



Načrt razvoja in
trženja turizma v
Turistični destinaciji

Rogla - Pohorje
2022–2028



Turistična destinacija

Rogla·Pohorje

OPLOTNICA • SLOVENSKE KONJICE • VITANJE • ZREČE

Vsebina

1 UVOD V NAČRT RAZVOJA IN TRŽENJA TURIZMA	6
1.1 Način oblikovanja dokumenta	7
1.2 Vizija in poslanstvo Slovenije na področju turizma, trajnostne rasti in digitalne preobrazbe	8
1.3 Vizija in poslanstvo destinacije Pohorje	9
1.4 Vizija in poslanstvo TDRP	11
2 TRENDI NA PODROČJU RAZVOJA TURIZMA	13
2.1 Ključni trendi na strani povpraševanja	13
2.2 Ključni trendi na strani ponudbe	14
2.3 Povzetek trendov na področju razvoja turizma	14
3 KRATEK POVZETEK ANALIZE STANJA	16
3.1 Znamenitosti	16
3.2 Prireditve in dogodki	19
3.3 Turistična dejavnost štirih občin TDRP	20
3.4 Zelena shema slovenskega turizma (ZSST)	21
3.5 Ponudba doživetij	21
3.6 Promocija turistične ponudbe	26
3.7 Pomembni projekti za razvoj turistične dejavnosti v TDRP	27
3.8 Evalvacija in pregled ciljev programskega obdobja	29
3.8.1 Evalvacija strateških razvojnih ciljev na področju turizma v TDRP 2017–2021	29
3.8.2 Kvalitativni strateški trženjski cilji na področju turizma v TDRP 2017–2021	31
3.8.4 Kvantitativni strateški trženjski cilji na področju turizma v občini Slovenske Konjice v obdobju 2017–2021	37
3.8.5 Kvantitativni strateški trženjski cilji na področju turizma v občini Vitanje v obdobju 2017–2021	39
3.8.6 Kvantitativni strateški trženjski cilji na področju turizma v občini Zreče v obdobju 2017–2021	41
4 MATRIKA PSPN TDRP	44
4.1 Razvojne priložnosti TDRP na ravni Partnerstva za Pohorje	48
5 ORGANIZACIJSKA STRUKTURA SLOVENSKEGA TURIZMA	50
5.1 DMO (perspektivne, vodilne in regijske destinacije)	50
5.2 Spodbujanje razvoja turizma na destinacijski in regionalni ravni	56
6 DESTINACIJSKA MENEDŽERSKA IN MARKETINŠKA ORGANIZACIJA TDRP	57
6.1 Ključni kazalniki uspešnosti TDRP	61
6.2 Operativni cilji in ukrepi na ravni DMMO TDRP	66
6.3 Operativni cilji in ukrepi na ravni Destinacije Pohorje	75
6.4 Operativni cilji in ukrepi na ravni TDRP v sklopu PP	76
6.5 Prioritetne projektne aktivnosti in investicije po občinah TDRP do leta 2027	79
6.6 Načrt udejanjanja aktivnosti, ciljev in ukrepov v sklopu PP	81
7 RAZVOJ TURISTIČNE PONUDBE	82
7.1 Nacionalna izhodišča	82

7.2 Makrodestinacijska izhodišča	83
7.3 Izhodišča razvoja turistične ponudbe TDRP	85
7.3.1 Produkti v TDRP	87
7.3.2 Doživetja TDRP.....	87
7.4 Operativni cilji in ukrepi na ravni menedžmenta turistične ponudbe in doživetij	90
8 PROMOCIJA	111
8.1 Ciljna publika in ključni deležniki	112
8.1.1 Ciljne skupine	112
8.1.2 Ključni trgi	114
8.1.3 Opredelitev lokalnih ambasadorjev glede na nosilne produkte	117
8.2 Destinacijska znamka	118
8.3 Tržno komuniciranje in komunikacijski načrt	120
8.3.1 Operativni cilji in ukrepi na ravni promocije	120
8.4 Merjenje učinkov promocije	125
8.4.1 Ključni KPI-ji za celotno promocijo	125
8.4.2 Ključni KPI-ji za posamezna orodja in kanale promocije	125
9 TERMINSKI NAČRT IZVAJANJA UKREPOV	127
ZAKLJUČEK	135
SEZNAM KRATIC	137
VIRI IN LITERATURA	139
PRILOGE	141

KAZALO TABEL

Tabela 1: Svetovni trendi v turizmu, najrelevantnejši za Slovenijo	13
Tabela 2: Seznam učnih kmetij in drugih ponudnikov vodenih doživetij.....	23
Tabela 3: Legenda – ocena cilja 2017–2021	29
Tabela 4: Strateški razvojni cilji na področju turizma TDRP v obdobju 2017–2021	30
Tabela 5: Kvalitativni strateški trženjski cilji na področju turizma v TDRP v obdobju 2017–2021	31
Tabela 6: Kvantitativni strateški trženjski cilji na področju turizma v občini Oplotnica v obdobju 2017–2021.....	35
Tabela 7: Kvantitativni strateški trženjski cilji na področju turizma v občini Slovenske Konjice v obdobju 2017–2021	37
Tabela 8: Kvantitativni strateški trženjski cilji na področju turizma v občini Vitanje v obdobju 2017–2021	39
Tabela 9: Kvantitativni strateški trženjski cilji na področju turizma v občini Zreče v obdobju 2017–2021	41
Tabela 10: Ključni kazalniki uspešnosti (KPI) TDRP	61
Tabela 11: Projekcija števila turističnih prihodov in prenočitev v TDRP ob 3-% letni rasti	62
Tabela 12: Zadovoljstvo prebivalcev destinacije TDRP (skupaj) s turizmom v destinaciji	65
Tabela 13: Ciljne vrednosti zadovoljstva obiskovalcev in prebivalcev TDRP (novelirana verzija 2021)	66
Tabela 14: Operativni cilji in ukrepi na ravni DMMO TDRP	67
Tabela 15: Turistični produkti in doživetja TDRP	85
Tabela 16: Razdelitev produktov po razvojnih kategorijah – trenutno stanje v TDRP.....	87

Tabela 17: Potencialni gradniki doživetja TDRP na podlagi MPST	87
Tabela 18: Operativni cilji z ukrepi na področju menedžmenta ponudbe	91
Tabela 19: Operativni cilji z ukrepi na področju infrastrukture za razvoj turistične ponudbe	91
Tabela 20: Operativni cilji z ukrepi na področju razvoja turistične ponudbe	103
Tabela 21: Ključni in perspektivni trgi ter persone po nosilnih produktih TDRP	115
Tabela 22: Operativni cilji z ukrepi na področju promocije.....	121
Tabela 23: Okviren terminski načrt	127

KAZALO SLIK

Slika 1: Konceptualni okvir izdelave dokumenta	7
Slika 2: Pojasnilo vizije	8
Slika 3: Model razvoja in trženja turizma TDRP	57
Slika 4: Elementi odgovornega razvoja turizma po modelu TBL	60
Slika 5: Ocena izkušnje v destinaciji	65
Slika 6: Značilnosti makrodestinacije Alpska Slovenija.....	83
Slika 7: Matrika produktov slovenskega turizma (MPST)	84
Slika 8: Prikaz organiziranosti produktov	85
Slika 9: Pregled person in umestitev v segmentne skupine.....	112
Slika 10: Prikaz mesečnega števila nočitev po državah prihoda v MD Alpska Slovenija (2019).....	114
Slika 11: Logotip TDRP	119
Slika 12: Logotip BZ Okusi Rogle	119
Slika 13: Logotipa Slovenia Green Destination Gold in TOP 100 2021	119
Slika 14: Ključne značilnosti nove vizije SST 2022–2028.....	135

1 UVOD V NAČRT RAZVOJA IN TRŽENJA TURIZMA

Turistična destinacija Rogla - Pohorje (v nadaljevanju tudi TDRP) je območje treh občin Savinjske regije (Slovenske Konjice, Vitanje in Zreče) in ene občine iz Podravske regije (Oplotnica), ki so uvrščene v alpsko makrodestinacijo (v nadaljevanju tudi MD) in združene razpolagajo s številnimi potenciali, ki omogočajo raznolikost v turizmu. Zaradi Term Zreče se destinacija dobro povezuje tudi z makrodestinacijo Termalna Panonska Slovenija, ki je območje zdravilnih voda in najlepših poti do dobrega počutja. Prihodnost turizma na območju štirih občin TDRP je bila zapisana leta 2015 v dokumentu *Načrt razvoja in trženja turizma v destinaciji Rogla-Pohorje 2017-2021* (Lešnik Štuhec, 2016).

Občine TDRP so na skupno pot stopile leta 2016 in z uspešnim delovanjem postale vzgled številnim drugim slovenskim destinacijam, kako s skupno vizijo, strateškimi cilji in ukrepi vzajemno sodelovati pri razvoju turizma. Organiziranost turizma teče usklajeno med štirimi partnerji: LTO Rogla - Zreče, GIZ, TIC Slovenske Konjice, TIC Vitanje in od aprila 2022 tudi TIC Oplotnica. Destinacija se identificira s sloganom *Razišči, občuti, užij*.

TDRP ponuja privlačno okolje za bivanje in delo lokalnemu prebivalstvu ter aktivne počitnice, rehabilitacijo ali enostavno uživanje v neokrnjeni naravi in bogati kulturno-zgodovinski dediščini ob kakovostni turistični infrastrukturi tako obiskovalcem kot turistom, ki se vanjo radi vračajo, vse z doslednim upoštevanjem smernic trajnostnega in družbeno odgovornega razvoja turizma.

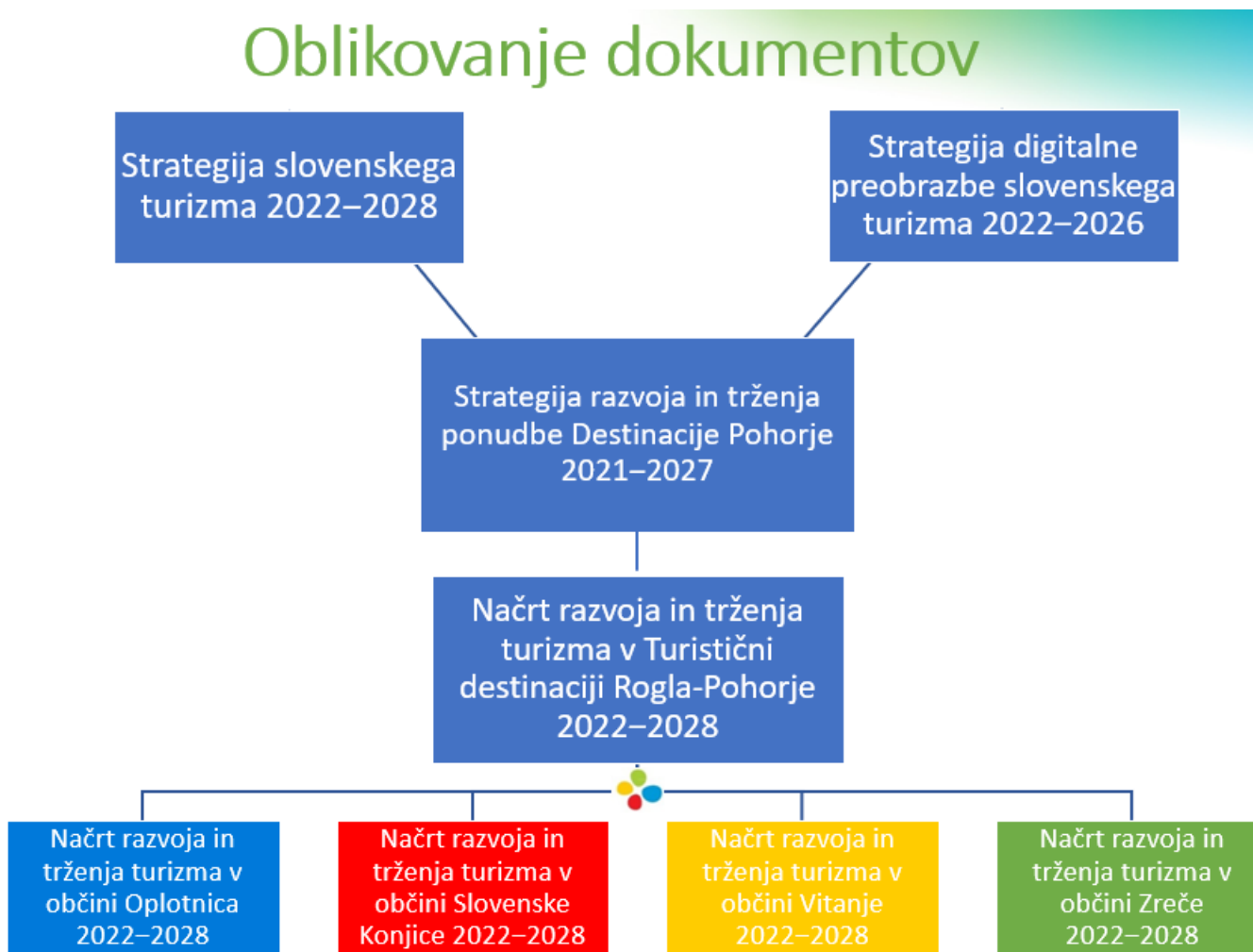
TDRP je ponosna prejemnica certifikata Slovenia Green Destination Gold (od novembra 2020), uvrstila pa se je tudi med TOP 100 najbolj trajnostnih destinacij na svetu za leto 2021. Trajnostna prizadevanja TDRP je opazila tudi Svetovna turistična organizacija (UNWTO), ki je destinacijsko trajnostno zgodbo vseh štirih občin objavila v publikaciji *Mountain tourism towards a more sustainable path*, izdani ob mednarodnem dnevu gora konec leta 2021, v kateri so predstavljeni najboljši primeri trajnostnih praks gorskega turizma na svetu.

Vse to dokazuje, da trajnost in predanost naravi v TDRP nista zgolj na papir zapisani besedi, ampak da destinacija zares sledi smernicam trajnostnega razvoja in digitalne preobrazbe. Dokument *Načrt razvoja in trženja turizma v TDRP 2022–2028* zasleduje vizijo Slovenije, ki postaja butična destinacija z zelenimi, aktivnimi in edinstvenimi doživetji za zahtevnejše goste. V ospredje postavlja trajnostno poslovanje, kar dokazuje z vključenostjo v Zeleno shemo slovenskega turizma (v nadaljevanju tudi ZSST) in v letu 2020 pridobljenim certifikatom Slovenia Green Destination Gold. Vse to pomeni, da je trenutni razvoj TDRP na dobri poti. Zelena usmerjenost bo tudi glavna smernica novega strateškega obdobja, saj Strategija slovenskega turizma 2022–2028 (v nadaljevanju tudi SST 2022–2028) izpostavlja, da bo treba trajnostno usmeritev ter druge uspešne prakse ohraniti in razviti. »Rast obsega dejavnosti lahko ostane prioriteta le v potencialnih in manj razvitih destinacijah, v razvitih destinacijah pa so sprejemljivi samo ukrepi in naložbe, ki krepijo kakovost storitev in dodano vrednost,« je zapisano v SST 2022–2028 na strani 18. Med razvite destinacije sodi tudi TDRP.

1.1 Način oblikovanja dokumenta

Pot do dokumenta, ki je pred vami, je bila dolga in je zahtevala veliko aktivnosti. Za boljšo predstavbo poteka raziskave in njene preglednosti smo zastavili konceptualni okvir. V nadaljevanju tako predstavljamo slikovni prikaz načina oblikovanja dokumenta za Turistično destinacijo Rogla - Pohorje.

Slika 1: Konceptualni okvir izdelave dokumenta



Z doslednim izvajanjem in uresničevanjem načrtov razvoja in trženja turizma v vseh štirih občinah destinacije se hkrati uresničujejo ukrepi, cilji in vizija več pomembnih strateških ukrepov, ki so bili osnova za oblikovanje pričujočega dokumenta (*Strategija slovenskega turizma 2022–2028*, *Strategija digitalne preobrazbe slovenskega turizma 2022–2026* ter *Strategija razvoja in trženja ponudbe Destinacije Pohorje 2021–2027*).

Ker v turizmu še vedno najbolj drži slogan *Turizem smo ljudje*, je aktivno sodelovanje z deležniki v turizmu in upoštevanje njihovih želja, idej in predlogov zelo pomembno. V luči vključevanja vseh deležnikov v nastajanje načrtov razvoja in trženja turizma za obdobje 2022–2028 so bili v vsaki občini izvedeni delavnice in predstavitve osnutka *Načrta razvoja in trženja turizma v TDRP 2022–2028* ter predstavitve osnutkov načrtov za vsako posamezno občino. Po teh delavnicah so bili osnutki načrtov razvoja in trženja turizma dopolnjeni. Sledila je 14-dnevna javna razgrnitev na občinskih spletnih straneh in spletni strani destinacije.

S tem je imela zainteresirana javnost možnost posredovati svoja stališča, pripombe in želje. Sledilo je končno oblikovanje dokumentov.

1.2 Vizija in poslanstvo Slovenije na področju turizma, trajnostne rasti in digitalne preobrazbe

Vizija in poslanstvo razvoja slovenskega turizma

ZELENA BUTIČNOST. Manjši odtis. Večja vrednost za vse.

Slika 2: Pojasnilo vizije

Še naprej gradimo „zeleno zgodbo“ Slovenije, pri čemer odločno krepimo zeleno vrednost – nadgrajujemo zeleno infrastrukturo in ponudbo ter v ponudbi in podobi krepimo avtentične (kulturne) elemente.

ZELENO =
OKOLJSKA +
DRUŽBENO-KULTURNA +
EKONOMSKA TRAJNOST,
z močnim slovenskim zelenim lokalnim karakterjem

Pospešujemo butičnost – kakovostno ponudbo (ki jo odlikujejo principi lokalnega karakterja, kulturnih vsebin, trajnostnega razvoja, odgovornega doživljanja narave, premium storitev, 5-zvezdičnih doživetij, personalizirane izkušnje, vrhunske gastronomije, tehnoloških inovacij in digitalno podprtih procesov). Ustvarjamo ponudbo z višjo dodano vrednostjo, po meri zahtevnejšega in odgovornega obiskovalca.

BUTIČNO = PREMIUM
+ AVTENTIČNO (PRISTNO SLOVENSKO – izražen LOKALNI KULTURNI KARAKTER DESTINACIJ)

ZELENA BUTIČNOST.
Manjši odtis. Večja vrednost za vse.

POJASNILO VIZIJE

Naša zelena zaveza se izraža v manjšem (okoljskem in družbenem) odtisu. Uspešno ohranjamo biodiverzitetu, kakovost okolja in naravnih vrednot ter z upoštevanjem nosilnih zmogljivosti ravnotežje med življenjem in obiskom.

Razvijamo turizem višje dodane vrednosti V INTERESU VSEH DELEŽNIKOV:

- 1 ZADOVOLJNA LOKALNA SKUPNOST (uravnotežen razvoj turizma, ki prinaša vrednost v lokalno ekonomijo, podpira vložke v urejeno okolje ohranjeno naravo in kulturno krajino, prinaša nove priložnosti za mlade, krepi lokalno identiteto ter omogoča ohranjanje kulturne dediščine).
- 2 USPEŠNA PODJETJA, ki skrbijo za MOTIVIRANE in ZADOVOLJNE ZAPOSLENE in vlagajo v razvoj ponudbe.
- 3 NAVDUŠENI OBISKOVALCI, ki dobijo bolj poglobljeno izkušnjo, ostanejo dlje in potrošijo več, cenijo tako naravo kot kulturne vsebine in avtentični karakter destinacij, radi priporočajo naprej in se vračajo.

Vir: SST 2022–2028, str. 130

Odločitev deležnikov slovenskega turizma je, da v prihodnjem strateškem obdobju sledimo strategiji *Nekaj več in veliko bolje*, ki je usmerjena v zmerno povečanje obsega kapacitet in fizičnih kazalnikov razvoja, predvsem pa v znaten dvig kakovosti in konkurenčnosti ter ustvarjanje večje vrednosti za vse. (Strategija slovenskega turizma 2022–2028, str. 12)

Slovenija razvija uravnotežen zelen butični turizem višje kakovosti in z manjšim odtisom, ki je generator vrednosti, pospeševalec trajnostnega razvoja, urejenega okolja in cvetoče kulture, s pozitivnimi učinki za vse. Slovenija je dober in ponosen gostitelj ter skrbni upravitelj in varuh naše narave, kulture in skupnosti za zadovoljne prebivalce, motivirane zaposlene in navdušene obiskovalce ter za naše zanamce (SST 2022–2028).

Za doseganje vizije slovenskega turizma se razvoj turizma strateško usmerja v ciljno tržno pozicioniranje zelene butične destinacije za individualnega odgovornega gosta, ki ceni naravo, zdravje, kulturna doživetja in avtentični karakter lokalnih skupnosti. V obdobju 2022–2028 se bo slovenski turizem torej razvijal in deloval s strategijo *Nekaj več in veliko bolje*, ki vodi v zmerno rast obsega kapacitet ter znatno izboljšanje kakovosti in dodane vrednosti slovenskega turizma ob upoštevanju trajnostnih vidikov, valorizacije kulturne identitete, učinkovite digitalne preobrazbe in vseh omejitvenih dejavnosti (SST 2022–2028, str. 131).

Vizija in poslanstvo digitalne preobrazbe slovenskega turizma

»Digitalna preobrazba temelji na opremi in kadrih, informacijskih sistemih, spremembi organizacijske strukture ter kulture ali miselnosti. Gre za preskok v razmišljanju, ki lahko poveča dodano vrednost, zmanjša negativne vplive turizma na okolje in personalizira doživetje gosta. Turizem so ljudje, ampak ljudje uporabljajo tehnologijo in digitalna preobrazba bo postala del prihodnjega turističnega razvoja,« je na svojem predavanju povedala dr. Ljubica Knežević Cvelbar.

»Vizija strategije digitalne preobrazbe slovenskega turizma je naslednja: Slovenija postane vzorčni primer pametne destinacije, ki krepi in spodbuja razvoj trajnostnih, butičnih, personaliziranih in inovativnih doživetij.« (Strategija digitalne preobrazbe slovenskega turizma 2022–2026, str. 11)

»Z digitalno preobrazbo opolnomočimo deležnike za podatkovno podprto odločanje, povečujemo dodano vrednost, konkurenčnost in odpornost turizma, zagotovimo trajnostno preobrazbo, personaliziramo doživetja za gosta, izboljšujemo znanje in digitalne kompetence zaposlenih ter zagotavljamo višjo kakovost bivanja za lokalno prebivalstvo.« (Strategija digitalne preobrazbe slovenskega turizma 2022–2026, str. 19)

Eden izmed osmih kvantitativnih strateških ciljev *Strategije digitalne preobrazbe slovenskega turizma 2022–2028* (več na straneh 14 in 15) je tudi, da se 75 % vodilnih destinacij vključi v indeks digitalne zrelosti turizma. Na tem mestu velja omeniti, da je TDRP ena izmed vodilnih destinacij in s tem na destinacijski ravni opredeljena kot ključni subjekt.

SST 2022–2028 (str. 35) navaja, da je uvajanje pametne digitalizacije v slovenski turizem neizogibno, če želimo nadaljevati z izboljšanjem kakovosti. Digitalizacija mora biti celostna, povezuje naj vse obstoječe in nove informacijske, rezervacijske in statistično-podatkovne baze ter naj bo vodena s ciljem učinkovite podpore poslovanju, trženju, spremljanju, načrtovanju, upravljanju tokov in prihodnjem usmerjanju razvoja turizma. Nadaljujejo (str. 44), da so nujni odločni koraki v smeri pametne digitalizacije dejavnosti na vseh ravneh.

V tem dokumentu celostno sledimo ciljem *Strategije slovenskega turizma 2022–2028* in *Strategije digitalne preobrazbe slovenskega turizma 2022–2026*. Dokument je tako usklajen s preostalimi strateškimi dokumenti na nacionalni in ravni EU.

1.3 Vizija in poslanstvo destinacije Pohorje

V tem poglavju podajamo vizijo Destinacije Pohorje (v nadaljevanju tudi DP) kot območja Partnerstva za Pohorje (v nadaljevanju tudi PP), vključujoč tri statistične regije (Savinjsko, Koroško in Podravske), ki so del kohezijske regije Vzhodna Slovenija. Predstavniki 19 občin (Dravograd, Hoče - Slivnica, Lovrenc na Pohorju, Maribor, Mislinja, Muta, Oplotnica, Podvelka, Rače - Fram, Radlje ob Dravi, Ribnica na Pohorju,

Ruše, Selnica ob Dravi, Slovenj Gradec, Slovenska Bistrica, Slovenske Konjice, Vitanje, Vuzenica in Zreče), predstavniki 6 javnih institucij (RRA Podravje - Maribor, RRA Koroška, Zavod za turizem Maribor, LTO Rogla - Zreče, GIZ, RIC Slovenska Bistrica in RA Savinjske regije) ter 5 gospodarskih subjektov (Unitur, d. o. o., JP Marprom, d. o. o., Vabo, d. o. o., TURI, turizem Pohorje, d. o. o., in Hotel Jakec, d. o. o.) družno oblikujejo in bdijo nad razvojem in trženjem ponudbe DP.

Poudariti je treba, da so določena poglavja v tem dokumentu povzeta po *Strategiji razvoja in trženja ponudbe Destinacije Pohorje 2021–2027* (Lešnik Štuhec, Stermecki, Škrlič Brglez, Voršič in Waldhuber, 2021a) in ostalih pripadajočih dokumentih omenjene strategije. V celoti povzemamo dopolnjen kratek povzetek analize stanja (poglavje 3), dopolnjeno matriko PSPN TDRP (poglavje 4) in razvojne priložnosti TDRP na ravni PP (podpoglavje 4.1), operativne cilje in ukrepe na ravni DP (podpoglavje 5.3), operativne cilje in ukrepe na ravni TDRP v sklopu PP (podpoglavje 5.4), posodobljene prioritete projektne aktivnosti in investicije po občinah TDRP do leta 2027 (podpoglavje 5.5) ter načrt udeležanja aktivnosti, ciljev in ukrepov v sklopu PP (podpoglavje 5.6).

Strategijo razvoja in trženja ponudbe Destinacije Pohorje 2021–2027 (Lešnik Štuhec et al., 2021a) smo v ta dokument vključili, ker bomo s sledenjem ciljem in ukrepom *Načrta razvoja in trženja turizma TDRP 2022–2028* med drugim sledili tudi ciljem DP 2021–2027.

Vizija DP:

»Destinacija Pohorje leta 2027 pritegne in preseneti kot povezana zelena biotsko raznovrstna destinacija z neukrotljivo naravo in vrhunsko načrtovanimi doživetji v zaledju Regijskega parka Pohorje, outdoor produkti za aktiven in zdrav oddih ter priprave športnikov, sproščanjem pod krošnjami energetsko bogatih pohorskih gozdov in šumečih ter termalnih vod, odlično gastronomijo z lokalno dodano zgodbo, dediščino koroške, podravske in savinjske regije, vrednotami pristnih in kreativnih Pohorcev ter kakovostjo bivanja gostoljubnih domačinov in ozaveščenih obiskovalcev, ki cenijo mir, zdravo in varno okolje, svež srednjegorski zrak in pitno vodo, se navdušujejo nad pristnimi izkušnjami in spretnostmi pozabljenih znanj, aktivnimi doživetji ter nepozabnimi razgledi na Alpe in Panonsko nižino, doline in vinorodno krajino med rekami Dravo, Mislinjo in Dravinjo ter Dravskim poljem.« (Lešnik Štuhec et al., 2021a, str. 35)

Poslanstvo DP:

»Destinacija Pohorje je najbolj privlačen cilj za pobeg iz vsakdanjega stresnega v zeleno, pristno, prostrano, varno, udobno, mistično, vključujoče, prijazno, mogočno naravno območje pohorskih gozdov, oazo miru, ki nudi krepitev zdravja, sprostitev in dobro počutje, raznovrstne aktivnosti na svežem srednjegorskem zraku za aktiven zdrav oddih in stik s samim sabo in v krogu družine, samouresničevanje ob pridobivanju pozabljenih znanj in okušanju pristne kulinarike v kakovostnem bivalnem okolju, ki na vsakem koraku pripoveduje lokalno zgodbo in omogoča stik s srčnimi in kreativnimi domačini.« (Lešnik Štuhec et al., 2021a, str. 35)

Vizija TDRP, ki jo podajamo v nadaljevanju, je usklajena z vizijo Slovenske turistične organizacije (STO) kot krovne organizacije slovenskega turizma, prav tako pa tudi s *Strategijo digitalne preobrazbe slovenskega turizma 2022–2026* in vizijo DP.

1.4 Vizija in poslanstvo TDRP

Z doslednim izvajanjem načrta razvoja in trženja v turizmu bo TDRP leta 2028 še naprej uresničevala svojo opredeljeno posodobljeno **kratko vizijo**, ki se glasi:

TDRP je leta 2028 prepoznana kot varna trajnostna destinacija z manjšim odtisom, kakovostnimi programi športa, rekreacije, zdravja in priprav športnikov, aktivnimi počitnicami, kreativnimi vinskimi in kulinaričnimi zgodbami, poglobljenimi butičnimi doživetji raziskovanja in razumevanja veselja ter spoznavanja z naravo, bogato digitalizirano kulturno dediščino, svetovno prepoznanimi športnimi in ostalimi tradicionalnimi javnimi prireditvami na območju med Roglo in vinorodnimi griči Dravinjske doline, kamor vabijo tako gostoljubni in zadovoljni domačini kot zadovoljni zaposleni v turistični panogi v vseh letnih časih. Vse za zadovoljne domačine in obiskovalce.

Dolga vizija:

TDRP bo leta 2028 gostila obiskovalce v vseh letnih časih in bo pozicionirana kot konkurenčna, trajnostna (zelena), ekološka, dostopna, domačna, varna, gostoljubna, medgeneracijsko in s celovito ponudbo povezana destinacija, kjer se na območju med Roglo, vinorodnimi griči in Dravinjsko dolino prepleta tradicija s sodobnostjo, ob visoki kakovosti bivanja ter kreativnem okolju za delo in oddih, vse na močnem poudarku digitalizirane in edinstvene ponudbe z višjo dodano vrednostjo, grajene na kartuzijanskih vrednotah.

Kakovostni butični turistični programi ohranjanja zdravja in dobrega počutja v Termah Zreče in Športnem centru Rogla ob vinskih zgodbah Škalc, kreativni kulinariki turističnih kmetij in drugih ponudnikov, bogati kulturni dediščini Žičke kartuzije in Graščine Oplotnica ter interaktivnih multimedijskih programih doživljanja in raziskovanja veselja v Centru Noordung omogočajo poglobljena doživetja slikovitega podeželja s pestro ponudbo dogodkov, oplemenitenih z izročilom snovne in nesnovne kulturne dediščine.

Aktivne, vključujoče in sproščujoče počitnice na podeželju, usmerjene v zdravje in dobro počutje (zdravilni dejavniki: srednjegorska klima, akrototermalna voda, pohorska voda, šota), poslovna druženja, priprave športnih ekip ter vabljeni programi edinstvenih doživetij gradijo podobo in ugled območja južnega dela Pohorja ob vzpostavljeni lokalni oskrbi z blagovno znamko (v nadaljevanju tudi BZ) Okusi Rogle.

Vizija in poslanstvo trajnostnega razvojnega koncepta Destinacijske menedžerske marketinške organizacije TDRP (v nadaljevanju tudi DMMO) v središčno točko postavljata **človeka** kot:

- **ponudnika posameznika v učinkovitih partnerstvih**, ki skozi kreativnost in inovativnost v odnosih, storitvah in doživetjih delajo Turistično destinacijo Rogla - Pohorje posebno, zanimivo, vredno obiska, ob tem pa v destinacijo prinašajo ekonomski razvoj in blagostanje;
- **dobavitelja**, ki v lokalnem okolju ustvarja z lokalnimi dobrinami, po tradicionalnih in sodobnih pristopih ter povezano v oskrbnih verigah zadovoljuje potrebe in pričakovanja prebivalcev in prepoznanih ciljnih skupin turistov, medtem ko svojemu in drugim podjetjem prinaša dobiček;
- **domačina**, ki se zaveda kakovosti bivalnega okolja in življenja v TDRP – sinergije naravnih in kulturnih danosti z izgrajenim okoljem, ki omogoča odlično bivalno okolje za domačine, v katerem se dobro počutijo tudi obiskovalci in turisti, po drugi strani pa tudi delovna mesta in valorizacijo lokalnih potencialov;

- **turista** s prepoznanimi željami, pričakovanji in potrebami, ki jih skozi vzpostavljeno vrednostno verigo produktnih tržnih kombinacij na jasno določenih lokacijah zadovoljujejo dobro povezani turistični in drugi ponudniki, ki obiskovalcem omogočajo nova edinstvena doživetja, zadovoljstvo in izkušnje.

Poleg človeka pa vizija in poslanstvo izpostavljata še **naravno in kulturno okolje**, njune značilnosti in nosilno zmogljivost v posameznih conah TDRP, ki izhajajo iz zavarovanja vrednot ter ohranjanja identitete, kulturne krajine in dediščine. V središču so pospeševanje in povečevanje pozitivnih učinkov ter obvladovanje in zmanjševanje negativnih vplivov na okolje ter blažitev podnebnih sprememb in prilagajanje nanje.

Poslanstvo TDRP

Poslanstvo TDRP je s povezovanjem dobrin, ljudi, znanj in drugih virov ter soorganiziranostjo ponudbe oblikovati trajnostno, dostopno, zdravo, aktivno, inovativno in kakovostno podeželsko TDRP, ki bo z integralnim trajnostnim razvojem, družbeno odgovornostjo, strpnostjo ter nišno oblikovano in trženo ponudbo edinstvenih doživljajskih produktnih tržnih kombinacij za ciljne skupine obiskovalcev na mednarodnem turističnem trgu dosegla večjo privlačnost, odličnost in konkurenčnost ter s tem večje sinergične učinke (na področjih kreativnega razvoja doživetij), prepoznavnost, povpraševanje in posledično optimalno zadovoljstvo ter blagostanje vseh deležnikov TDRP.

Dobro poznavanje pričakovanj deležnikov in skupna jasna opredelitev motivov za njihovo sodelovanje lahko TDRP vodita k uresničenju zapisanega poslanstva in prinašata koristi vsem vključenim deležnikom.

»Trenutno so izjemne naravne danosti daleč najpomembnejši motiv prihoda v Slovenijo. Izjemno naravno okolje je dejanska in ne samo deklarativna konkurenčna prednost Slovenije.« (SST 2022–2028, str. 23) V skladu s tem sta zastavljena tudi vizija in poslanstvo TDRP.

2 TRENDI NA PODROČJU RAZVOJA TURIZMA

Potovanja danes postajajo bolj premišljena in pri tem so ključni novi pogledi na turistične destinacije. V ospredju bodo vedno bolj destinacije, ki jih že dolgo občudujemo, si jih želimo obiskati in ki so nam močno pri srcu. »*Avanturisti bodo čakali na prvo priložnost, da pobegnejo v oddaljene tople kraje, raziskovalci bodo v dani situaciji raziskovali bolj ali manj oddaljene evropske destinacije, pavšalisti se bodo kot sicer odpravili na njim ljube destinacije v Sloveniji in na [j]adranski obali[.]*« (Lešnik Štuhec et al., 2021a, str. 10)

Po izkušnji s koronavirusom in z bližino vojn evropskemu prostoru bosta tudi v strateškem obdobju 2022–2028 varnost in zdravje zasedala eni prvih mest na lestvici pomembnosti izbire destinacije.

Spremembe na strani ponudbe in povpraševanja vodijo k vzpostavljanju novih odnosov med destinacijami in obiskovalci oz. gosti. V nadaljevanju podajamo nekaj ključnih trendov povpraševanja in ponudbe.

SST 2022–2028 (str. 72–73) povzema najaktualnejše svetovne trende na področju turizma in izpostavlja najrelevantnejše za Slovenijo.

Tabela 1: Svetovni trendi v turizmu, najrelevantnejši za Slovenijo

Globalni trendi	
1.	Namesto enega ali dveh daljših, več krajših dopustov s prilagoditvami trendom, omejitvam ogljičnega odtisa in trajanju krize covid-19
2.	Kritičen odnos do razmerja med kakovostjo in ceno na osnovi preteklih potovalnih izkušenj
3.	Pomen avtentičnosti in lokalnosti destinacije
4.	Vse večja priljubljenost preživljanja aktivnega dopusta
5.	Naraščajoče povpraševanje po s sprostitvijo povezanem dopustu, t. i. begu iz vsakdanjega življenja
6.	Potovanja z avtom, avtobusom ali vlakom – t. i. <i>Low Travel</i>

Vir: Povzetek SST 2022–2028, str. 72–73

2.1 Ključni trendi na strani povpraševanja

- *Potovanja s ciljem transformacije* (potovanja, ki ciljajo na osebno preobrazbo): Rast se pričakuje predvsem na področju ponudbe programov, namenjenih dobremu počutju, zdravju, osebni rasti, obisku odmaknjenih lokacij oziroma bivanju v naravi.
- *Srebrni turisti*: Do leta 2050 bo 34 % populacije v Evropi starejše od 60 let, kar predstavlja trg 223 milijonov prebivalcev, ki iščejo storitve zdravja in dobrega počutja ter kulturne in izobraževalne vsebine.

- *Milenijci – generaciji Y in Z:* Do leta 2025 bodo milenijci predstavljali 50 % vseh turistov. Njihov interes je usmerjen v raziskovanje, interakcijo in čustvena doživetja. Pričakujejo povezavo vsakdanjika s potovanji. Zahtevajo doživetje, ki je digitalno podprto. Odločajo se hitro in pričakujejo visoko raven personalizacije storitev. Hkrati se zavedajo lastnega vpliva na okolje in družbo, zaradi česar so jim pomembne trajnostno naravnane storitve.
- *Rastoče destinacije:* Vse bolj raste povpraševanje in zanimanje za manj znane destinacije, ki se hitro uveljavljajo in postajajo prepoznavne na turističnem trgu. Mednje vsekakor sodi tudi Slovenija.

2.2 Ključni trendi na strani ponudbe

- *Varnost:* Zagotavljanje varnosti je ena najpomembnejših prioriteta turističnih ponudnikov. Poleg fizične varnosti turistov je vse pomembnejša kibernetika varnost (angl. *cyber security*). Prizadevanja destinacij morajo biti usmerjena v varnost in higieno, zdravje in dobro počutje tako narave oziroma celotnega planeta kot tudi ljudi.
- *Digitalna transformacija in pametne rešitve:* Turistična podjetja uvajajo tehnološke rešitve, ki so v preteklosti že spremenile proizvodna podjetja; pričakuje se vse hitrejša prilagoditev tehnologij s področja Industrije 4.0 v turizmu. Poudarek je na prefinjenosti tehnoloških rešitev. Trendi v turizmu kažejo večjo osredotočenost na inovacije in pametne tehnološke rešitve ter digitalizacijo kulturne dediščine.
- *Pridobivanje, zadrževanje in izobraževanje kadrov:* Zaradi sezonske narave dela in delovnih pogojev je globalno, posebej pa regionalno, izjemen izziv pridobivanje in izobraževanje kakovostnega kadra na področju turizma. Izobraženi, usposobljeni in motivirani turistični delavci bodo lahko z nasmehom, prijaznim pogledom, kakovostno ponudbo, odličnimi turističnimi produkti in predanostjo gostom dosegli visoko stopnjo zadovoljstva in medsebojnega zaupanja. To bo Slovenijo trdno zasidrilo na turističnem zemljevidu najboljših destinacij sveta.

2.3 Povzetek trendov na področju razvoja turizma

»• *Oddihi bodo krajši[,] z rezervacijami bliže datumu oddiha, v destinacije z neokrnjeno naravo (gorske in mediteranske) in manjšo obiskanostjo v oddaljenosti do 500 oz. 700 km, po možnosti z lastnim prevozom.*

- *Visoki higienski standardi bodo stalnica in eno od meril za izbiro nastanitve.*
- *Ključn[e] bo[do] majhnost ponudnika, hitra dostopnost in korektne servisne storitve. Domači turisti bodo od ponudbe pričakovali še več.*
- *Naraščajoče bo povpraševanje za butične nastanitve in doživetja.*
- *Na področju poslovnih srečanj bodo najprej oživeli korporativni dogodki, sledila bodo motivacijska srečanja.*
- *Država bo še močneje vzpodbujala in Slovenijo promovirala kot gastronomsko in butično destinacijo.*

-
- *Ponudniki bodo še naprej skrbeli za trajnostno poslovanje v turizmu, zeleno krožno gospodarstvo, okoljsko ozaveščenost, certificiranje nastanitvenih obratov in produktov ter digitalno podprta doživetja in promocijo na digitalnih medijih.*
 - *Turizem bo še bolj zelen, varen, zdrav, vključujoč in čimbolj izkustven [–] spomini in občutja se ljudem – turistom[,] najbolj vtisnejo v spomin.*
 - *Turistični delavci bodo z nasmehom, prijaznim pogledom in kvalitetno ponudbo, odličnimi turističnimi produkti ter s predanostjo gostom dosegli stopnjo zadovoljstva in medsebojnega zaupanja. To bo Slovenijo močno zasidrano na turističnem zemljevidu najboljših destinacij sveta.» (Lešnik Štuhec et al., 2021a, str. 10)*

Predvsem je pomembno, da destinacijske turistične organizacije kot podaljšane roke lokalnih skupnosti prevzemajo odgovornost za razvoj trajnostnega, empatičnega, občutljivega in odgovornega pristopa k razvoju turizma in pri tem spoštujejo vsa bogastva destinacije – okolje, sredstva, družbeno-kulturne interese turistov in zmogljivosti gostiteljske skupnosti. Ključna sta zaveza in spoštovanje interesov vseh deležnikov za dobrobit gostiteljske skupnosti, poslovne skupnosti in turistov.

3 KRATEK POVZETEK ANALIZE STANJA

Kratek dopolnjen povzetek analize stanja TDRP, ki ga predstavljamo v nadaljevanju, je nastal v sklopu aktivnosti priprave *Strategije razvoja in trženja ponudbe Destinacije Pohorje 2021–2027* avtoric Lešnik Štuhec, Stermecki, Škrli Brglez, Voršič in Waldhuber.

Skupna površina občin TDRP meri **257 km²** in sega od vrha Pohorja (Mulejev vrh) do nižin v porečju reke Dravinje. Na tem območju živi 27.884 prebivalcev. Najvišja ležeča točka TDRP je Mulejev vrh na 1.533 metrih nadmorske višine v občini Zreče, najnižje ležeča točka pa so Spodnje Laže na 259 metrih nadmorske višine v občini Slovenske Konjice. Narava pokriva 56,06 % ozemlja TDRP. Med naravne površine kopenske narae spadajo neintenzivne kmetijske površine, gozd, mokrišča, nizka vegetacija in neporaščene površine. Nepozidane površine na destinaciji je 92,27 %.

Območje leži na tranzitni točki med Srednjo in Južno Evropo, na severovzhodu Slovenije, na obronkih zahodnega in južnega dela Pohorja ter pod njim, med Pohorjem in Konjiško goro, ob rekah Dravinji in Hudinji, obdano z Bočem, Ptujsko goro, Haloškimi goricami in Dravskim poljem. Ima dobro geostrateško lego, prometno dostopnost ter vpetost v mednarodne prometne povezave, saj skozi območje poteka regionalna cesta Ljubljana–Maribor, v neposredni bližini pa je vstopna postaja na avtocesto A1.

TDRP ima bogato in razgibano preteklost, ki sega že v čas prazgodovine, o čemer pričajo prazgodovinska najdišča na Brinjevi gori. Najdbe ob nekdanji rimski cesti, ki je vodila tod mimo, potrjujejo poselitev območja v dobi Rimljanov. Velik pečat so tod zapustili kartuzijani, ki so na to območje prišli v 12. stoletju. Živel so v sožitju z naravo, po načelih trajnosti in družbene odgovornosti. V srednjeveškem obdobju so nastali številni gradovi, srednjeveški trgi in mestna jedra ter sakralni objekti. Nahajališča premoga in tradicija kovaštva v občini Zreče je botrovala razvoju obrti in industrije, kar je pripeljalo do izgradnje ozkotirne železniške proge na relaciji Poljčane–Slovenske Konjice–Zreče.

Občine se pogosto odločajo za pridobivanje certifikatov in priznanj, s katerimi izkazujejo zavezanost k izboljšanju življenja občanov. Tako se občine TDRP ponašajo z nazivi, kot so: Občina po meri invalidov, Starejšim prijazna občina, Zlati kamen, Entente Florale, finalist EDEN – European Destination of Excellence oz. Evropska destinacija odličnosti, Moja dežela – lepa in gostoljubna, CIB – Communities in Bloom in podobno. TDRP je v sklopu ZSST konec leta 2020 pridobila certifikat Slovenia Green Destination Gold. Slovenske Konjice so leta 2016 pristopile tudi k zavezi Zero Waste, od leta 2019 pa so občina z manj plastike za enkratno uporabo na dogodkih.

3.1 Znamenitosti

Destinacija ima bogato paleto zgodovinskih in kulturnih znamenitosti. Dve enoti kulturne dediščine je Republika Slovenija razglasila za Kulturni spomenik državnega pomena, in sicer Žičko kartuzijo in Spominsko območje Frankolovo. V register nepremične kulturne dediščine je sicer vpisanih 442 zgodovinsko pomembnih stavb (Oplotnica 75, Slovenske Konjice 198, Vitanje 104 in Zreče 65 enot). Med stavbno dediščino je v register vpisanih največ kozolcev, hiš, kašč in cerkev. Redki so vpisi vinskih kleti,

mlinov, gradov in dvorcev. V TDRP se nahaja 21 muzejev. Med obiskovalci in turisti sta najbolj priljubljena nekdanji samostan Žička kartuzija in ohranjen kulturni spomenik Skomarska hiša.

Ostali pomembni spomeniki kulturne dediščine so: v občini Slovenske Konjice: Stari trg, Cerkev svetega Jurija, Dvorec Trebnik, Konjiški grad, Cerkev Marijinega obiskanja v Špitaliču, Dvorec Baronvay, Grad Pogled; v občini Vitanje: cerkev sv. Petra in Pavla (Spodnja cerkev), Cerkev Matere Božje na Hriberci (Zgornja cerkev), Cerkev sv. Vida na Hudinji, Beškovnikova kašča s preužitkarsko hišo in Beškovnikova domačija kot celota, ostanki dveh srednjeveških gradov; v občini Zreče: Cerkev svetega Jakoba, Cerkev svetega Lamberta, Grob Jurija Vodovnika, Skomarska hiša, Vodovnikova hiša, Ošlakova kovačija, Kovačija Šrekl-Zajc, Muzej ozkotirne železnice, cerkev na Brinjevi gori in ostanki treh srednjeveških gradov; ter v občini Oplotnica: Graščina Oplotnica, Cerkev svetega Janeza Krstnika v Čadramu, Romarska cerkev Marijinega vnebovzetja na Prihovi, črna kuhinja pri Cerkvi svete Barbare. Med velike kulturno-zgodovinske potenciale gre uvrstiti tudi Graščino Golič, Dobjihof, Žičko pristavo oz. Filipov dvor v Žičah idr.

Med glavne atrakcije območja so se uvrstile: Žička kartuzija, Vinska klet Zlati grič, Center Noordung, Športni center Rogla, mednarodno akreditirano naravno zdravilišče Terme Zreče in Pot med krošnjami Pohorje. Posebej izpostaviti velja še Oplotniški vintgar, Graščino Oplotnica in perišče v parku Oplotnica ter naravni biotop Partovec.

TDRP ima bogato naravo in številne naravne vrednote. 16,40 % površine je v naravovarstvenem območju Natura 2000. V območje Natura 2000 spadata Pohorje in reka Dravinja z Dravinjsko dolino (Slovenske Konjice, gozd Prežigal in mokrišče Petelinjek). Zabeleženi sta dve zavarovani območji, in sicer naravni spomenik žički grobelnik in naravni gozdni rezervat greben Rogle (gozdovi, travišča). Med naravno dediščino velja izpostaviti slap Žimpret v soteski Dantejev pekel in Paški Kozjak.

Najpomembnejše atrakcije na področju športa in rekreacije so:

- v občini Oplotnica: Fitnes JETI v lasti olimpijca Mirana Vodovnika, naravno balvansko plezališče Oplotnica, rekreacijsko-ribolovni center v Brezju pri Oplotnici, planinske in pohodne poti ter tematske poti Martinova pot, učna pot Oplotniški vintgar in sprehajalno-turistična pot Partovec;
- v občini Slovenske Konjice: atletski stadion, športna dvorana, Športno-rekreacijski center (ŠRC) Dobrava, igrišče za golf, letališče Slovenske Konjice, Motokros Škedenj, olimpijski bazen ter ŠRC Park v Slovenskih Konjicah;
- v občini Vitanje: zunanje športno-rekreacijsko igrišče Na vasi ter pohodne (na Pohorju in Paškem Kozjaku) in kolesarske poti (na Pohorju, Paškem Kozjaku in v okolici kraja Vitanje);
- v občini Zreče: *Športni center Rogla* (Smučišče Rogla, Bike park Rogla, Fun park Rogla, Športni park Rogla (Outdoor center Rogla), prepoznan kot srednjegorski turistični center za aktivne priprave vrhunskih športnikov, ki nudi možnosti za aktivnosti v poletnem času (Bike park Rogla in ostalo kolesarjenje, pohodništvo, rolanje, tenis, skupinski športi, adrenalinsko sankanje), zimskem času (smučanje, deskanje, triki s smučmi ali deskami, tek na smučeh, krpljanje) ter aktivnosti za otroke (Zlodejeva dežela, Škratova učna pot (tudi doživetje AR), Pohorska vasica, Mini Rogla, Jezernikova pot in vodni park, otroški snežni park, otroški mavrični smučarski trak, nočno sankanje,

adrenalinsko sankanje), *mednarodno akreditirano naravno zdravilišče Terme Zreče*, ki nudi možnosti za aktivnosti v poletnem času (skupinske vadbe, kolesarjenje, pohodništvo, nordijska hoja, odbojka), aktivnosti v zimskem času na Rogli ter aktivnosti za otroke (zabava v bazenu, ustvarjanje, igre brez meja, iskanje gusarskega zaklada), *ostalo*, kot so športna dvorana in stadion v Zrečah ter Zreško jezero.

Najpomembnejše atrakcije na področju zdravja in dobrega počutja so:

- v občini Zreče: *naravni zdravilni faktorji na Rogli* (blagodejna klima, šota, fango), Wellness Planja, Wellness Natura, Energijski park Rogla, Čutna pot ter *mednarodno akreditirano naravno zdravilišče Terme Zreče z naravnimi zdravilnimi faktorji* (akratotermalna voda, šota, fango), Wellness Idila v Termah Zreče, pivska kopel – Gostišče pod Roglo, savna v brunarici – Gostilna in prenočišče Smogavc, Cona sprostitve (savna in masaže) – Hotel reAktiv, podeželski wellness –Turistična kmetija (v nadaljevanju tudi TK) Urška;
- v občini Slovenske Konjice: Medicinsko-estetski wellness center Lucija, Solna sobica v Studio B, Ravnovesje telesa in duha – Sabina Pevec, Wellness Anitea, Fitnes center Starfit, Fitnes Gym 87, Sabaidee tajska masaža, Kozmetični salon Erika ter Nena zdravje in lepota – salon masaže in prodaja ročnih izdelkov;
- v občini Vitanje: Eko glamping Brodej;
- v občini Oplotnica: Center zdravja in lepote Žaneli, Andreja Fridih, s. p.

Na področju poslovnih vzgibov so prepoznana podjetja Zlati grič in Gostilna Grič v Slovenskih Konjicah; Center Noordung in Goslarski atelje Skaza v Vitanju (predstavitev rokodelstva); Unior Kovaška industrija, Unitur, Gostišče Smogavc in Turistična kmetija Urška v Zrečah; izpostaviti pa velja še Lesno industrijo Sadek, ki izdeluje hiše in lesene elemente.

Na območju TDRP najdemo številne muzejske zbirke in razstave, in sicer:

- v občini Oplotnica: stalna razstava v graščini v Oplotnici, Muzej kamnoloma Cezlak, Etnološka zbirka v mežnariji v Malahorni ter zasebni galeriji Vojka Kumra in Branke Plajh;
- v občini Slovenske Konjice: Žička kartuzija (spomenik državnega pomena), Stari trg, Cerkev svetega Jurija, Dvorec Trebnik, Konjiški grad, Grad Pogled, graščina Golič, Baronvaj, Mestna galerija Riemer, Muzej gasilstva Dravinjske doline, Zbirka vojaških predmetov iz avstro-ogrskega obdobja idr.;
- v občini Vitanje: Center Noordung, Beškovnikova kašča s preužitkarsko hišo in Beškovnikova domačija kot celota, Ekološka kmetija Brodej z etnološkim muzejem, Vila Svitanje, Goslarski atelje Skaza in Ekološka kmetija Iršič-Meglič;
- v občini Zreče: Muzej ozkotirne železnice, Muzej 100 frankolovskih žrtev na Stranica, Skomarska hiša, Vodovnikova zbirka na Skomarju, Skumavčeva likovna galerija na Resniku, stalna razstava v Hotelu Atrij Zreče: Sledovi davne preteklosti oz. Brinjeva gora z okolico (v sodelovanju s

Pokrajinskim muzejem Maribor), stalna razstava v Hotelu Planja na Rogli: Zakladi Pohorja – zgodovina steklarstva (v sodelovanju s Pokrajinskim muzejem Maribor), Ošlakova kovačija in Kovačija Šrekl-Zajc.

3.2 Prireditve in dogodki

Najpomembnejši dogodki v:

- občini Oplotnica: velikonočni sejem, srečanje pevskih zborov, srečanje vokalnih skupin, srečanje ljudskih pevcev, razstava božičnih jaslíc na prostem in martinovanje. V občini se odvijajo tudi številne manjše prireditve lokalnega pomena, ki sledijo delovnemu ciklu ruralnega območja (košnja, žetev, trgatav, ličkanje). V ponovoletnem času je še vedno prisotno koledovanje.
- občini Slovenske Konjice so: razni koncerti (klasični, sodobni, pop) na privlačnih lokacijah, gledališke predstave (tudi abonmaji za otroke in odrasle), kino, čajanke, umetniške razstave, bralna značka za odrasle in otroke, pravljíčne ure, ustvarjalne delavnice, Poletni glasbeni večeri v Žički kartuziji, Poletnice v Starem trgu, gastronomski dogodki na Zlatem griču, razpisani termini za vodena doživetja, Festival lepopisja v Žički kartuziji, Literarni festival kriminalk, Literarni festival Spirala idr.
- občini Vitanje so: tematski dogodki v Centru Noordung (opazovanje zvezd, večerja na strehi Centra Noordung, razni izobraževalni dogodki za splošno in strokovno javnost) in Zimski večeri ob zapečku v Prežitkarski koči na Beškovnikovi domačiji.
- občini Zreče so: svetovni pokal v deskanju na snegu ter evropski pokali na Rogli, literarni večeri v Skomarski hiši, Z e-kolesi po panonski Sloveniji, Rogla Trail, koncerti, predstave, likovne razstave idr.

Med najpomembnejše prireditve spadajo:

- v občini Oplotnica: Festival pod Pohorjem Oplotnica, Oplotniški večer, Festival vin, prižig novoletnih luči ter večja športna prireditav, in sicer Pokal občine Oplotnica. Med širše prepoznavne prireditve sodijo še velikonočni sejem, srečanje pevskih zborov, srečanje vokalnih skupin, srečanje ljudskih pevcev, razstava božičnih jaslíc na prostem in martinovanje.
- v občini Slovenske Konjice: Poletni glasbeni večeri v Žički kartuziji, tradicionalno Jurjevanje z Jurijevim festivalom kulinarike in domačih obrti, martinovanje, Konjiški maraton, evropsko prvenstvo v motokrosu, mednarodni košarkarski turnir, tekmovanje v letenju motornih pilotov, golf turnirji in Zimska pravljica.
- v občini Vitanje: Holcerija, Tradicionalno srečanje Rakovčanov, Srečanje na Paškem Kozjaku, Srečanje ljudskih pevcev in godcev ter Trška kuhna;

- v občini Zreče: Košnja pohorskih planj na star način, Praznik ob kmečkih opravilih – od košnje do trgatve po obronkih Pohorja, Furmanski dan, Eno pesem peti, Praznik pohorskega lonca, Praznik goveje juhe idr.

Kulturno društveno dogajanje je v občinah TDRP v veliki meri vezano na delovanje 225 kulturnih, turističnih, športnih, gasilskih in podobnih društev, ki imajo pomembno vlogo pri soorganizaciji številnih prireditev. V registrih posamičnih občin je zabeleženih 19 turističnih društev (2 Oplotnica, 10 Slovenske Konjice, 2 Vitanje, 5 Zreče), 53 kulturnih društev (11 Oplotnica, 27 Slovenske Konjice, 5 Vitanje, 10 Zreče), 95 športnih društev (6 Oplotnica, 70 Slovenske Konjice, 6 Vitanje, 13 Zreče) ter 58 ostalih društev (20 Oplotnica, 5 Slovenske Konjice, 8 Vitanje, 25 Zreče).

3.3 Turistična dejavnost štirih občin TDRP

V TDRP zasledimo zelo raznoliko turistično dejavnost. Po podatkih SURS-a (SURS, 2020) je bilo v letu 2019 v občinah zabeleženih 193 turističnih ponudnikov z 2.944 ležišči. Ustvarjenih je bilo 82.253 prihodov ter 287.856 nočitev. Povprečna doba bivanja znaša 2,91 dni, skupni znesek pobrane turistične takse je 313.553,89 evra. Ključni prodajni trgi so Slovenija, Hrvaška, Madžarska, Nemčija, Italija, Avstrija in države Beneluksa. Višina letnega proračuna, s katerim razpolagajo lokalne turistične organizacije, znaša približno 345.000 evrov (TIC Oplotnica: 0 evrov, TIC Slovenske Konjice 54.000 evrov; TIC Vitanje: 0 evrov; TIC Zreče: 291.000 evrov; skupni letni prispevek za delovanje TDRP: 40.000 evrov). Pomemben delež za promocijo destinacije predstavljajo tudi vložki drugih podjetij, pri čemer velja izpostaviti največjega ponudnika destinacije – podjetje Unitur, ki na letni ravni za promocijo turistične ponudbe samostojno namenja med 350.000 in 400.000 evrov.

Turistična dejavnost je organizirana v okviru krovne turistične organizacije TDRP, ki jo zastopa LTO Rogla - Zreče, GIZ, s sedežem v Zrečah, ta pa združuje turistično ponudbo občin Oplotnica, Slovenske Konjice, Vitanje in Zreče. V sklopu Občine Slovenske Konjice zelo uspešno delujeta TIC Slovenske Konjice in pisarna TIC Žička Kartuzija, v občini Vitanje pa je oktobra 2020 v prostorih Centra Noordung pričel delovati tudi TIC Vitanje. V letu 2022 je zaživel še TIC Oplotnica. S statusom vodilne destinacije si je TDRP zagotovila dodatna sredstva za razvoj turizma, ki jih namenja razvoju butičnih turističnih produktov, digitalizaciji kulturne dediščine, dvigu kompetenc zaposlenih v turizmu in raznim drugim izobraževanjem. Za seboj ima že pestro paleto uspešno izvedenih projektov.

Usposabljanje za turističnega vodnika TDRP je opravilo že 34 destinacijskih turističnih vodnikov, ki so vpisani v register. Izobraževanja za vodnike so se v okviru TDRP izvajala leta 2016 in 2020.

Na območju občin so registrirane štiri turistične agencije: TIC Slovenske Konjice, LTO Rogla - Zreče, GIZ, prevozi in organizacija potovanja MiBUS ter Turizem in izobraževanje, Ilona Stermecki.

Po podatkih SURS-a (SURS, 2020) so bile v letu 2019 v vseh štirih občinah registrirane naslednje nastanitvene enote: 11 hotelov, 7 gostišč oz. penzionov, 1 glamping (Eko glamping Brodej), 4 planinske kočice in domovi, 9 turističnih kmetij, 123 sob in apartmajev ter ostali ponudniki nastanitve (med njimi so tudi nastanitve v dvorcu Trebnik), skupaj 2.944 ležišč. (Dopolnjeno po Lešnik Štuhec, Stermecki, Škrjlg Brglez in Voršič, 2021b, str. 8–9).

3.4 Zelena shema slovenskega turizma (ZSST)

Zelena shema slovenskega turizma je podkrepila zavedanje pomena trajnosti in dala zagon razvoju trajnostnega turizma v Sloveniji. V shemo je vključenih 59 destinacij oz. 75 občin, kar predstavlja 35 % slovenskih občin, ki pa so leta 2019 ustvarile kar 79 % turističnih prihodov. To pomeni, da kar 8 od 10 turistov obiše certificirano destinacijo. (SST 2022–2028, str. 29)

TDRP se je v ZSST vključila kot ena izmed prvih destinacij, s čimer je že zelo zgodaj izkazala interes za razvoj trajnostnega turizma celotnega območja. V letu 2019 je prejela znak Slovenia Green Destination Bronze, ob tem pa je treba posebej izpostaviti, da je bila TDRP prva v Sloveniji, ki je k ocenjevanju pristopila kot celotna destinacija in ne kot posamezna občina. Po prejemu znaka so se v zeleni ekipi TDRP in širše odločili, da bodo v letu 2020 pristopili k recertifikaciji in izboljšali prejšnji rezultat presoje trajnosti. Destinacija je po ponovni presoji prejela okoljski znak Slovenia Green Destination Gold, kar je še en dokaz zavedanja trajnostnega upravljanja turizma in pomena skrbi za prihodnje generacije ter obenem potrditev prave poti razvoja destinacijskega turizma. V letu 2021 je bila destinacija uvrščena med 100 najbolj trajnostnih destinacij na svetu. Trajnostna prizadevanja destinacije je opazila tudi Svetovna turistična organizacija (UNWTO), ki je destinacijsko trajnostno zgodbo vseh štirih občin objavila v publikaciji, v kateri so predstavljeni najboljši svetovni primeri trajnostnih praks gorskega turizma. Vse to je rezultat strateškega pristopa k razvoju turizma in njegovih trajnostnih usmeritev, ki so jih v TDRP načrtali že v *Načrtu razvoja in trženja turizma v TDRP 2017-2021* ter pripadajočih občinskih turističnih načrtih razvoja in trženja turizma.

Ponudniki nastanitvenih kapacitet v TDRP so v zadnjih letih dosegli izjemne dosežke na področju trajnostnega upravljanja, in sicer:

- Hotel Atrij Superior v Termah Zreče in Hotel Natura na Rogli sta imetnika okoljskega znaka EU Marjetica in certifikata Slovenia Green Accommodation;
- Turistična kmetija Urška je imetnica certifikatov Green Key, Slovenia Green Accommodation in Slovenia Green Cuisine ter okoljskega znaka EU Organic;
- Dvorec Trebnik – SOBE v Slovenskih Konjicah je v letu 2020 pridobil okoljski znak Green Key in certifikat Slovenia Green Accommodation.

3.5 Ponudba doživetij

Za obravnavano območje so oblikovana številna inovativna in kreativna vodena butična doživetja, ki najpogosteje vključujejo elemente naravne in kulturne dediščine ter kulinarike in so usmerjena na **ciljne skupine družabnikov** (družabni foodieji, aktivni nostalgiki, predane mame), **raziskovalcev** (zeleni raziskovalci, aktivne družine, avanturisti) ter **muz**, ki jim je prioriteta **skrb zase** (sproščeni eskapisti).

Med ponudbo planinskih, kolesarskih in tematskih poti najdemo okoli 76 poti, od tega 22 *pohodniških poti*, 20 *kolesarskih poti*, 5 *vodnih učnih poti* (Učna pot Oplotniški vintgar, Krožna turistična sprehajalna pot Partovec, Vodna učna pot Prežigal, Naravoslovna učna pot Petelinjek, Vodna učna pot Od kapljice do reke, Od vodnjaka do vodnjaka, Vodna učna pot Zreče), 4 *poti, povezane s sakralno dediščino* (Pot svetega Martina, Slomškova romarska pot, Jakobova pot, Arheološka pot na Brinjevo goro), *literarno-turistično*

pot (Po Minattijevih stopinjah), *vinsko pot* (Podpohorska vinska cesta, VTC 17), *5 kulinarčnih poti* (Okusi Rogle: Krušna pot, Gozdna pot, Pot po pohorskih pašnikih, Kulinarčna pot zelišč, dišavnic in medu, Vinsko-sadna pot) ter *18 ostalih poti*.

Najpomembnejša oblikovana inovativna in kreativna vodena butična doživetja so:

Ogled Žičke kartuzije s pomočjo pametnih očal (TIC Slovenske Konjice); Po Minattijevih stopinjah (TIC Slovenske Konjice); Če bi trške hiše spregovorile (TIC Slovenske Konjice); Užij Slovenske Konjice (TIC Slovenske Konjice); S Filipom na dogodivščino po Žički kartuziji – knjižica in doživljajski voden program za otroke (TIC Slovenske Konjice); Po poteh konjiške in oplotniške gospode – vodeno butično doživetje (TA Pohorje tours); Ogled Centra Noordung – simulator letenja, opazovanje zvezd in veselja (Center Noordung, Vitanje); Goslarstvo Skaza – prikaz izdelave violin (Pavel Skaza, Vitanje); Škratova učna pot – mobilna aplikacija Pohorski škrat (Unitur, Rogla); Jezernikova pot in Jezernikov vodni park (Unitur, Rogla); Pohorska vasica z 9 tematskimi hišicami, didaktičnimi igrali in cerkvijo (Unitur, Rogla); Čutna pot z energijskim parkom pri Hotelu Natura (Unitur, Rogla); Pot med krošnjami Pohorje (Pot med krošnjami Pohorje, d. o. o., Rogla); Interaktivna arheološka pot na Brinjevi gori s QR kodo do aplikacije razširjene stvarnosti (Prehistory Adventure, Zreče); Aktivno po poteh pohorske dediščine in kulinarike (Gostišče Smogavc, Zreče) ter 15 vodenih butičnih doživetij, certificiranih z znakom Okusi Rogle (Slovenske Konjice, Vitanje, Zreče). (Lešnik Štuhec et al., 2021b, str. 10)

V občini Oplotnica je zanimivo oblikovano doživetje Po poteh oplotniške gospode, ki je bilo zasnovano v okviru razpisa Slovenske turistične organizacije za spodbujanje delovanja vodnikov v času okrevanja po epidemiji covid-19. Eno doživetje trži tudi podjetje Pohorje turizem, in sicer Oplotnica – zakladnica edinstvenih naravnih in kulturnih doživetij.

V letu 2021 so pripravili tudi edinstven paket doživetja Z zgodbami odkrito, ki bo prijavljen tudi na poziv STO za edinstvena doživetja (Slovenia Unique Experiences – SUE).

Na območju južnega dela Pohorja so živele številne znane osebnosti, kot so pesnik Ivan Minatti, književnik Branko Rudolf, teozofinja Adelma Vay de Vaya, raketni inženir ter pionir kozmonavtika Herman Potočnik Noordung, ljudski pesnik Matija Štimulak, etnolog Angelo Baš, ljudski pesnik Jurij Vodovnik, publicist in pisatelj Janez Koprivnik, gospodarstvenik Marjan Osole ter inženir in industrialec Milko Bremec.

Danes nas navdušujejo ambasadorji območja, in sicer košarkar Jure Zdovc, inovativna mlada kmetica leta 2019 ter najboljša podjetnica v kmetijstvu 2020 Katja Temnik, slikarka in ilustratorica Mojca Cerjak, rokodelec Štefan Kalšek, teniška igralka Tamara Zidanšek, goslar Pavel Skaza, gledališki igralec Blaž Šef, pesnik Anton Gričnik, nordijski kombinatorec Marjan Jelenko, kmetica Karolina Črešnar, podjetnica in ambasadorica slovenskih ekoloških turističnih kmetij Urška Topolšek Planinšek, glasbeniki Lovro Sadek, Blaž Švab in Martin Juhart, družina Sadek iz podjetja Lesna industrija Sadek, Aleš Črešnar iz podjetja z obdelavo lesa cresLES, Jessi in Feliks Štefane, ki izdelujeta lesena očala FJ-PRODUKT, ter še mnogi drugi.

Na območju so številne učne kmetije in drugi ponudniki vodenih doživetij, ki obiskovalcem ponujajo vodene ogledne svoje dejavnosti, tematske delavnice ter pridelke in živilske izdelke.

Tabela 2: Seznam učnih kmetij in drugih ponudnikov vodenih doživetij

Ponudnik	Opis ponudnika	Ponudba	Dostop
Zeliščni vrt Majnika (Katja Temnik, s. p.) Žiče, Slovenske Konjice	Katja Temnik – inovativna mlada kmetica leta 2019 po izboru javnosti ter najboljša podjetnica v kmetijstvu 2020 (v sodelovanju z revijo Agrobiznis). <i>Imetnik certifikata BZ Okusi Rogle.</i>	<i>Izvedba delavnic:</i> Voden ogled ekološkega zeliščnega vrta (z več kot 160 različnih vrst zelišč), predstavitev zelišč in njihove uporabnosti ter pokušnja zeliščnega čaja. Druge teme: uporaba kalčkov, kompost, domača škropiva in gnojila, biodinamično vrtnarjenje.	Tukaj
Pletarstvo in žganjekuha Kalšek-Podkrajšek Žiče, Slovenske Konjice	Dejavnost vinogradništva, pletarstva in žganjekuhe, možnost degustacije vina in žganja. Njihovi pleteni izdelki so predstavljeni v knjigi Mojstrovine Slovenije, saj so imetniki certifikata Rokodelstvo Art&Craft Slovenija – Izdelek domače obrti, ki jim ga je podelila Obrtna zbornica Slovenije. <i>Imetnik certifikata BZ Okusi Rogle.</i>	<i>Izvedba delavnic:</i> Predstavitev dejavnosti na kmetiji, pokušnja izdelkov, prikaz pletenja izdelkov iz vrbovega šibja, obeljenega z vitrami, z možnostjo sodelovanja pri pletenju.	Tukaj
Ekološka kmetija Urška Križevce, Zreče	Primer dobre prakse ekološke turistične kmetije z možnostjo nastanitve (Green Key in Slovenia Green Accommodation), ponudba ekološko pridelane hrane, zeliščni vrt, kmečki wellness, stik z živalmi na kmetiji, spanje na seniku, kulinarične delavnice. <i>Imetnik certifikata BZ Okusi Rogle.</i>	<i>Izvedba delavnic:</i> Peka kruha in različnih potic, izdelava testenin, predstavitev in prikaz polstenja oz. filcanja ter izdelava polstenih izdelkov.	Tukaj

<p>Turistična kmetija Arbajter <i>Skomarje, Zreče</i></p>	<p>Farma jelenov in damjakov, možnost nastanitve in pogostitve (suhomesni izdelki, jelenov golaž, jedi po naročilu). Na kmetiji so tudi ovce, kokoši (mobilni kokošnjak) ter pavi. <i>Imetnik certifikata BZ Okusi Rogle.</i></p>	<p><i>Izvedba delavnic:</i> Predstavitev zgodbe o jelenih (zanimivosti o samcih, samicah in mladičkih, parjenje jelenov, ogled jelenovih rogov), pokušnja jedi iz jelenjega mesa.</p>	<p><u>Tukaj</u></p>
<p>Gostišče in Ekološka kmetija Smogavc <i>Gorenje, Zreče</i></p>	<p>Gostinska in nastanitvena ponudba, ekološka, trajnostna in samooskrbna učna kmetija (pridelava in predelava izdelkov za lastne potrebe), gorski wellness in spa, organizacija porok, samovodena butična doživetja pohorske dediščine in kulinarike. <i>Imetnik certifikata BZ Okusi Rogle.</i></p>	<p><i>Izvedba doživetij:</i> Predstavitev gostišča in kmetije (hlev, rastlinjak, sadovnjak ter stare sorte jabolk in hrušk, kurilnica na biomaso, sončna elektrarna), izvedba kulinarčnih delavnic in organizacija samovodenih doživetij.</p>	<p><u>Tukaj</u></p>
<p>Mojca Potnik Šonc <i>Zreče</i></p>	<p>Mojstrica polstenja oz. filcanja. <i>Imetnica certifikata BZ Okusi Rogle.</i></p>	<p><i>Izvedba delavnic:</i> Predstavitev in prikaz različnih tehnik polstenja oz. filcanja, možnost izdelave polstenih izdelkov.</p>	<p><u>Tukaj</u></p>
<p>Karolina Črešnar <i>Boharina, Zreče</i></p>	<p>Kmetica leta 2017 in gospodinja na kmetiji Črešnar. <i>Imetnica certifikata BZ Okusi Rogle.</i></p>	<p><i>Izvedba delavnic:</i> Peka kruha in potic ter priprava ostalih jedi.</p>	<p><u>Tukaj</u></p>
<p>Ekološka kmetija Iršič-Meglič <i>Stenica, Vitanje</i></p>	<p>Gojenje starih sort jablan, hrušk, sliv, pire, pšenice, ajde, koruze in drugih poljščin ter zeliščni vrt. Ponudba zeliščnih izdelkov: zeliščni likerji, namazi, čaji, mazila, marmelade, kis, hruškova penina idr.</p>	<p><i>Izvedba delavnic:</i> Predstavitev starih sadnih sort in zelišč – način pridelave in predelave v izdelke (na kmetiji ter v Zeliščni lekarni v Žički kartuziji), pokušnja izdelkov.</p>	<p><u>Tukaj</u></p>

	<i>Imetnik certifikata BZ Okusi Rogle.</i>		
Etnološki muzej in ekološka kmetija Brodej <i>Vitanje</i>	Urejen etnološki muzej, vezan na ljudsko izročilo Pohorja, možnost nočitve v novo urejenih glamping hiškah, pogostitev s pristno domačo hrano, ponudba božičnih drevesc (spletna prodaja).	<i>Izvedba delavnic:</i> Etnološko izročilo Pohorja, pomen in vrste božičnih drevesc.	<u>Tukaj</u>

Vir: Lešnik Štuhec et al., 2021b, str. 11–12

Obiskovalci lahko Vitanje doživijo še na dveh izletniških kmetijah, in sicer na Izletniški kmetiji Polenšek, ki nudi postrvi iz domačega ribnika, ter na Izletniški kmetiji Petre, ki ponuja najem urejenega piknik prostora in ježo konjev v neokrnjeni naravi. Piknik prostor je mogoče najeti tudi na domačiji Švarovšek v Vitanju.

Za območje TDRP so oblikovani raznoliki integralni turistični produkti in doživetja, kot so:

- paketi podjetja Unitur,
- paketi doživetij Destinacije Pohorje 365,
- paketi doživetij Moja Slovenija,
- paketi doživetij v Centru Noordung,
- programi za skupine,
- programi stacionarnega turizma,
- certificirana vodena butična doživetja z znakom destinacijske blagovne znamke Okusi Rogle.

Obstoječi turistični produkti in doživetja pri ponudnikih vključujejo elemente naravne in kulturne dediščine, kulinarike, športa in rekreacije ter dobrega počutja. Pri slednjih dveh je ponudba v največji meri razvita v organizaciji največjega ponudnika – podjetja Unitur (športni center Rogla in mednarodno akreditirano naravno zdravilišče Terme Zreče).

Obstoječa vodena butična doživetja v organizaciji sprejemnih turističnih agencij prav tako v največji meri vključujejo elemente naravne in kulturne dediščine ter kulinarike, največji ponudniki so *TIC Slovenske Konjice*, *LTO Rogla - Zreče* in *Turistična agencija Pohorje tours*.

Oblikovani turistični produkti za ciljne persone slovenskega turizma so večinoma namenjeni družabnikom (družabni foodieji, aktivni nostalgiki, predane mame), raziskovalcem (zeleni raziskovalci, aktivne družine,

avanturisti) ter tistim, ki jim je prioritarna skrb zase (sproščeni eskapisti, lepotni razvajenci, večno mladi). Razvita je tudi ponudba za večje in manjše skupine. (Lešnik Štuhec et al., 2021b, str. 12)

TDRP trenutno nima prijavljenega nobenega edinstvenega doživetja. Po pregledu ponudnikov vodenih doživetij sklenemo, da ima TDRP velik potencial, zato bo v prihodnje turistične ponudnike v destinaciji smiselno spodbujati, da se odzovejo na poziv Slovenske turistične organizacije (STO) za pridobitev znaka Slovenia Unique Experiences, ki se podeljuje edinstvenim doživetjem. Prijavitelji morajo za pridobitev znaka Slovenia Unique Experiences izpolnjevati štirideset kriterijev, razvrščenih v deset vsebinskih sklopov: lokalno, avtentično, edinstveno, izkustveno, zeleno, butično, premium (kakovost), dodana vrednost, desezonalizacija in petzvezdičnost, ki prispeva k uresničevanju obljube Slovenije kot zelene butične destinacije za edinstvena doživetja. Vsekakor ima velik potencial edinstveni paket doživetja Z zgodbami odkrito, ki ga je v letu 2021 razvila TDRP tudi z namenom prijave na omenjeni poziv. Veljajo bi razviti tudi programa v navezavi s kartuzijanskimi vrednotami in gozdnim selfnessom.

3.6 Promocija turistične ponudbe

Promocija turistične ponudbe se odvija skozi več trženjskih kanalov, v skladu z letnim promocijskim načrtom, ki ga pripravlja ekipa TDRP. Promocija se vrši s TDRP kot ključnim promocijskim koordinatorjem v destinaciji, največjim ponudnikom v destinaciji – podjetjem Unitur, d. o. o., posameznimi občinami ter TD, STO, regionalnimi turističnimi organizacijami in razvojnimi agencijami območja Destinacije Pohorje (RRA Podravje - Maribor, ZTM, RIC Slovenska Bistrica) ter posamičnimi večjimi in manjšimi turističnimi ponudniki.

Digitalna promocija se vrši s pomočjo številnih orodij in ponudnikov, in sicer:

- Facebook strani: Rogla - Pohorje, TIC Oplotnica (od aprila 2022), TIC Slovenske Konjice, TIC Zreče, TIC Vitanje, Center Noordung, Žička kartuzija, Jurjevanje Slovenske Konjice, Konjice imajo srce, Vitanje, Občina Slovenske Konjice, Občina Zreče, Rogla Trail in Okusi Rogle,
- Facebook skupine TIC Slovenske Konjice,
- Instagram profilov @roglapohorje in @zickakartuzija,
- YouTube kanalov Rogla - Pohorje in Slovenske Konjice,
- obveščanje organizacij in posameznikov, prijavljenih na e-novice,
- spletnega časopisa TDRP in mesečnega koledarja (mesečno obveščanje turistov in občanov),
- zakupa oglaševalskih kanalov s strani TDRP za Slovenijo in Avstrijo na Google Search, Gmail Sponsored in Youtube,
- spletnih strani TDRP, Unitur, Zlati grič, Slovenina, Center Noordung, TIC Vitanje, Občina Vitanje, TD Vitanje, KTD Sveti Vid, Občina Oplotnica, Občina Slovenske Konjice, TIC Slovenske Konjice, Občina Zreče, TIC Zreče, TK Urška, Gostišče Smogavc, Pot med krošnjami Pohorje, Hotel pod Roglo, Hotel reAktiv, KUD Vladko Mohorič Zreče, turistična agencija Pohorje turizem, STO Slovenija (Slovenia

Outdoor), Zavod za turizem Maribor, Koroška razvojna agencija, RIC Slovenska Bistrica, Rogla Trail in številnih posamičnih ponudnikov.

Klasična promocija je prisotna v obliki tiskovin in radijskega oglaševanja prireditvev in dogodkov. Promocija se tako redno vrši s pomočjo naslednjih medijev: tiskanega časopisa TDRP, lokalnih medijev NOVICE in Radio Rogla, lokalne TV Slovenske Konjice in Zreče, občinskih glasil (Katalog informacij javnega značaja ter Novice in dogodki občine Slovenske Konjice; Vitanjčan; Pohorsko Srce), jumbo plakatov TDRP in Unitur, zemljevidov, razglednic, trgank, katalogov, turističnih vodnikov, letakov ter brošur TDRP, podjetja Unitur in STO.

Drugo promocijo se izvaja s pomočjo predstavitev na sejnih, razstavah in dogodkih (TDRP, Unitur, Zlati grič, Pot med krošnjami Pohorje, TK Urška, TK Arbajter, Gostišče Smogavc, Gostilna Grič, Ekološka kmetija Iršič – Meglič, Zeliščni vrt Majnika, Čebelarstvo Žvikart, Hiša vina Andrejc idr.), predstavitev na sejnih in razstavah v okviru STO, nalepk na avtobusih Pohorje tours, reklamnih kap, majic, darilnih vrečk, protokolarnih daril (npr. Zeliščni vrt Majnika) idr. (Lešnik Štuhec et al., 2021b, str. 13)

3.7 Pomembni projekti za razvoj turistične dejavnosti v TDRP

Projekti za razvoj turistične dejavnosti v TDRP so se izvajali z *razpisi LAS, državnimi in EU razpisi ter lastnimi projekti občin*. Občine so skozi projekte pridobile oz. uredile razne pohodne in kolesarske poti, nabavile električna kolesa, urejale igrišča, vzpostavljale postajališča za avtodome, pridobile promocijsko gradivo, snovale nova doživetja, urejale objekte kulturne dediščine in spodbujale lokalno samooskrbo.

O aktivnem delovanju štirih občin ter predstavnikov lokalnih turističnih organizacij pričajo številni projekti, ki so pomembni za razvoj turistične dejavnosti.

Najpomembnejši projekti v izvajanju na območju turistične destinacije Rogla - Pohorje in posameznih občin so:

- *TDRP*: Partnerstvo za Pohorje in Digitalno razstrupljanje v TDRP.
- *Oplotnica*: Prostofer in Starejšim prijazna občina.
- *Slovenske Konjice*: obnova cerkve v Žički kartuziji, nastanitve v Dvorcu Trebnik, Občina po meri invalidov, Prostofer, sklep Zero Waste in zaveza Občina na poti 0 odpadkov.
- *Vitanje*: Občina po meri invalidov in Prostofer.
- *Zreče*: Vizija Pohorja 2030 – Akronim Pohorka, Doživljajski park za družine na Rogli, Prostofer, Starejšim prijazna občina, Občina po meri invalidov.

Načrtovane večje naložbe zajemajo:

- v *Oplotnici*: ureditev ribiškega območja in okolice Partovca, nadgradnjo učne poti Partovec z novimi oznakami, razširitvijo poti in s spletno stranjo, digitalizacijo arheološke dediščine ville rustice, izgradnjo grbinastega (angl. *pump track*) parka, postajališče za avtodome, ureditev

prostora za druženje različnih generacij ob športu in rekreaciji, igri in sproščanju, izgradnjo bazenskega kompleksa, izgradnjo centra za oskrbo starostnikov, ureditev rokodelskega centra s turistično prodajalno, ureditev pokrite tržnice s trgovino za samooskrbo, izgradnjo obvoznice Oplotnica–Slovenske Konjice ter izgradnjo čebelarstvo-turističnega centra.

- *v Slovenskih Konjicah*: nadaljevanje obnove Dvorca Trebnik, obnovo dvorca Baronvay, zaključek izgradnje kolesarske proge za spust s Konjiške gore, nadaljevanje izgradnje kolesarskih poti v občini in navezave na državno kolesarsko pot R29, ožvitev Starega trga (odkup stavb s strani Občine in nove vsebine) idr.
- *v Vitanju*: nadaljnjo modernizacijo cest, razširitev vodovoda in ureditev vodooskrbe, ureditev Športnega parka Vitanje, sanacijo strehe in nakup opreme za KSEVT, v katerem deluje Javni zavod Center Noordung, ter ureditev in zagon Obrtne cone Vitanje.
- *v Zrečah*: izgradnjo kanalizacijskega omrežja, širokopasovno omrežje v občini Zreče, regijsko kolesarsko pot, rekonstrukcije lokalnih cest, rekonstrukcijo državne ceste, krožišče in parkirišče na Rogli, rekonstrukcijo vodovoda Stranice, prizidek k vrtcu Zreče ter energetska sanacija kotlovnice in telovadnice POŠ Stranice. (Lešnik Štuhec et al., 2021b, str. 14)

Med inovativne projekte s potencialom se uvrščajo:

- *V Oplotnici*:
 - **LOCAL2CITY – lokalno do mesta, poenoten transport lokalnih izdelkov s kmetij v mesta, v bližino stanovanjskih naselij**: Paketomat na kolesih v bližini kmetij pobira lokalne izdelke in jih dostavlja na določene postaje v stanovanjska naselja, kjer so za prevzem na voljo 24 ur. Tako je transport živil združen, organiziran in ekonomsko učinkovitejši, prav tako pa kmetije in okolje razbremeni prekomernega transporta ter logistike in administracije.
 - **INVEST PODRAVJE SLOVENIJA, podporno okolje za pridobivanje vlagateljev**: Privabljanje investitorjev predstavlja eno izmed aktivnosti na področju gospodarskega razvoja v Podravski regiji. Cilj projekta je, da s pomočjo aktivnosti za privabljanje (domačih in tujih) investitorjev v regiji ohranijo obstoječa in kreirajo nova delovna mesta. Kreiranje novih in kakovostnih delovnih mest omogoča, da prebivalci Podravske razvojne regije najdejo zaposlitev v regiji in zanje tako iskanje zaposlitve izven nje ni nujno. Na ta način želijo zmanjšati beg možganov iz regije.
 - **Projekt Podjetno nad izzive – PONI PODRAVJE, model podjetniškega usposabljanja**: V okviru projekta udeleženci v času štirih mesecev, kolikor traja zaposlitev v programu, razvijajo in realizirajo lastno podjetniško idejo.
 - **EUROVELO 9 – državne kolesarske povezave**: Na območju občin Slovenske Konjice, Zreče, Oplotnica in Vitanje je predvidena je ureditev oz. izgradnja kolesarskih povezav R12, R29 in R30.
- *V Slovenskih Konjicah*: projekti, ki vključujejo rešitve s področja digitalizacije na podlagi pametne platforme, in digitalne rešitve, ki bodo uvedene na področjih turizma, gospodarstva, kmetijstva, okolja ter storitev za občane. Med cilji imajo zapisano nadaljevanje z izvajanjem številnih ukrepov trajnostne mobilnosti, snovanje celovite zasnove dolgoročnega razvoja rekreativno-turistične infrastrukture, širitev sistema izposoje javnih koles po celi občini, nadaljevanje vlaganja v projekte

digitalizacije kulturne dediščine, uresničevanje zaveze z naslova projektov Zero Waste oz. Občina na poti 0 odpadkov in Občina brez plastike za enkratno uporabo na ter spodbujanje deležnikov k povezovanju in iskanju dodane vrednosti v tem.




- *V Vitanju*: se načrtovani projekti navezujejo na članstvo v konzorciju Pametnih mest in skupnosti. V primeru uspešne pridobitve sredstev bodo slednja vložili v razvoj turistične infrastrukture ter povezovanje Centra Noordung in TIC Vitanje z ostalimi deležniki v občini Vitanje.
- *V Zrečah*: projekt Pohorka (ureditev doživljajskega parka za družine na Rogli), ureditev Zreškega jezera, ureditev postajališča za avtodome (v nadaljevanju tudi PZA) Resnik in vzpostavitev TUR-INFOMATA Skomarje, vzpostavitev turistične ponudbe na Brinjevi gori (vodenja butična doživetja, gostinska ponudba), ureditev regijske kolesarke poti v sklopu Savinjske regije, rekonstrukcija državne ceste, ureditev krožišč in parkirišč na Rogli ter nadaljevanje vlaganja v projekte digitalizacije kulturne dediščine. (Lešnik Štuhec et al., 2021b, str. 174–175)

3.8 Evalvacija in pregled ciljev programskega obdobja

Ob koncu prejšnjega programskega obdobja sta bila opravljena podrobna evalvacija in pregled kvalitativnih in kvantitativnih strateških razvojnih in trženjskih ciljev, ki so bili zasnovani v *Načrtu razvoja in trženja turizma v destinaciji Rogla-Pohorje 2017-2021* (Lešnik Štuhec, 2016b, str. 177–123). Pregled ciljev v nadaljevanju podajamo ločeno za TDRP in posamezno po občinah.

Cilje smo ocenili po spodnji legendi.








Tabela 3: *Legenda – ocena cilja 2017–2021*

	Cilj v celoti dosežen.
	Aktivnosti za popolno dosego cilja so v izvajanju.
	Cilj ni bil dosežen.

3.8.1 Evalvacija strateških razvojnih ciljev na področju turizma v TDRP 2017–2021

V spodnji tabeli so predstavljeni strateški razvojni cilji na področju turizma v TDRP, ki so bili oblikovani skupaj s člani projektne skupine TDRP v sklopu priprave *Načrta razvoja in trženja turizma destinacije Rogla-Pohorje 2017-2021* (Lešnik Štuhec, 2016b).

Tabela 4: Strateški razvojni cilji na področju turizma TDRP v obdobju 2017–2021

CILJ	OPIS CILJA	OCENA
C1	Organizirano vzpostavljen model sodelovanja, povezovanja in trženja turistične dejavnosti ter celovite ponudbe destinacije Rogla - Pohorje s partnersko oblikovanimi in izvajanimi marketinškimi aktivnostmi ter komuniciranjem z javnostmi, ki udejanja zastavljeno vizijo, strateške cilje in ukrepe skozi usklajen sistem poslovanja (TIC) vsake od štirih mikrodestinacij – občin Zreče, Slovenske Konjice, Oplotnica in Vitanje: Destinacijska menedžerska in marketinška organizacija (DMMO).	
C2	Zelena, dostopna (geografsko in za vse ciljne skupine) destinacija s poglobljenimi doživetji sonaravnega turizma na Pohorju in območju Dravinjske doline, spodbujeno lokalno oskrbno mrežo ekološko pridelane hrane, kreativno lokalno gastronomijo (kulinariko in vini), odprtimi učnimi kmetijami in podobnim ter rokodelskimi delavnicami z raznolikimi programi doživetij (sirarna, čebelarstvo, žganjekuha, vinotoči, pletarstvo, mlin, žaga, kovačija, kamnoseštvo, mizarske delavnice idr.), lokalnimi tržnicami in delikatesami, naborom rokodelskih izdelkov, programom ekoloških dogodkov (zeleni piknik) ter sonaravno gradnjo in izrabo energije ter mehko mobilnostjo: Green Destination.	
C3	Nadgrajen sistem zagotavljanja kakovosti ponudbe pod BZ Okusi Rogle, ponudniki, spodbujeni k zagotavljanju kritične mase pridelkov in izdelkov, vzpostavljen sistem logistike, mreža prodajnih mest – prodajnih vitrin, polic in lokalnih trgovinic s skupnim trženjem in prodajo.	
C4	Obujena tradicija rokodelstva na področjih konjenišva (usnjarstvo, kovaštvo), lesne galanterije, kamnoseštva, kulinarike idr. ter razviti programi rokodelskih spretnosti za ciljne skupine: rokodelski center.	
C5	Vlaganja v vinogradništvo in vinarstvo ter razvita dopolnilna ponudba v navezi z vinskim turizmom.	
C6	Zagotovljene naložbe ter vzpostavljena infrastruktura za višjo kakovost bivanja domačinov in obiskovalcev: vlaganja v poglobljeno zdraviliško-velneško in športno-rekreativno infrastrukturo (kopalni bazen z invalidom prilagojenim dostopom, sprehajalne, kolesarske, pohodniške, konjeniške in druge poti, motorični park, projekt hoja med krošnjami, izkustveni park za otroke idr.); objekti kulturne in naravne dediščine (urejeni objekti in turistične točke); turistično-prometna (npr. panoramske ceste), parkovna, nastanitvena, doživljajska ter komunikacijsko-informacijska in druga infrastruktura.	
C7	Vzpostavljena infrastruktura povezanih ponudnikov za izvajanje kreativnih turističnih doživetij za izletnike in stacionarne goste na podeželju: prostori za rokodelske delavnice, ogledi proizvodnje, degustacije, sproščanja ipd.	

C8	Učinkovito delovanje TIC-ev z inovativno delovno skupino (zagotoviti sredstva za delovanje, povezovanje kreativne ponudbe, promocijo in prodajo turistične ponudbe) ter vzpostavljen model lokalno, destinacijsko in mednarodno prepoznavnih tradicionalnih in sodobnih prireditev, dogodkov, projektov in doživetij za ciljne generacije.	😊
C9	Vzpostavljene raznolike doživljajske namestitvene kapacitete ter bivanje v naravnem okolju (npr. apartmajska eko vas, mladinski hotel, glamurozni kamp (npr. hiške na drevesih, med vinogradi), ekološki kamp, postajališče za avtodome, razpršeni hotel, invalidom primerne nastanitvene kapacitete idr.).	😊
C10	Kakovostno usposobljeni kadri, ki skrbijo za profesionalnost in odličnost na področju turizma (tržniki, informatorji, destinacijski vodniki, ponudniki idr.) in z njim povezanimi dejavnostmi pod skupno destinacijsko in blagovno znamko, destinacijo celovito promovirajo in tržijo.	😞

Analiza stanja – strateški razvojni cilji (10 ciljev):

- 6 – v celoti doseženi cilji
- 3 – cilji doseženi delno, aktivnosti za popolno dosego ciljev so v izvajanju
- 1 – cilji niso bili doseženi

Ocenjujemo, da je TDRP dosegla strateške razvojne cilje v pretežnem delu. Od desetih je bilo v celoti doseženih 6 ciljev, 3 pa delno (kakovostno usposobljeni kadri v turizmu (C10), vzpostavljena infrastruktura za izvajanje kreativnih turističnih doživetij (C7), zagotovljene naložbe ter vzpostavljena infrastruktura za višjo kakovost bivanja domačinov in obiskovalcev (C6)). Za popolno dosego teh treh ciljev so aktivnosti v izvajanju. En cilj ni bil dosežen, to je vzpostavitev rokodelskega centra. V tem strateškem obdobju se načrtuje ureditev rokodelskega centra s turistično prodajalno, kar omenjamo pod načrtovanimi večjimi investicijami občine Oplotnica. Možnosti vzpostavitve rokodelskega centra vidimo tudi v sklopu Etnološkega muzeja Brodej v Vitanju, če bi se sistemsko uredila že obstoječa zbirka starih predmetov in ljudskega izročila.

3.8.2 Kvalitativni strateški trženjski cilji na področju turizma v TDRP 2017–2021

V spodnji tabeli so predstavljeni kvalitativni strateški trženjski cilji na področju turizma v TDRP, ki so bili oblikovani s člani projektne skupine TDRP v *Načrtu razvoja in trženja turizma v destinaciji Rogla-Pohorje 2017-2021* (Lešnik Štuhec, 2016).

Tabela 5: Kvalitativni strateški trženjski cilji na področju turizma v TDRP v obdobju 2017–2021

CILJ	OPIS CILJA	OCENA
C1	Učinkovito povezana, pozicionirana, tržena in prepoznana destinacija z močno znamko, ki zagotavlja enoten trženjski nastop in povezovanje trženjskih aktivnosti	😊

	s ciljem doseganja večje učinkovitosti in prepoznavnosti z vzpostavljenim sistemom gradnje vrednosti znamke, skrbništvom ter upravljavsko in komunikacijsko strategijo.	
C2	Poslovno povezovanje ponudnikov za večjo prepoznavnost območja – skupna promocija, usklajene marketinške aktivnosti, vzpostavljen sistem posredništva pri prodaji ponudbe (zasebni ponudniki (v nadaljevanju tudi ZP), turistične agencije (v nadaljevanju tudi TA) idr.), izvajanje študijskih tur za novinarje ipd. ter skupni programi (povezana ponudba destinacije pod skupno vstopnico – variante a, b, c).	😊
C3	Razvit destinacijski načrt povezanega komuniciranja znotraj destinacije in navzven (na domačem in mednarodnih trgih) ter izvajanje aktivnosti v partnerskem dogovoru – na začetku projektno, kasneje v pravno-formalno povezani organizaciji, ki enakovredno vključuje vse partnerje (skupna promocija, usklajene marketinške aktivnosti (tudi skozi pobratena mesta na ključnih trgih), vzpostavljen sistem posredništva pri prodaji ponudbe (ZP, TA), izvajanje študijskih tur za novinarje ipd.	😊
C4	Vzpostavljen sistem sodobnega komuniciranja z informacijsko tehnologijo (celovit destinacijski rezervacijski sistem, oglaševanje z blogi, interaktivna spletna stran, mobilni vodnik, učinkovite orientacijsko-informacijske table na destinaciji ter razviti promocijski materiali pri ponudnikih idr.), spremljanje ocen in mnenj na rezervacijskih portalih in socialnih omrežjih ipd. za boljše prilagajanje trendom in s tem večje povpraševanje.	😊
C5	Celovite promocijske aktivnosti destinacijske znamke Rogla - Pohorje ciljano nagovarjajo: turiste, ki si želijo počitnice na podeželju, usmerjene v zdravje in dobro počutje (zdravilni dejavniki: klima, voda, šota), pare in družine z aktivnim življenjskim slogom, rekreativce in vrhunske športnike ter ljudi z zdravim življenjskim slogom, ob atraktivnih naravnih in kulturnih znamenitostih, kreativni gastronomiji in privlačnih dogodkih, popestrenih z rokodelskimi lokalnimi produkti na območju širše destinacije Rogla - Pohorje za večdnevna bivanja v destinaciji.	😊
C6	Celovite promocijske aktivnosti na področju izletniškega turizma s kreativnimi programi doživetij nagovarjajo šolske skupine, skupine tretjega življenjskega obdobja, skupine, ki bivajo v bližnjih zdraviliščih, družine, pare, rekreativce in športnike, poslovne goste, golfiste idr. za krajša doživetja v destinaciji.	😊
C7	Usposobljeni in kreativni kadri na vseh področjih trženja turistične in s turizmom povezanih dejavnosti (<i>gostinstvo</i> : natakarji in receptorji, <i>informiranje ter vodenje</i> : informatorji, specializirani vodniki za doživljajska vodenja peš, s kolesi, konji idr., trenerji in mentorji itn., <i>kmetijstvo</i> : delavnice na kmetiji, degustacije, predstavitve ipd.).	😞
C8	Personalizirana ponudba s kreativnim pristopom k oblikovanju turističnih programov za individualne in skupinske goste ter vzpostavljenim sistemom	😊

	zvestobe za zadovoljne goste, ki se vračajo; rast deleža stalnih (predvsem mednarodnih) gostov, ki v destinaciji bivajo dalj časa (oblikovanje paketov).	
C9	Razvit nabor konkurenčnih specializiranih doživljajsko turističnih produktov, ki omogočajo poglobljena izkustvena, sproščujoča in adrenalinska, zdraviliška in velneška doživetja ter doživljajske zgodbe v povezavi z atrakcijami narave in kulturne dediščine za izbrane ciljne skupine: navdih deležnikov v poslovnem inkubatorju.	😊
C10	<p>Nadgrajena ponudba doživetij, skladna s trendi v turistični panogi:</p> <ul style="list-style-type: none"> • vinske kreativne zgodbe – nadgrajena vinska doživljajska ponudba (npr. bivanje med vinogradi), vzpostavljena tradicija učinkovitega trženja večjih vinskih dogodkov in njihova vključitev v turistične pakete, • kreativna kulinarika – doživetja na področju kulinarike z lokalno dodano vrednostjo od vrhunske kulinarike do ponudbe na kmečki tržnici, • kreativni rokodelci – delavnice obdelave lesa, kamna, kovine, živil idr., • kulturizacija vesolja ter vesoljske tehnologije in umetnosti, • programi doživetij v obnovljenih objektih kulturne dediščine (npr. Žička kartuzija, Dvorec Trebnik, KSEVT oz. Center Noordung, graščina v Oplotnici, konjiški grad idr.), • zgodbe bogate kulturne dediščine – t. i. <i>storytelling</i> oz. pripovedovanje zgodb o znanih osebnostih, dogodkih ipd., • selfness – narava, voda, svež zrak in zelišča kot darovi Pohorja – v gozdu, na pašniku (energijske in zdravilne točke), • zelena rekreacija in šport idr. – izpostavljena razgledišča in energetske točke, • mehke oblike zimsko-športnih aktivnosti, • glamurozno kampiranje – npr. v navezi s Partovcem, Cezlakom, Rakovcem ipd., • poroka v Žički kartuziji, v Graščini Oplotnica, na Rogli, v KSEVT-u, na Gorenju itd., • tržnice z BZ Okusi Rogle – grajska v Oplotnici, na trgu v Konjicah, na Rogli, zreška, • ljubiteljska društvena dejavnost na področjih kulture, športa in rekreacije v turistične namene, • center šolskih in obšolskih dejavnosti na Gorenju – zabavne aktivnosti za družine in skupine, <p>ter njihovo ciljano trženje, izvajanje in evalviranje.</p>	☹️

C11	Vzpostavljen sistem in skupina vodnikov za animirana vodenja po destinaciji (<i>storytelling</i> peš (pohodništvo), s kolesom (kolesarstvo), orodji mehke mobilnosti (konj, električno kolo) ipd.) pritegnejo različne ciljne skupine.	😊
C12	Vzpostavljen sistem kakovosti ponudbe z BZ Okusi Rogle zagotavlja rastočo prodajo produktov z višjo lokalno dodano vrednostjo – višja kakovost in višja cena celovito trženih produktov v mreži prodajnih mest.	😊
C13	Razviti atraktivni, kakovostni in celovito povezani dogodki in tradicionalno-sodobne prireditve, ki dvigujejo prepoznavnost destinacije in, vključene v dopadljive pakete, pritegnejo turiste k obisku.	😊
C14	Oplotnica je prepoznana po doživetjih v grajskem kompleksu (grajska poroka, grajska tržnica), Oplotniškem vintgarju, Partovcu, Rokodelskem in Čebelarskem centru ter aktivnostih v naravi, ki nagovarjajo družine z aktivnim življenjskim slogom ter organizirane skupine (šolske, seniorske, raziskovalne idr.), ki želijo nadgraditi rokodelske spretnosti in se prijetno počutiti v podeželskem okolju, ter eko turiste, ki gradijo svoja obzorja o permakulturnem življenju skupaj s prijaznimi domačini ob ponudbi lokalnih izdelkov in storitev na območju širše destinacije.	😊
C15	Vitanje je prepoznano po programih KSEVT-a (danes Centra Noordung) in doživetjih v naravi, ki nagovarjajo družine z aktivnim življenjskim slogom, skupine (šolske, raziskovalne idr.), ki želijo nadgraditi znanja o vesoljskih tehnologijah, kulturizaciji vesolja in se prijetno počutiti v podeželskem okolju, ter eko turiste, ki gradijo svoja obzorja skupaj s prijaznimi domačini o naravi, kulturni dediščini, lokalnih obrteh in spretnostih, kulinariki in lokalnih produktih na območju širše destinacije.	😊
C16	Slovenske Konjice pritegnejo obiskovalce s poglobljenimi doživetji srednjeveške Žičke kartuzije, mestnega jedra pod Konjiško goro (in gradom) ter slikovitega podeželja s pestro ponudbo dogodkov, ki jih nadgrajujejo tradicionalna znanja rokodelcev, kakovostna kulinarika ter vinske zgodbe na območju od Škalc do Tepanjskega vrha, od Žičke gorce do Zbelovske Gore.	😊
C17	Zreče nagovarjajo družine in posameznike s kakovostnimi turističnimi programi zdravja in dobrega počutja ob prepoznanih zdravilnih dejavnikih (klima, voda in šota), aktivnih počitnicah, poslovnih druženjih ter pripravah vrhunskih športnih ekip v naravnem okolju ob vključevanju kreativne gastronomije in spoznavanja z naravo, kulturno dediščino in obrtjo.	😊

Analiza stanja – kvalitativni strateški trženjski cilji (17 ciljev):

- 15 – v celoti doseženi cilji
- 2 – cilji doseženi delno, aktivnosti za popolno dosego ciljev so v izvajanju
- 0 – cilji niso bili doseženi

Iz tabele razberemo, da so bili v večini realizirani vsi zastavljeni kvalitativni strateški trženjski cilji, z izjemo dveh. To sta usposobljeni in kreativni kadri na vseh področjih trženja turistične in s turizmom povezanih dejavnosti (C7) ter nadgrajena ponudba doživetij, skladna s trendi v turistični panogi (C10), ki sta bila dosežena delno. V želji po odpravi teh dveh pomanjkljivosti so v tem načrtu razvoja in trženja turizma ukrepi zastavljeni tako, da se ta rezultat popravi z dodatnimi izobraževanji za destinacijske turistične vodnike (pohodne in kolesarske), internimi in eksternimi izobraževanji tako za ponudnike kot za zaposlene v turizmu, razvojem edinstvenih doživetij (Slovenia Unique Experiences), s sledenjem posodobljenim trendom v turizmu v času okrevanja po epidemiji covid-19, vojnih spopadov, podnebnih sprememb ipd. Več o posameznih ukrepih v nadaljevanju pričujočega dokumenta.

3.8.3 Kvantitativni strateški trženjski cilji na področju turizma v občini Oplotnica v obdobju 2017–2021

V spodnji tabeli so predstavljeni kvantitativni strateški trženjski cilji na področju turizma v občini Oplotnica, ki so bili oblikovani skupaj s člani delovne skupine občine Oplotnica v sklopu *Načrta razvoja in trženja turizma destinacije Rogla-Pohorje 2017-2021* (Lešnik Štuhec, 2016).

Tabela 6: Kvantitativni strateški trženjski cilji na področju turizma v občini Oplotnica v obdobju 2017–2021

CILJ	OPIS CILJA	OCENA
C1	Rast števila gostov glede na leto 2015 (ni podatka) <i>V letu 2019 smo v Oplotnico pripeljali že precejšnje število dnevnih obiskovalcev – vsaj 10 avtobusov, 2 študijski turi za novinarje, precejšnje število dnevnih obiskovalcev Oplotniškega vintgarja in Partovca. Obisk v letu 2019 ocenjujemo na 1.000.</i>	😊
C2	Rast števila nočitev gostov glede na leto 2015 (ni podatka) <i>Za leto 2019 ta podatek na SURS ni dostopen.</i>	😞
C3	Podaljšanje dobe bivanja glede na leto 2015 (ni podatka) <i>Za leto 2019 ta podatek na SURS ni dostopen.</i>	😞
C4	Povečanje zasedenosti vseh stalnih ležišč glede na leto 2015 (ni podatka) <i>Za leto 2019 ta podatek na SURS ni dostopen.</i>	😞
C5	30-odstotna letna rast števila nastanitvenih kapacitet (8 ležišč leta 2015 → 38 ležišč leta 2021) ter dvig kakovosti in raznovrstnost obstoječih <i>Na javno dostopnih spletnih straneh je mogoče najti podatek, da v Gostišču Sovič nudijo nastanitev v 4 sobah s skupno 12 ležišči.</i>	😞
C6	30-odstotna letna rast števila dnevnih turistov (218 dnevnih turistov leta 2015 → 1.050 dnevnih turistov leta 2021)	😊

	<i>Ocenjujemo, da je Graščino Oplotnica v letu 2019 obiskalo okrog 800 obiskovalcev.</i>	
C7	<p>20-odstotna letna rast števila organiziranih skupin na TIC in TD glede na leto 2015 (ni podatka)</p> <p><i>V letu 2019 smo v Oplotnico v sodelovanju s Pohorje turizem, TIC Slovenske Konjice in LTO Rogla - Zreče pripeljali vsaj 10 avtobusov – približno 500 obiskovalcev. Ti so običajno obiskali Graščino Oplotnica, perišče in tržnico ter kosili na Domačiji Forbar.</i></p>	😊
C8	<p>Povečanje obsega turistične potrošnje za dnevnega odraslega turista za 20 % na leto (9 evrov leta 2015 → 27 evrov leta 2021¹), dnevnega turista otroka za 30 % (2 evra leta 2015 → 10 evrov leta 2021) in stacionarnega gosta za 5 % (30 evrov leta 2015 → 40 evrov leta 2021)</p> <p><i>Ocenjujemo, da je ta cilj glede na poznavanje potrošnje dnevnih in stacionarnih gostov ter postavljenih cen nočitev, vstopnin, vozovnic, hrane itd., dosežen. K dosegu tega cilja so pripomogli tudi številni paketi doživetij, ki smo jih uvedli v sezoni 2020.</i></p>	😊
C9	<p>Opredelitev ključnih tržišč glede na promocijske aktivnosti</p> <p><i>Trenutno je edini trg Slovenija.</i></p>	😊
C10	<p>Letna rast obiska tradicionalnih prireditev, organiziranih s strani turističnih ponudnikov, društev, agencij in drugih:</p> <p>Velikonočni pohod (1.200–2.500² pohodnikov leta 2015 → 2.500 pohodnikov leta 2021)</p>	😊

Analiza stanja – kvantitativni strateški trženjski cilji v občini Oplotnica (10 ciljev):

- 6 – v celoti doseženi cilji
- 4 – cilji doseženi delno, aktivnosti za popolno dosego ciljev so v izvajanju
- 0 – cilji niso bili doseženi

¹ Odrasli: Graščina 3 evre, delavnica 10 evrov, degustacija 5 evrov, kosilo 12 evrov, spominek 3 evre = cca 30 evrov.

Otroci: Graščina 2 evra, delavnica 7 evrov, degustacija 3 evre, kosilo 8 evrov, spominek 2 evra = cca 22 evrov.

² Leta 2015 je bil 23. zaporedni pohod s postojankami in kulinariko (Oplotnica–Črno jezero–Trije kralji), na katerem so vsa društva sodelovala s planinskim. V prihodnjem letu bi radi pohodnike pripeljali nazaj v Oplotnico in dodatno ponudbo (po 7 urah hoje) tržili doma.

V občini Oplotnica je bilo realiziranih več kot 60 % načrtovanih ciljev, šest v celoti, štiri pa delno. Delno realizirani cilji se nanašajo na spremljanje indikatorjev prihodov in nočitev gostov ter povprečne dobe bivanja (v nadaljevanju tudi PDB). Ker podatki niso na voljo, je ocena realiziranosti cilja problematična. V novem strateškem obdobju zato predlagamo spremljanje ekonomskih kazalnikov s področja turizma v občini Oplotnica, katerega odsotnost je bila verjetno posledica manka kadra, medtem ko bo z novim TIC Oplotnica sedaj spremljanje ekonomskih kazalnikov (št. nočitev, št. prihodov, pobrana turistična taksa, ipd.) lažje.

3.8.4 Kvantitativni strateški trženjski cilji na področju turizma v občini Slovenske Konjice v obdobju 2017–2021

V spodnji tabeli so predstavljeni strateški kvantitativni cilji na področju turizma v občini Slovenske Konjice, ki so bili oblikovani skupaj s člani delovne skupine občine Slovenske Konjice sklopu *Načrta razvoja in trženja turizma destinacije Rogla-Pohorje 2017-2021* (Lešnik Štuhec, 2016).

Tabela 7: Kvantitativni strateški trženjski cilji na področju turizma v občini Slovenske Konjice v obdobju 2017–2021

CILJ	OPIS CILJA	OCENA
C1	10-odstotna letna rast števila stacionarnih gostov predvsem iz mednarodnega okolja (1.371 gostov leta 2015 → 2.430 gostov leta 2021) <i>Podatek za leto 2019: 3.448 prihodov turistov, od tega 2.503 tujih.</i>	😊
C2	10- oz. 20-odstotna rast nočitev gostov predvsem iz mednarodnega okolja (2.129 nočitev leta 2015 → 3.800 oz. 6.300 leta 2021) ³ <i>Podatek za leto 2019: 6.668 prenočitev, od tega 5.218 tujih.</i>	😊
C3	Podaljšanje dobe bivanja (1,5 dni leta 2015 → 2,5 dni leta 2021) <i>Podatek za leto 2018 znaša 2,08 dni, za 2019 pa 1,93 dni.</i>	😞
C4	20-odstotna rast števila nastanitvenih kapacitet (Ulipi 50, Kračun 20, Grič 7, Pod orehi 8, Mala kmetija 6 – Skupaj 91 leta 2015 → potencialne nove kapacitete do 2021: Trebnik 20, Wiking 40, Eko hotel 20, Hotel Dravinja 50, Ranč Dravinja 20 – Skupaj 270 leta 2021) <i>V Slovenskih Konjicah je bilo v letu 2019 registriranih že 249 ležišč, od tega 214 stalnih.</i>	😊

³ Odvisna od števila novih nastanitvenih kapacitet – 10- ali 20-odstotna rast kapacitet.

C5	<p>Povečanje zasedenosti vseh stalnih ležišč (<i>število nočitev x 100 / število stalnih ležišč x 365 dni</i>) (6,4 % leta 2015 → 15 % leta 2021)</p> <p><i>Podatek za 2019 znaša 8,53 %.</i></p>	☹️
C6	<p>12-odstotna letna rast števila dnevnih turistov (10.436 dnevnih turistov v Žižki kartuziji leta 2014 → 20.000 leta 2021)</p> <p><i>V letu 2019 je Žička kartuzija zabeležila 14.360 prodanih vstopnic, z organizacijo dogodkov pa je privabila še okoli 5.000 obiskovalcev (Poletni glasbeni večeri, poroke, duhovni tabori itd.).</i></p>	😊
C7	<p>8-odstotna letna rast števila obiskovalcev Slovenskih Konjic (ocena) (25.000 obiskovalcev leta 2015 → 40.000 leta 2021)</p> <p><i>Znani podatki za leto 2019 so: Obiskovalci Mini ZOO Land (40.000), Vinska klet Zlati grič (6.000), obiskovalci TIC (955).</i></p>	😊
C8	<p>10-odstotna letna rast števila organiziranih skupin preko TIC (168 skupin leta 2014 → 300 skupin leta 2021)</p> <p><i>V letu 2019 je bilo organiziranih 230 izletov.</i></p>	😊
C9	<p>Povečanje obsega turistične potrošnje dnevnega turista za 8 % na leto (20 evrov leta 2015 → 32 evrov leta 2021) in stacionarnega gosta za 5 % na leto (50 evrov leta 2015 → 67 evrov leta 2021)</p> <p><i>Ocenjujemo, da je ta cilj dosežen glede na poznavanje potrošnje dnevnih in stacionarnih gostov ter postavljenih cen nočitev, vstopnin, vozovnic, hrane, itd. K dosegu tega cilja so pripomogli tudi številni paketi doživetij, uvedenih v sezoni 2020.</i></p>	😊
C10	<p>Opredelitev rasti ključnih tržišč glede na število turistov in promocijske aktivnosti</p> <p><i>Slovenija, Avstrija, Italija, Nemčija, Francija, Skandinavija</i></p>	😊
C11	<p>Rast obiska dogodkov, organiziranih preko TIC in drugih ponudnikov:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Martinovanje (700 obiskovalcev leta 2015 → 1.500 obiskovalcev leta 2021) • Konjiški maraton (2.000 obiskovalcev leta 2015 → 2.700 obiskovalcev leta 2021) • Jurjevanje (500 obiskovalcev leta 2015 → 1.200 obiskovalcev leta 2021) • Poletni glasbeni večeri v Žižki kartuziji (1.500 obiskovalcev leta 2015 → 2.000 obiskovalcev leta 2021) 	😊

<ul style="list-style-type: none"> • Mednarodni festival podvodnega filma (700 obiskovalcev leta 2015 → 1.000 obiskovalcev leta 2021) • Naznanitev trgateve (800 obiskovalcev leta 2015 → 1.200 obiskovalcev leta 2021) <p><i>Mednarodni festival podvodnega filma in Naznanitev trgateve se ne izvajata več.</i></p>	
---	--

Analiza stanja – kvantitativni strateški trženjski cilji v občini Slovenske Konjice (11 ciljev):

- 9 – v celoti doseženi cilji
- 2 – cilji doseženi delno, aktivnosti za popolno doseglo ciljev so v izvajanju
- 0 – cilji niso bili doseženi

Iz tabele razberemo, da so bili v večini realizirani vsi zastavljeni kvantitativni strateški trženjski cilji, z izjemo dveh. To sta podaljšanje PDB (C3) in povečanje zasedenosti vseh stalnih ležišč (C5), ki sta bila dosežena delno, kar nas ne preseneča, saj sta ta ukrepa med seboj izjemno povezana in medsebojno vplivata drug na drugega. V želji, da bi te pomanjkljivosti odpravili, so v tem načrtu razvoja in trženja turizma ukrepi zastavljeni tako, da se ta rezultat popravi s pomočjo dodatnih finančnih spodbud za nove nastanitvene ponudnike (že v izvajanju), oživitvijo razpršenega hotela, izobraževanja za ponudnike ter razvojem edinstvenih doživetij in prireditev, kar posledično podaljšuje PDB, saj turisti ostajajo v občini dalj časa. Več o posameznih ukrepih v nadaljevanju pričujočega dokumenta.

3.8.5 Kvantitativni strateški trženjski cilji na področju turizma v občini Vitanje v obdobju 2017–2021

V spodnji tabeli so predstavljeni kvantitativni strateški trženjski cilji na področju turizma v občini Vitanje, ki so bili oblikovani skupaj s člani delovne skupine občine Vitanje v sklopu *Načrta razvoja in trženja turizma destinacije Rogla-Pohorje 2017-2021* (Lešnik Štuhec, 2016).

Tabela 8: Kvantitativni strateški trženjski cilji na področju turizma v občini Vitanje v obdobju 2017–2021

CILJ	OPIS CILJA	OCENA
C1	30-odstotna letna rast števila gostov (26 gostov leta 2015 → 125 gostov leta 2021) <i>Podatki za leto 2019: 871 prihodov, od tega 537 tujih</i>	😊
C2	10-odstotna rast nočitev gostov (139 nočitev leta 2015 → 246 nočitev leta 2021) <i>Podatki za leto 2019: 2.857 nočitev, od tega 1.956 tujih</i>	😊
C3	Podaljšanje dobe bivanja (manj kot 1 dan v letu 2015 → 1 dan leta 2021) <i>Podatki za leto 2019: 3,28 dni</i>	😊

C4	<p>Povečanje zasedenosti vseh stalnih ležišč (<i>število nočitev x 100 / število stalnih ležišč x 365 dni</i>) (1,3 % leta 2015 → 10 % leta 2021)</p> <p><i>Podatek za 2019: 6,58 %</i></p>	☹️
C5	<p>20-odstotna letna rast števila dnevnih turistov (10.990 dnevnih turistov leta 2014 → 32.816 dnevnih turistov leta 2021)</p> <p><i>V letu 2019 je Center Noordung obiskalo 15.000 obiskovalcev.</i></p>	😊
C6	<p>Povečanje obsega turistične potrošnje dnevnega turista za 5 % na leto (7 evrov leta 2015 → 10 evrov leta 2021) in stacionarnega gosta za 5 % na leto (30 evrov leta 2015 → 40 evrov leta 2021)</p> <p><i>Ocenjujemo, da je ta cilj dosežen glede na poznavanje potrošnje dnevnih in stacionarnih gostov ter postavljenih cen nočitev, vstopnin, vozovnic, hrane itd. K dosegu tega cilja so pripomogli tudi številni paketi doživetij, ki smo jih uvedli v sezoni 2020.</i></p>	😊
C7	<p>Dvig kakovosti in raznovrstnosti obstoječih nastanitvenih kapacitet, povečanje kapacitet v okviru projekta Razpršeni hotel Vitanje (10 ležišč leta 2021)</p> <p><i>V letu 2020 se je vzpostavil glamping Brodej, kar doprinese k raznovrstnosti nastanitvenih kapacitet.</i></p> <p><i>Število ležišč je v letu 2019 znašalo 140, od tega 119 stalnih.</i></p>	😊
C8	<p>Opredelitev ključnih tržišč glede na promocijske aktivnosti</p> <p><i>Trenutno najmočnejši trg Slovenija, nagovarjanje mednarodnih gostov iz radija oddaljenosti do 400 km (Dunaj, Trst, Zagreb, 2 turistični agenciji s Hrvaške, društva iz Avstrije, predvidenih 5–6 milijonov ljudi)</i></p>	😊
C9	<p>10-odstotna letna rast števila organiziranih skupin s strani KSEVT-a (danes Center Noordung) (222 skupin od 10 do 50 oseb leta 2015 → 400 skupin leta 2021)</p> <p><i>Center Noordung je v letu 2019 obiskalo okrog 15.000 obiskovalcev, od tega približno dve tretjini v organiziranih skupinah.</i></p>	😊
C10	<p>5-odstotna letna rast obiska dogodkov:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Holcerija (1.000–1.500 obiskovalcev leta 2015 → 1.350–2.010 obiskovalcev leta 2021) • Planinsko srečanje na Paškem Kozjaku (organizator Planinsko društvo Vitanje) (1.000 obiskovalcev leta 2015 → 1.350 obiskovalcev leta 2021) • Gasilska veselica (1.000 obiskovalcev leta 2015 → 1.350 obiskovalcev leta 2021) <p>Pohod na Rakovec (100 obiskovalcev leta 2015 → 130 obiskovalcev leta 2021)</p>	😊

Analiza stanja – kvantitativni strateški trženjski cilji v občini Vitanje (10 ciljev):

- 9 – v celoti doseženi cilji
- 1 – cilji doseženi delno, aktivnosti za popolno dosego ciljev so v izvajanju
- 0 – cilji niso bili doseženi

V občini Vitanje je bilo realiziranih več kot 90 % ciljev, devet v celoti, eden, ki je vezan na povečanje zasedenosti vseh stalnih ležišč, pa delno. Tako kot v občinah Oplotnica in Slovenske Konjice so tudi za občino Vitanje v želji po odpravi te pomanjkljivosti v tem načrtu razvoja in trženja turizma ukrepi zastavljeni tako, da se ta rezultat popravi s pomočjo dodatnih finančnih spodbud za nove nastanitvene ponudnike in t. i. razpršenim hotelom TDRP. Ker je bila analiza narejena konec leta 2021, ob zaključku prejšnjega obdobja, predvidevamo, da bi bil sedaj podatek višji. Namreč v drugi polovici leta 2021 se je odprl Eko glamping Brodej, ki s petimi lesenimi kočicami skupno razpolaga z 12 ležišči, ki pa med podatke na SURS-u statistično še niso bila zajeta.

3.8.6 Kvantitativni strateški trženjski cilji na področju turizma v občini Zreče v obdobju 2017–2021

V spodnji tabeli so predstavljeni strateški kvantitativni cilji na področju turizma v občini Zreče, ki so bili oblikovani skupaj s člani delovne skupine občine Zreče v sklopu *Načrta razvoja in trženja turizma destinacije Rogla-Pohorje 2017-2021* (Lešnik Štuhec, 2016).

Tabela 9: Kvantitativni strateški trženjski cilji na področju turizma v občini Zreče v obdobju 2017–2021

CILJ	OPIS CILJA	OCENA
C1	2-odstotna letna rast števila stacionarnih gostov predvsem iz mednarodnega okolja (66.050 gostov leta 2015 → 74.400 leta 2021)	😊
C2	3-odstotna rast nočitev gostov predvsem iz mednarodnega okolja (238.334 nočitev leta 2015 → 284.600 leta 2021)	😊
C3	Zmanjšanje odvisnosti od sezonskih mesecev, da bi se rast nočitev povečala v obdobju mrtvih mesecev (november, marec) <i>Desezonalizacija: Pot med krošnjami Pohorje, paketi doživetij v vseh letnih časih, digitalizacija Škratove gozdne učne poti itd.</i>	😊
C4	Podaljšanje dobe bivanja (3,6 dni leta 2015 → 3,8 dni leta 2021) <i>Podatek za 2018 znaša 3,58, za 2019 pa 3,52.</i>	😞
C5	Povečanje zasedenosti vseh stalnih ležišč (<i>število nočitev x 100 / število stalnih ležišč x 365 dni</i>) (33,76 % leta 2015 → 40 % leta 2021) <i>Podatek za 2019 znaša 30,77.</i>	😞
C6	3-odstotna letna rast števila dnevnik turistov (450.000 dnevnik turistov leta 2015 → 537.000 dnevnik turistov leta 2021)	😊

	<i>Gre za oceno. V letu 2019 ocenjujemo, da je Zreče obiskalo cca 500.000 dnevnih obiskovalcev. K dvigu dnevnih obiskovalcev je od septembra 2019 naprej pripomogla tudi nova pridobitev Pot med krošnjami Pohorje. Ostali delež vključuje dnevne smučarje, kopalce ter pohodnike, kolesarje in druge rekreativce, ki obiskujejo Bike park Rogla, Sankališče Zlodejevo, Jezernikov park, Škratova pot, Pohorsko vasico itn.</i>	
C7	<p>Povečanje obsega turistične potrošnje dnevnega turista za 5 % na leto (20 evrov poleti oz. 32 evrov pozimi leta 2015 → 27 oz. 43 evrov leta 2021) in stacionarnega gosta za 4 % na leto (70 evrov poleti in 80 evrov pozimi leta 2015 → 88 oz. 100 evrov leta 2021)</p> <p><i>Ocenjujemo, da je ta cilj dosežen glede na cene prenočitev in najpomembnejših storitev (smučarska in kopalna karta) ter povečane ponudbe storitev (Pot med krošnjami Pohorje, Gorska reka). K dosegu tega cilja so pripomogli tudi številni paketi doživetij, ki smo jih uvedli v sezoni 2020.</i></p>	😊
C8	<p>Dvig kakovosti ter raznovrstnosti obstoječih nastanitvenih kapacitet (1.934 ležišč leta 2014 → 2.100 ležišč leta 2021)</p> <p><i>V Zrečah je bilo v letu 2019 registriranih že 2.590 ležišč, od tega 2.478 stalnih.</i></p>	😊
C9	<p>20-odstotna letna rast števila organiziranih skupin s strani LTO-ja (12 skupin leta 2015 → 35 skupin leta 2021)</p> <p><i>V letu 2019 je LTO organiziral 41 skupin.</i></p>	😊
C10	<p>Opredelitev rasti obiska turistov s ključnih tržišč</p> <p><i>Glavnina gostov prihaja iz Slovenije.</i></p> <p><i>Gosti z mednarodnih trgov:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>poleti na Rogli: države bivše Jugoslavije, Madžarska, Beneluks,</i> • <i>Terme Zreče vse leto: države bivše Jugoslavije, Madžarska (v času zime), Nemčija, Italija, Avstrija in Ruska federacija,</i> - <i>potencialni mednarodni trgi: države Srednje in Vzhodne Evrope, zalivske države (vrhunski šport) in skandinavske države.</i> 	😊
C11	<p>5-odstotna letna rast števila smučarjev na Rogli (185.000 smučarjev leta 2015 → 250.000 smučarjev leta 2021)</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>209.617 obiskovalcev (smučarska sezona 2018/2019),</i> • <i>151.225 obiskovalcev (smučarska sezona 2019/2020 – skrajšana sezona zaradi covid-19).</i> <p><i>Vir: Unitur</i></p>	😊
C12	<p>3-odstotna letna rast števila kopalcev v Termah Zreče (142.183 kopalcev leta 2015 → 169.800 kopalcev leta 2021)</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>109.021 obiskovalcev v letu 2018,</i> 	😊

	<ul style="list-style-type: none"> • 110.756 obiskovalcev v letu 2019. <p>Vir: Unitur</p>	
C13	<p>3-odstotna letna rast števila obiskovalcev tradicionalnih prireditev:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Praznik pohorskega lonca (1.500 obiskovalcev leta 2015 → 1.800 obiskovalcev leta 2021) • Ropotanje v starih Zrečah (700 obiskovalcev leta 2015 → 850 obiskovalcev leta 2021) <p>Martinovanje (100 obiskovalcev leta 2015 → 120 obiskovalcev leta 2021)</p>	😊

Analiza stanja – kvantitativni strateški trženjski cilji v občini Zreče (13 ciljev):

-
- 11 – v celoti doseženi cilji
 - 3 – cilji doseženi delno, aktivnosti za popolno dosego ciljev so v izvajanju
 - 0 – cilji niso bili doseženi
-

Iz tabele razberemo, da so bili v večini realizirani vsi zastavljeni kvantitativni strateški trženjski cilji, z izjemo treh. To so podaljšanje PDB (C4), povečanje zasedenosti vseh stalnih ležišč (C5) in 3-odstotna letna rast števila kopalcev v Termah Zreče (C12), ki so bili doseženi delno, kar nas ne preseneča, saj so ukrepi med seboj izjemno povezani in medsebojno vplivajo drug na druge. V luči želje po odpravi teh dveh pomanjkljivosti so v tem načrtu razvoja in trženja turizma ukrepi zastavljeni tako, da se ta rezultat popravi s pomočjo dodatnih finančnih spodbud za nove nastanitvene ponudnike, s t. i. razpršenim hotelom TDRP, izobraževanju za ponudnike ter razvojem edinstvenih doživetij in prireditev, kar vse posledično podaljšuje PDB, saj turisti ostajajo v občini dalj časa. Več o posameznih ukrepih v nadaljevanju pričujočega dokumenta.

4 MATRIKA PSPN TDRP

Matrika PSPN analize turizma prikazuje sintezo in kratek povzetek vseh analiz tako, da prikazuje prednosti, slabosti, priložnosti in nevarnosti TDRP. Z matriko PSPN destinacija pridobi vpogled v vire, ki ji omogočajo prednosti pred drugimi, slabosti, ki jih je treba odpraviti, priložnosti, ki jih je smiselno izkoristiti, ter nevarnosti, katerim se je treba izogibati.

Matrika PSPN analize turizma in z njim povezanih dejavnosti TDRP, ki gravitira na Pohorje, je predstavljena s pomočjo devetih elementov in je bila opravljena v sklopu priprave *Strategije razvoja in trženja ponudbe destinacije Pohorje 2021–2027*. (Lešnik Štuhec et al., 2021b, str. 15–18) Več v nadaljevanju.

Prednosti:

- *Lega in prometna povezanost*: odlična geostrateška lega, dobra prometna povezanost, relativno dobro vzpostavljen javni promet;
- *Narava*: ohranjena narava (Natura 2000, EPO) in prizadevanja za Regijski park Pohorje; preplet panonske in alpske krajine (biotska raznolikost, geologija, bogastvo voda in gozdov); rodovitna prst (vinogradi, sadovnjaki); nabiralništvo; možnosti za rekreacijo v naravi; lokalni naravni zdravilni faktorji; doživljajski programi v naravi;
- *Kultura*: ohranjena in živa kulturna dediščina – preplet vrednot kartuzijanov iz Žičke kartuzije in Pohorca, navajenega trdega dela in odličnih okusov; pomembni kulturni spomeniki; številne legende in zgodbe; bogata kulturna ustvarjalnost; urejena kulturna krajina (pohorski gozdovi, vinorodne Škalce, mirna Dolina svetega Janeza Krstnika); številne tradicionalne prireditve in dogodki; doživljajski programi;
- *Ljudje*: gostoljubni, prijazni, zavzeti, veseli, pridni, ustvarjalni (vinogradniki, sadjarji, rokodelci, zeliščarji), društveno aktivni, glasbeno nadarjeni; številne znane osebnosti in ambasadorji; številne zveze ponudnikov; spoštljivi in vključujoči ponudniki doživetij;
- *Turizem*: velik ponudnik (Unitur, d. o. o., – mednarodno akreditirano naravno zdravilišče Terme Zreče in Športni center Rogla), ki pospešuje razvoj in trženje ponudbe, in več manjših, TDRP (LTO Rogla – Zreče, GIZ, TIC Slovenske Konjice, TIC Vitanje, z letom 2022 še TIC Oplotnica); destinacijska blagovna znamka Okusi Rogle, zlati znak TDRP in 4 nastanitvene kapacitete v ZSST; izvedeni številni projekti povezovanja naravne in kulturne dediščine s kakovostjo življenja in turizmom; označene in urejene pohodne in kolesarske poti ter kolesarski park, tradicija pohodništva in kolesarstva; smučišče z mednarodno prepoznavnimi prireditvami; ponudniki zdraviliškega, velneškega, MICE, gastronomskega turizma; odmevne športne prireditve in priprave vrhunskih športnih ekip; razvita ponudba nastanitvenih kapacitet v Zrečah; široka ponudba oblikovanih turističnih produktov in vodenih doživetij; usposobljeni destinacijski turistični vodniki; s turistično izkušnjo v TDRP zadovoljni turisti; Pot med krošnjami Pohorje, balvansko plezanje Oplotnica;

- *Kmetijstvo in gozdarstvo*: številne mešane kmetije z osnovno in dopolnilno dejavnostjo; dobri pogoji za ekološko kmetijstvo, vinogradništvo (Zlati grič idr.) in sadjarstvo, blagovna znamka Pohorski cekar, les ima velik potencial za izdelke z lokalno dodano vrednostjo;
- *Druge dejavnosti*: kovaška industrija nudi veliko število delovnih mest, samostojno podjetništvo in obrt, podjetniški inkubator;
- *Infrastruktura*: relativno dobro urejena infrastruktura;
- *Zdravo, varno, dostopno za vse*: občine, prijazne invalidom; ponudniki, dostopni za vse.

Slabosti:

- *Lega in prometna povezanost*: slaba dostopnost turističnih atrakcij in oddaljenih točk z javnim prometom; manko urejenih parkirišč na Rogli, pa tudi postajališč in razgledišč ter javnih stranišč in ekoloških otokov; slaba povezava z javnim prometom, ki ni trajnostno naravnan;
- *Narava*: nepopolna signalizacija naravnih znamenitosti; slabo izkoriščen potencial ohranjene narave, ni še Regijskega parka Pohorje;
- *Kultura*: nepopolna signalizacija znamenitosti kulturne dediščine; slabo izkoriščen potencial prepleta vrednot kartuzijanov iz Žičke kartuzije in Pohorca, navajenega trdega dela in odličnih okusov; samo en vpis v Register nesnovne dediščine glede na potencial, ki ga TDRP premore (izdelovanje papirnatih rož, Silva Jelenko, Gmajna 34, 2317 Oplotnica, vpis 16. 3. 2017); prazne stavbe v starih mestnih jedrih;
- *Ljudje*: še vedno šibko sodelovanje ponudnikov in slaba prilagojenost ponudnikov individualnemu povpraševanju; šibka podjetnost in pripravljenost na tveganje; nepovezanost ključnih deležnikov na različnih področjih; manko kakovostnega kadra na področju turistične dejavnosti;
- *Turizem*: malo ponudnikov vključenih v ZSST (samo 4 nastanitveni ponudniki z okoljskim certifikatom, nobenega certifikata za gostinske ponudnike, parke, atrakcije ali turistične agencije); neizkoriščen potencial stacionarnega turizma v vsaj dveh občinah – ni nastanitvenih kapacitet, manko kampov, glamuroznih kampov, mladinskih hotelov; slabo izkoriščen potencial turistične ponudbe; manko ponudbe za poslovne goste (MICE); nizko število atrakcij, ki beležijo obisk; manko ponudnikov dobrega počutja; manko organizirane kolesarske svetovalne in servisne ponudbe; šibka valorizacija lokalnih jedi v gostinski ponudbi; manko ponudbe vodenih butičnih doživetij ter inovativnih in kreativnih doživetij po kriterijih STO; DMMO TDRP še ne obstaja; malo sprejemnih turističnih agencij; malo prodajnih mest s certificirano ponudbo blagovne znamke Okusi Rogle;
- *Kmetijstvo*: neizkoriščeni pogoji za ekološko kmetijstvo, vinogradništvo in sadjarstvo z lokalno dodano vrednostjo;
- *Gozdarstvo*: slabo izkoriščen potencial za odlične izdelke z lokalno dodano vrednostjo, npr. iz lesa in drugih naravnih elementov;

- *Druge dejavnosti*: večja podjetja povzročajo hrup in onesnažujejo okolje – ni pa družbeno odgovornega vračanja lokalni skupnosti; šibka angažiranost naložb podjetniškega sektorja v turistični razvoj;
- *Infrastruktura*: visoki naložbeni vložki v infrastrukturo zaradi razgibanosti terena in razpršene poseljenosti; visoka starost žičniških naprav; težave z zahtevno zakonodajo in upravno-administrativnimi postopki; manko javno dostopnih sanitarij;
- *Zdravo, varno, dostopno za vse*: ponudba še vedno ni prilagojena vsem ciljnim skupinam.

Priložnosti:

- *Lega in prometna povezanost*: vzpostavljen sistem prometne turistične signalizacije ter mehke mobilnosti (parkirišča, javni promet, prometni režim, kartica mehke mobilnosti); ureditev prometa na Rogli;
- *Narava*: Regijski park Pohorje z vzpostavljenim coniranjem in režimi varstva narave, interpretacijo in soupravljanjem Destinacije Pohorje, ki zagotavlja višjo kakovost bivanja in pritegne obiskovalce;
- *Kultura*: vzpostavljene vsebine ter sistem informiranja in ozaveščanja o pomenu kulturne dediščine Pohorja; ureditev vpisa nesnovne dediščine v register ter pospeševanje trženja znamenitosti naravnih vrednot in kulturne dediščine; revitalizacija objektov kulturne dediščine s turističnimi vsebinami (Žička kartuzija, Rakovec, trška in mestna jedra, Brinjeva gora); razvoj romarskega in industrijskega turizma; vzpostavitev Smučarskega muzeja na Rogli;
- *Ljudje*: povezovanje in sodelovanje za skupno Destinacijo Pohorje na vseh ravneh; odločanje za turistično dejavnost;
- *Turizem*: nadgradnja aktivnosti destinacijske organizacije TDRP v celovite aktivnosti DMMO z mrežo IT in vzpostavitev sistema celostnega upravljanja Pohorja in trženja Destinacije Pohorje; sistematična nadgradnja razvoja celovite destinacije na področjih velneškega (planinska klima, termalna voda in šota, zdrav način življenja), športnega in rekreacijskega (kolesarskega), zdravstvenega, velneškega, poslovnega, kulturnega (romarskega), gastronskega (kulinarične poti), izobraževalnega, eko turizma, okoljske vzgoje in drugih trendov v turizmu; nadgradnja ponudbe celovitih vodenih doživetij za počitnice na prostem (kolesarjenje, pohodništvo in kreativni, butični turizem); uspešno sodelovanje velikega ponudnika z manjšimi ponudniki; dnevne obiskovalce preusmeriti v stacionarni turizem; podjetniški pristop upravljanja in skrbništva blagovne znamke Okusi Rogle ter povezovanje z blagovno znamko Pohorski cekar – ozaveščanje o kakovosti ter spodbujanje lokalnega prebivalstva in turističnih ponudnikov k nakupu lokalno pridelane hrane; vzpostavitev promocije blagovne znamke Okusi Rogle na spletnih straneh ponudnikov; usposobljeni in zadovoljni zaposleni v turizmu; vzpostavljene nastanitvene kapacitete z zgodbo;
- *Kmetijstvo*: usklajena raba naravnih in kmetijskih danosti (gozdarstvo, sadjarstvo, vinogradništvo, zelenjadarstvo) za večja vlaganja v kmetovanje (tudi partnersko) in pridelavo pridelkov ter proizvodnjo zdrave hrane (tudi ekološko) – trend zelenega, bio, okolju prijaznega razmišljanja in

življenja; kratke oskrbovalne verige (hrana, lesna industrija, energetika) in razvoj dopolnilnih dejavnosti na kmetiji (pridelava lokalne hrane, predelava lesa, turizem); spodbujanje dopolnilnih dejavnosti na kmetiji;

- *Gozdarstvo*: učinkovita raba lesne biomase ter izdelki z lokalno dodano vrednostjo in zgodbo;
- *Druge dejavnosti*: vlaganje gospodarstva v razvoj turizma ter večja okoljska in družbena odgovornost do naravnega okolja; spodbujanje malih in srednje velikih podjetij;
- *Infrastruktura*: vzpostavitev usklajene orientacijske in interpretativne infrastrukture na območju vseh občin Destinacije Pohorje skladno z zelenimi smernicami;
- *Zdravo, varno, dostopno za vse*: trend zdravega, varnega in bivanja, prilagojenega vsem ciljnim skupinam.

Nevarnosti:

- *Lega in prometna povezanost*: manko investicij v prometno infrastrukturo; neurejenost javnega prometa; neosveščenost o uporabi mehke mobilnosti;
- *Narava*: dolgotrajno vzpostavljanje Regijskega parka Pohorje; obremenitev okolja (odpadki, škodljiv vpliv turizma na naravo, izguba pomembnih habitatov itn.); počasno prilagajanje na negativne vplive podnebnih sprememb ter velik vpliv vremenskih razmer na poslovanje na Rogli; obremenitev okolja zaradi čezmernega obiska;
- *Kultura*: manko sredstev za revitalizacijo objektov kulturne dediščine;
- *Ljudje*: šibko povezovanje in vključevanje lokalnega prebivalstva v celoviti razvoj Pohorja; zasičenost prebivalcev s turizmom;
- *Turizem*: masovnost turizma z dnevnimi obiskovalci in turisti – nevarnost neustrezne obremenitve prostora; šibko povezovanje s TA; manko ponudbe edinstvenih doživetij; slabo koriščenje sredstev z razpisov s strani zasebnih turističnih ponudnikov; malo sredstev, namenjenih za promocijo turizma; zelene zime in deževna poletja brez inovativne dopolnilne doživljajske ponudbe, ki pritegne tudi v omenjenih razmerah;
- *Kmetijstvo*: povečanje intenzivnosti monokulturnega kmetijstva; opuščanje dopolnilnih dejavnosti na kmetiji zaradi zahtevne zakonodaje;
- *Gozdarstvo*: manko sredstev za projekte z dodano vrednostjo, namenjenih lesu iz pohorskih gozdov;
- *Druge dejavnosti*: nepripravljenost za vlaganje v turistično dejavnost; nepripravljenost za družbeno odgovorno poslovanje; odsotnost novih investorjev;

- *Infrastruktura*: šibko spodbujanje in privabljanje investorjev; pomanjkanje ustreznih finančnih sredstev za podporo razvoju infrastrukture občin in zasebnih ponudnikov; izgradnja vetrnih elektrarn lahko spremeni krajinsko podobo Pohorja;
- *Zdravo, varno, dostopno za vse*: nevarnost terorističnih napadov, pandemij in drugih naravnih katastrof (klimatske spremembe in druge ekološke nevarnosti), verska in etična nestrpnost; politična nestabilnost (protesti, paravojaške organizacije, padec ugleda v mednarodnem okolju) in vojna.

4.1 Razvojne priložnosti TDRP na ravni Partnerstva za Pohorje

Na osnovi analize prednosti, pomanjkljivosti, priložnosti in nevarnosti savinjskega dela območja Partnerstva za Pohorje, vključno z občino Zreče, so bili prepoznani in opredeljeni naslednji potenciali (Lešnik Štuhec et al., 2021b, str. 15–18):

- nadgradnja aktivnosti DMMO TDRP v celovite regijske aktivnosti z mrežo informacijske tehnologije in vzpostavitev sistema celostnega upravljanja Pohorja in trženja Destinacije Pohorje z vzpostavitvijo nove informacijske točke na Rogli – nastanek Regijske destinacijske menedžerske in marketinške organizacije Pohorje (v nadaljevanju tudi RDMMO);
- ureditev vzpostavljenega sistema prometne turistične signalizacije ter mehke mobilnosti (parkirišča, javni promet, prometni režim, ureditev prometa in parkirišč na Rogli, kartica mehke mobilnosti);
- ustanovitev Regijskega parka Pohorje (RPP) z vzpostavljenim coniranjem in režimi varstva narave, interpretacije in soupravljanja Destinacije Pohorje, pri čemer slednje zagotavlja višjo kakovost bivanja in pritegne obiskovalce;
- vzpostavitev usklajene orientacijske in interpretativne infrastrukture skladno z zelenimi smernicami;
- vzpostavitev vsebine, sistema informiranja in ozaveščanja o pomenu kulturne dediščine Pohorja, revitalizacija objektov kulturne dediščine s turističnimi vsebinami, vzpostavitev rokodelskega centra ter ureditev vpisa nesnovne dediščine v register;
- vzpostavitev Naravovarstvenega informacijskega centra (NIC) na Rogli, Kopah in Mariborskem Pohorju ter Naravoslovnih pisarn v Ribnici na Pohorju in na Treh Kraljih s pripadajočo ponudbo atrakcij (razstave, delavnice otroških iger, botanični vrtovi, gozdne učne poti, energijske točke) oz. potmi in TIC-i s točkami za informiranje, izposojno opreme, vodenjem, prevozi in prodajo ponudbe s kolektivno blagovno znamko (v nadaljevanju tudi KBZ) S Pohorja;
- vzpostavitev izkustvene infrastrukture *outdoor* (izgradnja kolesarskih poti, nadgradnja kolesarskih poligonov, doživljajskih parkov idr.) in sistematična nadgradnja razvoja celovite destinacije na področjih velneškega, športnega in rekreacijskega, poslovnega, kulturnega, gastronomskega, izobraževalnega, prireditvenega, eko turizma, romarskega turizma, okoljske vzgoje idr. trendov v turizmu, vzpostavitev smučarskega muzeja na Rogli, celovito oblikovanje letošnjih produktov za mirno doživljanje narave in kulturne dediščine ter rekreacijo;
- podjetniški pristop upravljanja in skrbništva BZ Okusi Rogle ter povezovanje z BZ Pohorski cekar, Pohorje beef, KBZ S Pohorja ter vzpostavitev Festivala Pohorski cekar;

-
- oblikovanje in trženje butičnih vodenih doživetij in produktov *outdoor* ter produktov za posameznike in športne ekipe;
 - načrtovano usposabljanje zaposlenih v turizmu;
 - vzpostavitev raznolikih nastanitvenih kapacitet z zeleno zgodbo;
 - vzpostavitev usklajene rabe naravnih in kmetijskih danosti za večja vlaganja v kmetovanje ter razvoj kratkih oskrbovalnih verig;
 - vlaganje gospodarstva v razvoj turizma ter večja okoljska in družbena odgovornost;
 - povezovanje in sodelovanje ponudnikov tako za skupno TDRP kot za skupno Destinacijo Pohorje na vseh ravneh ter soodločanje za turistično dejavnost;
 - upoštevanje zelenih smernic, trenda zdravega in varnega ter bivanja, prilagojenega vsem ciljnim skupinam;
 - usposabljanje turističnih, kolesarskih idr. vodnikov za vodenje po TDRP in celotnem območju Pohorja;
 - enotni register vodnikov za specializirana vodenja (planinska, pohodniška, kolesarska, tematska) tako po TDRP kot po Pohorju;
 - urejeni odpiralni časi ponudnikov in pripravljenost za individualni turizem oz. personalizirano ponudbo;
 - pri prenovi ali vzpostavitvi novih produktov, doživetij, infrastrukture in suprastrukture vključiti prilagoditve za ranljive skupine – t. i. dostopni turizem.

5 ORGANIZACIJSKA STRUKTURA SLOVENSKEGA TURIZMA

SST 2022–2028 ugotavlja, da je zaradi zmanjšanja negativnih učinkov razvoja turizma na okolje in kulturno podobo Slovenije treba zagotoviti upravljanje in usmerjanje turizma.

»Za uresničevanje strategije razvoja turizma se vzpostavi trajno medsektorsko sodelovanje za spremljanje in usmerjanje uresničevanja strategije razvoja turizma tako na lokalni, regijski [kot] nacionalni ravni. Na lokalni in regionalni ravni se [slednje] zagotavlja v okviru sodelovanja deležnikov v okviru destinacijskih in regionalnih turističnih organizacij.« (SST 2022–2028, str. 142)

Ključni krovni izziv, ki ga naslavlja politika razvoja slovenskega turizma do 2028, je učinkovitost upravljanja na destinacijski in podjetniški ravni.

Destinacijske organizacije, ki so v praksi najpomembnejši koordinator in upravljelec turizma na lokalni ravni, v zakonodaji sploh niso omenjene. Zato SST 2022–2028 (str. 202) s strateškim ciljem opredeljuje vzpostavitev kompetentnih in učinkovitih upravljavskih struktur, ki so za učinkovito upravljanje turističnih tokov v destinacijah ter usmerjanje in nadzorovan razvoj turizma, ki bo spoštoval trajnostna načela, ključnega pomena.

»Tradicionalna vloga destinacijskih struktur, ki so se v preteklosti osredotočale predvsem na informacijsko službo in trženje vsebine, ne zadostuje več. Destinacijske organizacije morajo prevzeti veliko aktivnejšo vlogo tudi na področju razvoja, urejanja turistične strukture, upravljanja turističnih tokov in zagotavljanja trajnostnih konceptov na vseh nivojih.« (SST 2022–2028, str. 205)

5.1 DMO (perspektivne, vodilne in regijske destinacije)

»Za koordinacijo, usmerjanje in pospeševanje turističnega razvoja, upravljanje turističnih tokov, promocijo turističnih produktov in storitev, razvoj drobne turistične infrastrukture, graditev in krepitev vertikalnih in horizontalnih povezav med turističnimi ponudniki, lokalnimi skupnostmi in vsemi drugimi zainteresiranimi deležniki so odgovorne destinacijske management organizacije (DMO).« (SST 2022–2028, str. 208)

Nova SST 2022–2028 opredeljuje perspektivne in vodilne DMO. S tem načinom rešujejo možnost vstopa novih destinacij s prehodnim obdobjem perspektivnih DMO. Ko bodo te destinacije dosegle zahtevane pogoje in zahteve, bodo lahko postale vodilne DMO, katerih zahteve so bistveno povečali. V nadaljevanju podajamo razlago in vlogo tako perspektivnih kot vodilnih DMO.

Perspektivne DMO

»Ključna vloga DMO v perspektivnih destinacijah je vzpostavljanje lokalne turistične ponudbe in doživetij, spodbujanje podjetnikov in investitorjev za vlaganja ter podjetniško dejavnost v turizmu, informiranje turistov v destinaciji, graditev lokalnih povezav in sodelovanja, promocija lokalne turistične ponudbe ter spodbujanje razvoja in urejanja skupne turistične infrastrukture v sodelovanju z lokalnimi skupnostmi in drugimi deležniki v destinaciji.« (SST 2022–2028, str. 209)

Pogoji in naloge, ki jih mora izpolnjevati perspektivna DMO:

1. imeti petletno strategijo razvoja turizma, usklajeno s smernicami nacionalne strategije turizma, in zagotavljati vsakoletni vsebinski in finančni načrt dela ter vsakoletno vsebinsko in finančno poročilo, ki mora vsebovati tudi evalvacijo izpolnjevanja strategije; za projekte v naravnem okolju je treba vedno pridobiti naravovarstvene smernice v skladu z Zakonom o ohranjanju narave;
2. določen mora biti jasen nosilec (naslov), ki je lahko pravna oseba, društvo, pa tudi poslovna enota v okviru obstoječih institucij (npr. služba v okvirih občinske uprave); poslovanje mora biti transparentno – če nosilec nima samostojnega računa, mora biti finančno poslovanje pregledno vodeno na jasno ločenih stroškovnih mestih;
3. zagotovljena mora biti ekipa, odgovorna za izvajanje programa – v tej ekipi mora biti najmanj en stalno zaposleni sodelavec, ki lahko del aktivnosti organizira tudi s pomočjo prožnejših oblik začasnega zaposlovanja;
4. ustanovitelji – predvsem lokalne skupnosti, pa tudi drugi deležniki, ki se zavežejo k rednemu letnemu finančnemu prispevku za skupni namen, morajo za delo perspektivnih DMO zagotavljati najmanj 100.000 evrov proračuna letno;
5. vsaj v času glavne turistične sezone mora imeti organizirano turistično informacijsko službo za obiskovalce. (SST 2022–2028, str. 209)

Status perspektivne DMO je začasen – traja lahko največ 5 let, v tem času mora turistično območje izpolniti pogoje za vodilno DMO. Te pogoje lahko destinacija izpolni sama, veliko lažje in z boljšim skupnim učinkom pa jih bo dosegla s partnerskim sodelovanjem s sosednjimi destinacijami.

Vodilne DMO

Vodilne destinacije razumemo kot ključne gradnike vseslovenske turistične ponudbe. Ključna naloga vodilnih DMO je, da skupaj s partnerji – lokalnimi skupnostmi, turistični ponudniki, razvojnimi agencijami, regijskimi iniciativami in drugimi zainteresiranimi deležniki – skrbijo za razvoj in upravljanje lokalne turistične ponudbe, vzpodbujajo rast kakovosti storitev in prispevajo k večji kakovosti doživetja in končni dodani vrednosti zasebne in javne turistične ponudbe. (SST 2022–2028, str. 209–210)

Pogoji in naloge, ki jih mora izpolnjevati vodilna DMO:

1. imeti petletno strategijo razvoja turizma, usklajeno z nacionalnimi smernicami in zagotavljati vsakoletni vsebinski in finančni načrt dela ter vsakoletno vsebinsko in finančno poročilo, ki mora vsebovati tudi evalvacijo izpolnjevanja strategije, za projekte v naravnem okolju pa je vedno treba pridobiti naravovarstvene smernice v skladu z Zakonom o ohranjanju narave;
2. biti samostojna pravna oseba s strokovno in profesionalno ekipo, oblika organiziranosti ni določena, zagotavljeno pa mora biti samostojno finančno poslovanje ter avtonomno in strokovno sprejemanje odločitev in odgovornosti;

3. najmanj 60 % članov upravnega organa prihaja iz turističnega gospodarstva; imeti strokovni svet, sestavljen iz ključnih predstavnikov turističnega gospodarstva na območju in turističnih strokovnjakov (sestavo strokovnega sveta predlaga direktor);
4. ustanovitelji – predvsem lokalne skupnosti, pa tudi drugi deležniki, se zavežejo k rednemu letnemu finančnemu prispevku za skupni namen, in zagotavljajo najmanj 250.000 evrov zagotavljenega proračuna letno, DMO pa je dolžna, da si na trgu in z razpisi prizadeva tudi za pridobivanje dodatnih virov;
5. porabiti največ 30 % zagotavljenega proračuna za plače zaposlenih, najmanj 70 % namenjenih izpolnjevanju programa, pri čemer se stroški zaposlenih, ki se pokrivajo iz tržnih prihodkov, v tem razmerju ne upoštevajo;
6. imeti organiziran najmanj eden, po potrebi glede na obisk in specifikke področja, ki ga pokriva, pa tudi več TIC-ev; zaželeno je, da so TIC-i integralni sestavni del DMO; v izjemnih in argumentiranih primerih ima DMO za te naloge lahko tudi pogodbenega izvajalca, ki pa mora biti sestavni del skupnega programa – zavezati se mora, da bo sledil politiki, prioritetam in vsebini dela TIC-ev, tako kot to opredeljuje DMO;
7. sodelovati s ponudniki in drugimi deležniki turizma v destinaciji; vzpostaviti zanesljiv pretok informacij in redne oblike srečevanj, informiranj in usposabljanj vseh zainteresiranih deležnikov;
8. Vodilna DMO je v sodelovanju s ponudniki turističnih storitev in drugimi deležniki odgovorna za načrtovanje, oblikovanje, promocijo in trženje celovite turistične ponudbe destinacije; za razvoj in krepitev skupne destinacijske znamke;
9. skupaj s ponudniki razvijati obstoječe in pospeševati razvoj novih avtentičnih turističnih produktov, krepiti infrastrukturno in programsko osnovo za ta namen in v sodelovanju s ponudniki in/ali agencijami pomagati pri tržni valorizaciji;
10. razviti najmanj eden turistični tržni produkt (ki na trgu deluje oziroma je organiziran kot prodajni produkt) z možnostjo ponujanja vloge inkubatorja, s čimer se produkt prepusti drugemu nosilcu, ko doseže tržno uspešnost;
11. skrbeti za identitetni sistem in celostno podobo turističnih usmerjevalnih in informacijskih sistemov (razen tam, kjer to določa zakon); najprimernejša rešitev je prevzem urejanja javno upravljanih sprehajalnih, turističnih in tematskih poti ter turističnih točk v celoti; v okoljih, kjer te poti in točke že imajo kompetentne upravljavce, DMO zagotavlja vsaj uvajanje in spoštovanje enotnega usmerjevalnega in informacijskega sistema;
12. upravljati in razvijati vsaj eno turistično točko, znamenitost ali tematsko pot;
13. v skladu z nacionalnimi prioritetami in v skladu s svojimi pristojnostmi nositi odgovornost za trajnostni razvoj turizma na svojem območju; zagotavljati zelenega koordinatorja, ki skrbi za izpolnjevanje in uveljavljanje trajnostnih principov v destinaciji;
14. prevzeti aktivno vlogo pri certificiranju kakovostnih lokalnih proizvodov, usposabljanju ponudnikov in vključevanju teh proizvodov v turistično ponudbo;
15. biti odgovorna za zbiranje, obdelavo in interpretacijo podatkov, pomembnih za poslovno odločanje DMO, ponudnikov in drugih na turizmu vezanih deležnikov;

16. slediti razvoju tehnologij in uvajanju predvsem sodobnih digitalnih orodij in rešitev v trženje in upravljanje turističnih tokov v destinaciji;
17. lokalne skupnosti, regijske in druge institucije, ki se ukvarjajo z razvojnimi programi, so najmanj pri vsebinah, ki vključujejo turistično dejavnost, dolžne vabiti in vključevati kompetentne predstavnike vodilnih DMO ter upoštevati njihovo mnenje;
18. opredeljeni pogoji začnejo v polnosti veljati po koncu prehodnega obdobja z dnem 1. 1. 2025; vodilne destinacije in njihovi ustanovitelji skozi partnersko sodelovanje in združevanje s sosednjimi lokalnimi skupnostmi in destinacijskimi organizacijami v roku nadaljnjih 5 let povečujejo obseg povezane ponudbe in obseg zagotavljenega letnega proračuna vodilne DMO na najmanj 500.000 evrov.

Osnovni finančni vir za delovanje vsake DMO so vsakoletna sredstva ustanoviteljev, ki morajo pokrivati zahteve tekočega poslovanja in najnujnejši razvoj. Vsaka vodilna DMO je tudi dolžna iskati tudi dodatne vire financiranja tako z naslova tržnih dejavnosti (ki pa ne smejo povzročati nelojalne konkurence zasebnemu sektorju ali biti v nasprotju s prioritetai destinacije) kot z naslova razpisov. Pametno uporabljena sredstva z razpisov lahko običajno pomenijo pomembne korake naprej, pri čemer je treba paziti, da so tovrstna sredstva namenjena vsebinam, ki jih lahko vzdržujemo in razvijamo naprej, tudi ko je razpisnih sredstev konec.

Prihodki iz uspešne tržne dejavnosti lahko zagotovljeni obseg sredstev za osnovne naloge DMO pomembno okrepijo, lahko pa so tudi vir za pokrivanje stroškov dela dodatno zaposlenih. Pogosto lahko k takim dodatnim virom prispevajo tudi lokalne skupnosti ustanoviteljice, če DMO zaupajo upravljanje turističnih točk, infrastrukturo ali vsebine, ki zagotavljajo presežek prihodkov.

Veliko pomembnejši vir od dosedanje prakse mora postati tudi združevanje sredstev DMO in ponudnikov za razvoj in promocijo posameznih uspešnih produktov ali za pospeševanje prodaje destinacije kot celote. (SST 2022–2028, str. 209–211)

Regijske turistične destinacije in regijske DMO

Predpogoj regijske DMO je smiselna geografska, programska, prometna, zgodovinska ipd. zaokroženost območja in interes, izkazan v pripravljenosti za sodelovanje in financiranje skupnega programa. Perspektivne DMO in vodilne DMO naj bi se prioritetno ukvarjale z razvojem in krepitvijo kakovosti ter vrednosti ponudbe, regijske DMO pa v večji meri s promocijo, ki bi seveda vključevala vsebino ponudbe vseh sestavnih delov, saj bomo le tako na daljši rok lahko dovolj opazni in prepričljivi.

Pogoji in naloge, ki jih mora izpolnjevati regijska DMO:

1. imeti petletno strategijo razvoja turizma, usklajeno z nacionalnimi smernicami, in zagotavljati vsakoletni vsebinski in finančni načrt dela ter vsakoletno vsebinsko in finančno poročilo, ki mora vsebovati tudi evalvacijo izpolnjevanja strategije;

2. regijsko DMO ustanovijo zainteresirane DMO na programsko in geografsko zaokroženem območju, ki želijo razvijati skupni program; pridružijo se lahko tudi občine, ki ležijo znotraj interesnega območja, pa nimajo svoje lastne DMO;
3. ustanovljena je lahko kot pravna oseba ali v obliki konzorcijske pogodbe, o konkretni obliki se glede na zastavljen program in finančne možnosti odločajo ustanovitelji samostojno; konzorcijska pogodba je primerna oblika predvsem na začetku vzpostavljanja regijskega programa; ne glede na obliko mora regijska destinacijska organizacija imeti organe upravljanja, v katerih so sorazmerno zastopani predstavniki ustanoviteljev;
4. ustanovitelji – predvsem DMO, ki sestavljajo jedro regijske DMO, pa tudi lokalne skupnosti na območju turistične regije brez svoje DMO in drugi deležniki, ki se zavežejo k rednemu letnemu finančnemu prispevku za skupni program – prispevajo najmanj 200.000 evrov zagotavljenega proračuna letno; regijska DMO pa je dolžna, da se na trgu in z razpisi prizadeva tudi za pridobivanje dodatnih virov;
5. celotno območje, združeno v turistično regijo, ki želi vzpostaviti regijsko DMO, letno (vsaj enkrat v roku zadnjih treh let) prispeva vsaj 500.000 nočitev k skupni slovenski realizaciji; če tega obsega ne dosega, je smiselno, da se partnerji združujejo v skupno in močnejšo vodilno destinacijo;
6. **program dela regijske DMO obsega najmanj aktivnosti na naslednjih področjih:**
 - a) povezovanje in oblikovanje celovite ponudbe regije;
 - b) razvoj, upravljanje in trženje regijskih turističnih produktov; razvoj in upravljanje regijske destinacijske znamke;
 - c) krovna promocija in trženje celovite ponudbe regije na mednarodnih trgih;
 - d) aktivno pospeševanje trajnostnih modelov mobilnosti, upravljanja in ponudbe na območju regije;
 - e) razvoj in implementacija digitalnih orodij za podporo razvoju, upravljanju in trženju na regijski ravni;
 - f) strateško načrtovanje na regijski ravni; sodelovanje in usklajevanje z nacionalno ravno;
 - g) redno programsko in finančno usklajevanje med ustanovitelji in posameznimi lokalnimi skupnostmi; vsaj enkrat letno organizirana skupščina/zbor ustanoviteljev;
 - h) skupno nastopanje in predstavljanje regije v organih STO, programsko in vsebinsko usklajevanje s STO in drugimi nacionalnimi institucijami na področju turističnih razvojnih in trženjskih aktivnosti;
7. financiranje programa dela regijske DMO zagotavljajo partnerji z združevanjem sredstev, občine z območja regije pa z dodatnim financiranjem iz proračunov; regijska organizacija lahko kandidira na javnih razpisih, partnersko sodeluje z gospodarstvom in drugimi institucijami, pridobiva sponzorska sredstva, pa tudi prihodke z naslova lastne dejavnosti;
8. regijska DMO ima pravico do predstavnika v organu odločanja STO, ki potrjuje program dela, možnost sodelovanja v svojih organih pa mora zagotoviti predstavniku STO;
9. program dela regijske DMO se vsako leto sofinancira tudi iz namenskih sredstev STO, ki mora postopno sofinanciranje promocije vodilnih destinacij prenesti na regijski nivo in s tem prispevati k združevanju ponudbe in institucij;

10. ministrstvo, pristojno za turizem, razpise za razvojne spodbude, usposabljanje in razvoj produktov prioriteto usmerja s sofinanciranjem usklajenih programov in projektov regijskih turističnih organizacij, kar se uredi tudi z ustrezno dopolnitvijo Uredbe o razvojnih spodbudah v skladu s četrtem odstavkom 4. člena ZSRT-1. (SST 2022–2028, str. 212–213)

Prehodno obdobje

Za vzpostavitev sistema in uvajanje ključnih sprememb je predvideno prehodno obdobje 2022–2025. Navajamo nekatere ključne mejnike:

- a) strategija je sprejeta v prvem polletju 2022;
- b) status trenutnih vodilnih destinacij je zamrznjen do konca leta 2023;
- c) destinacijske organizacije morajo v svojih vsebinskih in finančnih načrtih za leto 2023 upoštevati smernice iz te strategije;
- d) MGRT pooblasti STO, da v letu 2023 vzpostavi in v nadaljevanju vsakoletno posodablja register destinacijskih organizacij v skladu s smernicami te strategije (perspektivne, vodilne in regijske DMO), ki služi kot uradni seznam in formalna osnova za razpise, namenjene vzpodbujanju promocijskih, razvojnih in upravljavskih aktivnosti na področju turizma v skladu s smernicami te strategije;
- e) v letu 2022 so pripravljene in v 2023 sprejete spremembe ZSRT-1, ki opredelijo vloge, aktivnosti, naloge in financiranje v slovenskem turističnem sistemu, v skladu z opredelitvami in usmeritvami iz te strategije;
- f) v prehodnem obdobju 2023–2025 STO nadaljuje s promocijsko podporo vodilnim destinacijam v enakem obsegu kot v minulih dveh letih, med upravičence pa dodaja regijske DMO, ki v tem času izpolnijo pogoje za vpis v register;
- g) od 2025 naprej STO sofinancira samo še tržne in promocijske aktivnosti na ravni regijskih DMO;
- h) MGRT objavi prvi dvoletni razpis za razvoj destinacij v 2024, upravičenci so DMO, vključene v aktualizirani register destinacijskih organizacij (perspektivne, vodilne in regijske), ki ga vodi STO.

Med drugim bi tudi izpostavili ukrep SST 2022–2028 (str. 215–216), ki predlaga umestitev destinacijskih organizacij v ZSRT-1 kot obliko organiziranja turizma na nacionalni, regionalni in lokalni ravni ter zagotovitev stabilnega financiranja. Omenjeni ukrep določa minimalen delež sredstev za delovanje destinacijskih organizacij, ustanovljenih s strani občin, zbranih z naslova turistične takse (strokovni predlog je od 60 do 85 % celotne zbrane turistične takse v primeru vodilnih destinacij). Predlaga se dodatni člen ZSRT-1, ki določa, da če občina ali več občin, ki ustanovijo destinacijsko organizacijo, ne zbere zadosti turistične takse za doseganje minimalnega proračuna destinacijske organizacije, so manjkajoča sredstva dolžne zagotoviti iz lastnih proračunov.

V nadaljevanju podajamo naloge destinacijske in regijske DMO, opredeljene v SST 2022–2028, str. 243–244.

Naloge destinacijske DMO:

- razvoj, označevanje, upravljanje, vzdrževanje drobne produktne javne turistične infrastrukture;
- razvojno delo na produktih (infrastrukturne in programsko-trženjske aktivnosti) – razvoj novih in nadgradnje obstoječih;
- oblikovanje razlikovalnih destinacijskih doživetij (produkti, pretvorjeni v prodajne programe) – v partnerstvu z destinacijskimi oziroma agencijami DMC (Destination Management Company); v primeru, da slednjih ni, to razvojno-inkubatorsko vlogo prevzema destinacijska DMO;
- operativna prodajno usmerjena promocija in prodaja konkretnih destinacijskih produktov;
- usmerjanje, spodbujanje, motiviranje in povezovanje ponudnikov za sestavljanje integralnih produktov z večjo dodano vrednostjo;
- proaktivno delovanje v smeri potrebnih sprememb zakonodaje za zagotovitev ustreznega poslovno-zakonodajnega okolja za delovanje posameznega produkta;
- digitalizacija turističnih produktov in doživetij;
- aktivno sodelovanje v okviru načrtovane krovne platforme za promocijo in pospeševanje prodaje nastanitev in še posebej doživetij.

Naloge regijske DMO:

- razvoj, upravljanje in trženje regijskih turističnih produktov;
- proaktivno delovanje v smeri potrebnih sprememb zakonodaje za zagotovitev ustreznega poslovno-zakonodajnega okolja za delovanje posameznega produkta, v sodelovanju s produktnimi združenji in destinacijskimi DMO.

5.2 Spodbujanje razvoja turizma na destinacijski in regionalni ravni

Turizem nastaja, se razvija in izvaja prvenstveno na ravni turističnih ponudnikov in turističnih destinacij, zato je to temeljna raven, ki jo moramo krepiti in zanjo zagotoviti ciljno usmerjeno finančno pomoč. Upravičenci za sodelovanje na razpisih bodo destinacijske organizacije, vključene v register DMO, ki ga vodi STO.

Na ravni destinacijskih organizacij SST 2022–2028 (str. 217–219) predvideva štiri ukrepe in finančno pomoč pri:

- krepitvi kompetenc destinacijskih organizacij in ponudnikov,
- krepitvi tržnih aktivnosti in razvoju blagovnih znamk,
- podpori razvoju turističnih produktov, drobne turistične infrastrukture in upravljanju turističnih tokov ter
- prevetritvi in posodobitvi opredeljenih delovnih mest, plačnega sistema in nagrajevanju zaposlenih v destinacijskih organizacijah.

6 DESTINACIJSKA MENEDŽERSKA IN MARKETINŠKA ORGANIZACIJA TDRP

Upravljanje TDRP temelji na vzpostavitvi Destinacijske menedžerske in marketinške organizacije (v nadaljevanju tudi DMMO) Turistične destinacije Rogla - Pohorje. DMMO TDRP bo s pravno-formalno vzpostavitvijo skrbela za celovito načrtovanje, organiziranje, vodenje, upravljanje, monitoring in evalvacijo razvoja in trženja turizma na območju TDRP, torej vseh štirih občin – Oplotnica, Slovenske Konjice, Vitanje in Zreče. V prejšnjem strateškem obdobju se je tovrstna organiziranost izkazala za uspešno, zato je takšno upravljanje TDRP predvideno tudi za naprej z manjšimi pomembni spremembami.

Posamezne aktivnosti bodo v prihodnje še naprej peljali štirje centri, in sicer:

- **Center kakovosti TDRP** (v nadaljevanju tudi CK),
- **Center za trženje TDRP** (v nadaljevanju tudi CT),
- **Center doživetij TDRP** (v nadaljevanju tudi CD) ter
- **Center za raziskave in razvoj TDRP** (v nadaljevanju tudi CRR).

Slika 3: Model razvoja in trženja turizma TDRP

DMMO ROGLA – POHORJE (celovito načrtovanje, organiziranje, vodenje, upravljanje, monitoring in evalvacija) (Partnerstvo za: razvoj in trženje ponudbe, nastopanje pod skupno znamko, zagotavljanje kakovosti, upravljanje infrastrukture, doživetij ter obiska idr.)			
CK TDRP	CT TDRP	CD TDRP	CRR TDRP
Upravljanje in trženje: KBZ Okusi Rogle, dobaviteljskih oskrbnih verig, verige kupcev – javne ustanove in gostinski obrati.	Načrt strateškega in operativnega trženja. TDRP (letni uredniški načrt TDRP)	Razvoj produktov in doživetij.	Načrtovanje in izvajanje strateških projektov razvoja in trženja TDRP.
Nagrajevanje in vzdrževanje kakovosti KBZ Okusi Rogle.	Sejmi in dogodki B2B.	Dogodki in prireditve.	Razvoj človeških virov.
Nagrajevanje kakovosti v gostinstvu in turizmu	TA TDRP.	Vodniki, interpretatorji narave in KD, kustosi, izvajalci delavnic in degustacij.	Vzpostavitev zelene in dostopne destinacije (ZSST).
Monitoring in evalvacija. KBZ s Pohorja. Nesnovna dediščina. Rokodelski center.	Socialna omrežja TDRP.	Ponudniki TDRP.	Upravljanje turistične infrastrukture in objektov interpretacije narave in KD.
			Digitalna preobrazba TDRP.

Vir: Posodobljeno po Lešnik Štuhec, 2016b, str. 159

Vsak center deluje pod okriljem vodje centra, ki koordinira aktivnosti delovnih skupin, te pa udeležujejo želene vizije, strateške in operativne cilje ter aktivnosti TDRP in posamezne občine znotraj destinacije.

Operativne naloge CK TDRP:

- skrb za razvoj kakovostnih storitev na področju gostinstva, turizma, predelave v kmetijstvu in z njimi povezanimi dejavnostmi,
- mreženje ponudnikov z BZ v verige na nivoju TDRP in nadalje DP,
- skrb za povezano in certificirano ponudbo BZ Okusi Rogle in nadalje DP,
- skrb za ocenjevanje, vzdrževanje kakovosti in spodbudo ponudnikov k proizvodnji izdelkov in ponudbi storitev,
- skrb za celovito promocijo, trženje in prodajo BZ Okusi Rogle ipd.,
- sodelovanje s CK DP,
- spremljanje in evalviranje aktivnosti CK TDRP,
- letno spremljanje in evalviranje načrta razvoja in trženja turizma TDRP.

Operativne naloge CT TDRP:

- oblikovanje načrta strateškega trženja in letni akcijski načrt komuniciranja destinacijske znamke Rogla - Pohorje in BZ Okusi Rogle,
- izvajanje strateške promocije in trženje TDRP s pomočjo STO, RDO Dežela Celjska, Konzorcijem Slovenia Green, Aktivno Slovenijo – Slovenia Outdoor, Združenjem zgodovinskih mest Slovenije (v nadaljevanju tudi ZZMS) in DP,
- trženje ponudbe celovitih doživetij po meri ciljnih skupin turistov,
- spremljanje in evalviranje aktivnosti CT TDRP,
- letno spremljanje in evalviranje načrta razvoja in trženja turizma TDRP.

Operativne naloge CD TDRP:

- skrb za kakovostne prireditve in dogodke na nivoju TDRP,
- skrb za razvoj produktov in produktnih tržnih kombinacij,
- spodbujanje k promocijski akciji dnevov odprtih vrat ponudnikov TDRP,
- vodenje registra destinacijskih vodnikov ter skrb za njihovo usposabljanje in posodabljanje odlokov o turističnih vodniških službah,
- skrb za prijavo na poziv STO – Slovenia Unique Experiences (v nadaljevanju tudi SUE),
- skrb za odlično informiranje v TIC-ih,

- informiranje in ozaveščanje deležnikov,
- sodelovanje s CD DP,
- spremljanje in evalviranje aktivnosti CD TDRP,
- letno spremljanje in evalviranje načrta razvoja in trženja turizma TDRP.

Operativne naloge CRR TDRP:

- spremljanje razpisov in oblikovanje projektne dokumentacije,
- načrtovanje in izvajanje strateških projektov za razvoj in trženje TDRP,
- dogovarjanje o poslovnem sodelovanju v TDRP,
- menedžment raziskav in razvoja v turizmu TDRP,
- skrb za razvoj trajnostne, zelene in dostopne TDRP,
- menedžment trajnostnega upravljanja TDRP,
- skrb za digitalizacijo v turizmu TDRP,
- sodelovanje pri projektih aktivnostih z DP in CRR DP.

Vlogo DMMO TDRP bo opravljala LTO Rogla - Zreče, GIZ, v okviru katerega deluje tudi TIC Zreče. DMMO TDRP povezovala vse štiri obstoječe enote TIC-ev s podružnicama (TIC Oplotnica, TIC Slovenske Konjice, TIC Vitanje in TIC Zreče).

V novem načrtu razvoja in trženja turizma dodajamo **koncept trajnostnega upravljanja TDRP**, ki je tudi glavna smernica tokratne strategije razvoja slovenskega turizma. Trajnostno upravljanje destinacije upošteva vrsto okoljskih, družbenih in ekonomskih dejavnikov ter vključuje vse deležnike v turizmu: zaposlene, prostovoljce, sponzorje, turistične ponudnike, dobavitelje proizvodov in storitev, javna in zasebna podjetja, obiskovalce/turiste in lokalno prebivalstvo. Za trajnostno upravljanje so zadolženi vsi centri TDRP.

V nadaljevanju podajamo operativne cilje in ukrepe na področju DMMO, pri čemer dosledno sledimo konceptu trajnostnega upravljanja turističnih destinacij, dodatno pa upoštevamo tudi najnovejše trende na področju turizma.

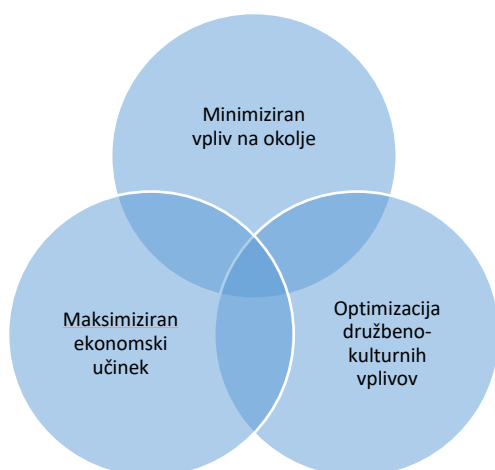
Glavni strateški cilji na področju DMMO

Zagotoviti razmere in ustvariti pogoje, ki bodo:

- **javnemu sektorju** dolgoročno omogočili uspešno celostno upravljanje, razvoj in promocijo turizma v destinaciji;
- **zasebnemu sektorju** dolgoročno omogočili razvoj kakovostne, edinstvene in trajnostne turistične ponudbe;
- **prebivalce** v večji meri vključili v načrtovanje in izvajanje turističnih politik.

S temi strateškimi cilji na področju DMMO sledimo modelu TBL – *Triple Bottom Line* (model trojnega izida), ki temelji na hkratnem uresničevanju okoljskih, družbenih in ekonomskih ciljev, vendar vključno s trajnostnimi zahtevami (varnost in zdravje ljudi, zmanjšanje emisij, okoljska uredba, inovativnost, družbeni napredek ipd.)

Slika 4: Elementi odgovornega razvoja turizma po modelu TBL



Vir: Elkington 1999 v Golob, 2016, str. 72

Model, ki ga je razvil Elkington, se usmerja v vrednotenje ekonomskega, družbenega in okoljskega vidika. Krogi, ki se sekajo, nam ponazarjajo uravnoteženost med temi tremi elementi trajnostnega razvoja. »Koncept razvoja turizma na najbolj trajnosten način mora upoštevati vse tri glavne vidike trajnosti: vpliv na okolje, družbeni in kulturni vpliv in ekonomsko vrednost.« (SST 2022–2028, str. 91) Model TBL se lahko uporablja kot analitično orodje za identificiranje vplivov, ki nastajajo kot posledica delovanja organizacij in dogodkov. S pravilnim upravljanjem trajnostnega razvoja lahko zmanjšamo negativne in povečamo pozitivne vplive na okoljskem, ekonomskem in družbeno-kulturnem področju.

Vplivi turizma so med seboj povezani in učinkujejo drugi na druge, zaradi česar so na teh treh področjih prisotni pozitivni in negativni vplivi. Pri tem je pomembno dejstvo celovitosti vplivov in njenega razumevanja. Trajnostni razvoj je lahko zgolj pozitiven, negativnega trajnostnega razvoja ni, saj gre pri trajnostnem turizmu za maksimiranje pozitivnih vplivov in zmanjšanje negativnih. Pomembno je, da po modelu TBL TDRP razvije svojo edinstveno posebnost, ki bo hkrati njen zeleni DNK. Več o tem je že raziskanega in zapisanega v delu *Kartuzijanske vrednote kot temelj inovativnega modela razvoja podeželske turistične destinacije* (Kangler, 2016).

Na kartuzijanskem meniškem redu in njegovi preprosti življenjski filozofiji, ki v sebi skriva vse elemente trajnosti in družbene odgovornosti (ljudje, zemlja in gospodarski razvoj), bi lahko TDRP gradila trajnostno razlikovalno noto, ki je edinstvena posebnost in povezuje vse občine. Duh te miselnosti je v destinaciji prisoten že več kot 850 let. (Kangler, 2016, str. 1)

V TDRP imamo v povprečju razmeroma čisto, zdravo in neokrnjeno naravo (56 % območja pokrivajo gozdovi, 92 % destinacije je nepozidane). Odgovornost države in vsakega prebivalca posebej je ohranjati naravo tudi za zanamce – prihodnje rodove, zanj skrbeti ter k odgovornemu ravnanju spodbujati tudi obiskovalce. Trajnostni razvoj je pomemben tako iz razloga, ker z uravnoteženem razvojnim zagonom

prinaša višjo kakovost življenja ter konkurenčnost gospodarstva na nacionalni in lokalni ravni, kot tudi zato, ker pospešuje revitalizacijo podeželja.

»Slovenija na področju razvoja trajnostnega turizma velja za pionirja in enega najboljših primerov strateškega pristopa k trajnosti na nacionalni ravni.« (SST 2022–2028, str. 89) Dokument nadalje navaja, da mora Slovenija svoj trenutni model spodbujanja trajnosti v turizmu nadgraditi s svežimi trajnostnimi vsebinami in zeleno infrastrukturo ter ga uskladiti s trendi.

6.1 Ključni kazalniki uspešnosti TDRP

V nadaljevanju dokumenta so zastavljeni številni cilji, ukrepi in aktivnosti tako na ravni TDRP kot tudi PP, ki jih je treba izvesti po posameznih strateških področjih. V spodnji tabeli smo opredelili ključne kazalnike uspešnosti (KPI) za naslednje 7-letno obdobje. Ker je pandemija covid-19 stanje izrednih razmer – ob tem pa je mogoče čutiti še posledice vojne v Ukrajini, do katere je prišlo v fazi priprave pričujočega dokumenta – leto 2019 razumemo kot izhodiščno leto za nadaljnje usmeritve. Tudi SST 2022–2028 (str. 76) za izhodiščno leto vzame leto 2019.

Tabela 10: Ključni kazalniki uspešnosti (KPI) TDRP

KPI	KAZALNIK	IZHODIŠČNA VREDNOST OD 2019	CILJNA VREDNOST DO 2028
Trajnostna rast turističnega obiska	Rast prihodov na letni ravni (%)	2,8 % (rast prihodov leta 2019) –19,5 % (padec rasti leta 2020)	3 % letno
Daljša doba bivanja	Povprečna doba bivanja (dni) – PDB	2,91 dni	3,2 dni (10-% rast v celotnem strateškem obdobju)
Blažitev sezonskosti	Prenočitve v sezoni: dec–mar, jun–sep (%)	70	65
	Prenočitve izven sezone: apr–maj, okt–nov (%)	30	35
Dvig turistične potrošnje	Povprečna poraba na dan (€)	Ni podatka	130 €
Dvig ocene trajnosti	Povprečna ocena v ZSST	8,8	9,1
Zadovoljstvo obiskovalcev in prebivalcev	Rezultati anket ZSST – novelirana verzija 2021	Obiskovalci: Ni podatka Prebivalci: 3,7/5	Obiskovalci: Visoko Prebivalci: Dvig za 10 %

KPI 1: Zagotavljanje trajnostnega turističnega obiska in ohranjanje PDB

Zaradi spremenjene metodologije beleženja turističnih prihodov primerjamo podatke od leta 2018 naprej. Povprečna rast prihodov v TDRP med letoma 2018 in 2019 je bila 2,8 %. Leto 2020 je bilo prelomno zaradi pojava covid-19 in rast se je umirila oziroma upadla. Leta 2021 je bil padec glede na leto 2019 23,8-odstoten. Kljub razglašeni epidemiji je bil padec manjši na račun prihodov slovenskih gostov zaradi dodeljenih turističnih bonov leta 2020, ki so bili podaljšani do junija 2022. »Turizem je vsekakor eden izmed najbolj prizadetih gospodarskih sektorjev v času pandemije covid-19. [S] 4 % rasti v letu 2019 je turizem na globalnem nivoju padel za 80 %, v Evropi 77 %, v Aziji in Pacifiku pa za 95 %.« (SST 2022–2028, str. 74)

V TDRP smo med letoma 2018 in 2019 zabeležili 1-odstotno rast nočitev. V letu 2020 smo zaradi epidemije covid-19 zabeležili 25-odstotni padec nočitev v primerjavi z letom 2019, ki je bilo tudi najbolj uspešno leto, leta 2021 pa je bil v primerjavi z letom 2019 padec nočitev 26-odstoten.

Tabela 11: Projekcija števila turističnih prihodov in prenočitev v TDRP ob 3-% letni rasti

	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Prihodi	80.984	83.254	67.224	63.407	65.309	67.268	69.287	71.365	73.506	75.711	77.983
Prenočitve	284.746	287.856	244.488	212.697	219.078	225.650	232.420	239.392	246.574	253.971	261.590

Prvi KPI je zagotoviti konstantno in trajnostno rast turističnih prihodov, pri čemer se PDB najmanj ohranja (gl. KPI 2), kar pomeni, da enako konstantno kot prihodi rastejo tudi prenočitve. Projekcija do leta 2028 za izhodišče jemlje podatke iz leta 2021, predvideva stabilizacijo turističnega obiska do leta 2028, s 3-odstotno letno rastjo, ter je izdelana ob predpostavki, da epidemije covid-19 ne bo v tako veliki razsežnosti in da bodo vremenske razmere pozimi v naslednjih letih omogočale izvajanje zimskih aktivnosti na prostem. Projekcija ne upošteva morebitnega upada prenočitev zaradi prenove ali zaprtja katerega izmed hotelov največjega ponudnika nastanitev v TDRP, morebitnega podaljšanja/nove epidemije, drugih naravnih nesreč zaradi višje sile ali političnih dogodkov po svetu, ki bi lahko vplivali na prihode turistov. Scenarij 3 *Nekaj več in veliko bolje* v SST 2022–2028 predvideva zmerno rast števila prihodov in nočitev ob hkratnem doseganju višje cenovne rasti storitev.

V TDRP turisti povprečno bivajo 2,91 dneva. Cilj načrta razvoja in trženja v turizmu je, da se PDB poviša za 10 %, to je na 3,2 dneva. Gre za precej visoko PDB, ki jo bo mogoče ohranjati le z razvojem nove turistične ponudbe izven glavne sezone (spomladi in jeseni). Povprečna doba bivanja v Sloveniji je leta 2019 znašala 2,5 dni, leta 2020 pa kar 3 dni (Turizem v številkah, 2019, str. 5). Ob tem gre poudariti, da gre za turistično leto, ki ga je zaznamovala epidemija in zato podatki niso povsem primerljivi.

KPI 2: Spremljanje in blažitev sezonskosti

Sezonskost je eden od pomembnih ekonomskih kazalnikov za usmerjanje razvoja destinacije. Indeks sezonskosti predstavlja razmerje med številom prenočitev v dveh najbolj zasedenih mesecih leta in številom prenočitev na letni ravni. Za destinacije, ki se s sezonskostjo uspešno spopadajo, velja, da vsaj 70 % prenočitev zabeležijo izven dveh najbolj obiskanih mesecev v opazovanem letu (Knežević Cvelbar, 2021 v SST 2022–2028, str. 38).

SST 2022–2028 navaja, da sezonskost najmanj občutijo destinacije Termalne Panonske Slovenije, medtem ko so destinacije Alpske Slovenije sezonskosti najbolj izpostavljene oz. je sezonskost najizrazitejša prav v alpski MD (40,44 %), kamor pa sodi tudi TDRP.

Priporočila SST 2022–2028 destinacijam z visoko sezonsko obremenitvijo (str. 38): *»Sezonsko obremenitev destinacije je treba nasloviti s strateškim pristopom k načrtovanju in razvijanju turistične ponudbe in produktov izven glavne sezone. Trajnostni razvoj destinacij mora temeljiti na zmanjševanju sezonskosti in preobremenitve destinacij v krajšem obdobju leta (za večino destinacij sta to meseca julij in avgust) ter omogočati stabilno poslovanje turističnih podjetij čez vse leto. Pri tem je ključno opredeliti produkte in ciljne trge izven glavne sezone.«*

TDRP naj z razvojem novih turističnih produktov, primernih za vse letne čase, poviša obisk izven zime in poletja, sploh v najbolj mrtvih mesecih (april, maj, oktober in november) ter okrepi pomladno in jesensko ponudbo.

KPK 3: Spremljanje in dvig turistične potrošnje

Točnega podatka o tem, koliko dnevni obiskovalec ali turist TDRP potroši na dan, ni. V okviru ZSST je bila opravljena anketa med turisti TDRP leta 2019, ki je pokazala, da povprečni turist v destinaciji na dan zapravi 148,50 evrov. Na drugi strani je povprečna poraba enodnevnega gosta 100,00 evrov. (Vir: LTO Rogla - Zreče, GIZ)

»V povprečju turisti v Sloveniji porabijo 56[J€ na dan za sprotne izdatke; to so dnevni izdatki brez transporta in nočitve. Za nočitev v povprečju potrošijo 62[J€.« (Valicon, 2021) Tuji turisti, ki v Sloveniji bivajo v hotelu, dnevno v povprečju potrošijo prek 120 evrov, tisti iz kampov pa manj, to je 58 evrov. *»Dnevna potrošnja je najvišja v zimski sezoni (68[J€), medtem ko je poleti v kampih najnižja (40[J€).«* (Valicon, 2021)

»Povprečni dnevni izdatki tujih turistov so bili najvišji v spomladanskem in jesenskem obdobju. V aprilu in maju 2019 je tuji turist v Sloveniji porabil povprečno dnevno 156 EUR, v juliju in avgustu 2019 97 EUR, v septembru in oktobru 157 EUR ter v decembru 2019 in januarju 2020 153 EUR. Po oceni so izdatki tujih turistov, nastanjenih v hotelih v Sloveniji, v letu 2019 znašali povprečno 148 EUR na osebo na dan. Najvišje povprečne izdatke na osebo na dan so v 2019 imeli turisti iz neevropskih držav (184 EUR), najnižje pa turisti iz Nemčije (123 EUR).« (Slovenska turistična organizacija, 2020a)

Ciljna vrednost za turiste, ki bivajo v TDRP, za leto 2028 znaša 130 evrov dnevne potrošnje.

KAKO: Dvig potrošnje z butičnimi programi in edinstvenimi doživetji za ciljne skupine.

KPI 4: Dvig ocene trajnosti

V ZSST, ki vrednoti trajnostni razvoj turizma, TDRP trenutno na lestvici od 1 do 10 dosega povprečno oceno trajnosti 8,8, kar jo že uvršča med ene izmed boljše certificiranih slovenskih destinacij. Glede na to, da se pričujoči načrt razvoja in trženja turizma z ukrepi osredotoča na trajnost in da je v TDRP že v veljavi akcijski načrt za dvig trajnostnega poslovanja, je cilj za leto 2023, ko bo ponovno ocenjevanje, preseči že pridobljeno oceno in jo dvigniti na 9,1 do leta 2026. To bi za TDRP zelo verjetno pomenilo tudi pridobitev

naziva Slovenia Green Destination Platinum. Pri pridobivanju tega certifikata smo zelo previdni, saj občine TDRP razpolagajo z različnimi dokumenti in so tudi različno razvite.

*KAKO: Priprava več dokumentov: **Celostna prometna strategija** dveh občin – Vitanje in Oplotnica, strateški dokument prilagajanja na podnebne spremembe, strategija merjenja in minimiziranja ogljičnega odtisa obiskovalcev in strateški dokument kriznega načrta za turizem.*

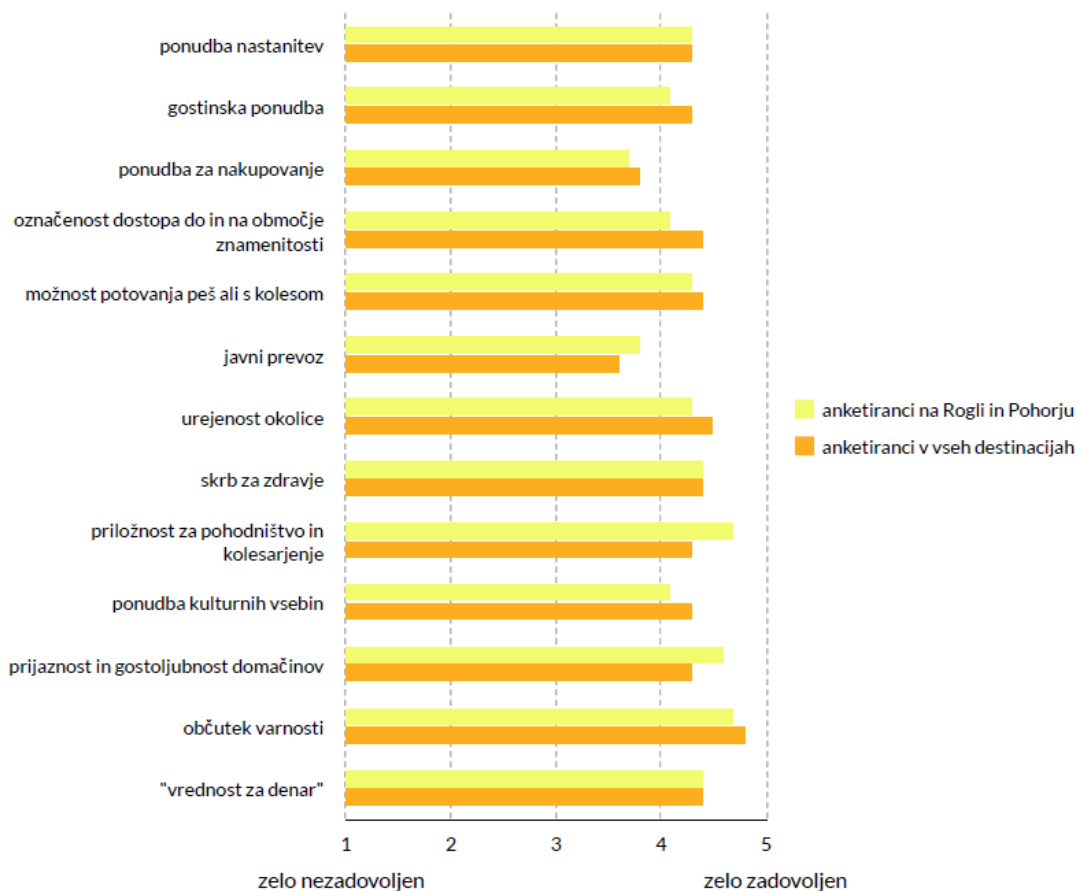
KPI 5: Zadovoljstvo obiskovalcev in prebivalcev

Zadovoljni obiskovalci in prebivalci so pomemben element in ključ do trajnostnega in odgovornega turizma, zato je sistematično spremljanje njihovega zadovoljstva pomembno. V okviru ZSST je TDRP leta 2019 z anketnim vprašalnikom merila zadovoljstvo tako obiskovalcev kot turistov. Z raziskavo trajnostne usmerjenosti obiskovalcev TDRP so zabeležili visoko stopnjo zadovoljstva s trenutno pestrostjo in kakovostjo ponudbe; kar 95 % gostov je bilo s celostno izkušnjo na destinaciji zadovoljnih. Obiskovalci so zadovoljni in podpirajo razvoj turizma (povprečje vseh odgovorov 3,77/5). Primerjava odgovorov med anketnimi vprašalniki ni možna, ker je ZSST z letom 2021 prešla na novelirano verzijo.

V sklopu ZSST je TDRP med letoma 2021–2022 izvajala anketo za obiskovalce in prebivalce, znotraj katere so dobili tudi podatek o njihovem zadovoljstvu. Obiskovalci so podajali ocene izkušnje v destinaciji. Tukaj gre izpostaviti zadovoljstvo v zvezi s priložnostjo za pohodništvo in kolesarjenje v destinaciji, kar nas ne preseneča, glede na to, da je glavni motiv prihoda v destinacijo rekreacija, nato sledita obisk naravnih in kulturnih znamenitosti ter počitek. Anketiranci so izjemno zadovoljni s prijaznostjo in gostoljubnostjo domačinov ter nastanitvami. Vse omenjeno je nad povprečjem destinacij, med katerimi je bila opravljena analiza anketnega vprašalnika. Zajetih je bilo 18 destinacij, ki so vključene v ZSST. Bolj podrobno analizo nam prikazuje spodnja infografika, ki je bila opravljena v okviru projekta LABELSCAPE Interreg MED in jo je pripravil Geografski inštitut Antona Melika ZRC SAZU.

Slika 5: Ocena izkušnje v destinaciji

ocena izkušnje v destinaciji



Vir: Geografski inštitut Anton Melik ZRC SAZU

V sklopu ZSST je TDRP med letoma 2021 in 2022 izvajala anketo za obiskovalce in prebivalce, znotraj katere so dobili tudi podatek o njihovem zadovoljstvu. Kratke ugotovitve povzemamo v nadaljevanju. Več v poglavju Priloge.

Anketni vprašalnik za prebivalce TDRP (skupaj občine Oplotnica, Slovenske Konjice, Vitanje in Zreče) je izpolnilo 423 anketirancev (38 % moških, 62 % žensk). Vzorec anketirancev je reprezentativen in je določen na podlagi števila prebivalcev destinacije TDRP in posamezne občine. Odgovore podajamo v spodnji tabeli. Višja povprečna ocena izkazuje večje zadovoljstvo prebivalcev s turizmom v destinaciji. Za krepko obarvana vprašanja in odgovore velja obratno, saj je v teh primerih nižja povprečna ocena boljša kot višja.

Tabela 12: Zadovoljstvo prebivalcev destinacije TDRP (skupaj) s turizmom v destinaciji

VPRAŠANJE	ODGOVOR
Zadovoljen sem z delom organizacije, ki skrbi za razvoj turizma v naši destinaciji.	3,8 / 5
Opažam, da naša destinacija razvija zeleni turizem.	3,7 / 5
Zadovoljen sem z razvojem turizma v naši destinaciji.	3,7 / 5

Od turizma in turistov, ki nas obiskujejo, ima lokalna skupnost koristi.	3,7 / 5
Pozitivni učinki turizma v naši destinaciji odtehtajo negativne.	3,6 / 5
Turizem v naši destinaciji v zadostni meri skrbi za ohranitev narave in kulture.	3,5 / 5
O razvoju turizma v naši destinaciji sem dobro obveščen.	3,5 / 5
Turizem omogoča boljše možnosti za preživljanje prostega časa.	3,5 / 5
Možnost imam sodelovati pri načrtovanju razvoja turizma.	2,9 / 5
Zaradi turizma imamo večjo izbiro storitev.	2,8 / 5
Zaradi turizma se v naši destinaciji počutim bolj varno.	1,9 / 5
Turizem v naši destinaciji povzroča slabše zdravstvene razmere.	1,9 / 5
Zaradi turizma so se povišali moji življenjski stroški.	2,1 / 5
V visoki sezoni je število obiskovalcev naše destinacije previsoko in moteče.	2,2 / 5
Turizem v naši destinaciji povzroča prekomerno onesnaževanje.	2,4 / 5
Turizem v naši destinaciji povečuje prometne težave.	2,5 / 5
Zaradi turizma so se povišale cene nepremičnin.	2,6 / 5

Iz odgovorov razberemo, da so prebivalci zadovoljni z delom organizacije, ki skrbi za razvoj turizma v destinaciji, ter opažajo, da destinacija razvija zeleni turizem, z razvojem turizma v destinaciji pa so zadovoljni. Vsekakor bo treba več narediti na področju nudenja podpore za nove turistične ponudnike, ki bi bogatili izbiro ponudbe in storitev, ter aktivnega vključevanja lokalnega prebivalstva v načrtovanje turizma, saj so mnjenja, da nimajo možnosti sodelovanja. Prebivalci so tudi mnjenja, da so se zaradi turizma povišale cene nepremičnin ter da turizem povečuje prometne težave in povzroča prekomerno onesnaževanje. Vsekakor je na tem mestu rešitev razvoj trajnostne mobilnosti. Ukrepi in cilji pričujočega dokumenta se nanašajo tudi na problematike, ki so jih izpostavili prebivalci.

Na podlagi pridobljenih rezultatov smo v nadaljevanju določili izhodiščno in ciljno vrednost za naslednja leta.

KAKO: S sledenjem ciljni vrednosti v naslednjih letih.

Tabela 13: Ciljne vrednosti zadovoljstva obiskovalcev in prebivalcev TDRP (novelirana verzija 2021)

CILJNA SKUPINA	2022	2026
Obiskovalci	Visoka (nad 4)	Visoka
Prebivalci	3,7/5	Dvig 10 % (4,2/5)

6.2 Operativni cilji in ukrepi na ravni DMMO TDRP

Pomembno je, da ob sledenju pričujočemu načrtu razvoja in trženja turizma DMMO TDRP obenem sledi tudi drugim strateškim dokumentom: *Strategiji razvoja in trženja ponudbe Destinacije Pohorje 2021–*

2027, Strategiji trajnostnega razvoja slovenskega turizma 2022–2028, Strategiji digitalne transformacije gospodarstva in Strategiji digitalne preobrazbe slovenskega turizma 2022–2026.

Pričujoči načrt razvoja in trženja turizma sledi in upošteva vse zastavljene cilje zgoraj naštetih dokumentov, ki so pomembni za globalni preboj in sledenje trendov razvoja turizma v prihodnje.

Tabela 14: Operativni cilji in ukrepi na ravni DMMO TDRP

DMMO 1: Optimizacija delovanja LTO Rogla - Zreče, GIZ	
DMMO 1.1	<p>Preimenovanje LTO Rogla - Zreče, GIZ, v Turizem Rogla - Pohorje, GIZ</p> <p>Zaradi lažje prepoznavnosti narave dela organizacije (DMMO TDRP) in pozicioniranja na trgu se predlaga sprememba trenutnega imena organizacije LTO Rogla - Zreče, GIZ, v Turizem Rogla - Pohorje, GIZ. Predlaga se, da se najde najboljša pravna oblika za nadgradnjo lokalne turistične organizacije v DMMO TDRP v skladu s sodobnimi trendi v turizmu.</p>
ČASOVNICA	Do leta 2024.
DMMO 1.2	<p>Zagotavljanje vzdržnega finančnega poslovanja LTO Rogla - Zreče, GIZ</p> <p>LTO Rogla - Zreče, GIZ, se financira iz občinskih proračunov in javnih sredstev, pridobljenih z razpisi MGRT in STO. Delež slednjih se je v prejšnjem strateškem obdobju občutno povečal. Financiranje prek javnih sredstev pa ne sme biti praksa delovanja organizacije, saj to predstavlja nevarnost za leta, ko javnih razpisov ne bo več.</p> <p>Z uresničevanjem ukrepov iz načrta razvoja in trženja turizma bo dodaten vir prihodka tudi dodatna tržna dejavnost organizacije (Outdoor center, agencijska dejavnost, vstopnina prenovljenega Muzeja ozkotirne železnice itd.).</p> <p>Vse finančne prihodke zaradi javnosti, transparentnosti in učinkovitosti predstaviti na en pravni subjekt.</p>
ČASOVNICA	Konstantno.
DMMO 1.3	<p>Kadrovska ureditev LTO</p> <p>Za potrebe delovanja DMMO TDRP in izpolnjevanja zahtev za vodilne destinacije bo vsekakor potrebno dodatno zaposlovanje kadrov (marketinški menedžment, digitalna promocija, trženje), saj zaposleni poleg službe v redni poslovni enoti opravljajo tudi dela DMMO TDRP. Predlagamo premestitev sedanjega kadra na DMMO TDRP in ohranitev TIC-ev po TDRP. Ločiti je treba razvojno delo od informiranja in servisiranja obiskovalcev. S tem bi optimizirali finančna sredstva, materialne in človeške vire. Za nemoteno delovanje in opravljanje dejavnosti DMMO TDRP in funkcije vodilne destinacije, ki ji nova SST 2022–2028 (str. 209–216) nalaga še več razvojnih nalog, bo potrebna tudi ureditev novega poslovnega prostora.</p> <p>LTO Rogla - Zreče trenutno zaposluje 5 oseb, pri čemer je ena zaposlitev vezana na projekt, ena oseba je na dolgotrajni bolniški, ena oseba je zaposlena za določen čas, ena oseba pa je zaposlena za nedoločen čas. Direktor je vezan na štiriletni mandat.</p> <p>TIC Vitanje zaposluje eno osebo, Javni zavod Splošna knjižnica Slovenske Konjice na področju turizma (TIC Slovenske Konjice in TIC Žička kartuzija) trenutno zaposluje 6 oseb, od tega dve osebi za polovični delovni čas (invalidska upokojitev), eno osebo za skrajšan delovni čas 6 ur, eno osebo za določen čas enega leta preko</p>

AKTIVNOST ČASOVNICA	projekta Ministrstva za kulturo – POK, in eno osebo za določen čas preko programa javnih del (6–7 mesecev). <i>Glede na cilje iz načrta razvoja in trženja turizma ter vse naloge DMMO TDRP in DP naj se zagotovi trajne in od projektov neodvisne zaposlitve dodatnih oseb ob novi organizaciji DMMO TDRP.</i> Do leta 2025.
DMMO 1.4 AKTIVNOST ČASOVNICA	Sodelovanje s Skupno občinsko upravo – notranjo organizacijsko enoto Skupno službo varstva okolja Prihaja novo strateško obdobje in s tem tudi možnosti črpanja različnih sredstev z naslova javnih razpisov in pozivov. Ekipa DMMO se aktivno in uspešno prijavlja na različne razpise za spodbujanje razvoja turizma v destinaciji. V prejšnjem obdobju je uspešno sodelovala s Skupno službo varstva okolja, katere naloge so tudi: priprava, izdelava in izvajanje razvojnih programov za območje subregije Dravinjske doline, sodelovanje z regionalnimi in državnimi razvojnimi institucijami ter vodenje in nadzor projektov s področja varstva okolja. <i>Predvidene aktivnosti Skupne občinske uprave in DMMO TDRP:</i> <ul style="list-style-type: none"> • <i>sodelovanje s Skupno občinsko upravo pri prijavah in izvajanju projektov s področja turizma in trajnostnega razvoja,</i> • <i>obveščanje ponudnikov o aktualnih razpisih in pozivih,</i> • <i>svetovanje in pomoč pri prijavah na razpise in pozive.</i> Konstantno.

DMMO 2: Sodelovanje z deležniki na destinaciji	
DMMO 2.1 AKTIVNOST IN ČASOVNICA	Delovna skupina znotraj destinacije in vključevanje prebivalcev Uspešen DMMO temelji na skupni viziji in močnem partnerstvu, zato naj tudi v nadalje delujejo vsi štirje centri DMMO pod okriljem LTO, v sklopu katerega je že vzpostavljena operativna delovna skupina, sestavljena iz zainteresiranih deležnikov (javni, zasebni in nevladni sektor), ki bodo še naprej izvajali ukrepe, cilje in aktivnosti iz načrta razvoja in trženja turizma. Tako bodo ključni deležniki intenzivneje vključeni v uresničevanje turističnih politik, s krepitvijo komunikacije znotraj destinacije pa se bo zagotavljal tudi razvoj bolj povezane in usklajene turistične ponudbe, kar bo dvigovalo zaupanje v DMMO TDRP. Dodatno naj se, v skladu z vse večjim trendom vključevanja prebivalcev v procese načrtovanja in odločanja v turizmu, okrepi tudi njihova vloga. <i>Najmanj enkrat letno naj bodo prebivalci povabljeni na srečanje delovne skupine ali pa naj bo posebej zanje organiziran posvet, na katerem lahko podajo svoje mnenje in pridobijo boljši vpogled v turistične politike ter razvojne in promocijske načrte.</i>
DMMO 2.2	Spodbujanje novih ponudnikov in novih oblik nastanitev (hoteli, kampi, sobodajalci, t. i. razpršeni hotel) Ta ukrep je namenjen spodbujanju večanja obsega razpoložljivih nastanitev v destinaciji skozi ponudbo novih zasebnih nastanitev in ponudbe novih oblik nastanitev (butični hoteli, kampi, sobodajalci, t. i. razpršeni hotel ...). Destinaciji primanjkuje ponudba kakovostnih nastanitev (Slovenske Konjice, Vitanje –kampi/apartmajsko

<p>AKTIVNOST</p>	<p>naselje, Oplotnica – kampi, Rogla – Hotel Natura, objekt B). SST 2022–2028 (str. 108) še posebej poudarja, da naj bodo naložbe v turistični dejavnosti intenzivne predvsem pri prenovah in izboljšanju kakovosti obstoječih nastanitvenih kapacitet, v novogradnje pa usmerjene v manjši meri. Scenarij 3 <i>Nekaj več in veliko bolje</i> v SST 2022–2028 predvideva zmerno širitev obsega kapacitet ter dvig kakovosti obstoječih kapacitet, kot tudi nekoliko intenzivnejše naložbe v dejavnosti hrane in pijače ter dodatne ponudbe. V nadaljevanju je treba storiti vse, da ponudniki, ki imajo neizkoriščene nastanitvene zmogljivosti, te ponudijo turistom skozi t. i. razpršeni hotel, s katerim bi lahko upravljal DMMO TDRP. Občine naj v naslednjih letih uvedejo dodatne razpise za sofinanciranje turistične ponudbe – predvsem za nastanitvene ponudnike. Občina Slovenske Konjice uvaja nepovratne finančne spodbude za tiste, ki bi na območju občine vzpostavili nove nastanitvene kapacitete, dodatna ležišča. Predlagamo prenos dobre prakse na občini Oplotnica in Vitanje, ki imata manko nastanitvenih ponudnikov, ter na Občino Zreče za namen prenove in izboljšanje nastanitvenih kapacitet. Pomembno je, da se finančna sredstva namenjajo ponudnikom, ki svojo ponudbo bodisi prenavljajo bodisi dopolnjujejo v skladu s smernicami načrta razvoja in trženja turizma TDRP. S tem mehanizmom se bodo javna sredstva v prihodnje namenjala izključno razvoju turistične ponudbe, ki bo v skladu z vizijo TDRP in njenimi smernicami razvoja.</p> <p><i>Predvidene aktivnosti:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>odprava administrativnih ovir za registracijo dejavnosti in oblikovanje občinskih odlokov posameznih v TDRP vključenih občin za umestitev alternativnih oblik nastanitve v ponudbo;</i> • <i>oblikovanje skupnega registra;</i> • <i>vzpostavitev mreže zasebnih ponudnikov;</i> • <i>popis stanja nastanitev in nadzor kakovosti;</i> • <i>oblikovanje skupnih minimalnih standardov ponudbe;</i> • <i>izdelava skupne ponudbe;</i> • <i>izdelava promocijskih materialov;</i> • <i>umestitev novih ponudnikov na spletno stran www.rogla-pohorje.si, kjer je mogoče nastanitev direktno rezervirati;</i> • <i>izgradnja objekta B Hotela Natura.</i> <p>ČASOVNICA</p> <p>Do konca strateškega obdobja.</p>
<p>DMMO 2.3</p> <p>AKTIVNOST</p> <p>ČASOVNICA</p>	<p>Sodelovanje z Destinacijo Pohorje (DP)</p> <p>Partnerstvo za Pohorje povezuje 19 občin (Dravograd, Hoče - Slivnica, Lovrenc na Pohorju, Maribor, Mislinja, Muta, Oplotnica, Podvelka, Rače - Fram, Radlje ob Dravi, Ribnica na Pohorju, Ruše, Selnica ob Dravi, Slovenj Gradec, Slovenska Bistrica, Slovenske Konjice, Vitanje, Vuzenica in Zreče), 3 ključne nosilce turistične ponudbe (Unitur, Marprom in Vabo) ter 6 članov (Mariborska razvojna agencija, Regionalna razvojna agencija za Koroško, Razvojna agencija Savinjske regije, RIC Slovenska Bistrica, LTO Rogla - Zreče, GIZ, in Zavod za turizem Maribor – Pohorje).</p> <p><i>Vzpostavi naj se delovna skupina za krepitev sodelovanja z Destinacijo Pohorje na področju vseh štirih centrov (CK, CT, CD, CRR).</i></p> <p>Konstantno.</p>

<p>DMMO 2.4</p> <p>AKTIVNOST</p> <p>ČASOVNICA</p>	<p>Sodelovanje s Konzorcijem Slovenia Green (KSG)</p> <p>Pomembno je aktivno sodelovanje s povezovalnimi, razvojnimi in promocijskimi aktivnostmi Konzorcija Slovenia Green, ki povezuje prejemnike certifikata Slovenia Green. Poglavitna namena Konzorcija Slovenia Green sta razvoj trajnostnih turističnih destinacij in ponudbe ter oblikovanje in razvoj zelenih inovativnih produktov tako na lokalnem kot tudi nacionalnem nivoju.</p> <p><i>Aktivno sodelovanje zelenega koordinatorja s KSG.</i></p> <p>Konstantno.</p>
<p>DMMO 2.5</p> <p>ČASOVNICA</p>	<p>Sodelovanje z Združenjem zgodovinskih mest Slovenije</p> <p>Občina Slovenske Konjice je aktivna članica omenjenega združenja, v sklopu katerega aktivno predstavlja in promovira celotno TDRP. Združenje zgodovinskih mest Slovenije je nastalo z namenom ohranjanja in spodbujanja življenja v starih mestnih jedrih, hkrati pa skrbi za kulturno dediščino Slovenije. Različni, zanimivi in pestri turistični programi, ki jih izvajajo, so objavljeni v katalogu Zgodovinska mesta Slovenije, prav tako pa so skrbniki produkta Mesta in kultura kot enega ključnih produktov slovenskega turizma, nad katerim bdi STO.</p> <p>Konstantno.</p>
<p>DMMO 2.6</p> <p>AKTIVNOST</p> <p>ČASOVNICA</p>	<p>Sodelovanje z Aktivno Slovenijo – Slovenia Outdoor</p> <p>Pomembno je aktivno sodelovanje z gospodarskim interesnim združenjem Slovenia Outdoor, ki povezuje celoten segment aktivnosti na prostem v Sloveniji, enega ključnih turističnih produktov slovenskega turizma. STO z združenjem sodeluje kot strateški partner na razvojnem in promocijskem področju. SST 2022–2028 (str. 234) med drugim pod ključne ukrepe navaja tudi opolnomočenje produktnega združenja Aktivna Slovenija – Slovenia Outdoor, GIZ.</p> <p>Blagovna znamka Slovenia Outdoor je tako postala krovna blagovna znamka turistične ponudbe za aktivnosti na prostem v Sloveniji, s ciljem vzpostavitve enotnega in ciljno usmerjenega marketinga za doseganje večje prepoznavnosti in pospeševanja prodaje na ključnih tržiščih. Pod svojim okriljem je združila turistične produkte, vezane na pohodništvo, kolesarjenje, smučanje in druge zimske aktivnosti, vodne športe, zračne športe ter druge aktivnosti na prostem, kot so npr. golf, športno ribištvo ipd.</p> <p>Združenje izvaja vrsto aktivnosti na področju tržnega komuniciranja in enotne promocije, pri katerih aktivno sodelujemo.</p> <p><i>Med najpomembnejšimi aktivnostmi so predstavitve ponudbe TDRP na spletnem portalu Slovenia Outdoor in v številnih publikacijah, npr. v Kolesarski karti, Kolesarjenju v Sloveniji in Pohodništvu v Sloveniji, pa tudi pojavljanje v digitalnih medijih ter sodelovanje na sejmih in borzah ipd.</i></p> <p>Konstantno.</p>
<p>DMMO 2.7</p>	<p>Projektno sodelovanje z združenjem Dežela Celjska</p> <p>Sodelovanje z Zavodom Celeia Celje, ki izvaja destinacijski menedžment za širše regijsko območje, poznano pod imenom Dežela Celjska (Osrednje Celjsko, Spodnjesavinjsko, Kozjansko in Obsotelje ter Dravinjsko), traja že celo desetletje. Destinacija Dežela Celjska se od leta 2010 uspešno pojavlja na promocijskih dogodkih v Sloveniji in tujini, večinoma v sosednjih in bližnjih državah (Avstrija, Italija, Hrvaška, Srbija). Partnerji Dežele Celjske so RA Sotla, RA Kozjansko, ZKTŠ Žalec, LTO Zreče in</p>

ČASOVNICA	največja zdravilišča v okolici: Rimske terme, Terme Dobrna, Terme Olimia, GH Sava Rogaška, Thermana Laško in Terme Zreče, ki so tudi danes vpeti v skupne projektne aktivnosti destinacije Dežela Celjska. Konstantno.
DMMO 2.8	Sodelovanje s turističnimi in ostalimi društvi v TDRP
AKTIVNOST	Društvena dejavnost v TDRP je zelo močna. Lokalni prebivalci, ki so s svojim prostovoljnim delom vpeti v različna društva, prispevajo k ustvarjanju edinstvenega utripa destinacije. Z organizacijo številnih dogodkov skrbijo za druženja domačinov, ohranjanje lokalnih običajev, urejenost okolja ter kulturno in naravno dediščino, s čimer prispevajo k višanju kakovosti življenja lokalnega prebivalstva in posledično ustvarjajo avtentično in pristno okolje za obiskovalce. <i>Občine TDRP naj še naprej izvajajo Javne razpise za sofinanciranje programov društev na področju turizma z namenom spodbujanja razvoja turizma v skladu z Načrtom razvoja in trženja turizma v TDRP.</i> <i>TDRP naj turističnim društvom po svojih zmožnostih tudi v prihodnje pomaga pri promociji dogodkov, ki so namenjeni širši javnosti ter jim nudi ostalo potrebno podporo (svetovanje, druga pomoč, informacije o razpisih, pisarniški material itd.).</i>
ČASOVNICA	Konstantno.

DMMO 3: Razvoj kadrov in usposabljanje	
DMMO 3.1	Interno izobraževanje in usposabljanje
AKTIVNOST IN ČASOVNICA	Turizem je kompleksna panoga, ki zahteva nenehno pridobivanje novega znanja in sledenje trendom. Scenarij 3 <i>Nekaj več in veliko bolje</i> (str. 111) predvideva zmerno širitev potreb po novih zaposlitvah v turizmu in hkrati znatnejša vlaganja v kakovost kadra. V skladu s tem se z namenom krepitev kompetenc zaposlenih priporoča redna usposabljanja na področju digitalne preobrazbe in dviga digitalnih kompetenc zaposlenih, trendov v turizmu, menedžmenta, prodajnih orodij, odnosa do gostov, kakovosti storitve ipd. Pripravi naj se interni načrt izobraževanja in usposabljanja zaposlenih na podlagi kompetenc zaposlenih in njihovih želja. <i>Do 2023 se pripravi načrt rednega izobraževanja in usposabljanja zaposlenih (vsak zaposleni najmanj dvakrat letno) z različnih področij glede na delovne naloge v organizaciji: Digitalna akademija slovenskega turizma, Akademija za zelene koordinatorje, BZ Okusi Rogle z Akademijo Izvorno slovensko, Management akademija itn.</i>
DMMO 3.2	Izobraževanje in usposabljanje deležnikov v turizmu
	Naloga DMMO TDRP je krepitev kompetenc vseh deležnikov v turizmu, saj bo le ustrezno usposobljeno turistično gospodarstvo razvijalo kakovostne trajnostne produkte, dvigovalo ugled in dodano vrednost destinacije. DMMO 3.2.1 Program izobraževanja in usposabljanja

<p>AKTIVNOST</p>	<p>Izobraževanje vseh deležnikov v turizmu TDRP (turistično gospodarstvo, destinacijski vodniki) naj se delavnično izvajajo letno. Pri določanju vsebin naj se upoštevajo trendi v turizmu, predvsem pa potrebe turističnega gospodarstva.</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Sodelovanje na načrtovanem letnem strateškem forumu TDRP, ki se združi z izvedbo delavnice za deležnike v turizmu, kar je dobra priložnost tudi za pridobitev njihovega mnenja o zadovoljstvu z razvojem turizma ter njihovih predlogih in prihodnjih načrtih.</i> • <i>Izvedba delavnice in izobraževanja za nastanitvene ponudnike o ideji in delovanju t. i. razpršenega hotela, KBZ z Akademijo Izvorno slovensko itd.</i> <p>DMMO 3.2.2 Primeri ogledov dobrih praks</p> <p>Z namenom spoznavanja dobrih praks naj deležniki v turizmu enkrat letno obišejo eno ali več destinacij, ki uspešno razvijajo trajnostni turizem. Priporoča se, da po koncu študijske ture pripravijo poročilo s priporočili za prenos in implementacijo v TDRP s poudarkom na posameznih občinah, ki naj se predstavi na enem izmed srečanj DMMO TDRP.</p> <p><i>Od 2023 redno enkrat letno izobraževanje/strateški forum z delavnicami in enkrat letno študijska tura.</i></p> <p>Konstantno.</p>
<p>DMMO 3.3</p>	<p>Krepitev trajnostnega poslovanja ponudnikov</p> <p>Osrednja razvojna paradigma turizma TDRP je trajnostni/zeleni turizem. Kompetence vseh deležnikov v turizmu naj se krepijo predvsem na tem področju.</p> <p>DMMO 3.3.1 Izobraževanje o trajnostnih temah</p> <p>Pri izobraževanju o trajnostnih vsebinah se naj sledi smernicam ZSST, ki zajemajo usposabljanje vseh deležnikov v turizmu o trajnostnih in okoljskih znakih, racionalno rabo vode in energije, ravnanje z odpadki in odpadnimi vodami, pravično in enakopravno zaposlovanje ter zdravje in varnost.</p> <p>DMMO 3.3.2 Spodbujanje pridobivanja zelenih/okoljskih znakov</p> <p>TDRP naj še naprej spodbuja ponudnike k pridobivanju okoljskih znakov, ki jih priznava ZSST.</p> <p><i>DMMO TDRP naj vzpostavi različne promocijske in finančne mehanizme, npr. izpostavljenost zelenih ponudnikov na destinacijski spletni strani, promocijska kampanja zelenih ponudnikov, zeleni paketi, predstavitev zelenih ponudnikov in vsebin skozi bloge ipd. Pomembno je, da so zelene vsebine vključene v letni medijski načrt, ki ga pripravi DMMO TDRP v sodelovanju s CT.</i></p> <p>Do konca strateškega obdobja.</p>
<p>AKTIVNOST</p>	
<p>ČASOVNICA</p>	

DMMO 4: Upravljanje turističnih tokov

DMMO 4.1

Merjenje turističnega obiska in določitev nosilne zmogljivosti

Na top atrakcijah TDRP (športni center Rogla, Pot med krošnjami Pohorje, Žička kartuzija, Center Noordung, Vinska klet Zlati grič itn.) naj se v času največjega obiska implementira reden monitoring obiska in z njim povezanih kazalnikov (št. avtomobilov, št. obiskovalcev, št. kolesarjev, št. avtobusov, prihodi in obisk po urah, dnevna količina odpadkov), ki naj se kritično ovrednotijo (npr. št. avtomobilov na

<p>AKTIVNOST</p>	<p>urejenih kot tudi na neurejenih parkiriščih, št. obiskovalcev, ki se udeležijo vodenih ogledov, št. individualnih obiskovalcev ipd.). Opravi naj se izračun nosilne zmogljivosti po posameznih atrakcijah.</p> <p>Zbrani podatki bodo pripomogli h kakovostnejšemu načrtovanju in upravljanju destinacije.</p> <p><i>DMMO TDRP v sodelovanju z upravljavci atrakcij izračuna nosilno zmogljivost in dogovori način merjenja turističnega obiska. Do konca programskega obdobja načrta razvoja in trženja turizma se postavi števec za avtomatski monitoring oz. se vzpostavi sistem za merjenje turistične aktivnosti. Slednje je pomembno za optimalno delovanje skupno treh pametnih miz, ki so postavljene v TIC Zreče, TIC Slovenske Konjice in TIC Vitanje (Center Noordung), za zmanjšanje pritiska na določene točke, razpršitev turističnega povpraševanja, prikaz turističnega obiska v izbranih točkah v realnem času ter nenazadnje za napovedovanje prihodnjega obiska na podlagi preteklih podatkov. Načrtovati je treba strošek dela in strošek nakupa števcov za avtomatski monitoring.</i></p> <p>Do konca strateškega obdobja.</p>
<p>ČASOVNICA</p>	<p>DMMO 4.2</p> <p>Uravnavanje in boljše upravljanje turističnih tokov v skladu z izračunom nosilne zmogljivosti</p> <p>Na podlagi monitoringa iz DMMO 4.1 naj se opredelijo ukrepi upravljanja turističnega obiska na posameznih atrakcijah.</p> <p><i>Predlogi ukrepov: nakup vstopnic na spletu, spodbujanje obiska v manj obiskanih mesecih oz. terminih (popusti, nižje cene, dodatne ugodnosti) in pospešen razvoj trajnostne mobilnosti. Po monitoringu iz DMMO 4.1 se pripravi nov revidiran dokument Načrt sezonalizacije in upravljanja turističnih tokov TDRP, ki upošteva nosilno zmogljivost in monitoring obiska.</i></p> <p>AKTIVNOST</p> <p>ČASOVNICA</p> <p>Konstantno.</p>
<p>AKTIVNOST</p>	<p>DMMO 4.3</p> <p>Razogljičenje in uravnoteženje TDRP</p> <p>Dvigniti je treba osveščenost, odgovornost in zavzetost turističnih deležnikov TDRP, da zmanjšujejo vplive na okolje in podnebje ter tako sledijo smernicam razvoja turizma Slovenije. V novi <i>Strategiji trajnostne rasti slovenskega turizma 2022–2028</i> je opredeljeno, da Slovenija želi razviti najbolj napredno turistično panogo pri trajnostnih zavezah v EU in prehodu Slovenije v ogljično nevtralnost.</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Izračun ogljičnega odtisa turizma TDRP (kontinuirano merjenje in monitoring emisij ogljikovega dioksida z naslova turizma).</i> • <i>Dosegati kazalnike ogljičnega odtisa panoge na ravni Slovenije (SST, 2022–2028):</i> <ul style="list-style-type: none"> – <i>celoten ogljični odtis, generiran iz celotne turistične dejavnosti (CO₂ekv v kt): 1.242 kt CO₂ekv,</i> – <i>ogljiki odtis celotne turistične dejavnosti na enoto (1 evro) BDP turizma (CO₂ekv/EUR v kg): 0,26 kg CO₂ekv/EUR,</i> – <i>ogljiki odtis celotne turistične dejavnosti na enoto (1 evro) dodane vrednosti (CO₂ekv/EUR v kg): 0,60 kg CO₂ekv/EUR.</i>

ČASOVNICA	<ul style="list-style-type: none"> • Vzpostavitev sistema nagrajevanja – nagrade za trajnostno vedenje obiskovalcev. <p>Konstantno.</p>
------------------	--

DMMO 5: Merjenje ekonomskih učinkov in spremljanje zadovoljstva	
DMMO 5.1	<p>Merjenje ekonomskih učinkov</p> <p>Število turističnih prihodov in nočitev je eden od kazalnikov stopnje razvoja turizma, vendar ne pove veliko o tem, kakšen je gospodarski doprinos turizma v kraju.</p>
AKTIVNOST	<p><i>DMMO TDRP naj v prihodnje podatke o turistični potrošnji, zaposlitvah v turizmu, javnih in zasebnih naložbah v turizmu ipd. redno spremlja in javno objavlja.</i></p>
ČASOVNICA	<p>Konstantno.</p>
DMMO 5.2	<p>Spremljanje zadovoljstva obiskovalcev, prebivalcev in zaposlenih</p> <p>Spremljanje zadovoljstva obiskovalcev, prebivalcev in zaposlenih je sestavni del trajnostnega razvoja turizma (družbeni vidik) in nepogrešljiv element spremljanja tako pozitivnih kot negativnih učinkov turizma v lokalnem okolju.</p>
AKTIVNOST	<p><i>Spremljanje zadovoljstva obiskovalcev in prebivalcev se doseže z rednim izvajanjem anket za obiskovalce in prebivalce v sklopu projekta ZSST na vsaki 2 leti. Naslednja izvedba ankete bo v obdobju od 2024–2025.</i></p>
IN	
ČASOVNICA	<p><i>Pogoj za dvig ugleda turistične panoge in kakovosti storitve je zadovoljstvo zaposlenih (spremljanje z anketami, dvig plač in ostale ugodnosti).</i></p>

DMMO 6: Izvajanje in spremljanje načrta razvoja in trženja turizma	
DMMO 6.1	<p>Izdelava letnih načrtov</p> <p>Ker je načrt razvoja in trženja turizma večletni dokument, v katerem je začrtana strateška smer razvoja in ne operativni načrt, naj DMMO TDRP na letni ravni tako za razvojne kot promocijske aktivnosti pripravi izvedbeni načrt oz. letni načrt dela.</p>
AKTIVNOST	<p><i>V letnem načrtu, ki se sprti prilagaja trendom v turizmu, se naj opredelijo aktivnosti za pripravljeno leto, njihovi nosilci, roki in stroški izvedbe.</i></p>
ČASOVNICA	<p>Konstantno.</p>
DMMO 6.2	<p>Spremljanje izvajanja ter evalvacija načrta razvoja in trženja turizma</p> <p>Za doseganje maksimalnih učinkov naj DMMO TDRP redno spremlja uresničevanje ukrepov ter doseganje ciljev iz načrta razvoja in trženja turizma. Turizem je živa panoga in trendi pogosto prehitijo rok, do katerega je strateški dokument veljaven.</p>
AKTIVNOST	<p><i>Pri pripravi letnega poročila dela naj se pripravi tudi poročilo o izvajanju načrta razvoja in trženja turizma. V skladu z ugotovitvami se načrt razvoja in trženja turizma sprti dopolni, spremeni ter posodobi.</i></p>
ČASOVNICA	<p>Konstantno.</p>
DMMO 6.3	<p>Dosledno izvajanje Akcijskega načrta za trajnostni razvoj TDRP</p>

**AKTIVNOST
ČASOVNICA**

DMMO TDRP pripravi, občinski sveti občin TDRP pa potrdijo *Akcijski načrt za trajnostni razvoj TDRP*, pripravljen v sklopu ZSST. Ukrepi, zapisani v akcijskem načrtu, ta načrt razvoja in trženja turizma dopolnjujejo.

LTO Rogla - Zreče, GIZ, dosledno izvaja ter evalvira uspešnost oz. neuspešnost njihovega izvajanja. Letno naj o tem poroča STO in občinam v sklopu letnega poročila.

Konstantno.

6.3 Operativni cilji in ukrepi na ravni Destinacije Pohorje

Predstavljamo prioritete ukrepe (v nadaljevanju tudi PU) prvega strateškega cilja Partnerstva za Pohorje oz. Pohorja kot mednarodno priznane destinacije in skupne ukrepe (v nadaljevanju tudi U) Destinacije Pohorje. Določene so aktivnosti in konkretni projekti za doseganje in uresničitev ukrepov.

Ukrepi prvega strateškega cilja Partnerstva za Pohorje (Lešnik Štuhec et al., 2021c):

- **PU1.1: Skupni razvoj produktov in trženje ponudbe DP**
 - **U1:** *Usposabljanje in svetovanje ponudnikom, povezanim v verige produktov za oblikovanje celovite in visokokakovostne ponudbe doživetij, certificirane s KBZ.*
 - **U2:** *Skupno trženje in promocija Pohorja kot ene destinacije.*
- **PU1.2: Postavitev, zamenjava in ureditev žičniških naprav**
 - **U1–5:** *Zamenjava oz. rekonstrukcija žičniških naprav (Mariborsko Pohorje, **Rogla**, Kope, Trije kralji, Ribnica na Pohorju).*
 - **U6:** *Enotna smučarska vozovnica.*
- **PU1.3: Ureditev tehničnega zasneževanja in smučarskih prog**
 - **U1–3:** *Ureditev dodatnega tehničnega zasneževanja na Mariborskem Pohorju, Rogli in Kopah.*
 - **U4:** *Ureditev novih smučarskih in tekaških prog ter dodatnega tehničnega zasneževanja na Ribnici na Pohorju.*
 - **U5:** *Ureditev novih smučarskih prog in dodatnega tehničnega zasneževanja na Treh kraljih.*
- **PU1.4: Ureditev infrastrukture kolesarjenja in pohodništva**
 - **U1–U6:** *Prenova usmerjevalnih tabel na Pohorski transverzali, označitev Slovenske turnokolesarske poti, poenotenje označb krožnih kolesarskih povezav, ureditev poti po trasah opuščeni železniških prog, vzpostavitev povezanega sistema poti, ureditev lastniških razmerij in prostorskih načrtov za kolesarsko infrastrukturo na Pohorju.*
 - **U7:** *Ureditev skupnega spletnega portala kolesarskih parkov na Pohorju.*
 - **U8–10:** *Postavitev polnilnic za e-kolesa ter počivališč, vzdrževanje kolesarskih poti, izgradnja državnih kolesarskih povezav, prenova usmerjevalnih tabel ob pohodnih in tematskih poteh.*
 - **U11:** *Celovita vzpostavitev planinskih in tematskih poti.*

- **PU1.5: Ureditev cestnih povezav in parkirišč**
 - *U1–7: Prenova in ureditev cest, parkirišč, postajališč za avtodome in počivališč z razgledišči.*
- **PU1.6: Ureditev trajnostne mobilnosti**
 - *U1–3: Uvedba novih linij javnega potniškega prometa z možnostjo prevoza koles in smučarske opreme, izmeničnega prevoza (angl. shuttle) med centri in cestnin.*
- **PU1.7: Ureditev informacijske infrastrukture**
 - *U1–4: Ureditev kolesarskih, pohodniških idr. turistično-informacijskih tabel in kart s predstavitvijo narave, kulturne dediščine in ponudnikov na Pohorju.*

6.4 Operativni cilji in ukrepi na ravni TDRP v sklopu PP

Za Savinjsko regijo (Slovenske Konjice, Vitanje in Zreče) z Oplotnico, ki je uvrščena v Podravske regijo, so bili potrjeni tudi spodaj navedeni strateški razvojni (v nadaljevanju tudi RC) in trženjski cilji (v nadaljevanju tudi TC) s pripadajočimi ukrepi v obdobju do leta 2027 s pogledom na 2030.

Strateški razvojni cilji in ukrepi turizma TDRP v sklopu PP (Lešnik Štuhec et al., 2021c):

- **RC1: Nadgradnja učinkovitega poslovanja mreže TIC-ev v DMMO TDRP z razširjeno inovativno-kreativno delovno skupino ter vzpostavljen sistem povezovanja ponudnikov s sprejemno turistično agencijo (v nadaljevanju tudi STA) in LTO pod skupno RDMMO z destinacijsko in kolektivno blagovno znamko ter nadgradnja trženja in prodaje skozi destinacijska digitalna in klasična orodja.**
 - *U1: Vzpostavitev regijske DMMO TDRP ter krovne RDMMO s skupnim načrtom razvoja in trženja turizma ter z njim povezanih dejavnosti pod skupno znamko destinacije in KBZ.*
 - *U2: Vzpostavitev TIC na Rogli.*
 - *U3: Mreža verig turističnih idr. ponudnikov za povezano visokokakovostno turistično ponudbo.*
 - *U4: Nadgradnja vzpostavljenega spleta digitalnih in klasičnih orodij za trženje ponudbe.*
- **RC2: Skrb za kakovostno, zdravo, dostopno in zeleno usmeritev ponudbe destinacije skozi trajnostno infrastrukturo, dobro prometno dostopnost in urejen javni promet za vse ciljne skupine.**
 - *U1: Spodbujanje vključevanja ponudnikov v ZSST.*
 - *U2: Spodbujanje mehke mobilnosti, eko parkirišč, postajališč in razgledišč ter vzpostavljen javni promet.*
 - *U3: Obnova objektov z dodanimi mehкими turističnimi vsebinami, osnovanimi na lokalni zgodovini, tradiciji in identiteti.*

- **U4:** Vzpostavitev doživetij, temelječih na obujanju izginulih oz. izginjajočih tradicionalnih praks – oglarstvo, kamnoseštvo, lesarstvo in rezbarstvo, kovaštvo, lončarstvo, zeliščarstvo, coklarstvo, skodlarstvo, usnjarstvo idr.
- **RC3: Vzpostavljeni conacija ter režimi varstva narave in kulturne dediščine v sklopu Regijskega parka Pohorje (v nadaljevanju tudi RPP) za trajnostno, varno, primerno valorizirano ter domačinom in obiskovalcem prijazno življenje in doživljanje Pohorja.**
 - **U1:** Vzpostavitev Regijskega parka Pohorje z upravljalcem in načrtom upravljanja.
 - **U2:** Čezsektorska conacija z vzpostavljenimi režimi ravnanja in naravovarstvenim nadzorom.
- **RC4: Spodbujanje lokalne samooskrbe in nadgradnja sistema kakovosti lokalno prepoznavne certificirane ponudbe BZ Okusi Rogle ter povezovanje s KBZ Pohorski cekar, Pohorje Beef in S Pohorja. Sodelovanje v Mreži kolektivnih blagovnih znamk (KBZ), oblikovanih po modelu Izvorno slovensko.**
 - **U1:** Nadaljnje usposabljanje in svetovanje ponudnikom, povezanim v verige produktov, za oblikovanje celovite in visokokakovostne ponudbe, certificirane z BZ Okusi Rogle in povezovanje s KBZ S Pohorja.
 - **U2:** Zagotavljanje kritične mase pridelkov in izdelkov ter njihove sezonsko značilne pridelave in učinkovite logistike.
 - **U3:** Vzpostavitev portala za prenos informacij, ponudba od vil do vilic in vodena doživetja v verige povezanih ponudnikov s certificirano ponudbo.
 - **U4:** Vzpostavitev mreže prodajnih mest za certificirane izdelke in storitve ter vodena doživetja (prodajnih vitrin, polic, lokalnih trgovin, hladilnih enot ter potujočih trgovin s skupnim trženjem in prodajo).
- **RC5: Aktivnosti za nadaljnjo izvedbo prepoznavnih tradicionalnih in sodobnih prireditev ter dogodkov, obujanje tradicije rokodelstva in čebelarstva ter razvoj doživljajskih programov za prepoznane ciljne skupine (rokodelski (in čebelarški) center).**
 - **U1:** Nadgradnja atraktivnih, kakovostnih in celovito povezanih dogodkov in prireditev ter oblikovanje letnega koledarja.
 - **U2:** Oblikovanje doživljajskih programov, ki vključujejo dogodke in prireditve ter tradicijo rokodelstva (delavnice).
- **RC6: Uspešno črpanje sredstev iz razpisov, vzpostavljena doživljajska infrastruktura za izvajanje inovativnih in kreativnih turističnih doživetij narave, kulturne dediščine, gastronomije in dobrega počutja ter urejene, označene in nadgrajene kolesarske, planinske in druge poti za pohodništvo in rekreacijo.**
 - **U1:** Vzpostavitev smučarskega muzeja, TIC in Outdoor centra na Rogli (izposoja opreme, ponudba paketov, vodenje, prevozi), ureditev muzeja industrijske dediščine v Zrečah.
 - **U2:** Rokodelski in čebelarški center.

- **U3:** *Nadgradnja in enotna signalizacija kolesarskih, planinskih in ostalih poti, namenjenih pohodništvu, izobraževanju in rekreaciji.*
- **U4:** *Vzpostavitev predlaganih petih kulinaričnih poti v okviru BZ Okusi Rogle ter povezava s Pohorsko kulinarično transverzalo.*
- **U5:** *Ureditev Zreškega jezera in naselja Rakovec.*
- **RC7: Vzpostavljen model oblikovanja in trženja butičnih in produktov outdoor ter produktov za posameznike in športne ekipe Destinacije Pohorje.**
 - **U1:** *Pozicionirana zelena ponudba po modelu oblikovanja in trženja butičnih doživetij in produktov Destinacije Pohorje.*
 - **U2:** *Pozicionirana ponudba aktivnosti na prostem – Outdoor center Rogla.*
 - **U3:** *Pozicionirana ponudba produktov za posameznike in športne ekipe.*
- **RC8: Spodbujanje investicij v raznolike nastanitvene kapacitete z zeleno zgodbo za kakovostno bivanje na Pohorju.**
 - **U1:** *Načrt investiranja v nastanitvene kapacitete – obstoječe in nove (kampi, glampi, postajališča za avtodome (v nadaljevanju tudi PZA), razpršeni hotel, mladinski hotel, turistične kmetije).*
 - **U2:** *Podpora in svetovanje občin in LTO Rogla - Zreče pri prijavih na razpise za sredstva in certificiranja.*
 - **U3:** *Delavnice s ponudniki za zeleno poslovanje glede na smernice ZSST. (Več v ukrepu DMMO 3.3)*
- **RC9: Usposobljen kader za delo na področju turizma in s turizmom povezanih dejavnosti (turistični vodniki vseh vrst za območje celotnega Pohorja, informatorji, tržniki, ponudniki, zaposleni v gostinstvu ...).**
 - **U1:** *Letni program usposabljanja zaposlenih v turistični in s turizmom povezanih dejavnostih. (Več v ukrepih DMMO 3.1 in 3.2)*

Cilji in ukrepi na področju trženja turizma v sklopu Partnerstva za Pohorje (Lešnik Štuhec et al., 2021c):

- **TC1: Nadgradnja jasno pozicionirane turistične ponudbe povezanih deležnikov.**
 - **U1:** *Vzpostavljene aktivnosti za celovito in usklajeno komuniciranje pozicioniranja mreže STA, LTO-jev in RDMMO Pohorje.*
- **TC2: Nadgradnja vzpostavljenega sistema internega in zunanjega komuniciranja s poudarkom na digitalnem trženju – čezsektorska platforma.**
 - **U1:** *Nadgradnja strateškega načrta klasičnega in digitalnega komuniciranja ter trženja TRDP v okviru Destinacije Pohorje.*

- **U2:** Vzpostavitev destinacijske platforme z zagotovljenimi sredstvi za učinkovito spremljanje, evalviranje, komuniciranje, trženje, prodajo ter logistiko ponudbe in turističnih tokov.
- **TC3: Nadaljnje trženje privlačne, zelene, visokokakovostne ponudbe z lokalno dodano vrednostjo, certificirane z BZ Okusi Rogle in povezane s KBZ S Pohorja.**
 - **U1:** Trženje ponudbe, certificirane z BZ Okusi Rogle in Pohorski cekar, ter povezovanje z znamko Pohorje Beef ter KBZ S Pohorja.
 - **U2:** Letni koledar odprtih vrat, prireditvev in dogodkov v TDRP in Destinaciji Pohorje.
- **TC4: Učinkovito trženje v mrežo povezanih verig STA ter nadaljnje povezovanje TIC-ev, informacijskih točk in ponudnikov.**
 - **U1:** Sistem in zagotovljena sredstva za nenehno usposabljanje tržnikov.
 - **U2:** Sistem in zagotovljena sredstva za interni pretok informacij, ki omogočajo poslovno odločanje in aktualno informiranje gostov ter trženje ponudbe.
 - **U3:** Konstantna nadgradnja platforme za informiranje, komuniciranje, trženje in prodajo turistične ponudbe.
- **TC5: Nadgradnja ponudbe ciljno trženih vodenih butičnih doživetij in produktov za posameznike in športne ekipe skladno s trendi v turistični panogi (programi doživetij v naravi in obnovljenih objektih kulturne dediščine, gastronomska doživetja, dobro počutje, aktivnosti na prostem, glamurozno kampiranje v naravi, zabavne aktivnosti za družine in skupine v ČŠOD Gorenje idr.).**
 - **U1:** Vzpostavljanje verig vrednosti in oblikovanje butičnih doživetij, produktov outdoor ter produktov za posameznike in športne ekipe.
 - **U2:** Tržno kanaliziranje oz. usmerjanje privlačnih butičnih in produktov, kot so doživetja outdoor ter produkti za posameznike in športne ekipe ter druge prepoznane ciljne skupine.
 - **U3:** Učinkovito trženje lokalne ponudbe s strani vodnikov (delavnica z vodniki).
 - **U4:** Učinkovito trženje lastne in povezane ponudbe s strani ponudnikov (doseči v sklopu usposabljanja KBZ).
- **TC6: Ambasadorji Pohorje učinkovito pozicionirajo na turistični zemljevid gorskih destinacij.**
 - **U1:** Vzpodbujanje ambasadorjev k privlačnem pozicioniranju Pohorja na turistični zemljevid gorskih destinacij.

6.5 Prioritetne projektne aktivnosti in investicije po občinah TDRP do leta 2027

Občine TDRP so usmerjene v ustanovitev DMMO TDRP ter nadaljnje aktivnosti povezovanja, kar se nanaša na vzpostavitev Regijskega parka Pohorje v sklopu projekta Pohorka, mreže TIC-ev in krovne RDMMO s KBZ S Pohorja.

Občine TDRP bodo poskrbele za:

- trajnostno mobilnost (npr. širitev izposoje koles, e-polnilnice);
- boljšo dostopnost po destinaciji (brezplačen avtobus v poletnih mesecih po TDRP v sodelovanju z ostalimi partnerji, kot je bilo to že izvedeno v preteklih letih s ciljem povezovanja atrakcij in trajnostne mobilnosti, ali npr. prevozi *hop-on* z e-avtobusom, e-kombijem ipd.);
- ureditev regijske kolesarske poti (Vitanje–Zreče–Loška Gora–Gračič–Oplotnica);
- krožišča in parkirišča na Rogli in v Vitanju;
- celostno ureditev Zreškega jezera;
- obnovo objektov kulturne dediščine, razstav oz. muzejev (npr. industrijske dediščine v Zrečah) ter digitalizacijo dediščine in turistične ponudbe;
- vpis nesnovne dediščine v register (npr. coklarstvo, pletarstvo, večglasno petje – ljudsko izročilo petja, ljudski pevci iz Koritnega – pesmi Jurija Vodovnika itd.);
- izvajanje brezplačnih vodenih doživetij po TDRP;
- oblikovanje edinstvenih doživetij v povezavi s kulinariko (Slovenia Unique Experiences);
- sistem vzdrževanja in nadgradnje pohodnih, kolesarskih in tematskih poti ter nadgradnjo ponudbe (npr. v Dvorcu Trebnik in okolici, obnova Žičke kartuzije in načrt upravljanja Doline svetega Janeza Krstnika, obnova športnega parka Vitanje, sanacija strehe Centra Noordung, ureditev muzejske zbirke stekla v Rakovcu in tržnice z lokalnimi izdelki v Centru Noordung ter butičnega hotela v starem trškem jedru v Vitanju, ureditev ribniškega območja in okolice Partovec, nadgradnja učne poti Partovec z novimi oznakami, razširitvijo poti in spletno stranjo idr.);
- spodbujanje povezovanja ponudnikov za trajnosten razvoj in samooskrbo na vseh ravneh družbenega življenja (BZ S Pohorja v navezi z BZ Okusi Rogle, Pohorski cekar in Pohorje Beef);
- izvajanje prireditev z lokalno gastronomijo in s trajnostno noto (dogodki Zero Waste);
- sodelovanje na borzah ponudnikov lokalnih izdelkov;
- varovanje in razvoj območij Natura 2000;
- povezovanje turizma s kmetijstvom, gozdarstvom in rokodelstvom ter osveščanje kmetijskih pridelovalcev in potrošnikov o vplivih na okolje;
- spodbujanje ponudnikov k vključitvi v ZSST (turistične agencije, atrakcije, nastanitveni in gostinski ponudniki);
- digitalizacijo kulturne dediščine (villa rustica, gradovi ipd.);
- postajališča za avtodome;
- ureditev rokodelskega in čebelarskega centra;
- posodobitev Pravilnika o lokalnih turističnih vodnikih – destinacija pripravi predloge, ki jih sprejmejo na občinski ravni.

Med zasebnimi investicijami je treba izpostaviti obnovo vinogradov v okolici Vinske kleti Zlati grič in rekonstrukcijo igrišča za golf, obnovo hiše Pivec in ureditev njenih nočitvenih kapacitet. Na Rogli se ob Poti med krošnjami Pohorje načrtuje ureditev Doživljajskega parka Rogla. Naložbe so načrtovane tudi v podjetju Unitur, d. o. o.

Vse to so odlična izhodišča za razvoj novih turističnih produktov in doživetij.

6.6 Načrt udejanjanja aktivnosti, ciljev in ukrepov v sklopu PP

Partnerstvo za Pohorje bo skladno s cilji nadaljevalo z aktivnostmi vzpostavljanja Destinacije Pohorje, ki jih koordinira RRA Podravje - Maribor v sodelovanju z vodilnimi destinacijami in podpornimi organizacijami. Vodilne destinacije bodo organiziranost nadgradile v RDMMO. V letih 2022 in 2023 bodo z delom nadaljevale vzpostavljene Projektna skupina, Delovna skupina za doživetja (DSD) ter Delovna skupina za trženje (DST), pridružile pa se jim bodo Delovna skupina za kakovost (DSK), Delovna skupina za raziskave in razvoj (DSRR) ter Delovna skupina za upravljanje turistične infrastrukture (DSUTI), pod katero deluje šest specializiranih delovnih skupin, ki jih koordinira RRA Podravje - Maribor, in sicer: specializirana delovna skupina (v nadaljevanju tudi SDS) za kolesarstvo, SDS za pohodništvo, SDS za Regijski park Pohorje, SDS za žičnice, SDS za ceste in SDS za lesni center (koordinator RRA Koroška). Tako bodo povezani partnerji skozi članstvo v delovnih skupinah (v nadaljevanju DS) in SDS po razvojnih fazah do leta 2027 udejanjali zastavljene cilje. Več v dokumentu *Strategija razvoja in trženja ponudbe Destinacije Pohorje 2021–2027* (Lešnik Štuhec et al., 2021a, str. 55–64).

7 RAZVOJ TURISTIČNE PONUDBE

Ko govorimo o turistični ponudbi, imamo v mislih naravno in kulturno dediščino, ki je za turistični obisk primerno urejena (t. i. primarna turistična ponudba), in infrastrukturo, ki je namenjena turistom (nastanitve, restavracije, atrakcije, produkti, urejene poti itd. (t. i. sekundarna turistična ponudba). Del turistične ponudbe je namenjen tudi lokalnemu prebivalstvu, kar je predvsem v luči trajnostnega turizma pomembno razumeti in upoštevati. Odgovorne turistične destinacije vse večji poudarek namenjajo razvoju turizma, ki je v sozvočju z lokalnim prebivalstvom in trajnostnim menedžmentom destinacije, ki za prebivalce ustvarja čim več podjetniških priložnosti, maksimira pozitivne učinke turističnega obiska in minimizira negativne. Izjemno pomembno je, da ima TDRP pri razvoju turistične ponudbe in turističnih produktov v mislih tako prebivalce kot obiskovalce.

Razvoj turistične ponudbe je smiselno uskladiti z nacionalnimi in regionalnimi strateškimi smernicami s tega področja. Nekaj ključnih poudarkov podajamo v nadaljevanju dokumenta.

7.1 Nacionalna izhodišča

Pri razvoju turistične ponudbe bomo sledili nacionalnim izhodiščem in viziji Slovenije do 2028, ki je opredeljena kot »zelena, butična, z manjšim odtisom in večjo vrednostjo za vse«.

To se bo doseglo s prilagajanjem ponudbe, produktov in infrastrukture podnebnim spremembam ter sledenjem priporočilom glede produktov in trgov za novo obdobje, navedenih v SST 2022–2028 (str. 28):

- nosilni produkti so v prihodnje produkti *outdoor* (bivanje in aktivnosti na prostem), skrb za zdravje, dobro počutje in dolgoživost (kot eden izmed izzivov prihodnjih desetletij);
- opredelitev turističnih območij po namenu aktivnosti in njihovih turističnih zmogljivostih, ki temeljijo na nosilni zmogljivosti;
- krepitev razvoja produktov izven koničnih sezon (pri čemer se upošteva, da se v obdobjih, ko narava potrebuje mir, turistične tokove usmerja v urbana območja);
- dodajanje vrednosti z lokalnimi verigami (kmetijstvo, šport, kultura, javni promet, avtentične vsebine);
- poseben poudarek razvoju poletnega oz. celoletnega turizma gorskih centrov z žičniško infrastrukturo;
- krepitev zelene infrastrukture, podprte s povezanim modelom trajnostne mobilnosti;
- razvoj gastronomije;
- razvoj produktov za zmanjšanje sezonskosti in podaljševanje povprečne dobe bivanja;
- trženjska prilagodljivost posebnostim makrodestinacije in nosilnih produktov;
- ohranitev domačega trga.

7.2 Makrodestinacijska izhodišča

Nacionalna strategija razvoja turizma Slovenijo deli na štiri makrodestinacije – vsaka izmed njih je geografsko zaokrožena enota, znotraj katere je ponudba podobna. Prepoznavne so na globalni ravni ter na preprost in razumljiv način predstavljajo raznoliko slovensko ponudbo (Mediterska in Kraška Slovenija, Ljubljana in Osrednja Slovenija, Panonska Slovenija in Alpska Slovenija). Makrodestinacija v slovenskem turizmu ostaja tržni koncept. (SST 2022–2028, str. 214)

Osnova makroregij je povezovanje s ciljem:

- učinkovitejšega povezovanja (med vodilnimi destinacijami in v okviru makrodestinacij, z STO),
- boljše podobe in arhitekture znamk za učinkovitejše komuniciranje,
- učinkovitejšega upravljanja trženja,
- izboljšane prepoznavnosti.

Alpska Slovenija – svet prijazno dostopnih hribov in gora, je makroregija, ki vključuje Julijske Alpe, Kamniško-Savinjske Alpe in Pohorje, kjer pohodniške in/ali kolesarske poti vodijo do tudi najvišjih vrhov, rek, jezer in slapov. Za ljubitelje zimskih športov so tu smučarska središča, kamor sodi tudi Rogla.

V prejšnjem strateškem obdobju je bil uveden koncept vodilnih destinacij. TDRP z vključenostjo v makroregijo Alpske Slovenije in kot vodilna destinacija Rogla - Pohorje lahko aktivno sodeluje pri nosilnih produktih v okviru STO: počitnice v gorah, Slovenia Outdoor, športni turizem itd., pri trženjskih kampanjah STO in se prijavlja na razpise, namenjene vodilnim destinacijam s strani MGRT, STO in drugih vladnih organizacij.

V nadaljevanju dokumenta povzemamo značilnosti te makrodestinacije ter njene nosilne in podporne produkte, kot jih opredeljuje nacionalna strategija razvoja turizma in ki z novo SST 2022–2028 ostajajo nespremenjene.

Slika 6: Značilnosti makrodestinacije Alpska Slovenija

KARAKTER	SCENARIJ	LEITMOTIV
Slikovit in celoletni aktivni alpski utrip	Alpski vrhovi, izjemni razgledi, reke, jezera in doline, pohodniške in kolesarske poti, smučišča in infrastruktura, ki nudi osnovo za celoletne aktivne počitnice in doživetja v naravi.	Sončne Alpe

	2015
Št. prihodov	1,2 M
Št. nočitev	2,8M
PDB	2,4
Skupaj sobe	13.940
Hotelske sobe	5.725



Vir: Strategija trajnostne rasti slovenskega turizma 2017–2021

Slika 7: Matrika produktov slovenskega turizma (MPST)



Vir: SST 2022–2028, str. 225

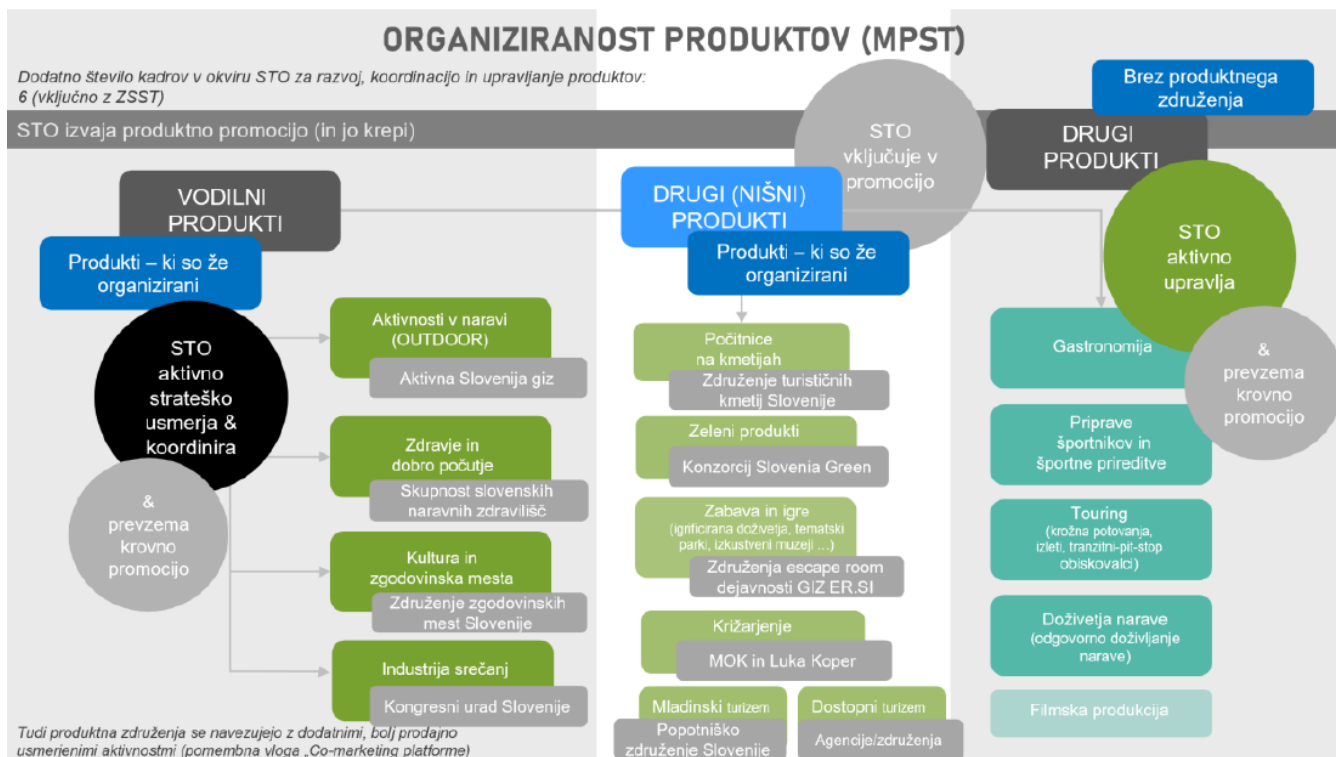
Matrika produktov slovenskega turizma (MPST) je matrika, ki opredeljuje, kateri produkti (produktni sklopi) so na krovni ravni slovenskega turizma prepoznani kot ključni. Ti produkti se nato oblikujejo na regijski/destinacijski/ponudbeni ravni. Znotraj produktnih kategorij je lahko večje število podproduktov oziroma produktnih segmentov (ki se morajo na trgu obravnavati posebej, glede na specifične ciljnih segmentov) oziroma zvrsti turizma.

Produkti v MPST so razporejeni v tri različne kategorije:

1. vodilni produkti (najmočnejši in najpomembnejši produkti, ki imajo izražen močan potencial za nadaljnjo rast);
2. horizontalni oziroma povezovalni produkti (ki lahko predstavljajo samostojen motiv prihoda, a trenutno na ravni Slovenije še v manjši meri);
3. posebni interesi in nišni produkti (nagovarjajo nek specifičen segment).

Posebno mesto imajo 5-zvezdična (butična) doživetja in zeleni produkti z močno izraženo trajnostno komponento, oboji z višjo dodano vrednostjo.

Slika 8: Prikaz organiziranosti produktov



Vir: SST 2022–2028, str. 244

7.3 Izhodišča razvoja turistične ponudbe TDRP

V analizi stanja smo obstoječe turistične produkte in doživetja TDRP razdelili v štiri skupine. Vse skupine produktov so ključne za preskok v razvoju turizma v TDRP. Razvojno smo jih podrobneje razčlenili v podpoglavju 6.3.1.

Tabela 15: Turistični produkti in doživetja TDRP

OSNOVNI PRODUKTI	TURISTIČNI PRODUKTI IN DOŽIVETJA
Nosilni produkti (ustvarjajo primarni motiv prihoda)	Ohranjanje zdravja, ohranjanje dobrega počutja, družinske počitnice 365 dni v letu, ponudba <i>outdoor</i> : bele aktivnosti – rekreacija na snegu, zelene aktivnosti – vodene ture pohodništvo, kolesarjenje, priprave športnikov, poslovni turizem, odkrivanje in doživljanje narave (npr. gozdni selfness), sprostitev v naravnem okolju, odkrivanje in doživljanje kulturne dediščine, prireditve in dogodki.
Podporni produkti (dopolnjujejo nosilni produkt)	Planinske in tematske poti, programi v navezi z belimi aktivnostmi, programi spoznavanja podeželja in kmetij, kulinarčne delavnice, delavnice osebnostne rasti, rokodelske delavnice, zabavne aktivnosti, doživetja v mestih, izobraževanje in usposabljanje.
	Vino, kulinarika, športne in zabavne prireditve, naravoslovne prireditve, kulinarčne prireditve, kulturne prireditve, dogodki z

	naravoslovno in kulturno noto, (trajnostne) prireditve Zero Waste.
Posebni produkti – specialni interesi	Poroke, klimatski tretmaji, t. i. potovanja <i>incentive</i> oz. motivacijska potovanja ⁴ , ribolov, botanika, doživljajske poti, romanja, tradicionalni pohodi.
Novi potencialni produkti	Edinstvena doživetja (SUE), zelena doživetja (KSG).

Vir: Prirejeno in dopolnjeno po Lešnik Štuhec, 2016

V nadaljevanju razčlenjeni produkti in doživetja morajo slediti nacionalnim, makrodestinacijskim in destinacijskim smernicam ter razvoja:

- raznolikih, aktivnih doživetij,
- individualnih butičnih doživetij po meri posameznika in specifične skupine,
- doživetij, temelječih na naravi, miru, podeželju,
- kakovostnih, avtentičnih doživetij z lokalno, edinstveno noto,
- zelenih in edinstvenih doživetij z izrazito trajnostnim pridihom z manjšim odtisom,
- celoletnih doživetij,
- kulturnih in gastronomskih doživetij,
- lahko dostopnih in varnih doživetij,
- doživetij z večjo vrednostjo za vse.

Doživetja razvijamo zato, da obstoječe turiste s ponudbo dodatnih aktivnosti v destinaciji zadržimo dalj časa, oz. kot atrakcije, ki obiskovalce pritegnejo na destinaciji. Pomagajo nam pri doseganju KPI-jev ohranjanja dobe bivanja in dviga turistične potrošnje. Na drugi strani pa ohranjamo in nadgrajujemo že obstoječe produkte ter razvijamo nove, da ustvarjamo primarni motiv turističnega prihoda na destinacijo. S tem sledimo KPI-jem zagotavljanja trajnostne rasti turističnega obiska in blažitve sezonskosti.

Razvoj produktov in doživetij mora biti organiziran na način, da prek doživetij (npr. Z E-kolesom po TDRP) promoviramo produkte (npr. kolesarjenje), s produkti pa podpiramo, vključujemo in nadgrajujemo obstoječa doživetja in ponudbo (npr. vključena vstopnica za ogled znamenitosti Pot med krošnjami) oz. pripravljamo podlago za razvoj novih.

Glavni strateški cilj na področju razvoja produktov in doživetij TDRP, ki podpira tako nacionalne kot makrodestinacijske prioritete ter ključne nosilne produkte in doživetja DP, je *vzpostaviti celovit sistem edinstvenih, butičnih, kakovostnih in zelenih (trajnostnih) doživetij z manjšim odtisom in večjo vrednostjo za vse, ki bodo obiskovalcem TDRP na voljo 365 dni v letu. V ospredju bo posameznik, ki se bo na destinaciji počutil varno, jo zapustil bogatejši za nova spoznanja in navdušenje podelil z znanci.*

⁴ Potovanja *incentive* so pomembna podskupina industrije srečanj, spodbud, konferenc in razstav (MICE).

7.3.1 Produkti v TDRP

Za lažjo predstavo, kako daleč je TDRP z razvojem produktov, smo jih razdelili v tri razvojne kategorije. Izzivov in priložnosti na tem področju je ogromno, ti pa se bodo reševali znotraj CD.

Tabela 16: Razdelitev produktov po razvojnih kategorijah – trenutno stanje v TDRP

RAZVITI PRODUKTI V TDRP	
ZIMSKI TURIZEM ZDRAVJE IN DOBRO POČUTJE KULTURA IN ZGODOVINSKA MESTA INDUSTRIJA SREČANJ	V to kategorijo sodijo produkti, ki so dosegli svoj razvojni potencial in so že dobro pozicionirani. Še naprej pa jih je treba prilagajati, izboljševati glede na razmere v TDRP in svetu. Slediti je treba trendom, jih redno posodablјati in nadgrajevati.
PRODUKTI V RAZVOJU IN VZPONU V TDRP	
AKTIVNOSTI V NARAVI TURIZEM NA PODEŽELJU TRADICIONALNE PRIREDITVE KULINARIKA – PROMOCIJA BZ OKUSI ROGLE	Vsi štirje produkti imajo velik razvojni potencial in predvsem potrebujejo strateško vodenje. V te produkte je v prihodnje treba vlagati največ, saj lahko dosežejo svoj največji potencial v najkrajšem času.
PRODUKTI PRIHODNOSTI TDRP	
ZELENI – TRAJNOSTNI PRODUKTI EDINSTVENI PRODUKTI (sledijo DNK TDRP – npr. kartuzijanske vrednote, gozdni selfness)	Produkti so v tem trenutku v začetni razvojni fazi in jih je treba začeti celovito strateško obravnavati.

7.3.2 Doživetja TDRP

Doživetja smo razdelili v tematske sklope, saj jih na ta način lažje predstavimo končnemu kupcu. Izbrali smo tiste tematske sklope, ki imajo v tem trenutku najmočnejšo zgodbo, oz. tiste, ki jih potencialni gosti že v tem trenutku povežejo s TDRP. V prihodnosti, ko se bodo doživetja nadaljnje razvijala, je tematike smiselno preveriti in po potrebi združevati oz. smiselno posodablјati.

Tabela 17: Potencialni gradniki doživetja TDRP na podlagi MPST

UŽIJ TDRP	
POTENCIALNI GRADNIKI DOŽIVETJA	VSEBINA
Doživetja lokalne in avtohtone kulinarike, ki temeljijo na BZ Okusi Rogle. Užij Slovenske Konjice.	V tematski sklop sodijo doživetja lokalne in avtohtone kulinarike, ki temeljijo na BZ Okusi Rogle.

<p>Kulinarične ture (npr. kulinarično razvajanje na domačiji Forbar.</p> <p>Vinske kleti in vinogradniki.</p> <p>Podeželje in druženje s pristnimi Pohorci in ponudniki v TDRP (npr. Doživite in okusite sirarstvo Lamperček-Obrul).</p>	
RAZIŠČI TDRP	
KULTURNI POTEPI	
POTENCIALNI GRADNIKI DOŽIVETJA	VSEBINA
<p>Kamnite priče preteklosti (Graščina Oplotnica, villa rustica).</p> <p>Žička kartuzija, potep po starem mestnem jedru, Center Noordung, Muzej ozkotirne železnice, Beškovnikova kašča, Goslarski atelje Skaza, Skomarska hiša, Etnološki muzej Brodej itn.</p> <p>Doživetje Preplet tradicije in sodobnosti (park Oplotnica s periščem, prikaz pranja na star način idr.).</p> <p>Tematski vodeni ogledi (npr. Po poteh vitanjskih vitezov, Po poteh Oplotniške gospode, Zgodbe iz oplotniške cule, Furmanske gostilne, Ljudsko izročilo Tineta Lesjaka, Zreče – mesto sreče, Če bi trške hiše lahko spregovorile, Konjiško usnje, Po Minattijevih stopinjah itn.).</p> <p>Viničarji in viničarski red (zgodba nastanka domačije Brglez, ki je tesno povezana z Žičko kartuzijo – kartuzijani so bili namreč več stoletij lastniki zemlje v Oplotnici, saj je bila to v 12. stoletju ena prvih vasi, ki so jo dobili v dar.).</p>	<p>Pomembne zgodovinske točke so odlična izhodiščna točka za doživetja novih spoznanj s prepletom tradicije in sodobnosti (oživljanje industrijske dediščine, t. i. <i>Dark Tourism</i>).</p> <p>»Nove zvezde kulturnega turizma so številna majhna zgodovinska mesta Slovenije – ki jih pospešeno razvijamo in na trgu pozicioniramo kot zaokrožen produkt (<i>Historic towns of Slovenia/Slovenia Historic Towns</i>), ki ga odlikujejo prenovljena zgodovinska jedra in urejeni javni ambient, majhne trgovine z lokalnimi izdelki, butični hoteli, kakovostna gostinska ponudba, druženje z zgodovinsko vrednostjo, prenovljeni objekti kulturne dediščine z [visokokakovostnimi] in sodobno prezentiranimi vsebinami in pa seveda živahen prireditveni utrip – številne prireditve, festivali in ulično dogajanje, ob tem pa vsako mestece nudi tudi edinstvena doživetja.« (SST 2022–2028, str. 235)</p>
AKTIVNOSTI V NARAVI	
POTENCIALNI GRADNIKI DOŽIVETJA	VSEBINA
<p>Produkti pohodništva in kolesarjenja, ponudba športnega centra Rogla, zimske aktivnosti, vodni športi, adrenalinska doživetja, plezanje, muharjenje in ribolov ter golf.</p> <p>Potep po Rogli, Z e-kolesom po TDRP, Pot med krošnjami Pohorje, vodene pohodne in učne poti, Doživljajski gozd Rogla itn.</p>	<p>Aktivni turizem in turistične aktivnosti so za TDRP pomembne, saj jo delajo drugačno. Širšemu krogu deležnikov omogočajo, da turistom predstavijo svojo ponudbo, zaradi česar slednji morebiti v destinaciji ostanejo dlje. To je pomembno zaradi zmanjšanja negativnih vplivov potovanj, ki se povečujejo s kratkimi počitnicami. Aktivni turizem je lahko pot do odgovornejših destinacij, ki si prizadevajo za bolj razpršene koristi turizma za vso skupnost. (Edelheim, 2017)</p>

DOŽIVETJA ZA DRUŽINE	
POTENCIALNI GRADNIKI DOŽIVETJA	VSEBINA
<p>Vodena tematska doživetja za družine po TDRP, npr. Z zgodbami odkrito, po Žički kartuziji itn.</p> <p>Zabavna in poučna doživetja v naravi (npr. Škratova ali Zmajčkova učna pot, Učna pot Oplotniški vintgar, Pot mlinov in žag ipd.).</p> <p>Aktivni termalni oddih za družine.</p>	<p>Družina predstavlja velik segment populacije v družbi, zato so družinska doživetja velik potencial TDRP.</p>
ZELENI TURIZEM	
POTENCIALNI GRADNIKI DOŽIVETJA	VSEBINA
<p>Edinstvena doživetja (Slovenia Unique Experiences).</p> <p>Z zgodbami odkrito.</p> <p>Domačija Forbar – od vrat do mize, kampiranje z doživetjem na kmetiji.</p> <p>Kartuzijanske vrednote.</p>	<p>TDRP s kombinacijo edinstvenih doživetij oblikuje zelena doživetja, ki so neponovljiva in avtohtona območju.</p> <p><i>»Produkt spoštuje občutljivo naravo in ne pušča sledi v okolju. V ospredje postavlja prvinskost in avtentičnost in ob doživljanju narave ponuja najboljše iz lokalne gastronomije.« (SST 2022–2028, str. 239)</i></p>
OBČUTI TDRP (zdravje in dobro počutje)	
POTENCIALNI GRADNIKI DOŽIVETJA	VSEBINA
<p>Gozdni selfness (gozdna kopel v naravnem biotopu Partovec), vodni užitki v termalnih bazenih Term Zreče, šotna kopel in šotne obloge itn.).</p> <p>Svetloba tišine v Žički kartuziji (mindfulness oz. programi čuječnosti).</p> <p>Kneippov park z dišavnimi rastlinami v Oplotnici.</p> <p>Bioenergetske poti.</p> <p>Razvajanje in sprostitev (wellness in selfness).</p> <p>Medicinski oz. zdravstveni turizem (zdravstvene storitve, preventiva, rehabilitacija).</p>	<p>TDRP z neokrnjeno naravo in ohranjenim parkom ponuja edinstveno okolje za posebne programe wellnesa. Priložnosti vidimo predvsem pri programih čutnega razvajanja in selfnessa, ki v ospredje postavlja um in čustveno sfero.</p> <p>Produkt gradi prepoznavnost na temeljih edinstvenih termalnih in mineralnih vod ter drugih znanstveno dokazanih naravnih zdravilnih faktorjev (naravna šota s starodavnega Pohorja, različni peloidi in aerosoli, zdravilna gorska klima ter drugi lokalni dejavniki), znanju, močnih zdravstvenih ekipah, bogati tradiciji ter sodobni ponudbi za sprostitev in aktivni oddih. (SST 2022–2028, str. 234)</p>
INDUSTRIJA SREČANJ	
POTENCIALNI GRADNIKI DOŽIVETJA	VSEBINA
<p>Kongresi, konference in konvencije združenj.</p>	<p>TDRP razpolaga z ogromno možnostmi za posepešeni razvoj produkta industrije srečanj, ki</p>

<p>Korporativna srečanja (konference, usposabljanja, seminarji itd.).</p> <p>Sejmi in razstave.</p> <p>Politična srečanja.</p> <p>Motivacijska potovanja.</p>	<p> vključujejo izredno širok spekter nosilnih in podpornih dejavnosti.</p> <p>»Udeleženci kongresov in dogodkov so močni turistični ambasadorji in se v destinacijo vračajo kot turisti, kongresni turizem pa ob tem odlično dopolnjuje počitniške in druge turistične produkte ter pomembno vpliva za povpraševanje v sicer manj obiskanih mesecih.« (SST 2022–2028, str. 237)</p>
---	--

7.4 Operativni cilji in ukrepi na ravni menedžmenta turistične ponudbe in doživetij

Učinkovit razvoj produktov zahteva ustrezno produktno organiziranost in strukturo. CD DMMO TDRP oblikuje razvojno politiko na področju produktov ter spodbuja in usmerja nadaljnji razvoj doživetij TDRP. Naloge delovne skupine CD DMMO TDRP:

- spodbuja kakovostne prireditve in dogodke na nivoju TDRP;
- skrbi za razvoj produktov in produktnih tržnih kombinacij – pomaga razvijati turistične produkte;
- spodbuja k promocijski akciji dnevov odprtih vrat ponudnikov TDRP;
- vodi register destinacijskih vodnikov in skrbi za njihovo usposabljanje;
- poskrbi za prijavo na poziv STO – Slovenia Unique Experiences;
- skrbi za odlično informiranje v TIC-ih;
- skrbi za informiranje in ozaveščanje deležnikov v turizmu;
- sodeluje s CD DP;
- spremlja in evalvira aktivnosti CD TDRP;
- izvaja redne delovne sestanke in pripravlja poročila (razdelitev nalog, opredelitev načina vključevanja deležnikov, financiranje ...);
- vzpostavi regijska partnerstva (Celje, Šentjur, Žalec, Slovenska Bistrica);
- letno spremlja ter evalvira *Načrt razvoja in trženja turizma v TDRP*.

Glede na to, da je produkt aktivnosti v naravi (produkt *outdoor*) v novem strateškem obdobju SST 2022–2028 najbolj dinamičen in rastoč slovenski produkt, z aktivnim delom na nadgradnji infrastrukture, storitev in izkušnje pa postane tudi najkonkurenčnejši, z znatno povečano dodano vrednostjo, predstavljamo operativne cilje in ukrepe, vezane na ta segment razvoja turizma, ki se prepletajo skozi

vse ukrepe in cilje pričujoče strategije. Obenem pa s tem produktom lahko uspešno udejanjamo princip usmerjanja tokov in spoštovanja nosilne zmogljivosti prostora in narave.

Tabela 18: Operativni cilji z ukrepi na področju menedžmenta ponudbe

CD 7: Vzpostavitev delovne skupine CD območja TDRP	
CD 7.1	Vzpostavitev delovne skupine znotraj centra doživetij v destinaciji, ki bo odgovorna za razvoj ponudbe aktivnega turizma v naravi oz. ponudbe <i>outdoor</i>
AKTIVNOST	<p><i>Delovna skupina znotraj CD bo:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • pripravila Akcijski načrt za razvoj Aktivnega turizma v naravi; • spodbujala in nudila podporo razvoju pohodnikom in kolesarjem prijazne ponudbe; • sodelovala pri aktivnostih vzpostavitve <i>outdoor</i> centra v TDRP (npr. na Rogli in v Zrečah); • sodelovala s turističnimi ponudniki pri zagotavljanju višje dodane vrednosti za obiskovalce; • skrbela za digitalizacijo tematskih pohodniških in kolesarskih poti; • organizirala redne delovne sestanke in pripravljala poročila.
ČASOVNICA	Skozi celotno strateško obdobje.
CD 7.2	Vzpostavitev regijskih partnerstev (z ostalimi destinacijami in ponudniki)
AKTIVNOST	<i>Sodelovanje delovne skupine CD z drugimi sosednjimi destinacijami in ponudniki pri bogatitvi skupne ponudbe in doživetij za obiskovalce (Šentjur, Žalec, Celje, Slovenska Bistrica in Celjska koča).</i>
ČASOVNICA	Skozi celotno strateško obdobje.

Urejena infrastruktura predstavlja enega izmed ključnih stebrov pri razvoju turističnega produkta, saj neurejena infrastruktura oz. pomanjkanje osnovne infrastrukture otežuje razvoj turizma, vodi do sporov s preostalimi uporabniki in lokalnim prebivalstvom, pogosto pa ima tudi negativne vplive na naravno okolje, kar otežuje sledenje ciljem trajnostnega upravljanja destinacije. V nadaljevanju tako predstavljamo ukrepe za razvoj turistične ponudbe za doseganje višje kakovosti, produktivnosti in dodane vrednosti, s ciljem dohitevanja konkurence ter trajnostne oživitve in razvoja turizma. SST 2022–2028 (str. 58) izpostavlja, da naložb v specializirano, butično in celovito trajnostno ponudbo primanjkuje. Ob tem poudarja, da je bilo v preteklem obdobju vlaganj v celovito urejanje turističnih destinacij, tj. v javno infrastrukturo, usklajeno z naložbami zasebnega sektorja, premalo, zato so v pričujočem strateškem dokumentu vključene tudi zasebne naložbe ponudnikov, usklajene z vizijo TDRP in posameznih občin.

Tabela 19: Operativni cilji z ukrepi na področju infrastrukture za razvoj turistične ponudbe

CD 8: Investicije v turistično infrastrukturo

<p>CD 8.1</p> <p>AKTIVNOST</p> <p>ČASOVNICA</p>	<p>Izgradnja grbinastega poligona za kolesarje</p> <p>Grbinasti poligon (angl. <i>pump track</i>) je gorskokolesarska proga z razgibano grbinasto asfaltno stezo s posebej oblikovanimi valovitimi površinami in umaknjenimi vogali.</p> <p>Grbinasti poligoni so primerni kot prostor za rekreativno vožnjo, izvajanje kolesarskih trikov in profesionalne treninge naprednejših uporabnikov, pa tudi dogodke, kot je žrebanje tekmovalcev v olimpijski disciplini BMX.</p> <p>Novi grbinasti poligon v Oplotnici se bo raztezal na približno 1.000 m², vozne površine bo dobrih 380 m², najvišja točka bo 1,3 metra nad tlemi, sestavljen pa bo iz zaobljenih grbin in zavojev, ki bodo med seboj ritmično povezani v krožno celoto z različnimi postavitvami, od preprostih ovalnih postavitvev do zahtevnejših prog z več zavoji. Namenjen bo različnim ciljnim skupinam, tako otrokom kot mladini, saj bo primeren za vse velikosti koles, rolke, rolerje in skiroje. Umeščen bo na zelenico poleg obstoječega velikega nogometnega igrišča pri športni dvorani Milenij.</p> <p>Občina Oplotnica želi poskrbeti za mlajše kolesarje in tudi tiste, ki bi radi utrdili svoje gibalne sposobnosti. Grbinasti poligoni imajo izredno pomembno vlogo v prvih fazah razvoja kolesarjenja, saj mlade kolesarje uspešno aktivirajo in povezujejo. Na zabaven in družaben način razvijajo in krepijo vseh šest temeljnih gibalnih sposobnosti – moč, hitrost, gibljivost, ravnotežje, koordinacijo in preciznost. S tem ustvarjajo pomembne in zdrave temelje za bodoči razvoj kolesarjenja v Sloveniji.</p> <p>Glavni namen takšnega objekta je uporabnikom zagotoviti varno mesto za druženje, sprostitve, vadbo in izvajanje urbanih športov. Če je park pravilno oblikovan in zgrajen, lahko privablja obiskovalce in dopolni športno ponudbo občine in TDRP.</p> <p><i>Predvidene aktivnosti:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>izgradnja grbinastega poligona za kolesarje (1. faza projekta),</i> • <i>postavitev dveh pametnih klopi (2. faza projekta),</i> • <i>postavitev ene knjigobežnice (2. faza projekta),</i> • <i>ureditev medgeneracijskega prostora (3. faza projekta).</i> <p>Do konca leta 2024.</p>
<p>CD 8.2</p> <p>AKTIVNOST</p> <p>ČASOVNICA</p>	<p>Ureditev Oplotniškega vintgarja</p> <p><i>Predvidene aktivnosti:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>podaljšanje učne poti Oplotniški vintgar do Cezlaka (kamnolom čizlakita),</i> - <i>postavitev usmerjevalnih tabel s QR kodami.</i> - Do 2024.
<p>CD 8.3</p>	<p>Ureditev prostora za druženje različnih generacij ob športni rekreaciji, igri in sproščanju</p> <p>Z ureditvijo zunanega fitnesa in družabnega prostora z umeščenimi pozitivnimi energetskeimi točkami, v katerem se skozi fizično aktivnost in rekreacijo prepletajo procesi učenja, zabave in medgeneracijskega druženja, spodbujamo vse generacije, da se vključijo v telesno aktiven življenjski slog in zdrav način življenja, ki ga s ponudbo lokalno pridelane zdrave prehrane naših kmetij ob tem primerno promoviramo. S tem izboljšamo tako osebno dobro počutje in zdravje prebivalcev občine kot tudi zdravje celotne skupnosti, ki vključuje fizični, socialni, ekonomski in psihološki vidik. Ob tem</p>

<p>AKTIVNOST</p> <p>ČASOVNICA</p>	<p>zasnovani družabni prostor predstavlja mesto za sprostitev in zabavo, kar ustvarja medgeneracijsko povezovalno točko, kjer se različne generacije družijo ter medsebojno delijo svoje znanje in svoje dragocene izkušnje.</p> <p>Prostor bomo uredili tako, da bo izražal življenjski slog uporabnikov in lokalne skupnosti. Ker so potrebe po uporabi opreme odvisne od spola, generacije, namembnosti in regije, je koncept zasnovan tako, da na čim lažji način dovoljuje pokrivanje vseh vidikov ter najhitrejše in najlažje prilagajanje prvotne opreme prostora glede na potrebe.</p> <p>Kakovostno oblikovanje odprtih javnih prostorov povečuje privlačnost urbanih središč in zelenih javnih površin ter pomembno prispeva k izboljšanju kakovosti življenja prebivalcev, hkrati pa je pomemben gradnik trajnostnega razvoja.</p> <p><i>Predvidene aktivnosti:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • pridobitev gradbene dokumentacije in gradbenega dovoljenja, • ureditev površin (izgradnja in postavitve opreme), • izvedba delavnice, • promocija (izdelava zloženkov, novinarska konferenca). <p>Zaključek je predviden leta 2024.</p>
<p>CD 8.4</p> <p>AKTIVNOST</p> <p>ČASOVNICA</p>	<p>Ureditev Turistično-ribiškega centra Brezje pri Oplotnici</p> <p>Člani Turističnega društva Oplotnica so pričeli z delom na Turistično-ribiškem centru Brezje pri Oplotnici.</p> <p>Prostor bo namenjen druženju v naravi, športnim aktivnostim in družinam (na voljo bodo igrala), zajemal pa bo ribnik za športni ribolov, lesen objekt za druženje in dodaten ribnik.</p> <p>Ležal bo v zavetju gozdov in travnikov, v pravi idilični pravljici le streljaj od centra Oplotnice, kamor vodi tudi asfaltna povezava, s kmetijskimi površinami in pogledom na Brinjevo goro v okolici.</p> <p><i>Predvidene aktivnosti:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • ureditev energijskega parka, • določitev posameznih energijsko dobrih točk s pomočjo radiestezijskih meritev, • ureditev energijskih točk s posebno izbranimi kamni oz. prodniki, • zapis energijskih točk na informacijsko tablo, • pridobitev dovoljenja za izgradnjo lesenega objekta in ribnika, • izbira izvajalca in izgradnja. <p>Do 2024.</p>
<p>CD 8.5</p>	<p>Ureditev pokrite tržnice s trgovino za samooskrbo</p> <p>Projekt samooskrbe predstavlja aktivnosti za zvišanje stopnje lokalne samooskrbe, ki vključujejo predvsem podporo razvoju dopolnilnih dejavnosti na kmetiji, izobraževanje, povezovanje pridelovalcev in potrošnikov, trženje in promocijo s poudarkom na lokalnem prebivalstvu. Ključnega pomena v projektu je prepoznati in</p>

AKTIVNOST	<p>ozavestiti dodano vrednost lokalnih proizvodov in storitev ter doseči pozitivne razvojne učinke, ki jih okolju prinaša na dolgi rok. Kot prispevek občine v projektu načrtujemo obstoječe skladiščne prostore preurediti v pokrito vaško tržnico in s tem prispevati k potrošnji lastnih proizvodov oziroma pridelkov oplotniških kmetij.</p> <p><i>Predvidene aktivnosti:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • odkup skladišča, • preureditev prostora, • spodbujanje trženja pridelkov iz kmetij, • promocija.
ČASOVNICA	Do konca leta 2024.
CD 8.6	Ureditev hišk za glamping in postajališč za avtodome
AKTIVNOST	<p>Ponudnik Boris Pem (Gostilna Pem) načrtuje razširitev svoje ponudbe.</p> <p><i>Predvidene aktivnosti:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • postavitev šestih hišk za glamping (štiri nastanitvene hiške za 4 do 6 oseb in dve hiški z dodatno ponudbo wellnessa in bara), • postavitev šestih PZA in ureditev skupnega prostora, primerne za piknik in druženje na prostem.
ČASOVNICA	Do konca leta 2024.
CD 8.7	Ureditev ribiškega območja in okolice Partovec
AKTIVNOST	<p>Z nakupom koč ob ribniku od takratnega lastnika Gozdnega gospodarstva Maribor je ta biotop v vizijo razvoja občine vključen kot pomembna točka, s ciljem razvoja in učinkovitega upravljanja turistične infrastrukture ter oblikovanja integralnih turističnih produktov za mreženje naravne in kulturne dediščine ter tradicije območja.</p> <p><i>Predvidene aktivnosti:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • uvedba možnosti športnega ribolova, • posodobitev nočitvenih kapacitet za družine, • dograditev in obnova koč, • uvedba ponudbe hrane in pijače.
ČASOVNICA	Do konca leta 2025.
CD 8.8	Nadgradnja in ureditev krožne turistične sprehajalne poti Partovec
AKTIVNOST	<p><i>Predvidene aktivnosti:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • posodobitev in postavitev informacijskih tabel s QR kodami, • posodobitev obstoječe poti z ureditvijo urbane opreme, • ureditev spletne strani.
ČASOVNICA	Do konca leta 2025.
CD 8.9	Villa rustica

AKTIVNOST ČASOVNICA	<p>Južno od vasi in Čadramskega potoka ima del polja ledinsko ime Belo mesto. Tod so bile leta 1967 ob terenskem ogledu arheologa Stanka Pahiča iz Pokrajinskega muzeja Maribor odkrite ostaline antičnih stavb in nekaj odlomkov grobe hišne lončenine. Najdišče predstavlja arheološki spomenik v prvotni legi, za njegovo natančnejše ovrednotenje pa bi bile potrebne nadaljnje arheološke raziskave. Najdišče je pomembno za poznavanje in preučevanje rimskodobne poselitve širšega območja v kontekstu z najdišči na obronkih Pohorja in rimsko cesto v neposredni bližini.</p> <p><i>Predvidene aktivnosti:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>digitalizacija arheološke dediščine ville rustice,</i> • <i>opis, izris in označba objekta in rimske ceste.</i> <p>Do 2028.</p>
CD 8.10 AKTIVNOST ČASOVNICA	<p>Ureditev kolesarske infrastrukture</p> <p><i>Predvidene aktivnosti:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>ureditev regijske kolesarske poti Vitanje–Zreče–Loška Gora–Gračič–Oplotnica,</i> • <i>nadaljevanje izgradnje kolesarskih poti v občini.</i> <p>Do konca strateškega obdobja.</p>
CD 8.11 AKTIVNOST ČASOVNICA	<p>Priprava pogojev za izgradnjo bazenskega kompleksa</p> <p>Občina Oplotnica načrtuje izgradnjo bazenskega kompleksa za rekreacijsko plavanje in druge dejavnosti v vodi. S tem bi združili več športno-rekreativnih medgeneracijskih projektov v zaključeno celoto večjega kompleksa. Na tem prostoru načrtujejo tudi postajališče za avtodome. S tem bodo potencialne obiskovalce, ki potujejo z avtodomi, dalj časa zadržali v okolju, saj jim bo ob tem na razpolago veliko športno-rekreativnih in družabnih aktivnosti.</p> <p><i>Predvidene aktivnosti:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>priprava OPN,</i> • <i>nakup zemljišča,</i> • <i>priprava zemljišča.</i> <p>Do konca strateškega obdobja.</p>
CD 8.12 AKTIVNOST	<p>Postajališče za avtodome Oplotnica</p> <p>Občina načrtuje izgradnjo postajališč za avtodome v neposredni bližini športno-rekreativnih in medgeneracijskih površin. Načrtovana so štiri urejena postajališča z urejenim sanitarnim blokom. Projekt je v fazi idejne zasnove.</p> <p><i>Predvidene aktivnosti:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>pridobivanje gradbene dokumentacije z namenom pridobitve dovoljenja za gradnjo,</i> • <i>izgradnja sanitarnega bloka in postavitve opreme za postajališče,</i>

<p>ČASOVNICA</p>	<ul style="list-style-type: none"> • izdelava zloženke, • promocija postajališča. <p>Do konca strateškega obdobja.</p>
<p>CD 8.13</p> <p>AKTIVNOST</p> <p>ČASOVNICA</p>	<p>Ustanovitev rokodelskega centra s turistično prodajalno</p> <p>Ustanovljen bo rokodelski center, ki bo z različnimi oblikami povezovanja ustvarjalcem izdelkov domače in umetnostne obrti nudil skupno promocijo in trženje. S skupnimi nastopi in prodajo se zagotavlja večja raznolikost, zanimivost tržne ponudbe in prisotnost na širšem tržišču. S povečano prodajo se zagotavlja višja ekonomska in socialna varnost rokodelcev in njihovih družin. Povečujejo se zanimanje in možnosti razvoja rokodelske dejavnosti ter s tem odpiranje novih zelenih delovnih mest. S povezovanjem ljudi se okrepijo medsebojno sodelovanje, razvoj novih idej ter lažje doseganje osebnih in skupnih ciljev.</p> <p><i>Predvidene aktivnosti:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • ustanovitev socialnega podjetja, • ureditev prostorov in opreme, • izdelava zloženke, • promocija. <p>Do konca leta 2026.</p>
<p>CD 8.14</p> <p>AKTIVNOST</p> <p>ČASOVNICA</p>	<p>Izgradnja čebelarstvo-turističnega centra</p> <p>Čebelarstvo društvo Oplotnica združuje 15 članov čebelarjev. Člani gospodarijo s čebelami vsak na svojem čebelnjaku na območju občine Oplotnica. Čebelarstvo društvo vodi šolsko interesno dejavnost – krožek o čebelarstvu v osnovni šoli Oplotnica, v katerega je vključenih 10 otrok. Glavna strateška usmeritev razvoja občine temelji na razvoju turizma in kmetijskih dejavnosti s čim več ekološke pridelave, pomembna pa sta tudi spodbujanje društvenih dejavnosti ter povezovanje razvoja turizma in kmetijstva. Lokacija predvidenega projekta bo izbrana na podlagi cilja širitve turistične in kmetijske dejavnosti v središče podeželja oziroma v odročna, manj razvita območja, kamor vse bolj zahajajo ljudje iz večjih mest in naselij.</p> <p><i>Predvidene aktivnosti:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • lokacijska umestitev objekta, • priprava dokumentacije za izgradnjo, • pridobitev dovoljenja, • izgradnja objekta, • opremljanje prostorov, • promocija in trženje. <p>Do konca strateškega obdobja.</p>
<p>CD 8.15</p>	<p>Ureditev nastanitvenih kapacitet na Domačiji Forbar</p>

AKTIVNOST ČASOVNICA	Ponudnik Simeon Črešnar (Domačija Forbar) načrtuje razširitev svoje ponudbe. <i>Predvidene aktivnosti:</i> <ul style="list-style-type: none"> • pridobitev dovoljenja za gradnjo, • ureditev ležišč, • oddaja nastanitvenih kapacitet na domačiji. Do konca strateškega obdobja.
CD 8.16 AKTIVNOSTI ČASOVNICA	Zasnova dolgoročnega razvoja rekreativno-turistične infrastrukture <i>Predvidene aktivnosti:</i> <ul style="list-style-type: none"> • pregled obstoječe Strategije razvoja športa v občini Slovenske Konjice 2020–2030, • priprava popisa potencialov obstoječe rekreativno-turistične infrastrukture (npr. ŠRC Dobrava, bazena Slovenske Konjice in Zbelovo, ŠRC Park, Športna dvorana Slovenske Konjice in ploščad (nogomet, odbojka, grbinasti poligon), pohodne poti, kolesarjenje itd.), • priprava ponudbe in njeno trženje (npr. enodnevni paketi, organizacija vodenih športnih aktivnosti, teambuildingov, priprav športnikov, predstavitev možnosti za samostojno uporabo idr.), • parkirišče za avtodome. Do 2026.
CD 8.17 AKTIVNOST ČASOVNICA	Žička kartuzija Žička kartuzija je kulturni spomenik državnega pomena in s cca 15.400 obiskovalci letno (domači: 12.500, tuji: 2.900) najbolj obiskana kulturno-zgodovinska atrakcija v TDRP. <i>Predvidene aktivnosti:</i> <ul style="list-style-type: none"> • priprava načrta upravljanja doline Janeza Krstnika z zunanjim izvajalcem vsaj do leta 2024; • vzpostavitev digitalnega lapidarija in arheološkega parka kot osnove za znanstveno raziskovanje materialne in umetnostnozgodovinske substance spomenika državnega pomena; • oblikovanje sodobne predstavitveno-raziskovalne platforme Žičke kartuzije, ki bo služila znanstvenim raziskavam, pomembnim za ohranjanje kulturne dediščine širom sveta in obenem predstavitvi širši javnosti; • prenova in ureditev interpretacijskega centra za obiskovalce in osvežitev obstoječih razstav s prilagoditvami za gibalno ovirane osebe; • nadaljevanje vlaganja v projekt Digitalizacija kulturne dediščine. Do konca strateškega obdobja.
CD 8.18 AKTIVNOST	Ureditev dveh tematskih poti in ene nove v občini Slovenske Konjice Nadgradnja in posodobitev vsaj dveh tematskih poti v občini Slovenske Konjice in ureditev ene nove tematske poti. <i>Predvidene aktivnosti prenove:</i> <ul style="list-style-type: none"> • Naravoslovna učna pot Petelinjek (obstoječa), • Vodna učna pot Prežigal (obstoječa),

ČASOVNICA	<ul style="list-style-type: none"> • Zakladi Žič (nova). • Do konca strateškega obdobja.
CD 8.19 AKTIVNOST	<p>Ureditev kolesarske infrastrukture</p> <p><i>Predvidene aktivnosti prenove:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • zaključek izgradnje kolesarske proge za spust s Konjiške gore s pripadajočo signalizacijo (informacijske in usmerjevalne table) in urbano kolesarsko opremo, • nadaljevanje izgradnje kolesarskih poti v občini, • navezava na državno kolesarsko pot R29.
ČASOVNICA	Do konca strateškega obdobja.
CD 8.20 AKTIVNOST	<p>Nadaljevanje obnove Dvorca Trebnik – Objekt A</p> <p><i>Predvidene aktivnosti:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • intenzivno iskanje primernih vsebin, • v skladu z izbranimi vsebinami načrtovanje obnove – priprava načrtov, iskanje sredstev.
ČASOVNICA	<ul style="list-style-type: none"> • Do konca strateškega obdobja.
CD 8.21 AKTIVNOST ČASOVNICA	<p>Nadaljevanje obnove Dvorca Baronvay</p> <p>Dvorec je dobil ime po madžarskem baronu in upokojenem višjem oficirju avstro-ogrske monarhije, baronu Odonu Vay de Vaya, ki se je skupaj z ženo Adelmo verjetno preselil v Konjice v sredini ali drugi polovici 19. stoletja.</p> <p><i>Predvidene aktivnosti: izvedla se je že zamenjava oken, sledi obnova fasade in sanacija vlage.</i></p> <p>Do konca strateškega obdobja.</p>
CD 8.22 AKTIVNOST ČASOVNICA	<p>Oživitev Starega trga v Slovenskih Konjicah</p> <p><i>Predvidene aktivnosti:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • odkup stavb s strani Občine Slovenske Konjice in naselitev primernih vsebin vanje (npr. objekt stare pekarnice – morda nova knjižnica?, objekt nekdanje prodajalne Jata – z delnimi rušitvami in obnovo pridobiti izviren prostor za druženje sredi mestnega jedra, manjše prireditve, turistično-promocijski prostor z multimedijo in predstavitvami Konjic, javno stranišče itd.), • spodbujanje zasebnih naložb v starem mestnem jedru (npr. nastanitvene kapacitete, razne storitvene dejavnosti, prodajalne lokalnih izdelkov itd.), • oživitev Mestne galerije Riemer. • Do konca strateškega obdobja.
CD 8.23 AKTIVNOST	<p>Investicija in prenova ponudbe Ekološke kmetije Iršič-Meglič</p> <p>Obogatitev ponudbe na omenjeni kmetiji.</p> <p><i>Predvidene aktivnosti:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • prenova 200 let stare preužitkarske hiše z možnostjo nastanitve, • zajetje vode in ureditev knajpanja,

ČASOVNICA	<ul style="list-style-type: none"> • ureditev rastlinjaka in možnost prikaza vzgoje pridelkov (visoke grede in talna vzgoja), • nova ponudba: sprehod po divjem gozdu, • ureditev gozdarske hiše z divjo kuhinjo. <p>Do 2023.</p>
CD 8.24	Ureditev športnega parka v občini Vitanje
AKTIVNOST	Zaključek prve faze ureditve športnega parka v bližini šole je bil leta 2021. Sledijo aktivnosti druge faze.
ČASOVNICA	<p><i>Predvidene aktivnosti:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • ureditev tribun, • ureditev atletske steze. <p>Do 2024.</p>
CD 8.25	Sanacija strehe in nakup opreme za KSEVT
AKTIVNOST	Občina bo sanacijo strehe in nakup opreme za KSEVT, v katerem deluje Javni zavod Center Noordung, prijavila na LAS-ov razpis.
ČASOVNICA	<p><i>Predvidene aktivnosti:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • popravilo strehe, • zatemnitev kupole (senčila), • ureditev razsvetljave (svetlobni efekti) ipd. <p>Do 2024.</p>
CD 8.26	Obnova in ureditev Rupnikove hiše
AKTIVNOST	<p><i>Predvidene aktivnosti:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • ureditev muzejske zbirke o zgodovini kraja in hiše, • povezava z rodbino Noordung,
ČASOVNICA	Do 2025.
CD 8.27	Lokacijska umestitev in vzpostavitev kampa
AKTIVNOST	<p><i>Predvidene aktivnosti:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • iskanje lokacije, • lokacijska ureditev, • iskanje investitorjev ipd.
ČASOVNICA	Do konca strateškega obdobja.
CD 8.28	Ureditev kolesarske infrastrukture (Vitanje)
AKTIVNOST	<p><i>Predvidene aktivnosti:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • ureditev regijske kolesarske poti: Vitanje–Zreče–Loška Gora–Gračič–Oplotnica, • nadaljevanje izgradnje kolesarskih poti v občini, • vzpostavitev sistema in trženja kolesarskih daljinskih poti.
ČASOVNICA	Do konca strateškega obdobja.

CD 8.29	Revitalizacija naselja Rakovec in povezava z ostalimi glažutarskimi naselji na Pohorju
AKTIVNOST	<p><i>Predvidene aktivnosti:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>energetska sanacija objekta,</i> • <i>obnova dvorca,</i> • <i>ureditev spominskega kotička na temo steklarstva.</i>
ČASOVNICA	Do konca strateškega obdobja.
CD 8.30	Vzpostavitev rokodelskega centra v sklopu Etnološkega muzeja Brodej
AKTIVNOST	<p>Etnološki muzej Brodej je zbirka starih predmetov in ljudskega izročila na prelepi ekološki kmetiji s petimi hiškami za glamping.</p> <p><i>Predvidene aktivnosti:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>prijava projekta na razpis za pridobitev sredstev,</i> • <i>popis in opis starih predmetov,</i> • <i>tematska ureditev muzeja.</i>
ČASOVNICA	Do konca strateškega obdobja.
CD 8.31	Sistem vzdrževanja in nadgradnja pohodnih, kolesarskih in tematskih poti ter ponudbe v Vitanju
AKTIVNOST	<p><i>Predvidene aktivnosti:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>ureditev učnih poti Pot med vodnjaki in Od kapljice do reke,</i> • <i>ureditev krožne doživljajske poti Vitanje–sv. Vid–Vitanje,</i> • <i>ureditev poti do obeh gradov,</i> • <i>ureditev Krožne kolesarske poti vitanjskih cerkva.</i>
ČASOVNICA	Do konca strateškega obdobja.
CD 8.32	Usmerjevalne table v Vitanju
AKTIVNOST	<p>Postavitev usmerjevalnih tabel ob vpadnicah in v mestu, ki obiskovalca vodijo k Centru Noordung in v TIC Vitanje.</p> <p><i>Predvidene aktivnosti:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>izdelava elaborata,</i> • <i>postavitev tabel.</i>
ČASOVNICA	Do konca strateškega obdobja.
CD 8.33	Ureditev novih tematskih poti v občini Vitanju
AKTIVNOST	<p><i>Predvidene aktivnosti:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>vzpostavitev učne poti o rimskih kamnolomih in drugih poti v sodelovanju s Pokrajinskim muzejem Celje,</i> • <i>oživitev rudarjenja in začetkov razvoja industrije z navezavo na Žigo Zoisa,</i> • <i>vzpostavitev tematske poti žage in mlini.</i>
ČASOVNICA	Do konca strateškega obdobja.
CD 8.34	Ureditev poti do dveh gradov v občini Vitanje

AKTIVNOST	<i>Aktivnosti za ureditev poti do Starega in Novega gradu.</i>
ČASOVNICA	Do konca strateškega obdobja.
CD 8.35	Ureditev Muzeja ozkotirne železnice v Zrečah
	Nekdaj je po Dravinjski dolini sopihal vlak. Njegovo edinstveno in obogateno zgodbo lahko obiskovalci spoznajo prav v obnovljenem Muzeju ozkotirne železnice, edini ohranjeni železniški postaji v Zrečah.
AKTIVNOST	<i>Predvidene aktivnosti:</i>
	<ul style="list-style-type: none"> • <i>ureditev prostorov in vzpostavitev muzejske doživljajske ponudbe.</i>
ČASOVNICA	Do konca leta 2023.
CD 8.36	Doživljajski gozd na Rogli
AKTIVNOST	<i>Predvidene aktivnosti:</i>
	<ul style="list-style-type: none"> • <i>gradnja vhodne stavbe v Doživljajski gozd, v kateri se bodo uredili vhod v park z blagajno, sanitarije, trgovina s spominki, gostinski lokal, pisarne in podobno;</i> • <i>postavitev največ petih prodajnih kioskov na južnem delu območja ob sprehajalni poti;</i> • <i>ureditev zunanjega interpretacijskega centra;</i> • <i>ureditev Doživljajskega gozda s postavitvijo igral in atrakcij v sklopu severnega dela območja;</i> • <i>ograditev območja z varovalno ograjo;</i> • <i>ureditev parkirišč za gibalno ovirane osebe in zaposlene;</i> • <i>ureditev mokrišča in poti za gibalno ovirane osebe;</i> • <i>izgradnja priključkov na gospodarsko javno infrastrukturo, ki je potrebna za normalno funkcioniranje območja (vodovod, električno napajanje, kanalizacija, telekomunikacije).</i>
ČASOVNICA	Do 2025.
CD 8.37	Širitev sistema kolesCE
AKTIVNOST	<i>Predvidene aktivnosti:</i>
	<ul style="list-style-type: none"> • <i>vsaj tri dodatne postaje (GKN, Stranice, Dobrovlje).</i>
ČASOVNICA	Do 2025.
CD 8.38	Ureditev Skomarja (Skomarske hiše)
AKTIVNOST	<i>Predvidene aktivnosti:</i>
	<ul style="list-style-type: none"> • <i>bogatitev ponudbe s povezovanjem naravne in kulturne dediščine,</i> • <i>360-stopinjski video Skomarske hiše.</i>
ČASOVNICA	Do 2026.
CD 8.39	Ureditev prometa na Rogli
AKTIVNOST	<i>Predvidene aktivnosti:</i>

ČASOVNICA	<ul style="list-style-type: none"> • sanacija cestišča in izgradnja krožišča ter ureditev parkirišč, pešpoti, avtobusnih postajališč in izvedba ukrepov trajnostne mobilnosti na ovršju Rogle, • dogovori za zaprtje ceste do Rogle in uvedba javnega prometa. <p>Do 2026.</p>
CD 8.40 AKTIVNOST	Izgradnja lokalne kolesarske poti
ČASOVNICA	<p><i>Predvidene aktivnosti:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • od mini krožišča na Kovaški cesti mimo trgovine Spar do telefonske govornice in navezava na državno kolesarsko pot na Kovaški cesti. <p>Do 2027.</p>
CD 8.41 AKTIVNOST	Izgradnja objekta B Hotela Natura
ČASOVNICA	<p><i>Predvidene aktivnosti:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • izgradnja dodatnih sob, dodatnega skupnega prostora in wellness centra. <p>Do leta 2027.</p>
CD 8.42 AKTIVNOST	Ureditev tematskih poti v občini Zreče
ČASOVNICA	<p>Sistem vzdrževanja in nadgradnja pohodnih, kolesarskih in tematskih poti ter nadgradnja ponudbe.</p> <p><i>Predvidene aktivnosti:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • ureditev dveh krožnih tematskih poti na Stranica, h, • ureditev ene tematske poti na Skomarju. <p>Do konca strateškega obdobja.</p>
CD 8.43 AKTIVNOST	Jezero priložnosti
ČASOVNICA	<p>Revitalizacija Zreškega jezera, obogatitev ponudbe in vzpostavitev večjega vključevanja naravne dediščine v trajnostni razvoj, ki z vplivom Pohorja in termalne vode nudi priložnost za razvoj klimatskega zdravstvenega produkta. Slednji se lahko kot učni poligon in primer dobre prakse na področju sonaravnega turizma prenese tudi na druga podobna območja.</p> <p><i>Predvidene aktivnosti:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • izdelava projektne dokumentacije za pridobitev mnenj in gradbenega dovoljenja (DGD) ter za izvedbo gradnje (PZI) za sanacijo obstoječega jezera z ureditvijo brežin, pomolov, otroškega igrišča s spustom po jeklenicah zipline, spremljajočih turistično-gostinskih objektov, sprehajalnih poti itd., • sanacija obstoječega jezera z dopolnitvijo turistične ponudbe. <p>Do konca strateškega obdobja.</p>
CD 8.44 AKTIVNOST	Ureditev kolesarske infrastrukture v Zrečah
	<p><i>Predvidene aktivnosti:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • ureditev regijske kolesarske poti Gračič–Oplotnica,

ČASOVNICA	<ul style="list-style-type: none"> • ureditev državne kolesarske povezave R29 v občinah Vojnik, Vitanje, Zreče in Slovenske Konjice, • nadaljevanje obnove in signalizacija kolesarskih poti v občini, • vzpostavitev sistema in trženja kolesarskih daljinskih poti. <p>Do konca strateškega obdobja.</p>
CD 8.45	Ureditev turistične prometne signalizacije v Zrečah
AKTIVNOST	<p><i>Predvidene aktivnosti:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • pregled stanja na terenu, • odstranitev nepotrebne ter posodobitev obstoječe signalizacije pohodnih in kolesarskih poti ipd.
ČASOVNICA	Do konca strateškega obdobja.

Z razvojem turističnih produktov in infrastrukture ter povezovanjem s sosednjimi destinacijami in turističnimi ponudniki lahko TDRP svoje obiskovalce dolgoročno zadrži, zato je vlaganje v razvoj turistične ponudbe potrebno in upravičeno. Pri tem je pomembno pozornost nameniti razvoju produktov, ki bodo polnili prazne kapacitete nastanitvenih ponudnikov (hoteli, ponudniki apartmajev in sob). V nadaljevanju podajamo ukrepe in cilje za razvite produkte, ki so potrebni nadgradnje, produkte v razvoju ter produkte za prihodnost, ki sledijo trendom v turizmu in viziji razvoja slovenskega turizma. S spodnjimi cilji se bo pripomoglo k doseganju strateškega cilja vzpostavitve celovitega sistema edinstvenih, dostopnih, kakovostnih in zelenih (trajnostnih) doživetij, ki bodo obiskovalcem TDRP na voljo 365 dni v letu, s posameznikom v ospredju, da bo destinacijo zapustil bogatejši za nova spoznanja in navdušenje podelil z znanci.

Tabela 20: Operativni cilji z ukrepi na področju razvoja turistične ponudbe

CD 9: Nadgradnja zimskega turizma	
CD 9.1	Dodatna ponudba na smučišču
AKTIVNOST	<p>Zimski turizem je v TDRP dobro razvit produkt, ki v glavni turistični sezoni zapolni vse razpoložljive kapacitete. Smučarsko središče je v samem vrhu slovenskih smučišč. Pa vendar – ker gre za nizkoležeče smučišče, obstoječi poslovno-finančni model zaradi vse bolj milih zim in posledično vse nižje snežne odeje dolgoročno ne bo vzdržan. Smučarski center, ki je v lasti Uniturja, že ponuja storitve in doživetja, ki so na voljo vse leto (Bike park in Outdoor center Rogla, letno-zimsko sankališče Zlodejevo, Wellness Natura, Wellness Planja idr.). Smučišče posledično obratuje vse leto in dolgoročno upravičuje prihodnja potrebna vlaganja v žičniško, gostinsko in nastanitveno infrastrukturo. Tako kot vsa že razvita ponudba in doživetja, so tudi ta potrebna popestritve in novih idej. S tem bo Rogla na področju rekreacije, športa in zdravja ostala konkurenčna.</p>
ČASOVNICA	Konstantno.
CD 9.2	Analiza vpliva podnebnih sprememb TDRP

<p>AKTIVNOST</p>	<p>Zaradi podnebnih sprememb bodo dolgoročno zime pri nas vse bolj mile, pomanjkanje snega pa vse pogostejše. Višje zimske temperature bodo umetno zasneževanje močno podražile, sčasoma pa naj bi slednje postalo tudi velik izziv. Glede na to, da je smučarski center Rogla izjemno priljubljena zimska destinacija ravno zaradi smučišča, je še toliko bolj pomembno razumeti vpliv podnebnih sprememb in njihovo časovnico.</p> <p><i>Katere spremembe se obetajo in kaj to pomeni za smučišče na Rogli, bo pokazala podrobnejša analiza vpliva podnebnih sprememb, ki naj nastane v sodelovanju med občino, LTO, podjetjem Unitur in zunanjim izvajalcem, strokovnjakom za podnebne modele.</i></p> <p><i>Priprava analize vpliva podnebnih sprememb bo uporabljena kot izhodišče pri razvoju dodatne ponudbe v TDRP. Načinov ukrepanja za omejitev podnebnih sprememb je veliko. Večji poudarek bo treba nameniti razvoju zelenega turizma in s tem tudi zmanjšati vplive turizma na okolje.</i></p>
<p>ČASOVNICA</p>	<p>Ocenjen strošek: 10.000 evrov</p> <p>Do 2024.</p>
<p>CD 10: Nadgradnja dobrega počutja</p>	
<p>CD 10.1</p> <p>AKTIVNOST</p>	<p>V novem strateškem obdobju produkt dobrega počutja še nadalje pridobiva na pomenu, saj je pandemija covid-19 močno okrepila zavedanje o pomenu zdravja, dobrega počutja, odpornosti, dobre telesne in duševne kondicije, dolgoživosti ter pomena aktivnega in zdravega staranja. (SST 2022–2028, str. 234)</p> <p>Produkt zdravje in dobro počutje ima s konkurenčno ponudbo programov zdravja, preventive in dobrega počutja močan vpliv na pozitivno podobo Slovenije in nenazadnje tudi TDRP. V prvi vrsti so potrebni ozaveščanje turističnih ponudnikov in zaposlenih v turizmu o pomenu zdravja in dobrega počutja (popisi zaposlenih v turizmu za koriščenje tovrstnih programov), vzpodbujanje turističnih ponudnikov k vzpostavljanju wellness programov in nudenje pomoč pri tem.</p> <p><i>Predvidene aktivnosti:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>izobraževalne delavnice za ponudnike in predstavitve primerov dobrih praks (kakovost pred množičnostjo ipd.),</i> • <i>priprava doživetja, vezanega na dobro počutje v sodelovanju s turističnimi ponudniki,</i> • <i>promocija produkta zdravje in dobro počutje v sodelovanju s Skupnostjo slovenskih naravnih zdravilišč,</i> • <i>pisanje blogov na temo dobrega počutja z namenom ozaveščanja,</i> • <i>priključitev k slovenski daljinski poti Slovenia Green Wellness Route 2022.</i> <p>Zakaj je pot Slovenia Green Wellness Route 2022 posebna:</p> <ul style="list-style-type: none"> • povezovala bo destinacije Slovenia Green; • vključevala bo čim več nastanitev z znakom Slovenia Green Accommodation; • temeljila bo na zgodbi o termalni vodi in zgodovini; • povezala bo sedem zgodovinskih mest (med njimi tudi Slovenske Konjice); • povezala bo kraje na vzhodu in jugu Slovenije, ki kolesarsko v preteklih letih (z izjemo Dravske kolesarske zgodbe) produktno niso bili pokriti; • zanimiva bo tudi izven glavne sezone; • tehnično in fizično bo nezahtevna;

ČASOVNICA	<ul style="list-style-type: none"> • poleg namestitev bo lahko uspešno prodajala tudi ponudbo term in ostalo ponudbo ob poti, potekala pa bo tudi mimo Centra Noordung; • slovenska zdravilišča bodo s kolesarskim produktom predstavljena tujim trgom v medijih, ki jih takšne zgodbe zanimajo. <p>Do leta 2023.</p>
CD 11: Nadgradnja kulturnega turizma	
CD 11.1 AKTIVNOST IN ČASOVNICA	<p>Razvoj kulturnih doživetij</p> <p>Naloge s tega področja smo CD v že pripisali poglavju 5. V destinaciji je še več kulturnih znamenitosti, ki jih je smiselno razvijati in povezovati. Cilj tega ukrepa je povezovanje znamenitosti z obstoječo primarno in sekundarno turistično ponudbo v produkte in doživetja na način, da bodo turisti na destinaciji ostali dlje in porabili več.</p> <p><i>DMMO TDRP v sodelovanju s CD naj razvije eno novo kulturno doživetje na leto.</i></p>
CD 11.2 AKTIVNOST ČASOVNICA	<p>Skupna vstopnica za kulturne znamenitosti oz. destinacijska kartica TDRP</p> <p>Kulturne znamenitosti so v TDRP razpršene po vsej destinaciji. Vsaka vključena občina ponuja svojo, vredno ogleda. Med sabo bi lahko povezali več znamenitosti in ponudili skupno vstopnico ali kartico ugodnosti TDRP. Za vse kulturne znamenitosti naj se vzpostavi destinacijska kartica tudi v navezavi z ostalo ponudbo/storitvami, od česar bodo imeli koristi vsi deležniki:</p> <ul style="list-style-type: none"> • za obiskovalce bo zagotovljena boljša nakupna izkušnja, saj bodo dobili vse na enem mestu, ob nakupu več vstopnic pa bodo te tudi cenovno ugodnejše; - znamenitosti v TDRP bodo dosegale večji sinergijski učinek, saj bodo prek že danes dobro obiskanih mest najbolje nagovarjale obiskovalce, naj obiščejo še preostale in si s tem povečevale skupni prihodek, obenem pa bo to tudi najboljša promocija za sedaj manj obiskane znamenitosti; - ponudniki bodo gostom ponudili preprosto rešitev za preživljanje prostega časa, zato bodo ti na destinaciji ostajali dlje; - ponudnikom se lahko za prodajo skupne vstopnice ponudi provizija, s čimer se jih dodatno motivira k sodelovanju pri promociji ponudbe na destinaciji; - korist za destinacijo bo predvsem v tem, da bodo znamenitosti bolje obiskane, prihodki od turizma višji, doba bivanja na destinaciji daljša in potrošnja v tem času višja; - DMMO TDRP lahko od prodaje skupne vstopnice/destinacijske kartice pobira provizijo in s tem ustvarja dodatne prihodke. <p><i>Najprej predlagamo uvedbo skupne vstopnice, dolgoročno pa lahko skupna vstopnica postane destinacijska kartica, ki poleg kulturnih znamenitosti zajema tudi preostalo ponudbo.</i></p> <p>Vzpostavitev skupne vstopnice do 2023, nadgradnja v destinacijsko kartico, če se bo pokazal interes, do 2025.</p>
CD 12: Razvoj aktivnega turizma v naravi	
CD 12.1	<p>Specializacija kolesarske in pohodniške ponudbe</p> <p>Turistični ponudniki, še posebej nastanitveni, pomembno vplivajo na zadovoljstvo pohodniškega in kolesarskega gosta. V Sloveniji imamo standard za nastanitve, prijazne</p>

<p>AKTIVNOST</p>	<p>pohodnikom, ki so označene z znakom od enega do petih pohodnikov, in za nastanitve, prijazne kolesarjem, ki imajo od enega do pet koles.</p> <p>V TDRP sta dve specializirani nastanitvi za kolesarje: Hotel Rogla (Rogla) in Hotel Vital (Zreče). Nastanitvi sta specializirani tudi za pohodnike.</p> <p>Specializacija ponudbe je nujno potrebna, če želimo pohodniškemu ali kolesarskemu gostu ponuditi kakovostno izkušnjo in se tudi v prihodnje predstavljati kot pohodniška in kolesarska destinacija. Da to dosežemo, potrebujemo večje število specializiranih nastanitvev in vzpostavitev storitev, vezanih na razvoj paketov z vodniško službo, ki bi izvajala vodene pohodniške in kolesarske izlete (Outdoor center na Rogli in v Zrečah, planinski in kolesarski vodnik z licenco).</p> <p>DMMO TDRP že razpolaga s 18 e-kolesi (11 LTO Rogla - Zreče, 2 TIC Oplotnica, 2 TIC Vitanje, 3 TIC Slovenske Konjice), ponujajo pa jih tudi ostali nastanitveni ponudniki (Unitur, Hotel reAktiv, Gostišče in prenočišče Smogavc), kar je odlična priložnost za razvoj kolesarskega turizma in ponudbe paketov, vezanih na najem e-koles (npr. Z e-kolesom po TDRP, V objemu vinogradov z e-kolesom) s kombinacijo naravnih in kulturnih znamenitosti. Z dodatno krepitvijo e-polnilnic, predvidenega Outdoor centra in drugih storitev se TDRP v prihodnje lahko izpostavlja kot destinacija za e-kolesarjenje in na tem gradi svojo razlikovalno prednost.</p> <p><i>Predvidene aktivnosti:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • zagotavljanje strokovne pomoči oz. sofinanciranje pridobivanja certifikata za nastanitve, prijazne pohodnikom in kolesarjem, • vzpostavitev Outdoor centra na Rogli in v Zrečah, • ureditev kolesarskih poti (priključitev k daljinskim kolesarskim potem, ureditev regijske kolesarske poti: Vitanje–Zreče–Loška Gora–Gračič–Oplotnica, Slovenia Green Wellness Route ...), • usposabljanje za kolesarske in pohodniške vodnike (enotni register vodnikov za specializirana vodenja: planinska, pohodniška, kolesarska in tematska tako po TDRP kot po Pohorju), • spodbujanje in sodelovanje DMMO TDRP z občinami pri enoviti ureditvi postajališč za kolesarje in pohodnike (pitniki, klopce, nosilci za kolesa, polnilne postaje itd.). <p>Pridobitev nove certificirane pohodniške ali kolesarske nastanitve do 2024, nato vsako leto ena nova; vzpostavitev dveh outdoor centrov do 2024.</p>
<p>ČASOVNICA</p>	<p>CD 12.2</p> <p>Priključitev k daljinskim potem Slovenije</p> <p>Priključeni smo že na naslednje daljinske poti:</p> <ul style="list-style-type: none"> • med pohodnimi: Slovenska planinska pot, Jakobova pot in Pot svetega Martina, • med kolesarskim: Slovenska turnokolesarska pot in Trans Slovenia 03. <p>Možnost priključitve obstaja še na Dravsko kolesarsko pot in Pohorsko kolesarsko transverzalo.</p> <p><i>Sodelovanje z DP, Planinsko zvezo Slovenije in planinskimi društvi v zvezi s priključitvijo in porazdelitvijo nalog.</i></p> <p>AKTIVNOST</p> <p>ČASOVNICA</p> <p>Do 2028.</p>
<p>CD 13: Razvoj turizma na podeželju</p>	

<p>CD 13.1</p> <p>AKTIVNOST</p> <p>ČASOVNICA</p>	<p>Ustvarjeno s srcem oz. odprta vrata TDRP</p> <p>Cilj TDRP je, da obstoječe goste zadrži dlje ter s tem povečuje število prenočitev in posledično PDB ter dviguje potrošnjo.</p> <p>Eden izmed mehanizmov, kako to uresničiti, so brezplačna vodenja po TDRP v času počitnic, ki so se že izvajala v letu 2021 in so se izkazala za promocijsko zelo uspešna z višanjem zadovoljstva obiskovalcev. V času počitnic je bilo gostom vsak dan na voljo eno doživetje, na katerega so se lahko prijavi (vodene kolesarske in pohodniške ture, vodeni ogledi znamenitosti). Strošek obiskovalca je bila poravnava vstopnine. Ob ponujenih vodeni doživetjih je bilo v nadaljevanju zaželeno, da gostje ob obisku znamenitosti ali kmetij niso le vodeni, temveč tudi nekaj doživijo (so vključeni v izvedbo).</p> <p><i>Predvidene aktivnosti:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>izvajanje brezplačnih vodenj;</i> • <i>usklajevanje s ponudniki in destinacijskimi vodniki;</i> • <i>vključitev kmetij in vinskih kleti v brezplačna vodenja (strošek obiskovalcev so pokušine vzorcev vin, narezki ipd.);</i> • <i>vsako brezplačno vodenje se zaključi na mestu prodaje BZ Okusi Rogle.</i> <p>Konstantno.</p>
<p>CD 14: Nadgradnja tradicionalnih prireditev</p>	
<p>CD 14.1</p> <p>AKTIVNOST</p>	<p>Nadgradnja uspešnih tradicionalnih prireditev v turistični produkt in razvoj novih</p> <p>TDRP se ponaša s številnimi tradicionalnimi prireditvami (več v podpoglavju 3.2), s katerimi gradi pozitivno podobo. Nekaj prireditev poteka tudi izven glavne turistične sezone (Jurjevanje ter Jurijev festival kulinarike in domačih obrti, Festival narodno-zabavne glasbe Pod Pohorjem, Konjiški maraton, Martinovanje v Slovenskih Konjicah itn.), kar posledično prispeva k dodatni zasedenosti turističnih kapacitet.</p> <p>Kar nekaj dogodkov ima izjemen potencial za nadgradnjo v turistični produkt – bodisi z razvojem v trajnostno prireditev Zero Waste bodisi z drugo vsebinsko nadgradnjo že obstoječe prireditve. Takšen primer je kolesarska prireditev Skok na Roglo, ki bi jo s prilagojeno traso lahko ponujali skoraj vse leto, z izjemo zimске sezone, in sicer na način, da kupci traso prekolesarijo, ko imajo čas in tako »virtualno« tekmujejo. Na cilju nato prespijo oziroma nekaj pojedjo, s čimer na destinaciji ustvarjajo dodatne prihodke. Tak produkt bi DMMO TDRP lahko tržila v sodelovanju z organizatorji prireditve.</p> <p><i>Nadgradnja obstoječih dogodkov in pridobitev BZ Okusi Rogle ali Slovenia Green Event je že naloga CK, ki naj v sodelovanju s CD pripravi akcijski načrt za razvoj tradicionalnih prireditev, obvezno vključujoč korake in ideje, kako prireditve in dogodke nadgraditi v produkte.</i></p> <p><i>Predvidene aktivnosti:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>identifikacija najbolj primernih prireditev in dogodkov za nadgradnjo,</i> • <i>pridobitev soglasja organizatorjev,</i> • <i>nadgradnja v produkt v sodelovanju z organizatorji,</i> • <i>identifikacija primernih dogodkov do leta 2024,</i> • <i>nadgradnja ene prireditve na leto (pridobitev BZ Okusi Rogle, Zero Waste ali v prihodnje pridobitev certifikata Slovenia Green Event, ko bo ta zaživel),</i>

ČASOVNICA	<ul style="list-style-type: none"> • organizacija zelenega dneva (npr. Trajnostno na Roglo: popolno zaprtje ceste do Rogle, usmerjanje prometa, brezplačen avtobus iz Zreč na Roglo, možnost izposoje e-koles, osveščanje obiskovalcev in domačinov, predstavitev lokalnih ponudnikov ...). <p>Pri uresničevanju predvidenih aktivnosti in razvoju novih prireditvev se je treba zavedati, da je organizacija prireditve smiselna in stroškovno upravičena takrat, ko prireditve promovira turistični produkt na destinaciji, polni turistične kapacitete predvsem izven glavne turistične sezone in podpira DNK TDRP. V takšne prireditve je smiselno vlagati sredstva in človeške resurse DMMO TDRP.</p>
CD 15: Nadgradnja kulinarike – Okusi Rogle	
CD 15.1 AKTIVNOST	<p>Prodaja lokalnih dobrot BZ Okusi Rogle in KBZ S Pohorja</p> <p><i>Predvidene aktivnosti:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • vnos izdelkov in storitev v spletno trgovino destinacijske spletne strani, • širitev prodajnih mest in povezovanje BZ Okusi Rogle z DP in KBZ S Pohorja (po vodilnih destinacijah, TIC-ih DP, TIC-ih TDRP in prodajnih avtomatih na območju PP), • dodatna ocenjevanja in uvedba nove kategorije Nastanitev in Hiša Okusi Rogle, • ocenjevanja za pridobitev BZ Okusi Rogle, • marketinške in trženjske aktivnosti, • izvedba borze lokalnih ponudnikov letno, • nadgradnja produkta Ustvarjeno s srcem – odprta vrata in delavnice pri ponudnikih.
ČASOVNICA	Konstantno.
CD 15.2 AKTIVNOST	<p>Pridobitev znaka Slovenia Green Cuisine</p> <p><i>Predvidene aktivnosti:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • spodbujanje in vstop gostincev v ZSST, • pošiljanje zelenih novičk in načrtovanih izobraževanj za ponudnike.
ČASOVNICA	Do konca programskega obdobja (2028) najmanj dva gostinska ponudnika z znakom Slovenia Green Cuisine. V letih 2024/2025 izobraževalna delavnica za turistične ponudnike o ZSST.
CD 16: Vzpostavitev zelenih, trajnostnih produktov	
CD 16.1 AKTIVNOST	<p>Smernice za razvoj zelenih, trajnostnih produktov</p> <p>V zeleno doživetje se vključi ponudnike s pridobljenim znakom Slovenia Green in se tako obiskovalcem ponudi celovita trajnostna izkušnja.</p> <p>Trenutno imajo v TDRP znak Slovenia Green štirje nastanitveni ponudniki, eden ponudnik pa je prejel znak tudi za gostinsko ponudbo.</p> <p><i>DMMO TDRP v družino ZSST spodbudi še preostale ponudnike (gostinske ponudnike, atrakcije, turistične agencije) s pomočjo različnih aktivnosti (zeleno novičke, delavnice in izobraževanja, ogledi primerov dobrih praks). Do 2024 oblikovano eno celodnevno in eno večdnevno zeleno doživetje.</i></p>
ČASOVNICA	Konstantno.

CD 17: Vzpostavitev edinstvenih produktov	
CD 17.1	<p>Smernice za razvoj edinstvenih doživetij</p> <p>V prvi fazi CD vzpostavi sistem razvoja doživetij, ki bodo zagotavljala in se razvijala:</p> <ul style="list-style-type: none"> • v smeri edinstvenega doživetja (t. j. lokalno, avtentično, edinstveno, izkustveno, butično, trajnostno, zeleno, premium, upoštevajoč DNK destinacije) po vzoru SUE; • na način, da bodo imela opredeljene vse potrebne sestavne dele, kot so nosilec, izvajalec, trženje, promocija in cena; • na način, da bodo dostopna in bodo imela visoko dodano vrednost, ki bo udeleženca presenetila.
AKTIVNOST IN ČASOVNICA	<p><i>Prijava na poziv STO za pridobitev znaka SUE v sodelovanju z DMMO TDRP v letu 2022/2023 z doživetjem Z zgodbami odkrito. Doživetje Z zgodbami odkrito se lahko prilagodi in skrajša na način, da bo manj promocijsko in bolj prodajno. Do konca strateškega obdobja prijava vsaj treh doživetij SUE.</i></p>
CD 18: Vzpostavitev produkta gozdní selfness	
CD 18.1	<p>Oživitev doživetja na temo čutenja dreves oz. gozdne kopeli</p> <p>V okviru projekta MGRT je bil v letu 2021 oblikovan izjemno zanimiv program Čutenje dreves po načelu gozdne kopeli v parku Slovenskih Konjic (nad Dvorcem Trebnik) in na Brinjevi gori po smernicah edinstvenega, trajnostnega doživetja. Gozdne kopeli so po svetu vse bolj poznane kot trend vračanja ljudi k naravi. Pri njej se udeleženci na umirjen način okopajo v dobrodejnih elementih gozda ali drugega naravnega okolja.</p> <p>Drevesa so že od nekdaj močno prisotna tako v naši zunanji kot tudi notranji pokrajini. Človek se je med njimi evolucijsko razvil, bil z njimi povezan, celo odvisen od njih, saj jih je potreboval za hrano, zavetje, gradbeni material in seveda tudi kot osnovno življenjsko silo – kisik. Prav pri tem pa tudi mi drevesom dajemo del sebe – ogljikov dioksid, poleg tega da za njih skrbimo z ohranjanjem gozda, urejanjem parkov, sajenjem na vrtu in drugod. Drevesa imajo velik pomen tudi za ohranjanje biotske raznovrstnosti, preprečujejo erozijo prsti, ohlajajo ozračje in nenazadnje prostoru ponujajo neprecenljivo estetiko. Skozi zgodovino je človek drevesa dojemal zelo različno, od tega, da je bil povsem materialno odvisen od njih, do tega, da jih je čustveno in poetično opeval, jih uporabljal za zdravljenje in energijsko polnjenje, se ob njih zbiral in gradil domove ter jih celo dojemal kot magična duhovna bitja, ki mu lahko pomagajo pri zaščiti, sreči, zdravju in blaginji. Z vsemi svojimi značilnostmi pa so drevesa v različnih kulturah po svetu, tudi v naši, ves čas ohranjala simbol življenja, moči in trdnosti.</p>
AKTIVNOST IN ČASOVNICA	<p><i>Predvidene aktivnosti:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>določitev nosilca do 2023,</i> • <i>identifikacija in angažiranje obstoječih vodnikov do konca leta 2023,</i> • <i>nadgradnja produkta do konca leta 2024,</i> • <i>morebitno dodatno usposabljanje ob prvi priliki,</i> • <i>trženje doživetja v 2024/2025 oz. vsaj leto pred prijavo doživetja za pridobitev znaka SUE 2025/2026.</i>
CD 19: Odlok o lokalni turistični vodniški službi	
CD 19.1	<p>Posodobitev Odloka o lokalni turistični vodniški službi po občinah v TDRP</p>

AKTIVNOST IN ČASOVNICA	<p>Občine so Odlok o lokalnih turističnih vodnikih sprejele že kar nekaj let nazaj. Leta 2016 je LTO Rogla - Zreče, GIZ, prvič izvedel izobraževanje za destinacijske (regionalne) turistične vodnike za celotno območje TDRP (obnovitev licence in drugo izobraževanje za destinacijske vodnike je bilo izvedeno leta 2020).</p> <p><i>Predlagamo, da se omenjeni odlok po posameznih občinah v sodelovanju z občinskimi pravnimi službami ustrezno dopolni, popravi in posodobi čim prej oz. najkasneje v letu 2024. Odlok naj bo v skladu z DMMO TDRP.</i></p>
CD 20: Pravno-formalna ureditev upravljanja Črne kuhinje pri Cerkvi sv. Barbare	
CD 20.1	Upravljavski načrt Črne kuhinje pri Cerkvi sv. Barbare
AKTIVNOST	<p>Etnološki muzej Črna kuhinja pri Cerkvi sv. Barbare je avtentična slika srednjega veka. Prenovljena mežnarija, majcena hišica, je v zasebni lasti cerkve. Da bi se preprečilo morebitno zaprtje za javnost, bosta občinska služba in DMMO TDRP v sodelovanju z zasebnim lastnikom pristopili k iskanju rešitve.</p> <p><i>Predvidene aktivnosti:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>ogled znamenitosti in sestanek o reševanju problematike,</i> • <i>priprava upravljavskega načrta,</i> • <i> vključenost v ponudbo in ureditev cenovne politike.</i>
ČASOVNICA	Do 2024.
CD 21: Vzpostavitev prodaje lokalnih izdelkov (BZ Okusi Rogle)	
CD 21.1	Vzpostavitev prodaje izdelkov BZ Okusi Rogle
AKTIVNOST	<i>Vzpostavitev certificiranih izdelkov v TIC Oplotnica in ali v Graščini Oplotnica.</i>
ČASOVNICA	Do 2023.
CD 22: Postavitev stalne razstave o glasbi	
CD 22.1	Postavitev razstave o glasbi v Graščini Oplotnica in ureditev stalnega urnika odprtja
AKTIVNOST	<i>Oplotnica ima zelo bogato glasbeno zgodovino, ki bi jo bilo vredno predstaviti, pri tem pa izpostaviti Tineta Lesjaka (ureditev spominske sobe) v Graščini Oplotnica, ki ima še eno prosto sobo za te namene. Smiselno bi bilo razmisliti tudi o izdelavi dodatne ponudbe, izdelka na to temo (spominek, kava Tineta Lesjaka ipd.).</i>
ČASOVNICA	Do konca strateškega obdobja.

8 PROMOCIJA

Zaradi covida-19 v letih 2020 do 2022, v letu 2022 pa še zaradi vojne v Ukrajini, je tako globalni kot slovenski turizem v stanju izrednih razmer.

SST 2022–2028 (str. 247) pristop k trgom deli na:

- a) postcovidno obdobje (kratkoročno do srednjeročno oziroma od 2022–2024);
- b) dolgoročneje – od 2025 naprej.

Načrt trženja, ki ga predstavljamo v nadaljevanju, je za uspeh TDRP ključnega pomena. Vsebinsko bo temeljila na že znanem logotipu in sloganu s tremi ključnimi besedami RAZIŠČI, OBČUTI, UŽIJ, ki je bil oblikovan v prejšnjem programskem obdobju.

RAZIŠČI – naravo, kulturno krajino, zgodovino in kulturno dediščino ter lokalno ponudbo, ki zagotavlja kakovost, izvirnost in lokalno dodano vrednost z BZ Okusi Rogle; razišči in gradi družinske vezi; spoznaj vrednote Žičkih kartuzijanov in delaj na sebi.

OBČUTI – telesno moč ob programih ohranjanja zdravja ter sproščanje ob programih dobrega počutja in razvajanja na Rogli, v Termah Zreče in pri manjših wellness ponudnikih; mišično moč ob intenzivnih športnih pripravah; povezanost narave in človeka v skritih kotičkih TDRP, na planjah in barjih, v Oplotniškem vintgarju, Rakovcu, Partovcu, Žički kartuziji, s pogledom na zvonike številnih cerkva, ki opozarjajo nase in na pretekle rodove, ki so jih postavili na najbolj razglednih in energetskih točkah.

UŽIJ – lepe razglede, čisti zrak ter mir pohorskih planin in gozdov; lokalno kulinariko in odlična vina, žganja, slastno pohorsko vodo ter sokove jabolk in hrušk, ki rastejo na obronkih Pohorja, marmelado gozdnih sadežev, pohorska zelišča in izdelke iz njih; vse to z lokalno dodano vrednostjo na območju med Roglo in Dravinjsko dolino.

Na podlagi ključnih besed, ki opisujejo značilnosti destinacije in sestavljajo slogan, ter na podlagi vizije TDRP, ki opredeljuje turistične programe, smo v podpoglavju 6.3.1 izpostavili deset ključnih produktov (razviti produkti, produkti v razvoju, produkti za prihodnost). Slednji so usklajeni tudi z nosilnimi in sekundarnimi produkti slovenskega turizma za Alpsko Slovenijo, kamor je uvrščena TDRP, in tudi Termalne Panonske Slovenije, katere del je tudi TDRP. Promocijske vsebine naj bodo oblikovane na podlagi teh nosilnih produktov in sporočane po vseh medijih. Dodatno naj bodo podprte še z lokalnimi ambasadorji, izjemnimi lokalnimi ponudniki in posamezniki, ki bodo gostom prenašali svoje bogato znanje in izkušnje.

Glavni strateški cilj na področju promocije je dvigniti prepoznavnost TDRP, pri čemer komunikacijske aktivnosti podpirajo zeleno butičnost destinacije in edinstvena doživetja z večjo vrednostjo za vse. Zadovoljni obiskovalci so vabljeni v varno destinacijo, z manjšim odtisom, skrbjo za zanamce in nagrajevanjem trajnostnega obnašanja.

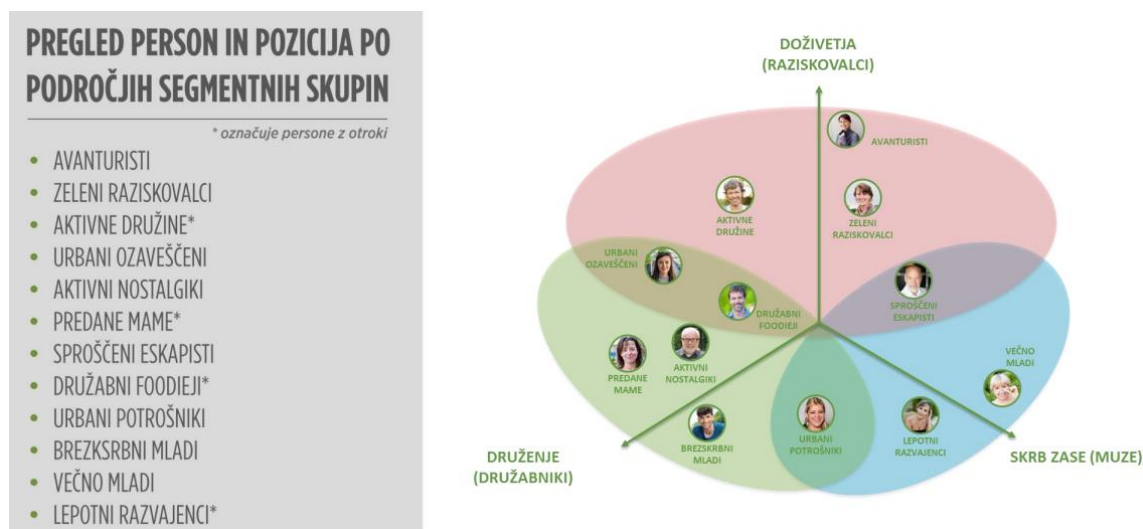
8.1 Ciljna publika in ključni deležniki

Ciljna publika, s katero naj TDRP komunicira, so družine, individualni gostje in pari ter seniorji. Starost celotne ciljne publike se giblje med 30. in 70. letom, prav tako pa vse zanimajo narava in odgovoren odnos do nje, športne aktivnosti v vseh letnih časih, doživetja zgodovine in kulturnih znamenitosti, zgodbe, tradicija in življenje lokalnih prebivalcev, sprostitvev, kulinarika in tradicionalne prireditve. Želimo si, da bi destinacijo prepoznali kot gostoljubno, aktivno, trajnostno, kulturno, okusno in predvsem raznoliko.

8.1.1 Ciljne skupine

V nadaljevanju podajamo opredelitev t. i. person – 12 ciljnih skupin slovenskega turizma oz. tipičnih predstavnikov segmentov, določenih na podlagi raziskave podjetja Valicon Tourism (2016).

Slika 9: Pregled person in umestitev v segmentne skupine



Vir: Valicon Tourism, 2016, str. 16

TDRP lahko cilja na naslednje persone, ki so bile povzete po zgoraj navedeni raziskavi:

1. Zeleni raziskovalci (raziskovalci)

Primarno želijo iti nekam, kjer je lepo, spoznavati želijo nove dežele in doživeti raznolikost. Zanimajo jih lahke aktivnosti v naravi in ogled naravnih znamenitosti, obiskati si želijo stara mestna jedra. Pričakujejo tudi sprostitvev ter dobro počutje, mir, čisto okolje, lepo naravo in dostopne informacije. Informacije pridobivajo predvsem na spletu, v tiskanih vodičih in lokalno. Velik poudarek pri odločanju dajo fotografijam. Namestitve iščejo na turističnih kmetijah, v kakovostnih zasebnih sobah in »drugačnih« namestitvah, kot so na primer glampingi. Prvenstveno prihajajo iz Nemčije in držav Beneluksa ter potujejo v dvoje.

2. Družabni foodieji (družabniki)

Primarni motiv teh person je okusiti in izkusiti presežke, zanimajo jih kulinarika in obisk vinskih kleti, kulturna dediščina (gradovi in stara mestna jedra) in zgodovina lokalnih znamenitosti. Sekundarni motiv jim je uživati in se imeti lepo, spoznati nekaj novega ter preživeti kakovosten čas s partnerjem in otroki. V destinaciji, kamor potujejo, želijo biti sproščeni, se spočiti in pozabiti na vsakdanje skrbi, želijo si čas s partnerjem in da bo poskrbljeno tudi za aktivnosti za otroke. Bivajo predvsem v hotelih. Vpliv na njihovo odločanje o potovanju imajo informacije na spletu, priporočila oseb, tiskani vodiči ter deloma tudi mediji in lokalne informacije. Prihajajo iz Italije, držav Beneluksa, Velike Britanije in Francije, potujejo pa z družino in občasno v dvoje.

3. Sproščeni eskapisti (muze)

Njihov primarni motiv je pobeg od napornega vsakdana, pomembna sta jim tudi skrb za zdravje in dobro počutje ter spoznavanje novega okolja, želijo si digitalnega detoksa. Zanimajo jih bazeni s termalno vodo in opazovanje narave, programi selfnessa, lokalne specialitete in posebne izkušnje, zato v turistični destinaciji pričakujejo doživetje sproščenosti in umirjenosti, želijo si brezskrbnosti, odmika in miru, pridobivanja vitalne energije, odlično hrano ter gostoljubnost. Odločajo se za bivanje v hotelu, potujejo pa v dvoje. Vpliv na njihovo odločanje imajo splet in priporočila oseb, lokalne informacije in tiskani vodiči. Prihajajo predvsem iz Italije, Avstrije, Nemčije, Velike Britanije, Skandinavije in držav Beneluksa.

4. Aktivni nostalgiki (družabniki)

Njihovi primarni motivi za potovanje so stik z naravo, sprememba vsakdana in preživljanje časa s partnerjem. Želijo se spočiti in se sprostiti, uživati v neokrnjeni naravi, doživeti nekaj zabavnega in biti v stiku z lokalnimi prebivalci. Odpravijo se na pohode po lažjih pohodnih poteh in se udeležujejo tudi drugih lažjih športnih aktivnosti, obiskujejo naravne parke in znamenitosti ter lokalne prireditve. Radi uživajo v dobri kulinariki in spijo v hotelih, njihova značilnost pa je tudi, da se v kraje, kjer so se dobro počutili, vračajo. Velik vpliv na odločanje o potovanju imajo za njih lokalne informacije, splet in tudi tiskani vodiči. Prihajajo predvsem iz Italije, Avstrije, Nemčije, Velike Britanije, Skandinavije in držav Beneluksa.

5. Predane mame (družabniki)

Primarni motiv teh person je preživeti čas z družino in prijatelji, umakniti se želijo iz mesta v naravo, kjer bodo njihovi otroci lahko aktivni, se ukvarjali z različnimi športnimi aktivnostmi ter počeli, kar doma ne morejo. Zanima jih tudi lažje pohodništvo, da občutijo svobodo in se lahko družijo s prijatelji. Iščejo kakovostne namestitve (zasebne sobe, turistične kmetije, družinske hotele), cene pa morajo biti ugodne. Potujejo skupaj z družino in prijatelji. Pri njihovem odločanju za turistično destinacijo imajo vpliv predvsem lokalne informacije, splet in tiskani vodiči ter tudi priporočila oseb. Prihajajo iz držav Beneluksa, Skandinavije, Italije, Avstrije in Nemčije.

6. Aktivne družine (raziskovalci)

Aktivne družine želijo predvsem doživeti nekaj novega, biti v gibanju in spoznati naravno okolje. Zanimajo jih športne aktivnosti, predvsem raziskovanja na kolesu, želijo pa tudi uživati in se odmakniti od vsakdanjega življenja, si širiti obzorja, se neomejeno gibati v naravi in se povezati z družino. Želijo, da so njihove počitnice razgibane in da so v stiku z lokalnimi prebivalci. Pri zbiranju informacij o potovanju se opirajo predvsem na splet in tudi tiskane vodiče, informacije pa iščejo še v različnih drugih (klasičnih) medijih. Prihajajo iz držav Beneluksa, Skandinavije in Hrvaške.

Poleg zgoraj naštetih glavnih šestih person so za našo destinacijo zanimivi tudi urbani ozaveščeni (raziskovalci) in avanturisti (raziskovalci), ki v več kriterijih ustrezajo našim ciljnim skupinam, ampak se bodo zaradi njihovih interesov najbrž prvenstveno odločali za druge destinacije.

SST 2022–2028 (str. 248) predvideva reevalvacijo, poenostavitev, predvsem pa prilagoditev postcovidnemu obdobju obstoječega modela person. Ko bo to urejeno na ravni krovne organizacije, bomo obstoječe ciljne skupine posodobili oz. ustrezno popravili.

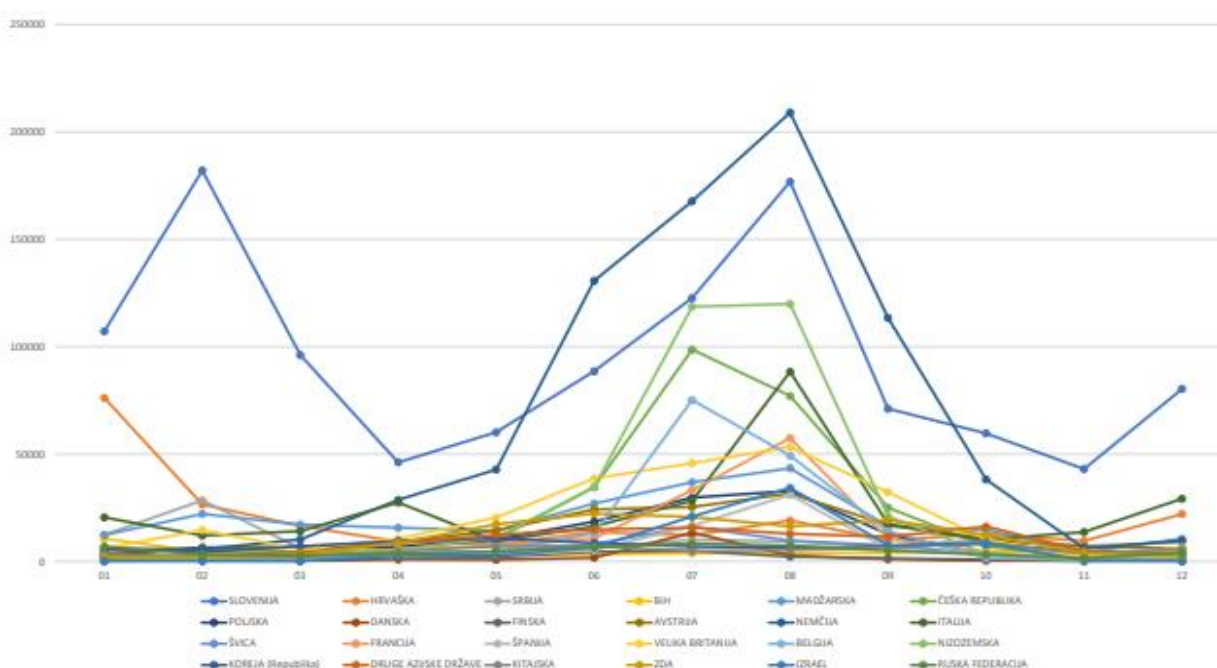
8.1.2 Ključni trgi

TDRP po razdelitvi slovenskega turizma spada v turistično makrodestinacijo Alpska Slovenija in je opredeljena kot ena izmed vodilnih destinacij, zaradi Term Zreče pa se destinacija dobro povezuje tudi z makrodestinacijo Termalna Panonska Slovenija, zato se ključni trgi, na katerih bo DMMO TDRP komunicirala z 20 opredeljenimi ciljnim skupinami, skladajo tudi s prednostnimi trgi slovenskega turizma, destinacija pa se zato pri promocijskih aktivnostih vključuje tudi v aktivnosti Slovenske turistične organizacije.

SST 2022–2028 (str. 39) navaja naslednje vzorce obiska alpske MD:

- Domači gostje ustvarijo največ prenočitev, za posebej pomemben segment pa veljajo predvsem v izvensezonskih mesecih.
- Za vse MD velja, da so (poleg domačih) v izvensezonskih mesecih najbolj dosegljivi bližnji trgi, italijanski in avstrijski v Termalni Panonski ter italijanski, hrvaški in madžarski v Alpiski Sloveniji.
- Alpska MD zabeležen največ prenočitev v Sloveniji. Najmanj obiskani meseci so marec, november in december, v katerih krepko prevladujejo slovenski gostje, ki jim v novembru in decembru sledijo Italijani in Hrvati. V marcu od tujih trgov poleg Italijanov in Hrvatov izstopajo še Madžari.

Slika 10: Prikaz mesečnega števila nočitev po državah prihoda v MD Alpska Slovenija (2019)



Vir: SST 2022–2028, str. 39

V Termalni Panonski Sloveniji domači gostje prispevajo 54 % nočitev, v alpskem svetu pa 24 %. Za alpske destinacije so zelo pomembni nizozemski in češki gostje. Italijanski obiskovalci so dokaj enakomerno razporejeni po vseh makrodestinacijah. (SST 2022–2028, str. 77)

Smernice po trgih oziroma skupinah trgov, kot jih navaja SST 2022–2028 (str. 248–249):

- Domači trg. Do normalizacije razmer na tujih trgih je treba ohraniti domači trg, s poudarkom na trženju izven poletnih mesecev in krepitvi prodaje dodatne ponudbe oziroma doživetij.
- Evropski trgi. Vsaj srednjeročno osredotočanje na trge v radiusu okvirno 700 km. Ti so:
 - Nemčija, Italija, Avstrija,
 - višegrajska četverica trgov (Madžarska, Češka, Slovaška in Poljska),
 - Hrvaška in Srbija,
 - Beneluks (Belgija, Nizozemska, Luksemburg), Francija, Španija in Velika Britanija,
 - Skandinavija in
 - Ruska federacija.
- Oddaljeni trgi. STO kljub spremenjeni situaciji zaradi covida-19 in varnostnih tveganj zadrži omejene in zelo ciljne aktivnosti na slednjih oddaljenih trgih: ZDA, Kanada, Izrael, skupina GCC in azijski trg (Japonska, Kitajska, Koreja). Po normalizaciji razmer se vrednotijo aktivnosti tudi na novih oddaljenih trgih, kot sta npr. Avstralija in Nova Zelandija.

Z željo, da bi ciljne skupine območje destinacije prepoznale kot gostoljubno, aktivno, trajnostno, zeleno, butično, kulturno, okusno in predvsem raznoliko, naj s ciljno skupino komunicira kar se da iskreno, v prijaznem tonu, ji poskuša s fotografijami in video vsebinami približati življenje lokalnih prebivalcev, tradicijo in tradicionalno kulinariko. S pomočjo lokalnih ambasadorjev lahko potencialne obiskovalce seznanja in poučuje o ponudbi v destinaciji, jim svetuje pri načrtovanju njihovega potovanja in se jim predstavi kot zelena, trajnostna destinacija z manjšim odtisom in večjo vrednostjo za vse.

Povzetek ključnih in perspektivnih trgov po opredeljenih nosilnih produktih TDRP podajamo v nadaljevanju.

Tabela 21: Ključni in perspektivni trgi ter persone po nosilnih produktih TDRP

PRODUKTI	PERSONE	KLJUČNI TRGI	PERSPEKTIVNI TRGI
ZIMSKI TURIZEM in AKTIVNI TURIZEM V NARAVI	Primarno: aktivne družine (raziskovalci) in aktivni nostalgiki (družabniki); Sekundarno: avanturisti (raziskovalci).	Slovenija Hrvaška Madžarska Italija	Države Beneluksa Srbija Velika Britanija Skandinavija Češka
DOBRO POČUTJE (wellness in spa)	Sproščeni eskapisti (muze) in družabni foodieji (družabniki).	Slovenija Italija	Velika Britanija Države Beneluksa

in GOZDNI WELLNESS		Avstrija Nemčija	Skandinavija
KULTURNI TURIZEM	Primarno: zeleni raziskovalci (raziskovalci), družabni foodieji (družabniki); Sekundarno: urbani ozaveščeni (raziskovalci).	Slovenija Avstrija Nemčija Italija	Države Beneluksa Velika Britanija
TURIZEM NA PODEŽELJU	Primarno: predane mame (raziskovalci) in aktivni nostalgiki (družabniki); Sekundarno: avanturisti (raziskovalci).	Slovenija Hrvaška Avstrija Nemčija Italija	Velika Britanija Srbija
TRADICIONALNE PRIREDITVE	Primarno: aktivni nostalgiki (družabniki); Sekundarno: urbani ozaveščeni (raziskovalci).	Slovenija Hrvaška Italija Avstrija	Srbija Velika Britanija Države Beneluksa
KULINARIKA – BZ OKUSI ROGLE	Primarno: družabni foodieji (družabniki), sproščeni eskapisti (muze); Sekundarno: urbani ozaveščeni (raziskovalci).	Italija Slovenija Avstrija Nemčija	Velika Britanija Države Beneluksa Skandinavija ZDA
ZELENI TRAJNOSTNI PRODUKTI in EDINSTVENI PRODUKTI	Zeleni raziskovalci (raziskovalci).	Slovenija Nemčija Države Beneluksa Avstrija	Skandinavija Španija

Kot smo že omenili, se obstoječi model ciljnih person slovenskega turizma (12 person in 3 segmentne skupine) v prihodnosti preveri, ovrednoti, poenostavi in prilagodi postcovidnemu obdobju, pri čemer se upoštevajo strateške smernice SST 2022–2028 in trženjska politika. Cilj omenjene strategije je vzpostavitev enostavnejšega modela segmentacije in uveljavitev enotnega modela na vseh ravneh, tudi na ravni spremljanja vrste in obsega segmentov po destinacijah. (SST 2022–2028, str. 249)

V nadaljevanju podajamo še nekaj ključnih smernic in potrebne premike na področju promocije in tržnega komuniciranja, ki jih navaja SST 2022–2028 (str. 253):

- komunicirati zeleno politiko oziroma zeleno zgodbo Slovenije;
- ponuditi dodatne kanale in večjo izpostavljenost za vse nosilce znaka Slovenia Green;

- koncept trženja od »klasične promocije« k družbeno odgovornemu trženju, ki nagovarja odgovornejšega, osveščena in družbeno aktiviranega posameznika, uveljavlja koncept povabljenega gosta (gosta, ki ga želimo in ki ceni naše vrednote);
- znamka Slovenije kot države *I feel Slovenia* (v uporabi od leta 2007) ostaja krovna znamka slovenskega turizma tudi v novem strateškem obdobju;
- način trženja, ki v komunikacijo vključuje tudi zelene prakse in priporočila (npr. promocija trajnostne mobilnosti).

Če na kratko povzamemo, morajo orodja in komunikacija okrepiti oziroma učinkovito podpreti motive za obisk Slovenije pomladi, jeseni in pozimi, podpreti prizadevanja za razbremenitev določenih točk obiska, komunicirati zeleno politiko Slovenije in njeno avtentično kulturno identiteto, učinkovito nagovoriti zahtevnejše segmente, ki nadpovprečno potujejo izven konic sezone, ter ponuditi konkretno trajnostno vrednost za obiskovalca. (SST 2022–2028, str. 254)

8.1.3 Opredelitev lokalnih ambasadorjev glede na nosilne produkte

V nadaljevanju opredeljujemo lokalne ambasadorje TDRP glede na nosilne produkte. Gre za še živeče prepoznavne ljudi ali zasedbe, ki s svojimi vrhunskimi dosežki promovirajo kraj. Pomembno je spodbujanje lokalnih turističnih ponudnikov in ostalih znanih osebnosti TDRP k izdelavi in delitvi foto- in videomaterialov ter zgodb v občini na družbenih omrežjih. Tesno sodelovanje z lokalnimi turističnimi ponudniki in prepoznavnimi osebnostmi občine je izjemnega pomena, saj lahko bistveno pripomore k prepoznavnosti in privlačnosti destinacije ter povečuje njeno zaželenost v očeh potencialnih obiskovalcev.

- Kulturni turizem:

Pavel Skaza, Goslarski atelje Skaza (izdelovalec violin); pater Zdravko Jakop; Anton Gričnik (pesnik in pisatelj); Blaž Šef (gledališki igralec); Jesse Štefane (izdelovalec lesenih očal); Mojca Cerjak (ilustratorica); Luka Juhart (akordeonist); Danijela Burjan (glasbenica in Miss Earth); Samo Jezovšek (glasbenik); Gusti Skaza (glasbenik); Lovro Sadek in Martin Juhart (glasbenika in člana Poskočnih muzikantov); Blaž Švab (glasbenik in član Modrijanov).

- Kulinarika in izdelki – BZ Okusi Rogle:

Andrej Smogavc (chef in lastnik gostilne), Gostilna Grič Slovenske Konjice, od konca leta 2022 tudi Gostilna Gastuž; Anja Obrul, (mlada sirarka), Kmetija Lamperček-Obrul; Domačija Forbar; Karolina Črešnar (slovenska kmetica leta 2017); Ekološka kmetija Iršič-Meglič (zeliščni namazi); Žiga Gabrovec (finalist TV oddaje Masterchef ter lastnik kavarne in pop-up restavracije Žigola v Slovenskih Konjicah).

- Zimski turizem in aktivni turizem v naravi:

Jure Zdovc (košarkar); Marjan Jelenko (nordijski kombinator); Saša Kotnik (paraolimpijka); Tamara Zidanšek (tenesačica); Miran Vodovnik (atlet – metalec krogel); Andraž Pogorevc (ultra trail maratonec).

- Turizem na podeželju:

Urška Topolšek Planinšek, Eko kmetija Urška; Branka Vrečko Klančnik, Mala kmetija; Štefan Kalšek, Domačija Kalšek Podkrajšek; Čebelarstvo Žvikart; Domačija Forbar; Kmetija Lamperček-Obrul; Domačija Forbar; Eko glamping Brodej in Ekološka kmetija Iršič-Meglič.

- Dobro počutje in gozdni wellness:

Drago Iršič, Zelišča iz Žičke kartuzije; Majda in Katja Temnik, Zeliščni vrt Majnika in kartuzijanski zeliščni vrt pri Žički kartuziji; Center zdravja in lepote Žaneli; Eko glamping Brodej.

- Tradicionalne prireditve:

Anton Noner (organizator Konjiškega maratona), Športno društvo Konjiški maraton; Peter Mauc (organizator Holcerije), Turistično društvo Vitanje; Trška kuhna (Društvo kmetič Lipa Vitanje, Turistično društvo Vitanje, TIC Vitanje); Godba na pihala Slovenske Konjice (tradicionalni božično-novoletni koncerti in obujanje tradicije godbeništva na drugih dogodkih); Unitur, d. o. o., Praznik pohorskega lonca; Društvo godbenikov Zreče, Ropotanje v Starih Zrečah; Franci Ribič (organizator Festivala narodno-zabavne glasbe Pod Pohorjem), KUD Festival.

8.2 Destinacijska znamka

TDRP je po potrditvi skupnega *Načrta razvoja in trženja turizma destinacije Rogla-Pohorje 2017-2021* (Lešnik Štuhec, 2016b) izvedla javni natečaj za najboljši predlog logotipa destinacije.

Med prispelimi predlogi je bil izbran predlog Andrejke Belhar Polanc (Vizualni prevodi, Andrejka Belhar Polanc, s. p.). Vodilo pri oblikovanju logotipa je bilo čim bolj preprosto prikazati značilnosti TDRP. Enostavna in čista oblika zlahka nosi množico različnih pomenov. Predstavlja Pohorje z zelenimi gozdovi ter doline in reke, ujete med razgibano pokrajino. Prelivajoče se barve to še dodatno podkrepijo. Preplet linij ponazarja gibanje, igrivost in raznolike aktivnosti, ki jih ta prostor omogoča, štiri barve, ujete v obliki metulja/rože/deteljice, pa zastopajo štiri občine in pestro ponudbo turistične destinacije. Prepoznavnost logotipa izraža jasen napis blagovne znamke s čistim in skladnim slikovnim delom. Preprosta oblika omogoča enostavno uporabo in aplikativnost na različne medije. Izbrani logotip je prikazan na spodnji sliki in ostaja brez sprememb tudi v novem strateškem obdobju do 2028.

Slika 11: Logotip TDRP



Pri trženju BZ Okusi Rogle se uporablja spodnji logotip.

Slika 12: Logotip BZ Okusi Rogle



Pri trženju se naj uporabljata še logotipa certifikatov Slovenia Green Destination Gold in TOP 100 2021. Med strateškim obdobjem se uporaba logotipov posodablja v skladu z aktualno pridobljenimi certifikati in nazivi.

Slika 13: Logotipa Slovenia Green Destination Gold in TOP 100 2021



8.3 Tržno komuniciranje in komunikacijski načrt

Izvajanje načrta razvoja in trženja turizma bo slonelo na naslednjih medijih in orodjih:

Lastni mediji:

- interaktivna spletna stran TDRP (www.rogla-pohorje.si),
- e-novice,
- blog,
- destinacijski časopis.

Prisluženi mediji:

- Facebook,
- Instagram,
- YouTube,
- TripAdvisor.

Na vseh zgoraj prisluženih medijih je TDRP že dejavna, predlagamo pa še:

- LinkedIn,
- TikTok.

Plačljivi mediji:

- iskalni marketing: Google Search in GSP ter Facebook oglaševanje (dogodki in turistični programi),
- tiskani in drugi oglasi,
- sejmi.

Posebni mediji in kanali oz. metode distribucije vsebin:

- vplivnostni marketing – sodelovanje z influencerji in blogerji,
- nativno oglaševanje (vključevanje naše vsebine v različne medije).

TDRP naj se v novem strateškem obdobju poslužuje predvsem sodobne tehnologije in, kot usmerja SST 2022–2028 (str. 36), nadaljuje z implementacijo digitalnih komunikacijskih orodij in digitalnega vsebinskega trženja, skladno s trendi, tako na nacionalni kot tudi na ravni posameznih turističnih destinacij in turističnih ponudnikov.

8.3.1 Operativni cilji in ukrepi na ravni promocije

Največji izziv za TDRP je dvig prepoznavnosti med ciljnimi skupinami in komunikacija edinstvenih razlikovalnih prednosti določenega območja. Cilji ukrepov, vezanih na promocijo, so tako osredotočeni predvsem na dvig prepoznavnosti ter repozicioniranje destinacije in njene ponudbe. Načrtovane aktivnosti, ki jih bo izvajal Center za trženje (v nadaljevanju CT), sledijo razvoju turistične ponudbe in doživetij (poglavje 6), ki bodo privabljali obiskovalce z večjo kupno močjo in namenom, da v destinaciji ostanejo dalj časa.

Tabela 22: Operativni cilji z ukrepi na področju promocije

CT 22: Izbor digitalnih medijev, njihovo povezovanje in definiranje uporabniških poti	
CT 19.1 in 19.2	<p>Spletna stran</p> <p>CILJNE SKUPINE IN TRGI: vse ciljne skupine ter vsi ključni in perspektivni trgi.</p> <p>POVEZANOST MED MEDIJI:</p> <ul style="list-style-type: none"> • plačljivo oglaševanje (Google Search), • vtičnik za Instagram na spletni strani, • uporaba video vsebin tudi na YouTube, • uporaba fotografij na spletni strani in družbenih medijih. <p>• <i>Ažurno objavljane vsebin, podprtih s plačljivim oglaševanjem.</i></p> <p>• <i>Nadgradnja in ureditev spletne trgovine TDRP, kjer se bodo prodajali vstopnice, izdelki ponudnikov Okusi Rogle, doživetja ipd.</i></p> <p>• <i>Posodobitev odstrani Turizem Oplotnica v sklopu občinske spletne strani, vezano na spletno stran TDRP (do leta 2024) in sprotno posodabljanje vsebin.</i></p> <p>Konstantno.</p>
AKTIVNOST	
ČASOVNICA	
CT 19.3	<p>E-novice TDRP</p> <p>CILJNE SKUPINE IN TRGI: ciljano glede na nosilne produkte in trge.</p> <p>POVEZANOST MED MEDIJI: uporaba video vsebin, ki bodo na spletni strani in na družbenih medijih.</p> <p><i>Priprava uredniškega koledarja vsebin (o aktualni turistični ponudbi in dogajanju v TDRP) ter časovni načrt za pošiljanje enkrat mesečno.</i></p>
AKTIVNOST	
CT 19.4	<p>Blog TDRP</p> <p>CILJNE SKUPINE IN TRGI: ciljano glede na nosilne produkte, vsi trgi, poudarek na zelenih raziskovalcih, družabnih foodiejih in aktivnih nostalgikih.</p> <p>POVEZANOST MED MEDIJI: povezava s spletno stranjo in Facebookom.</p> <p><i>Mesečno oblikovanje vsebin in sodelovanje z lokalnimi ambasadormi.</i></p>
AKTIVNOST	
IN ČASOVNICA	
CT 19.5	<p>Destinacijski časopis</p> <p>CILJNE SKUPINE IN TRGI: vse ciljne skupine ter vsi ključni in perspektivni trgi.</p> <p>POVEZANOST MED MEDIJI: povezava s spletno stranjo in sejmi.</p> <p><i>Oblikovanje in izdelava časopisa dvakrat letno (april–november, december–marec), določitev uredniškega odbora.</i></p>
AKTIVNOST IN ČASOVNICA	
CT 19.6	<p>Facebook TDRP</p> <p>CILJNE SKUPINE IN TRGI: vse ciljne skupine, poudarek na družabnih foodiejih.</p> <p>POVEZANOST MED MEDIJI:</p>

<p>AKTIVNOST</p> <p>ČASOVNICA</p>	<ul style="list-style-type: none"> • uporaba fotografij s spletne strani, • prilagoditev video vsebin za Facebook, • nove video vsebine in fotografije za Facebook, tudi Facebook live. <ul style="list-style-type: none"> • <i>Aktivna uporaba Facebook strani Rogla - Pohorje in Okusi Rogle, tudi s pomočjo zunanjih izvajalcev, s konstantnimi objavami, tudi plačljivimi, v celotnem obdobju.</i> • <i>Uporaba ključnikov (t. i. hashtagov) #RoglaPohorje in #ExploreFeelEnjoy pri objavah, k uporabi pozvati ponudnike in ambasadorje.</i> <p>Konstantno.</p>
<p>CT 19.7</p> <p>AKTIVNOST</p> <p>ČASOVNICA</p>	<p>Instagram TDRP</p> <p>CILJNE SKUPINE IN TRGI: vse ciljne skupine, poudarek na zelenih raziskovalcih in družabnih foodiejih.</p> <p>POVEZANOST MED MEDIJI:</p> <ul style="list-style-type: none"> • uporaba fotografij s spletne strani, • fototeka lokalnih fotografov, • nagradne igre. <ul style="list-style-type: none"> • <i>Začeti z aktivnim komuniciranjem, tudi s pomočjo zunanjega izvajalca, s konstantnim izvajanjem v celotnem obdobju.</i> • <i>Uporaba hashtagov #RoglaPohorje in #ExploreFeelEnjoy pri objavah.</i> <p>Konstantno.</p>
<p>CT 19.8</p> <p>AKTIVNOST</p> <p>IN ČASOVNICA</p>	<p>Youtube TDRP</p> <p>CILJNE SKUPINE IN TRGI: vse ciljne skupine in ključni trgi.</p> <p>POVEZANOST MED MEDIJI: spletna stran in Facebook.</p> <p><i>Začeti z aktivnim komuniciranjem z novimi video vsebinami s konstantnim izvajanjem v celotnem strateškem obdobju.</i></p>
<p>CT 19.9</p> <p>AKTIVNOST</p> <p>IN ČASOVNICA</p>	<p>TripAdvisor</p> <p>CILJNE SKUPINE IN TRGI: vse ciljne skupine in ključni trgi.</p> <p>POVEZANOST MED MEDIJI: spletna stran, e-novice in Facebook.</p> <p><i>Pridobitev pravic do urejanja vsebin za glavne znamenitosti v TDRP, nato konstantno izvajanje v celotnem strateškem obdobju.</i></p>
<p>CT 19.10</p> <p>AKTIVNOST</p>	<p>Iskalni marketing</p> <p>CILJNE SKUPINE IN TRGI: vse ciljne skupine in vsi ključni trgi.</p> <p>POVEZANOST MED MEDIJI: Google Search, remarketing, Facebook Ads, Instagram Ads.</p>

IN ČASOVNICA	<i>Oglaševanje na podlagi ključnih besed s konstantnim izvajanjem v celotnem obdobju na ključnih trgih.</i>
CT 19.11	Tiskani in drugi oglasi
AKTIVNOST	<p>CILJNE SKUPINE IN TRGI: vse ciljne skupine in trgi, ampak poudarek na zelenih raziskovalcih, aktivnih nostalgikih, predanih mamah in aktivnih družinah v Avstriji in Nemčiji.</p> <p>POVEZANOST MED MEDIJI: spletna stran, sejmi, strog izbor tiskanih medijev.</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Vsebine oglasov v medijih v ospredje postavljajo ključne produkte TDRP (odvisno od vrste tiskanega medija).</i> • <i>Zakup oglaševalskega prostora (časopisi in revije, jumbo plakatna mesta in LED ekrani) ter oblikovanje oglasov.</i>
ČASOVNICA	Konstantno.
CT 19.12	Sejmi (domači in tuji)
AKTIVNOST	<p>CILJNE SKUPINE IN TRGI: vse ciljne skupine in trgi glede na produkte s poudarkom na zelenih raziskovalcih, aktivnih nostalgikih in predanih mamah.</p> <p>POVEZANOST MED MEDIJI: spletna stran, družbena omrežja, tiskani oglasi, materiali.</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Priprava letnega načrta udeležbe na sejnih, pri čemer ima prednost sodelovanje z nacionalnimi organizacijami in produktnimi združenji.</i> • <i>Predstavitve usklajene komunikacije na spletni strani in družbenih omrežjih.</i> • <i>Priprava novih promocijskih panojev in druge opreme za sejemske nastope ter promocijskih materialov (z uporabo novih fotografij).</i>
ČASOVNICA	Skozi celotno strateško obdobje.
CT 19.13	Oglaševanje na dveh dodatnih družbenih omrežjih (LinkedIn in TikTok)
AKTIVNOST	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Analiza smiselnosti vzpostavitve dveh dodatnih družbenih omrežij v sodelovanju z zunanjo agencijo.</i> • <i>Odprtje računa in pričetek aktivne uporabe strani – samostojno ali z zunanjimi izvajalci.</i> • <i>Priprava vsebin za prilagojene ciljne skupine – v sodelovanju z zunanjimi izvajalci.</i>
ČASOVNICA	Do konca strateškega obdobja.
CT 19.14	Vplivnostni marketing
AKTIVNOST	<p>CILJNE SKUPINE IN TRGI: vse ciljne skupine in trgi, poudarek na Zelenih raziskovalcih, Družabnih foodiejih, Sproščenih eksapistih in Urbanih ozaveščenih.</p> <p>POVEZANOST MED MEDIJI: Instagram, Facebook, YouTube.</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Sodelovanje z blogerji in vplivneži (influencerji) s konstantnim izvajanjem v celotnem obdobju, vsaj dve akciji na leto.</i> • <i>Dogovor s primernimi blogerji glede načina sodelovanja, najti primeren termin in se dogovoriti s ponudniki glede predstavitev.</i>

ČASOVNICA	<ul style="list-style-type: none"> • Spremljanje objav blogerjev in deljenje njihovih objav. Konstantno.
CT 19.15	Nativno oglaševanje
AKTIVNOST	<p>CILJNE SKUPINE IN TRGI: vse ciljne skupine in trgi.</p> <p>POVEZANOST MED MEDIJI: spletna stran.</p> <p><i>Vključevanje že pripravljenih vsebin TDRP v različne medije.</i></p>
ČASOVNICA	Konstantno.
CT 19.16	Študijske ture po TDRP za organizatorje potovanj
AKTIVNOST IN ČASOVNICA	<i>Organizacija ene študijske ture letno do konca strateškega obdobja.</i>
CT 20: Priprava novega promocijskega materiala	
CT 20.1	Video vsebine in fotografije
AKTIVNOST	<p><i>Visokokakovostna multimedijška predstavitev:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • 360-stopinjski video za Skomarje, • 360-stopinjski video za Ošlakovo kovačijo, • posnetek TDRP z dronom, • priprava novih video vsebin (npr. animacije, droni) za spletno stran in družbena omrežja, • pridobivanje krajših video vsebin (izobraževalne, uporabne) preko celotnega obdobja, • nove fotografije TDRP skozi vse štiri letne čase, • predstavitev vseh ključnih atrakcij skozi multimedije, • implementacija naprednih digitalnih rešitev za atrakcije (AR, VR ipd.) s ciljem večje prepoznavnosti, vidljivosti na trgu itn.
ČASOVNICA	Do 2025.
CT 20.2	Ponatis tiskovin in priprava novih
AKTIVNOST	<i>V skladu s trendi in CGP TDRP se oblikujejo nove tiskovine ter po potrebi ponatisnejo že obstoječe.</i>
ČASOVNICA	Konstantno.
CT 20.3	PR aktivnosti
AKTIVNOST	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Izvedba študijskih tur za novinarje domačih in tujih medijev, samostojno ali v sodelovanju s ponudniki ali destinacijami. Rezultat bo verodostojna in cenovno ugodna predstavitev v izbranih medijih, kar bo pripomoglo k dvigu prepoznavnosti. Na ture naj se v prvi fazi privabijo slovenski, pozneje pa tudi italijanski, hrvaški, avstrijski in nemški mediji. Smiselno je pritegniti tudi specializirane, nišne medije za izbrane turistične produkte in doživetja.</i>

ČASOVNICA

Študijske ture izvajajo tudi STO in nekatere druge organizacije, s katerimi se je mogoče povezati.

- *Oblikovanje medijskega središča na spletni strani z informacijami za novinarje in multimedijскими vsebinami.*
- *Organiziranje tiskovnih konferenc o pomembnih dogodkih.*

Konstantno.

8.4 Merjenje učinkov promocije

Obstajajo različne metode merjenja uspešnosti in učinkovitosti promocije. Z merjenjem rezultatov pokažemo, kaj se je z vloženi sredstvi dejansko doseglo. Nekaj ključnih KPI-jev tako za celotno promocijo kot tudi za posamezna orodja in kanale promocije smo nanizali v nadaljevanju dokumenta.

8.4.1 Ključni KPI-ji za celotno promocijo

- Šest novih produktov (trije produkti za prihodnost in trije produkti v razvoju);
- trajnostna rast turističnega obiska (rast prihodov 3 % letno);
- daljša doba bivanja (10 % letno);
- povečanje števila sledilcev Facebook strani Rogla - Pohorje letno za 4 % in povečanje obiska uradne spletne strani Rogla - Pohorje letno za 2 %;
- dodana vrednost oblikovanja novih produktov: vključevanje lokalnih ponudnikov in prebivalcev v promocijske aktivnosti;
- povečana sredstva za namene promocije in povečan delež postavke za digitalno oglaševanje znotraj sredstev v prejšnjem obdobju;
- ustrezna razporeditev del: polno odmerjen čas za enega zaposlenega za digitalno oglaševanje TDRP.

8.4.2 Ključni KPI-ji za posamezna orodja in kanale promocije

Spletna stran:

- povečanje obiska uradne spletne strani Rogla - Pohorje letno za 2 %;
- aktivacija obiskovalcev na spletni strani (čas na spletni strani, globina strani na obiskovalca, interakcija obiskovalcev, prenos publikacij, deljenje vsebin na družbenih omrežjih, prodaja na strani);
- število obiskovalcev na blogu;
- število obiskovalcev na pristajalnih straneh.

Facebook:

- povečanje števila sledilcev Facebook strani Rogla - Pohorje letno za 4 %;
- povečan doseg;
- večja vključenost sledilcev (število všečkov in komentarjev).

Instagram:

- rast sledilcev (500 sledilcev letno);
- vključenost v objave,
- povečano število fotografij destinacije drugih uporabnikov.

YouTube:

- povečano število sledilcev (2 %),
- večja interakcija (povečano število deljenih vsebin).

Iskalno oglaševanje:

- povečanje števila obiskovalcev spletne strani Rogla - Pohorje za 2 % letno (leta 2021: 17.605 uporabnikov, leta 2028: 20.223 uporabnikov),
- povečan obisk strani z vseh ključnih trgov,
- število povratnih obiskovalcev povečano za 20 % v celotnem strateškem obdobju (leta 2021: 20 % povratnikov, leta 2028: 24 %).

Tiskani in drugi mediji:

- povečano število bralcev tiskanih medijev,
- povečano število unovčenih kupončkov iz oglasov (npr. iz destinacijskega časopisa idr.).

Sejemski nastopi in predstavitve:

- sejemske nastope uskladiti z načinom komuniciranja na spletnem mestu in socialnih omrežjih – podoba stojnice za predstavitev glavnih produktov, sodelovanje z lokalnimi ambasadorji.

Vplivnostni marketing:

- povečano število novih sledilcev s sledilci blogerjev in influencerjev.

Nativno oglaševanje:

- povečano število bralcev.

9 TERMINSKI NAČRT IZVAJANJA UKREPOV

V spodnji tabeli je pripravljen okvirni terminski načrt izvajanja ukrepov, ki jih predlagamo za izboljšanje konkurenčnosti TDRP. Ukrepi si sledijo glede na finančne in druge zmožnosti destinacije. Najprej naj se uresničujejo ukrepi na področju DMMO TDRP, ki bo odgovorna za implementacijo načrta razvoja in trženja turizma ter merjenje rezultatov.

Tabela 23: Okvirni terminski načrt

	22	23	24	25	26	27	28	NOSILCI*	KOORDINATOR*
OPERATIVNI CILJ 1: Optimizacija delovanja LTO Rogla - Zreče, GIZ									
UKREP 1: Preimenovanje LTO Rogla - Zreče, GIZ, v Turizem Rogla - Pohorje, GIZ								LTO	LTO
UKREP 2: Zagotavljanje vzdržnega finančnega poslovanja								LTO	LTO
UKREP 3: Kadrovska ureditev								LTO	LTO
UKREP 4: Sodelovanje s SOU – notranjo organizacijsko enoto Skupno službo varstva okolja								DMMO TDRP	DMMO TDRP
OPERATIVNI CILJ 2: Sodelovanje z deležniki na destinaciji									
UKREP 1: Delovna skupina znotraj destinacije in vključevanje prebivalcev								DMMO TDRP	CK, CT, CD, CRR
UKREP 2: Spodbujanje novih ponudnikov in novih oblik nastanitve								DMMO TDRP	CK, CT, CRR
UKREP 3: Sodelovanje z DP								DMMO TDRP, DMMO DP	CK, CT, CD, CRR
UKREP 4: Sodelovanje s KSG								DMMO TDRP, GOODPLACE	Zeleni koordinator
UKREP 5: Sodelovanje z ZZMS								DMMO TDRP, ZZMS	CD, CT
UKREP 6: Sodelovanje s Slovenia Outdoor								DMMO TDRP, Slovenia Outdoor	CD
UKREP 7: Sodelovanje z RDO Dežela Celjska								DMMO TDRP	CD, CT,

UKREP 8: Sodelovanje s turističnimi in ostalimi društvi v TDRP									DMMO TDRP	DMMO TDRP
OPERATIVNI CILJ 3: Razvoj kadrov in usposabljanje										
UKREP 1: Interno izobraževanje in usposabljanje									DMMO TDRP	
UKREP 2: Usposabljanje in izobraževanje deležnikov v turizmu									DMMO TDRP	CK, CRR
UKREP 3: Krepitev trajnostnega poslovanja ponudnikov									DMMO TDRP	Zeleni koordinator
OPERATIVNI CILJ 4: Upravljanje turističnih tokov										
UKREP 1: Merjenje turističnega obiska in določitev nosilne zmogljivosti									ZP	DMMO TDRP
UKREP 2: Upravljanje in boljše upravljanje turističnih tokov v skladu z izračunom nosilne zmogljivosti									DMMO TDRP	Zeleni koordinator, CRR, CD, CT, CK
UKREP 3: Razogljichenje in uravnoteženje TDRP									DMMO TDRP, ZP	Zeleni koordinator, CRR, CD, CT, CK
OPERATIVNI CILJ 5: Merjenje ekonomskih učinkov in spremljanje zadovoljstva										
UKREP 1: Merjenje ekonomskih učinkov									DMMO TDRP	
UKREP 2: Spremljanje zadovoljstva obiskovalcev, prebivalcev in zaposlenih									DMMO TDRP, ZP	Zeleni koordinator
OPERATIVNI CILJI 6: Izvajanje ter spremljanje Načrta razvoja in trženja turizma										
UKREP 1: Izdelava letnih načrtov									DMMO TDRP	CK, CT, CRR, CD in zeleni koordinator
UKREP 2: Spremljanje izvajanja ter evalvacija Načrta razvoja in trženja turizma									DMMO TDRP	CK, CT, CRR, CD in zeleni koordinator
UKREP 3: Dosledno izvajanje Akcijskega načrta za trajnostni razvoj TDRP									DMMO TDRP	Zeleni koordinator
OPERATIVNI CILJ 7: Vzpostavitev delovne skupine CD										

UKREP 1: Delovna skupina za aktivni turizem v naravi znotraj CD								DMMO TDRP	CD
UKREP 2: Vzpostavitev regijskih partnerstev (z ostalimi destinacijami in ponudniki)								DMMO TDRP	CD
OPERATIVNI CILJ 8: Investicije v turistično infrastrukturo									
UKREP 1: Izgradnja grbinastega poligona								Občina Oplotnica	
UKREP 2: Ureditev Oplotniškega vintgarja								Občina Oplotnica, TIC Oplotnica	CD
UKREP 3: Ureditev prostora za druženje različnih generacij ob športni rekreaciji, igri in sproščanju								Občina Oplotnica	
UKREP 4: Ureditev Turistično-ribiškega centra Brezje pri Oplotnici								Občina Oplotnica	
UKREP 5: Ureditev pokrite tržnice s trgovino za samooskrbo								Občina Oplotnica	
UKREP 6: Ureditev 6 hišk za glamping in 6 postajališč za avtodome								Gostilna Pem (ZP)	
UKREP 7: Ureditev ribiškega območja in okolice Partovec								Občina in TIC Oplotnica	CRR
UKREP 8: Nadgradnja in ureditev krožne turistične sprehajalne poti Partovec								Občina Oplotnica	
UKREP 9: Digitalizacija arheološke dediščine ville rustice								Občina Oplotnica	CD
UKREP 10: Ureditev kolesarske infrastrukture								Občina Oplotnica	
UKREP 11: Priprava pogojev za izgradnjo bazenskega kompleksa								Občina Oplotnica	
UKREP 12: Postajališče za avtodome Oplotnica								Občina in TIC Oplotnica	
UKREP 13: Ureditev rokodelskega centra s turistično prodajalno								Občina Oplotnica	

UKREP 14: Izgradnja čebelarstvo-turističnega centra								Občina Oplotnica	
UKREP 15: Ureditev nastanitvenih kapacitet na Domačiji Forbar								Domačija Forbar (ZP)	
UKREP 16: Zasnova dolgoročnega razvoja rekreativno-turistične infrastrukture v občini Slovenske Konjice								Občina Slovenske Konjice, Zavod za šport in TIC Slovenske Konjice	CRR
UKREP 17: Načrt upravljanja Žičke kartuzije								ZVKD, MK, Občina Slovenske Konjice in Splošna knjižnica Slovenske Konjice	CD
UKREP 18: Ureditev dveh tematskih poti in ene nove v občini Slovenske Konjice								Občina Slovenske Konjice, TIC Slovenske Konjice, KS-i	CD
UKREP 19: Ureditev kolesarske infrastrukture								Občina in TIC Slovenske Konjice	
UKREP 20: Nadgradnja obnove Dvorca Trebnik								Občina Slovenske Konjice	
UKREP 21: Nadaljevanje obnove Dvorca Baronvay								Občina Slovenske Konjice	
UKREP 22: Oživitev Starega trga v Slovenskih Konjicah								Občina Slovenske Konjice	CD
UKREP 23: Investicija in prenova ponudbe Ekološke kmetije Iršič-Meglič								Iršič-Meglič (ZP)	
UKREP 24: Ureditev športnega parka v občini Vitanje								Občina Vitanje	
UKREP 25: Sanacija strehe in nakup opreme za KSEVT								Občina Vitanje	Center Noordung
UKREP 26: Obnova in ureditev Rupnikove hiše								Občina Vitanje, ZP	

UKREP 27: Lokacijska umestitev in vzpostavitev kampa v občini Vitanje								Občina Vitanje	
UKREP 28: Ureditev kolesarske infrastrukture v občini Vitanje								Občina Vitanje	
UKREP 29: Revitalizacija naselja Rakovec in povezava z ostalimi glažutarskimi naselji na Pohorju								Občina Vitanje	
UKREP 30: Vzpostavitev rokodelskega centra v sklopu Etnološkega muzeja Brodej								Brodej	DMMO TDRP, SOU
UKREP 31: Sistem vzdrževanja in nadgradnje pohodnih in tematskih poti ter nadgradnja ponudbe								TIC Vitanje Občina Vitanje	
UKREP 32: Postavitev usmerjevalnih tabel ob vpadnicah in v mestu								Občina Vitanje	TIC Vitanje
UKREP 33: Ureditev novih tematskih poti v občini Vitanje									
UKREP 34: Ureditev poti do dveh gradov v občini Vitanje									
UKREP 35: Ureditev Muzeja ozkotirne železnice v Zrečah								Občina Zreče	CD
UKREP 36: Doživljajski park na Rogli								Občina Zreče	
UKREP 37: Širitev sistema kolesCE								Občina Zreče	
UKREP 38: Ureditev Skomarja (Skomarske hiše)								Občina Zreče, LTO Rogla - Zreče, GIZ	CD
UKREP 39: Ureditev prometa na Rogli								Občina Zreče	
UKREP 40: Izgradnja lokalne kolesarske poti								Občina Zreče	
UKREP 41: Izgradnja objekta B Hotela Natura								Občina Zreče	
UKREP 42: Ureditev tematskih poti v občini Zreče								Občina Zreče	LTO Rogla - Zreče, GIZ

UKREP 43: Jezero priložnosti								Občina Zreče	CRR, LTO Rogla - Zreče, GIZ
UKREP 44: Ureditev kolesarske infrastrukture								Občina Zreče	
UKREP 45: Ureditev turistične prometne signalizacije								Občina Zreče	LTO Rogla - Zreče, GIZ
OPERATIVNI CILJ 9: Razvoj turistične ponudbe – nadgradnja zimskega turizma									
UKREP 1: Dodatna ponudba na smučišču								Unitur, d. o. o.	
UKREP 2: Analiza vpliva podnebnih sprememb								Unitur, d. o. o., DMMO TDRP	Zeleni koordinator
OPERATIVNI CILJ 10: Razvoj turistične ponudbe – nadgradnja dobrega počutja									
UKREP 1: Razvoj doživetja dobrega počutja (Slovenia Green Wellness Route)								Goodplace	DMMO TDRP, Unitur, d. o. o.
OPERATIVNI CILJ 11: Razvoj turistične ponudbe – nadgradnja kulturnega turizma									
UKREP 1: Razvoj kulturnih doživetij								DMMO TDRP	CD
UKREP 2: Skupna vstopnica za kulturne znamenitosti oz. destinacijska kartica TDRP								DMMO TDRP ZP	CD
OPERATIVNI CILJ 12: Razvoj turistične ponudbe – razvoj aktivnega turizma v naravi									
UKREP 1: Specializacija kolesarske in pohodniške ponudbe								DMMO TDRP, ZP	CD
UKREP 2: Priklučitev k daljinskim potem Slovenije								DMMO TDRP, PZS, DP	CD
OPERATIVNI CILJ 13: Razvoj turistične ponudbe – razvoj turizma na podeželju									
UKREP 1: Ustvarjeno s srcem – odprta vrata TDRP								DMMO TDRP, ZP	CD
OPERATIVNI CILJ 14: Razvoj turistične ponudbe – nadgradnja tradicionalnih prireditev									
UKREP 1: Nadgradnja uspešnih tradicionalnih prireditev v turistični produkt in razvoj novih								DMMO TDRP, ZP	CD
OPERATIVNI CILJ 15: Razvoj turistične ponudbe – nadgradnja kulinarike (BZ Okusi Rogle)									
UKREP 1: Prodaja lokalnih dobrot KBZ Okusi Rogle in S Pohorja								DMMO TDRP, DP, ZP	CK
UKREP 2: Pridobitev znaka Slovenia Green Cuisine								DMMO TDRP, ZP	Zeleni koordinator

OPERATIVNI CILJ 16: Razvoj turistične ponudbe – vzpostavitev zelenih (trajnostnih) produktov									
UKREP 1: Oblikovanje celodnevnega in večdnevnega zelenega doživetja								DMMO TDRP, ZP	CD
OPERATIVNI CILJ 17: Razvoj turistične ponudbe – vzpostavitev edinstvenih produktov									
UKREP 1: Prijava na poziv STO za pridobitev znaka SUE								DMMO TDRP, ZP	CD
OPERATIVNI CILJ 18: Razvoj turistične ponudbe – vzpostavitev produkta gozdni wellness									
UKREP 1: Novo doživetjem vezano na gozdni wellness								DMMO TDRP	CD
OPERATIVNI CILJ 19: Promocija – izbor digitalnih medijev, njihovo povezovanje in definiranje uporabniških poti									
UKREP 1: Ažurno objavlanje vsebin na spletni strani								DMMO TDRP	
UKREP 2: Nadgradnja in ureditev spletne trgovine								DMMO TDRP	CT
UKREP 3: E-novice – priprava uredniškega koledarja								DMMO TDRO	CT
UKREP 4: Blog – mesečna objava								DMMO TDRP	CT
UKREP 5: Oblikovanje in izdelava destinacijskega časopisa								DMMO TDRP	CT
UKREP 6: Aktivnosti, povezane s Facebookom								DMMO TDRP	CT
UKREP 7: Aktivnosti, povezane z Instagramom								DMMO TDRP	CT
UKREP 8: Aktivnosti, povezane z YouTubom								DMMO TDRP	CT
UKREP 9: Urejanje vsebin na TripAdvisorju								DMMO TDRP	CT
UKREP 10: Iskalni marketing								DMMO TDRP	CT
UKREP 11: Aktivnosti, povezane s tiskanimi in drugimi oglasi								DMMO TDRP	CT
UKREP 12: Aktivnosti, povezane s sejmi in srečanji B2B								DMMO TDRP	CT
UKREP 13: Oglaševanje na dveh dodatnih družbenih omrežjih (LinkedIn, TikTok)								DMMO TDRP	CT

UKREP 14: Vplivnostni marketing (sodelovanje z blogerji, influencerji)								DMMO TDRP	CT
UKREP 15: Nativno oglaševanje (vključevanje vsebin v različne medije)								DMMO TDRP	CT
UKREP 16: Študijske ture za organizatorje potovanj								DMMO TDRP	CT
OPERATIVNI CILJ 20: Promocija – priprava novega promocijkega materiala									
UKREP 1: Video vsebine in fotografije (posnetki z dronom, nove fotografije)								DMMO TDRP	CT
UKREP 2: Ponatis tiskovin in priprava novih								DMMO TDRP	CT
UKREP 3: PR aktivnosti								DMMO TDRP	

*Seznam kratic je umeščen na konec dokumenta.

ZAKLJUČEK

Načrt razvoja in trženja turizma TDRP 2022–2028, ki je pred vami, je pomemben dokument z vidika povečevanja privlačnosti destinacije in lokalnega okolja kjer živimo, podaljšanja turistične sezone, povečanja povprečne dobe bivanja, povečanja povprečne dnevne porabe obiskovalcev in doseganja višje cene storitev z edinstvenimi doživetji. Premišljeni koraki v razvoju, ki so zasnovani v tem dokumentu, se bodo pozitivno odražali tako na deležnikih kot tudi na skupnosti in prebivalcih. Skozi načrt razvoja in trženja turizma lahko razvoju sledimo z merljivimi koraki.

Za doseganje zastavljenih ciljev, ukrepov in trajnostnih kazalnikov v pričujočem dokumentu mora TDRP delovati še bolj zeleno, skrbno, še naprej povezano, kakovostno in inovativno. Brez tega kot destinacija ne bo mogla ustvariti dodane vrednosti za navdušene obiskovalce, motivirane zaposlene in zadovoljno lokalno prebivalstvo. Brez dodane vrednosti tudi ne bo preboja na digitalnem, trajnostnem in ozaveščenem področju, to pa se lahko doseže le s sodelovanjem in sledenjem skupnim ciljem razvoja TDRP in DP. Destinacija z roko v roki potuje v zeleno prihodnost ob zavedanju, da odgovorno ravnanje prinaša vrednost za vse deležnike.

»Turizem je bolj kot kadar koli doslej pokazal svojo ranljivost, pa tudi svoj izjemen vpliv na vse dejavnosti kot trajnostno in digitalno infrastrukturo ter ljudi. Čas je, da ga razumemo kot skupno pot in ne cilj sam po sebi – torej ne v njegovem ozkem pojmovanju gospodarske panoge, ki prinaša koristi zgolj za tržne gostitelje, temveč kot širši, vseobsegajoč sistem, ki je soodvisen od vseh drugih podsistemov in hkrati vpliva na številne druge dejavnosti. Kot silo dobrega, ki ob uravnoteženem in odgovornem upravljanju prinaša vrednost za vse.« (SST 2022–2028, str. 129)

Ključne značilnosti nove vizije SST 2022–2028 predstavljamo na spodnji sliki in so upošteevane tudi v pričujočem dokumentu.

Slika 14: Ključne značilnosti nove vizije SST 2022–2028



Vir: SST 2022–2028, str. 129

Pomembno je, da TDRP še naprej gradi svojo zeleno podobo – zeleni DNK, pri čemer nadgrajuje zeleno infrastrukturo in ponudbo. Kot gradnik bodoče trajnostno naravnane TDRP velja vzeti kartuzijanske vrednote, saj slednje predstavljajo edinstveno razlikovalno prednost, ki lahko destinacijo dobro pozicionira na evropskem in svetovnem turističnem zemljevidu. Tudi v prihodnje naj kot enega svojih paradnih konjev razvija podobo zakladnice kulturnih in zgodovinskih doživetij.

Na trajnostni razvoj destinacije je treba gledati kot na sistem, sestavljen iz medsebojno povezanih in soodvisnih delov oz. elementov, saj se le tako lahko zasnuje nov inovativen model sistema trajnostno usmerjene destinacije, v čim boljši meri upoštevajoč načela trajnosti, ki so v danem trenutku ob danih pogojih na voljo. Ob tem poudarjamo, da samo celovit menedžment spremljanja vplivov s strani DMMO TDRP ni dovolj. Trajnostni razvoj turizma zahteva aktivno sodelovanje vseh deležnikov in podporo vodstva občin. Doseganje trajnostnega turizma je neprekinjen proces, ki zahteva stalno spremljanje učinkov in uvajanje potrebnih preventivnih in/ali korektivnih ukrepov, kadar je to potrebno. Trajnostni turizem bi moral ohranjati visoko raven turističnega zadovoljstva in turistom zagotoviti izkušnje, ki bodo povečale njihovo ozaveščenost o trajnostnih vprašanjih in spodbujale trajnostne turistične prakse, tudi s pomočjo sistema nagrajevanja oz. nagradami za trajnostno vedenje obiskovalcev, seveda ob pogoju, da se trajnostno vedejo tudi lokalno prebivalstvo, turistični ponudniki, njihovi dobavitelji idr.

Soustvarjalce razvoja turizma TDRP naj ob tem vodijo močna volja in sinergijski učinki ob misli: *»Zemlje ne podedujemo od naših prednikov, ampak si jo sposojamo od naših zanamcev.«* Skozi zelene pobege naj zeleno izkušnjo raziščejo, občutijo in užijejo v prvi vrsti prebivalci, nato pa še njeni obiskovalci.

SEZNAM KRATIC

BZ	Blagovna znamka
CGP	Celostna grafična podoba
CD	Center doživetij
CK	Center kakovosti
CRR	Center za raziskave in razvoj
CT	Center za trženje
DMMO	Destinacijska menedžerska in marketinška organizacija
DP	Destinacija Pohorje
KBZ	Kolektivna blagovna znamka
KD	Kulturna dediščina
KPI	Ključni kazalniki uspešnosti
KSG	Konzorcij Slovenia Green
LAS	Lokalna akcijska skupina
LTO	Lokalna turistična organizacija
MD	Makrodestinacija
MPST	Matrika produktov slovenskega turizma
NIC	Naravovarstveni informacijski center
OC	Operativni cilj
PDB	Povprečna doba bivanja
PP	Partnerstvo za Pohorje
PU	Prioritetni ukrep
PZA	Postajališče za avtodome
RC	Razvojni cilj
RDMMO	Regijska destinacijska menedžment in marketinška organizacija
RPP	Regijski park Pohorje
RRA	Regionalna razvojna agencija
SDS	Specializirana delovna skupina
SOU	Skupna občinska uprava
SST	Strategija slovenskega turizma
STA	Sprejemna turistična agencija
STO	Slovenska turistična organizacija
SUE	Slovenia Unique Experiences

TA	Turistična agencija
TC	Trženjski cilj
TD	Turistično društvo
TDRP	Turistična destinacija Rogla - Pohorje
TIC	Turistično-informacijski center
TK	Turistična kmetija
U	Ukrep
ZP	Zasebni ponudniki
ZSST	Zelena shema slovenskega turizma
ZZMS	Združenje zgodovinskih mest Slovenije

VIRI IN LITERATURA

Bizjak, K. (2017). Ključni KPI-ji spletnega portala Slovenia.info.

Fakulteta za turistične študije Turistica, Univerza na Primorskem. (2020). Operativni načrt srednjeročnega razvoja produkta outdoor v Sloveniji.

Geografski inštitut Antona Melika ZRC SAZU. (2022). Analiza anketnih vprašalnikov za obiskovalce, prebivalce in turistično gospodarstvo.

Golob, A. (2016). Večkriterijski odločitveni model trajnostno usmerjene prireditve (doktorsko delo). Fakulteta za turistične študije Portorož. Univerza na Primorskem.

Horwath HTL. (2022). Strategija digitalne preobrazbe slovenskega turizma 2022–2026.

Kangler, T. (2016). Kartuzijanske vrednote kot temelj inovativnega modela razvoja podeželske turistične destinacije (magistrsko delo). Ekonomsko-poslovna fakulteta. Univerza v Mariboru.

Lešnik Štuhec, T. (2016). Načrt razvoja in trženja turizma v destinaciji Rogla-Pohorje 2017-2021. Dostopno 27. 1. 2022 na: www.rogla-pohorje.si/mma/Dokument_DRP_24_10_2016.pdf/2020072308124984/?m=1595484769

Lešnik Štuhec, T., Stermecki, I., Škrli Brglez, M., Voršič, I. in Waldhuber, T. (2021a). Strategija razvoja in trženja ponudbe Destinacije Pohorje 2021–2027, (Dokument 5). Regionalna razvojna agencija za Podravje - Maribor.

Lešnik Štuhec, T., Stermecki, I., Škrli Brglez, M. in Voršič, I. (2021b). Posnetek stanja turistične in s turizmom povezane ponudbe Destinacije Pohorje (2019), (Dokument 1), Priloga C: Partnerstvo za Pohorje na območju savinjske regije. Regionalna razvojna agencija za Podravje - Maribor.

Lešnik Štuhec, T., Stermecki, I., Škrli Brglez, M. in Voršič, I. (2021c). Vizija, strateški cilji, ukrepi in modeli. Načrt za koordiniranje prioriternih aktivnosti razvoja in trženja ponudbe Destinacije Pohorje 2022–2027, (Dokument 2). Regionalna razvojna agencija za Podravje - Maribor.

Lešnik Štuhec, T., Stermecki, I., Škrli Brglez, M. in Voršič, I. (2021d). Vizija, strateški cilji, ukrepi in modeli. Načrt za koordiniranje prioriternih aktivnosti razvoja in trženja ponudbe Destinacije Pohorje 2022–2027, (Dokument 2). Regionalna razvojna agencija za Podravje - Maribor.

Lešnik Štuhec, T., Stermecki, I., Škrli Brglez, M. in Voršič, I. (2021e). Akcijski načrt udejanja aktivnosti Strategije razvoja in trženja ponudbe destinacije Pohorje 2022–2023, (Dokument 3). Regionalna razvojna agencija za Podravje - Maribor.

Lešnik Štuhec, T., Stermecki, I., Škrli Brglez, M. in Voršič, I. (2021f). Vizija, strateški cilji, ukrepi in modeli. Načrt za koordiniranje prioriternih aktivnosti razvoja in trženja ponudbe Destinacije Pohorje 2022–2027, (Dokument 2). Regionalna razvojna agencija za Podravje - Maribor.

Lešnik Štuhec, T., Stermecki, I., Škrli Brglez, M. in Voršič, I. (2021g). Strategija digitalnega in klasičnega trženja ponudbe destinacije Pohorje 2022–2027, (Dokument 4). Regionalna razvojna agencija za Podravje - Maribor.

Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo. (2021). Strategija digitalne transformacije gospodarstva.

Nunčič, M. (2017). Pomen družbenih medijev v turizmu. Digitalna akademija STO.

Slovenska turistična organizacija. (2020). Turizem v številkah 2019. Dostopno 12. 2. 2022 na: www.slovenia.info/uploads/dokumenti/tvs/2019/turizem_v_stevilkah_2019.pdf

Slovenska turistična organizacija. (2021). Turizem v številkah 2020. Dostopno 12. 2. 2022 na: www.slovenia.info/uploads/dokumenti/tvs/2020/2021_03_STO_TVS_2020_SLO.pdf

Valicon Tourism. (2016). Persone ciljnih skupin slovenskega turizma. Dostopno 2. 3. 2022 na: www.slovenia.info/uploads/dokumenti/raziskave/sto157_persone_ciljnih_skupin_slo_turizma.pdf

Valicon Tourism. (2021). Analiza anket o tujih turistih v Sloveniji 2019/2020. Dostopno 18. 3. 2022 na: www.slovenia.info/uploads/dokumenti/anketa_o_tujih_turistih_2019/koncni%20porocili/A_TU-T_Tuji_turisti_v_Sloveniji_2019_splosno_porocilo.pdf

Žižek, P. in Savič, I. (2017). 10 korakov do digitalne (vsebinske) komunikacijske strategije.

PRILOGE

Priloga 1: Trajnostna turistična destinacija Rogla - Pohorje: rezultati ankete za prebivalce

Priloga 2: Trajnostna turistična destinacija Rogla - Pohorje: rezultati ankete za obiskovalce

Priloga 3: Trajnostna turistična destinacija Rogla - Pohorje: rezultati ankete za turistično gospodarstvo

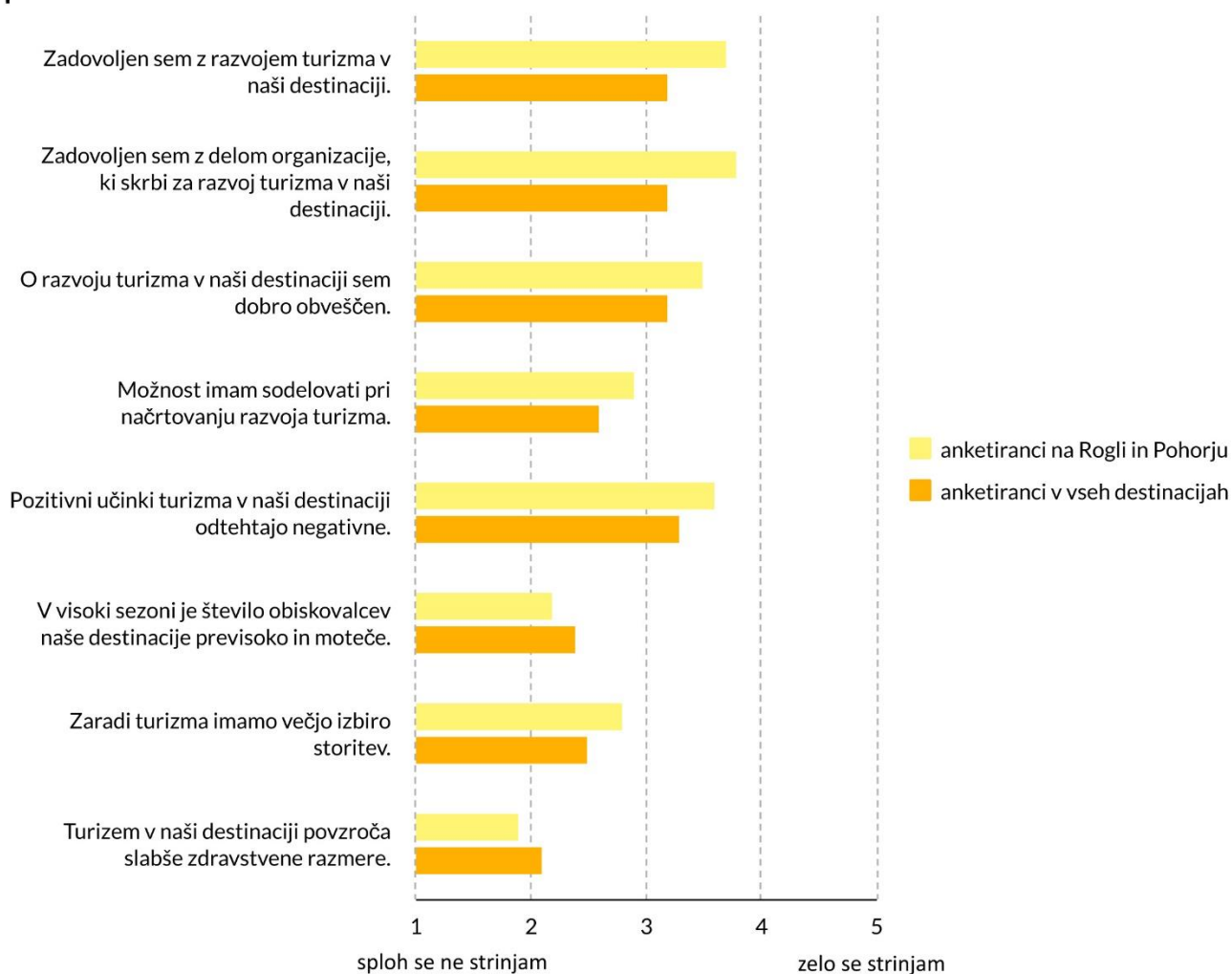
TRAJNOSTNA TURISTIČNA DESTINACIJA

ROGLA - POHORJE

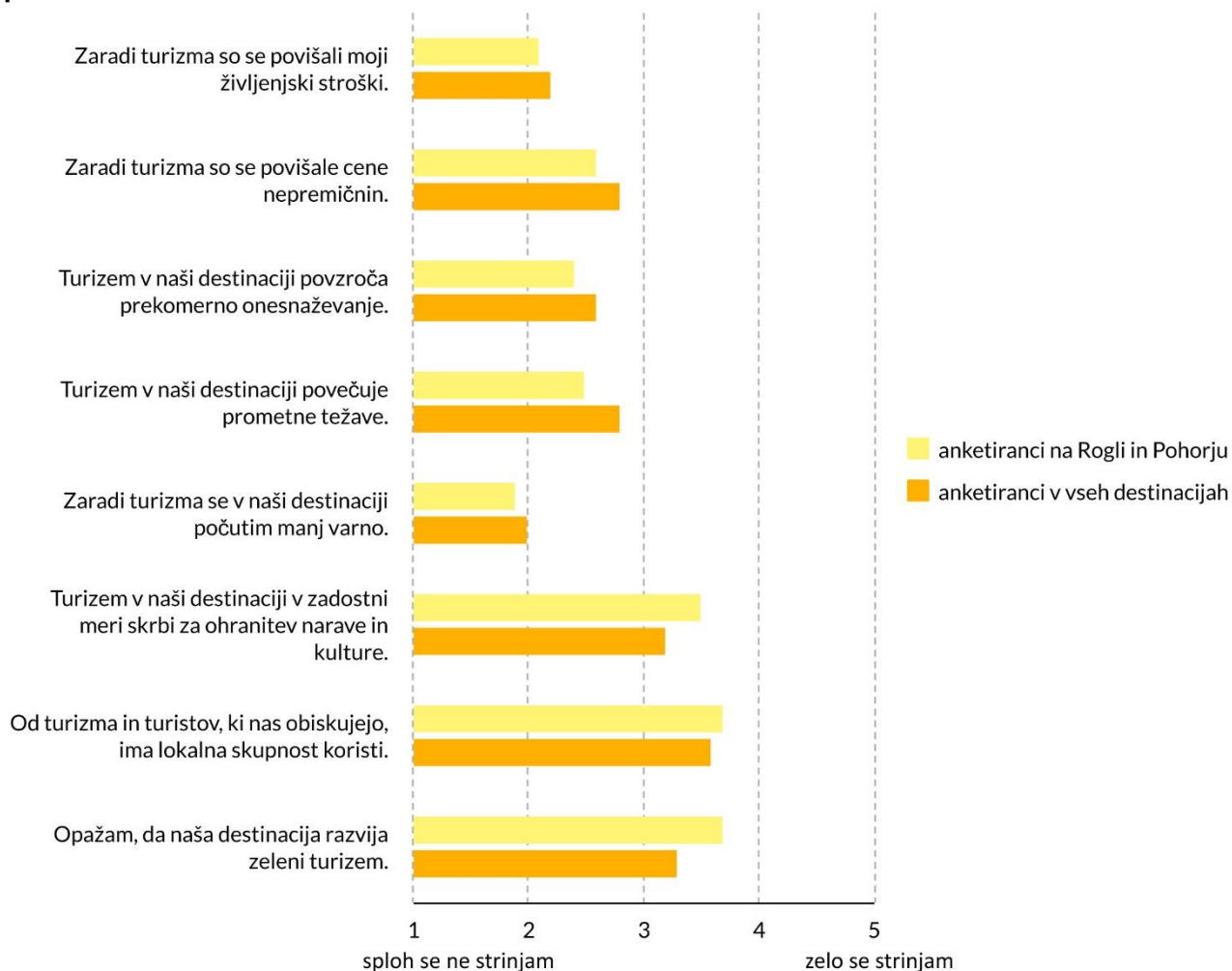
Rezultati ankete za prebivalce



zadovoljstvo s turizmom v destinaciji



zadovoljstvo s turizmom v destinaciji



v anketi so sodelovali



62 %

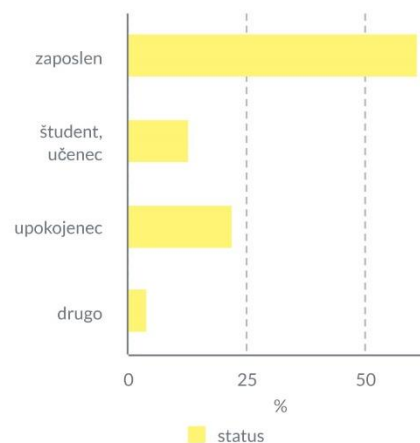
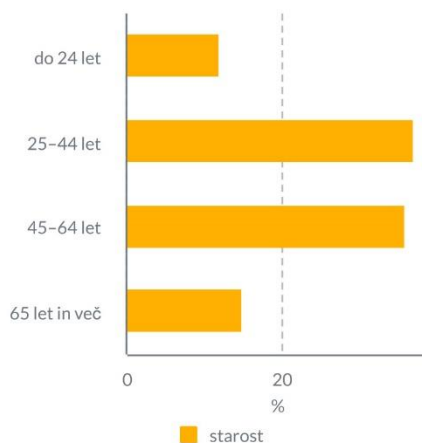


38 %



27 %

delež anketirancev oziroma njihovih družinskih članov, ki jim turizem predstavlja neposredni vir dohodkov



I FEEL SLOVENIA

Na infografiki so predstavljeni rezultati anketiranja, ki so ga destinacije izvajale v okviru Zelene sheme slovenskega turizma. Anketiranje v destinacijah je potekalo med 15. 3. 2021 in 30. 4. 2022. Infografike smo pripravili na Geografskem inštitutu Antona Melika ZRC SAZU v okviru Interreg MED projekta LABELSCAPE.

Interreg
Mediterranean
LABELSCAPE

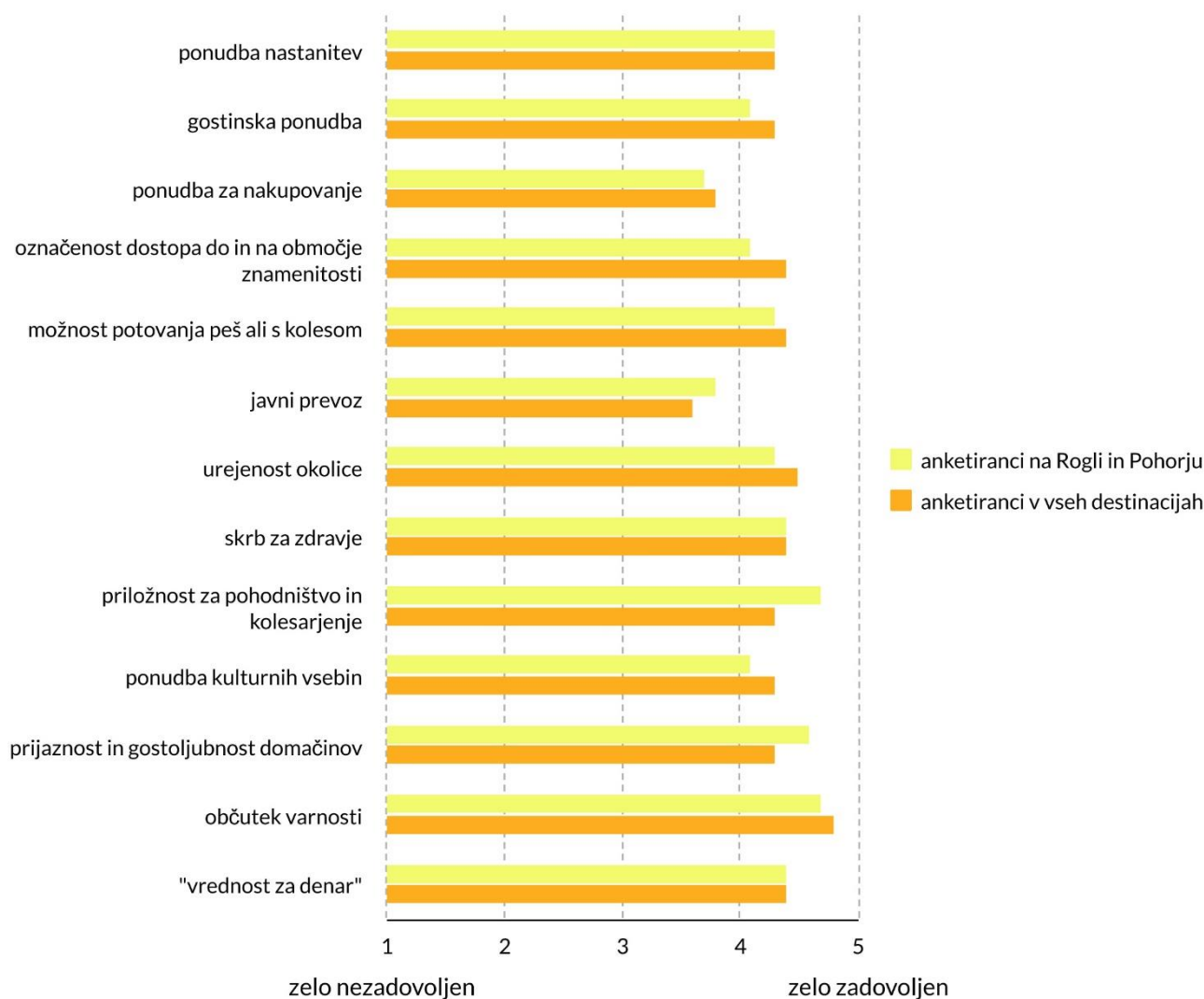
TRAJNOSTNA TURISTIČNA DESTINACIJA

ROGLA - POHORJE

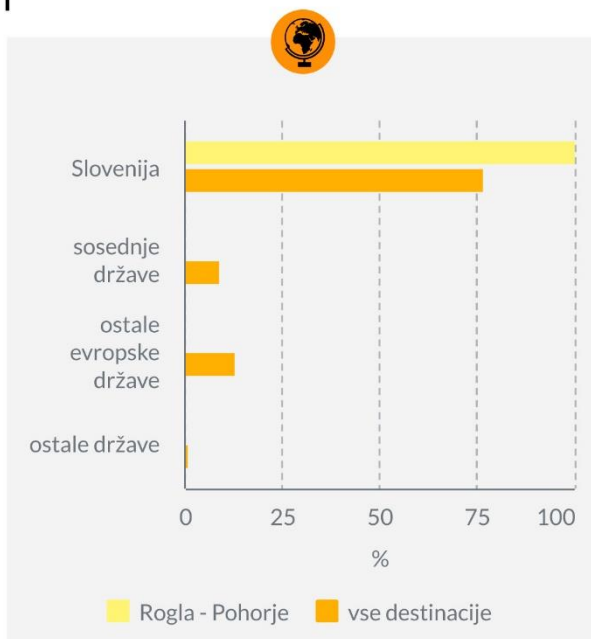
Rezultati ankete za obiskovalce



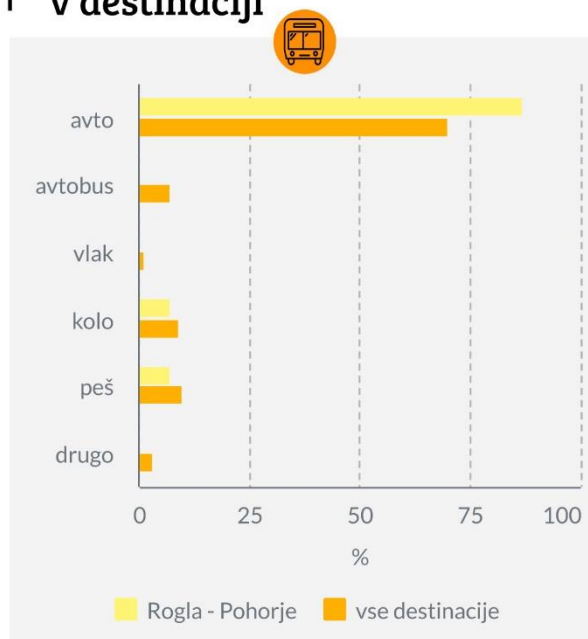
ocena izkušnje v destinaciji



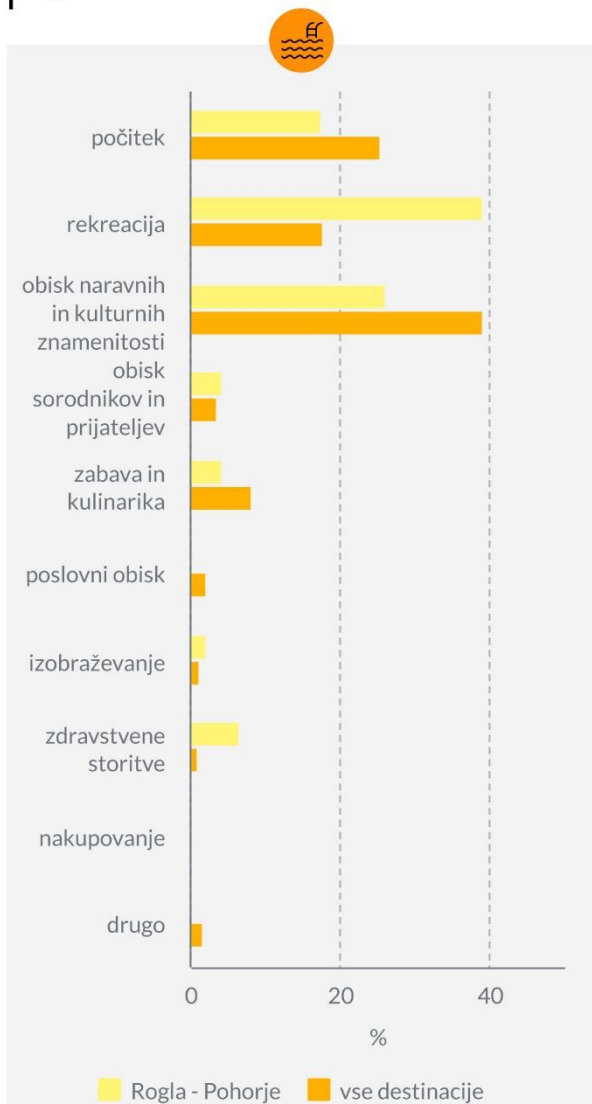
izvorna država anketirancev



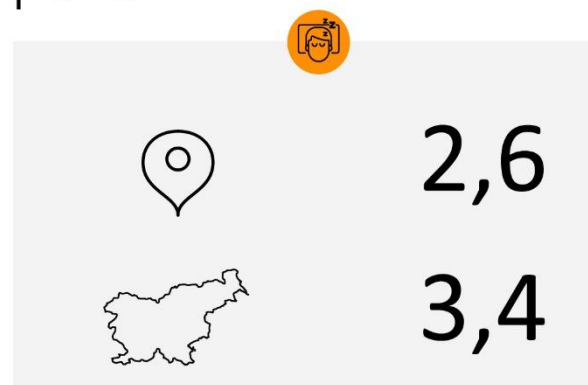
poglavitni način potovanja v destinaciji



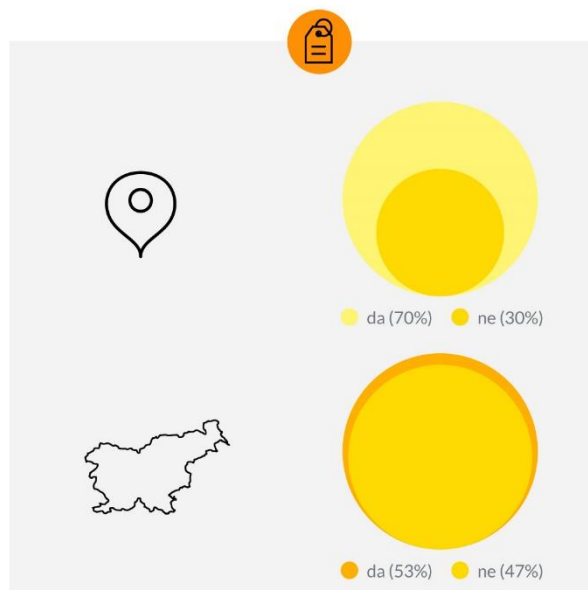
glavni namen obiska



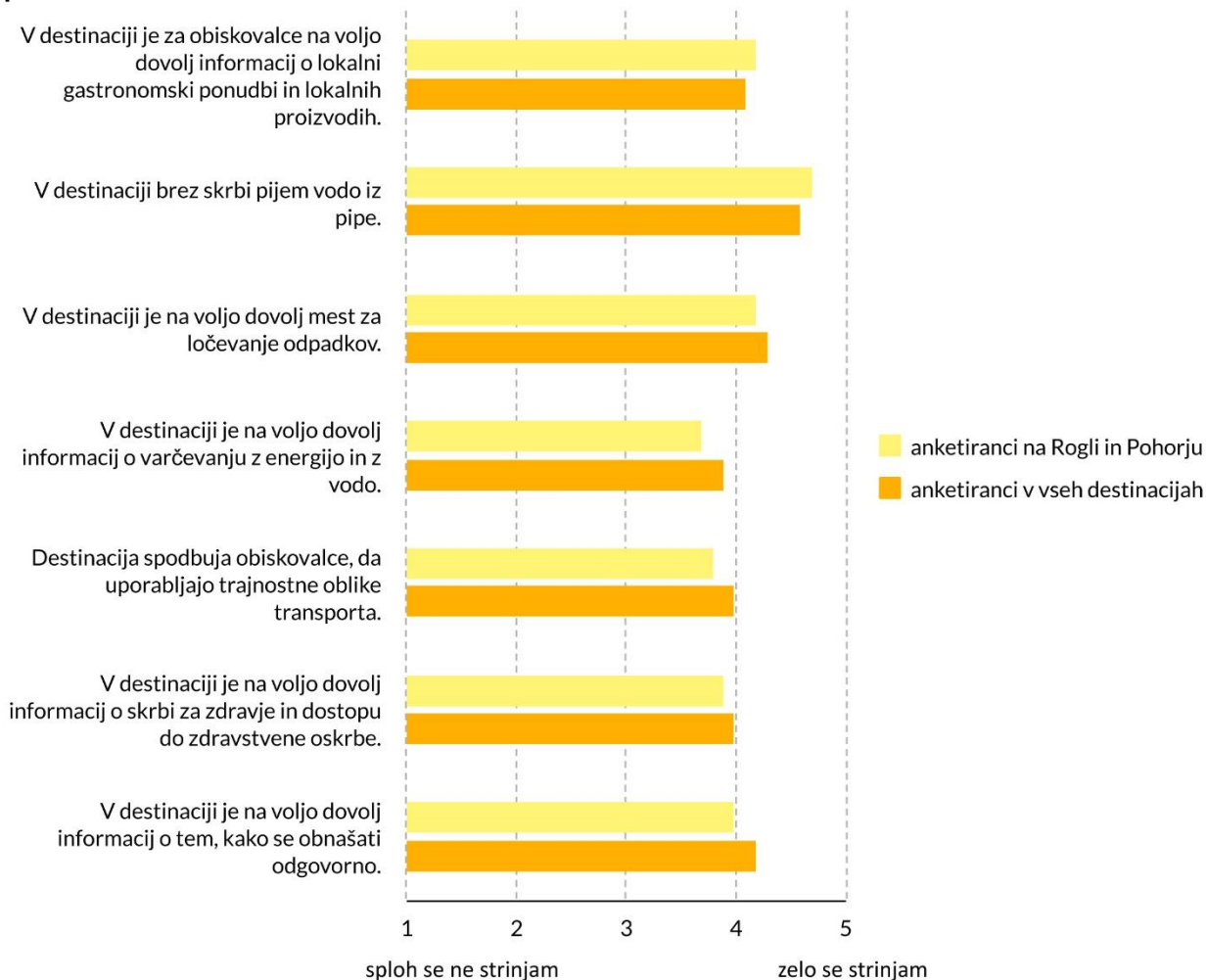
povprečno število nočitev



ali poznate slovensko znamko Slovenia Green?



prepoznavanje trajnostnih prizadevanj destinacije



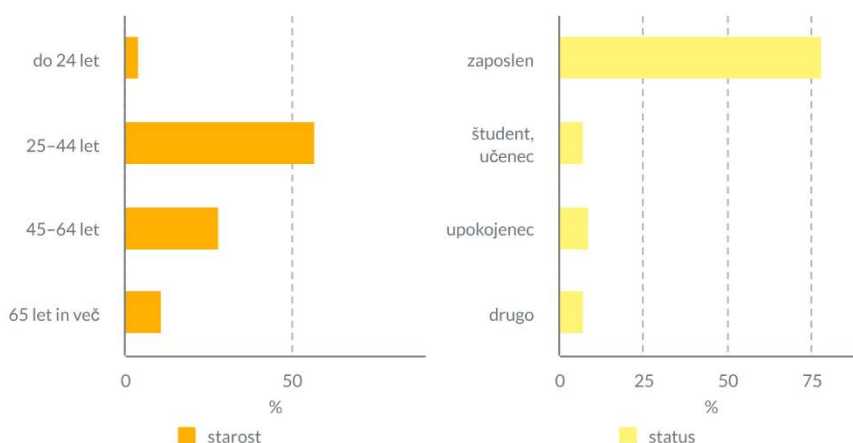
v anketi so sodelovali



74 %



26 %



I FEEL SLOVENIA

Na infografiki so predstavljeni rezultati anketiranja, ki so ga destinacije izvajale v okviru Zelene sheme slovenskega turizma. Anketiranje v destinacijah je potekalo med 15. 3. 2021 in 30. 4. 2022. Infografike smo pripravili na Geografskem inštitutu Antona Melika ZRC SAZU v okviru Interreg MED projekta LABELSCAPE.



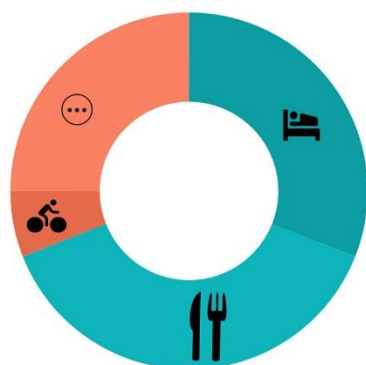
TRAJNOSTNA TURISTIČNA DESTINACIJA

ROGLA - POHORJE

Rezultati ankete za turistično gospodarstvo



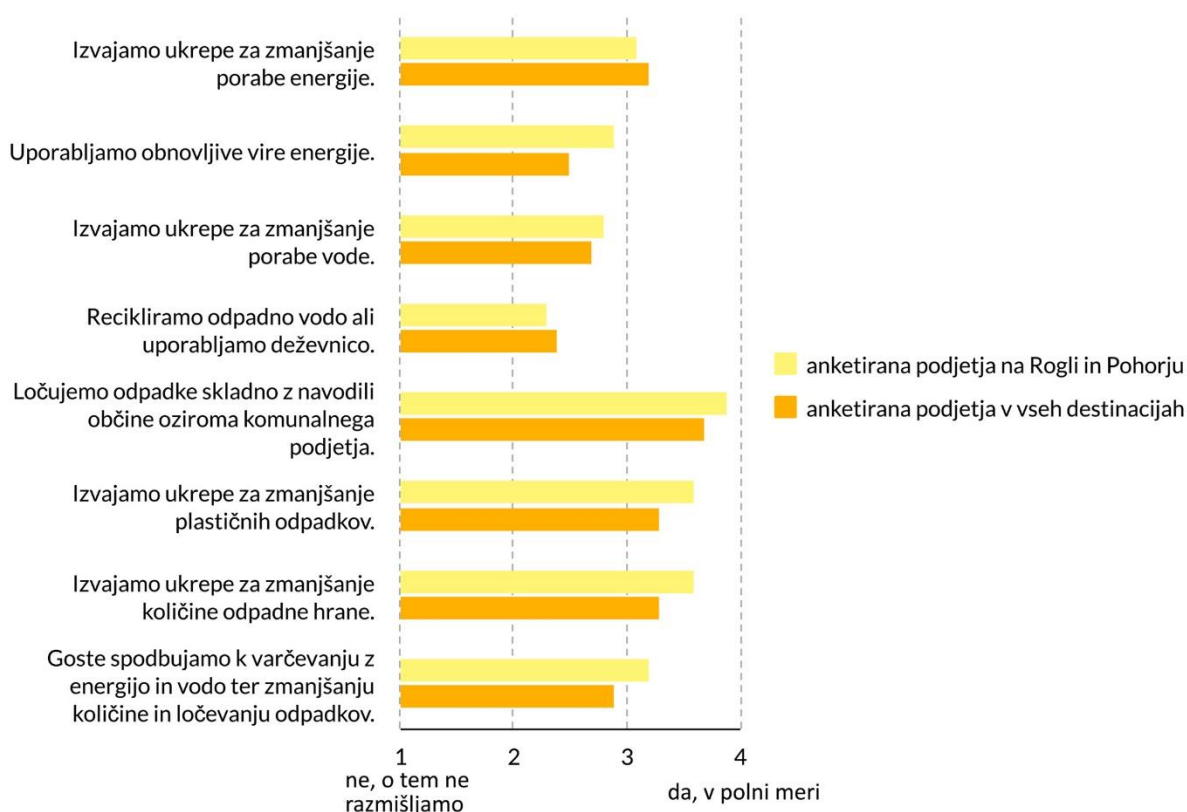
prevladujoča dejavnost v anketiranih podjetjih



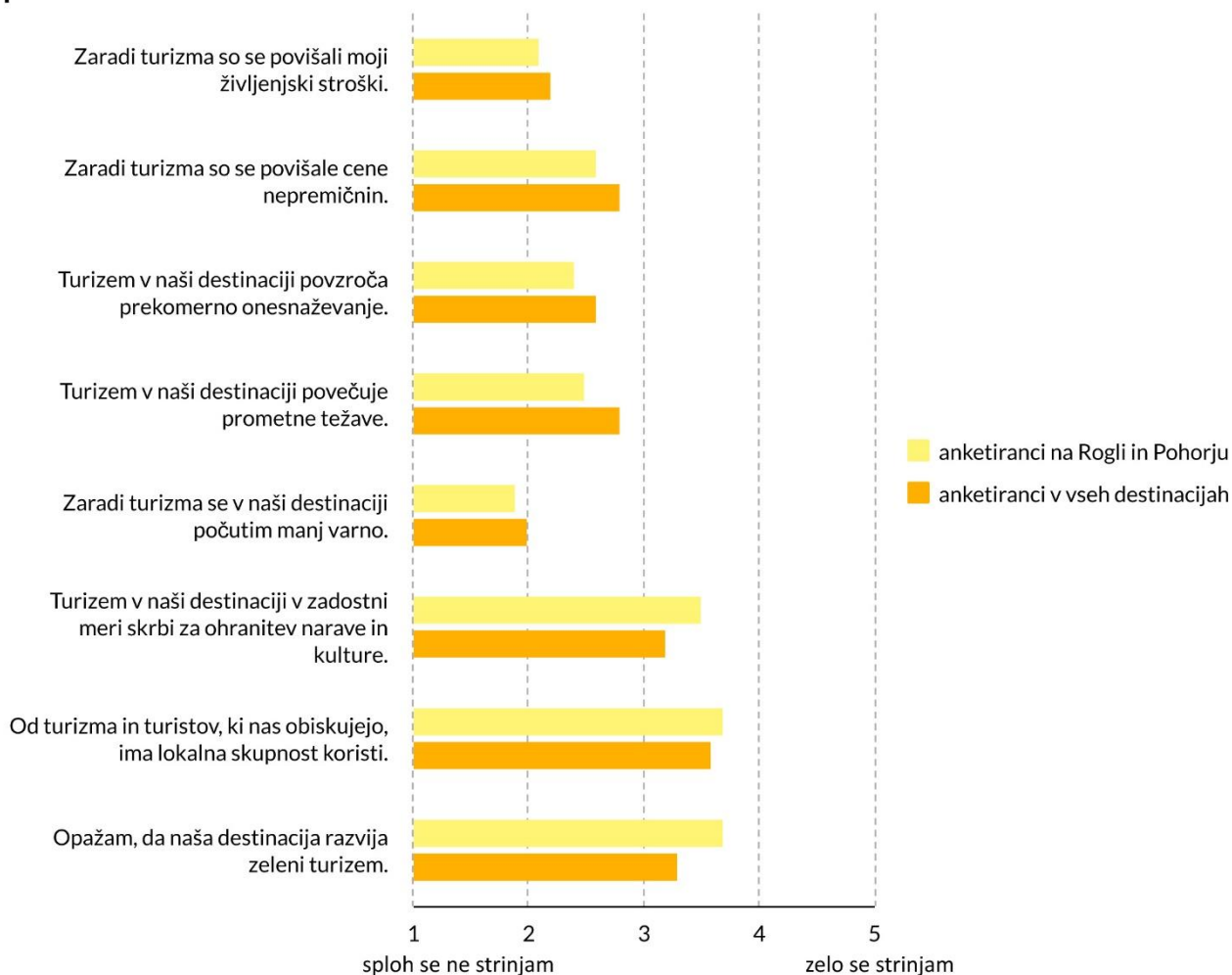
legenda

- nastanitve
- gostinstvo
- rekreacija na prostem
- drugo

delovanje podjetja na področju trajnosti



zadovoljstvo s turizmom v destinaciji



v anketi so sodelovali



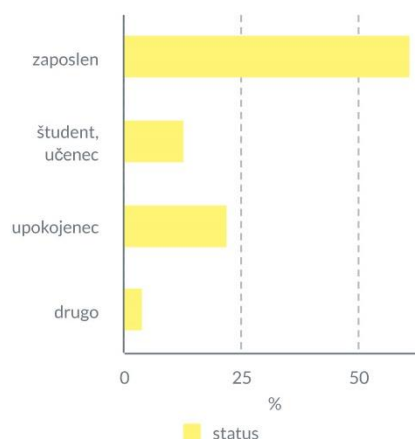
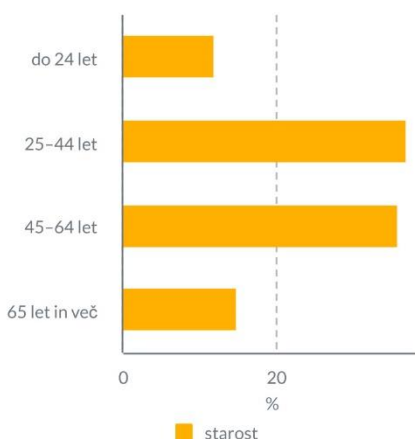
62 %

38 %



27 %

delež anketirancev oziroma njihovih družinskih članov, ki jim turizem predstavlja neposredni vir dohodkov



Na infografiki so predstavljeni rezultati anketiranja, ki so ga destinacije izvajale v okviru Zelene sheme slovenskega turizma. Anketiranje v destinacijah je potekalo med 15. 3. 2021 in 30. 4. 2022. Infografike smo pripravili na Geografskem inštitutu Antona Melika ZRC SAZU v okviru Interreg MED projekta LABELSCAPE.



Projekt: Načrt razvoja in trženja turizma v Turistični destinaciji Rogla - Pohorje 2022–2028

Naročnik: Občine Oplotnica, Slovenske Konjice, Vitanje in Zreče

Vodja projekta in avtorica: dr. Aleksandra Golob

Člani ekipe (po abecednem vrstnem redu):

Nina Buh

mag. Tjaša Kangler

Aleksandra Kovačič

Tanja Tamše

Domen Vogelsang

Izvajalec: LTO Rogla - Zreče, GIZ

Izdajatelj in založnik: LTO Rogla - Zreče, GIZ

Fotografije: Miha Matavž Photo & Video, Miha Matavž Photo & Video
– Dan Briški, Vid Ponikvar (www.slovenia.info)

Jezikovni pregled: Brihta, Ana Gorinšek, s. p.

Oblikovanje: Epigraf, Blaž Prapotnik, s. p.

Elektronska izdaja dostopna na www.rogla-pohorje.si.

Leto izdaje: 2022

Kraj izdaje: Zreče

Kataložni zapis o publikaciji (CIP) pripravili v

Narodni in univerzitetni knjižnici v Ljubljani

COBISS.SI-ID 122719491

ISBN 978-961-95092-7-2 (PDF)

Vse pravice pridržane. Noben del gradiva se ne sme reproducirati ali kopirati v kakršnikoli obliki: grafično, elektronsko ali mehanično, kar vključuje (ne da bi bilo omejeno na) fotokopiranje, snemanje, skeniranje, tipkanje ali katerekoli druge oblike reproduciranja vsebine brez pisnega dovoljenja avtorja ali druge pravne ali fizične osebe, na katero bi avtor prenesel materialne avtorske pravice.



Turistična destinacija

Rogla·Pohorje

OPLOTNICA • SLOVENSKE KONJICE • VITANJE • ZREČE