



# LETNO POROČILO ZAVODA ZA TURIZEM MARIBOR - POHORJE 2019



Doris Urbančič Windisch, mag. turizma  
direktorica

Maribor, 12. 2. 2020



## KAZALO

|          |                                                                        |           |
|----------|------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>1</b> | <b>SPLOŠNI DEL .....</b>                                               | <b>3</b>  |
| 1.1      | PRAVNE PODLAGE ZA USTANOVITEV IN DELOVANJE .....                       | 3         |
| 1.2      | PREDSTAVITEV ORGANOV ZAVODA.....                                       | 5         |
| 1.3      | SEDEŽ ZAVODA IN OBJEKTI V UPRAVLJANJU .....                            | 5         |
| 1.4      | FINANCIRANJE ZAVODA .....                                              | 5         |
| 1.5      | DELOVANJE ZAVODA .....                                                 | 5         |
| <b>2</b> | <b>POSEBNI DEL.....</b>                                                | <b>6</b>  |
| 2.1      | POROČILO O DOSEŽENIH CILJIH .....                                      | 6         |
| 2.1.1    | <i>Prikaz letnih ciljev za leto 2019 .....</i>                         | <i>6</i>  |
| 2.2      | TRŽNO KOMUNICIRANJE.....                                               | 11        |
| 2.2.1    | <i>Odnosi z javnostmi .....</i>                                        | <i>11</i> |
| 2.2.2    | <i>Spletno komuniciranje.....</i>                                      | <i>12</i> |
| 2.2.3    | <i>Klasično oglaševanje / promocija.....</i>                           | <i>17</i> |
| 2.2.4    | <i>Predstavitve na sejmi, delavnicah in borzah .....</i>               | <i>18</i> |
| 2.3      | POSLOVNI TURIZEM .....                                                 | 18        |
| 2.4      | IZOBRAŽEVANJA IN KREPITVE KOMPETENC ZAPOSLENIH V LETU 2019 .....       | 19        |
| 2.4.1    | <i>Usposabljanje kadra .....</i>                                       | <i>19</i> |
| 2.5      | PROJEKTI IN OSTALE AKTIVNOSTI .....                                    | 21        |
| 2.5.1    | <i>Projekti .....</i>                                                  | <i>21</i> |
| 2.5.2    | <i>Ostale aktivnosti.....</i>                                          | <i>22</i> |
| 2.5.3    | <i>Javnomnenjske raziskave in ankete.....</i>                          | <i>25</i> |
| 2.6      | PRIREDITVE 2019 .....                                                  | 26        |
| 2.7      | POROČILO O KVANTITATIVNIH CILJIH .....                                 | 27        |
| 2.7.1    | <i>Prenočitvene zmogljivosti po občinah v letu 2019 .....</i>          | <i>27</i> |
| 2.7.2    | <i>Podatki o prenočitvah za MOM leto 2019.....</i>                     | <i>27</i> |
| 2.7.3    | <i>Podatki o prenočitvah za TD Maribor - Pohorje za leto 2019.....</i> | <i>27</i> |
| 2.8      | POSLOVNA ENOTA TIC MARIBOR.....                                        | 28        |
| 2.9      | POSLOVNA ENOTA HIŠA STARE TRTE .....                                   | 29        |
| <b>3</b> | <b>POROČILO OBČINSKE TURISTIČNE ZVEZE MARIBOR .....</b>                | <b>29</b> |
| 3.1      | DELOVANJE OBČINSKE TURISTIČNE ZVEZE MARIBOR (OTZ- MB) .....            | 30        |
| 3.1.1    | <i>Delovanje odborov .....</i>                                         | <i>30</i> |
| 3.1.2    | <i>In še to ... ..</i>                                                 | <i>32</i> |
| 3.2      | TURISTIČNA IN DRUGA DRŠTVA V OTZ MARIBOR .....                         | 32        |
| 3.2.1    | <i>Sredstva za sofinanciranje programov TD MOM v letu 2019 .....</i>   | <i>34</i> |
| 3.3      | ODBOR ROKODELCEV PRI OTZ-MB .....                                      | 35        |
| <b>4</b> | <b>POROČILO ŠTAJERSKE TURISTIČNE ZVEZE .....</b>                       | <b>36</b> |
| <b>5</b> | <b>REALIZACIJA AKCIJSKEGA NAČRTA LETNIH CILJEV 2019 .....</b>          | <b>40</b> |

# 1 SPLOŠNI DEL

## 1.1 PRAVNE PODLAGE ZA USTANOVITEV IN DELOVANJE

**Javni zavod Zavod za turizem Maribor - Pohorje<sup>1</sup>** je ustanovila Mestna občina Maribor skupaj z občinami Hoče-Slivnica, Rače-Fram in Starše z Odlokom o ustanovitvi Javnega zavoda za turizem Maribor - Pohorje (MUV 16/2012), ki je pravni naslednik Javnega zavoda za turizem Maribor. Javni zavod je bil vpisan v sodni register pri Okrožnem sodišču Maribor pod matično številko: 1526022000 dne, 13. 8. 2012.

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

lokalna turistična organizacija za izvajanje javne službe pospeševanja turizma,

subjekt oblikovanja celovite turistične ponudbe,

subjekt spodbujanja razvoja turistične infrastrukture,

subjekt promocije celovite turistične ponudbe in informiranja obiskovalcev.

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

Zaradi smotrnosti turističnega razvoja širšega območja se povezuje s turističnim gospodarstvom, turistično društveno dejavnostjo in tudi drugimi lokalnimi skupnostmi.

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

Delovanje in obstoj zavoda ter nadaljnji razvoj turizma na območju temelji na predpostavkah, empiričnih izsledkih in strateških usmeritvah, ki so bile izvedene ob različnih aktivnostih in na različnih nivojih v obdobju od leta 2000 do 2019. Praviloma so se strateške in razvojne usmeritve naslanjale na empirične podatke iz SURS-a oziroma STO-ja, izjemoma pa so bile narejene primarne empirične raziskave. Strateške usmeritve vežejo Zavod k nadaljevanju načrtanih in tudi zakonsko utemeljenih poti razvoja turizma v državi in na strategiji razvoja turizma 2010-2020 za območje mesta in širše turistične regije Osrednja Štajerska.

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

### **Pravni akti, ki opredeljujejo delovanje in razvoj, so:**

- Odlok o ustanovitvi Javnega zavoda za turizem Maribor - Pohorje (Mestna občina Maribor, Občina Hoče-Slivnica, Občina Rače-Fram, Občina Starše, ( MUV 16/2012),
- Pridobljen status turističnega območja za Mestno občino Maribor (Ministrstvo za malo gospodarstvo in turizem RS, 2000),
- Podelitev statusa pravne osebe, ki deluje v javnem interesu na področju spodbujanja in razvoja turizma v okviru turističnega območja do leta 2019 (Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo Republike Slovenije 2014),
- Podelitev pooblastila za vodenje in usklajevanje razvoja in promocije turizma (izvajanje funkcije RDO) na območju Zgornjega Podravja do leta 2020 (Svet regije Podravje),
- Odlok o pogojih opravljanja dejavnosti turističnih vodnikov turističnega območja Mestne občine Maribor (MUV 20/02),
- Odlok o spremembah in dopolnitvah odloka o pogojih opravljanja lokalnih turističnih vodnikov v Mestni občini Maribor (MUV 31/04),
- 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),
- Lokalna agenda 21, program varstva okolja na področju turizma (Mestni svet Mestne občine Maribor, 2001)
- Odlok o spremembah in dopolnitvah odloka o turistični in promocijski taksi v Mestni občini Maribor (MUV 15/2019)
- Strategija trajnostne rasti slovenskega turizma 2017 - 2021 (Vlada Republike Slovenije, 2017),
- Zakon o igrah na srečo (Uradni list RS št. 14/11, 108/12, 11/14 – popr. in 40/14 – ZIN-B),
- Pravilnik o organizaciji dela in sistemizaciji delovnih mest (Svet zavoda 2010, 2012, 2018),
- 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 in 72/19)
- Zakon o izvrševanju proračunov Republike Slovenije za leti 2018 in 2019 (Uradni list RS, št. 71/17, 13/18 – ZJF-H, 83/18 in 19/19)
- Odlok o proračunu Mestne občine Maribor za leto 2019 (MUV 8/2019)
- Odlok o spremembah in dopolnitvah Odloka o proračunu Mestne občine Maribor za leto 2019 (MUV 24/2019)

## **1.2 PREDSTAVITEV ORGANOV ZAVODA**

Organa Zavoda za turizem Maribor-Pohorje sta:

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

### **Predstavitev organov javnega zavoda:**

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

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

Predsednik: Zdravko Luketič od 5.11.20219, Gregor Bezlaj od 26. 10. 2017 do 19. 6. 2019

Podpredsednik: Željko Vogrin, ki je tudi predsedoval svetu Zavoda od 19. 6. do 5. 11. 2019.

Člani: Gregor Bezlaj, Miran Ferk, Iztok Kvas, Tomaž Krajnc, Alenka Iskra (do 27. 6. 2019), Tatjana Mileta, Drago Peklar, Mojca Petek, Suzana Pungartnik, Irena Šerdoner, Andrej Pavlinek.

## **1.3 SEDEŽ ZAVODA IN OBJEKTI V UPRAVLJANJU**

Sedež: Tkalski prehod 4, 2000 Maribor

Hiša Stare trte: Vojašniška 8, 2000 Maribor

TIC Maribor: Partizanska cesta 6 a, 2000 Maribor

## **1.4 FINANCIRANJE ZAVODA**

Zavod svojo dejavnost in obstoj ter izvajanje programov financira iz:

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

## **1.5 DELOVANJE ZAVODA**

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

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

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

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

turistične institucije zaprte.

## **2 POSEBNI DEL**

### **2.1 POROČILO O DOSEŽENIH CILJIH**

Že z letom 2019 je bil z indeksom 248 na področju prihodov in z indeksom 237 na področju prenočitev dosežen cilj obdobja 2010-2020, tj. rast prihodov med 80 % in 100%, ter rast števila prenočitev za 100%, opredeljen v Staregiji razvoja turizma turistične destinacije Maribor – Pohorje 2010-2020.

Omenjeni strateški dokument prav tako navaja, da bo leta 2020 destinacija pozicionirana kot zelena, ekološko ozaveščena destinacija za sprostitev in aktivni odmor. Slednjo opredelitev mesto in okolica nedvomno dosegata: mesto Maribor je ena izmed zelenih destinacij Slovenije, destinacija pa ponuja visoko razvito vinsko kulturo in vrhunsko kulinariko ter je prepoznavna po izjemni gostoljubnosti domačinov.

#### **2.1.1 Prikaz letnih ciljev za leto 2019**

##### **LETNI CILJI**

Letni cilji sledijo smernicam dolgoročnih ciljev, za dosego le-teh pa je potrebno dosegati kratkoročne operative cilje za posamezno poslovno leto.

##### **Kvantitativni cilji:**

V letu 2019 sta Mestna občina Maribor (v nadaljevanju MOM) in turistična destinacija Maribor - Pohorje (v nadaljevanju TD Maribor - Pohorje) ponovno dosegli najboljše rezultate do sedaj. Turistični rezultati v Mariboru in celotni destinaciji Maribor - Pohorje presegajo rezultate na vseslovenski ravni, na kateri je za leto 2019 zabeležena 5 % rast prihodov in 0,6 % rast prenočitev turistov.

##### **MO Maribor**

Po uradnih podatkih iz občinskega programa [www.ttaksa.si](http://www.ttaksa.si) je v MO Maribor v letu 2019 prenočilo 216.777 turistov, ki so skupaj ustvarili 460.498 prenočitev. To je 7 % več prihodov gostov in 2 % več prenočitev domačih in tujih gostov kot v letu 2018. Razmerje med gosti je 13:87 v prid tujim gostom in razmerje med prenočitvami je 12:88 v prid tujim prenočitvam. Povprečna doba bivanja turistov 2,12 dni, kar predstavlja krajšo PDB v primerjavi s preteklim letom (2,23 dni). Največ turistov je v letu 2019 v MOM prenočilo iz naslednjih trgov: Slovenija (55.025, indeks 100,6), Nemčija (41.768, indeks 105), Hrvaška (30.608, indeks 110), Poljska (25.412, indeks 98), Srbija (24.531, indeks 115), Avstrija (23.314, indeks 117), Italija (23.298), Madžarska (18.934), Bosna in Hercegovina (18.025), Češka (14.854), Romunija (14.411).

##### **TD Maribor - Pohorje**

TD Maribor - Pohorje je v letu 2019 obiskalo 287.099 gostov, ki so v destinaciji opravili 624.959 prenočitev. To je 31 % več prihodov gostov in 9 % več prenočitev gostov v destinaciji Maribor - Pohorje. Povprečna doba bivanja je 2,18 dni, kar pomeni, da se je dolžina bivanja z destinaciji

skrajšala (v primerjavi z letom 2018, ko je znašala 2,3 dni). Razmerje med domačimi in tujimi prihodi je 21:79 v prid tujim prihodom in razmerje med prenočitvami je 22:78 v prid tujim prenočitvam.

Delovni cilji ali načrti predstavljajo ključni dejavnik zagotavljanja kakovostnega dela ZTMP in organizacijskih enot. Upoštevajoč poslanstvo in vizijo ZTMP usmerjamo cilje na dve ključni področji: (1) zunanji destinacijski marketing in (2) notranji destinacijski razvoj. Za uspešno delovanje ZTMP pa so pomembni tudi interni organizacijski cilji, ki vodijo k učinkovitemu in konsolidiranemu poslovanju ZTMP.

ZTMP je v letu 2019 izpostavljal pet ključnih tematskih turističnih proizvodov (gastronomija, športni in kulturni turizem, počitnice v mestu in poslovni turizem), predvsem na področju promocije.

Krovni cilji skladni z aktualno strategijo razvoja turizma TD Maribor - Pohorje za poslovno leto so:

- povečan turistični obisk,
- podaljšanje povprečne dobe bivanja,
- povečanje prepoznavnosti destinacije Maribor - Pohorje,
- dvig kakovosti ponudbe in zadovoljstva turistov,
- pozitivna promocija od ust do ust,
- razvoj integralne turistične ponudbe destinacije in
- povečano zadovoljstvo turističnih deležnikov destinacije Maribor - Pohorje.

Navedene krovne cilje smo realizirali z izjemo podaljšanja povprečne dobe bivanja. Maribor in destinacija Zadevni krovni cilj ni značilen zgolj za mesto Maribor in destinacijo Maribor - Pohorje, ampak je skladen s splošnim trendom krajšanja povprečne dobe bivanja na evropski ravni. Zavod bo v svojem poslovnem načrtu ohranil cilj podaljšanja PDB, ki si ga bomo prizadevali doseči z ustrezno promocijsko in produktno strategijo in sodelovanjem z zanesljivimi partnerji na turistični destinaciji.

## **V nadaljevanju predstavljamo cilje zavoda usmerjene v poslovanje ZTMP:**

### **Cilj 1: Konsolidacija poslovanja ZTMP**

*Aktivnosti za dosego cilja so:*

- izvajanje dnevnega nadzora nad gibanjem finančnih sredstev,
- kredibilno napovedovanje potrebnih finančnih virov,
- kakovostno izvajanje tržnih/razvojnih projektov, nadgradnja, osvežitev v skladu z novim CGP,
- uskladitev pravnih aktov ZTMP in
- izvajanje projektov na postavitki turistična infrastruktura.

V letu 2019 je bil med ZTMP in finančno računovodskim servisom uveden sistem notranje in zunanje kontrole sprotnega nadziranja prilivov in odlivov. Posledično je bilo tudi

napovedovanje potrebnih finančnih virov kredibilno, kar je razvidno iz finančnega dela poročila 2019. V letu 2019 so različne inšpekcijske službe naključno in na podlagi prijav pregledovale delo, organiziranost, finance in dokumentacijo ZTMP. Vsa zahtevana dokumentacija je bila oddana v skladu z zastavljenimi roki. Zastavljen cilj je bil v celoti realiziran.

## **Cilj 2: Racionalizacija dela in povečanje produktivnosti**

*Aktivnosti za doseg cilja so:*

- usposabljanje kadrov,
- pregledi Medicina dela, prometa in športa.

Zastavljen cilj racionalizacije dela in povečanja produktivnosti je bil v celoti izveden. Usposabljanje kadra ni enoletni projekt. Zato se bodo le-ta nadaljevala v naslednjih letih, glede na potenciale in želje posameznikov ter glede na finančne zmožnosti ZTMP ter naravo področja dela posameznega zaposlenega.

## **Cilj 3: Oblikovanje dolgoročnih tržnih virov financiranja ZTMP**

*Aktivnosti za doseg cilja:*

- iskanje novih trženjskih aktivnosti ZTMP (npr. plačljivo vodenje po Hiši Stare trte, sofinanciranje tiskovin oz. prospektov idr.),
- pogovori in usklajevanje s soustanovitelji ter ostalimi destinacijskimi občinami.

V začetku leta 2019 smo uvedli plačljiva vodenja v Hiši Stare trte, kar je pozitivno vplivalo na povečan promet v Hiši Star trte, hkrati pa krepilo tudi zadovoljstvo gostov. Prav tako smo skupaj s tremi drugimi občinami sodelovali in sofinancirali brošuro Znamenitosti, kolesarske in pohodne poti vzhodnega Pohorja.

**V nadaljevanju predstavljamo cilje ZTMP, usmerjene v notranji destinacijski razvoj:**

## **Cilj 4: Razvoj celovite turistične ponudbe TD Maribor - Pohorje.**

*Aktivnosti za doseg cilja:*

- nadaljnjo aktivno vključevanje ZTMP v nacionalno strategijo razvoja turizma Slovenije (ZTMP je vodilni koordinator razvoja vzhodne Alpske regije, ki vključuje 22 lokalnih destinacij),
- turistična infrastruktura: obnovitev že obstoječih turističnih tabel in postavitve novih, predstavitev mesta za otroke na poti na Piramido, postavitve dveh interaktivnih tabel, oprema trafike ob Starem mostu,
- oblikovanje trženjskega spleta za vodilne tematske turistične produkte (šport, kultura, gastronomija) - cenovno ustrezni produkti, glede na ciljne skupine,
- prireditve in dogodki,
- kreiranje turističnih produktov za krajši oddih (konec tedna, tri noči).

V okviru zadanega cilja smo želeli oblikovati integralno in tematsko turistično ponudbo destinacije, s podpornimi turističnimi storitvami in proizvodi ter infrastrukturo. Skozi leto so se izvajali projekti, vezani predvsem na promocijo in digitalizacijo. ZTMP se je v letu 2019 aktivno in uspešno vključeval v nacionalno strategijo razvoja turizma Slovenije in njeno realizacijo. Konec meseca septembra 2019 smo s strani MO Maribor prejeli dodatna finančna namenska sredstva za razvoj turistične infrastrukture (ZTMP je želel ta vložek

investirati v nadgradnjo Hiše Stare trte – hiše petih čutov, kar pa glede na kratek rok izvedbe (30. 11. 2019) ni bilo možno). Zato smo pristopili k izvedbi: postavitev informativnih tabel (po mestu in na okoliške mestne griče: Piramida, Kalvarija, Pekrska gorca), postavitev interaktivnih tabel v mestu in pod Pohorjem, postavitev daljnogleda. Oblikovanje trženjskega spleta za vodilne tematske turistične produkte (šport, kultura, gastronomija) je bilo izvedeno tako na lokalni kot na nacionalni ravni ob podpori STO. Prireditve in dogodki so bili izvedeni v skladu s planom. Prav tako v so v letu 2019 nastali mestni in destinacijski produkti, ki ponujajo doživetja, ki so nastali s pomočjo sodelovanja s ponudniki na eni strani ter turističnimi agencijami na drugi strani. Vsi produkti so objavljeni na spletni strani [visitmaribor.si](http://visitmaribor.si) v vseh jezikovnih različicah. Promocijske in prodajne aktivnosti bodo izvedene v letu 2020, smo pa v letu 2019 podpisali pogodbe o sodelovanju s ponudniki doživetij in s turističnimi agencijami, ki so pripravile destinacijske turistične pakete.

## **Cilj 5: Povezovanje turističnih deležnikov in podpora (tudi finančna) za delovanje ZTMP**

*Aktivnosti za doseg cilja:*

- promocija pomena turizma v regiji (med turističnimi in neturističnimi subjekti in posamezniki),
- analiza potreb in želja turističnih deležnikov s pomočjo STO in analitike spletnih strani,
- delavnice in usposabljanja za turistične deležnike,
- srečanja s turističnimi deležniki (informativne kot tudi izobraževalne narave).

S številnimi aktivnostmi, kot so sodelovanje na različnih novinarskih konferencah in drugih dogodkih partnerskih organizacij smo turističnim deležnikom, turističnemu gospodarstvu kot tudi širši javnosti podajali informacije o pomenu turizma. Zavod za turizem Maribor - Pohorje na mesečni ravni spremlja analitiko spletnega mesta [www.visitmaribor.si](http://www.visitmaribor.si) kot tudi analitiko na spletni strani [www.slovenia.info](http://www.slovenia.info) - pristajalna stran destinacije Maribor - Pohorje. Analitika nam pove, kaj uporabniki najbolj iščejo, od kod prihajajo, od kod pridejo na našo spletno stran. Izvedli smo delavnice in usposabljanja za turistične deležnike (na področju digitalnega marketinga, redno smo izvajali srečanja s turističnimi deležniki za področje kongresnega turizma, Dravske kolesarske poti, Zeleno shemo slovenskega turizma, s turističnimi vodniki in srečanje turističnih organizacij (LTO, RRA, turistični zavodi in vodilne destinacije).

## **Cilj 6: Pozicioniranje ZTMP kot vodilnega subjekta razvoja lokalnega in regionalnega turizma**

*Aktivnosti za doseg cilja:*

- nadaljevanje aktivne vloge regijske destinacijske organizacije,
- oblikovanje in promocija storitvenega portfolia ZTMP na področju digitala za namen samoevalvacije in promocije, s katerim bomo dokazovali in predstavljali naše dosežke širši strokovni javnosti,
- oblikovanje sistema monitoringa turizma na ravni destinacije, v katerega bodo vključene občine znotraj destinacije v letu 2019 na področju digitala.

Zavod za turizem Maribor - Pohorje je v sklopu strategije slovenskega turizma opredeljen kot ena izmed ključnih vodilnih destinacij znotraj Alpske regije. V slovenskem prostoru ima vlogo povezovanja in promocije vseh 22 občin, kot je to opredeljeno tudi v trenutno veljavni turistični strategiji destinacije Maribor - Pohorje. Nova spletna stran, ki je bila lansirana v septembru 2019, je naravnana tudi tržno: ponuja doživetja, ki so v pomoč turističnemu gospodarstvu pri

ponujanju dodatne ponudbe. Hkrati kombinacija spletne strani in digitalnih kampanij prinaša tudi promocijo turističnemu gospodarstvu. Tovrstna promocija omogoča sistem monitoringa in digitalne sledljivosti.

**V nadaljevanju predstavljamo cilje ZTMP, usmerjene v zunanji destinacijski marketing:**

#### **Cilj 7: Izboljšanje tržne pozicije destinacije Maribor - Pohorje**

*Aktivnosti za doseg cilja:*

- nova spletna stran »visitmaribor.si«, ki bo omogočala vzpostavitev sodobnih prodajnih kanalov,
- implementacija celovite destinacije tržne znamke,
- promocijske predstavitve v sodelovanju z STO in drugimi deležniki ter samostojne predstavitve na sejnih, workshopih in borzah,
- promocijske aktivnosti na sekundarnih trgih (povezovanje z destinacijami Alpske regije, letališče Ljubljana idr.),
- raziskava o imidžu destinacije Maribor - Pohorje (med lokalnimi gosti),
- članstvo v ETOA (European tourism association),
- poslovna srečanja z drugimi destinacijskimi organizacijami v Sloveniji in tujini (prenos izkušenj in dobrih praks s področja uspešnega marketinga turističnih destinacij).

Vzpostavili smo novo spletno stran na domeni visitmaribor.si, v skladu s CGP (v letu 2019 potekala tudi implementacija), ki smo jo sprejeli leta 2018. Nova spletna stran je naravnana tudi tržno, saj omogoča direkten nakup storitev oz. turističnih paketov. V sodelovanju z STO smo izvajali promocijo na tujih trgih, prav tako nekatere predstavitve tudi v lastni režiji ali s povezovanjem drugih ponudnikov (na primer letališče Ljubljana). V začetku leta smo med lokalnimi gosti izvedli raziskavo o imidžu destinacije Maribor - Pohorje. ZTMP je v okviru Zelene sheme slovenskega turizma (ZSST) v času od avgusta do konca leta 2019 anketiral obiskovalce in turiste v mestu Maribor. S ciljem izmenjave znanj in dobrih praks smo se včlanili v ETOA. Izvedena so bila številna poslovna srečanja z drugimi destinacijskimi organizacijami v Sloveniji in tujini (prenos izkušenj in dobrih praks s področja uspešnega marketinga turističnih destinacij). V letu 2019 smo izvedli oz. se udeležili več meddestinacijskih srečanj, in sicer z organizacijami, kot so Ljubljanski grad, Turizem Ljubljana, Zavod za mladino, kulturo in turizem Koper, Zavod za turizem Šaleške doline, RRA Koroška; LTO Rogla - Zreče.

#### **Cilj 8: Dvig učinkovitosti tržnega komuniciranja turistične ponudbe TD Maribor - Pohorje**

*Aktivnosti za doseg cilja:*

- vzpostavitev digitalnega tržnega komuniciranja, ki je vezano na novo spletno stran (Google AdWords, Facebook, Instagram ipd.) v sodelovanju z zunanjim izvajalcem – kampanje,
- vzpostavitev nove jezikovne različice spletne strani v celoti, vezano na razpis MGRT (italijanski jezik),
- učinkovit destinacijski komunikacijski splet, ki ga bo omogočala nova spletna stran,
- priprava in distribucija tiskovin - postopna nadgradnja in korektura obstoječih tiskovin v skladu z novim CGP ter izdelava novih brošur vezanih na nosilne produkte.

Izvedli smo štiri večje digitalne kampanje na platformah Facebook, Instagram, Youtube, Google search in Google display, katerih glavne teme so bile: zimska turistična ponudba,

športno-aktivna doživetja, kulturni dogodki ter vinsko-kulinarični vrhunci mesta in destinacije. Nova spletna stran poleg slovenskega, angleškega in nemškega jezika vključuje tudi italijanski jezik. Izvedli smo ponatis tiskovin (nekateri tudi nadgradili z vsebino, augmentacijo ali novim foto materialom) ter poskrbeli za njihovo distribucijo. V sodelovanju s štirimi občinami (MOM, Hoče-Slivnica, Slovenska Bistrica, Ruše) smo izdali brošuro Znamenitosti, kolesarske in pohodne poti vzhodnega Pohorja.

## **Cilj 9: Razvoj učinkovitega destinacijskega trženjskega spleta**

*Aktivnosti za doseg cilja:*

- analiza stopnje digitalizacije turističnih doživetij destinacije Maribor - Pohorje,
- vključevanje turističnih ponudnikov in upraviteljev/izvajalcev turističnih doživetij v destinacijski trženjski splet,
- delavnice in usposabljanja za deležnike,
- oblikovanje IT rešitev in podpore za destinacijski trženjski sistem,
- optimizacija učinkovitosti destinacijskega komunikacijskega spleta,
- oblikovanje metodologije za spremljanje in dvig učinkovitosti destinacijskega komunikacijskega spleta.

Nova spletna stran vključuje turistične ponudnike in upravitelje/izvajalce turističnih doživetij celotne destinacije Maribor - Pohorje ter omogoča analitično spremljanje kazalnikov, kot so: skupno število sej, skupno število uporabnikov, število ogledov strani, povprečno trajanje seje idr.. Izvedli smo delavnice in usposabljanja za deležnike na področju digitala in digitalnih rešitev. Izvedeno je bilo oblikovanje IT rešitev in podpore za destinacijski trženjski sistem, prav tako tudi optimizacija učinkovitosti destinacijskega komunikacijskega spleta.

## **2.2 TRŽNO KOMUNICIRANJE**

### **2.2.1 Odnosi z javnostmi**

#### **Komunikacija s predstavniki slovenskih medijev**

V letu 2019 je ZTMP poslal **20 sporočil za medije** o aktivnostih ZTMP in partnerskih organizacij. Teme obveščanja preko sporočil za medije so bile naslednje:

*obisk veleposlanikov na Madžarskem v Mariboru, 40. Rez Stare trte, rezultati mariborskega turizma v 2018, Velikonočni sejem v Mariboru, 12. obletnica Hiše Stare trte, Festival solat, Drava festival 2019, start kolesarske dirke Po Sloveniji v Mariboru, zaključek Drava Festivala in dogodek Big Jump, nov zemljevid Pohorja in Pohorska kulinarična transversala, infrastrukturne novosti in promocija Dravske kolesarske poti, turistično povezovanje Maribora, Šaleške doline in Koroške, postavljanje klopotca pred Hišo Stare trte, rezultati mariborskega turizma v prvem polletju 2019, Festival Stare trte 2019, 33. Svečana trgatev stare trte, 36. Martinovanje v Mariboru – povabilo k sodelovanju, 36. Martinovanje v Mariboru, prižig prazničnih lučk, predstavitev ključnih aktivnosti ZTMP v letu 2019.*

Izbor sporočil za medije (aktualnih in arhivskih) je medijem in drugim zainteresiranim javnostim dostopen na spletni strani [www.visitmaribor.si](http://www.visitmaribor.si).

ZTMP je organiziral **novinarske konference** ob naslednjih priložnostih: *napoved dogodka 40. Rez Stare trte 2019, napoved Drava Festivala 2019, napoved dogodkov v okviru Festivala Stare trte 2019 in predstavitev ključnih aktivnosti ZTMP v letu 2019.* Ob tem so predstavniki ZTMP prisostvovali kot govorci na devetih novinarskih konferencah partnerskih organizacij.

Na ZTMP smo v letu 2019 dodatno podali **okoli 70 ustnih in okoli 60 pisnih izjav** oz. komentarjev za slovenske in/ali lokalne medije.

S podporo zunanjega izvajalca smo redno spremljali **pojavljanje ZTMP** in njegovih aktivnosti v slovenskih tiskanih in elektronskih medijih ter na TV in radiu: zabeležili smo skupno **1.670 objav**, njihova oglaševalska vrednost je ocenjena na **2.541.950 EUR**.

### **Komunikacija s tujimi mediji**

S tujimi mediji je Zavod za turizem Maribor - Pohorje sodelovali predvsem ob posredništvu oz. v sodelovanju s Slovensko turistično organizacijo preko vključevanja informacij iz destinacije Maribor - Pohorje v novice za tuje medije (TTA) in organizacije novinarskih študijskih potovanj, na katerih smo predstavnikom medijev predstavili ključno turistično ponudbo mesta in destinacije. ZTMP je organizacijsko in finančno podprl izvedbo **30 promocijskih študijskih potovanj** za okoli 90 domačih in tujih novinarjev, 15 blogerjev, 20 potovalnih agencij ter okoli 25 drugih visokih gostov iz naslednjih držav: Slovenija, Avstrija, Hrvaška, Madžarska, Italija, Nemčija, Francija, Španija, Švica, Velika Britanija, Poljska, Srbija, Rusija, Nizozemska, Danska, Norveška, Švedska, ZDA, Kanada in Južna Koreja.

## **2.2.2 Spletno komuniciranje**

### **Nova spletna stran visitmaribor.si**

V septembru 2019, na svetovni dan turizma, je ZTMP lansiral novo uradno spletno mesto turistične destinacije Maribor - Pohorje visitmaribor.si – sodoben turistični portal mesta Maribor in destinacije Maribor - Pohorje, ki ob privlačni predstavitvi ključnih turističnih produktov uporabnikom omogoča:

- jasen in hiter dostop do informacij ter
- rezervacije turističnih storitev oz. doživetij.

Celovita vizualna in vsebinska podoba portala med drugim vključuje:

- personalizacijo vsebin,
- izpostavitve doživetij z možnostjo neposredne rezervacije ter
- poenoteno predstavitev posameznih produktov, dogodkov in ponudnikov za namene enostavnejše filtracije na podlagi uporabnikovih interesov, zelene kategorizacije ipd.

Portal omogoča izvoz in uvoz vsebin (npr. dogodkov) na druge portale, v rubriki namestitve imajo obiskovalci vpogled v ocene in priporočila iz TripAdvisor-ja.

V letu 2019 smo zabeležili 264.299 uporabnikov (kar je 21,69 % več kot v letu 2018), 396.203 sej (0,64 % več kot v letu 2018) in 867.502 ogledov strani (7,92 % manj kot v letu 2018). Od 27. septembra do 9. decembra 2019 je spletno mesto zabeležilo 243.000 ogledov strani visitmaribor.si, kar je 132 % več kot v enakem obdobju lani.

Zaradi zakona o varovanju osebnih podatkov (GDPR), ki je začel veljati maja 2018, je statistika pridobljena s pomočjo Google Analytics nenatančna in posplošena. Predvidevamo, da je približno 10 % obiskovalcev spletne strani [www.visitmaribor.si](http://www.visitmaribor.si) ni zabeleženih in so posledično vse številke v resnici višje od zgoraj navedenih. *Dodaten razlog za to so preusmeritve (redirecti) povezav s stare spletne strani na novo.*

### **Spletna stran staratrta.si**

- Zabeležili smo 15.147 uporabnikov (od tega je 1138 ali 10.83 % uporabnikov, ki so se znova vrnili na spletno mesto, ostalih 89,17 % uporabnikov pa je stran zapustilo po enkratnem obisku).
- Izvedenih je bilo 18.702 sej (kar na posameznega uporabnika znaša 1,24 seje).
- Ogledov strani je bilo 47.629 (od tega 2,55 strani na sejo).
- Povprečen čas na strani je znašal 1 minuto in 44 sekund.
- Med obiskovalci strani je največ Slovencev, sledijo Američani, Avstrijci, Nemci in Hrvati.
- Največ obiskovalcev na strani prihaja iz območij Ljubljane, Maribora in Dunaja.

### **Maribor na [www.slovenia.info](https://www.slovenia.info)**

Spletno stran <https://www.slovenia.info/sl/destinacije/regije/alpska-slovenija/maribor> je v letu 2019 obiskalo 31.799 uporabnikov, od tega je bilo 80 % novih uporabnikov. Največ obiska je bilo v mesecu maju. TOP 3 ciljni trgi: Avstrija, Slovenija, Italija.

### **Nastop na družbenih omrežjih**

#### **Instagram Visit Maribor**

- Število IG objav v letu 2019: 319
- Število IG stories objav v letu 2019:
- Število objav #visitmaribor v letu 2019: 887
- Število novih sledilcev v letu 2019: 3.606
- Število vseh sledilcev (na dan 31. 12. 2019): 9.693

Vseh prikazov je bilo 1.172.810; objave so dosegle 812.840 oseb; odzivi nanje so dosegli kar 20,70 % (razmerje med ogledi ter komentarji, všečki, delitvami in kliki).

Top 10 objav glede na prikaze:



09:08 pm | Aug, 31 2019  
👁 31392



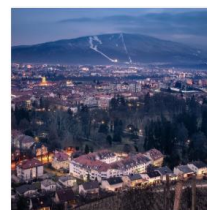
06:09 pm | Sep, 11 2019  
👁 12432



09:08 pm | Aug, 02 2019  
👁 11961



09:11 am | Nov, 04 2019  
👁 11880



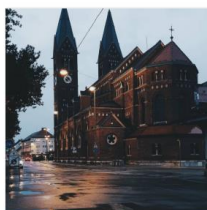
04:09 pm | Sep, 13 2019  
👁 10214



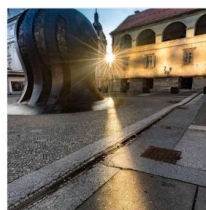
07:10 pm | Oct, 31 2019  
👁 9884



07:09 pm | Sep, 17 2019  
👁 9179



06:09 pm | Sep, 14 2019  
👁 9146



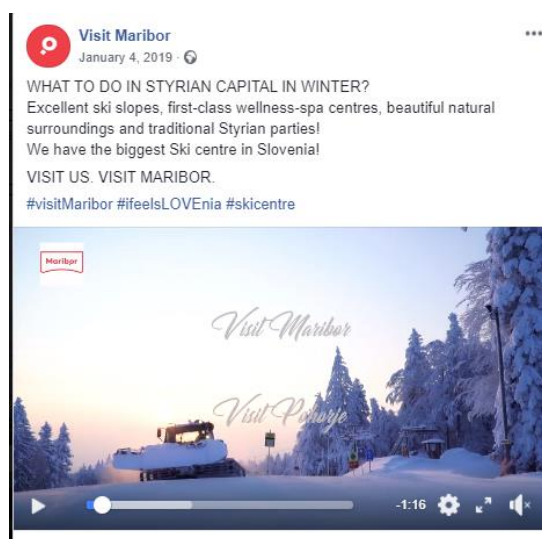
08:11 pm | Nov, 03 2019  
👁 8429



04:11 pm | Nov, 19 2019  
👁 7975

## Facebook spletna stran VisitMaribor

- V letu 2019 je bilo 487 objav.
- Najuspešnejša neplačana objava glede na število reakcij je bila fotografija Frančiškanske cerkve med sneženjem (18.1.2019), ki je dosegla **570** reakcij, komentarjev in všečkov. Najuspešnejša neplačana objava glede na število doseženih oseb (16.407) je bila objava videa "What to do in Styrian capital in winter?" (4. 1.2019).



- Rast števila sledilcev od 1. januarja do 31. decembra 2019 je 15,9 % (pridobili smo 1.660 sledilcev).
- Največ oseb je bilo doseženih v mesecu avgustu (118,326 oseb na mesec) in decembru (135,020 oseb na mesec). V povprečju smo na objavo dosegali 133 reakcij in 121 všečkov.

## **Facebook spletna stran Stara trta / World`s Oldest Vine**

- V letu 2019 je bilo 197 objav (v slovenskem in angleškem jeziku).
- V povprečju je bilo na mesec 17 objav, največ objav je bilo meseca avgusta in aprila 2019 (oboje 21).
- Zabeležili smo 21,2 % rast sledilcev.
- Obisk je bil najvišji meseca marca, maja in septembra 2019.
- Objava z največjim dosegom (cca. 3300 oseb) je bila na temo Mariborske vinske in kulinarčne poti.
- V letu 2019 ni bilo sponzoriranih objav.
- Najuspešnejši objavi (razmerje med doseg/kliki) sta bili Mariborska vinska in kulinarčna pot (14. 3. 2019) in Zasaditev nove cepljenke v Razkrižju (19. 5. 2019).
- V letu 2019 smo na spletni strani objavili osem dogodkov. Dogodka z največjim dosegom sta bila 33. Svečana trgategv Stare trte ter otvoritev vinskega LENTanja 2019.

## **YouTube kanal VisitMaribor**

- Rast ogledov v primerjavi z letom 2018: + 5 %.
- Top 5 zemljepisnih področij ogledov: Nemčija (31,7 %), Francija (26,7 %), Slovenija (26,6 %), Avstrija (0,3 %), Češka (0,1 %).
- Top 5 ogledanih videov: Destinacijski video kratek (81,6 % ogledov), Mariborska kulinarčna pot (4,7 % ogledov), Čarobni december (3 % ogledov), Maribor - Pohorje, destination full of surprises, 15 min (2,8 % ogledov), Mariborska vinska pot (2,6 % ogledov).
- Največ ogledov beležimo med 27. septembrom in 11. oktobrom, kar pripisujemo promociji videov na Facebook strani Visit Maribor.

## **Linkedin profil Maribor - Pohorje Tourist Board**

Redno komuniciranje na zadevnem družbenem omrežju smo vzpostavili v aprilu 2019 z namenom informiranja poslovne oz. zainteresirane javnosti o aktivnostih Zavoda za turizem Maribor - Pohorje.

- Število sledilcev: 2.332
- Število objav v letu 2019: 47
- Engagment rate (razmerje med ogledi ter komentarji, všečki in delitvami, kliki): 2,94 %

### **TOP 3 objave:**

- Prvi kongresni ambasadorji Slovenije (670 ogledov, 7,61 % engagement)
- Študijska tura Slovenske turistične organizacije (500 ogledov, 37,6 % engagement)
- Udeležba na kulinarčni delavnici v Franciji (388 ogledov, 21,65 % engagement)



Operno noč v Mestnem parku v času od 26. aprila do 6. maja 2019 na slovenskem, hrvaškem in avstrijskem trgu. *Z oglasi smo dosegli 25.105 uporabnikov.*

- **Kampanja Festival Lent:** Pripravili smo oglase za promocijo večdnevniških paketov in prireditev v času Festivala Lent na naslednjih trgih: Ljubljana z okolico, Zagreb z okolico in Gradec z okolico v času od 15. maja do 20. junija 2019. Kampanja je potekala preko družbenega omrežja Facebook (News Feed). *Dosegli smo 64.239 uporabnikov.*
- **Kampanja Festival Stare trte:** Festival smo oglaševali preko družbenih omrežij Facebook in Instagram Visit Maribor v času med 9. in 22. septembrom 2019 na slovenskem in avstrijskem trgu. *Z oglasi smo dosegli 69.507 uporabnikov.*
- **Kampanja 36. Martinovanje v Mariboru:** Dogodek smo oglaševali preko družbenih omrežij Facebook in Instagram Visit Maribor v času med 4. in 11. novembrom 2019 na slovenskem in avstrijskem trgu. *Z oglasi smo dosegli 113.246 uporabnikov.*
- **Kampanja Čarobni december v Mariboru:** Sklop številnih dogodkov smo oglaševali preko družbenih omrežij Facebook in Instagram Visit Maribor v času med 20. novembrom in 20. decembrom 2019 na slovenskem in avstrijskem trgu. *Z oglasi smo dosegli 311.872 uporabnikov.*
- **Kampanja Vino in kulinarika:** Med 17. septembrom in 11. oktobrom 2019 smo promovirali vinsko in kulinarico ponudbo destinacije Maribor - Pohorje. V kampanji smo izpostavili Vinsko in kulinarico pot. Oglaševanje je potekalo na dveh novih ciljnih trgih, v Nemčiji in Franciji, preko digitalnih kanalov: Instagram, Google Display, Youtube in sožitnega oglaševanja. *Z oglasi smo dosegli 1.009.853 uporabnikov.*

**Z digitalnim oglaševanjem smo v letu 2019 dosegli skupno 1.994.039 uporabnikov.**

### 2.2.3 Klasično oglaševanje / promocija

Oglasi v tiskanih medijih, na zunanjih oglasnih površinah, na radiih in TV ter na spletnih portalih in vzporedna izdelava promocijskih gradiv so bili namenjena promociji naslednjih **ključnih produktov oz. dogodkov: vino in kulinarika, kultura/mestne prireditve, šport / outdoor in mestni oddih/image.**

Ključne aktivnosti so bile naslednje:

*promocija na Letališču JP Ljubljana, oglaševanje Maribora in turističnih produktov na velikih obcestnih oglasnih površinah v Landschi v Avstriji, promocija na nogometnih tekmah NK Maribor na stadionu Ljudski vrt, digitalna obogatitev tiskanih promocijskih gradiv, oglaševanje v publikaciji National Geographic Traveller – European Cities, promocija Maribora v sklopu tekm evropskega in svetovnega pokala v gorskem kolesarstvu ter kolesarske dirke Po Sloveniji, oglaševanje v publikacijah The Slovenia – Events in Gastronomy, prenova produkta in promocijskega materiala Mariborska vinska in kulinarica pot, izdaja štirih prireditvenih napovednikov (Zima, Pomlad, Poletje, Jesen v Maribor ter Festival Stare trte), zemljevid pohodništva na Pohorju s Pohorsko kulinarico transverzalo.*

## 2.2.4 Predstavitve na sejmi, delavnicah in borzah

ZTMP je v letu 2019 aktivno predstavljal Maribor in širšo destinacijo na **23 sejmi, 12 delavnicah in 4 borzah**, in sicer na naslednjih tržiščih: v Avstriji, Nemčiji, Srbiji, na Hrvaškem, v Turčiji, na Madžarskem, Češkem, Slovaškem, v Franciji, Belgiji, na Nizozemskem, v Italiji, Španiji, Angliji in v Sloveniji.

- Vakantiebeurs: Utrecht, januar
- Ferienmesse: Dunaj, januar
- CMT: Stuttgart, januar
- Vakantie Salon: Bruselj, februar
- F.R.E.E.: München, februar
- IFT: Beograd, januar
- ITB: Berlin, marec
- SIW: Podčetrtek, maj
- Workshopi v Padovi, na Dunaju, Parizu, Budimpešti (Aviareps), Londonu (City Fair), Zagrebu, Gasteizu (Iwintec), Münchnu
- Kongresna borza Conventa: Ljubljana, januar
- Fiets en Wadelbeurs: Utrecht, marec
- Argus Bike Festival: Dunaj, marec
- GREEN & OUTDOOR: Bohinj, april
- Ferienmesse: Dunaj, januar
- Place2go: Zagreb, marec
- Go: Brno, januar
- ITF: Bratislava, januar
- Holiday World: Praga, februar
- EMITT: Istanbul, februar
- Turismo Outdoor Festival, Liberamente, Outdoor Expo, Fa'la cosa Giusta, Tempo Libero: Italija, februar, marec, april
- Ostalo: Natour Alpe Adria, Aufsteirern, Praški grad, Orange Wine Festival in Reise Salon (Dunaj)

## 2.3 POSLOVNI TURIZEM

Od leta 2009 ima ZTMP naziv Lokalnega kongresnega urada pri Zavodu Kongresno-turistični urad Slovenije (KUS). Na kongresnih dogodkih, promocijah in študijskih turah smo v letu 2019 nastopali skupaj s partnerji **Terme Maribor d.o.o., Hotel City Maribor, Hotel Mond in DMC Galileo 3000**. Načrtovane skupne aktivnosti smo izvedli in optimizirali nastale stroške, ki so za ta produkt precej visoki.

V januarju 2019 smo se udeležili mednarodne poslovne borze **Conventa** v Ljubljani; kliente so zanimali predvsem programi za teambuidlinge in incentive. Za to priložnost smo preoblikovali zloženko kongresne ponudbe destinacije in jo digitalno obogatili z dodatnimi vsebinami (augumentacija).

**Študijsko turo** smo letos organizirali pred samo izvedbo poslovne borze v Ljubljani. Povabili smo devet kupcev kongresnih storitev in jim v kratkem času pričarali del doživetij, ki jih ponuja naša destinacija.

Celo leto 2019 smo nadaljevali s kampanjo oglaševanja poslovnega turizma v **reviji Kongres Magazin** (tisk in digitalno). Do konca leta smo oglaševali zanimive novice za turiste in poslovne goste v reviji Kongres Magazin s štirimi zanimivimi članki na mesec.

V sodelovanju s podjetjem Toleranca Marketing smo izdelali **brošuro Meetologue**, ki kupce kongresnih storitev nagovarja k organizaciji dogodka v destinaciji Maribor - Pohorje.

V mesecu maju smo izvedli prvo delavnico, na kateri smo analizirali ključne izzive in nastavili izhodišča za naslednja **izobraževanja**, ki bodo potekala v smeri inventarizacije produkta MICE in začetek marketinške strategije **Kongresni Maribor 2020 - 2030**.

V mesecu juniju smo pristopili skupaj s šestimi kongresnimi uradi v Sloveniji k SAP – **Slovenskemu ambadorskemu programu Kongresnega urada Slovenije**. Partnerji smo predlagali ambasadorje iz različnih znanstvenih področij, ki bodo v svojih mednarodnih krogih širili prepoznavnost slovenske kongresne ponudbe. Projekt je v Sloveniji pilotski, v tujini pa je program ambasadorjev že uveljavljena praksa. V mesecu novembru je v Ljubljani potekala podelitev naslovov ambasadorjev poslovnega turizma, naziv so prejeli tudi predlagani Mariborčani in sicer dr. Tatjana Welzer, FERI, ed. prof. dr. Iztok Podbregar, Univerza v Mariboru, Fakulteta za organizacijske vede, prof. dr. Sandi Klavžar, Univerza v Mariboru.

Sodelovali smo pri pregledu in dopolnitvah **Slovenia Bid Book-a**, ki ga je pripravila Toleranca Marketing za Kongresni urad Slovenije.

Skupaj s Termami Maribor smo v septembru 2019 pripravili **ponudbo za izvedbo kongresa** v Hotelu Habakuk za september 2020 in uspešno pridobili kongres za 220 udeležencev kongresa, predvidena poraba v destinaciji za ta dogodek je ocenjena na 80.000 EUR.

V mesecu juniju 2020 sledi dogodek za Intesa San Paolo – predvidena poraba bo 50.000 EUR.

## 2.4 IZOBRAŽEVANJA IN KREPITVE KOMPETENC ZAPOSLENIH V LETU 2019

### 2.4.1 Usposabljanje kadra

| DATUM  | LOKACIJA  | TEMA                                                                                                                 | ORGANIZACIJA                           |
|--------|-----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------|
| jan.19 | Ljubljana | interaktivna delavnica -5* produkt in Evropska gastronomska regija, okrogla miza "Slovenija kot gastronomska regija" | Sejem Alpe Adria                       |
| feb.19 | Maribor   | Media Bus - možnosti in postopki vnašanja vsebin na nove zaslone na mestnih avtobusih                                | Javno podjetje Marprom d.o.o.          |
| feb.19 | Velenje   | Termalna Panonska Slovenija - makroregija                                                                            | Slovenksa turistična organizacije      |
| feb.19 | Celovec   | Srečanje vodnikov iz Slovenije in Avstrije                                                                           | Gospodarska zbornica Koroške, G-GUIDES |
| mar.19 | Maribor   | DIGITALNI MARKETING - izboljšanje digitalnih vsebin                                                                  | E-LABORAT d.o.o.                       |
| mar.19 | Maribor   | Zavod Kongresnoturistični urad (javno naročanje-novosti)                                                             | Sib d.o.o.                             |

|        |           |                                                                                                                                    |                                                                                                |
|--------|-----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|
| mar.19 | Ljubljana | European FOOD SUMIT (gastronomija)                                                                                                 | <a href="http://www.foodsumit.eu">www.foodsumit.eu</a> , in STO                                |
| mar.19 | Maribor   | Digitalna akademija v turizmu - osnove digitalnega marketinga                                                                      | Zavod za turizem Maribor Pohorje                                                               |
| mar.19 | Postojna  | Skupščina Kongresnega urada Slovenije in izobraževanje - aktivnosti in smernice nadaljnega razvoja kongresno-turistične dejavnosti | KUS                                                                                            |
| mar.19 | Ljubljana | iPROM akademija - Four Points by Sheraton Ljubljana Mons                                                                           | IPROM, digitalna agencija d.o.o.                                                               |
| mar.19 | Ljubljana | Srečanje konzorcija Slovenia Green - na temo gastronomija                                                                          | Slovenia Green Konzorcij in STO                                                                |
| mar.19 | Bilbao    | IWINETC - konferenca - povezovanje kmetijstva in turizma (vino/kulinarika)                                                         | <a href="#">Wine Events Worldwide - IWINETC - Evenbrite</a>                                    |
| apr.19 | Ljubljana | delavnica - Youtube                                                                                                                | April 8, digitalna agencija d.o.o.                                                             |
| apr.19 | Bohinj    | Udeležba na Green & Outdoor konferenci                                                                                             | Pohodništvo in Kolesarjenje GIZ, Konzorcij Slovenia Green - Zavod tovarna trajnostnega turizma |
| maj.19 | Smlednik  | delavnica - Gurmet Evergreen Smlednik                                                                                              | Gurmet Evergreen Smlednik 4,0 masterclass                                                      |
| maj.19 | Ljubljana | Raziskava Maribor kot vinsko kulinarična destinacija - predavanje                                                                  | UM, EPF Ljubljana                                                                              |
| jun.19 | Zreče     | delavnica - Bodite uspešni na globalnih digitalnih platformah - (Tripadvisor, Google)                                              | Slovenska turistična organizacije                                                              |
| jun.19 | Maribor   | Udeležba na strokovni ekskurziji za DKP                                                                                            | DCM društvo za ceste severovzhodne Slovenije                                                   |
| sep.19 | Ljubljana | digitalna akademija v turizmu (Google analitika, Growth hacking marketing, vplivnostni marketing v turizmu, STO komuniciranje,..)  | Slovenska turistična organizacije                                                              |
| sep.19 | Ljubljana | WEBSI dan (predstavitev najboljših agencij, projektov)                                                                             | WEBSI, Zavod za digitalno odličnost                                                            |
| okt.19 | Ljubljana | Content marketing of Business events - Vsebinski marketing - moč zgodb na digitalnih platformah                                    | KUS, STO                                                                                       |
| okt.19 | Praga     | Udeležba na kontaktnem srečanju programa EZD                                                                                       | European for Citizens Program                                                                  |
| okt.19 | Ljubljana | Udeležba na seminarju -MICE kot odlična dopolnitev pristočasnega turizma)                                                          | KUS, STO                                                                                       |

|        |                     |                                                                                                                                                              |                                                 |
|--------|---------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------|
| okt.19 | Zagreb, Mali Lošinj | Udeležba na Global Green Destination Day - predstavitev trendov in izzivov na področju trajnostnega razvoja in upravljanja destinacij                        | Green Destinations                              |
| okt.19 | Ljubljana           | Seminar Slovenija gradi kolesarske povezave                                                                                                                  | Educenter                                       |
| nov.19 | Ljubljana           | Udeležba na dnevih slovenskega turizma - DST 2019 - teme: "Kaj išče FU turist?," Butičnost in naslavljanje izbranih segmentnih skupin v digitalni dobi", ... | DST 19, Slovenska turistična organizacija, MGRT |
| nov.19 | Ljubljana           | Udeležba na KSG GREEN destination - predavanja na temo plastike v turizmu širše                                                                              | Slovenia Green Konzorcij                        |
| nov.19 | Ljubljana           | Udeležba na dnevih slovenskega turizma - DST 2019 - vezano na DKP tema Redesign turizma                                                                      | Slovenska turistična organizacije               |
|        | Ljubljana           | konferenca in predavanje - povezovanje kmetijstva in turizma                                                                                                 | AGRO BIZNIS                                     |

V letu 2019 smo izvedli tudi **izobraževanje za voznike avto taksi vozil**. Predavanja so zajemala zgodovinski pregled mesta, turistične znamenitosti, turistične informacije in možnosti za njihovo pridobivanje. Po zaključenih predavanjih so kandidati opravljali pisni izpit. V osmih terminih je uspešno opravilo izpit 45 kandidatov. Usposabljanje so izvedli sodelavci ZTMP.

## 2.5 PROJEKTI IN OSTALE AKTIVNOSTI

### 2.5.1 Projekti

#### Projekt Prebujanje/Buđenje

Vodilni partner: Općina Goričan

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

Pričetek projekta: 1. 8. 2017; zaključek projekta: 31. 9. 2019

Upravičeni stroški ZTMP: 46.544,28 EUR

Finančni delež ZTMP: 6.982,64 EUR

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

- Skupna sredstva za projekt od 1. 8. 2017 znašajo 46.544,28 EUR
- Porabljena sredstva v obdobju 1. 1. 2019 - 30. 9. 2019 znašajo 20.032,10 EUR
- Subvencionirana sredstva projekta so 85 % od porabljenih sredstev in 15 % administrativnih stroškov, ki se računajo na porabljena sredstva.

Sredstva še niso bila povrnjena; povrnjena bodo v letu 2020.  
Projekt se je zaključil z dnem 30. 9. 2019.

### **Projekt Enjoyheritage**

Vodilni partner: Občina Slovenska Bistrica

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

Proračun ZTMP za projekt od 1. 10. 2016 do 31. 3. 2019 = 153.335 EUR (skupna vrednost projekta: 1.221.544 EUR).

Subvencionirana sredstva projekta so 85 % od porabljenih sredstev in 15 % administrativnih stroškov, ki se računajo na porabljena sredstva.

Porabljena sredstva od 1. 1. - 31. 3. 2019 so v višini 15.408,17 EUR. Sredstva še niso bila povrnjena; povrnjena bodo v letu 2020.

Projekt se je zaključil z dnem 31. 3. 2019.

### **Slovenija – Evropska gastronomska regija 2021**

Projekt Slovenija – Evropska gastronomska regija 2021 je usmerjen v povečevanje kakovosti življenja. Vključuje priložnosti za izobraževanje na področju zdravega in sonaravnega bivanja ter trajnostnega razvoja gastronomije. Krepi nacionalno promocijo kulinarike in gastronomije ter ustvarja sinergijo z lokalnimi okolji oziroma kulturami.

V projekt kandidature Slovenije za naziv evropska gastronomska regija 2021 je vključenih 20 partnerjev, ki s svojimi odličnimi projekti in programi soustvarjajo zgodbo na poti pridobitve tega prestižnega naziva.

ZTMP sodeluje v projektu s prijavo štirih prireditev, ki jih je izvedel v letu 2019:

- vinsko-kulinarični večeri v Hiši Stare trte,
- Festival solat,
- Martinovanje v Mariboru in
- Dan pohorske omlete.

### **2.5.2 Ostale aktivnosti**

- **Dravska kolesarska pot:** ZTMP ima vodilno vlogo pri oblikovanju integralnega turističnega produkta destinacije ter oblikovanju turistične znamke reke Drava. Cilj projekta je promocija in trženje Dravske kolesarske poti, ki poteka na območju Slovenije in pokriva tri regije (Koroško ter Zgornje in Spodnje Podravje) v 18-ih občinah. ZTMP je zadolžen za izvedbo vseh aktivnosti vezane na spletni portal ([www.dravabike.si](http://www.dravabike.si)), promocijo (digitalne kampanje, oglaševanje, izvedba dogodkov, priprava promocijskega materiala, obiski sejmov itd.) in koordinacijo ponudnikov ob Dravski kolesarski poti (vzpostavitev inkubatorja Drava Bike za sodelovanje s ponudniki).
- **5-zvezdično doživetje Po poti najlepših vinskih zgodb do najstarejše trte na svetu:** V letu 2019 smo oblikovali 5-zvezdično doživetje in pridobili zanj znak Unique Experience, ki ga podeljuje STO. Vsak nosilec tega znaka zagotavlja, da je njegova ponudba lokalna, avtentična, edinstvena, izkustvena, butična, trajnostno zelena in premium kakovosti. Gostje se lahko zanesejo, da bodo zgodbo doživeli zelo osebno,

na izvirnem prizorišču, v stiku z domačini, na način, ki ni bil prenesen od drugod in ki je v skladu s trajnostnimi načeli delovanja v turizmu. V Sloveniji je trenutno le 12 teh posebnih doživetij in eno izmed njih je vezano tudi na Maribor in destinacijo Maribor - Pohorje. Doživetje smo poimenovali »Po poti najlepših vinskih zgodb do najstarejše trte na svetu« in vključuje ogled vinske ceste v obliki srca na Špičniku, enega vinarja, Vinagove vinske kleti ter najstarejše trte na svetu.

- **Zelena shema slovenskega turizma – Slovenia Green destination**

Zelena shema slovenskega turizma je nacionalni program in certifikacijska shema, h kateri je pristopil tudi Maribor in zavod je koordinator vseh aktivnosti in povezovalac vseh ključnih akterjev v mestu.

Za pridobitev znaka Slovenia Green Destination (Bronze/Silver/Gold) morajo destinacije izpolnjevati kriterije Green Destinations Standard (to so kriteriji narava, pokrajina, okolje, podnebje, mobilnost, destinacijski management, kulturna dediščina, prebivalstvo, tradicija, zdravje, varnost, ekonomija...)

V letu 2016 je Maribor ob prvem ocenjevanju pridobil naziv Slovenia Green destination – silver, trenutno poteka ponovno ocenjevanje trajnostnega napredka v mestu.

V zeleni shemi slovenskega turizma se poleg mest ocenjujejo tudi ponudniki, za pridobitev znaka Slovenia Green Accommodation/Park/Travel agency morajo le-ti najprej pridobiti enega izmed mednarodno prepoznanih znakov in s strani sheme verificiranih trajnostnih znakov, šele nato se lahko prijavijo za pridobitev znaka na nacionalnem nivoju.

- **Meddestinacijsko povezovanje:** Maribor-Šaleška dolina-Koroška (razvoj in promocija produktov *Drugačen mestni trio*, *Trio underground*); Maribor-Hoče-Slivnica-Ruše-Slovenska Bistrica (pohodniška karta Pohorja in Pohorska kulinarčna transverzala).

- **Turistična infrastruktura**

V sklopu izvedbe programa vlaganj v turistično infrastrukturo za leto 2019 je ZTMP izvedel obnovo že obstoječih turističnih tabel in namestitev dveh nadomestnih tabel in jih obogatili z interaktivnimi vsebinami, oblikovanje, izdelavo, dobavo in montažo QR tabel na poti na Piramido, Kalvarijo in Pekrsko gorco ter postavitev dveh interaktivnih tabel, ki stojita ob TIC Maribor in v MČ Radvanje. Vlaganja v turistično infrastrukturo so bila izvedena v skladu z načrtom.

- **Projekt Razvoj in promocija turistične ponudbe destinacije Maribor - Pohorje**

Vodilni partner: Zavod za turizem Maribor - Pohorje

Občine, ki jih je vključevala operacija: Benedikt, Cerkljenjak, Duplek, Hoče-Slivnica, Kungota, Lenart, Lovrenc na Pohorju, Makole, Maribor, Miklavž na Dravskem polju, Oplotnica, Pesnica, Poljčane, Rače-Fram, Ruše, Selnica ob Dravi, Slovenska Bistrica, Starše, Sveta Ana, Sveti Jurij v Slovenskih goricah, Sveta Trojica v Slovenskih goricah, Šentilj.

Obdobje projekta: 19. 9. 2018 - 15. 10. 2019

Upravičeni stroški ZTMP: 225.000,00 EUR, operacija financirana v skupni višini do največ 202.500,00 EUR (90 %)

Finančni delež ZTMP: 22.500,00 EUR (10 %) + DDV

Cilji operacije so izboljšati digitalno predstavitev destinacije Maribor - Pohorje, njenih

ponudnikov in proizvodov; optimizirati digitalni trženjski splet turistične ponudbe destinacije Maribor - Pohorje, prilagoditi turistično ponudbo ustreznim ciljnim segmentom in slednje ustrezno nagovoriti ter dvigniti znanje o digitalizaciji turizma med turističnimi ponudniki destinacije. Posredno so doseženi cilji krepili zadovoljstvo gostov in konkurenčnost turistične ponudbe destinacije Maribor - Pohorje, njihovih ponudnikov in lokalnih destinacij.

Porabljena sredstva za projekt od 1.1. 2019 - 15. 10. 2019 znašajo 153.357,84 EUR (vzpostavitev spletne strani [www.visitmaribor.si](http://www.visitmaribor.si), vzpostavitev rezervacijskega sistema in plačilne metode, stroški dela ene osebe na projektu, izvedba digitalnega oglaševanja za turistične ponudnike destinacije Maribor - Pohorje, pregled turistične ponudbe Vina & kulinarike za oblikovanje novih turističnih produktov, izobraževanje kadra na področju globalnih digitalnih platform, vodenje in upravljanje s Facebook stranjo Visit Maribor in Instagram profilom visitmaribor, oglaševanje na italijanskem trgu in na poslovni spletni strani Kongres Magazine, izvedba digitalnega oglaševanja za nove ciljne trge: Francija in Nemčija, pridobitev novega fotografskega materiala, izobraževanje kadra na področju digitalnega marketinga, kotizacija za sodelovanje na spletnem portalu Outdoor active).

- **Skupina za Dravo:** ZTMP je član Skupine za Dravo, ki koordinira in promovira Drava Festival in na sploh vse aktivnosti, ki so vezane na reko Dravo in obdravski prostor na območju celotne reke Drave v Sloveniji. Namen Skupine za Dravo je trajno povezovanje deležnikov celotnega območja z namenom priprave in izvedbe razvojnih in naravo- ter okoljevarstvenih projektov regije, ki bodo pripomogli k realizaciji osnovanega razvojnega koncepta reke Drave (izvedba dogodkov, koordiniranje Drava Festivala, priprava promo materiala, itd.).
- **Drava Festival:** Drava Festival je zasnovan kot skupek enotno promoviranih izobraževalno-naravovarstvenih ter rekreacijsko-turističnih dogodkov, ki jih organizirajo raznovrstna društva in druge organizacije. Drava Festival koordinira Skupina za Dravo. V letu 2019 je 4. Drava Festival 2019 potekal ob vikendih med 18. 5. in 14. 7. 2019 ([www.dravafestival.si](http://www.dravafestival.si)). Festival je že tretje leto zapored tudi mednarodni, saj se z dogodki redno vključujejo tudi hrvaški partnerji. V letu 2019 se je odvilo skupno 26 dogodkov, nekateri tudi več dnevni in izključno vezani na tematiko reke Drave, od tega 15 na mariborskem območju.
- **Drava Splash:** ZTMP je partner v projektu Drava Splash ([www.dravasplash.si](http://www.dravasplash.si)), financiran s strani »Javnega razpisa za sofinanciranje razvoja in promocije integralnih produktov turističnega gospodarstva«, ki ga vodi podjetje Vegatim d.o.o.. Aktivnosti v projektu so vzpostavitev digitalne trženjske platforme B2B, razvoj inovativnega turističnega produkta s konotacijami potencialno prestižnega in za Slovenijo specifičnega doživetja, priprava paketov ob reki DRAVI s tematskimi, doživljajskimi in inovativnimi turističnimi programi.
- **Eurovelo 9:** ZTMP je član marketing platforme Eurovelo 9, ki skrbi za promocijo Eurovelo 9 kolesarske povezave, ki je v tem trenutku vzpostavljena od Brna do Maribora ([www.eurovelo9.com](http://www.eurovelo9.com)). Sodelujejo tudi ponudniki namestitev iz Maribora.

- **GIZ pohodništvo in kolesarjenje:** ZTMP je partnerska destinacija GIZ Pohodništvo in kolesarjenje, zato smo vključeni v aktivnosti, ki jih GIZ / SLOVENIA OUTDOOR izvaja. Nekaj aktivnosti v letu 2019: dopolnjevanje internetnih vsebin: [www.slovenia-outdoor.com](http://www.slovenia-outdoor.com) in [www.outdooractive.com](http://www.outdooractive.com) mobilna aplikacija Slovenia Trails in Explore Slovenia Hiking&Biking - dopolnjevanje z novimi potmi v destinacijah; Facebook in Instagram objave; ponatis promo materiala za pohodništvo in kolesarjenje v Sloveniji, predstavitev na specializiranih sejmih za kolesarjenje in pohodništvo.
- **Konzorcij odprimopoti.si:** ZTMP je član konzorcija [www.odprimopoti.si](http://www.odprimopoti.si) v katerem je vključenih 14 slovenskih organizacij s področja kolesarstva in turizma z namero po usklajenem in celovitem delovanju za načrtni razvoj gorskega kolesarstva in kolesarjenja. Aktivno smo vključeni delovanje konzorcija, kjer se zavzemamo za ureditev in promocijo gorskega kolesarjenja.
- **Šport / športni turizem:** Maribor s svojo izvrstno športno infrastrukturo in s prijetnim okoljem nudi in navdušuje številne športne reprezentance na pripravah, zato smo v ZTMP pripravili promocijsko brošuro, ki je bila izdana v začetku leta 2019 in je namenjena vsem organizatorjem dogodkov, mednarodnih tekmovanj in priprav kot pomoč pri dogovarjanju takšnih dogodkov saj ponuja celovit vpogled in pregled športne ponudbe mesta in okolice.

### 2.5.3 Javnomnenjske raziskave in ankete

#### **Turizem v Mariboru: Poznavanje nove blagovne znamke in zadovoljstvo uporabnikov na področju turistične ponudbe**

Povzetek raziskave:

- Štiri desetine anketiranih (44,2 %) razmer na področju turizma v Mariboru niti pozna niti ne pozna. Povprečna ocena poznavanja razmer na področju turizma je 3,32. Razmere pozna ali odlično pozna 40,0 % vprašanih, ne pozna ali pa sploh ne pozna pa 14,5 % anketiranih.
- Da je ideja o sprejetju nove blagovne znamke, ki se skriva v imenu Maribor dobra ali odlična, meni 65,7 % anketiranih. Povprečna ocena znaša 3,86. Da je ideja slaba ali zelo slaba pa meni 10,1% vprašanih.
- Najpomembnejši produkt mesta Maribor je po mnenju anketiranih „mestni turizem“, kar na prvo mesto po pomembnosti postavlja 37,0 % anketiranih, na drugo mesto 26,6 % vprašanih, na tretje pa 18,0 % anketiranih.
- Dobra četrtina (28,0 %) vprašanih bi za opis mesta izbrala besedo „vreden raziskovanja“. Sledijo besede: edinstven (16,7 %), srčen (10,2 %), raznolik (9,6%), lep (5,8 %) in prijazen (5,8 %) ter majhen (5,4 %).
- Po mnenju večine anketiranih (65,1 %) je poslanstvo Zavoda za turizem Maribor - Pohorje informiranje, promocija in povezovanje različnih turističnih ter z njim povezanih akterjev v mestu.
- Najbolj perspektivni produkti oziroma vsebine so po mnenju tretjine anketiranih (34,6 %) športni produkti, vezani tako na mesto, kot na Pohorje.
- Večina vprašanih (85,2 %) je navedla, da so ponosni Mariborčani oz. Mariborčanke. Manjši delež (5,8 %) je na to vprašanje odgovoril zavrnilno, slaba desetina (9,0 %) pa se glede tega ni želela ali mogla opredeliti.
- Tri četrtine anketiranih (78,7 %) meni, da so se ljudje v Mariboru sposobni povezati in

delati skupne produkte. Dobra polovica vprašanih (54,7 %) je kot uradno barvo mesta navedla rdečo.

**V okviru Zelene sheme slovenskega turizma (ZSST) je ZTMP v času od avgusta do konca leta 2019 anketiral obiskovalce in turiste v mestu Maribor ter lokalno prebivalstvo.**

#### **Rezultati ankete med domačimi turisti, tujimi turisti in dnevnimi obiskovalci.**

Od 105 ustrezno izpolnjenih anket so bili rezultati naslednji: 84 % turistov je v Maribor prišlo od doma in 16 % iz druge destinacije. 85 % turistov bo v destinaciji uporabljalo lokalno/javno sredstvo ali mehko mobilnost. 63 % naših turistov je povratnikov in so že bili v Mariboru. Največ odgovorov zakaj so prišli v Maribor je zaradi znamenitosti (43 %), 18 % obiski zaradi prijateljev ali sorodnikov, 10 % poslovno in ostali so navedli druge razloge. Povprečna dnevna poraba turistov je 49,71 EUR, povprečna dnevna poraba na enodnevne obiskovalca pa je 54,83 EUR. 53 % turistov se zaveda prizadevanj destinacije za trajnost. Kar 97 % obiskovalcev ali turistov je bilo zadovoljnih s celotno izkušnjo na destinaciji.

#### **Rezultati ankete med prebivalci mesta Maribor.**

Od 160 anket jih je bilo 82 popolnih. Vseh 82 anketirancev podpira turistični razvoj destinacije. V povprečju na lestvici od 1-5 so anketiranci ocenili s 4,0, da pozitivni učinki turizma odtehtajo negativne. O zadovoljstvu z delom organizacije, ki skrbi za razvoj turizma, so v povprečju zadovoljni s 3,9. Z oceno 4,0 na lestvici od 1 – 5 so ocenili, da se na naši destinaciji razvija turizem bolje kot druge panoge. Z oceno 4,5 so ocenili, da ima lokalna skupnost koristi od turizma, in z oceno 3,5 so ocenili anketiranci, da imajo tudi oni od tega korist. Z oceno 4,5 so ocenili, da turizem pozitivno vpliva na lokalno identiteto, kulturo in dediščino. Z oceno 3,4 so ocenili zadovoljstvo in vključenost ter vpliv prebivalcev pri načrtovanju in razvoju turizma. Z oceno 3,6 so ocenili trditev, da turizem skrbi za varstvo in ohranitev narave. 2,5 je ocena za trditev, da turizem povzroča onesnaževanje. Z oceno 3,6 so ocenili, da se zaradi turizma krepi ekološka zavest. 2,7 je ocena za trditev, da rast turizma povečuje prometne težave v destinaciji. 4,4 je ocena, da povečanje števila turistov privede do razvoja lokalnega gospodarstva. Z oceno 4,0 so ocenili da razvoj turizma prispeva h kakovosti življenja v destinaciji. Z oceno 3,0 so ocenili da lahko sodelujejo pri načrtovanju trajnostnega razvoja turizma. Z oceno 3,6 so ocenili da so dobro obveščeni o razvoju turizma. Najmanj se anketiranci strinjajo s trditvijo, da je število turistov v visoki sezoni moteče (1,6).

## **2.6 PRIREDITVE 2019**

Namen organizacije prireditve s strani ZTMP v letu 2019 je bil popestritev dogajanja v mestnem jedru, ki so nagovarjale lokalno javnost in obiskovalce mesta oz. turiste. Prireditve smo zastavili tako, da so v večjem obsegu potekale ob koncih tedna, razen če je šlo za točno določene praznike, kot je npr. Martinovanje v Mariboru.

Tematike prireditev so bile kulturna dediščina, kulinarika, vino in najstarejša trta na svetu. Tudi v letu 2019 so bile prireditve zasnovane na način, da so omogočale udejstvovanje in promocijo akterjev iz celotne turistične destinacije Maribor - Pohorje.

Ocena števila obiskovalcev vseh prireditev skupaj je 120.000.

Na spletni strani ZTMP [www.maribor-pohorje.si](http://www.maribor-pohorje.si) smo dne 17. 4. 2019 objavili Javni razpis za

sofinanciranje turističnih prireditev v MOM v letu 2019 v skupni vrednosti 30.000,00 €. Na podlagi prejetih prijav na razpis smo sofinancirali šest prireditev v mestnem jedru v skupni vrednosti 16.150,00 €.

## 2.7 POROČILO O KVANTITATIVNIH CILJIH

V letu 2019 smo ponovno dosegli najboljše rezultate prihodov in prenočitev tako v Mestni občini Maribor kot tudi v celotni turistični destinaciji Maribor - Pohorje.

### 2.7.1 Prenositvene zmogljivosti po občinah v letu 2019

Po podatkih programa ttaksa.si je v MOM v letu 2019 bilo na voljo turistom 6446 stalnih ležišč v 214 objektih. Od vseh razpoložljivih ležišč je 29% ležišč v hotelskih in motelskih namestitvah, 36% v apartmajih, prenočiščih, turističnih kmetijah in gostiščih ter 35% v dijaških domovih, študentskih domovih, youth hostlih in mladinskih domovih. V celotni TD Maribor - Pohorje pa je bilo na voljo turistom v 22 občinah približno 3200 sob in 8500 ležišč.

### 2.7.2 Podatki o prenočitvah za MOM leto 2019

MOM

Po prejetih uradnih podatkih iz občinskega programa [www.ttaksa.si](http://www.ttaksa.si) je v MOM v letu 2019 prenočilo 216.777 turistov, ki so skupaj ustvarili 460.498 prenočitev. To je 7 % več prihodov gostov kot leto prej in 2 % več prenočitev domačih in tujih gostov kot leto prej.

Razmerje med gosti je v MOM 13:87 v prid tujim gostom in razmerje med prenočitvami je 12:88 v prid tujim prenočitvam. V MOM je povprečna doba bivanja turistov 2,12 dni, kar predstavlja krajšo PDB v primerjavi s preteklim letom (2,23 dni).

Največ turistov je v letu 2019 v MOM prenočilo iz naslednjih trgov:

55.025 Slovenija (indeks 100,6), 41.768 Nemčija (index 105), 30.608 Hrvaška (indeks 110), 25.412 Poljska (indeks 98), 24.531 Srbija (indeks 115), 23.314 Avstrija (indeks 117), 23.298 Italija, 18.934 Madžarska, 18.025 Bosna in Hercegovina, 14.854 Češka, 14.411 Romunija idr.

### 2.7.3 Podatki o prenočitvah za TD Maribor - Pohorje za leto 2019

Turistično destinacijo Maribor - Pohorje je v letu 2019 obiskalo 287.099 gostov, ki so v destinaciji opravili 624.959 prenočitev. **To je 31 % več prihodov gostov v destinacijo in 9 % več prenočitev gostov v destinaciji Maribor - Pohorje.**

V destinaciji je povprečna doba bivanja turistov 2,18 dni, kar pomeni, da se je dolžina bivanja z destinaciji skrajšala (v primerjavi z letom 2018, ko je znašala 2,3 dni).

Razmerje med domačimi in tujimi prihodi v turistični destinaciji Maribor - Pohorje je 21:79 v prid tujim prihodom in razmerje med prenočitvami gostov v destinaciji je 22:78 v prid tujim prenočitvam.

Turistični rezultati v Mariboru in celotni destinaciji Maribor - Pohorje presegajo rezultate na vseslovenski ravni, na kateri je za leto 2019 zabeležena 5 % rast prihodov in 0,6 % rast prenočitev turistov.

## 2.8 POSLOVNA ENOTA TIC MARIBOR

Turistično informacijski center Maribor (v nadaljevanju TIC Maribor) skrbi za zbiranje in obdelovanje turističnih informacij in ima pomembno vlogo pri informiranju obiskovalcev o aktualni turistični ponudbi destinacije Maribor - Pohorje, po potrebi pa tudi izven nje. Zato je ključno tesno sodelovanje s turističnim gospodarstvom destinacije, z STO in ostalimi TIC-i po Sloveniji.

**Obiskovalci:** TIC Maribor je v letu 2019 zabeležil preko 54.000 obiskovalcev, kar je 12 % več kot v letu 2018. Največ obiskovalcev se je zvrstilo v avgustu, juliju in septembru, sledijo maj, oktober in april. Med obiskovalci v TIC-u prevladujejo tujci (78%) pred Slovenci (22%). Med tujimi obiskovalci so na prvem mestu Avstrijci, sledijo jim Nemci, Italijani, Španci in Francozi.

**Vodniška služba:** V letu 2019 je TIC Maribor izvedel 439 vodenj (2 % manj kot leta 2018) za skupno 10.117 udeležencev. Največ vodenj je potekalo v nemškem jeziku, sledita angleški in slovenski jezik. V primerjavi z letom 2018 ugotavljamo porast vodenj v februarju (+113 %) in upad v decembru (-53 %). Iz naslova vodenj smo v letu 2019 ustvarili promet v višini 28.370, kar je 0,7 % manj kot v letu 2018.

Od junija do oktobra 2019 smo v sodelovanju z lokalnimi ponudniki in kulturnimi ustanovami organizirali vodenja za individualne goste, in sicer vsak petek in soboto. Namen vodenj je v najbolj obiskanih mesecih zagotoviti dodatno turistično ponudbo za individualne obiskovalce in povezati raznolika področja turistične ponudbe, hkrati pa s pomočjo organiziranih turističnih vodenj prispevati k večjemu obisku posameznih ponudnikov. Izvedli smo 34 vodenj, udeležilo se jih je 169 gostov iz 22 držav; 49 % je delež gostov iz Avstrije in Nemčije.

**Rezervacije preko voucherjev:** V letu 2019 smo preko voucherjev opravili 114 rezervacij (20% manj kot v 2018) za 398 turistov (24% manj kot v letu 2018), ki so opravili 938 nočitev (kar 30% nočitev več kot 2018). Kljub upadu števila rezervacij in števila turistov glede na leto 2018, v letu 2019 beležimo porast nočitev realiziranih preko izdanih voucherjev v TIC-u Maribor. Med turisti, ki so opravili rezervacije preko voucherjev v TIC-u prevladujejo tujci (80%) pred Slovenci (20%). Med tujimi turisti so na prvem mestu Avstrijci, sledijo jim Nemci, Hrvati in Italijani.

TIC Maribor je v letu 2019 zabeležil **7 % rast prodaje** (storitve in promocijski artikli).

V letu 2019 smo izvedli dve izobraževanji – vodenji za lokalne turistične vodnike in sicer za produkt romarski turizem “Križev pot na Gorci”, ter izobraževanje na temo “vodenja na Pobreškem pokopališču v Mariboru”.

Vodenega ogleda romarskega produkta na Gorci se je udeležilo 14 turističnih vodnikov pod vodstvom gospoda Marjana Vidoviča. V 4-urnem vodenju so vodniki spoznali tako produkt kot tudi loklano dodatno ponudbo in ponudnike.

Izobraževanja na Pobreškem pokopališču se je udeležilo 18 vodnikov, izobraževanje je potekalo pod vodstvom direktorice Pogrebnege podjetja Maribor, gospe Lidije Pliberšek, ki je predstavila Pobreško pokopališče v sklopu združenja ASCE (Združenje Evropsko pomembnih pokopališč, katerim predseduje prav gospa Pliberšek). Posebni gost je bil Tone Partljič, ki je vodnikom predstavil, kako je lahko vodenje na pokopališču z zgodbami resničnih ljudi privlačno in zanimivo ter dodatna ponudba vodenj v mestu.

## 2.9 POSLOVNA ENOTA HIŠA STARE TRTE

Od odprtja v letu 2007 je Hiša Stare trte postala osrednji center vinske kulture za Štajersko kot tudi v Sloveniji. Zrasli smo v vinoteko z največjim in najpestrejšim izborom štajerskih vin v mestu in širši okolici. Trenutno zastopamo 50 različnih vinarjev in imamo v ponudbi 184 vin. Z organizacijo vinskih dogodkov in edinstveno zbirko vin v vinoteki smo pomembno prispevali k razvoju kulture pitja vina ter splošnemu razumevanju in dožemanju vina, obiskovalci so v vsakem trenutku - in vsak dan v letu - deležni strokovnega pristopa in kompetentnega svetovanja.

Nezanemarljiv je tudi prispevek Hiše pri dvigu ugleda slovenske Štajerske kot vinske destinacije, saj so predvsem tuji gostje navdušeni nad kakovostjo vin, ki jih pokušajo v Hiši in od koder jih napotimo na nadaljnje raziskovanje posameznih ponudnikov.

V letu 2019 je Hišo Stare trte obiskalo skupno 56.488 gostov, od tega jih je bilo 10.644 (18,8 %) domačih in 45.844 (81,2 %) tujih. Skupno se je v letu 2019 obisk gostov v primerjavi z letom poprej zmanjšal za okoli 4 %. Porast gostov smo zabeležili v mesecih februar, marec in april, medtem ko smo največji upad zabeležili v maju in juniju.

Obiskovalci so bili iz več kot 50 različnih držav z vseh koncev sveta. Največ gostov je bilo iz naslednjih držav: Slovenija, Avstrija, Nemčija, Italija, Španija, ZDA in Kanada, Madžarska, Tajvan, Češka in Francija. Največji porast gostov v primerjavi z letom 2018 je bil iz držav, kot so Češka, ZDA, Kanada in Poljska, medtem ko je največji upad pri slovenskih in hrvaških gostih.

V primerjavi z letom 2018 je Hiša Stare trte zabeležila **11 % rast prometa**. Največja rast prometa je bila v mesecih april, maj, julij, avgust in december.

## 3 POROČILO OBČINSKE TURISTIČNE ZVEZE MARIBOR

Turizem predstavlja pomembno razvojno in poslovno priložnost za mesto. Potrebno je razumeti novo vlogo strategije razvoja turizma, poznati svetovne trende in si zadati cilje. Tako kot je na nacionalni ravni razvoj turizma pomembna gospodarska dejavnost prihodnosti, obstaja tudi na lokalni ravni želja vzpostavitvi dolgoročen uspešen razvoj na področju turizma.

Turizem v našem mestu je danes del svetovnega in evropskega trga, ki je znan po odmevnih mednarodnih prireditvah, etnološki in kulturnozgodovinski, enološko –kulinarični ponudbi. Je pa tudi športno- rekreacijsko in sprostitveno središče.

Obstajajo pa še manjše zgodbe našega mesta v katere se vključujemo in promoviramo delo Občinske turistične zveze Maribor in naših turističnih društev. Področje dela se iz leta v leto širi, sodelujejo z različnimi društvi in zvezami.

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

Tudi v bodoče bomo svoje delovanje usmerjali v prepoznavnost naše društvene dejavnosti in z odborom rokodelcev popestrili dogajanje v mestu in širše.

### **3.1 Delovanje Občinske turistične zveze Maribor (OTZ- MB)**

#### **3.1.1 Delovanje odborov**

**Upravni odbor** je imel v letu 2019 tri redne seje in eno dopisno na katerih smo obravnavali program dela zveze, spremljali delovanje odborov, razpravljali o razdelitvi sredstev za sofinanciranje TD MOM, spremljali aktivnosti TD, načrtovali skupne dejavnosti, se vključevali v delo Štajerske turistične zveze in Turistične zveze Slovenije.

V skladno s statutom in sklepom UO smo izvedli skupščino OTZ-MB za leto 2019 v dvorani KS Brestrnica- Gaj.

Vodstvo zveze je bilo vse leto še posebej aktivno zaradi zmanjšanja finančnih sredstev po pogodbi z Zavodom za turizem Maribor- Pohorje v skupnem znesku za 3.500,00 Eur. Od tega je bilo zmanjšanje za delovanje in programe turističnih društev 1.050,00 Eur. Največje zmanjšanje je bilo pri delovanju strokovne službe in programih Občinske turistične zveze Maribor, zato bo njeno poslovanje prvič po ustanovitvi ( 16 let ) negativno.

Vse leto je bilo čutiti nejevoljo med članstvom, saj društva delajo dobro, skrbijo za dogajanje v krajih , kjer delujejo in povprečno skupaj na leto pripravijo čez 40 prireditev. Ob vsakoletnih informacijah, da je turistov v mestu vedno več, da se je povečala turistična taksa imamo mi manj.

Prepričani smo, si zaslužimo majhen procent od te pogače.

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

V okviru OTZ delujejo naslednji odbori:

#### **Odbor za prireditve**

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

Sodelovali smo na rezi Stare trte z pripravo domačih dobrot za obiskovalce.

V sodelovanju z Štajersko turistično zvezo in Zavodom za turizem Maribor- Pohorje smo organizirali tridnevni Velikonočni sejem. Vsak dan sose na 15 stojnicah predstavila naša TD s svojimi ponudniki in rokodelci.

Mesec september je vedno živahen z najrazličnejšimi dogodki. V sklopu prireditev Festivala Stare trte smo poskrbeli, da so na trgatvi Stare trte obiskovalci okusili štajerske dobrote.

V dvodnevem dogodku Okusi Štajerske, ki smo ga pripravili s Štajersko turistično zvezo smo pripravili tudi bogat spremljevalni program z glasbenimi nastopi, obiskom zajčka in delavnico za otoke, ki jo je pripravil naš Odbor rokodelcev.

Na povabilo TD Središče ob Dravi smo sodelovali na prireditvi Praznik buč in imeli ekipo za kuhanje bučne juhe. Bilo je prijetno druženje in srečanje še z drugimi TD iz različnih koncev Slovenije in tujine.

Vse leto je bil aktiven tudi Odbor rokodelcev pri naši zvezi. Tako so se od marca do decembra smo vsak petek v mesecu predstavljali na rokodelskem sejmu v Mariboru. Po oceni obiskovalcev je sejem rokodelcev popestril dogajanje v mestu. Sejem je prepoznaven po kvalitetnih izdelkih in tudi v bodoče želimo vključevati nove ponudnike na osnovi sprejetih kriterijev. Poročilo odbora rokodelcev za leto 2019 je predstavljeno pod točko tri tega poročila.

V mesecu decembru smo pripravili v sodelovanju z Odborom rokodelcev delavnico v izdelovanju lantern ob prižigu lučk v mestu. O dogodku smo obvestili tudi vse mariborske vrtce. Delavnica je bila odlično obiskana.

### **Odbor za delo s predšolskim in šolskim podmladkom**

V februarju je odbor objavil likovni natečaj z naslovom Pravljice mojega kraja. Pred tem je bil projekt predstavljen na Skupnosti vrtcev Maribora. Na natečaj so se prijavili vrtci MOM s svojimi enotami. Ocenjujemo, da je na natečaju sodelovalo približno 800 malčkov. V maju je strokovna komisija pregledala risbice, ter podelila tri enakovredne nagrade, ter nagradila vse sodelujoče. Otvoritev razstave je bila v mesecu juniju v prostorih MOM in na ogled tri tedne.

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

V marcu in aprilu smo spremljali ekipe osnovnih šol na tekmovanju Turizmu pomaga lastna glava, ki je potekalo v Mariboru, dva regijska in zaključno državno tekmovanje. Tema predstavitve je bila Turistični spominek mojega kraja. Zastopanost OŠ iz MOM je skromna, zato bomo poskrbeli še za dodatno promocijo projekta v naslednje letu.

### **Odbor za okolje, prostor in turizem**

OTZ-MB in vsa naša društva so se vključila v vse slovensko akcijo TZS, Moja dežela lepa in gostoljubna. Veliko število krajanov se je pridružilo članom turističnih društev v čistilni akciji in tako so s skupnimi močmi poskrbeli za lepši videz kraja.

Svoje delo so vestno opravili tudi člani turistične patrulje, ki je opravila ogleda na levem in desnem bregu Drave in pripravila poročilo z fotografskim materialom. O zaključkih ogledov smo obvestili tudi medije. Člani odbora opravljajo- ocenjujejo 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.

**Odbor za vrednotenje dela in finance** je pripravil javni razpis za sofinanciranje programov TD MOM. Na razpis so se prijavila vsa TD, ki delujejo v MOM in so naši člani. V skladu z pravilnikom so člani odbora ovrednotili programe TD, dodelili finančna sredstva, spremljali njihovo porabo in izvajanje programov.

### 3.1.2 In še to ...

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

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

## 3.2 Turistična in druga društva v OTZ Maribor

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

Najpomembnejše prireditve in aktivnosti turističnih društev so:

### TD Bresterica - Gaj

- strokovna ekskurzija,
- organizacija pustne pavorke,
- čistilna akcija,
- postavitve majskega drevesa,
- sodelovanje ob krajevnem prazniku,
- ličkanje koruze in kostanjev piknik,
- srečanje sosedov,
- vzdrževanje informacijskih tabel, Pot mlinov in žag.

### TD Kamnica

- dan kmečkih iger, dobrot in vina,
- pohod na Urban- Urbanova nedelja,
- sodelovanje s podmladkom,
- predstavitev TD na velikonočno nedeljo,
- urejanje okolja in zasaditev cvetličnih gred in kozolcev,
- postavitve informacijskih tabel,
- strokovna ekskurzija,
- ocenitev vinskega letnika,
- Martinovanje,
- božično novoletni koncert.

**TD Limbuš**

- Spominski pohod Huberta Martina,
- Pohod ob kulturnem prazniku,
- pustovanje,
- postavitve majskega drevesa,
- budnica in pohod na Pečke,
- kuhanje kisle juhe,
- Klopotčevanje in podelitev priznanj vinskega letnika,
- ličkanje na prostoru TD s harmonikarjem,
- jesenska tržnica in piknik za člane,
- Martinovanje in prešanje jabolč,
- novoletni bazar,
- Škratovanje,
- Božični pohod na Pekrsko gorco.

**TD Maribor**

- čistilna akcija, obrežja reke Drave,
- prireditve- Splavarski krst,
- organizacija prireditve Nekoč v parku
- sodelovanje na prireditvi trgatve Stare trte,
- sodelovanje na ekološki prireditvi Eko Drava in Drava – moja plaža,
- organizacija več razstav na temo splavarjenja in Lenta,
- izvajanje splavarskih predstavitev v sklopu šole v naravi na Pohorju,
- animacijski programi v Sodnem stolpu za tuje goste,
- Festival Drava.

**TD Pekre**

- pustovanje za otroke,
- organizacija Festivala komedije,
- postavitve majskega drevesa,
- Spominski pohod, »Pekre 91«
- srečanje udeležencev pekrskih dogodkov,
- snemanje filma o Pekrah,
- kosanje piknik za podmladek in starše
- praznovanje 30- letnice delovanja TD Pekre,
- trgatve in Martinovanje,
- strokovna ekskurzija v Pivko in Ilirsko Bistrico
- otroško božičkovanje,

**TD Razvanje**

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

**TD Radvanje**

- urejanje okolja,
- sodelovanje s podmladkom,

- ročnodelske razstave in krožek na OŠ Ludvika Pliberška,
- božično novoletni sejem v Radvanju,
- organizatorji tržnice v Radvanju,
- sodelovanje na prireditvah v kraju.

#### **TD Studenci**

- Jožefov sejem,
- Tekmovanje v pranju perila pri Jožefovem studencu,
- izleti po Sloveniji za člane,
- kostanjev piknik za člane s pohodom,
- Miklavževanje,
- sodelovanje s podmladkom,
- Božični pohod na Pekrsko gorco.

#### **TD » Šempeter » Malečnik Ruperče**

- izdelava velikega presmeca pri cerkvi za cvetno nedeljo,
- strokovna ekskurzija na Kozjansko,
- kolesarski maraton ob krajevnem prazniku- Petrovo,
- postavitve klopota na Gorci,
- prireditve Sadje in vino,
- pogostitev ob župnijskem žegnanju- 8. september,
- prireditve Veseli december za otroke,
- novoletno srečanje članov.

#### **Rafting klub Maribor**

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

### **3.2.1 Sredstva za sofinanciranje programov TD MOM v letu 2019**

Programi turističnih društev so bili v letu 2019 sofinancirani iz proračuna MOM v zmanjšanem znesku za 1.050,00 EUR. Finančna sredstva po pogodbi iz Zavodom za turizem Maribor-Pohorje so znašala 6.450,00 EUR.

Za dodelitev sredstev je OTZ –MB z odborom za vrednotenje dela in finance objavila javni razpis v Medobčinskem uradnem vestniku števil 17-20.9.2019. 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 778 vrednost točke je 5,97 EUR. Ostanek je 5,34 EUR. Finančna sredstva so bila društvom nakazana na podlagi pogodbe o delovanju društev.

| TD              | Štev. točk | Znesek / Eur |
|-----------------|------------|--------------|
| Brestrnica- Gaj | 61         | 564,17       |
| Kamnica         | 94         | 761,18       |
| Limbuš          | 98         | 785,06       |
| Maribor         | 96         | 773,12       |
| Pekre           | 95         | 767,15       |

|                             |    |        |
|-----------------------------|----|--------|
| Radvanje                    | 93 | 755,21 |
| Razvanje                    | 73 | 653,81 |
| Studenci                    | 93 | 755,21 |
| Šempeter, Malečnik, Ruperče | 75 | 647,75 |

### 3.3 Odbor rokodelcev pri OTZ-MB

Od januarja do decembra stojnice v Marcator centru Tabor, ob petkih, sobotah in ponedeljkih 2 stojnici, občasne posamezne predstavitve tudi v drugih MC.

- sodelovanje na sejmu Natour Alpe- Adria v Ljubljani
- 7. do 11.3. rokodelska srednjeveška tržnica v Qlandii
- 19.3. Jožefov sejem na Studencih
- Velikonočni sejem na Grajskem trgu MB
- od marca dalje vse petke Rokodelska tržnica na Grajskem trgu
- vsako 3. in 4. soboto sodelovanje s starinarji na Grajskem trgu
- 9. in 10.6. Festival Drava
- predstavitev na prireditvi v Velenju
- sodelovanje v času festivala Lent na Atrcampu v parku
- organizacija dogodka - Dan rokodelcev
- september, rokodelska tržnica Špasfest Maribor
- 8.9. sodelovanje na prazniku buč v Središče ob Dravi
- sodelovanje na prireditvi Štajerske turistične zveze, Pozdravljeni v našem kraju
- Splavarski krst
- Prižig praznične razsvetljave v mestu in delavnica izdelovanja prazničnih lučk, Grajski trg

Maribor, 22.1.2020

Poročilo pripravili: Stanislav Kozar, predsednik  
Nevenka Kaučič  
Gregor Gustinčič, odbor rokodelcev

## **4 POROČILO ŠTAJERSKE TURISTIČNE ZVEZE**

Slovenija je iz leta v leto bolj prepoznavna turistična destinacija na svetovnem zemljevidu. Število turistov in nočitev narašča, kar je nedvomno dober marketinški pristop Slovenske turistične organizacije na turističnih borzah in sejnih. Naši državi je bil v letu 2018 v Bruslju podeljen prestižen naziv Evropska gastronomska regija za leto 2021. Strokovna komisija, ki je Slovenijo obiskala, je bila navdušena nad gastronomsko ponudbo in programom, ki ga je naša država predstavila ob svoji kandidaturi. Prav je, da se tudi Štajerska turistična zveza s svojimi turističnimi društvi vključuje v promocijo štajerske kulinarike, ki je zelo raznovrstna in pestra, da z društvi kmečkih žena, ki ohranjajo naše bogato gastronomsko izročilo, prispeva k prepoznavnosti kulinarike. Bodimo ponosni na to, kar imamo. Turisti cenijo in nas želijo spoznati v preprostih, malih stvareh, ki jih veliki sistemi ne opazijo, a so še kako pomembni za predstavitev naše izvirnosti, srčnosti in domačnosti. V letu 2019 smo v svojem programu, ki smo ga v celoti izpeljali, že vpletali gastronomsko noto štajerske kulinarike in s še večjo intenzivnostjo bomo to nadaljevali tudi v prihodnje.

### **Komisija za delo z mladimi**

V sodelovanju z Občinsko turistično zvezo Maribor in Srednjo šolo za gostinstvo in turizem Maribor nam je uspelo naše tekmovanje v kuhanju za učence osnovnih šol vključiti v projekt TZS. Na regijsko tekmovanje za Zlato kuhalnico v Mariboru se je prijavilo 14 ekip. Zmagovalci so se pomerili na državnem tekmovanju v Ljubljani v sklopu GTZ Slovenije. Hrana, ki jo učenci pripravljajo, izvira iz slovenske narodne kuhinje in predstavlja vsako leto drugo regijo. Tokrat so pripravljali hrano značilno za osrednjo slovensko regijo, leteče žgance s praženim krompirjem in ljubljanske skutne palačinke. Na tem tekmovanju sta bila z nami tudi Obrtno podjetniška zbornica Sekcija za gostinstvo in turizem in predsednik g. Marjan Vidovič, kot član ocenjevalne komisije, ki s svojim gostinci pripravi za vsako tekmovalno ekipo nagrado – pogostitev v enem od lokalov. Hvala vsem v imenu naših učencev. Predstavitve izobraževalnih programov je potekalo v mesecu februarju na SŠGTM tako, da so se starši in učenci seznanili s poklici, ki jih izobražujejo na šoli.

Na dveh regijskem tekmovanjih Turizmu pomaga lastna glava v Mariboru v mesecu marcu in aprilu smo navijali za ekipe osnovnih šol, ki so se potegovali za zlato, srebrno in bronasto priznanje. Pomagali smo tudi pri izvedbi tekmovanja. V Mariboru pa je potekala tudi zaključna tržnica – državno tekmovanje v tem projektu v mesecu aprilu. Zahteven projekt, ki terja veliko povezovanja, sodelovanja, je nosil naslov Turistični spominek mojega kraja. Poudarek naloge, predstavitve in urejenosti stojnice je predvsem na prepoznavnosti in marketinškem pristopu do obiskovalcev – turistov.

Z Višjo strokovno šolo za gostinstvo in turizem Maribor smo v sodelovanju z Občino Hoče-Slivnica predstavili mednarodni projekt Interreg Slovenija- Avstrija, PaleoDiversiStyria, kjer smo med drugi predstavili, kakšne so bile in kako so se spreminjale skozi tisočletja prehranjevalne navade na našem ozemlju. Jedilnik s promocijo hrane že iz časa bakrene dobe in vse do poznega srednjega veka smo predstavili na naši prireditvi Pozdravljeni v našem kraju.

### **Komisija za ocenjevanje in urejanje okolja**

Komisija je opravila 28 ogledov po programu TZS v projektu Moja dežela lepa in gostoljubna. Člani komisije ugotavljajo, da je prisotna vedno večja ozaveščenost ljudi za lepo in urejeno

okolje. K temu jih vzpodbujajo tudi turistična društva. Zahvala je namenjena tudi županom, ki dajejo velik poudarek na urejenost krajev. Sicer pa je ocena, da se količina cvetočega cvetja zmanjšuje, nadomeščajo jih trajnice. Spremembo trenda zasaditev narekujejo vedno večji stroški, veliko dela med letom in pomanjkanje časa za vzdrževanje pri individualnih lastnikih. Člani komisije so pripravili poročilo, ki je bilo poslano županom in predsednikom TD ŠTZ, usklajena predloga pa na TZS. Veseli smo bili, da je tudi letos pridobil in ohranil laskav naziv za enega izmed najboljši hostlov v Sloveniji Hostel Pekarna.

Komisija je v skladu s pravilnikom za podelitev priznanj ZLATA METLA, ki jih podeljuje Štajerska turistična zveza za urejeno okolje, manjših mest in krajev predlagala priznanji za leto 2019, in sicer krajema Jurovski Dol in Zgornja Velka. S tem želimo društva in občine tudi s strani ŠTZ nagraditi za opravljeno delo.

### **Komisija za razvoj turizma**

V mesecu januarju smo se udeležili sejma Natour Alpe-Adria v Ljubljani. V štirih dneh se je predstavilo deset turističnih društev, ter MTZ Slovenska Bistrica in Občinska turistična zveza Maribor s svojimi društvi. Nekaj društev se je predstavilo tudi s kulturnim programom na glavnem odru sejemskega prostora. Brezplačen predstavitveni prostor so člani TD s pridom izkoristili za promocijo svojega kraja in delovanja. Štajerska turistična zveza in Občinska turistična zveza Maribor sta tudi poskrbeli za brezplačen prevoz vse dni sejemskega dogajanja. V februarju smo organizirali posvet predsednikov TD ŠTZ v Kamnici pri Mariboru. Osrednja tema je bila predstavitev gastronomskih dosežkov Srenje šole za gostinstvo in turizem Maribor in Višje strokovne šole za gostinstvo in turizem Maribor. Posvet je bil dobro obiskan, saj je ga je udeležilo 48 predstavnikov naših društev.

Konec februarja smo pripravili pogostitev v Hiši Stare trte ob spomladanski rezi najstarejše trte na svetu.

Izvedli smo izobraževanje za lokalne turistične vodnike. Podelitev potrdil in vodniški izkaznic za 23 udeležencev smo pripravili po skupščini ŠTZ na Zg. Koreni. Tako imamo sedaj skupno vpisanih 181 lokalnih turističnih vodnikov za štajersko območje.

Na Grajskem trgu smo pripravili tridnevni Velikonočni sejem v sodelovanju z OTZ - MB in Zavodom za turizem Maribor - Pohorje. Poleg domačih dobrot primernih za praznične dni so se predstavljali še rokodelci. Pripravili pa smo tudi bogat spremljevalni program z velikonočnimi delavnicami – vodili so jih naši rokodelci, kjer so sodelovali otroci mariborskih vrtcev. Obiskal nas je nagajivi zajček in nastopali so mladi glasbeniki.

V mesecu maju smo se predstavili na sejmu KOS v Lenartu, kjer smo se promovirali na stojnicah in organizirali srečanje predsednikov turističnih društev in zvez. Na posvet smo povabili tudi vse naše lokalne turistične vodnike. Osrednja tema posveta je bila vloga in pomen sodobnih medijev pri turističnem vodenju. Delavnico je vodil dr. Iztok Bončina. V drugem delu pa nas je nagovoril predsednik TZD g. Pavel Hevka in predstavil aktualne naloge TZS. Sejem v Lenartu je bil dobro obiskan in odlično organiziran. Želja nam je, da bi se v prihodnje prijavilo še več naših društev, saj je možnosti za predstavitev in sodelovanje veliko.

15. avgusta je Turistična zveza Slovenije organizirala za vse člane zveze izlet v Lipico in Sveto goro. Štajerska turistična zveza je napolnila dva avtobusa. Z minimalno finančno udeležbo prijavljenih smo si ogledali kobilarno Lipica in program jahalne šole, se družili ob okusni malici in se odpravili še na Sveto goro.

Uspešno smo izvedli dvodnevno prireditev Okusi Štajerske, v sodelovanju z Občinsko turistično zvezo Maribor in njihovim odborom rokodelcev. Predstavili so se lokalni ponudniki z jesenskimi pridelki. Poskrbeli smo za bogat spremljevalni program: nastopi glasbenih skupin,

otroškimi delavnicami in degustacijo različnih vin in hrane.

V septembru smo organizirali tudi našo tradicionalno prireditev Pozdravljeni v našem kraju, ki je potekala v nakupovalnem središču Qlandia Maribor. Društva so predstavljala gastronomske posebnosti svojega kraja s poudarkom na ekološko pridelani hrani. Obiskovalcem so bile na voljo številne degustacije hrane, kjer so se prepletala jabolka, med, bučno olje ... 17 stojnic je ponujajo navedene dobrote. Z nami so bili tudi člani Čebelarске zveze društev Maribora, ki so pripravili razstavo o čebelah in otroško delavnico, ki je bila dobro obiskana. V kulturnem programu so nastopili malčki iz vrtca Studenci in mlade glasbenice iz glasbene šole Anje Ramot.

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

### **Komisija za priznanja in pravna vprašanja**

V letu 2019 je komisija pomagala pri delovanju društev z brezplačnimi pravnimi nasveti in nudila pomoč pri vseh drugih aktualnih novostih na področju zakonodaje. V skladu s Pravilnikom je komisija obravnavala prispele predloge za priznanja ŠTZ. V mesecu novembru je komisija objavila razpis za evidentiranje v organe ŠTZ za mandatno obdobje 2020-2024.

### **ŠTZ je organizirala, sodelovala, pripravila:**

1. Na štirih sejah upravnega odbora smo spremljali izvajanje programov komisij in usklajevali tekoče aktivnosti.
2. Nadzorni odbor je imel tri seje, kjer je pregledal delovanje zveze, poslovanje in izvajanje programa dela.
3. V letu 2019 smo imeli skupščino ŠTZ v Občini Duplek na Zg. Koreni.
4. Prisotnost delegatov in njihove razprave so potrdile, da je program zastavljen v pravo smer in da se društva povezujejo in vključujejo v izvajanje programa zveze.
5. Posamezni odbori so se sestali dvakrat, kjer so spremljali izvajanje programa in načrtovali aktivnosti v zvezi z izvedbo določenih projektov.
6. Udeležili smo se številnih občnih zborov in prireditev, ki jih med letom pripravljajo naša TD in zvezi.
7. Med letom so potekali razgovori z župani sosednjih občin za sofinanciranje zveze. Poudariti velja, da so v program sofinanciranja vključene vse občine, ki so z ZZT Maribor - Pohorje podpisale pismo o nameri za razvoj destinacije Zg. Podravje. Zaradi zmanjšanja finančnih sredstev s strani ZZT Maribor - Pohorje je potekalo kar veliko sestankov in pogovor tako z direktorico Zavoda kot podžupanjo MOM ga. Alenko Iskra, a na žalost nismo bili uspešni.
8. V mesecu juniju smo se udeležili posveta nevladnih organizacij s ciljem predstaviti delovanje zveze in njenih društev.
9. Udeležili smo se posveta predsednikov TD, ki ga je organizirala TZS v Ljubljani v sklopu GTZ.
10. Prijavili smo se na razpis za sofinanciranje programov Turistične zveze Slovenije in občin, s katerimi sodelujemo.
11. TD in aktivni kmečkih žena so pripravila pogostitve ob različnih dogodkih z namenom promovirati štajersko kulinariko.
12. TD in ostali ponudniki so imeli možnost predstavitve na brezplačnih stojnicah v Mercator centih po Sloveniji skozi vse leto.

13. Ob koncu je zahvala namenjena sponzorjem, ki so nam v veliki meri finančno in materialno pomagali pri izvedbi posameznih projektov. To so: MOM, ZZT Maribor - Pohorje in TZS. Hvala županom občin, ki sofinancirajo naše programe: Rače-Fram, Benedikt, Hoče-Slivnica, Starše, Duplek, Selnica ob Dravi, Poljčane, Ruše, Cerkevjak, Sv. Trojica v Slov. goricah, Slovenska Bistrica, Lenart, Pesnica, Sv. Ana, Destrnik, Lovrenc na Pohorju. Za izvedbo posameznih projektov se zahvaljujemo Obrtno podjetniški zbornici Maribor, Nakupovalnemu središču Qlandia Maribor in SŠGTM.
14. Zahvaljujemo se tudi medijem, ki so vso leto spremljali naše delo. To so: Radio Maribor, Radio Slov. gorice, Radio Ormož, dnevnik Večer, Revija pet zvezdic, Bistriška panorama, RTV Slovenija - regionalni studio Maribor in RTS.

Maribor, 16. januar 2020

Poročilo pripravila:

- Janez Ribič, predsednik ŠTZ
- Nevenka Kaučič, sekretarka ŠTZ

## 5 REALIZACIJA AKCIJSKEGA NAČRTA LETNIH CILJEV 2019

| CILJ                                       | AKTIVNOSTI                                                                                                            | NALOGE                                                                         | IZVAJALEC                              | TERMIN                                           | IZVEDENI/<br>NEIZVEDENO                                                            |
|--------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------|--------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|
| Cilji zavoda usmerjeni v poslovanje zavoda |                                                                                                                       |                                                                                |                                        |                                                  |                                                                                    |
| KONSOLIDACIJA POSLOVANJA ZAVODA            | Izvajanje dnevnega nadzora nad gibanjem finančnih sredstev                                                            | Pregled dnevnega prometa                                                       | Notranji                               | Januar-december                                  | Izvedeno čez celotno leto 2019                                                     |
|                                            | Kredibilno napovedovanje potrebnih finančnih virov                                                                    | Kvartalno napovedovanje rezervacije sredstev MOM                               | Notranji                               | Kvartalno                                        | Izvedeno čez celotno leto 2019                                                     |
|                                            | Izvajanje tržnih/razvojnih projektov, nadgradnja, osvežitev v skladu z novim CGP<br><b>Postavka razvojni projekti</b> | Iskanje novih tržnih razvojnih projektov preko MGRT, SRIP, Univerza v Mariboru | Notranji + zunanji                     | Glede na trajanje razpisa in posledično projekta | Smart Villages<br>Izvedeno oktober 2019<br><br>MGRT – digital:<br>Izvedeno oktober |
|                                            | Uskladitev pravnih aktov zavoda<br><b>Postavka materialni stroški</b>                                                 | Nadgradnja Statuta ZTMP                                                        | Z odvetniško pisarno in s podporo MOM. | Do konca leta 2019                               | Ni izvedeno zaradi napovedanih statusnih sprememb zavoda                           |
|                                            |                                                                                                                       | Nadgradnja Odloka ZTMP                                                         |                                        |                                                  |                                                                                    |
|                                            | Registracija nove blagovne znamke<br><b>Postavka materialni stroški</b>                                               |                                                                                |                                        |                                                  | Je v teku                                                                          |

|                                                                                 |                                                                                                                                                               |                                                                                              |                    |                                   |                                                                  |
|---------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|-----------------------------------|------------------------------------------------------------------|
| RACIONALIZACIJA DELA IN<br>POVEČANJE PRODUKTIVNOSTI                             | Varstvo pri delu in požarna<br>varnost<br><b>Postavka materialni stroški</b>                                                                                  |                                                                                              | Zunanji            | Do konca leta 2019                | Izvedeno<br>avgust 2019                                          |
|                                                                                 | Usposabljanje kadrov<br><b>Postavka materialni stroški</b>                                                                                                    | Izobraževanje zaposlenih ZTMP                                                                | Zunanji            | Januar-december                   | Izvedeno                                                         |
|                                                                                 |                                                                                                                                                               | Poziv izvajalcem                                                                             | Notranji           | Februar                           | Izvedeno                                                         |
|                                                                                 |                                                                                                                                                               | Izvedba                                                                                      | Zunanji            | Digital: marec-april<br>MICE: maj | Izvedeno<br>Digital april 2019<br><br>Izvedeno<br>MICE: maj 2019 |
| OBLIKOVANJE<br>DOLGOROČNIH TRŽNIH<br>VIROV FINANCIRANJA                         | Iskanje novih trženjskih aktivnosti<br>ZTMP<br><b>Postavka tržno komuniciranje</b>                                                                            | Identifikacija predlogov produktov                                                           | Notranji           | Do konca leta                     | Izvedeno<br>november 2019                                        |
|                                                                                 |                                                                                                                                                               | Vodenje po HST + paketi                                                                      | Notranji , zunanji | September                         | Izvedeno<br>september-<br>december 2019                          |
|                                                                                 | Pogovori in usklajevanje s<br>soustanovitelji in ostalimi<br>destinacijskimi občinami na<br>področju promocije Pohorja<br><b>Postavka tržno komuniciranje</b> | Oblikovanje sistema                                                                          | Notranji + MOM     | Do konca leta                     | Izvedeno<br>2019                                                 |
|                                                                                 |                                                                                                                                                               | Usklajevalni sestanki z občinami MO<br>Maribor, Ruše, Slovenska Bistrica in<br>Hoče-Slivnica |                    |                                   |                                                                  |
|                                                                                 |                                                                                                                                                               | Izvajanje                                                                                    |                    |                                   |                                                                  |
| Cilji zavoda usmerjeni v notranji destinacijski razvoj:                         |                                                                                                                                                               |                                                                                              |                    |                                   |                                                                  |
| RAZVOJ<br>CELOVITE<br>TURISTIČNE<br>PONUDBE<br>DESTINACIJ<br>MARIBOR<br>POHORJE |                                                                                                                                                               |                                                                                              |                    |                                   |                                                                  |
|                                                                                 | Aktivno vključevanje ZTMP v<br>nacionalno strategijo razvoja                                                                                                  | Delovna srečanja                                                                             | Notranji           | Januar-december                   | Izvedeno<br>2019                                                 |

|                                                                    |                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                        |                                              |                                                                   |
|--------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|----------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|
| POVEZOVA<br>NJE<br>TURISTIČNI<br>H<br>DELEŽNIKO<br>V IN<br>PODPORA | turizma Slovenije.                                                                                          | Obveščanje deležnikov na destinaciji                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                        |                                              |                                                                   |
|                                                                    | Program vlaganj v turistično infrastrukturo                                                                 | Drsališče 2018/2019<br><br>Program vlaganj<br>1. Obnovitev že obstoječih turističnih tabel in postavitve novih<br>2. Nadgradnja (obogatitev) že obstoječih in novih turističnih tabel<br>3. Predstavitev mesta za otroke, na poti na Piramido, Kalvarijo in Pekrsko gorco<br>4. Postavitev dveh interaktivnih tabel<br>5. Oprema trafike ob starem mostu (daljnogled) | Zunanji<br><br>Zunanji | December – marec 2019<br><br>Do 30. 11. 2019 | Izvedeno november 2019                                            |
|                                                                    | Oblikovanje trženjskega spleta za vodilne tematske turistične produkte<br><b>Postavka razvojni projekti</b> | Oblikovanje trženjskega spleta: nova spletna stran, upravljanje z družabnimi mediji, vzpostavljanje novih komunikacijskih kanalov                                                                                                                                                                                                                                     | Notranji + zunanji     | Januar-december                              | Izvedeno 2019                                                     |
|                                                                    | Prireditve in dogodki<br><b>Postavka prireditve</b>                                                         | Oblikovanje plana                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Notranji + zunanji     | Januar-december                              | Izvedeno 2019                                                     |
|                                                                    |                                                                                                             | Izvajanje                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                        |                                              |                                                                   |
|                                                                    | Kreiranje turističnih produktov za krajši oddih<br><b>Postavka tržno komuniciranje</b>                      | Identifikacija ustreznih produktov in povezovanje deležnikov                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Notranji               | Junij-december                               | Izvedeno junij-december                                           |
|                                                                    | Promocija pomena turizma v regiji (med turističnimi in neturističnimi subjekti in posamezniki).             | Zbiranje informacij                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Notranji               | Junij-december                               | Ni bilo izvedeno Pomanjkanje baze kontaktov za pošiljanje e-novic |
|                                                                    |                                                                                                             | Priprava komunikacijskih sporočil/orodij                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                        |                                              |                                                                   |
|                                                                    |                                                                                                             | Izvajanje                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                        |                                              |                                                                   |
|                                                                    | Analiza potreb in želja turističnih                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                        |                                              |                                                                   |

|                                                                                        |                                                                                                                         |                                                                           |                     |                   |                            |
|----------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|---------------------|-------------------|----------------------------|
|                                                                                        | deležnikov s pomočjo STO in analitike spletni strani<br><b>Postavka tržno komuniciranje</b>                             | Izvedba raziskave o imidžu destinacije                                    | Zunanji             | januar            | Izvedeno januar            |
|                                                                                        |                                                                                                                         | Izvedba raziskave in oblikovanje BID BOOK-a za poslovni turizem           | Zunanji             | Junij - avgust    | Izvedeno julij             |
|                                                                                        |                                                                                                                         | Analitika spletnih komunikacijskih kanalov ZTMP                           | Notranji            | Januar-december   | Od septembra 2019 izvajamo |
|                                                                                        | Delavnice in usposabljanja za turistične deležnike (digital + MICE).<br><b>Postavka tržno komuniciranje</b>             | Izbor izvajalca                                                           | Notranji            | Februar           | Izvedeno april in maj      |
|                                                                                        |                                                                                                                         | Organizacija                                                              | Notranja, zunanja   | Marec             |                            |
|                                                                                        |                                                                                                                         | Izvedba                                                                   | Zunanji             | Marec-maj         |                            |
|                                                                                        |                                                                                                                         | Analiza in poročilo                                                       | Notranji, zunanji   | Maj-junij         |                            |
|                                                                                        | Srečanja s turističnimi deležniki (izmenjava informacij in izobraževanje).<br><b>Postavka materialni stroški</b>        | Priprava in organizacija                                                  | Notranji            | Januar-december   | Izvedeno januar-december   |
|                                                                                        |                                                                                                                         | Izvedba                                                                   | Notranji in zunanji |                   |                            |
|                                                                                        |                                                                                                                         | Poročila                                                                  | Notranji            |                   |                            |
| POZICIONIRANJE ZAVODA KOT VODILNEGA SUBJEKTA RAZVOJA LOKALNEGA IN REGIONALNEGA TURIZMA | Nadaljevanje aktivne vloge regijske destinacijske organizacije.                                                         | Povezovanje glavnih akterjev ključnih za turistični razvoj v destinaciji. | Notranji            | Januar-december   | Izvedeno 2019              |
|                                                                                        | Oblikovanje in promocija storitvenega portfolia ZTMP na področju digitala<br><b>Postavka tržno komuniciranje</b>        | Vzpostavitev in vzdrževanje nove spletne strani                           | Zunanji + notranji  | Avgust-december   | Izvedeno september         |
|                                                                                        | Oblikovanje sistema monitoringa turizma na ravni destinacije za področje digital<br><b>Postavka tržno komuniciranje</b> | Oblikovanje sistema                                                       | Notranji            | Avgust-december   | Izvedeno 2019              |
|                                                                                        |                                                                                                                         |                                                                           |                     |                   |                            |
| Cilji zavoda usmerjeni v zunanji destinacijski marketing:                              |                                                                                                                         |                                                                           |                     |                   |                            |
| IZBOLJŠAN JE TRŽNE POZICIJE DESTINACIJE MARIBOR - POHORJE                              | Novo spletno mesto »visitmaribor.si«.<br><b>Postavka tržno komuniciranje</b>                                            | Programska in vsebinska zasnova nove spletne platforme                    | Zunanji + notranji  | Januar– september | Izvedeno september         |
|                                                                                        | Implementacija celovite destinacije tržne znamke.<br><b>Postavka tržno komuniciranje</b>                                | Prenova promocijskega materiala                                           | Zunanji + notranji  | Januar-december   | Izvedeno 2019              |

|                                                                       |                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                  |                    |                 |                            |
|-----------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|-----------------|----------------------------|
|                                                                       | Promocijske predstavitve v sodelovanju z STO in drugimi deležniki ter samostojne predstavitve<br><b>Postavka tržno komuniciranje</b> | Priprava in udeležba predstavnikov ZTMP na turističnih sejmih, borzah in drugih predstavitvenih dogodkih                                                                         | Notranji           | Januar-december | Izvedeno 2019              |
|                                                                       | Promocijske predstavitve na sekundarnih trgih<br><b>Postavka tržno komuniciranje</b>                                                 | Povezovanje z destinacijami v makro regiji Alpska Slovenija, Letališče JP Ljubljana                                                                                              | Zunanji + notranji | Januar-december | Izvedeno 2019              |
|                                                                       | Raziskava o imidžu destinacije Maribor - Pohorje.<br><b>Postavka tržno komuniciranje</b>                                             | Raziskava                                                                                                                                                                        | Zunanji            | Januar          | Izvedeno januar            |
|                                                                       | Članstvo ETOA                                                                                                                        | Workshopi BIM (Britain & Ireland Marketplace) CITY FAIR (za destinacije) GEM (Global European Marketplace) in drugi workshopi                                                    | Notranji           | Januar-december | Izvedeno junij in november |
|                                                                       | Poslovna srečanja z drugimi destinacijskimi organizacijami v Sloveniji in tujini<br><b>Postavka materialni stroški</b>               | Redna srečanja s poslovnimi partnerji iz Slovenije in sosednjih držav, minimalno 5/leto (prenos izkušenj in dobrih praks s področja uspešnega marketinga turističnih destinacij) | Notranji           | Januar-december | Izvedeno 2019              |
| DVG<br>UČINKOVIT<br>OSTI<br>TRŽNEGA<br>KOMUNICIR<br>ANJA<br>TURISTIČN | Vzpostavitev digitalnega tržnega komuniciranja                                                                                       | Izvajanje digitalnega marketinga                                                                                                                                                 | Zunanji + notranji | Januar-december | Izvedeno 2019              |
|                                                                       | Vzpostavitev nove jezik. različice spletne strani                                                                                    | Priprava vsebin in prevodov                                                                                                                                                      | Zunanji + notranji | Maj-september   | Izvedeno september         |

|                                                           |                                                                                                                                                              |                                                                                                            |                    |                  |                      |
|-----------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|------------------|----------------------|
|                                                           | Učinkovit destinacijski komunikacijski splet, ki ga bo omogočala nova spletna stran                                                                          | Poenotena komuniciranje in promocija na družabnih omrežjih in spletni strani visitmaribor                  | Zunanji + notranji | Avgust-december  | Izvedeno 2019        |
|                                                           | Priprava in distribucija tiskovin<br><b>Postavka materialni stroški</b>                                                                                      | Načrtovanje                                                                                                | Notranji           | Januar-december  | Izvedeno 2019        |
|                                                           |                                                                                                                                                              | Oblikovanje in tisk                                                                                        | Zunanji            |                  |                      |
|                                                           |                                                                                                                                                              | Diseminacija                                                                                               | Notranji           |                  |                      |
| RAZVOJ UČINKOVITEGA<br>DESTINACIJSKEGA TRŽENJSKEGA SPLETA | Analiza stopnje digitalizacije turističnih doživetij destinacije Maribor - Pohorje<br><b>Postavka materialni stroški</b>                                     | Oblikovanje sistema                                                                                        | Notranji           | Avgust-december  | Izvedeno 2019        |
|                                                           |                                                                                                                                                              | Implementacija                                                                                             |                    |                  |                      |
|                                                           |                                                                                                                                                              | Spremljanje                                                                                                |                    |                  |                      |
|                                                           | Vključevanje turističnih ponudnikov in upraviteljev/izvajalcev turističnih doživetij v destinacijski trženjski splet.<br><b>Postavka tržno komuniciranje</b> | Srečanja z analizo virov (infrastruktura, vsebina, znanje)                                                 | Notranji + zunanji | Januar-september | Izvedeno oktober     |
|                                                           |                                                                                                                                                              | Implementacija                                                                                             |                    |                  |                      |
|                                                           | Delavnice in usposabljanja za deležnike<br><b>Postavka tržno komuniciranje</b>                                                                               | Digitalna akademija za ponudnike                                                                           | Notranji + zunanji | Marec-april      | Izvedeno april       |
|                                                           | Oblikovanje IT rešitev in podpore za destinacijski trženjski sistem.<br><b>Postavka tržno komuniciranje</b>                                                  | Javni poziv + izvajanje                                                                                    | Notranji + zunanji | Januar-september | Izvedeno september   |
|                                                           | Optimizacija učinkovitosti destinacijskega komunikacijskega spleta<br><b>Postavka tržno komuniciranje</b>                                                    | Izmenjava podatkov z drugih relevantnih portalov, priprava obrazcev za vnos ponudbe turističnih deležnikov | Notranji + zunanji | April-julij      | Izvedeno april-julij |

|  |                                                                                                                                              |                                                                              |          |                |               |
|--|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|----------|----------------|---------------|
|  | Oblikovanje metodologije za spremljanje in dvig učinkovitosti destinacijskega komunikacijskega spleta<br><b>Postavka tržno komuniciranje</b> | Analitično spremljanje komunikacijskih kanalov in ustrezna nadgradnja vsebin | Notranji | April-december | Izvedeno 2019 |
|--|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|----------|----------------|---------------|

Maribor, 19 . 2. 2020

Doris Urbančič Windisch, mag. turizma

Direktorica Zavoda za turizem Maribor - Pohorje



*D. Windisch*

