trte«, s katerimi obveščamo naročnike na e-novice (in poslovno javnost) o sezonski turistični ponudbi, novostih in zanimivostih v destinaciji Maribor in aktualnih prireditvah. Skozi celo leto smo si prizadevali pridobiti čim več novih naročnikov na e-novice; **celotna baza prejemnikov se je tako povečala za kar 68 %**.



Zdravo!

Pravkar prebirate e-novice iz Maribora, ki vam jih prvič pošilja najbolj znamenita in občudovana Mariborčanka – najstarejša trta sveta! Obrežje reke Drave krasi že častitljivih 450 let, zato vam bo v svojih sporočilih zaupala mnoge zanimivosti, novosti in namige za nepozabna doživetja pri nas. **Danes vas vabi na odkrivanje trajnostne ponudbe Maribora, na koncu pa še na čisto svoj festival.**

Želimo vam prijetno odkrivanje Maribora z Zgodbami najstarejše trte sveta!

#alistevedeli?

TOP 5 dejstev o najstarejši trti na svetu

Mariborska Stara trta je bila leta 2004 vpisana v Guinnessovo knjigo rekordov kot najstarejša trta na svetu, ki še zmeraj rodi Zlathne sadove.

Trta se vzpenja po nekdanjem mestnem obzidju, danes **Hiše Stare trte** – najboljše obiskani turistični znamenitosti v Mariboru ter pravi zakladnici za poznavalce in ljubitelje Zlathne kapljice.

V svoji **450-letni zgodovini** je preživela turške vpade na območje Podravja, pogoste požare v poznem srednjem veku, uničujočo trtno uš, pa tudi zavezniško bombardiranje Maribora.

Količina pridelanega vina najstarejše trte je simbolična, saj letno napolnijo le okoli 100 steklenič, ki jih mesto Maribor podari svojim najuglednejšim gostom.

Leta 1990 je bila prva potomka Stare trte posajena na Ljubljanskem gradu, danes pa se njene korenine razpredajo na kar **štirih kontinentih**.



Iz spletne vinoteke
Hiše Stare trte

Preverite ponudbo



Kakovostni darilni
paketi

Preverite ponudbo



Podarite edinstveno
doživetje

Preverite ponudbo



#paketi

Izberite paket po svoji meri in si privoščite praznični oddih
v Mariboru ali okolici.

Preverite ponudbo

2.1.2 SPLETNA STRAN VISITMARIBOR.SI

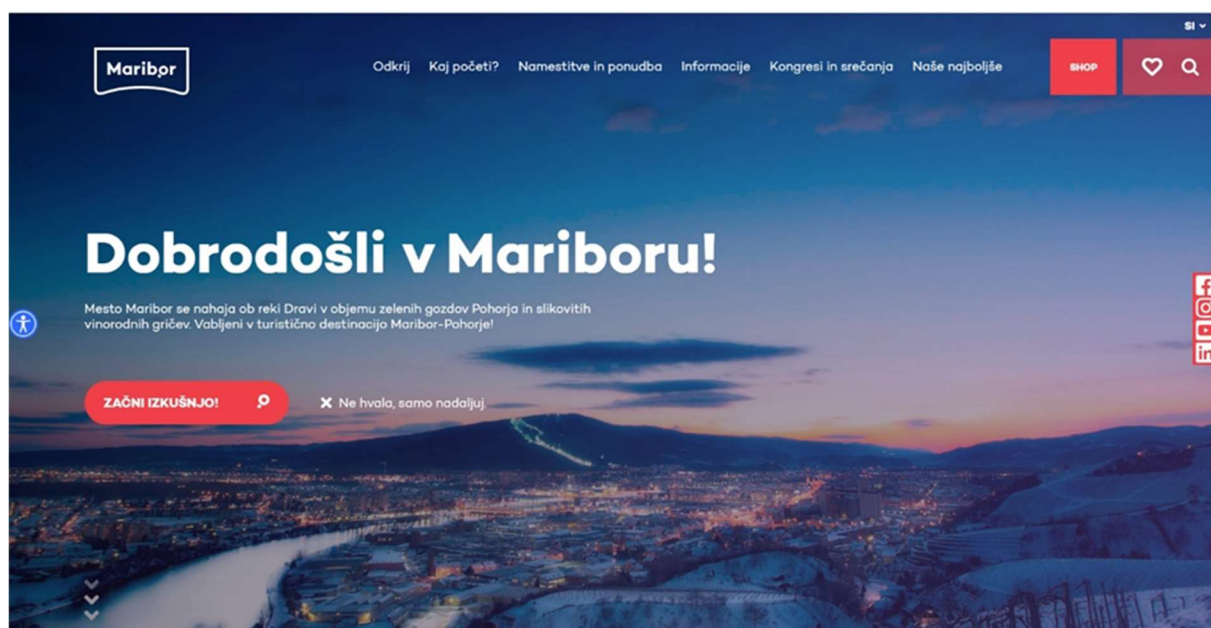
→ DOSEŽENI UČINKI

Kvalitativni: Dvig prepoznavnosti in imidža Maribora kot preferenčne destinacije za obisk.

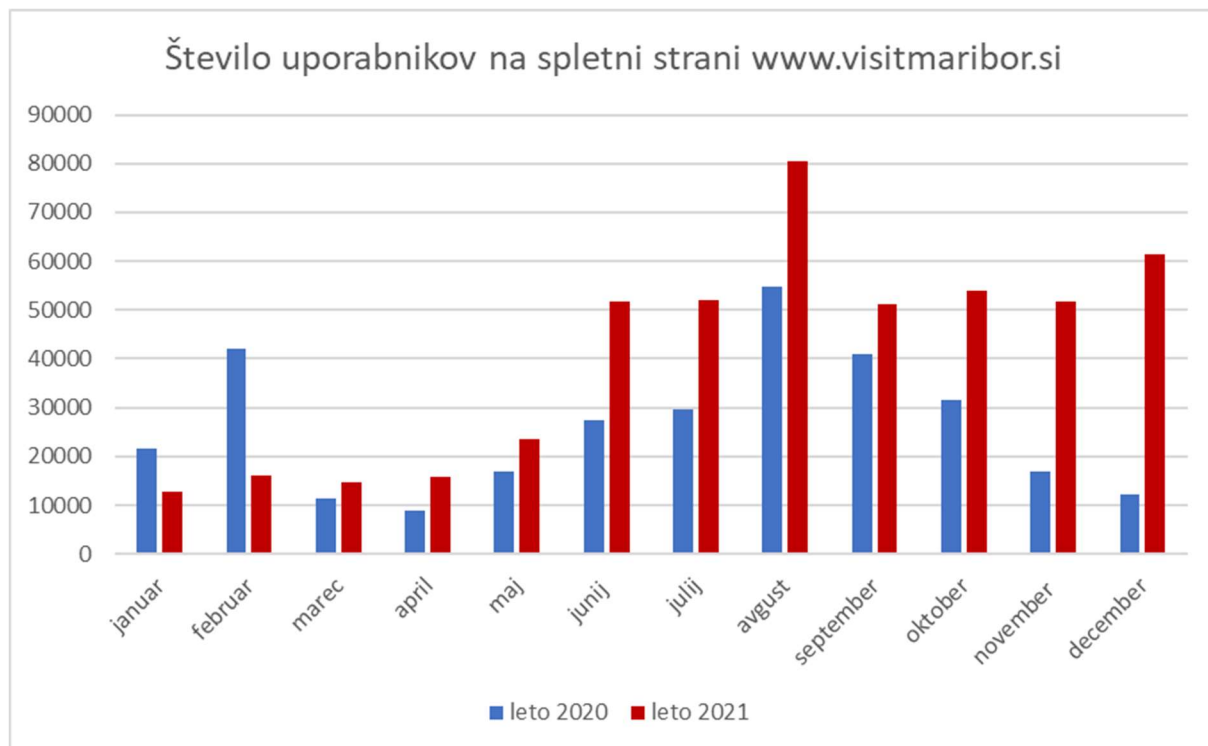
Kvantitativni: Povečanje števila uporabnikov na spletni strani za 51 % in ogledov strani za 47 %.

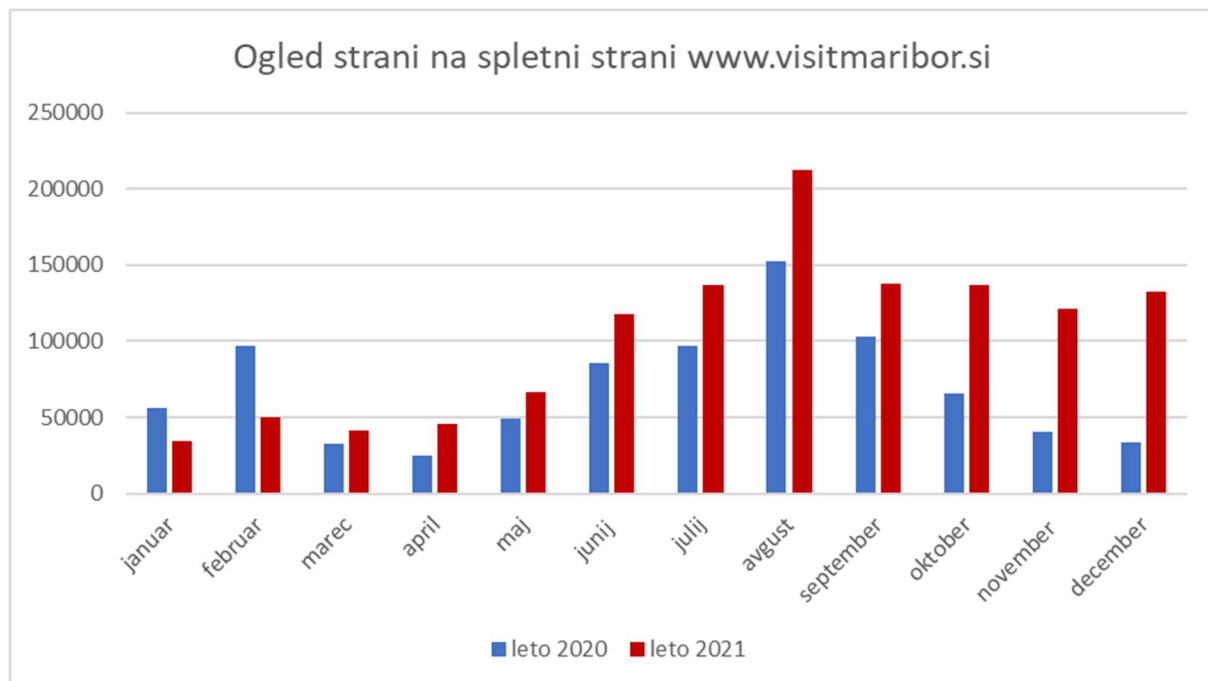
Finančni: Realizacija prometa od spletne prodaje v vrednosti 4.234,69 EUR (+169 % v primerjavi z letom 2020).

Visitmaribor.si je uradno spletno mesto turistične destinacije Maribor. Ob **informacijski** ima spletno mesto tudi **prodajno** vlogo.

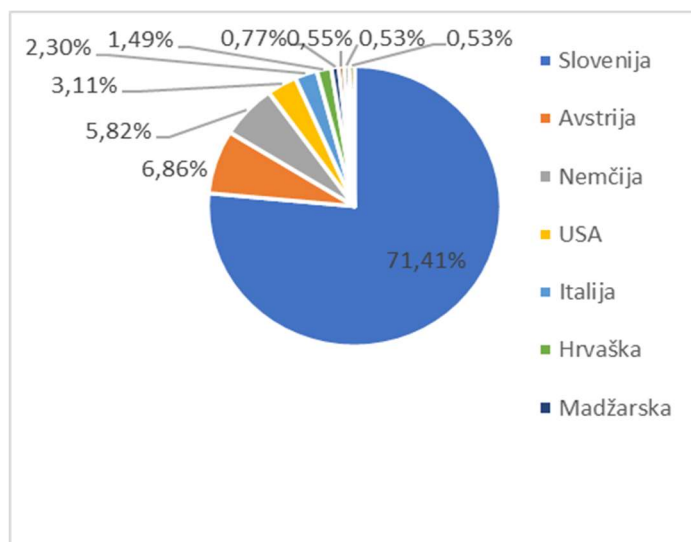


V letu 2021 smo na spletnem mestu zabeležili **433.497 uporabnikov** (51,39 % več kot v letu 2020) in **1.232.557 ogledov strani** (47,20 % več kot v letu 2020).

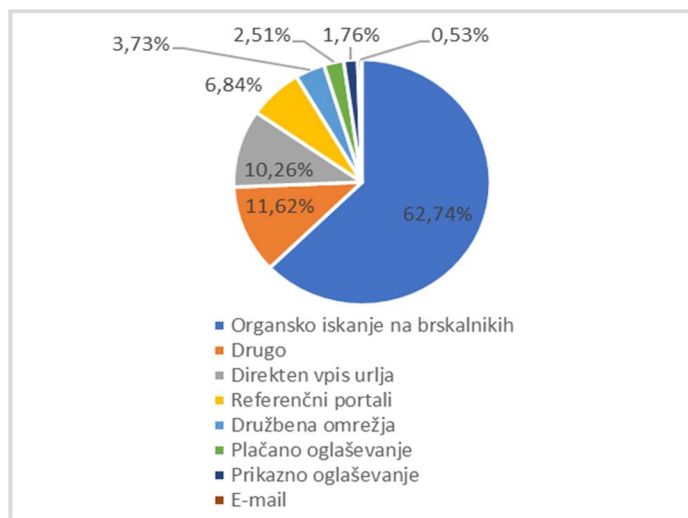




Zgornja grafa prikazujeta število uporabnikov in ogledov po mesecih v letih 2020 in 2021. V letu 2021 se kaže občutno povečan obisk spletne strani v drugi polovici leta kot posledica digitalnega oglaševanja in sproščanja ukrepov za zajezitev epidemije. Upad števila uporabnikov in ogledov v začetku leta pripisujemo vplivom epidemije novega koronavirusa in z njo povezanih ukrepov.



Velika večina uporabnikov na spletnem mestu je bilo slovenskih (71 %, v letu 2020 66 %), sledili so jim avstrijski, nemški, britanski, italijanski in hrvaški. Največja rast obiska v letu 2021 je s italijanskega in nemškega trga, kar pripisujemo vplivu digitalne promocije na omenjenih tržiščih.



Največ uporabnikov je na spletno stran prišlo preko organskega iskanja na brskalnikih (62,74 %). V letu 2021 beležimo 73,80 % rast organskega prometa v primerjavi z letom 2020. Največjo rast v primerjavi z letom 2020 smo zabeležili pri obisku preko prikaznega (sožitnega) oglaševanja, kar je posledica intenzivnejšega zakupa medijskega prostora na drugih spletnih straneh, in preko e-mailov, kar je posledica prenovljene strategije e-mail marketinga in prehod na novo komunikacijsko orodje Mailerlite.

Večina uporabnikov je za ogled spletne strani uporabila **mobitel (70 %)**, sledijo računalniki (27 %) in tablice (2,3 %).

Najbolj gledane spletne strani so bile:

1. vstopna stran,
2. kam na testiranje Covid-19,
3. stran s koledarjem dogodkov,
4. Čarobni Maribor,
5. kampanjska stran z ambasadorji Doživi Maribor,
6. kampanjska stran s Filipom Flisarjem in Majo Keuc Doživi Maribor,
7. letalski miting Aeros,
8. pohodniške in kolesarske poti Maribora in okolice,
9. top doživetja ter
10. vino in kulinarika.

Spletno mesto visitmaribor.si omogoča **direkten nakup turističnih doživetij**. V letu 2021 smo z direktnim nakupom doživetij ustvarili 4.234,69 EUR prometa. Največ doživetij smo prodali med majem in decembrom 2021, kar pripisujemo sproščanju ukrepov za zaježitev epidemije, digitalnemu oglaševanju in novim nakupnim navadam turistov (povečanje spletnih nakupov, rezervacij in zaupanje spletnim stranem destinacije).

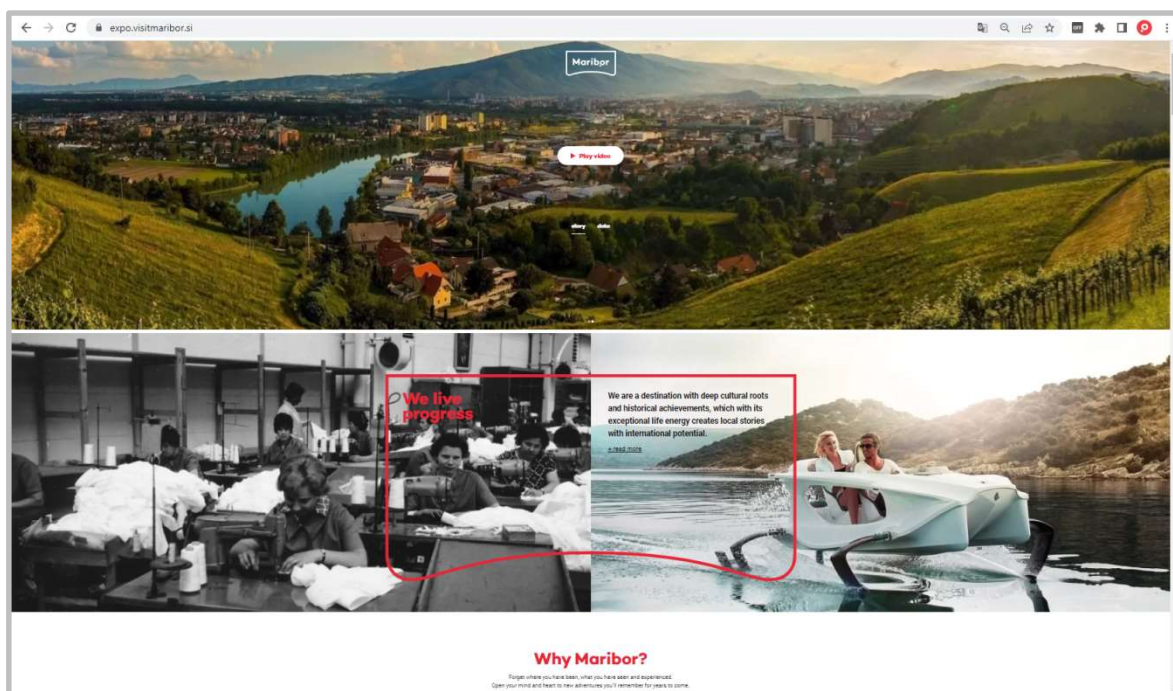
Najbolj prodajana doživetja so bila:

1. vodeni ogledi po mestu v tujem jeziku,
2. paket „Mariborska vinska pot“ in
3. paket „Mariborska kulinarčna pot“.

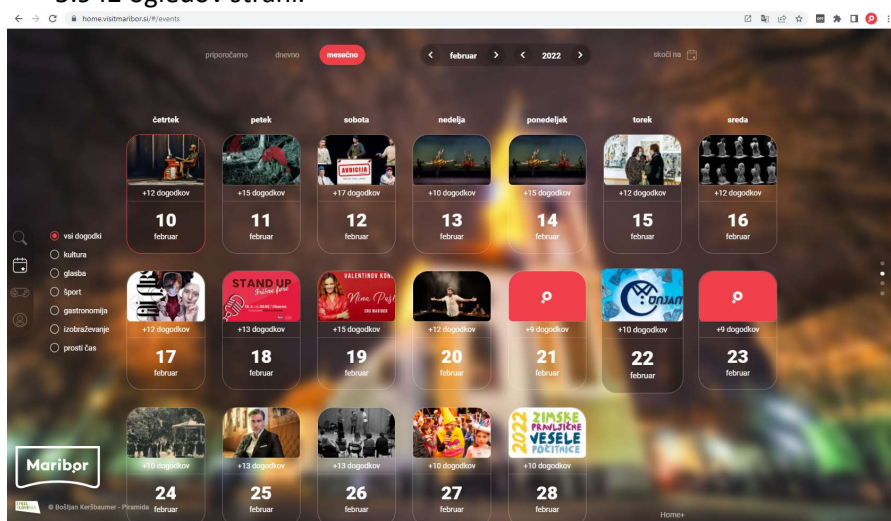
Na spletnem mestu visitmaribor.si smo v letu 2021 zabeležili še **140 povpraševanj za storitve**, **185 povpraševanj za nastanitve** in **1.710 prijav na e-novice**.

Nadgradnje spletnega mesta

- Za namene nastopa Maribora na svetovni razstavi Expo 2020 v Dubaju smo vzpostavili dodatno pristajalno stran expo.visitmaribor.si.



- Vzpostavili smo nov komunikacijski kanal **Home+** z mestnem koledarjem Maribora, ki je zabeležil 5.942 ogledov strani.



**poskeniraj za
aktualno dogajanje**
home.visitmaribor.si

- Vključili smo **rezervacijski sistem Bentr** za direktno rezervacijo nočitev.
- Z namenom prijaznejše uporabniške izkušnje in pospeševanja prodaje smo nadgradili strani za **povpraševanje po nastanitvah in doživetjih**: <https://www.visitmaribor.si/si/namestitve-in-ponudba/vsa-prenocisca> / <https://www.visitmaribor.si/si/kaj-poceti/top-doizivetja>.
- Prenovili e-mail strategijo in implementirali pop-upe za prijavo na e-novice s pomočjo novega komunikacijskega orodja **Mailerlite**.

Predstavitve destinacije Maribor na drugih spletnih platformah



slovenia.info: predstavitev Maribora je v letu 2021 obiskalo 12.352 uporabnikov (10 % manj kot v letu 2020). TOP 3 trgi: Slovenija, Italija, Avstrija.



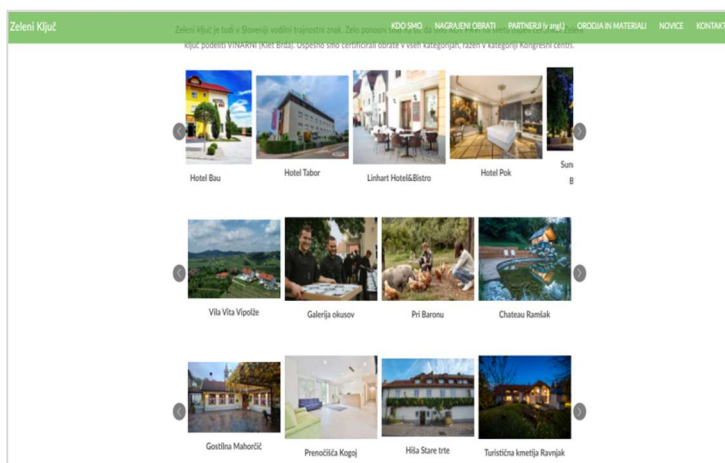
ArrivalGuides.com: turistični spletni vodnik po Mariboru je na globalni digitalni platformi v letu 2021 zabeležil 96.791 ogledov (66 % več kot v letu 2020).



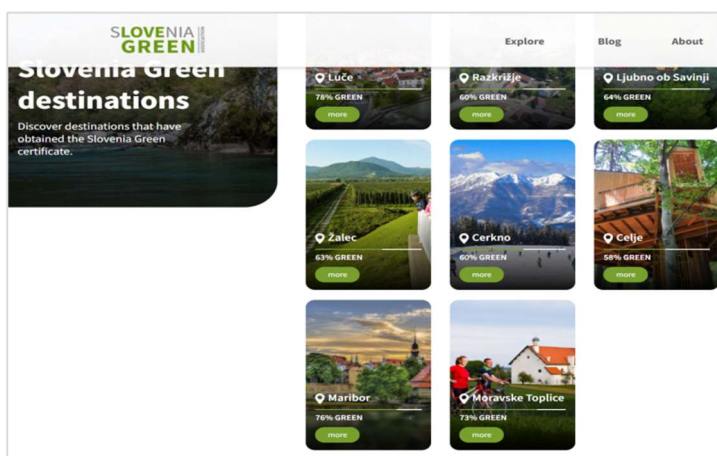
Radfahren in Maribor – Pohorje

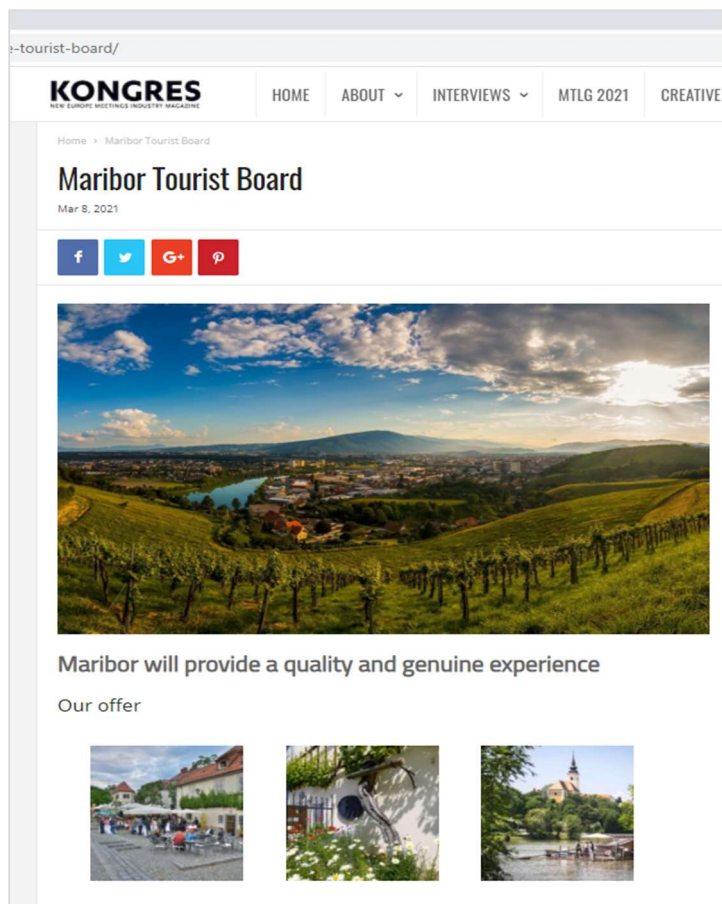
Maribor und das Pohorje-Gebirge liegen im Norden Sloweniens direkt an der Grenze zu Österreich und locken Radfahrer wie Mountainbiker in die Region.

outdooractive.com: na portalu, ki nagovarja predvsem nemško govorečo javnost, so predstavljene kolesarske in pohodniške poti v Mariboru in okolici. Do konca leta 2021 je bilo zabeleženih 7.080 ogledov poti. Na portalu visitmaribor.si posledično zaznavamo porast ogleda podstrani "Aktivne počitnice" na nemško govorečih trgih.



www.zelenikljuc.si in www.slovenia-green.si: v letu 2021 je ZTM sodeloval pri pripravi predstavitev Maribora in Hiše Stare trte na spletnih portalih za promocijo trajnostne turistične ponudbe Slovenije. Prav tako je podaljšal trajnostni znak Green key za Hišo Stare trte.





kongres-magazine.eu: v letu 2021 smo destinacijo predstavljali na mikro portalu Kongres Magazine, preko katerega nagovarjamo kupce kongresnih storitev k organizaciji dogodkov v destinaciji Maribor ter jih obveščamo o novostih in uspešnih zgodbah destinacijskih ponudnikov.

2.1.3 DRUŽBENA OMREŽJA VISIT MARIBOR

➔ DOSEŽENI UČINKI

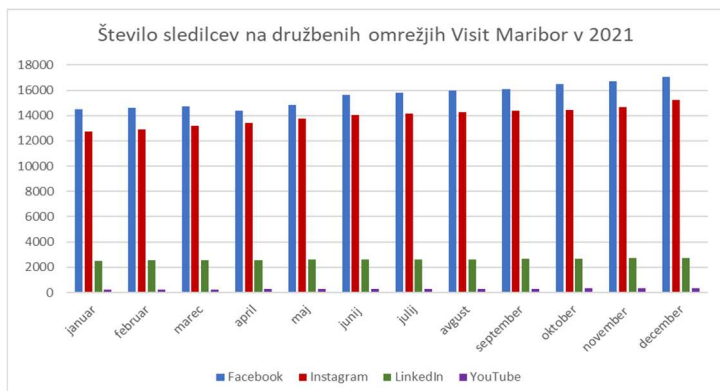
Kvalitativni: Dvig prepoznavnosti Maribora kot preferenčne turistične destinacije.

Kvantitativni: Povečanje števila sledilcev na družbenih omrežjih za 20 % v primerjavi z letom 2020. Z objavami na družbenih omrežjih smo dosegli 67 % več uporabnikov.

Finančni: Pospeševanje prodaje na spletni strani Visit Maribor – na spletno stran Visit Maribor smo v letu 2021 iz družbenih omrežij Visit Maribor pripeljali 16.785 uporabnikov (88 % več kot v letu 2020).

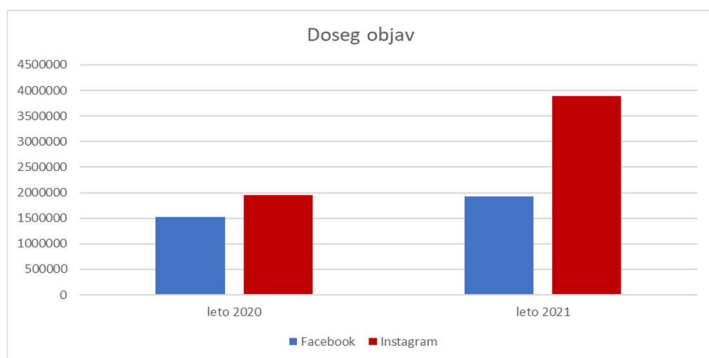
Zavod za turizem Maribor upravlja s profili Visit Maribor na družbenih omrežjih Facebook, Instagram, LinkedIn (Maribor - Pohorje Tourist Board) in YouTube.

Na družbenih omrežjih Visit Maribor beležimo **kontinuirano rast števila sledilcev**. Največja rast je na **Facebook strani in Instagram profilu**. Na Instagramu smo v letu 2021 pridobili 2.816 novih sledilcev, na Facebooku 2.643, na LinkedInu 232 in na Youtube-u kanalu 115. V letu 2021 smo na družbenih omrežjih pridobili skupno **5.806 novih sledilcev**.

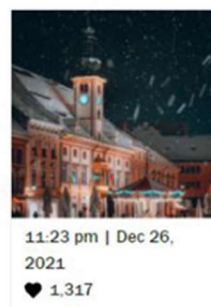
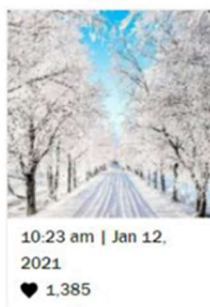
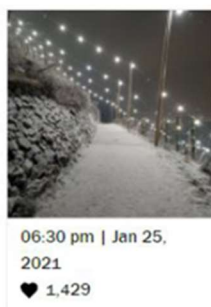
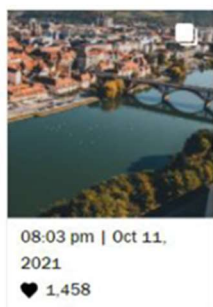
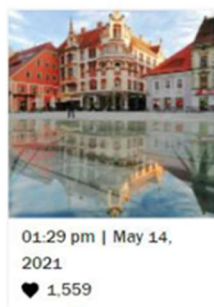


Skupno število sledilcev na družbenih omrežjih konec leta 2021 je bilo 35.398 (+ 19,8 % v primerjavi z letom 2020).

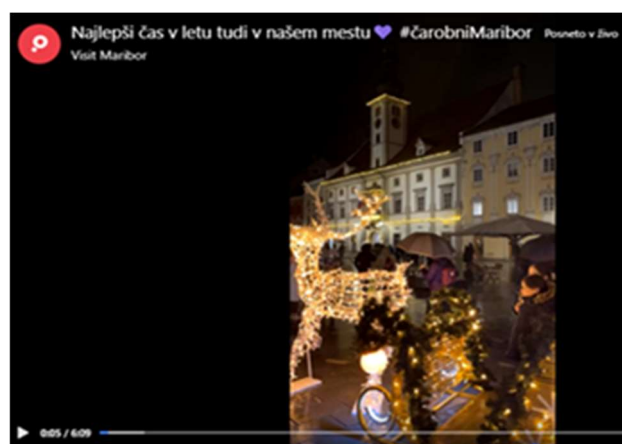
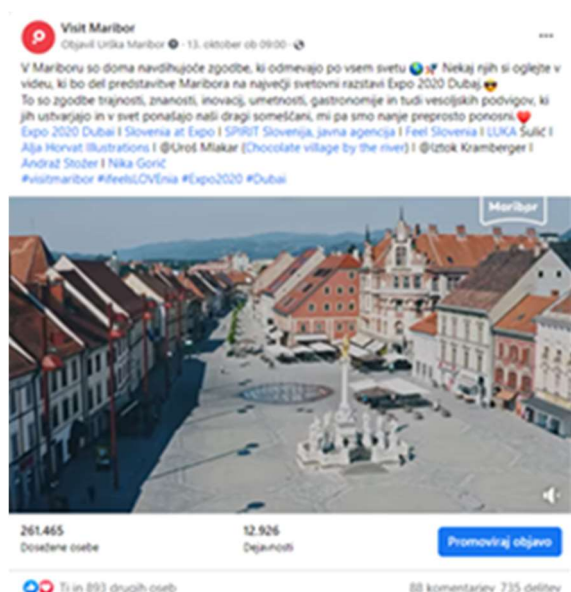
V letu 2021 smo z objavami na Instagramu dosegli **3.893.580 oseb** (+ 99 % v primerjavi z 2020). Z objavami na Facebooku smo dosegli **1.927.106 oseb** (+ 26,7 % v primerjavi z 2020). *upravljanje profila na Instagramu in Facebooku je bilo od maja do novembra 2021 sofinancirano s strani projekta STO.



V letu 2021 smo z objavami na Facebooku in Instagramu dosegli skupno 5.820.686 oseb (67 % več kot v letu 2020).



Najuspešnejše objave na Instagramu Visit Maribor



Najuspešnejše objave na Facebooku Visit Maribor

2.1.4 SPLETNA STRAN STARATRТА.SI

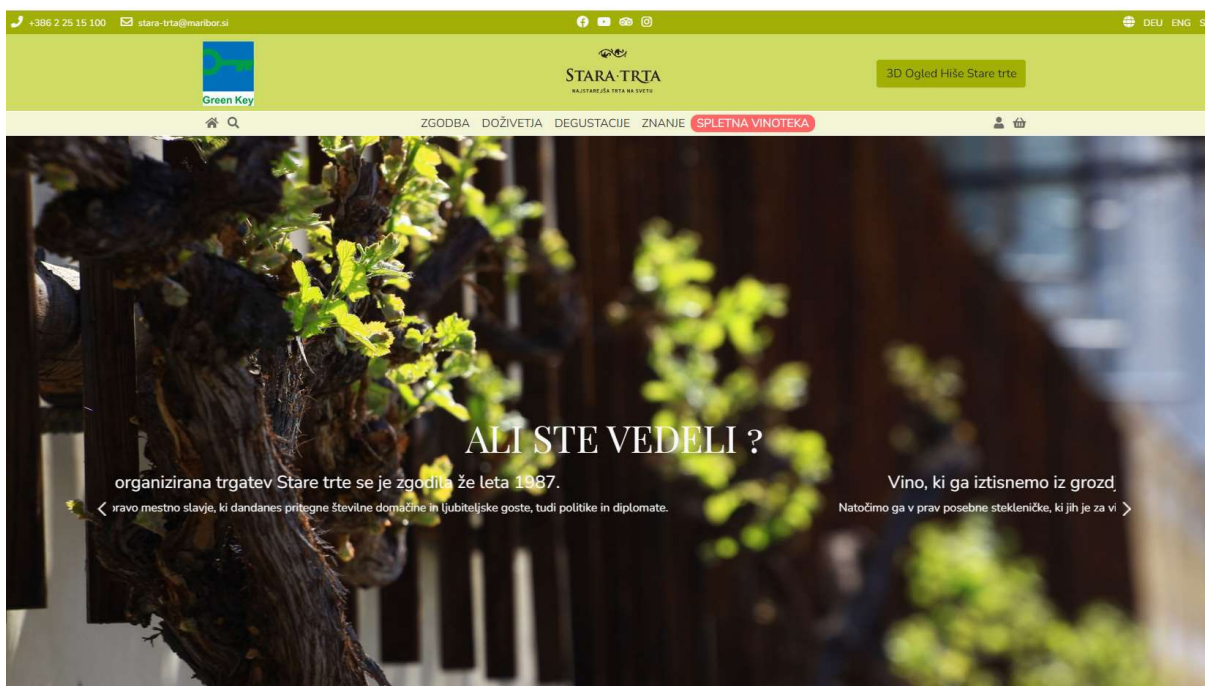
➔ DOSEŽENI UČINKI

Kvalitativni: Dvig prepoznavnosti in imidža mariborske znamenitosti najstarejše trte na svetu.

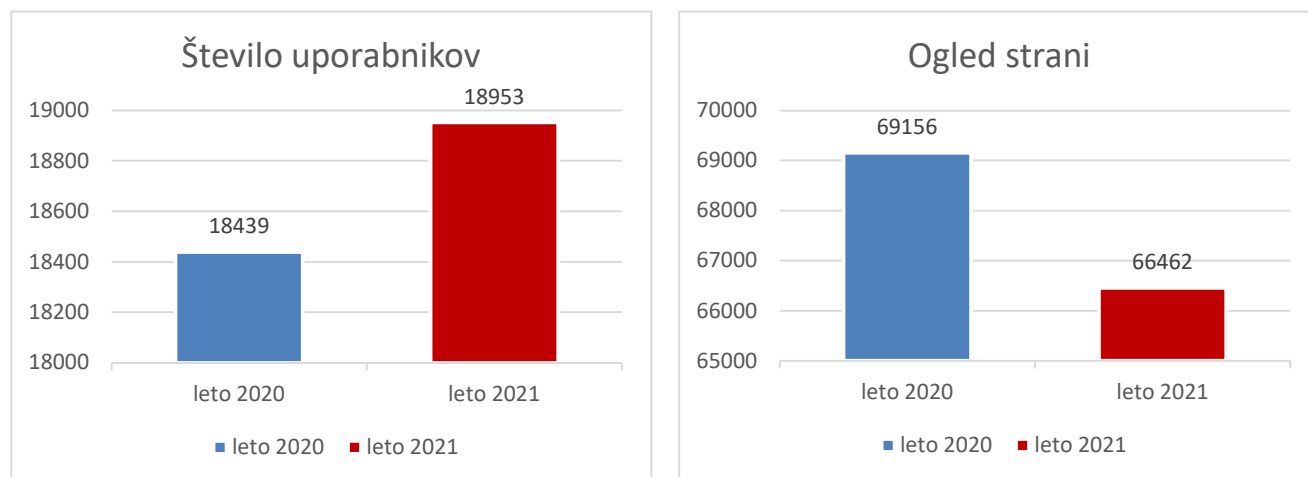
Kvantitativni: Povečanje števila uporabnikov na spletni strani za 2,8 %.

Finančni: V primerjavi z letom 2020 smo zabeležili porast spletne prodaje preko staratrta.si v višini za 199 %.

Staratrta.si je uradno spletno mesto najstarejše trte na svetu in Hiše Stare trte. Ob predstavitvi zgodbe Stare trte vključuje spletno mesto tudi spletno vinoteko Hiše Stare trte z največjim izborom najboljših štajerskih vin.

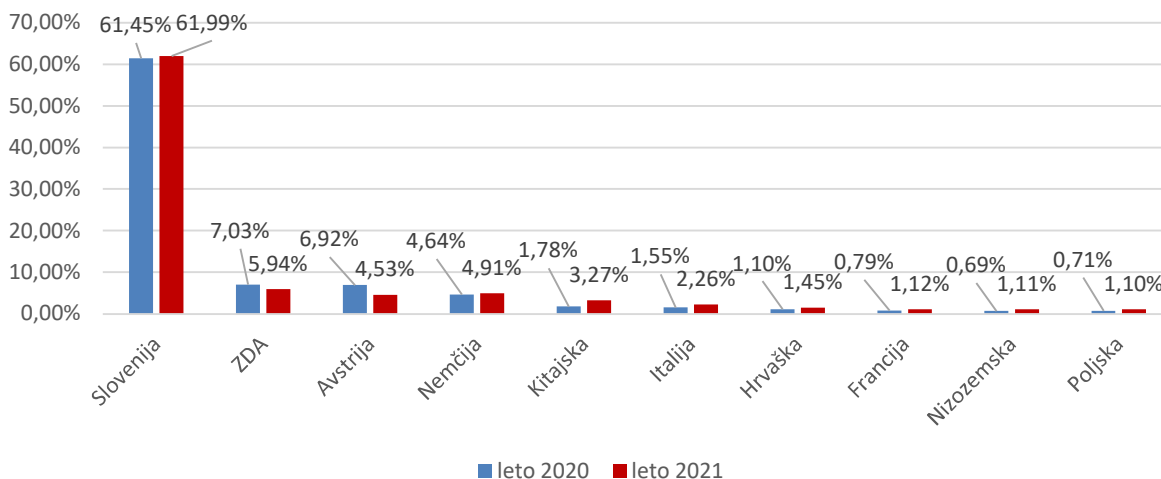


V letu 2021 smo na spletnem mestu staratrrta.si zabeležili 18.953 uporabnikov (2,8 % več kot v letu 2020) in 66.462 ogledov strani (3,8 % manj kot v letu 2020).



Grafa prikazujeta primerljivo število uporabnikov in ogledov v letih 2020 in 2021.

Uporabniki na spletni strani staratrta.si - demografski podatki 2020/2021



Velika večina uporabnikov na spletnem mestu v letu 2021 je bilo slovenskih (62 %), sledili so jim uporabniki iz ZDA, Avstrije, Nemčije, Italije, Kitajske in drugi.

Najbolj gledane spletne strani so bile:

- stran Spletna vinoteka / Vina,
- vstopna stran,
- vstopna stran (EN jezik)
- stran Spletna vinoteka / Vina (EN jezik)
- stran Avtohtone vinske sorte,
- stran Spletna vinoteka / Darilna ponudba.

Večina uporabnikov je za ogled spletne strani uporabila **mobitel (54 %)**, sledijo računalniki (44 %) in tablice (2 %).

2.1.5 DRUŽBENA OMREŽJA STARE TRTE

➔ DOSEŽENI UČINKI

Kvalitativni: Dvig prepoznavnosti in imidža Stare trte.

Kvantitativni: Doseg Facebook profila Stara trta je bil 98.194 uporabnikov.

Finančni: Pospeševanje prodaje na spletni strani staratrta.si s kliki iz družbenih omrežij na spletno stran oz. spletno vinoteko.

Facebook profil Stara trta / World`s Oldest Vine

V letu 2021 smo ustvarili 106 objav. V letu 2021 je število sledilcev poraslo za 12 %, ob koncu leta jih je bilo

2348. Največ obiska na FB strani je bilo meseca septembra. Skupni doseg objav v letu 2021 je bil 98.194. Večina sledilcev je iz Slovenije (72 %), skoraj polovica le-teh je iz Maribora (45 %).



Facebook objava z največjim dosegom je bila na temo promocijskih nagradnih iger.

Instagram profil World's Oldest Vine

V letu 2021 smo ustvarili 46 objav. Ob koncu leta 2021 je bilo število vseh sledilcev 375. Objave so dosegle 12.230 oseb.



Top 5 objav na Instagram profilu Stara trta

2.1.6 PREDSTAVITVE

→ DOSEŽENI UČINKI

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

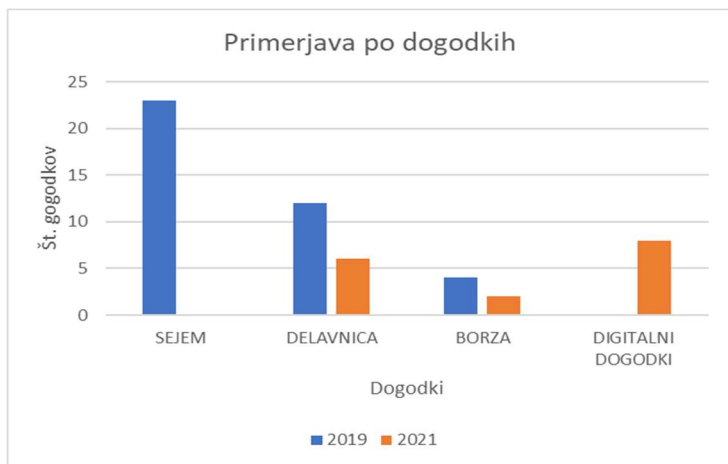
Kvantitativni: Zaradi oteženega delovanja v turizmu, ko so agencije in touropraterji zadržano lansirali programe za skupine, smo zasledovanje cilja, da bomo v letu 2021 pridobili nove baze kontaktov tujih touroperaterjev in dosegli vključitev mariborske turistične ponudbe v vsaj pet programov domačih in tujih turističnih agencij, uspešno preusmerili v nagovarjanje in posledično povečan obisk individualnih tujih gostov.

Finančni: Dvig prometa v Hiši Stare trte in v TIC Maribor.

Zavod za turizem Maribor je v letu 2021 aktivno predstavljal Maribor in širšo destinacijo na **osmih (8) digitalnih dogodkih, dveh (2) borzah in šestih (6) delavnicah** na naslednjih tržiščih: v Sloveniji, Avstriji, Nemčiji, Švici, Italiji, Franciji, Srbiji, v državah Beneluksa ter na Češkem, Slovaškem, Madžarskem.

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

- **FVW virtual counter days** / Nemčija, februar
- **Slovenia Tourist Board - Webinar France** / Francija, marec
- **WEBINAR Turizem 4.0** / Nemčija, april
- **Feel Slovenia Business Date DACH** / Nemčija, Avstrija, Švica, april
- **Feel Slovenia Business Date MICE** / EU države, april
- **FVW virtual counter days** / Nemčija, april
- **Digital Ferien-Messe Wien Summer Edition** / Avstrija, maj
- **Feel Slovenia Business Date V4** / Češka, Slovaška, Poljska, Madžarska, maj
- **Feel Slovenia Business Date Benelux in Francija** / Benelux in Francija, maj
- **Poslovna borza Conventa Ljubljana** / Slovenija, 25. - 26. avgust 2021
- **Webinar St. Petersburg** / Rusija, avgust
- **SIW 2021** / SLO borza, september
- **Workshop Beograd** / Srbija, september
- **Workshop Budimpešta** / Madžarska, september
- **Workshop Nürnberg in Frankfurt** / Nemčija, november
- **Workshop Antwerp** / Belgija, 9. december 2021
- **Workshop Dubai** / ZAE, september
- **Predstavitev Hiše Stare trte na odprtju posebne razstave v Umetnostni galeriji Képtár, v pobratenem mestu Sombotel na Madžarskem** / Madžarska, september
- **promocija v Slovenia Center Praga** / Češka, skozi celo leto

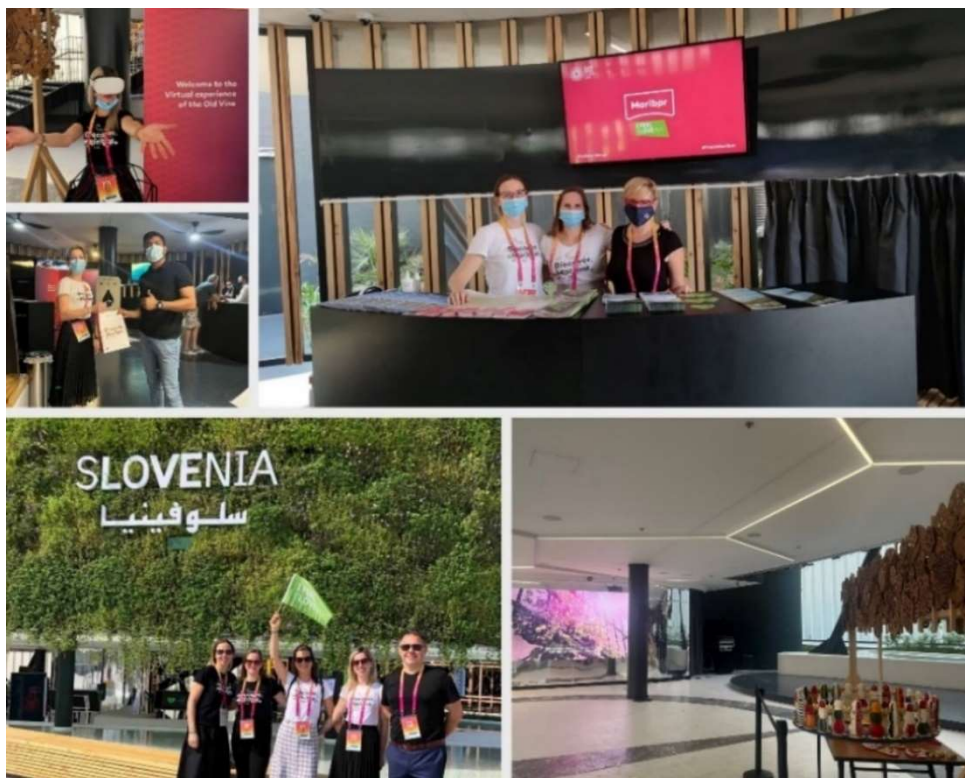


Primerjava izvedenih aktivnosti v letu 2019 in 2021 – zaradi omejitev v povezavi z epidemijo oz. pandemijo sta se občutno spremenila tako obseg kot način predstavitev, največjo razliko je zaznati pri sejamskih predstavitev, saj sejmi v letu 2021 sploh niso bili izvedeni (v letu 2019 je bilo stanje naslednje: 23 sejmov, 12 delavnic, 4 borze, 0 digitalnih dogodkov).

Nastop Maribora na EXPO 2020 v Dubaju

Osrednja predstavitevna aktivnost, nastop Maribora na svetovni razstavi EXPO 2020 v Dubaju, se je odvila med 22. in 26. oktobrom 2021. Mariborsko delegacijo so sestavljali predstavniki **MO Maribor, Zavoda za turizem Maribor (ZTM) in Regionalne razvojne agencije Podravje - Maribor.**

Cilj predstavitve ZTM je bil vzbuditi pozornost tako zainteresirane kot splošne javnosti ter z zanimivimi in edinstvenimi vsebinami podpreti aktivnosti celotne mariborske delegacije.



Osrednji elementi predstavitve ZTM so bili umetniška instalacija Stare trte, virtualna očala, preko katerih so obiskovalci paviljona doživeli 450-letno zgodbo najstarejše trte na svetu, in promocijski video, ki smo ga predvajali na več zaslonih v paviljonu.

Rdeča nit naštetih elementov je **ponazarjanje edinstvenih lokalnih zgodb z globalnim potencialom**, kar je

tudi ključno sporočilo našega mesta, in ponazarjanje tem, kot so trajnost, digitalizacija, povezovanje in avtentičnost. Na pobudo predstavnikov slovenskega paviljona je umetnika instalacija Stare trte ostala v paviljonu tudi po koncu mariborske predstavitve.



Namen promocijskega videa »Maribor @ Expo 2020 Dubai« je bil pokazati mesto edinstvenih lokalnih zgodb z globalnim potencialom. Številni odzivi na video so bili izvrstni, njegova objava na kanalih Visit Maribor pa je zabeležila rekorden doseg.

Predstavitve in nastopi mariborske vinske kraljice



Mariborska vinska kraljica je promotorka štajerskih vinarjev ter vinske in gastronomske ponudbe Maribora in okolice.

Aktualna Mariborska vinska kraljica je **Neža Jarc**, ki je v letu 2021 izvedla promocijske nastope na naslednjih predstavitev, dogodkih in prireditvah:

- Rez vaške trte v Svečini,
- Rez Stare trte (snemanje video prispevka),
- Salon Sauvignon,
- Dan odprtih kleti Vodole,
- 40. obletnica prvega rosé vina v Sloveniji,
- Praznik odprtih kleti Svečina,
- Vinsko lentanje v času Festivala Lent,
- snemanje za Planet TV v sklopu kampanje "Zdaj je čas. Moja Slovenija",
- postavitve klopota pred Hišo Stare trte,
- postavitve klopota v Juriju,
- dogodek pred Hišo Stare trte »Glasbeni duet Akustični orgazem in druženje z mariborsko vinsko kraljico,
- obisk vinskega kraljestva na Bizeljskem,

- Poletje na Kogu,
- neformalno srečanje generalnih direktorjev za gozdarstvo EU pred Hišo Stare trte,
- otvoritev razstave »Sosed k sosеду« - »Szomszéd a szomszédhoz« v galeriji Képtár v Sombotelu na Madžarskem,
- Kmečki praznik v Svečini,
- Promenada okusov v Mariboru,
- 35. Svečana trgatev najstarejše trte na svetu.

2.2 PROMOCIJSKI PROJEKTI

2.2.1 TURISTIČNI BONI

➔ DOSEŽENI UČINKI

Kvalitativni: Dvig prepoznavnosti Maribora kot destinacije za mestni in družinski (počitniški) oddih. Raznovrstnost Maribora (najstarejša trta na svetu, vrhunska gastronomija, bogata kultura in umetnost, zeleno zaledje Pohorja in vinskih gričev) predstaviti kot edinstveno prednost turistične destinacije.

Kvantitativni: Rast števila nočitev za 28 % v primerjavi z letom 2020; rast števila unovčenih turističnih bonov za 58 % v primerjavi z letom 2020.

Finančni: Rast vrednosti unovčenih turističnih bonov za 150 % v primerjavi z letom 2020. Dvig prihodkov drugih turističnih ponudnikov.

1. junija 2021 je Zavod za turizem Maribor lansiral **celotno turistično kampanjo Doživi Maribor**, ki je trajala do konca septembra 2021. Kampanja je tekla na slovenskem trgu in je skozi štiri prepoznavne mariborske ambasadorje – **športnika Filipa Flisarja (video)**, **glasbenico Majo Keuc (video)**, **kuharskega chefa Davida Vračka (video)** in **vplivnico Adrijano Dimec (video)** – predstavljala ključno turistično ponudbo Maribora z okolico.



Filip Flisar:
ODDIH V NARAVI, ADRENALIN



Maja Keuc:
KULTURA, MESTNI UTRIP



David Vračko:
VRHUNSKA GASTRONOMIJA



Adrijana Dimec:
DOŽIVETJA ZA DRUŽINE

Poleg dviga prepoznavnosti Maribora kot edinstvene turistične destinacije je bil cilj kampanje tudi **nagovarjanje slovenskih gostov k unovčitvi turističnih bonov pri lokalnih ponudnikih.**

Kampanja je potekala na on-line (družbena omrežja, digitalno oglaševanje) in off-line medijih (billboardi, digitalni citylighti, oglasi v tisku, TV oglaševanje).



Zavod za turizem Maribor
Tkalski prehod 4, 2000 Maribor

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



V okviru digitalnega dela kampanje so se oglasi skupno prikazali več kot **12-milijonkrat**. Za dodatno medijsko in PR aktivacijo smo v projekt vključili tudi **platforme HIT Radia Center** in njihova prepoznavna moderatorja **Ano Praznik** in **Korija**; preko štirih ambasadorev pa smo ponudbo Maribora komunicirali tudi preko »prijateljev ambasadorev«, ki so bili **športnik Rok Perko**, **igralec Domen Valič** in **vplivnica Eva Lozina (Nepopolna mama)**.



Zasnova kampanje je omogočala široko vključevanje ponudnikov – nastanitev, gostinskih storitev in turističnih doživetij ter organizatorjev prireditev in drugih s turizmom povezanih ponudnikov – kot ambasadorki našega mesta pa smo lahko del kampanje vsi Mariborčani in okoliški prebivalci.

2.2.2 UEFA U-21

→ DOSEŽENI UČINKI

Kvalitativni: Širjenje prepoznavnosti Maribora kot odlične destinacije za organizacijo športnih tekmovanj na najvišji ravni in kot mesta z izjemnim športnim značajem, predvsem na področju nogometa.

Kvantitativni: /

Finančni: /

Maribor je bil v letu 2021 eden od štirih slovenskih gostiteljev Evropskega nogometnega prvenstva U21, največjega nogometnega dogodka v Sloveniji. Otvoritvena tekma turnirja je potekala v Mariboru 24. marca 2021 med Slovenijo in Španijo, v Mariboru sta sledili še dve tekmi skupinskega dela: 27. marca med Španijo in Italijo ter 30. marca med Italijo in Slovenijo.

Zaradi številnih omejitev zaradi epidemije so se **tekme odvale brez gledalcev na stadionih in posledično tudi z manjšo odmevnostjo v javnosti ter med domačini in potencialnimi obiskovalci mesta.**



ZTM je nudil komunikacijsko podporo ključnim deležnikom projekta (UEFA, STO in MOM) in predstavljal Maribor kot najbolj nogometno in športno mesto pri nas. Soorganizirali smo tudi spremljevalni dogodek, ki se je 29. maja 2021 odvil v mestnem jedru (Trg svobode), in sicer turnir v igranju FIFA video konzol.

2.2.3 ŠPORTNE PRIREDITVE IN AKTIVNOSTI NA PROSTEM

→ DOSEŽENI UČINKI

Kvalitativni: Pozicioniranje Maribora kot vrhunskega gostitelja športnih dogodkov, dvig prepoznavnosti Maribora kot destinacije za športni oddih in aktivno preživljanje prostega časa.

Kvantitativni: Dvig realizacije nočitev in prihodov gostov iz naslova prirejanja športnih prireditev.

Finančni: Dvig prihodkov mariborskih hotelirjev in drugih ponudnikov turističnih storitev iz naslova prirejanja športnih prireditev/tekmovanj.

Zavod za turizem Maribor je v letu 2022 promoviral blagovno znamko destinacije Maribor in mariborsko turistično ponudbo v okviru promocijskega oz. oglaševalskega prostora naslednjih športnih dogodkov:

- **mednarodne nogometne tekme NK Maribor** (oglaševanje na LED panojih),
- **evropski in svetovni pokal v gorskem kolesarstvu na Pohorju** (postavitev napisa #visitmaribor na prizorišču, TV oglaševanje kolesarskega turizma),
- **Rally Štajerska 2021** (doživetje Maribora iz starodobnika za nagrajence nagradne igre na Facebook strani Visit Maribor),
- **Laško Pohorski smuk** (postavitev napisa #visitmaribor na prizorišču, objave o mariborski turistični ponudbi na družbenih omrežjih organizatorja).



2.2.4 DIGITALNE KAMPANJE

→ DOSEŽENI UČINKI

Kvalitativni: Dvig prepoznavnosti in imidža Maribora kot preferenčne destinacije za turistični obisk.

Kvantitativni: Z digitalnim oglaševanjem smo v letu 2021 prikazali skupno 18.382.733 oglasov, dosegli skupno 1,6 milijona uporabnikov in zabeležili 143.437 klikov (13 % več kot v letu 2020) na spletnih straneh visitmaribor.si in staratrta.si. Za namene promocije turistične ponudbe v Mariboru in okolici smo izvedli 14 digitalnih kampanj.

Finančni: Ustvarjanje prometa na spletni strani Visit Maribor z nakupi doživetij in izdelkov ter rezervacijami

nastanitev.

- **Spletna vinoteka Stare trte, virtualno doživetje najstarejše trte na svetu, Vinsko LENTanje in Petkovi vinski večeri:**

V času zaprtja države zaradi epidemije covid-19 (med 1. in 12. aprilom 2021) smo na Facebook-u na slovenskem in avstrijskem trgu promovirali spletno vinoteko Hiše Stare trte. Oglasi so bili prikazani 39.660-krat, od tega smo dosegli 18.832 uporabnikov in 772 klikov na spletno stran staratrt.si. V tem času smo zabeležili povečano spletno prodajo v spletni trgovini.

Med 14. julijem in 31. avgustom smo na Facebook-u na slovenskem in avstrijskem trgu promovirali virtualno doživetje najstarejše trte na svetu. Oglasi so bili prikazani 452.201 krat, od tega so dosegli 104.544 uporabnikov in 2.165 klikov na spletno stran visitmaribor.si.

Med 21. junijem in 3. julijem smo na Facebook-u na slovenskem trgu promovirali Vinsko LENTanje in med 7. julijem in 7. avgustom Petkove vinske večere pred Hišo Stare trte. Oglasi so bili prikazani 281.871 krat, dosegli smo 74.513 uporabnikov in 2.592 klikov na spletno stran visitmaribor.si.



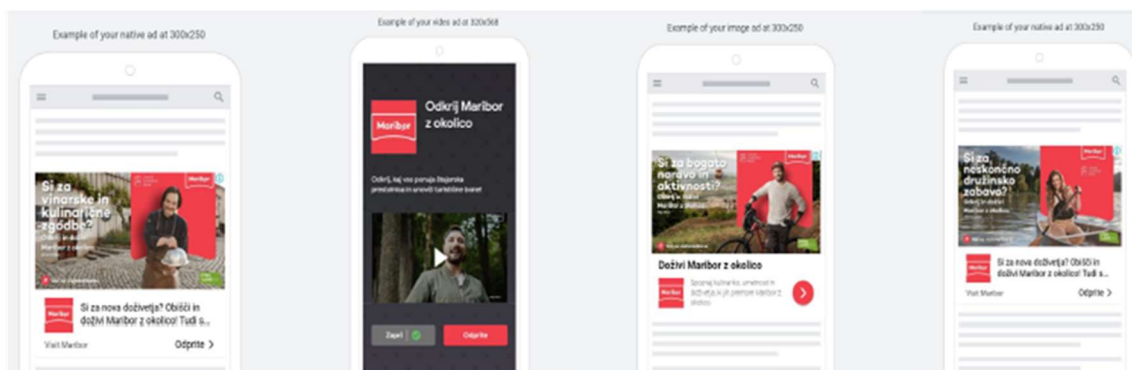
- **Image oglaševanje Kolektivne blagovne znamke Naše najboljše**

Med 21. julijem in 21. avgustom smo sponzorirali image objavo na temo kolektivne blagovne znamke Naše najboljše na Facebook-u. Oglasi so bili prikazani 68.857 krat, dosegli so 25.800 uporabnikov in 759 klikov na spletno stran visitmaribor.si.



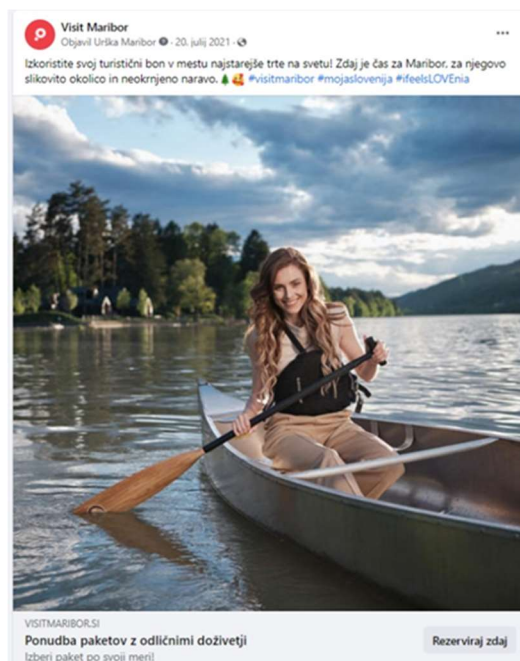
- **Digitalna kampanja Doživi Maribor (z ambasadorji Filipom Flisarjem, Majo Keuc, Adrijano Dimec in Davidom Vračkom)**

ZTM je izvedel digitalno kampanjo za promocijo ključnih turističnih produktov **gastronomija, kultura in outdoor** s poudarkom na raznovrstnih doživetjih, ki jih omogoča neposredna bližina mesta. Kampanja je potekala od 1. junija do 30. septembra 2021 na **slovenskem** preko družbenega omrežja Facebook, iskalnika Google, Youtube kanala in nativnega oglaševanja. Oglasi so se skupno prikazali več kot 12 milijonov krat, od tega smo dosegli 634.302 uporabnika in 81.283 klikov na spletno stran visitmaribor.si. V tem časovnem obdobju smo zaznali porast klikov na spletne strani, e-maile in telefonske številke ponudnikov, porast povpraševanj za nastanitve in prijav na e-novice. **sofinancirano s strani STO*



- **Koriščenje turističnih bonov v Mariboru in okolici**

Sponsorirali smo Facebook objavo paketov za koriščenje turističnih bonov v času od 20. julija do 20. avgusta 2021 na slovenskem trgu. Objava z naborom paketov ponudnikov je bila prikazana 99.569 krat, dosegla je 49.552 uporabnikov in 1.177 klikov na visitmaribor.si.



- **Oglaševanje dogodkov in prireditev**

ZTM je izvedel digitalno promocijo dogodkov in prireditev v času med 5. avgustom in 23. septembrom 2021 na slovenskem trgu (Muzika na Bolfenku, Restart tour Maribor, Opera noč) preko družbenega omrežja Facebook. Na avstrijskem trgu smo sponsorirali objavo za Festival Maribor. Oglasi so se prikazali 181.998 krat, dosegli so 83.615 uporabnikov in 3.696 klikov na spletno stran visitmaribor.si.



- **Video za promocijo Mariboru na Expo 2020 v Dubaju**

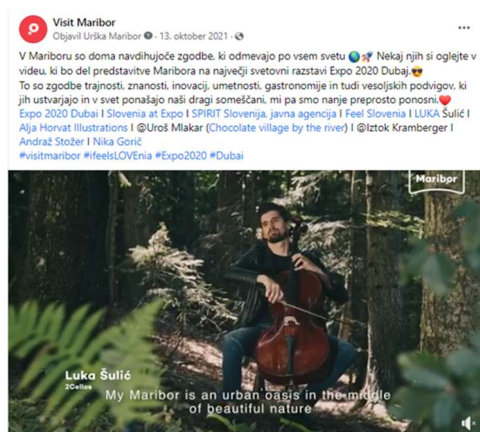
Sponsorirali smo Facebook objavo z videom, s katerim smo predstavljali Maribor na svetovni razstavi



Zavod za turizem Maribor
Tkalski prehod 4, 2000 Maribor

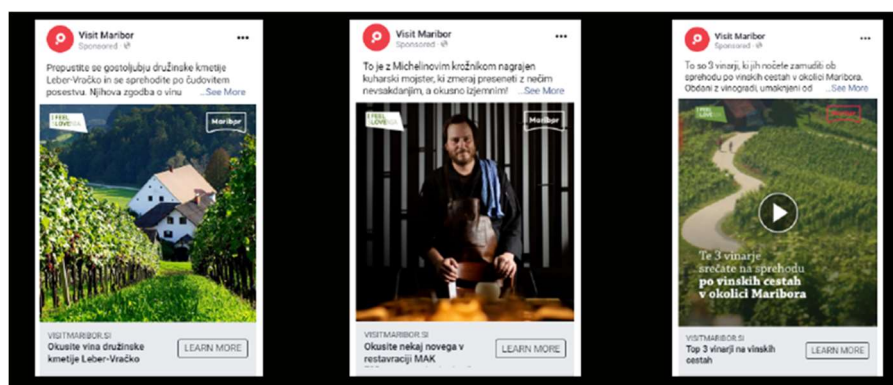
➔ T +386 (0)2 234 66 00
➔ E zzt@maribor.si

Expo 2020 v Dubaju. Oglas se je prikazal 135.438 krat, z plačano objavo smo dosegli 101.893 uporabnikov.



- **Digitalna kampanja Gastronomska jesen v Mariboru**

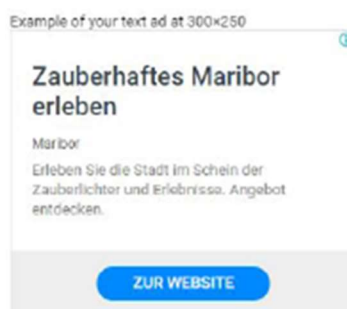
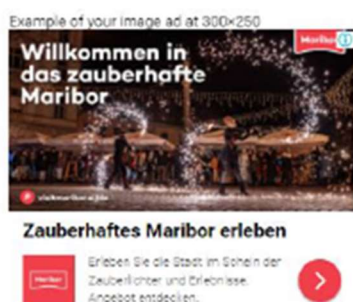
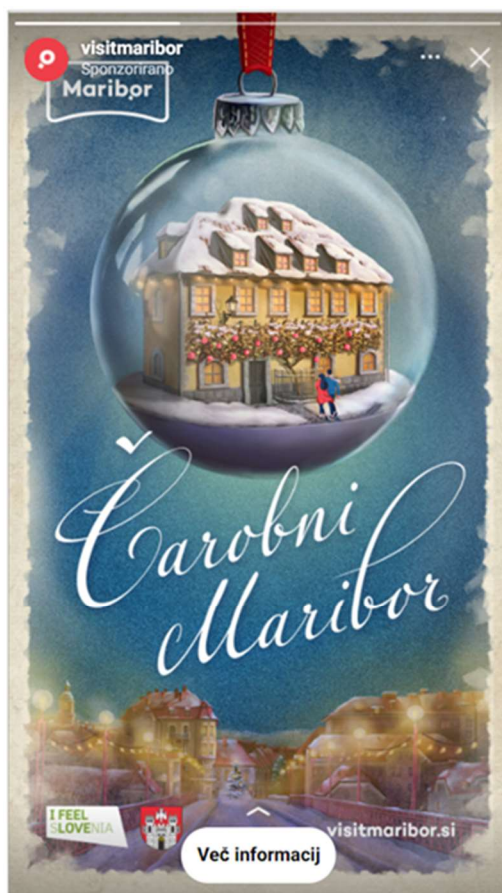
Med 24. septembrom in 12. novembrom 2021 smo izvedli digitalno kampanjo na slovenskem in avstrijskem trgu s poudarkom na vinsko-kulinaričnih doživetjih. Zaznali smo **porast spletnega nakupa vinsko-kulinaričnih doživetij** in obiska podstrani Vino in kulinarike. Oglaševanje je potekalo preko Facebook-a, Google-a (10.800 prikazov oglasov) in sožitnega oglaševanja (zakup medijskega prostora na drugih relevantnih kulinaričnih portalih). Na Facebook-u smo dosegli okoli 3 milijone prikazov oglasov in 327.131 uporabnikov. Skupno smo zabeležili 35.079 klikov na spletno stran visitmaribor.si.



- **Digitalna kampanja Čarobni Maribor**

Med 26. novembrom in 29. decembrom 2021 smo v Sloveniji in Avstriji oglaševali dogajanje v Čarobnem Mariboru. Kampanja je potekala na družbenih omrežjih Facebook in Instagram. Oglasi so se prikazali 526.905 krat, dosegli smo 183.962 uporabnikov in 6.948 klikov na spletno stran. Zabeležili smo porast ogleda podstrani Čarobni Maribor.

Med 10. in 30. decembrom smo v sodelovanju z digitalno agencijo preko Google-a targetirali vse **nemško govoreče obiskovalce** [oglasa korporacije McDonalds](#), [posnetega v Mariboru](#). Oglasi so bili prikazani 1.594.252 krat, dosegli smo 8.966 klikov na visitmaribor.si/de/.



2.3 HIŠA STARE TRTE

2.3.1 HIŠA STARE TRTE

→ DOSEŽENI UČINKI

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

Kvantitativni: V letu 2021 smo v hiši Stare trte zabeležili 67 % rast števila obiskovalcev glede na 2020.

Finančni: V letu 2021 smo v Hiši Stare trte ustvarili 88 % rast prometa od prodaje blaga in storitev glede na 2020.

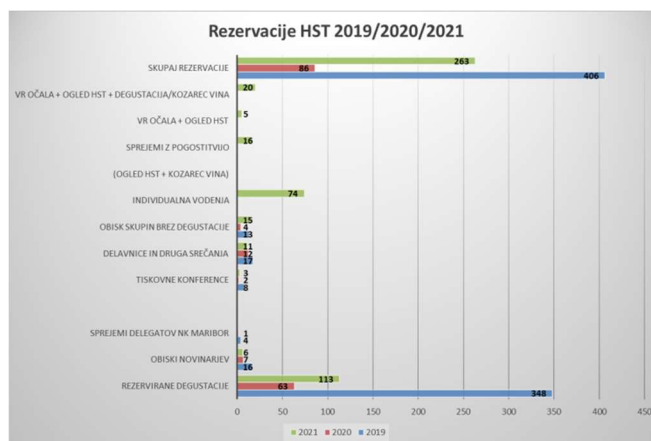
Odpiralni čas pred epidemijo

Pred epidemijo novega koronavirusa je bila Hiša Stare trte odprta vse dni v letu, in sicer od maja do septembra med 9. in 20. uro in od oktobra do aprila med 9. in 18. uro. Skrajšan delovni čas je veljal le med božično-novoletnimi prazniki.

Odpiralni čas v letu 2021

- 1. 1. – 10. 2. 2021: zaprto
- 11. 2. do 31. 3. 2021: od 10. do 18. ure; sobote, nedelje in prazniki: zaprto
- 1. 4. do 11. 4. 2021: zaprto
- 12. 4. do 23. 4. 2021: od 10. do 18. ure; sobote, nedelje in prazniki: zaprto
- 24. 4. – 30. 6. 2021: pon. – sob.: od 10. do 18. ure; nedelje in prazniki: od 10. do 16. ure
- 1. 7. do 30. 9. 2021: pon – sre: od 10. do 18. ure in čet – sob: od 10. do 20. ure; nedelje in prazniki: od 10. do 16. ure
- 1. 10. – 31. 12. 2021: pon. – sob.: od 10. do 18. ure; nedelje in prazniki: od 10. do 16. ure

Rezervirani dogodki (degustacije, sprejemi)

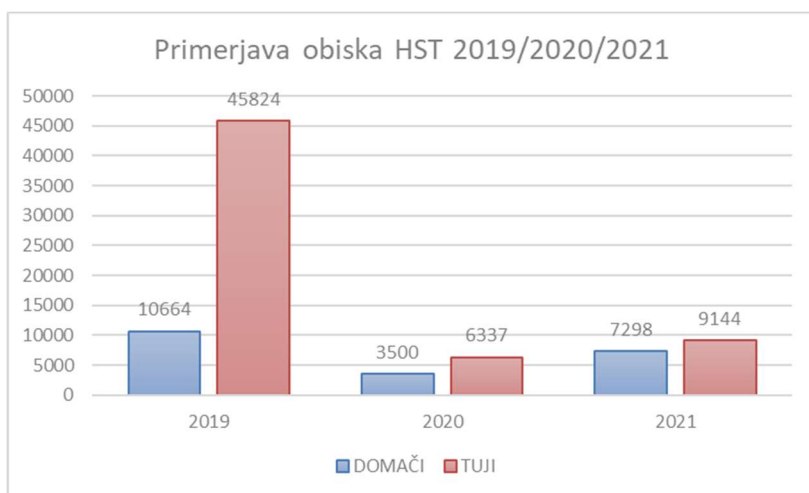


V primerjavi z letom 2020 znova beležimo rast rezerviranih obiskov skupin in individualnih gostov, in sicer za kar 424 %. Največ gostov je predhodno rezerviralo ogled Hiše Stare trte z degustacijo lokalnih vin.

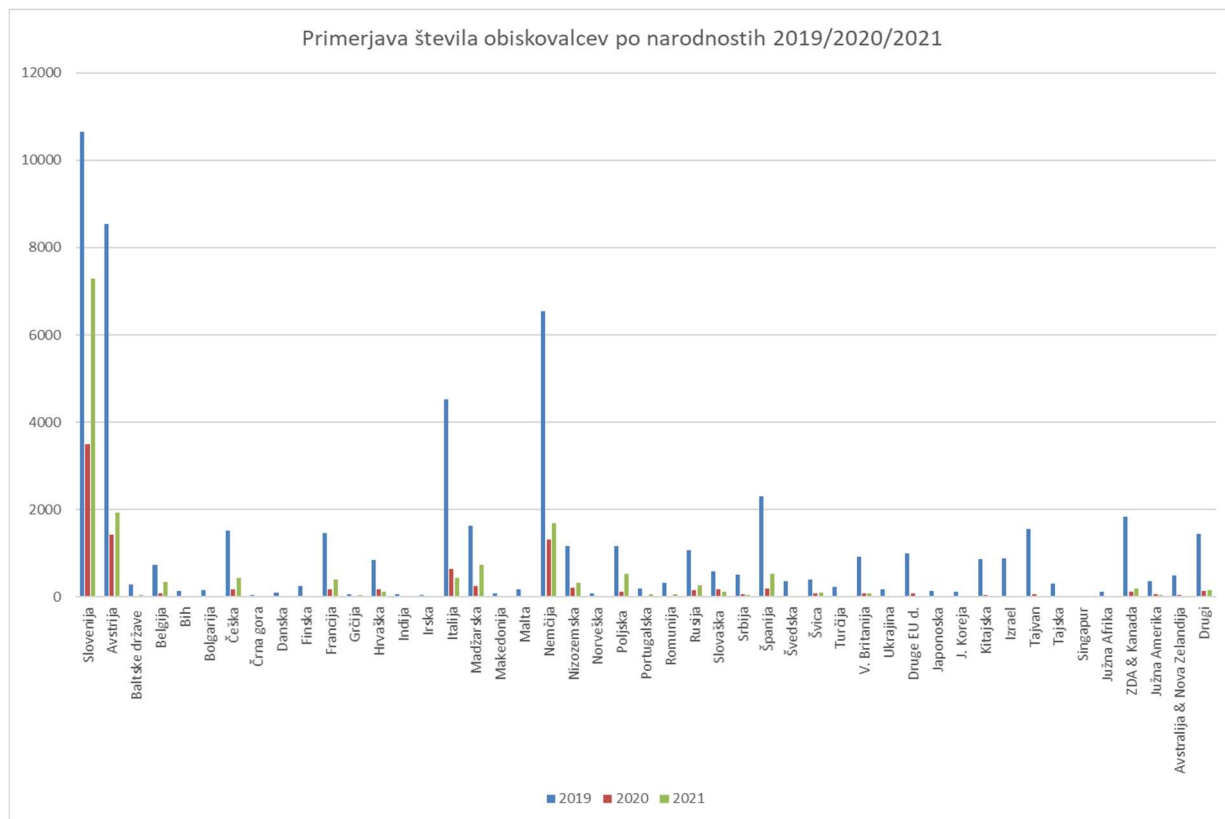
Statistika obiskovalcev

V letu 2021 je Hišo Stare trte obiskalo **16442 gostov**, od tega **7298 (44,4 %) domačih** in **6337 (56,6 %) tujih**. Glede na leto 2020 beležimo **67 % rast obiska**. Še zmeraj pa beležimo upad obiska glede na leto 2019 pred epidemijo. Upad je, kot v prejšnjem letu, posledica epidemije novega koronavirusa, kar je privedlo do tega, je bila Hiša Stare trte tudi v letu 2021 skoraj dva meseca zaprta.

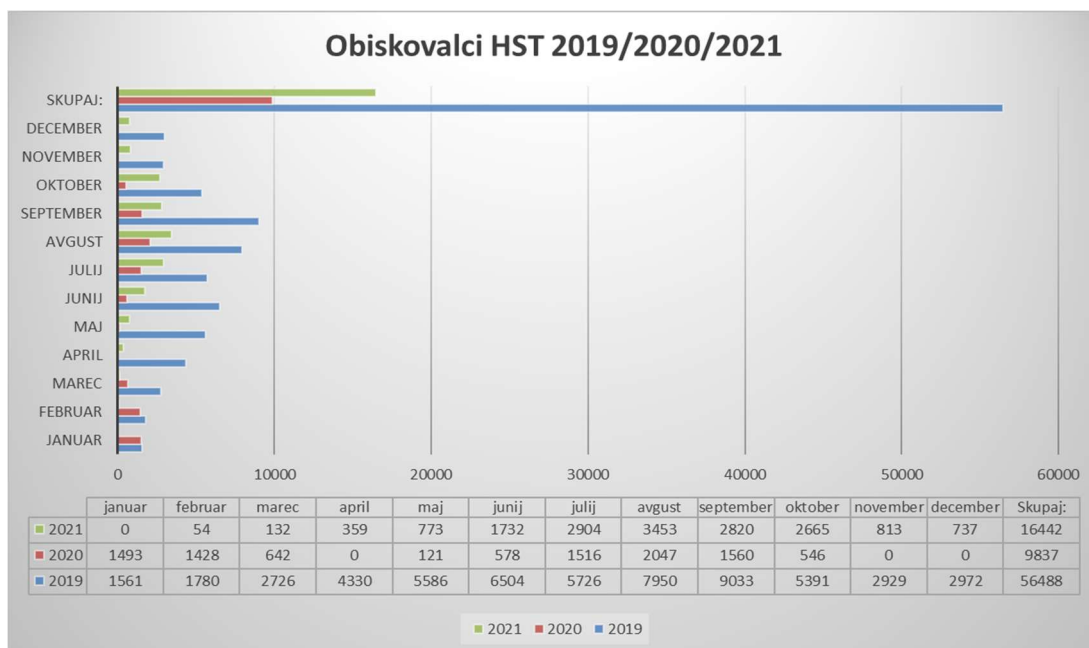
Večina gostov nas je obiskala v **poletnih mesecih**, ko so bili ukrepi delno sproščeni. Gostje so bili pretežno iz **bližnjih evropskih držav**, prav tako beležimo **porast slovenskih gostov**. To je gotovo pripisati epidemiji in ukrepu dobroimetja s turističnimi boni.



Delež domačih gostov je letos znašal nekaj več kot 44 %, v lanskem letu je ta delež znašal 36 % celotnega letnega obiska.



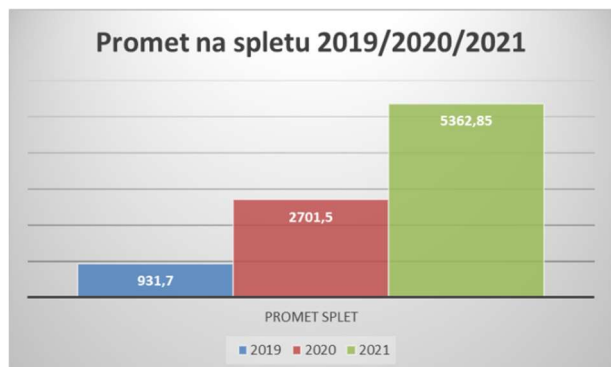
Za Slovenci predstavljajo Avstrijci, Nemci, Madžari, Španci, Poljaki, Italijani in državljani Republike Češke največji delež obiskovalcev v letu 2021, kar je primerljivo tudi s prejšnjimi leti.



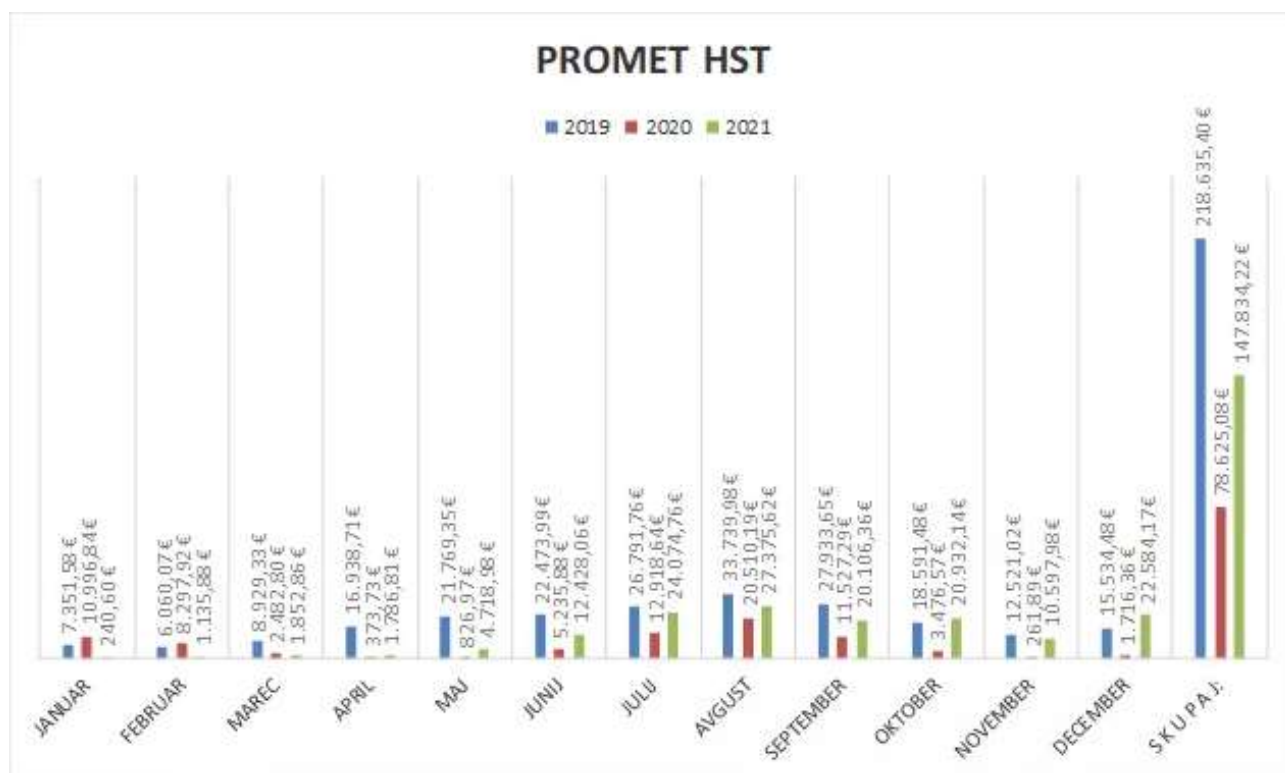
Vrhunec obiska tudi v letu 2021 beležimo v poletnih mesecih. Največ obiskovalcev smo zabeležili avgusta, ko nas je obiskalo 3453 obiskovalcev ter meseca julija, ko smo zabeležili 2904 obiskovalcev.

Promet

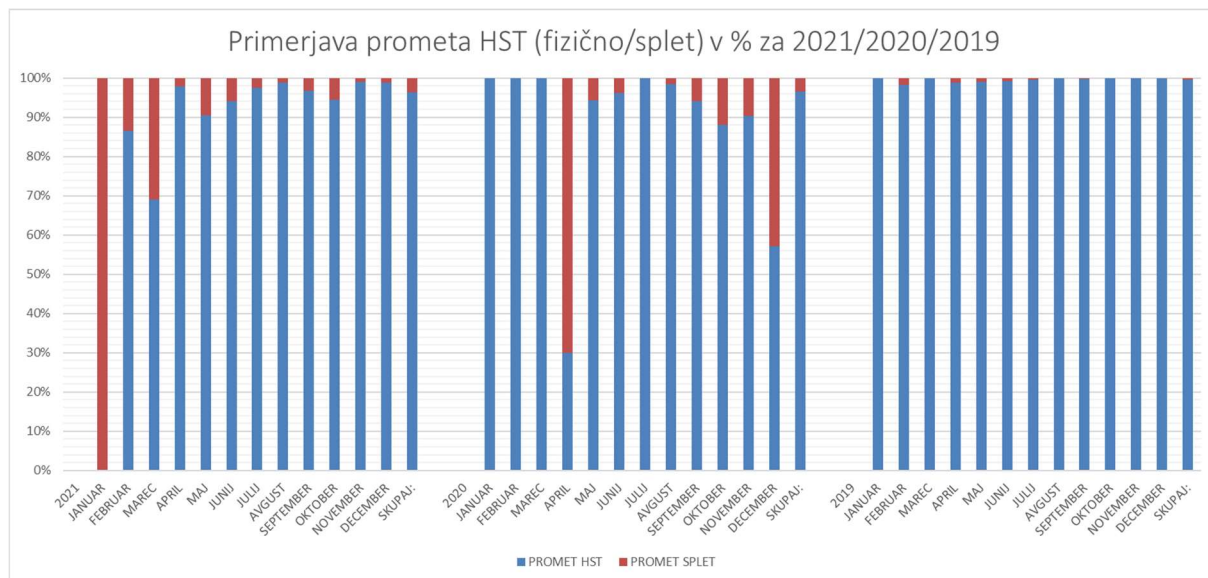
V primerjavi z letom 2020 smo leta 2021 zabeležili 88 % rast prometa iz naslova prodaje blaga in storitev. Največ prometa smo ustvarili v poletnih mesecih (julij in avgust), ko smo tudi beležili največji obisk gostov in so tudi ukrepi, vezani na preprečevanje okužb s koronavirusno boleznijo, bili najmilejši.



V letu 2021 smo v primerjavi z letom 2020 zabeležili porast spletne prodaje v višini 2.661,35 EUR (+ 199%).



Tudi v letu 2021 smo največ prometa ustvarili iz naslova prodaje vina in vinskih degustacij, in sicer kar 88 %. Na drugem in tretjem mestu po številu prodanega blaga so spominki in lokalni prehranski izdelki.



Delež spletne prodaje je bil najvišji v januarju, ko je bila Hiša Stare trte bila zaradi epidemije zaprta. Največ prometa preko spleta pa smo zabeležili v oktobru in juniju.

2.3.2 RAZŠIRITEV PONUDBE HIŠE STARE TRTE

→ DOSEŽENI UČINKI

Kvalitativni: Razširitev ponudbe Hiše Stare trte s kavo.

Kvantitativni: V letu 2021 smo v Hiši Stare trte prodali 900 kav.

Finančni: Dopolnjena ponudba je vplivala na povečanje prihodkov iz naslova prodaje blaga in storitev v Hiši Stare trte.

Ponudbo Hiše Stare trte smo v letu 2021 dopolnili s ponudbo kave. Za pripravo le-te smo se udeležili izobraževanja za pripravo kavnih napitkov. Še naprej smo pretežno izvajali vinske degustacije in postrežbo vin na kozarec.

2.3.3 DIGITALIZIRANO DOŽIVETJE Z VR OČALI V HIŠI STARE TRTE

→ DOSEŽENI UČINKI

Kvalitativni: Povečanje prepoznavnost Hiše Stare trte skozi digitaliziran turistični produkt tj. VR doživetje 50-letne zgodbe najstarejše trte na svetu. Za doživetje prejeli tudi prvo nagrado Evropske mreže za kulturni turizem ter smo z njim nastopili na svetovni razstavi Expo 2020 v Dubaju. VR doživetje smo predstavili tudi v različnih medijskih (TV) prispevkih.

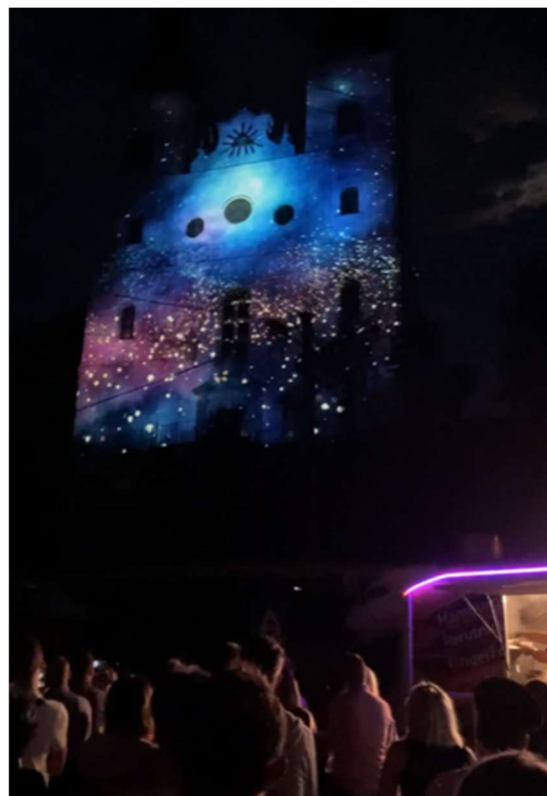
Kvantitativni: V letu 2021 smo prodali več kot 80 VR doživetij; skupaj s številnimi promocijskimi nastopi je VR doživetje preizkusilo okoli 1.200 oseb.

Finančni: Novo digitalizirano doživetje je vplivalo na obisk in dvig prometa Hiše Stare trte.

Doživetje 450-letne najstarejše trte sveta skozi virtualna očala je eden od rezultatov projekta Razvoj

turistične ponudbe destinacije Maribor - Pohorje, sofinanciranega v okviru Javnega razpisa za dvig kompetenc vodilnih turističnih destinacij in razvoj turistične ponudbe v vodilnih turističnih destinacijah v letih 2020 in 2021 Ministrstva za gospodarski razvoj in tehnologijo in Evropske unije iz Evropskega sklada za regionalni razvoj. **Za doživetje zgodbe najstarejše trte na svetu skozi virtualna očala je ZTM oktobra 2021 v Atenah prejel prvo nagrado Evropske mreže za kulturni turizem, ki mu jo je ta podelila v kategoriji digitalizacije v trajnostnem kulturnem turizmu na poti k pametnim destinacijam.**

V okviru digitalizacije kulturne dediščine smo bili v rednem kontaktu s strokovnjaki s področja tehnologije in varstva kulturne dediščine.



Ob VR doživetju v Hiši Stare trte sta bila rezultata skupnega projekta še interaktivna kulinarična miza v Mariborskem gradu (partner Pokrajinski muzej Maribor) in video mapping na pročelje cerkve s samostanom v Sveti Trojici (partner Občina Sveta Trojica v Slovenskih goricah).

2.3.4 DOGODKI HIŠE STARE TRTE

Vinsko-kulinarični večeri v Hiši Stare trte

Vinsko-kulinarični večeri v Hiši Stare trte so ena od programskih vsebin, ki jih je Zavod za turizem Maribor prijavil v projekt Slovenija, Evropska gastronomska regija 2021. Na ZTM smo načrtovali izvedbo naslednjih vinsko kulinaričnih dogodkov: Večer biodinamičnih vin ob krvavi luni, Večer šampanjcev in penečih vin, Večer konjakov in cigar. Načrtovanih vinsko-kulinaričnih dogodkov nismo izvedli zaradi neugodne epidemiološke

slike in posledično zaostrenih pogojev za izvedbo dogodka. Vsebinsko večerov smo tematsko izvedli v sklopu petkovih večerov v poletnih mesecih pred Hišo Stare trte.

Vinsko LENTanje

→ DOSEŽENI UČINKI

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

Kvantitativni: Prodali smo 2954 kuponov. Ocenjujemo, da je večere skupno obiskalo okoli 630 ljudi.

Finančni: Promet od prodaje kuponov je bil 5.908 EUR, dobiček Hiše Stare trte od prodaje kuponov je bil 2.954 EUR, celoten promet ob večerih za vse dni pa je bil 7.691,55 EUR.

Degustacije in predstavitve lokalnih vin in vinarjev so bili vsak dan v času Festivala Lent, in sicer med 25. junijem in 3. julijem 2021, skupno torej devet (9) večerov. Vinarji, ki smo jih povabili k sodelovanju, so izvedli degustacije pred Hišo Stare trte. Ob pokušinah so na bližnjem odru ob večerih potekali koncerti, organizirani s strani Narodnega doma Maribor.

Petkovi večeri

→ DOSEŽENI UČINKI

Kvalitativni: Dvig prepoznavnosti Hiše Stare trte na lokalni in globalni ravni. Večeri so bili dobro obiskani. Udeleževali so se jih stalni gostje Hiše Stare trte kot tudi drugi lokalni gostje vseh starostnih skupin. Nekateri večeri so obiskali tudi drugi vinarji ter gostje iz drugih mest in celo drugih držav.

Kvantitativni: Zabeležili smo okoli 50 obiskovalcev na dogodek.

Finančni: Skupen promet na vseh petkovih večerih je bil 5.963,20 EUR.

V poletnih mesecih smo pred Hišo Stare trte izvedli petkove vinsko-kulinarične večere ob glasbeni spremljavi, in sicer: Večer penin, Vinska vertikala ob spremljavi harfe, Dišeči večer vina in cvetja, Večer biodinamičnih vin, Vino in saksofon, Vinska in glasbena miksologija.



2.3.5 SODELOVANJE Z MUZEJEM NAJSTAREJŠE TRTE

→ DOSEŽENI UČINKI

Kvalitativni: Odprtje Muzeja najstarejše trte na svetu ni bilo realizirano v letu 2021. Sodelovanje in svetovanje s strani ZTM pri pripravi muzejskih vsebin in upravljanja je potekalo redno.

Kvantitativni: /

Finančni: /

ZTM je v sodelovanju z upraviteljem Muzeja najstarejše trte, Pokrajinskim muzejem Maribor aktivno sodeloval pri snovanju skupnega produkta Muzeja najstarejše trte in Hiše Stare trte. Sodelavci ZTM smo svetovali glede dodatne ponudbe ter o osnovnih konceptih upravljanja z muzejem.

2.4 PRIREDITVE V ORGANIZACIJI ZAVODA ZA TURIZEM MARIBOR

Zaradi epidemije koronavirusa je Zavod za turizem Maribor v letu 2021 načrtovane prireditve organiziral oz. soorganiziral **v zmanjšanem obsegu**. Kljub temu smo dogodke in doživetja, ki jih je bilo v luči prilagajanja številnim ukrepom in priporočilom za zaježitev širjenja novega koronavirusa mogoče realizirati, izpeljali **uspešno, tako vsebinsko kot organizacijsko**.

Večji del vsakoletnih prireditev smo v sodelovanju z lokalnimi ponudniki izpeljali v celoti, medtem, ko smo nekatere bili zavrženi zaradi aktualne epidemiološke slike in z njo povezanih ukrepov **primorani odpovedati: TOP gastronomski dogodek, Martinovanje v Mariboru in Dan pohorske omlete**. Izvedbo nekaterih dogodkov smo ustrezno prilagodili (**spletna Rez Stare trte**). Upravljanje Sejma starinarjev in Sejma rokodelcev je prešlo na podjetje Snaga oz. mestne nepremičnine.

2.4.1 ČAROBNI MARIBOR 2021

→ DOSEŽENI UČINKI

Kvalitativni: Kljub številnim omejitvam zaradi epidemije novega koronavirusa smo pozicionirali Maribor kot privlačno in varno praznično destinacijo. Izvedli smo praznične vsebine na Glavnem trgu in Trgu Leona Štuklja ter na mestnih ulicah. Promovirali smo vse ključne sklope Čarobnega Maribora.

Kvantitativni: V okviru gostinske ponudbe na Trgu Leona Štuklja je ZTM sklenil sodelovanje s štirimi (4) gostinci, v soorganizaciji Božičnega sejma na Glavnem trgu je sodelovalo 15 lokalnih ponudnikov. Organizirali smo sedem (7) obhodov pravljичnih likov po mestnem jedru. V obdobju 30 dni delovanja vrtiljaka je bilo prodanih 4.749 vstopnic.

Finančni: Dvig prihodkov ZTM in pospeševanje prodaje na stojnicah Božičnega sejma (vključno z vrtiljakom) in drugih mestnih ponudnikov blaga in storitev.

Prireditve Čarobni december v Mariboru je delovna skupina zaradi boljšega komunikacijskega izhodišča preimenovala v Čarobni Maribor. Sklop prazničnih prireditev se je začel s **prižigom lučk in svetlobnih skulptur** v mestnem jedru konec novembra. Ob prižigu luči smo posneli **promocijski video** okrašenega mesta z okolico, nastopi artistov in nagovorom gospoda župana.

Konec novembra smo na Glavnem trgu postavili **vrtiljak**, ki je dopolnjeval ponudbo **Božičnega sejma**, ki smo ga kot soorganizator izvajali s podjetjem Snaga d.o.o. Na sejmu smo zagotavljali dve hiški prejemnikom certifikata Naše najboljše. Ob Božičnem sejmu smo postavili razstavo Moj čarobni Maribor. Na Trgu Leona Štuklja smo konec novembra postavili **štiri hišice za gostinsko ponudbo**, ki smo jo nameravali obogatiti tudi s koncerti. Zaradi epidemioloških razmer smo morali v začetku decembra odpovedati koncerte in tudi gostinsko ponudbo (prepoved obratovanja). V mesecu decembru smo obogatili mestni utrip **s kočijo z lipicanci**, za otroke pa smo organizirali **obhode palčkov in jelenčkov ter ledene kraljice**. Uredili smo tudi priklope na električno omrežje za drsališče, ki smo se ga zaradi negotovih razmer odpovedali. Pred Hišo Stare trte smo organizirali četrtkove večere z lokalnimi vinarji in ponudbo domačega kuhanega vina.

V luči povezovanja z Javnim holdingom Maribor smo v času Čarobnega Maribora v sodelovanju z Mariborskim vodovodom soorganizirali **obeležitev 120 let vodoskrbe v Mariboru**: na Rotovškem trgu smo otvorili razstavo in postavili **ledeno skulpturo**, ki je razveseljevala obiskovalce mesta vse do konca leta.





MESTNE PRIREDITVE V ČAST STARI TRTI

2.4.2 REZ STARE TRTE

→ DOSEŽENI UČINKI

Kvalitativni: Dvig prepoznavnosti Maribora kot mesta najstarejše trte na svetu v slovenskem in mednarodnem okolju. Povezovanje MO Maribor in Hiše Stare trte s partnerskimi mesti, občinami in ustanovami doma in na tujem na protokolarni ravni.

Kvantitativni: S tremi (3) novimi prejemniki cepiča Stare trte smo razširili mrežo mest, krajev oz. držav, v kateri raste potomka najstarejše trte sveta.

Finančni: /

Rez Stare trte je uvodna prireditev v sklopu dogodkov, ki jih v Mariboru skozi leto namenjamo znameniti najstarejši trti na svetu. Obrezovanje trte je najpomembnejše strokovno opravilo v vinogradu, saj sta od njega močno odvisna rast in pridelek. Hkrati je rez Stare trte tudi pomembnem protokolarni dogodek, na katerem mesto Maribor podari cepiče Stare trte izbranim prejemnikom.

V letu 2021 je bila prireditev zaradi epidemioloških ukrepov izpeljana virtualno oz. **preko spleta**: v sodelovanju z MO Maribor smo posneli video, v katerem so nastopili gospod župan, s skrbnik Stare trte in mariborska vinska kraljica, ki so simbolično predali cepiče naslednjim prejemnikom: **Občina Nazarje, Vinogradniško-sadjarsko turistično društvo Debeli hrib in Enogastronomsko društvo Madeira**. Kasneje smo cepiče prejemnikom poslali po običajni pošti. V [spletni posnetek](#) smo vključili tudi zahvale prejemnikov. Video smo objavili 20. aprila 2021, na 14. obletnico odprtja Hiše Stare trte, na družbenih omrežjih MO Maribor in Visit Maribor.

2.4.3 POSTAVITEV KLOPOTCA

→ DOSEŽENI UČINKI

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

Kvantitativni: /

Finančni: Pospeševanje prodaje blaga in storitev v Hiši Stare trte s postavitvijo edinstvenega in tradicionalnega elementa kulturne dediščine pred Hišo.



Na dogodku ob postavitvi klopotca so nastopili KUD Študent in KUD Event z glasbo in plesom, obiskovalce prireditve pa so nagovorili župan Mestne občine Maribor Saša Arsenovič, mariborska vinska kraljica Neža Jarc in skrbnik najstarejše trte na svetu Stane Kocutar. Ob zaključku uradnega dela prireditve je aktualna mariborska vinska kraljica Neža Jarc na stojnici predstavila vina, ki jih pridelujejo na njeni vinogradniški domačiji Jarc iz Svečine.

2.4.4 FESTIVAL STARE TRTE

→ DOSEŽENI UČINKI

Kvalitativni: Dvig prepoznavnosti Maribora kot mesta najstarejše trte na svetu. Dvig prepoznavnosti lokalnih ponudnikov s poudarkom na znamki Naše najboljšje.

Kvantitativni: Organizacija treh (3) tematskih vinskih večerov pred Hišo Stare trte z desetimi (10) ponudniki. Šest (6) sodelujočih lokalnih ponudnikov na prireditvi Svečana trgatav Stare trte in 16 ponudnikov znamke Naše najboljšje na tržnici na Glavnem trgu. Skupno število ponudnikov, vključenih v

Festival Stare trte je okoli 40.

Finančni: Dvig prihodkov ponudnikov, vključenih v izvedbo prireditve (sejem na Glavnem trgu, vinsko kulinarčni večeri, ponudniki na trgatvi).

Festival Stare trte je vinsko, kulinarčni in kulturni poklon najstarejši trti na svetu. V letu 2021 smo izvedli **štiridnevni festival na dveh lokacijah**. Sejamski del s poudarkom **na znamki Naše najboljše** se je odvil v dveh dneh **na Glavnem trgu ob spremljavi lokalnih glasbenikov in jesenske dekoracije**. Vinsko-kulinarčna doživetja so potekala pred Hišo Stare trte tri dni, in sicer so bila tematsko razvrščena ter smiselno prepletena z uveljavljenimi glasbeniki. V času festivala smo organizirali razna doživetja, vožnjo s splavom in pred Hišo Stare trte, gostili smo tudi tradicionalni 37. Splavarski krst. Vrhunec festivala je bila trgatev najstarejše trte in njenih potomk. Prireditev je bila izvedena po načelu "zero waste": dosegla je **rekordno stopnjo ločeno zbranih odpadkov** v mreži Zero waste Slovenija (**98 %**). Trgatev so spremljale sejemske stojnice ter bogat kulturni program. Celoten festival je bil deloma zaznamovan z ukrepi za preprečitev širjenja novega koronavirusa (svečano trgatev smo prostorsko ogradili in na njej tudi preverjali izpolnjevanje PCT pogoja obiskovalcev).



DODATNE PRIREDITVE V SOORGANIZACIJI ZTM

2.4.5 MUZIKA NA BOLFENKU

→ DOSEŽENI UČINKI

Kvalitativni: Oživitev poletnega dogajanja na Mariborskem Pohorju in povezovanje različnih deležnikov pri obuditvi cerkvice sv. Bolfenka.

Kvantitativni: Osmih (8) koncertov se je udeležilo skupno 265 obiskovalcev, oblikovali smo dva (2) turistična paketa, ki sta vključevala storitve skupno petih (5) ponudnikov.

Finančni: /



Avgusta 2021 je ZTM v sodelovanju z MO Maribor Društvom za komorno glasbo Amadeus v cerkvi sv. Bolfenka na Pohorju priredil cikel koncertov poimenovanih Muzika na Bolfenku.

Koncerti so se odvijali **vsako soboto in nedeljo**, skupno je bilo osem (8) koncertov – prve štiri (4) je organiziral ZTM, druge štiri (cikel Odmev poletja) pa Društvo za komorno glasbo Amadeus.

Vstopnice za koncerte je bilo možno kupiti v TIC Maribor, preko spleta in pol ure pred začetkom koncerta v cerkvi sv. Bolfenka. Obisk koncerta v cerkvi sv. Bolfenka so obiskovalci **lahko dopolnili s kosilom in virtualnim doživetjem v Hiši Stare trte v okviru dveh turističnih paketov**, ki smo ju pripravili skupaj z lokalnimi ponudniki:

- Paket Koča na Bellevueju (paket vključuje povratni gondolski prevoz, kosilo v Koči Koča, koncert na Bolfenku in obisk HST),
- Paket Tisa (paket vključeni povratni gondolski prevoz, kosilo v Hotelu Tisa, koncert na Bolfenku in obisk HST (Tisa, Bolfenk).

2.4.6 DAN MARIBORA

→ DOSEŽENI UČINKI

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

Kvantitativni: Soorganizacija petih (5) dogodkov s koncerti (Piramida, Trikotna jasa, Meranovo, Sv. Urban, Malečnik).

Finančni: Dvig prometa Hiše Stare trte (prodajna stojnica na dogodku na Piramidi).

V okviru delovne skupine MO Maribor je ZTM soorganiziral dogodke na naslednjih lokacijah: Piramida, Trikotna jasa, Meranovo, Sv. Urban in Malečnik. Na Piramidi je Hiša Stare trte izvajala gostinsko ponudbo v sodelovanju z mariborsko vinsko kraljico. ZTM je izvajal tudi digitalno oglaševanje dogodka na kanalih Visit Maribor.



2.5 UPRAVLJANJE TURISTIČNIH PRODUKTOV

2.5.1 RAZVOJ NOVEGA BUTIČNEGA GASTRONOMSKEGA DOŽIVETJA

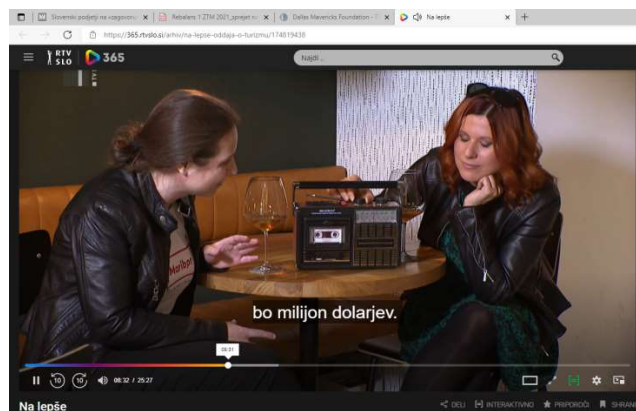
→ DOSEŽENI UČINKI

Kvalitativni: Razvoj novega edinstvenega doživetja v Mariboru na temo gastronomije in za segment zahtevnih gostov. V produkt poimenovan Rock 'n' roll okusov smo povezali tudi produkt partnerske organizacije, interaktivno kulinarično mizo Pokrajinskega muzeja Maribor.

Kvantitativni: Nov turistični produkt združuje storitve osmih (8) turističnih oz. s turizmom povezanih ponudnikov.

Finančni: Povečanje prihodkov ponudnikov, vključenih v doživetje.

V septembru smo razvili gastronomsko obarvano doživetje [Rock 'n'roll okusov \(video\)](#), s katerim se bomo v letu 2022 potegovali za naziv 5-zvezdičnega doživetja (Unique Experience), ki ga podeljuje Slovenska turistična organizacija. V doživetje so vključeni naslednji ponudniki: Hiša Stare trte, restavracija Fudo, Kavarna HiKoFi, Pokrajinski muzej Maribor z interaktivno kulinarično vino, vinoteka LeVino, GT22 in restavracija Mak. Za vodenje doživetja smo izobrazili štiri (4) lokalne turistične vodnike. Doživetje je možno kupiti on-line preko spletne strani visitmaribor.si.



Za namene promocije novega doživetja smo slednjega vključevali v študijska potovanja novinarjev in medijske objave, kot je prepoznavna turistična oddaja Na lepše.

2.5.2 RAZVOJ ZNAMKE »NAŠE NAJBOLJŠE«

➔ DOSEŽENI UČINKI

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

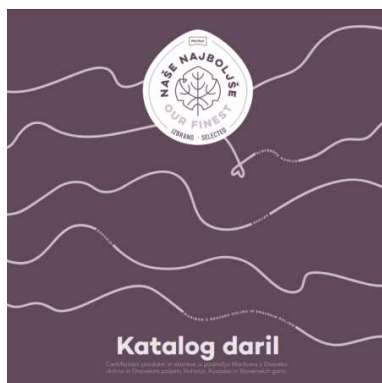
Kvantitativni: Certifikat Naše najboljšje je pridobilo 13 ponudnikov pridelkov in živilskih izdelkov, pet (5) gostinskih ponudnikov, štiri (4) vodena butična gastronomska doživetja in en (1) ponudnik rokodelskih izdelkov.

Finančni: Dvig prihodkov drugih turističnih ponudnikov iz naslova vzpostavitve prodaje izdelkov v TIC Maribor in v Hiši Stare trte ter preko spletne strani visitmaribor.si.

V letu 2020 smo vzpostavili sistem podeljevanja certifikata kolektivne blagovne znamke (KBZ) Naše najboljšje, ki smo ga v letu 2021 nadalje razvijali z naslednjimi aktivnostmi.

- Spodbujanje ponudnikov k povezovanju v Mrežo ponudnikov in ponudbe ter k sodelovanju v verigah: rokodelcev – rokodelskih izdelkov ter izdelkov unikatnega in industrijskega oblikovanja, pri- in predelovalcev živil – pridelkov in živilskih izdelkov ter gostincev – jedi in pijač postreženih na gostinski način.
- Organizacija izobraževalnih delavnic za ponudnike rokodelskih izdelkov, pridelkov in živilskih izdelkov, jedi in pijač ter vodenih butičnih doživetij.
- Organizacija in izvedba štirih (4) ocenjevanj za ponudnike rokodelskih izdelkov ter pridelkov in živilskih izdelkov, ponudnike jedi in pijač ter vodenih butičnih doživetij.
- Izdelava promocijskih materialov: tisk certifikatov, oblikovanje in tisk diplom, tisk map za podelitev diplom.
- Vključitev ponudnikov s certifikatom Naše najboljšje v decembrski Božični sejem na Glavnem trgu (26. 11. – 29. 12. 2021).
- Zbiranje podatkov o ponudnikih za vnos na spletni portal visitmaribor.si za pristajalno stran Naše najboljšje.
- Vključitev izdelkov v spletno trgovino shop.visitmaribor.si.
- Redna komunikacija s ponudniki in obveščanje ponudnikov, vključenih v KBZ Naše najboljšje.

- Redna komunikacija z mediji in obveščanje o novostih, intervjuji ter odgovori na zastavljena vprašanja.
- Komunikacija z vsemi, ki jih zanimajo informacije o KBZ Naše najboljše, in podajanje le-teh preko e-sporočil, po telefonu in osebno.
- Vključitev projekta KBZ Naše najboljše v projekt Evropska gastronomska regija 2021.



Za namene promocije in pospeševanja prodaje izdelkov lokalnih ponudnikov smo oblikovali pakete izdelkov in jih predstavili v Katalogu daril blagovne znamke Naše najboljše.



V okviru Festivala Stare trte smo 1. oktobra 2021 na Glavnem trgu organizirali Dan za Naše najboljše z uradno podelitvijo diplom certificiranim ponudnikom. Lani so certifikat prejeli en (1) ponudnik rokodelskih izdelkov, 13 ponudnikov pridelkov in živilskih izdelkov, pet (5) gostinskih ponudnikov in štiri (4) vodena butična gastronomska doživetja.

2.5.3 PROJEKT »PRIBLIŽATI MARIBOR OSEBAM S POSEBNIMI POTREBAMI«

→ DOSEŽENI UČINKI

Kvalitativni: Oblikovanje kakovostne turistične ponudbe mesta za osebe s posebnimi potrebami.

Kvantitativni: Izvedba 14 brezplačnih dvournih vodenj za osebe s posebnimi potrebami.

Finančni: /

»Približati Maribor osebam s posebnimi potrebami« je projekt v okviru participativnega proračuna MO Maribor za leti 2021 in 2022 (predlagan in izglasovan s strani občanov), katerega glavni namen je bil, da osebe s posebnimi potrebami spoznajo mesto Maribor v spremstvu usposobljenega turističnega vodnika. Rezultat projekta je bilo 14 dvournih in za udeležence brezplačnih vodenj za različne skupine oseb s posebnimi potrebami.

2.5.4 RAZVOJ PRODUKTA »THE SLOVENIA GREEN WINE ROUTE«

→ DOSEŽENI UČINKI

Kvalitativni: Umestitev Maribora med najboljše slovenske gastronomske in zelene destinacije. Večja prepoznavnost Maribora in širše okolice kot destinacije, ki ponuja gurmanska, butična in aktivna doživetja.

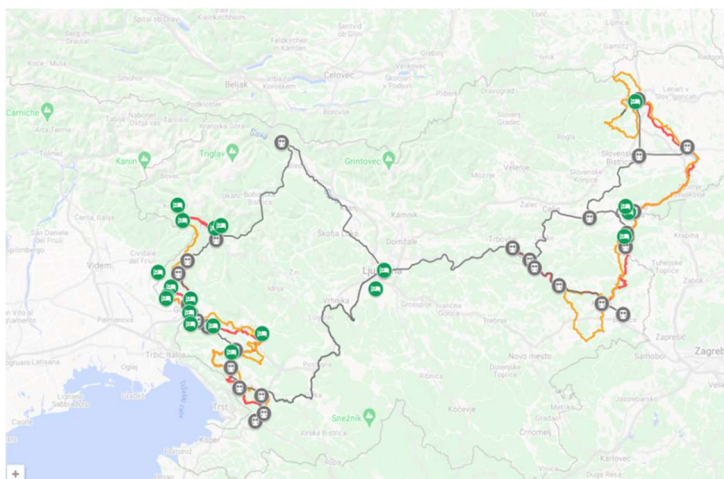
Kvantitativni: Vključitev osmih (8) lokalnih ponudnikov s trajnostnim certifikatom v turistični produkt.

Finančni: Prihodki od prodaje doživetja kot vseslovenskega produkta ali kot delnega produkta destinacije Maribor. Predviden ekonomski učinek za ponudnike ob poti je 1,45 milijona EUR (po napovedih turistične agencije Visit GoodPlace, ki je oblikovala turistični produkt).

V letu 2021 se je ZTM vključil v vseslovenski trajnostni turistični produkt Bike Slovenia Green Gourmet Route, ki povezuje destinacije s trajnostnim certifikatom Slovenia Green.

V produkt smo vključili naslednje ponudnike oz. priporočene točke postanka: voden ogled Maribora, Hišo Stare trte (Green Key in Green Attraction), Drava center, Vinagovo klet, splavarjenje po Dravi, kreativne delavnice, Pohorje, Dravo, Mestni park, Sveti Urban, Špičnik, Mariborski otok, Botanični vrt, Hotel Maribor (EU marjetica), Hotel Tabor (Green Key), Naturasort, Pekarna Hostel, Chateau Ramšak (Green Key), Chocolate Village (Green Key), Štern pri Kovačniku (Green Key), Hotel Tisa, Pri Baronu (Green Cuisine, Green Key), Pri Treh Ribnikih, Restavracija Mak, Hiša Denk, Ruška Koča in Gostišče Vračko (Green Key).

O trajnostni kolesarko-gastronomski turi so poročali naslednji domači in tuji mediji: Delo, rtvslo.si, 24ur.com, TV Slovenija (Dobro jutro), Adventure Cyclist, Lonely Planet, Conde Nast Traveller (UK) in Newsweek.



Ostale slovenske destinacije, ki so se priključile vseslovenskemu trajnostnemu produktu, so še: Dolina Soče, Brda, Vipavska dolina, Kras, Ljubljana, Posavje/Sevnica, Podčetrtek in Rogaška Slatina.

2.5.5 IZOBRAŽEVANJE ZA TURISTIČNO GOSPODARSTVO

Usposabljanja za turistične in gostinske ponudnike

→ DOSEŽENI UČINKI

Kvalitativni: Dvig kompetenc zaposlenih v gostinstvu in turizmu v destinaciji Maribor - Pohorje.

Usposabljanje natararjev za prodajo vin višjega ranga, povečanje motiviranost in zavzetosti natararjev, dvig kompetenc natararjev za vzpostavitev prijetnega stika s stranko.

Kvantitativni: Pridobitev šestih (6) novih ponudnikov z okolijskim znakom v destinaciji Maribor. Usposabljanj se je udeležilo skupno okoli 200 udeležencev.

Finančni: Dvig prihodkov gostinskih ponudnikov, povečanje prodaje jedi in pijač lokalnih ponudnikov.

Za namene dviga kompetenc lokalnih ponudnikov in dviga kakovosti turistične ponudbe v destinaciji Maribor je ZTM organiziral **11 spletnih usposabljanj**, ki se jih je skupno udeležilo **okoli 200 ponudnikov**. Teme **usposabljanj** so bile: 5-zvezdična doživetja, trajnostni turistični produkti in ponudniki, oblikovanje cen in prihodkovnega managementa v turizmu, turizem med in po pandemiji covid-19 ter usposabljanja o vinu za gostinske ponudnike.



Za gostinske ponudnike v mestu in okolici smo organizirali delavnico za izdelavo priljubljene tradicionalne jedi, pohorske omlete.

Izobraževanje za nove vodnike TO Maribor

V skladu z Odlokom o turističnem vodenju na turističnem območju (TO) Mestne občine Maribor je ZTM pripravil program izobraževanja za vodnike in organiziral izobraževanje z izbranim ponudnikom. Zaradi premalo prijavljenih kandidatov smo bili primorani izobraževanje odpovedati.

Izobraževanje za voznike taksi službe

→ DOSEŽENI UČINKI

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

Kvantitativni: V dveh terminih je izpit uspešno opravilo pet (5) kandidatov oz. voznikov taksi vozil.

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

Tudi v letu 2021 je ZTM redno izvajal **izobraževanje za voznike avto taksi vozil** s preizkusom znanja o poznavanju Maribora z okolico. Predavanja so zajemala zgodovinski pregled mesta, turistične znamenitosti, turistične informacije in možnosti za njihovo pridobivanje. Po zaključenih predavanjih so kandidati opravljali pisni izpit. Usposabljanje so izvedli zaposleni na ZTM.

2.5.6 POSLOVNI TURIZEM

→ DOSEŽENI UČINKI

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

Kvantitativni: Uspešna izvedba kongresnega dogodka v Mariboru v letu 2021. Rast števila prenočitev v mesecih september in oktober je bila 53 % oz. 86 %.

Finančni: Prihodki iz naslova organizacije kongresnih dogodkov v višini 21.739,77 EUR. Dvig prometa ponudnikov nastanitvenih kapacitet in drugih turističnih storitev.

Od leta 2009 je ZTM nosilec naziva **lokalni kongresni urad** (CVB) pri Kongresnem uradu Slovenije. Od leta 2019 smo kot kongresni urad aktivno vključeni v aktivnosti **Slovenskega ambadorskega programa (SAP)**. Leta 2021 je bilo tudi v poslovnem oziroma kongresnem turizmu zaznati posledice epidemije. Ponudniki so začeli normalno poslovati šele v mesecu juniju in do konca leta so v primerjavi z letom 2019 izvedli le 30 odstotkov vseh dogodkov. Vzporedno ugotavljamo, da se mesto z bližnjo okolico vse bolj uveljavlja kot destinacija za manjše dogodke in zelene doživljajske programe, izvedene v naravi.



V januarju 2021 je Maribor prejel certifikat odličnosti prepoznavne spletne platforme za poslovni turizem kongres-magazine.eu in sicer v kategoriji srednje velikih kongresnih destinacij (M). Ocenjeni smo bili s 4,03 točkami od 5 točk.

Vzporedno ugotavljamo, da se mesto z bližnjo okolico vse bolj uveljavlja kot destinacija za manjše dogodke in zelene doživljajske programe, izvedene v naravi.

V letu 2021 smo sodelovali tudi v **Slovenskem ambadorskem programu**. Naziv kongresne ambasadorke za Destinacijski klub Maribor je prejela **doc. Dr. Lili Nemec Zlatolas iz Univerze v Mariboru, FERI**. Slavnostna podelitev v živo je bila odpovedana, priznanja so bila podeljena dobitnikom osebno v mesecu decembru.

Na mednarodni poslovni borzi Conventa, ki je bila v letu 2021 zaradi epidemioloških razmer predstavljena iz januarja v avgust, smo prisotni že vrsto let. Potencialne kupce so tokrat zanimali predvsem programi za teambuildinge in incentive oz. doživetja v destinaciji. V dveh dneh nastopa na borzi smo opravili 28 razgovorov s potencialnimi klienti iz naslednjih držav: Nemčija, Ukrajina, Hrvaška, Združeno kraljestvo, Avstrija, Poljska, Španija, Italija, Francija, Bolgarija, Nizozemska, Belgij in Portugalska. Predstavili smo jim možnosti organiziranja manjših dogodkov v destinaciji ter širok izbor posebnih prizorišč in destinacijskih doživetij.

V juniju smo pomagali naročniku **Ministrstvu za izobraževanje, znanost in šport** pri izbiri ponudnika za organizacijo **mednarodnega kongresa** Evropske mladinske konference v okviru predsedovanja EU, ki je bil v Mariboru od 26. do 30. septembra 2021. Znotraj dogodka so se prepletali trije različni dogodki. Prvotna izbrana lokacija v KPC Habakuk je bila zaradi tehničnih težav predstavljena v Hotel Draš z podporo okoliških hotelov. Prejeli smo zahvalo s strani ministrstva za pomoč in svetovanje pri organizaciji dogodka.

Od 7. do 9. septembra 2021 smo gostili in izvedli **tridnevni kongres v okviru predsedovanja EU** za Ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano. Dogodka se je udeležilo 46 generalnih direktorjev iz 21 držav. V izvedbo

smo vključili številne lokalne ponudnike, povezali pa smo se tudi z destinacijo Koroška. Naročnik je izrazil pohvale za izvedbo kongresa. Še enkrat smo dokazali, da smo zmožni **izvesti kongrese na najvišjem nivoju** in da **imamo idealno destinacijo za vrhunska butična doživetja**.

V preteklih dveh letih smo s partnerji na poslovnih dogodkih podpisali pogodbo o sofinanciranju stroškov iz letnega plana in tako skupne aktivnosti in nastope skupaj uspešno izvajali. Ker so v letih 2020 in 2021 partnerji zaradi težav s korona krizo morali sodelovanje in sofinanciranje umakniti, si bomo v naslednjem letu prizadevali, da sodelovanje ponovno vzpostavimo. Naši neposredni destinacijski partnerji so **Terme Maribor, Hotel Habakuk in Piramida, City Hotel Maribor in DMC agencija Galileo 3000**.

V letu 2021 smo predstavili ponudbo s področja poslovnega turizma na spletni strani <https://kongres-magazine.eu/2021/09/maribor-mtlg-2021/>. Nadgradili smo mikro portal **Kongres-Magazine.eu**, preko katerega kupce kongresnih storitev nagovarjamo k organizaciji dogodkov v destinaciji Maribor ter jih obveščamo o novostih in uspešnih zgodbah destinacijskih ponudnikov.

2.5.7 RAZVOJ ZELENE DESTINACIJE

→ DOSEŽENI UČINKI

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

Kvantitativni: Podaljšali smo znak Green Key za Hišo Stare trte. (Certificiranje destinacije za znak green destination bo v letu 2023.)

Finančni: Spodbujanje potrošnje pri certificiranih ponudnikih in doseganje višje prodajne cene storitev certificiranih ponudnikov. Certificirani ponudniki so svoje izdelke prodajali na sejmi pod kolektivno blagovno znamko Naše najboljše. V Hiši Stare trte so se dodatno na polici promovirali novi izdelki.

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



Maribor je bil v letu 2021 nosilec bronastega certifikata Slovenia Green destination. ZTM je aktivno sodeloval pri postavljanju spletne strani www.slovenia-green.si.



V oktobru 2021 je ZTM podaljšal trajnostni certifikat Zeleni ključ (Green Key) za turistično znamenitost Hiša Stare trte, in sicer v kategoriji zelene atrakcije.

Hiša Stare trte je tretja atrakcija v Sloveniji in prva v vzhodni Sloveniji, ki je prejela omenjeni certifikat. Kot turistični ponudnik s certifikatom Zeleni ključ je Hiša Stare trte vključena na spletno stran www.zelenikljuc.si.

Predstavniki ZTM smo se udeležili **več predavanj na temo zelenega in trajnostnega turizma** v organizaciji Slovenske turistične organizacije in Konzorcija Slovenia Green:

- webinar The EU Ecolabel for Tourist Accommodations - engaging in a sustainable recovery (21. 1. 2021),
- webinar Green Key (2. 2. 2021),
- webinar ZSST - novosti v anketiranju (17. 3. 2021),
- webinar na temo gastronomije po covidu z naslovom Kaj bo na naših krožnikih po koncu pandemije? (18. 3. 2021),
- webinar Trajnost od teorije do prakse (19. 4. 2021),
- udeležba na webinarju Zeleni dan slovenskega turizma (20. 5. 2021).

2.6 TIC MARIBOR

2.6.1 TIC MARIBOR

→ DOSEŽENI UČINKI

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

Kvantitativni: 25 % rast števila obiskovalcev v TIC Maribor glede na leto 2020.

Finančni: 85 % rast prometa od prodaje blaga in storitev glede na 2020.

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

Odpiralni čas pred epidemijo

Pred epidemijo novega koronavirusa je bil TIC Maribor odprt od aprila do oktobra od ponedeljka do petka med 9. in 19. uro, v soboto, nedelje in praznike med 9. in 17. uro in od novembra do marca od ponedeljka do

petka med 9. in 18. uro, v soboto, nedelje in praznike med 10. in 15. uro. Skrajšan delovni čas je veljal le med božično-novoletnimi prazniki.

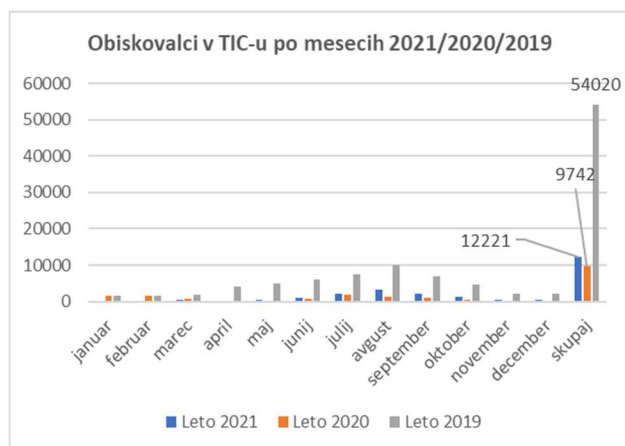
Odpiralni čas v letu 2021

- **1. 1. – 10. 2. 2021: zaprto.**
- 11. 2. – 31. 3. 2021: od 8. do 16. ure, sobote, nedelje in prazniki: zaprto.
- **1. 4. – 11. 4. 2021: zaprto.**
- 12. 4. – 31. 5. 2021: od 8. do 16. ure, sobote, nedelje in prazniki: zaprto.
- 1. 6. – 31. 12. 2021: od 9. do 17. ure, sobote od 9. do 13. ure, nedelje in prazniki: zaprto.

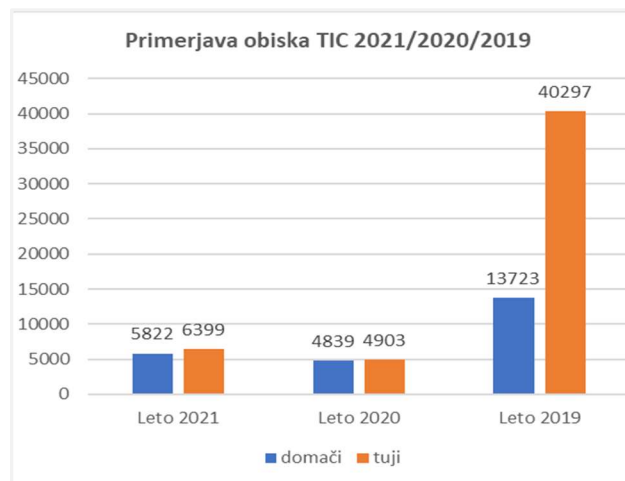
V času zaprtja TIC-a Maribor smo za informacije bili dosegljivi po telefonu 02 234 66 11 in elektronski pošti tic@maribor.si.

Število obiskovalcev

V letu 2021 smo v TIC Maribor zabeležili 12.221 obiskovalcev, kar je **25 % več kot leta 2020** (9.742 obiskovalcev). Porast obiska je v največji meri posledica ponovnega odprtja turističnih dejavnosti in odprtja meddržavnih meja.



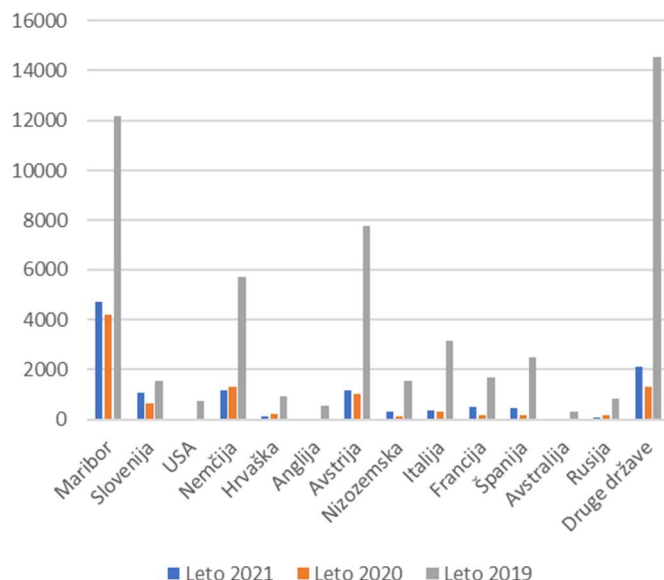
Obisk v letu 2021, ki predstavlja 23 % obiska iz leta 2019, je še vedno posledica epidemije oz. pandemije, delno tudi skrajšanega odpiralnega časa.



V letu 2021 smo v TIC Maribor zabeležili 48 % domačih in 52% tujih obiskovalcev, kar je primerljivo z letom 2020.

Visok delež slovenskih gostov je zagotovo tudi posledica podaljšanja **turističnih bonov in uvedba bonov 21** (za plačilo storitve s področja gostinstva, turizma, športa in kulture). V letu 2019 smo zabeležili 75 % tujih in le 25 % domačih obiskovalcev, kar je veljalo tudi leta poprej vse do pojava novega koronavirusa.

Primerjava obiskovalcev v TIC Maribor po izvoru
2021/2020/2019

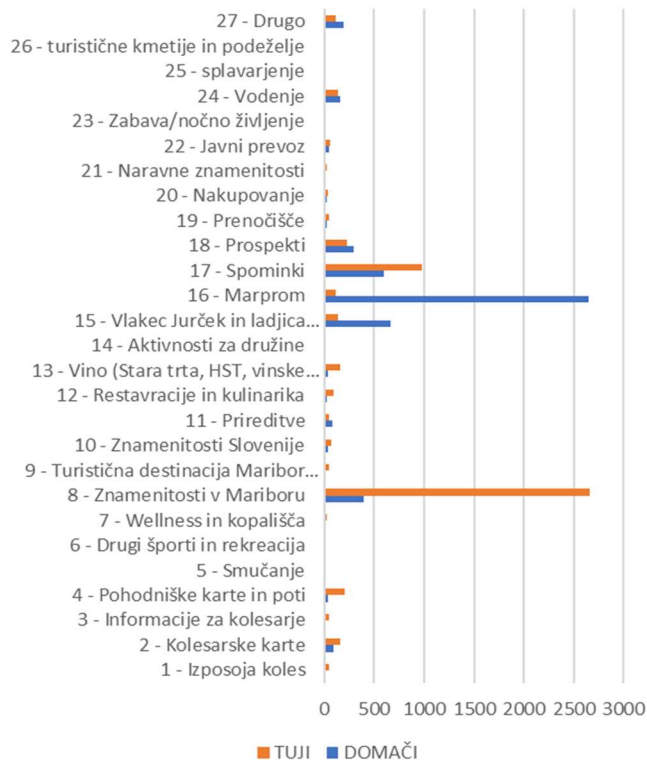


Obiskovalci v letu 2021 so bili pretežno iz bližnjih evropskih držav. Med najbolj številčnimi tujimi obiskovalci v 2021 so bili Avstrijci (19 %), Nemci (18 %) in Francozi (8 %), medtem ko je v letu 2020 največ tujih obiskovalcev prišlo iz Nemčije (13 %), Avstrije (10 %) in Italije (3 %).

V letu 2019 so bili najbolj številčni tuji obiskovalci prav tako pretežno iz bližnjih evropskih držav: Avstrija (14 %), Nemčija (10 %), Italija (5 %).

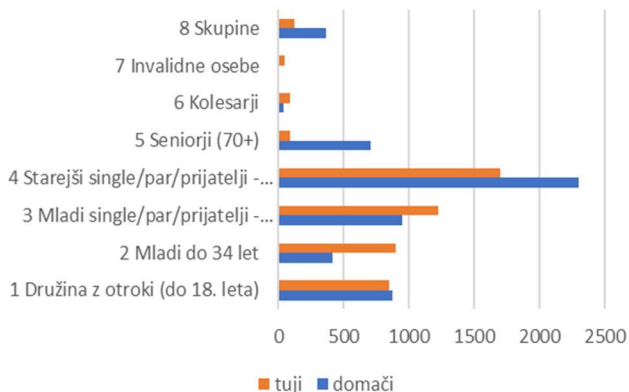
Ugotavljamo, da so **domači obiskovalci v letu 2021** povpraševali predvsem po avtobusnih vozovnicah mestnega prometa, sledijo jim vožnja z vlakcem Jurčkom, nakup spominkov, ogled znamenitosti in prospekti. **Tuji obiskovalci so v letu 2021** povpraševali predvsem po znamenitostih v Mariboru, spominkih, prospektih. Zanimala jih je tudi ponudba pohodništva, kolesarjenja in vina (Stara trta, Vinagova klet, vinske ceste, degustacije vin).

Namen obiska domači in tuji obiskovalci 2021

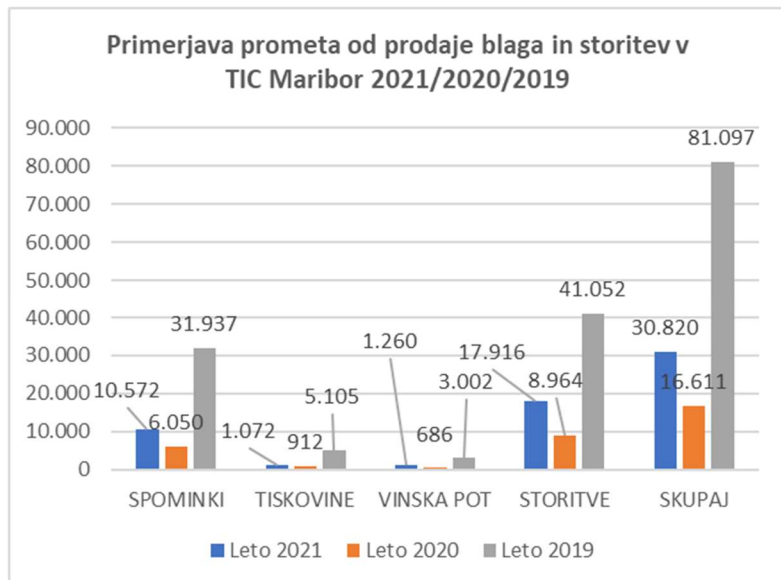


Najštevilčnejši med **domačimi in tujimi obiskovalci v letu 2021** so bili **starejši samski, pari ali prijatelji brez otrok**, ki spadajo v **starostno skupino od 51 do 70 let**, sledijo jim mladi samski, pari ali prijatelji brez otrok iz starostne skupine od 35 do 50 let. Tretji najštevilčnejši med domačimi obiskovalci so družine z otroki, med tujimi obiskovalci pa mladi do 34 let.

Tip domačih in tujih obiskovalcev 2021



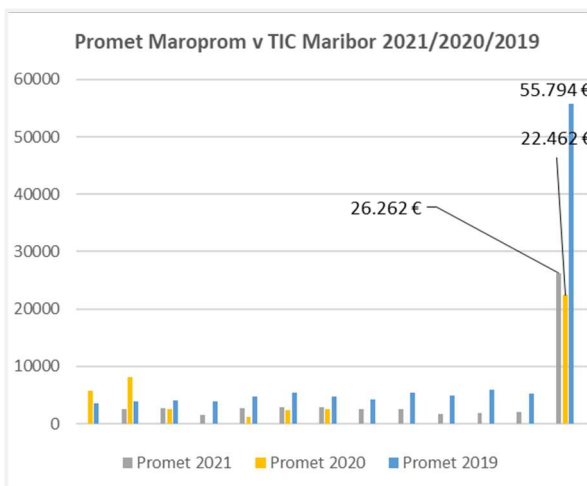
Promet od prodaje blaga in storitev



V letu 2021 beležimo 85 % rast prometa glede na leto 2020.

V TIC Maribor ustvarimo 58 % prometa iz naslova storitev, kjer so v največji meri zajeta turistična vodenja, provizije iz naslova prodaje avtobusnih vozovnic za mestni promet, provizije od opravljenih rezervacij za nastanitve in Vinagovo klet ter promet od prodanih usposabljanj za taksiste. V letu 2021 smo realizirali 38 % prometa iz leta 2019.

Promet iz naslova produktov Marprom-a



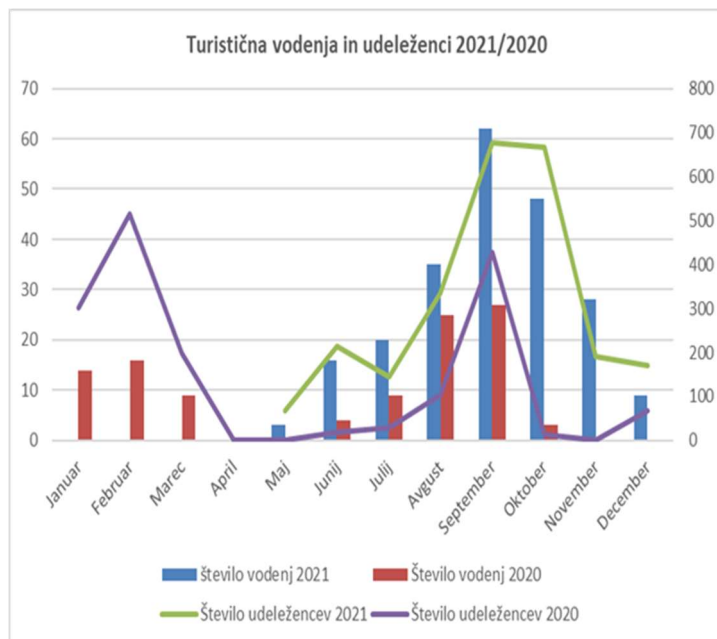
V letu 2021 beležimo 7 % rast prometa iz naslova prodanih produktov Marproma v primerjavi z letom 2020. V letu 2021 smo realizirali 47 % prometa iz leta 2019.

**Do 14. 7. 2020 in od 11. 2. 2021 je TIC Maribor kot prodajno mesto Marproma samostojno vršil prodajo avtobusnih vozovnic za mestni promet. Med 15. 7. in 24. 10. 2020 je Marprom v prostorih TIC Maribor sam skrbel za prodajo svojih produktov.*

Turistična vodenja

V letu 2021 smo izvedli 221 vodenj (106 % več kot v letu 2020) za 2469 udeležencev (47 % več kot v letu 2020).

Slednje pripisujemo ponovnemu odprtju turističnih dejavnosti ter ponudbi brezplačnih vodenj ob petkih in sobotah od avgusta do novembra 2021, ki sta jih **omogočila Slovenska turistična organizacija in ZTM**. Največ vodenj je bilo opravljenih v septembru (62), oktobru (48) in avgustu (35) (v letu 2020 je največ vodenj opravljenih v septembru (27), sledila sta avgust (25) in februar (16)).



49 % rezervacij vodenj je bilo izvedenih preko spletne trgovine. Obiskovalci so se odločali predvsem za vodenja za individualne goste in vodenja za manjše skupine.



Največ vodenj je potekalo v slovenskem jeziku (47 %), sledila so jim vodenja v angleškem (27 %) in nemškem jeziku (24 %). V letu 2021 se je v primerjavi z letom 2020 povečalo število vodenj v slovenskem jeziku za 169 %, medtem ko je število vodenj v nemškem jeziku primerljivo z letom 2020.

Dogodek pred TIC-em Maribor: „Pobrateno mesto Kraljevo se predstavi v Mariboru“

V soboto, 6. novembra 2021, se je v Mariboru predstavilo pobrateno mesto Kraljevo. Predstavitve je potekala na platuju pred Frančiškansko cerkvijo in Turistično informacijskim centrom Maribor med 10. in 14. uro. Dogodek se je odvil na pobudo Turističke zajednice Kraljevo, ki je želelo Mariborčanom približati turistično ponudbo in potenciale mesta Kraljevo.

2.6.2 INOVATIVNA VODENJA

→ DOSEŽENI UČINKI

Kvalitativni: Razširitev ponudbe turističnih vodenj, povečanje prepoznavnosti Maribora kot turistične destinacije.

Kvantitativni: V letu 2021 smo zabeležili 106 % rast turističnih vodenj glede na 2020.

Finančni: V letu 2021 smo ustvarili za 140 % več prometa iz naslova turističnih vodenj glede na leto 2020.

V mesecu februarju smo ob **Mednarodnem dnevu turističnih vodnikov (21. 2. 2021)** organizirali virtualno turistično vodenje v živo s terena, kjer smo predstavili zanimivosti Maribora ter v sodelovanju z lokalno turistično vodnico posneli promocijski video, kjer smo ob glavnih turističnih atrakcijah v mestu predstavili tudi poklic turističnega vodnika.



V sodelovanju z Društvom Hiša! in lokalno turistično vodnico smo dopolnili [ponudbo vodenih ogledov](#) (Rajzefirbčni sprehodi, Mestni mostovi, Čebelja pot po Mariboru) in samovodenih ogledov (Lov na vinsko zgodbo, Lov na električno zgodbo).

Na javnem pozivu poslovnim subjektom, ki opravljajo dejavnost turističnega vodenja, objavljenem s strani **Slovenske turistične organizacije**, smo uspešno **pridobili sredstva v višini 7.000,00 EUR** in izvedli 60 brezplačnih turističnih vodenj za obiskovalce našega mesta, kar predstavlja 27 % vseh izvedenih turističnih vodenj v letu 2021.

S tematskim vodenjem **Maribor - mesto najstarejše trte na svetu**, ki je vključevalo **Virtualno doživetje zgodbe najstarejše trte sveta** smo sodelovali pri **Festivalu sprehodov 2021** (22. 9. – 26. 9. 2021) v organizaciji agencije Rajzefiber.

2.7 OBČINSKA TURISTIČNA ZVEZA (OTZ) MARIBOR

ZTM financira delovanje Občinske turistične zveze (OTZ) Maribor v obliki namenskih sredstev v skupni vrednosti 25.000 EUR. V nadaljevanju sledi poročilo o opravljenem delu v letu 2021, ki ga je pripravila OTZ Maribor.

2.7.1 POROČILO O DELU OTZ MARIBOR

Leto 2021 je bilo prav tako težko za področje turizma kot leto poprej. Pred izzivom so bila predvsem tista turistična društva, ki pripravljajo večje prireditve, saj je bila zdravstvena situacija negotova. Prireditve so bile izvedene v manjšem obsegu ali so bile odpovedane, saj bi predstavljale finančno prevelik zalogaj za društva.

Veliko število prostovoljcev, ki je vključenih v delo turističnih društev, je v teh kriznih časih preusmerilo delo od množičnih prireditev k urejanju okolja, vzdrževanju objektov kulturne dediščine, promocije krajev in znamenitosti v tiskanih publikacijah ali pa so bile turistične ponudbe prenesene na splet in s tem povabilo turistom v njihov kraj, še posebej pred turističnima mesecema, ker je večina Slovencev dopustovala doma.

Tudi na Občinski turistični zvezi Maribor smo se v letu 2021 v prvem delu leta srečevali preko elektronskih medijev, kasneje v manjšem obsegu v živo. Podajali smo smernice delovanja svojim članom, jih usmerjali v dovoljene aktivnosti in bili ves čas v stiku z njimi.

Delovanje organov

Upravni odbor je imel v letu 2021 tri (3) redne seje, na katerih smo obravnavali program dela zveze, spremljali delovanje odborov in potrjevali poročilo o razdelitev sredstev za sofinanciranje TD MOM. Naša dejavnost in povezovanje sta potekala preko elektronskih medijev, kjer smo načrtovali dejavnosti, posredovali informacije, se vključevali v delo Štajerske turistične zveze in Turistične zveze Slovenije.

Nadzorni odbor je imel eno (1) sejo. Člani so bili prisotni na sejah UO zveze in pri spremljanju vrednotenja programov TD, ki ga opravlja Odbor za vrednotenje dela in finance. NO je spremljal izvajanje programa dela in finančno poslovanje zveze in je bil o naših aktivnostih sproti obveščen.

Aktivnosti

- Kot tudi v prejšnjih letih, smo se želeli predstaviti na januarskem turističnem sejmu turizma v Ljubljani; kasneje so ga prestavili v maj, nato pa žal odpovedali. Za Sejem v Celju, ker je bila možnost predstavitve s strani TZS, zaradi zdravstvenih razlogov ni bilo zanimanja. Naša rokodelka se je udeležila sejma v Gornji Radgoni.
- Na koordinaciji s člani Odbora za delo z mladimi pri OTZ Maribor in predstavnicami Skupnosti mariborskih vrtcev smo se dogovorili za temo likovnega natečaja otrok mariborskih vrtcev. Razstavo smo pripravili v Razstavišču Urban, na ogled je bila od 16. 6. do 2. 7. 2021. Naslov razstave likovnih del je bil Bodi moj prijatelj.
- Vso leto smo spodbujali turistična društva, da oglašujejo, promovirajo, predstavljajo svoj kraj, ponudnike, posebnosti, kulinariko na Facebook strani in s tem vabijo domače goste na spoznavanje naših krajev, predvsem v času dopustov.

- V dogovoru s podjetjem Snaga in ŠTZ smo našim ponudnikom in članom Odbora rokodelcev omogočili, da v času omejitev zaradi epidemije, ko so bili sejmi v mestnem središču odpovedani, pod ugodnimi pogoji prodajajo svoje izdelke na glavni mariborski tržnici.
- OTZ Maribor in vsa naša društva so se vključila v vse slovensko akcijo TZS Moja dežela lepa in gostoljubna. Predloge smo predali regijski, tj. Štajerski turistični zvezi.
- Svoje delo so vestno izvedli tudi člani Odbora za okolje in prostor, ki so opravili ogleda na levem in desnem bregu Drave in pripravili poročilo z fotografskim materialom. Člani odbora ocenjujejo kraje v skladu s sprejetim pravilnikom o ocenjevanju urejenosti mesta in krajev, saj se zavedajo, da je ocenjevanje lahko korektno opravljeno, če so pravila natančno napisana. Najlepšim bodo podeljena priznanja OTZ Maribor, Zlata sončnica.
- Udeležili smo se spletne izobraževalne delavnice v organizaciji Štajerske turistične zveze z naslovom Delovanje društev v času korona krize.
- V času Festivala Stare trte smo se na povabilo Zavoda za turizem Maribor s svojimi aktivnostmi vključili v dva dogodka, in sicer Okusi Štajerske in Svečano trgatve Stare trte.
- Vsi naši ponudniki so se udeležili spletne delavnice na temo pogojev izvedbe prireditev za pridobitev naziva prireditve z manj odpadki, predvsem plastike (Zero Waste). Potek prireditve so spremljali člani društva Ekologi brez meja. Izvedba prireditev je bila izvedena v skladu s pričakovanji. Predstavljali so se naši ponudniki in člani odbora rokodelcev.
- S TZS smo koordinirali predstavitve na stojnicah ob ponedeljkih, petkih in sobotah, ko so se člani Odbora rokodelcev predstavljali v MČ v Mariboru in po Sloveniji. (Ob petkih tudi na Grajskem trgu, koliko so razmere dopuščale.)
- Odbor za vrednotenje dela in finance je pripravil javni razpis za sofinanciranje programov TD MO Maribor. Na razpis so se prijavila vsa TD, ki delujejo v MO Maribor in so naši člani. V skladu z pravilnikom so člani odbora ovrednotili programe TD, dodelili finančna sredstva, spremljali njihovo porabo in izvajanje programov.
- Sklicali smo sestanek z vodstvom Skupnosti mariborskih vrtcev o delovanju v letu 2020.
- Na krajši svečanosti smo na predlog turističnih društev podelili priznanja zaslužnim članom priznanja OTZ Maribor v Kamnici.
- Prijavili smo se na razpis TZS za sofinanciranje dejavnosti turističnih društev in zvez. Vsebina razpisa se je razlikovala od preteklih let zaradi nastale situacije v državi in svetu.
- Štajerska turistična zveza je organizirala izobraževanje računalniška pismenost. Udeležila sta se je dva naša člana. Ves čas je potekalo dobro sodelovanje z Zavodom za turizem Maribor, saj smo načrtovali, usklajevali in se dogovarjali za skupne dogodke.
- Udeležili smo se dogodkov in prireditev, naših društev in se odzvali vabilu takrat, ko so razmere to dovoljevale.

Zahvaljujemo se vsem, ki ste nam na različne načine pomagali, da smo delovali tudi v izrednih razmerah: Mestni občini Maribor, Zavodu za turizem Maribor, Štajerski turistični zvezi, Turistični zvezi Slovenije, Radiu Maribor in ter časopisni hiši Večer.

Turistična in druga društva v OTZ Maribor

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

Najpomembnejše prireditve in aktivnosti turističnih društev so bile naslednje:

TD Bresterica - Gaj

- organizacija in izvedba pustne povelke v Bresterici,
- prireditve ob dnevu žena,
- srečanje sosedov,
- kuhanje,
- postavitve klopotca v vinogradu nad Bresterico,
- trgatve,
- priprave na advent.

TD Kamnica

- spodbujanje krajanov preko družbenih omrežij za udeležbo na čistilni akciji,
- urejanje in zasaditve gredic po kraju in na oglasnih deskah v kraju in na Urbanu,
- urejanje poti na Martinov breg, košnja,
- priprava projekta – izbor terena za ekosistem, ki ohranja biodiverzitetu,
- vzdrževanje malih plastik na poti na Urban,
- priprava in izdaja zloženke turističnega društva Kamnica.

TD Limbuš

- spominski pohod Huberta Martina,
- Pustovanje v Limbušu,
- praznovanje dneva žena in materinskega dne s kulturnim programom,
- urejanje prostorov TD Limbuš,
- vzdrževanje potomke Stare trte v centru Limbuša, podelitev priznanj vinogradnikom in priznanj za urejenost okolja.

TD Maribor

- čistilna akcija na obrežju reke Drave,
- predstavitev splavarske dediščine v Erasmus programu,
- Splavarski krst.

TD Pekre

- otroško pustovanje,
- Festival komedije v Pekrah,
- Spominska slovesnost in pohod ob Pekrskih dogodkih,
- spoznavanje kraja – pohod in postavitve klopotca,
- trgatve vinske trte.

TD Razvanje

- sodelovanje v čistilni akciji,
- vzdrževalna dela na Arheološkem parku Poštela,
- Pohod Poštela,
- sodelovanje pri pripravi kresa za Dan Maribora,
- čajanka z arheologom na temo Pošte,le,
- adventni venec pred Domom krajanov v Razvanju,

- prijateljevanje z otroki.

TD Radvanje

- skrb za usmerjevalne table v Radvanju-barvanje, zasaditev s cvetjem,
- čistilna akcija na Radvanjskem trgu-odstranjevanje plevela, barvanje stojnic,
- delovna akcija-košnja, urejanje cvetličnih gred, zasaditev cvetja, čiščenje prostora društva in okolice.

TD Studenci

- priprave na Jožefov sejem (19. marec), nato zaradi epidemije odpovedano,
- zasaditev in ureditev cvetja pri Jožefovem studentu in info tabli,
- obnovitev info tabel na gozdni učni poti v studenškem gozdu (barvanje),
- čistilna akcija v Studenškem gozdu,
- Pohod z lučko miru na Pekrsko gorco.

TD » Šempeter » Malečnik Ruperče

- sodelovanje v čistilni akciji,
- sodelovanje pri obnovi in otvoritvi stare preše,
- sodelovanje pri organizaciji kolesarskega maratona v KS Malečnik-Ruperče.

Odbor rokodelcev pri OTZ Maribor

Zaradi nastalih epidemičnih razmer je bila naša aktivnost zelo prizadeta, vendar smo kljub izvedli naslednje aktivnosti:

- na stojnicah v Mercator centrih,
- v kolikor ni bilo omejitev, smo bili ob petkih in sobotah na Grajskem trgu in Trgu svobode na Rokodelski tržnici domače in umetnostne obrti,
- sodelovanje na stojnicah in delavnicah v času poletnega Art kampa,
- sodelovanje na Špas festu,
- nekateri naši rokodelci so se s svojimi izdelki potegovali in dobili certifikat Naše najboljše/ Our finest, kolektivne blagovne znamke, ki jo je vzpostavil Zavod za turizem Maribor.

V Odbor rokodelcev OTZ Maribor je vključenih 24 članov.

Sredstva za sofinanciranje programov TD MO Maribor v letu 2021

Programi turističnih društev so bili v letu 2021 sofinancirani iz proračuna MO Maribor v znesku 7.500 EUR. Finančna sredstva so nam bila nakazana pogodbi z Zavodom za turizem Maribor. Za dodelitev sredstev je OTZ Maribor z Odborom za vrednotenje dela in finance objavila javni razpis v Medobčinskem uradnem vestniku števil. 14/2021. 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 624, vrednost točke je 6,25 EUR. Finančna sredstva so bila društvom nakazana na podlagi pogodbe o delovanju društev.

TD	Št. točk	Znesek / EUR
Brestrnica-Gaj	45	681,25
Kamnica	59	768,75
Limbuš	97	1.006,25



Zavod za turizem Maribor
Tkalski prehod 4, 2000 Maribor

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

Maribor	79	893,75
Pekre	98	1012,50
Radvanje	73	856,25
Razvanje	59	768,75
Studenci	70	837,50
Šempeter, Malečnik, Ruperče	40	675
Skupno:		7.500,00 EUR

Maribor, 15. 10. 2021

Poročilo pripravili:

- Stanislav Kozar, predsednik
- Nevenka Kaučič
- Gregor Gustinčič, Odbor rokodelcev

3 PROJEKTI

3.1 RAZPIS STO ZA PROMOCIJO PONUDBE ZA VODILNE DESTINACIJE

Javni razpis »Za sofinanciranje aktivnosti promocije turistične ponudbe vodilnih turističnih destinacij Slovenije v letu 2020«

Namen je krepitev promocije turistične ponudbe vodilnih turističnih destinacij Slovenije kot splošne promocije zaokroženega območja, ki ga vodilna destinacija pokriva, s poudarkom na krepitvi promocije primarnih produktov vodilnih destinacij, z višjo dodano vrednostjo.

Trajanje projekta: 1. 1.-14. 12. 2021

Intenzivnosti pomoči znaša 90 % vrednosti upravičenih stroškov

Vrednost odobrenih upravičenih stroškov: 48.113,10 EUR (od možnih 51.000 EUR)

Celotna vrednost projekta: 64.304,23 z DDV

Lastna sredstva ZTM: 16.191,11 EUR

Projekt je vključeval promocijske aktivnosti na področju digitalnega vsebinskega marketinga ter vzdrževanja in nadgradnje funkcionalnosti spletne strani visitmaribor.si.

Z aktivnostmi, vključenimi v projekt, je Zavod za turizem Maribor ohranjal in nadgrajeval tako **učinkovitost spletnega komuniciranja** kot tudi funkcionalnosti **uradnega destinacijskega portala visitmaribor.si**. Promovirali smo ključne nosilne produkte destinacije Maribor - Pohorje (**gastronomija, kultura, outdoor**).

Glavnino promocije smo izvajali na **slovenskem trgu**, pri posameznih vsebinskih aktivnostih smo nagovarjali tudi tuje trge, predvsem nemško govoreče. Pomemben del aktivnosti, vključenih v projekt, je predstavljalo upravljanje družbenih omrežij Facebook in Instagram (profil VisitMaribor), na katerih smo spodbujali trajnostno naravnano ponudbo in ponudnike s trajnostnimi certifikati. S preusmeritvijo na domači trg smo zaznali potrebo po vsebinsko prilagojenem koledarju dogodkov za goste iz okoliških krajev in Slovenije, zato smo **vzpostavili spletni Mestni koledar**.

Cilj povezovanje z nosilci turistične ponudbe primarnih produktov slovenskega turizma smo zasledovali s sklenitvijo dogovora o sodelovanju s **Produktnim združenjem Aktivna Slovenija**, in sicer v okviru promocije aktivnosti v naravi (outdoor). Tudi v letu 2021 smo ostali prisotni na globalni turistični platformi **Arrival Guides**, ki omogoča urednikovanje predstavitev destinacije in njenih ponudnikov ter prenos spletnega turističnega vodiča v PDF obliki. Za namene rednega komuniciranja z javnostmi smo vzpostavili novo komunikacijsko orodje za pošiljanje e-novic. To je **Mailerlite**.

3.2 RAZPIS MGRT ZA DIGITALNO INOVIRANJE KULTURNE DEDIŠČINE

Javni razpis za dvig kompetenc vodilnih turističnih destinacij in razvoj turistične ponudbe v vodilnih turističnih destinacijah v letih 2020 in 2021

Vodilni partner: Zavod za turizem Maribor

Občine, ki jih vključuje operacija: Benedikt, Cerkljenjak, Duplek, Hoče-Slivnica, Kungota, Lenart, Lovrenc na



Zavod za turizem Maribor
Tkalski prehod 4, 2000 Maribor

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

Pohorju, Makole, Maribor, Miklavž na Dravskem polju, Oplotnica, Pesnica, Poljčane, Rače-Fram, Ruše, Selnica ob Dravi, Slovenska Bistrica, Starše, Sveta Ana v Slovenskih goricah, Sveti Jurij v Slovenskih goricah, Sveta Trojica v Slovenskih goricah, Šentilj.

Pričetek projekta: 15. 10. 2019

Zaključek projekta: 30. 6. 2022

Upravičeni stroški ZTM: 286.950 EUR, operacija financirana v skupni višini do največ 258.255 EUR (90 %)

Finančni delež ZTM: 28.695 EUR (10 %) + DDV

Cilji operacije:

- dvig kakovosti turistične ponudbe vodilnih destinacij slovenskega turizma,
- razvoj novih turističnih produktov,
- Slovenija bo postala vodilna država v Evropi, ki bo s sistematičnim digitalnim inoviranjem kulturne dediščine ustvarila unikatna turistična doživetja,
- digitalno inoviranje slovenske kulturne dediščine,
- izboljšanje kompetenc zaposlenih na področju gostinstva in turizma,
- osredotočenost na ciljne segmente in prednostne trge,
- nadaljnja krepitev zadovoljstva turistov in
- dvig konkurenčnosti slovenskega turizma tako na ravni destinacij kot tudi na nacionalni ravni.

Skupna finančna vrednost aktivnosti, ki smo jih izvedli v letu 2021, je bila 187.177,82 EUR bruto in 157.829,21 EUR neto. Od tega so bili upravičeni stroški 157.829,21 (100 %), financiranih smo dobili 90 %, tj. 142.006,33 EUR.

Lastni 10 % delež: 15.822,88 EUR

DDV: 29.348,61 EUR

Skupaj lastni delež: 45.171,49 EUR

3.3 EVROPSKA GASTRONOMSKA REGIJA

ZTM je partner projekta **Slovenija, Evropska gastronomska regija 2021 (EGR)**. Ob kandidaturi za pridobitev naziva smo za leto 2021 prijavili izvedbo naslednjih gastronomskih prireditev: Dan pohorske omlete, vinsko-kulinarični večeri v Hiši Stare trte, Festival solat in Martinovanje v Mariboru, ki pa jih zaradi epidemioloških razmer nismo mogli realizirati. Aktivnosti smo v dogovoru z vodilnim izvajalcem projekta EGR preusmerili v **organizacijo poletnih tematskih večerov pred Hišo Stare trte ter v nadaljnji razvoj gastronomske kolektivne blagovne znamke Naše najboljše**.



Logotip EGR smo redno vključevali v komunikacijska gradiva na temo gastronomske turistične ponudbe v Mariboru in okolici.

4 PROGRAM VLAGANJ

4.1 TURISTIČNA INFRASTRUKTURA

V sklopu izvedbe programa vlaganj v turistično infrastrukturo za leto 2021 je ZTM izvedel investicije v:

- izvedbo prenove objekta Hiša Stare trte v Mariboru (zaključek v letu 2022),
- premična stojala za dvostransko umeščanje razstavne vsebine,
- QR table,
- interaktivne table (zaključek v letu 2022),
- daljnogleda (zaključek v letu 2022),
- informativno tablo na Pohorju pred cerkvijo sv. Bolfenka,
- informativno tablo sistema označevanja za promocijo hoje kot prometnega režima,
- tablo z opisom znamenitosti »Hudičeve skale«,
- obnovo tabel »Arheološka pot po Mariboru«,
- sejensko predstavitevno opremo.



Tabli »Arheološka pot po Mariboru« na lokaciji pri villi rustici in pri Betnavskem gradu.

Izvedene investicije v letu 2021 v okviru participativnega proračuna (projekti so predlagani in izglasovani v sodelovanju z občani):

- Mariborske ulice nekoč in danes,
- Živa knjiga Maribora,
- ureditev tematskih in rekreativnih poti v Malečniku.



Zavod za turizem Maribor
Tkalski prehod 4, 2000 Maribor

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



Projekt Mariborske ulice nekoč in danes

Maribor, 28. februar 2022

Jure Struc, l.r.
Direktor