



**ZAVOD  
ZA TURIZEM MARIBOR**

**FINANČNI NAČRT IN PROGRAMA DELA  
ZA LETO 2008**

Maribor, marec 2008

## I. UVOD

### **Pravne podlage**

Javni gospodarski zavod za turizem Maribor je bil ustanovljen z odlokom (MUV 5/2000) kot lokalna turistična organizacija za izvajanje gospodarske javne službe pospeševanja turizma, oblikovanja celovite turistične ponudbe, spodbujanja razvoja turistične infrastrukture in informiranja obiskovalcev. Javni gospodarski zavod za turizem Maribor je v skladu z določili Zakona o pospeševanju turizma v republiki Sloveniji 13.12. 2004 od Ministrstva za gospodarstvo Republike Slovenije pridobil status pravne osebe, ki deluje v javnem interesu na področju spodbujanja razvoja turizma za turistično območje Mestne občine Maribor.

Financiranje zavoda je urejeno z letno pogodbo med MOM in zavodom; viri pa so tako namenski (Odlok o turistični taksi MUV, št.: 31/04, sredstva od posebnih iger na srečo) in pa nenamenska sredstva proračuna. Ostali viri za delovanje in izvajanje programov zavoda so lastno ustvarjena sredstva in sredstva pridobljena iz Evropskih in domačih projektov. Lastna sredstva zavod ustvarja s prodajo blaga in storitev (vodniška služba, spominki, organizacija obiska za druge ipd), s sponzorstvi in ostalimi prihodki, sredstva iz različnih projektov pa pridobivamo na podlagi javnih razpisov za katere pripravljamo ustrezno dokumentacijo.

### **Cilji in pričakovani rezultati**

#### **Cilji**

Cilji ustanovitve in delovanja zavoda so spodbujati kakovosten razvoj, organizirati in usklajevati aktivnosti vseh dejavnikov v turizmu občine, spodbujati povezovanje s sosednjimi lokalnimi skupnostmi, pospešiti turistični promet in povečevati prihodek ter porabo gostov na turističnem območju in pospeševati neposredno in posredno zaposlovanje. Dosega ciljev mora temeljiti na usklajeni in sonaravni pripravi programov razvoja turistične infrastrukture, na pripravi konkurenčnih turističnih produktov, na kakovostnem tržnem komuniciranju s ciljnim javnostmi, uporabi sodobnih komunikacijskih sredstev in na pospeševanju prepoznavanja celovite ponudbe turističnega območja na domačem in tujem trgu. To bomo dosegli s permanentnim razvojem regionalne turistične destinacije Maribor-Pohorje (DMO) Štajerska, z razvojem konkurenčne tržnih znamk, z boljšo izkoriščenostjo naravnih in ljudskih resursov, pospeševanjem pristnih in atraktivnih prireditev, pristno in ekološko kulinariko, vrhunsko vinsko ponudbo, kot tudi z aktiviranjem in servisom mednarodnih letalskih linij na domicilnem letališču. Eden zelo pomembnih inštrumentov za doseg teh ciljev je celovita in pospešena uporaba elektronskega komuniciranja, pospeševanje uporabe on line trženja in ciljno oglaševanje.

#### **Pričakovani rezultati**

Preoblikovati mesto in regijo v sodobno turistično destinacijo s kakovostnimi, mednarodno konkurenčnimi turističnimi storitvami ter produkti in razviti atraktivne tržne znamke, ki opredeljujejo turistično prepoznavnost regije. Pričakovane rezultate, poleg višjega pozicioniranja ponudbe območja v zavesti potencialnih gostov prikazujemo tudi z merljivimi parametri. Med prve spada kakovostno oblikovanje novih turističnih produktov (Hiša Stare trte, sodobni programi turističnih doživetij: wellness, aktivni odmor, tematski produkti ponudbe ohranjene narave, pristna in eko kulinarika, tematski festivali in prireditve, aktiviranje nekaterih manj razvitih predelov oz. resursov - Drava), med druge pa merljivi rezultati, ki so vezani na nočitve, prihode, ocene dnevnih obiskov in turistično potrošnjo.

Za naslednja leta predvidevamo stabilizacijo in umiritev visokih trendov rasti turističnega prometa v okviru povprečne rasti, kot jo ima turistično gospodarstvo v Republiki Sloveniji. Za leto 2008 načrtujemo na našem območju 8 % rast gostov in 7 % rast nočitev.

## **II. FINANČNI NAČRT 2008**

### **1. PRIHODKI**

Finančni načrt za leto 2008 smo gradili glede na znane aktivnosti, ki so pogojene in v skladu s pričakovanimi sredstvi iz proračuna MOM, s pričakovanimi prihodki iz lastne dejavnosti in s pridobljenimi sredstvi iz naslova evropsko podprtih turističnih projektov. Slednji dve aktivnosti predstavljajo v letu 2008 tretjino vseh prihodkov zavoda.

Celotni prihodki se v primerjavi z realizacijo iz leta poprej povečujejo z indeksom 114,5, proračunska sredstva pa z indeksom 110. Največjo rast beležimo pri planiranih lastnih prihodkih, od prodaje storitev in blaga in to z indeksom 153.

### **2. ODHODKI**

#### **2.1. TEKOČE POSLOVANJE**

Intenzivnost dela zaposlenih na zavodu je v zadnjem obdobju izredno narasla. To je vsekakor posledica velike rasti turističnega prometa, ki zahteva mnogo več osebnega dela, izvedbe projektov, ki se financirajo iz EU sredstev, povečanja objektov v upravljanju in povečanja aktivnosti pri zasnovi in organizaciji novih prireditev. Za zagotavljanje kontinuitete teh del moramo povečati število izvajalcev, v porastu pa so tudi materialni stroški za vzdrževanje objektov in stroški servisiranja informacijske tehnologije.

Sprejet pravilnik o organizaciji in sistemizaciji dela v zavodu moramo, kljub temu da še ni bil realiziran v celoti, dopolniti z novimi deli in izvajalci. Velika rast turističnega obiska, intenzivnost osebnih stikov z gosti, poglobljeno delo na elektronskem komuniciranju, odprtje novih turistično informacijskih centrov in nove turistične atrakcije (Hiša Stare trte) narekujejo potrebo po dodatnih zaposlitvah kakovostno usposobljenih kadrov. V letu 2008 načrtujemo dodatno zaposlitev dveh informatorjev v Hiši stare trte, s čemer bomo deloma izpolnili kadrovske potrebe po delavcih iz tega področja. Potrebe po visoko usposobljenih delavcih so z razvojem sodobnega elektronskega komuniciranja vsak dan bolj prisotne, zato bomo za prihodnje predlagali tudi nova delovna mesta na tem segmentu, katerih financiranje pa moramo zagotoviti izven proračuna MOM. Celotno maso za pokrivanje tekočega poslovanja načrtujemo z indeksom rasti 110,2.

##### **2.1.1 Osebni dohodki**

Osebni dohodki se gibajo v skladu z zakonodajo, ki predpisuje višino osebnih dohodkov za delavce v javnem sektorju, kot tudi osebne dohodke za direktorja zavoda. Rast mase za izplačilo osebnih dohodkov je vezana tako samo na dodatne zaposlitve in je v primerjavi z letom poprej večja z indeksom 113. To utemeljujemo z dodatnimi potrebami po izvajalcih, predvsem pri neposrednem komuniciranju z obiskovalci (informatorji) in pri izvajanju EU projektov ter poglobljenem elektronskem komuniciranju.

Osebne dohodke planiramo za 13 redno zaposlenih, dodatno pa bomo za določen čas zaposlili sodelavko za pomoč pri izvajanju EU projektov. Dodatni sodelavci bodo plačani iz proračuna in prihodka lastnih dejavnosti. Tri sodelavce smo izbrali preko programa javnih del. Ostale kadrovske probleme bomo reševali s pomočjo študentov visokih turističnih šol in Ekonomske fakultete.

Potrebe po zaposlenih utemeljujemo s tem, da upravljamo objekte oz. poslujemo v treh informacijskih centrih (Bolfenk, TIC Maribor, Hiša Stare trte), ki delujejo praktično vse dni v tednu. Zaradi povečevanja obiska nenehno naraščajo potrebe po kakovostnih informatorjih, pri tem pa imamo v mislih še pomoč na letališču, ki bo s pričetkom uvajanja novih rednih

letalskih linij vsak dan večja. Poleg intenzivnega dela na informiranju gostov, organizaciji prireditvev in pripravi ter izvedbi EU projektov se udeležujemo 17 mednarodnih turističnih sejmov in borz, 15 mednarodnih delavnic ter predstavitev in 10 mednarodnih študijskih tur. Vodimo ažurno službo elektronskega komuniciranja, koordiniramo ponudbo širšega območja, oblikujemo promocijska gradiva ter spominke, koordiniramo tržne nastope in vodimo turistični razvoj območja kar zahteva intenzivno osebno delo.

V zavodu za leto 2008 v načrtujemo 14 redno zaposlenih delavcev s polnim delovnim časom, od tega je 5 informatorjev, ki jih potrebujemo za neposredno komuniciranje z gosti.:

- razvoj in projekti (1),
- tržno komuniciranje in odnosi z javnostmi (1),
- pospeševanje prodaje, sejmi in delavnice (1),
- svetovanje in izvedba EU projektov (1),
- administracija pri EU projektih (1),
- organizacija prireditvev (1),
- administrativno finančni posli (1),
- tajniški posli in javna naročila (1),
- informatorke TIC Maribor (2),
- informatorka Bolfenk (1),
- informator Hiša Stare trte (2)
- direktor (1),
- trije sodelavci preko programa javnih del kot pomoč.

Dodatno pa bomo raziskali možnosti o financiranje novega delovnega mesta svetovalca za elektronsko komuniciranje.

### **2.1.2 Materialni izdatki**

Materialne izdatke v letu 2008 povečujemo z indeksom 104,6 predvsem zaradi povečanja števila objektov v upravljanju in dvig cen energentov. Širitev v nove dislocirane prostore, za katere bomo morali dodatno plačevati: elektriko, ogrevanje, čiščenje, vzdrževanje opreme, telefonijo, vzdrževanje 24 ur dostopa do info točke ipd dodatno povečuje to porabo. Rast je v okviru pričakovane splošne rasti stroškov.

## **2.2. PROGRAMI**

Med programi načrtujemo povečanje sredstev z indeksom 137,2, kar predstavlja mnogo večjo rast kot jo načrtujemo s proračunskimi sredstvi. Proračunska sredstva za te namene predstavljajo le 70% vseh sredstev, ostalo pokrivamo iz lastne dejavnosti. Povečujemo predvsem sredstva namenjena za promocijo, prireditve in informacijsko dejavnost.

Velik poudarek bomo namenili elektronskemu komuniciranju, oblikovanju mednarodne turistične znamke Pohorje – Maribor, ustvarjanju oz. oblikovanju konkurenčne turistične destinacije Štajerska in mednarodnim povezavam ter partnerskim projektom. Načrtujemo tudi oblikovanje in izdelavo novih strateških usmeritev na celovitem turističnem območju do leta 2013. Izdelavo strateških dokumentov bodo v 50 % sofinancirale lokalne skupnosti območja. Pri izvedbi programa računamo na sredstva iz državnih razpisov, ki bodo podpirala razvoj širših turističnih območij.

### **2.3. PROJEKTI ZA OŽIVLJANJE STAREGA MESTNEGA JEDRA**

Za to postavko načrtujemo vrsto novih prijemov, ki bodo staro mestno jedro oblikovali v prijetno in atraktivno turistično destinacijo. Ta predel mesta je ena od priložnosti za pospešitev dnevnega prometa in vzpostavitev stalne atraktivne ponudbe za obiskovalce, kakor tudi za domačine. Za leto 2008 načrtujemo povečanje te postavke za 19 %.

### **2.4. JAVNA DELA**

Programi zaposlovanja preko javnih del za katere imamo razpisane in potrjene programe (Pomoč pri promociji in zbiranju podatkov, Informator TIC Hiša Stare trte, Informator TIC Maribor) so sofinancirani v manjši meri kot doslej, zato smo načrtovali za njihovo delo le 30 ur tedensko. Delavci iz tega programa predstavljajo veliko pomoč pri delu, veliko njih pa smo po enoletnem usposabljanju lahko zelo koristno uporabili tudi kasneje.

### **2.5. IZVEDBA EU PROJEKTOV**

V tekočem letu načrtujemo dokončanje izvedbe Mednarodnega projekta Via Urbium, ki ga v okviru programa sodelovanja Madžarske, Hrvaške in Slovenije izvajajo tri sosednja in prijateljska mesta Szombathely, Varaždin in Maribor. Rezultati projekta bodo obnova neprometne signalizacije, ureditev okolja TIC Maribor in projekt mestna kolesa. Dodatno pa načrtujemo pripravo razpisne dokumentacije za nove razpise, ki jih pričakujemo v mesecu maju.

### **2.6. OBNOVA OPREME**

Vse do leta 2005 na zavodu nismo planirali investicijskih sredstev in smo to reševali v okviru svojih zmožnosti. Za leto 2008 načrtujemo obnovo računalniške in pisarniške opreme in opremo za pomoč pri izvedbi prireditev v Hiši Stare trte ter nastope na sejmih.

### **2.7. POTREBNE DODATNE AKTIVNOSTI**

#### **2.7.1. INVESTICIJSKO VZDRŽEVANJE BOLFENK**

Zavod v tem trenutku oskrbuje in pripravlja prireditve, razstave in vodi TIC na Bolfenku, ne vodi pa popolnega upravljanja ter investicijskega vzdrževanja nad tem Centrom naravne in kulturne dediščine. V kolikor bodo v bližnji prihodnosti v proračunu za to zavodu namenjena minimalna sredstva, bomo zagotovili, da bo ta zgodovinski objekt in hkrati pomemben spomenik kulturne dediščine tudi redno vzdrževan. V skladu s potrebami smo že pripravili plan potrebnega investicijskega vzdrževanja, za katerega pa doslej ni bilo planiranih sredstev na naši postavki. Za prihodnja leta torej predvidevamo različna dela, kot so: popravilo strehe, tlakovanje dostopa do objekta, ureditev lateralne drenaže, zamakanje prezbiterja s strani dvorišča, tehnično varovanje objekta, vzdrževanje notranje opreme ipd. Ta vzdrževanja so nujna, sicer bo ta objekt v kratkem času potrebno zapreti za obisk. Poleg vzdrževanja planiramo še nabavo 150 kom stolov za prireditve in 20 kom razstavnih panojev. V tem trenutku, kot rečeno na postavki PP 74200 LTO-Zavod za turizem ni planiranih sredstev za investicijsko vzdrževanje objekta.

**FINANČNI NAČRT PORABE PRORAČUNSKIH SREDSTEV  
PRORAČUNSKA POSTAVKA 7420 LTO - 2008**

<b>I. PRIHODKI</b>	<b>(EUR)</b>
1. MOM proračunska postavka PP 742000	924.919,00
2. MOM javna dela PP 742003	11.089,00
<b>PRIHODKI SKUPAJ</b>	<b>936.008,00</b>
<b>OBNOVA OPREME</b>	
1. MOM obnova opreme PP 223601	<b>11.363,00</b>
<b>II. ODHODKI</b>	
<b>1. Tekoče poslovanje</b>	<b>440.716,00</b>
Plače in prispevki	295.716,00
Materialni izdatki	145.000,00
<b>2. Programi</b>	<b>434.203,00</b>
Tržno komuniciranje,	161.203,00
Prireditve	150.000,00
Razvojni projekti	10.000,00
Info/ servis gostov	55.000,00
Turistična društvena dejavnost	27.000,00
Izobraževanje	-
Mednarodna dejavnost	-
GIZ Rast	5.000,00
Turistična ladja	21.000,00
Mestna kolesa	5.000,00
<b>3. Projekti za oživitev starega mestnega jedra</b>	<b>50.000,00</b>
<b>4. Javna dela</b>	<b>11.089,00</b>
<b>ODHODKI SKUPAJ</b>	<b>936.008,00</b>
<b>OBNOVA OPREME</b>	<b>11.363,00</b>

**FINANČNI NAČRT ZA LETO 2008 (EUR)**
**(Predlog)**

<b>A. PRIHODKI</b>	<b>TRANSFERI</b>	<b>Realizacija 07</b>	<b>Proračun 08</b>	<b>Plan 08 ZZT</b>
	<b>SKUPAJ</b>	<b>1.243.937,69</b>	<b>936.008,00</b>	<b>1.425.018,00</b>
<b>8101</b>	<b>MOM proračun 7420 - LTO</b>	<b>845.631,20</b>	<b>924.919,00</b>	<b>924.919,00</b>
<b>8103</b>	<b>MOM- 7420 – LTO javna dela</b>	<b>5.184,82</b>	<b>11.089,00</b>	<b>11.089,00</b>
<b>8104</b>	<b>Sofinanciranje programov TG</b>			<b>8.500,00</b>
<b>8105</b>	<b>Lastni prihodki</b>	<b>137.321,12</b>		<b>210.000,00</b>
<b>8107</b>	<b>Razpisi EU – Via Urbium</b>	<b>21.227,13</b>		<b>255.510,00</b>
<b>8108</b>	<b>Razpisi EU Nadv. Janez-Hiša Stare trte</b>	<b>223.219,46</b>		
<b>8109</b>	<b>Partnerji turistično območje</b>			<b>15.000,00</b>

<b>2236047301</b>	<b>MOM Investicije- obnova opreme</b>	<b>11.362,88</b>	<b>11.363,00</b>	<b>11.089,00</b>
-------------------	---------------------------------------	------------------	------------------	------------------

<b>B. ODHODKI</b>				
	<b>SKUPAJ</b>	<b>1.213.910,17</b>	<b>936.008,00</b>	<b>1.425.018,00</b>
<b>742 00100</b>	<b>TEKOČE POSLOVANJE</b>	<b>441.002,79</b>	<b>440.716,00</b>	<b>485.716,00</b>
	<b>OSEBNI DOHODKI:</b>	<b>269.076,61</b>	<b>295.716,00</b>	<b>305.716,00</b>
742 00101	Plače	205.002,39		
742 00102	Prispevki	46.040,55		
	Davek na plače			
742 00103	Uspešnost			
742 00104	Napredovanje			
742 00105	Premije za dod. pokojninsko zav			
742 00106	Regres	7.752,00		
742 00107	Jubilejne nagrade			
742 00108	Prehrana na delu	7.281,14		
742 00109	Prevozi	3.000,53		
742 00110	Solidarnost			

742 00120	<b>MATERIALNI STROŠKI</b>	<b>171.926,18</b>	<b>145.000,00</b>	<b>180.000,00</b>
	Najemnina	22.136,04		23.000,00
	Telefon / Mob. telefonija	9.155,80		10.000,00
	Sejnine	1.425,94		2.500,00
	Pošta	4.563,43		5.000,00
	Čiščenje	3.940,37		5.000,00
	Vzdrževanje pis.opreme	4.684,97		5.000,00
	Pisarniški material	2.238,65		3.000,00
	Drobni in SP material	7.856,43		8.000,00
	Storitve drugih(bank., tisk, prev.ipd)	49.301,04		53.000,00
	Vzdrževanje vozil, zavar., cestn.	7.865,89		9.000,00
	Gorivo in elektrika	3.763,26		6.000,00
	Reprezentanca	4.642,33		5.000,00
	Potni stroški in dnevnice	946,25		1.000,00
	Računalniški programi	771,41		500,00
	Stroški TIC Maribor/ Bolfenk	8.102,72		9.000,00
	Računovodstvo	23.754,30		25.000,00
	Stroški vzdrž. - Hiša Stare trte	16.777,35		10.000,00

<b>742 00200</b>	<b>PROGRAMI</b>	<b>448.824,10</b>	<b>434.203,00</b>	<b>615.713,00</b>
742 002010	TRŽNO KOMUNICIRANJE	140.452,02	161.203,00	190.000,00

	Informac-promocijski materiali	28.620,60		40.000,00
	Oglaševanje	15.509,56		20.000,00
	Odnosi z javnostmi	1.909,45		5.000,00
	Pospeš. prodaje (sejmi, delavnice)	25.752,99		30.000,00
	E komuniciranje- WiFi	37.705,62		20.000,00
	Avio destinacija	15.953,80		20.000,00
	Univerziada	15.000,00		15.000,00
	EPK 2012			20.000,00
	Razno			20.000,00
742 002020	<b>PIREDITVE</b>	<b>153.380,60</b>	<b>150.000,00</b>	<b>175.000,00</b>
	Pisani december	122.621,21		135.000,00
	Vino in kultura	14.102,98		15.000,00
	Festival Stare trte	3.051,35		10.000,00
	Grajski mojstri	7.216,63		7.000,00
	Turistično športne prireditve	600,00		1.000,00
	Bolfenk na Pohorju	3.117,98		4.000,00
	Sazas	2.670,45		3.000,00
742 002031	<b>RAZVOJNI PROJEKTI</b>		<b>10.000,00</b>	<b>20.000,00</b>
	Strateške usmeritve do 2013			20.000,00
742 002040	<b>INFO &amp; SERVIS. OBISKOV</b>	<b>67.160,01</b>	<b>55.000,00</b>	<b>70.000,00</b>
	TIC Maribor	33.160,89		35.000,00
	TIC Bolfenk	16.423,33		12.000,00
	Vodniška služba	17.575,79		8.000,00
	Hiša Stare trte			15.000,00
742 002050	<b>TD DEJAVNOST</b>	<b>23.300,00</b>	<b>27.000,00</b>	<b>27.000,00</b>
742 002060	<b>IZOBRAŽEVANJE</b>	<b>172,00</b>	<b>-</b>	<b>713,00</b>
742 002070	<b>MEDNARODNO SODELOVANJE</b>	<b>358,76</b>	<b>-</b>	<b>2.000,00</b>
742 00 2080	<b>GIZ RAST AVIO DESTINACIJA</b>	<b>55.000,72</b>	<b>5.000,00</b>	<b>5.000,00</b>
742 00 2090	<b>TURISTIČNA LADJA NA DRAVI</b>		<b>21.000,00</b>	<b>21.000,00</b>
742 00 2100	<b>MESTNA KOLESJA</b>	<b>8.999,99</b>	<b>5.000,00</b>	<b>5.000,00</b>
742 00 2110	<b>STORITVE ZA NAROČNIKE- TD</b>		<b>-</b>	<b>100.000,00</b>
<b>742 00300</b>	<b>JAVNA DELA</b>	<b>25.660,41</b>	<b>11.089,00</b>	<b>25.089,00</b>
<b>742 00400</b>	<b>STARO MESTNO JEDRO</b>	<b>41.784,30</b>	<b>50.000,00</b>	<b>50.000,00</b>
	Oglaševanje na prireditvah v SMJ	11.014,74		8.000,00
	Festival Stare trte in prir. SMJ	30.769,56		42.000,00
<b>742 00500</b>	<b>IZVEDBA PROJEKTOV EU</b>	<b>232.170,55</b>	<b>-</b>	<b>248.500,00</b>
	Via Urbium	26.584,79		248.500,00
	Hiša Stare trte	205.585,76		
<b>2236 047301</b>	<b>OBNOVA OPREME-INVESTICIJE</b>	<b>24.601,00</b>	<b>11.363,00</b>	<b>15.000,00</b>



### III. PROGRAM DELA ZA LETO 2008

#### 1. PROGRAMI

##### 1.1. TRŽNO KOMUNICIRANJE

###### **Ključni cilji tržnega komuniciranja**

- **povečati prepoznavnost in graditi ciljni image razširjene turistične destinacije (TD) Maribor-Pohorje** (t.j. območja MO Maribor z okolico oz. širše 22 ostalih občin Štajerske<sup>1</sup>) **na primarnih ciljnih trgih**
- **oblikovati prepoznavne tržne turistične znamke območja**
- **povečati število turistov in nočitev v TD Maribor-Pohorje**
- **povečati povpraševanje po informacijah TD Maribor-Pohorje preko spletnih strani, TICev in drugih orodij TK**
- **povečati prodajo storitev Zavoda** (turistično vodenje, on-line in posredne rezervacije nočitev, turistični paketi, spominki, oglasni prostor ipd.) **preko TICev, spletnih strani in drugih orodij TK**
- **odpirati nove trge** (avio destinacija, idr.)
- **promocija aviodestinacije, EPK, Univerzijade in vseh aktualnih turističnih projektov** Zavoda in drugih akterjev destinacije Maribor-Pohorje.

**Cilji tržnega komuniciranja bodo usklajeni s strategijo razvoja in trženja turizma destinacije Maribor-Pohorje.**

###### **Za doseganje ciljev je potrebno**

- **intenzivnejše izvajanje aktivnosti tržnega komuniciranja**
- **večji obseg usklajenih in skupnih partnerskih aktivnosti turističnih ponudnikov in drugih nosilcev turizma v:**
  - razširjenem TD Maribor-Pohorje (Štajerska)
  - aviodestinaciji SV Slovenija
  - Sloveniji kot celoti (STO)
  - partnerskih mestih EPK.
- **osredotočanje na ključne obstoječe in nove avio trge** (Avstrija, Nemčija, Anglija, Italija, Hrvaška, Rusija, Slovenija, Srbija, Benelux, Skandinavija, vzhodni trgi idr)
- **kontinuirana nadgradnja, ažuriranje in promocija spletnih strani TD Maribor-Pohorje** [www.maribor-pohorje.si](http://www.maribor-pohorje.si) **in intenzivnejša uporaba sodobnih elektronskih orodij trženja** (PPC, SEO ipd)
- **intenzivnejša uporaba sodobnih orodij PR in dogodkov**
- **intenzivnejše komuniciranje s tujimi novinarji**
- **priprava novih tiskanih promocijskih materialov**
- **razširitev obsega ciljnega oglaševanja**
- **prehajanje iz zgolj informiranja v prodajo produktov in paketov:**
  - **aktivno trženje in prodaja ključnih posameznih produktov in lastnih turističnih paketov Zavoda** (novo področje dejavnosti Zavoda!)
  - **podpora turističnim ponudnikom pri pripravi lastnih turističnih paketov**
  - **podpora turističnim agencijam pri trženju produktov Maribor-Pohorje**
- **pospeševanje prodaje produktov in paketov na pred, na in po-sejemskih aktivnostih** z aktivnim delom z organizatorji potovanja in drugimi ključnimi akterji v segmentu **B2B**

---

<sup>1</sup> Duplek, Hoče-Slivnica, Lovrenc na Pohorju, Maribor, Miklavž na Dr. polju, Pesnica, Rače-Fram, Ruše, Selnica ob Dravi, Slovenska Bistrica, Oplotnica, Starše, Kungota, Šentilj, Benedikt, Cerkvjenjak, Lenart, Makole, Poljčane, Sveta Ana, Sveta Trojica v Slovenskih Goricah, Sveti Jurij V Slov. Goricah.

- **konsistentna uporaba celostne grafične podobe TD Maribor-Pohorje** s strani Zavoda in vseh turističnih ponudnikov, gradnja znamke.
- **tržno-komunikacijska podpora vsem dogodkom** Zavoda in drugih organizatorjev turističnih prireditev
- **razširitev sodelovanja in krepitev partnerstva** s turističnimi ponudniki in drugimi nosilci turizma, lokalnimi skupnostmi itd.
- **tesno partnersko sodelovanje z STO** in uporaba tržno-komunikacijske podpore, ki jo ponuja.

### 1.1.1. PRODUKCIJA INFORMATIVNO-PROMOCIJSKIH MATERIALOV

#### Načrtovani materiali:

- **ponatisi tiskanih materialov** (noveliranje, posodabljanje, ažuriranje)  
Maribor v 8 jezikih, kataloga nočitev in restavracij, gradiva za Hišo Stare trte, katalog 3+3 Vinske ceste, zemljevid 3+3 Vinske ceste, karta mesta, kolesarske poti po Mariboru in okolici, razglednice, ostala tiskana gradiva
- **novi tiskani materiali**
  - katalog destinacije Maribor-Pohorje (Štajerska)
  - brošura prireditev
  - katalog turistične ponudbe paketov za individualce - Via Urbium
  - katalog turistične ponudbe za agencije - Via Urbium
  - kolesarske poti Štajerska
- **drugi informativno-promocijski materiali**
  - prenova embalaže zgoščenke s predstavitvenim filmom
  - plakat,
  - koledar, voščilnice,
  - razglednice,
  - letaki,
  - opozorilne table,
  - nova zgoščanka s fotografijami,
  - prenova firma papirja in dopisnih podlag.
- **spominki**
  - ponaročila obstoječih spominkov (majice, kape, keramika, trakovi, značke ipd)
  - nove kreacije za podporo turističnim produktom (Hiša Stare trte, Maribor, Bolfenk)

Materiali bodo skladni s celostno grafično podobo turistične destinacije Maribor-Pohorje in posameznimi tržnim znamkami.

### 1.1.2. INFORMACIJSKI SISTEM IN ELEKTRONSKO POSLOVANJE

#### Ključni cilji informacijskega sistema in elektronskega poslovanja

- povečanje prepoznavnosti destinacije
- ustvarjanje zelenega image-a destinacije
- pospeševanje obiska v destinaciji
- pospeševanje prodaje ključnih produktov in paketov destinacije oz. ožje gledano nadaljnja intenzivna rast:

- obiska spletnih strani Maribor-Pohorje [www.maribor-pohorje.si](http://www.maribor-pohorje.si)
- števila povpraševanj s spletnih strani
- števila izvedenih posrednih in on-line rezervacij.

#### **Ključne aktivnosti**

- **kontinuirana tehnična, vsebinska in oblikovna nadgradnja popolnoma prenovljenih spletnih strani** [www.maribor-pohorje.si](http://www.maribor-pohorje.si)
- **redno ažuriranje** spletnih strani (teksti in fotografije)
- **promocija** spletnih strani (PPC, SEO, spletne pasice, klasično tržno komuniciranje...)
- **uporaba dodatnih sodobnih elektronskih orodij trženja**
- **prehod** iz splošnih informativno-promocijskih predstavitev v **prodajne ponudbe ključnih produktov in paketov na spletni strani.**

V letu 2008 bomo **nadaljevali strategijo razvoja informacijskega sistema in elektronskega poslovanja** in širili bomo uporabo e-orodij na področju komuniciranja z različnimi ciljnim skupinami – **z B2C segmentom turistov posameznikov in z B2B segmentom turističnih ponudnikov, turističnih agentov in novinarjev.** Elektronska orodja bomo uporabljali **na področju tržnega komuniciranja in tudi prodaje.**

- **Redno ažuriranje spletnih strani**
  - priprava tekstov za splet
  - prevajanje tekstov spletnih strani
  - osveževanje fotografij
- **Uvedba tehničnih, vsebinskih in oblikovnih nadgradenj**
  - **uvedba novih jezikovnih variant spletnih strani** - it., fra, španščina?
  - **strukturalna in oblikovna preureditev (pod)strani** za večjo funkcionalnost, preglednost in atraktivnost fotografij
  - **nadgradnja / uvedba dodatnih interaktivnih vsebin**
    - **natečaji, spletne animacije** in uvedba »floating panel«
    - vsebine, ki jih ustvarjajo sami obiskovalci spletne strani (angl. »**user generated content**«) - komentiranje, ocenjevanje, personalizacija
    - **posodobitev zemljevida** – prehod na splošno razširjeno aplikacijo Google Map in/ali Najdi.si
    - **rubrika zanimive poti** z interaktivnim prikazom na zemljevidu
    - nagradne igre, vreme, razglednice, E-novice, web kamere, fotogalerija
  - nadgradnja **rezervacijskega sistema** v skladu s trendi za pospeševanje prodaje nočitev, produktov in paketov - uporabniku prijaznejše aplikacije, dynamic packaging, CRM sistem
  - dopolnjevanje **zbirke fotografij** in dopolnjevanje grafične atraktivnosti
  - izpopolnitev **sistema prireditev Sraka**
  - izpopolnitev **stila besedil** v skladu s pravili spletnega pisanja, celostno grafično podobo in ciljnim imagem destinacije
  - vključevanje novih ponudnikov in produktov ter nadgrajevanje **vsebinske kakovosti** predstavitev
  - nadgrajevanje rubrik za specifični ciljni skupini »**Mediji**« in »**Kongresi in srečanja**« in uvedba **rubrike »Stroka«** za strokovno javnost, rubrike »**Info javnega značaja**«
- **Promocija spletnih strani in uporaba sodobnih elektronskih orodij trženja**
  - aktivnejša **optimizacija spletnih strani za iskalnike** (SEO) in s tem povezane nujne nadgradnje spletnega vmesnika
  - **zakup oglasnih pasic** na spletnih portalih ([slovenia.info...](http://slovenia.info...))

- **zakup ključnih besed** na spletnih iskalnikih (PPC kampanije na Google, Yahoo, Najdi.si...)
  - **klasično tržno komuniciranje domene** www.maribor-pohorje.si skozi vse izvajane komunikacijske aktivnosti
  - upravljanje in zakup relevantnih **domen**
  - sodelovanje s **priljubljenimi portali** in **spletnimi agencijami** (TripAdvisor, YouTube, Panoramio, MySpace, Facebook; booking.com, HRS...) za povečevanje prepoznavnosti destinacije in pospeševanje prodaje
  - intenzivnejše upravljanje in uporaba **podatkovnih baz** potencialnih in ciljnih turistov in drugih zainteresiranih segmentov javnosti
  - **atraktivni mailingi** - sodobnejša verzija elektronskih turističnih novic za zainteresirane segmente javnosti; vsaj v slovenskem, angleškem in nemškem jeziku; akcije virusnega marketinga
  - **uvredba »landing pages«** za uspešnejše oglaševanje (CTR...)
  - aktivno **trženje zakupa oglasnega prostora** na spletni strani Maribor-Pohorje turističnim ponudnikom, da bi pridobili dodaten vir financiranja.
  - **analiza statističnih kazalcev obiska spletnih strani** (3D-stats, Google Analytics)
  - **strokovna izobraževanja** s področja E-trženja.
  - **preučitev možnosti izdelave XML datotek in RSS virov** za sodelovanje z drugimi spletnimi stranmi v skladu z interesom različnih zainteresiranih partnerjev.
- **Prehod iz splošnih informativno-promocijskih predstavitev v prodajne ponudbe ključnih produktov in paketov na spletni strani.**  
Razvitost turističnih produktov, programov in paketov je predpogoj za uspešno tržno komuniciranje in trženje. K razvoju specifičnih produktov/paketov in posredovanjem letih za objavo na spletni strani Maribor-Pohorje bomo vzpodbujali turistične ponudnike z individualnim pristopom kontaktiranja. Hkrati pa bomo pričeli tudi s samostojnim razvojem in prodajo paketov preko rezervacijskega sistema na spletnih straneh, sejnih, v TICih. Zavod bo v skladu s trendi prevzel vlogo ustvarjalca in prodajalca produktov in paketov namenjenih posameznim ciljnim skupinam.

**Redno bomo ažurirali tudi druge relevantne spletne strani:** [www.slovenia.info](http://www.slovenia.info), [www.rast-slovenia.com](http://www.rast-slovenia.com), [www.pohorje.si](http://www.pohorje.si).

**Redno vzdrževali povezave (linke) z ostalimi:** [www.maribor.si](http://www.maribor.si), [www.maribor.travel](http://www.maribor.travel) ipd.

### 1.1.3. OGLAŠEVANJE

#### **Ključni cilji oglaševanja**

- povečanje prepoznavnosti destinacije
- ustvarjanje zelenega image-a destinacije
- pospeševanje obiska v destinaciji
- prodaja ključnih produktov in paketov.

Aktivnosti oglaševanja TD Maribor-Pohorje bomo izvedli v tiskanih, radijskih, TV in drugih elektronskih medijih, ob aktivnem PR in študijskih turah. Aktivnosti oglaševanja bomo izvajali v **partnerstvu s turističnimi podjetji**, ki jih bomo vzpodbujali k skupnim in usklajenim aktivnostim. Za sodelovanje bomo skušali zainteresirati tudi neturistična podjetja, ki imajo od turizma posredno korist.

### **Ključne teme oglaševanja:**

- prepoznavnost celotne turistične destinacije Maribor-Pohorje
- prepoznavnost tržnih turističnih znamk
- turistični produkti: wellness, kongresi, aktivnosti na snegu, raziskovanja in vine&dine, kolesarstvo, pohodništvo, vinski in mestni turizem, kultura, šport & rekreacija, prireditve, narava, igralništvo, nakupovanje ipd
- pospeševanje prodaje produktov in paketov turistične destinacije Maribor-Pohorje
- ključne prireditve (Festival Lent, Festival Stare trte, Pisani december, Zlata lisica, svetovna prvenstva in pokali v športnih tekmovanjih ipd): promocija prireditve, dodatnih aktivnosti in paketov turističnih ponudnikov
- USP Stara trta in Hiša Stare trte
- dodatne teme na pobudo turističnih ponudnikov in partnerjev
- aviodestinacija
- EPK in Univerzijada

Oglaševanje bo kombinacija klasičnih oglasov in PR člankov v splošnih in strokovnih medijev.

### **1.1.4. ODNOSI Z JAVNOSTMI**

#### **Ključni cilji odnosov z javnostmi**

- povečanje prepoznavnosti destinacije
- ustvarjanje zelenega image-a destinacije
- pospeševanje obiska v destinaciji
- intenziviranje sodelovanja s turističnimi ponudniki
- intenziviranje sodelovanja turističnimi agenti
- intenziviranje sodelovanja z vsemi zainteresiranimi segmenti javnosti.

**V okviru aktivnosti odnosov z javnostmi bomo komunicirali z vsemi relevantnimi ciljnim javnostmi:** s turističnimi ponudniki, agencijami in z drugimi s turizmom povezanimi podjetji destinacije, s turističnimi organizacijami v Mariboru, Sloveniji in tujini, s partnerskimi mesti, z drugimi organizacijami in zavodi, z občinskimi službami, izobraževalnimi ustanovami, mediji, s ciljnim in potencialnim turisti in turističnimi agenti ter z lokalno skupnostjo (Mariborčani) in drugimi pomembnimi segmenti javnosti.

#### **Načrtovane ključne aktivnosti**

- kontinuirano posredovanje sporočil in materialov
- formalna in srečanja s ciljnim javnostmi
  - tiskovne konference
  - študijske ture:  
aktivno bomo sodelovali pri študijskih turah novinarjev v organizaciji STO in skupaj z zainteresiranimi turističnimi ponudniki organizirali tudi specifične študijske ture za slovenske novinarje ter novinarje s ključnih tujih ciljnih trgov
  - turistični forum idr.
- razpis nagrade za najboljšo diplomsko nalogo

#### **Ključne ciljne javnosti tržnega komuniciranja in aktivnosti zanje**

- **Mediji – lokalni, slovenski, tuji**
  - priprava **tipskih** predstavitvenih besedil TD Maribor-Pohorje v slovenščini, angleščini, nemščini, hrvaščini, italijanščini in francoščini,
  - priprava **rednih** sporočil za medije  
posredovanje po e-pošti in na spletnih straneh v rubriki »Mediji«

- **individualna obravnava** povpraševanj novinarjev
- priprava **zgoščenke s fotografijami**
- ažuriranje **adreme** novinarjev
- **novinarske konference**  
koordiniranje vseh udeležencev, organizacija, priprava materialov za novinarje v tiskani in elektronski obliki, srečanje, clipping...).
- **študijske ture**  
koordiniranje obiska z vsemi vpletenimi (STO, predstavništva, novinarji, tur. ponudniki), organizacija obiska, priprava materialov za novinarje, srečanje z novinarji, clipping, komuniciranje po obisku
- **individualna in skupinska formalna in neformalna srečanja z novinarji.**
  
- **Turistični ponudniki**  
hotelirji, gostinci, ponudniki aktivnosti in doživetij, organizatorji prireditev...
  - povabila k sodelovanju (brezplačnemu / ob sofinanciranju):
  - splošne predstavitve in oglaševanje na spletnih straneh
  - sodelovanje v centralnem rezervacijskem sistemu
  - predstavitve v tiskanih materialih (katalog prenočišč in gostincev, doživetij)
  - nadgradnja nabora spominkov
  - okrepitev sodelovanja z rent-a-car družbami, agencijami, taksisti
  - posredovanje logotipov s pogoji in navodili uporabe.
  
- **Turistične agencije**
  - priprava **tipskih** predstavitvenih besedil TD Maribor-Pohorje v slovenščini, angleščini, nemščini, hrvaščini, italijanščini in francoščini
  - priprava **zgoščenke s fotografijami**
  - posredovanje logotipov s pogoji in navodili uporabe
  - študijske ture
  - mailingi.
  
- **Komuniciranje s posamezniki, zainteresiranimi turisti in lokalno javnostjo**
  - odgovarjanje na e-pošto, telefonske klice, osebna srečanja
  - sodelovanje na popotniških, turističnih in strokovnih forumih...

### 1.1.5. POSPEŠEVANJE PRODAJE

Načrtujemo intenziviranje pospeševanja prodaje s ciljnim direktnim komuniciranjem z obstoječimi in potencialnimi turisti in še posebej s posredniki turističnih storitev (touroperaterji in agencijami). S slednjimi bomo intenzivno vzpostavljali kontakte in sklepali sodelovanje tudi na sejnih in borzah s prodajno ponudbo nabora turističnih produktov in paketov.

V komunikacijski splet bomo vpletli tudi privlačne nagradne igre (darila, paketi turističnih ponudnikov ipd.).

Tržne aktivnosti bomo usmerjali na turistične posrednike in ponudnike (TA, touroperaterje) ter ciljne skupine turistov in druge segmente javnosti, ki predstavljajo potencialne obiskovalce Maribora.

#### Sejmi in borze

Aktivnosti so usmerjene predvsem na turistične posrednike ključnih trgov in tržnim nišam z namenom pritegniti večje število obiskovalcev.

Izvajali bomo ciljno usmerjene aktivne sejemske predstavitve ponudbe TD Maribor-Pohorje in poskrbeli za prisotnost s promocijskimi materiali na vseh sejnih, kjer sodeluje STO.

V letu 2008 bomo sodelovali na sejmih, na katerih smo v preteklem letu zabeležili ugodne rezultate naših predstavitev, vzdrževali pa bomo tudi kontinuiteto predstavitev na ciljnih ter primarnih trgih.

V dogovoru z vodilnimi oz. večjimi turističnimi ponudniki v regiji, bomo sodelovali na predstavitev na sejmih in turističnih poslovnih borzah tako na skupnih stojnicah Slovenije, tudi samostojno. Slednje velja predvsem za bližnje trga in prijateljska mesta.

V sodelovanju z STO bomo sodelovali na specializiranih sejmih in borzah v Avstriji (Dunaj), Italiji (Milano), Nemčiji (Berlin), Angliji (London), Madžarska (Budimpešta).

V skladu z novim konceptom stojnice STO bomo najeli info pult, preko katerega lažje vzpostavljamo kontakte z obiskovalci. Za delovne razgovore pa koristimo skupno infrastrukturo na predstavitevni prostoru.

Na nekaterih sejmih in borzah v letu 2008 (oddaljeni trgi) bomo prisotni na skupni slovenski stojnici le z materiali. Obisk bomo izkoristili za neposredne kontakte s ponudniki naše destinacije, predvsem organizatorje avtobusnih potovanj, ki ponujajo tudi turistične programe in produkte.

Skupaj z STO se bomo udeležili tudi predstavitev, ki jih bodo organizirali po večjih mestih na EU trgih. To se organizira v glavnem na lokacijah v središču mesta, kjer je velik pretok ljudi in s tem tudi možen neposreden nagovor ciljne publike.

### **Delavnice**

To so aktivnosti, ki so usmerjene predvsem na neposredne prodajalce oz. turistične posrednike.

Udeležujemo se delavnic, ki jih organizira STO, v letu 2008 planiramo aktivnosti na delavnicah v državah naših ciljnih trgov.

Udeležili se bomo delavnice na Dunaju, Beogradu, na Reki, v Zagrebu, Londonu, in Italiji.

### **Turistične predstavitve**

Vse predstavitve so ciljno usmerjena srečanja za turistične posrednike, potencialne goste z natančno opredeljenimi željami (tematske predstavitve) in druge segmente javnosti, ki predstavljajo naš potencialni trg. Turistične predstavitve po mestih pogosto združimo še z drugimi aktivnostmi predstavnikov Maribora.

V letu 2008 načrtujemo predstavitve na trgu Hrvaške, Madžarske, Slovenije in na novih, oddaljenih trgih.

Zelo primerna predstavitev naše turistične ponudbe so tudi študijske ture tujih novinarjev oz. predstavnikov oz. organizatorjev turističnih potovanj in predstavnikov agencij iz ciljnih držav ter trgov, pa tudi tujih specializiranih medijev za turizem.

Načrtujemo posodobitev opreme za tovrstne dejavnosti: nove fotografije - plakat za vpenjanje v prenosni samostoječi predstavitevni pano ipd.

BORZE/SEJEMI	KRAJ	TERMIN
FERIENMESSE	DUNAJ	17.-20.01.
FERIEN	GRAZ	25.-27.01.
TIP	LJUBLJANA	24.-27.01.
ACTB - WS	DUNAJ	27.-29.01.
VAKANTIE S.	BRUSELJ	07.-11.02.
CBR	MÜNCHEN	14.-18.02.
BIT	MILANO	21.-24.02.
UTAZAS	BUDIMPEŠTA	28.02.-02.03.
IFT	BEOGRAD	28.02.-02.03.
ITB	BERLIN	05.-09.03.
MITT	MOSKVA	19.-22.03.
SLO DNEVI TUR.	ZAGREB	14.-15.05.
SIW	ČATEŽ	05.-07.06.
CITY BREAK	BEOGRAD	09.-10.60.
SLO DNEVI TUR.	HRVAŠKA	JESENI
JESENSKI SEJEM	GRAZ	27.09-05.10.
WTM	LONDON	12.-15.11.

#### 1.1.6. FINANČNA IN KADROVSKA OKREPITEV SLUŽBE ZA TRŽNO KOMUNICIRANJE

**Celovito gledano lahko ocenimo delovno področje tržnega komuniciranja Zavoda v letu 2007 kot uspešno.** Veliki razvojni koraki na področju elektronskega trženja, izjemno pozitivna statistika obiska spletnih strani in izvedenih on-line rezervacij, velik porast interesa novinarjev po informacijah TD Maribor-Pohorje in intenziven vstop na nove trge pa prikazujejo leto 2007 **celo kot izjemno uspešno in prelomno. Pa vendar, za dolgoročno uspešnost moramo pristopiti k oceni kritično in razmišljati ob pripravi plana za leto 2008 strateško.**

Aktivnosti tržnega komuniciranja smo v letu 2007 izvedli pretežno v skladu z načrtom, pa vendar, ob pripravi komunikacijskega načrta še ni bilo znan potreben obseg vlaganj v komuniciranje ob uvedbi nove letalske linije **Ryanair**. Zato je bilo naknadno veliko sredstev sicer skromnega budgeta preusmerjenih v podporo komuniciranja z britanskim trgom, nekaterih sicer načrtovanih promocijskih aktivnosti, pa zato ni bilo mogoče izvesti. **Vpliv tovrstnih nepredvidenih aktivnosti velja upoštevati vnaprej pri pripravah na kulturno prestolnico 2012 in morebitno univerzijado 2013, ko bodo morale biti turistične komunikacijske aktivnosti ustrezno intenzivirane in temu ustrezno tudi finančno in kadrovske okrepljene.**

**Tržno komuniciranje, še posebej odnosi z javnostmi, so delovno izredno intenzivna dejavnost,** ki zahteva individualen pristop in hitro odzivnost. Z rastjo prepoznavnosti destinacije Maribor-Pohorje raste tudi interes in povpraševanje domačih in predvsem tujih medijev in drugih segmentov javnosti po informacijah, s čimer se obseg del povečuje. Ta trend lahko pričakujemo tudi v prihodnje.



**Resen in edini učinkoviti pristop k spletnemu in celotnemu elektronskemu trženju je prav tako delovno izredno intenziven.** Znašli smo se na prelomnici. Statistika obiska spletnih strani kaže izjemno pozitiven trend, hkrati pa se zavedamo, da bo v prihodnje nujna še intenzivnejša promocija in celovito upravljanje spletnih strani, da bi lahko postali na turističnem trgu čim bolj prepoznavni ter izkoristili možnosti, ki jih v današnjem času sodobna informacijska tehnologija nudi, trg turistov pa hkrati zahteva.

Zavedati se je treba, da se informacijska tehnologija razvija izjemno hitro in zahteva neprestano strokovno spremljanje novosti (izobraževanje) in sledenje trendom (informacijske tehnologije, elektronskih orodij trženja, aktivnosti konkurentov...). **Zahteva redno finančno vlaganje in intenzivno delo in usposobljen kader.** Že kakovostno upravljanje spletne strani posameznega podjetja je zahtevno in obsežno opravilo, upravljanje spletnih strani celovite destinacije pa še toliko bolj. Hkrati gre tudi za operativno delovno izjemno intenzivno dejavnost, saj že samo ažuriranje podatkov celotne destinacije (s kontaktiranjem ponudnikov) terjaja ogromno časa.

**Razvoj E-trženja tako ostaja po vsebini, sredstvih in pomenu ključen trženjski projekt Zavoda za turizem Maribor tudi v letu 2008,** z zavedanjem da tudi od izvrstnih sodobnih spletnih strani ni koristi, če jih ciljne skupine ne najdejo. Brez ustrezne komunikacijske podpore ne bo zelenega učinka tega sodobnega komunikacijsko-prodajnega kanala, ki predstavlja v sodobnih TD pomemben delež v prodajnem kolaču.

**Za uspešen razvoj E-trženja in tržnega komuniciranja na splošno je nujno zagotoviti:**

- večji budget,
- kadrovske okrepitve,
- **pa tudi intenzivnejše združevanje sredstev ponudnikov TD.**

Služba za tržno komuniciranje se sedaj sestoji iz vodje službe brez sodelavcev. Informatorke v TIC-u pa lahko zaradi intenziviranja dela v samem TICu (ustreznejša lokacija in razvoj dejavnosti prinaša tudi več dela!) nudijo pomoč pri tržnem komuniciranju in urejanju spletnih strani maribor-pohorje.si, pohorje.si in slovenia.info v vse manjšem obsegu. Zato predlagamo uvedbo novega delovnega mesta asistenta za tržno komuniciranje, kar bomo predstavili na naslednji seji UO ob prenovi pravilnika o sistemizaciji delovnih mest in organizaciji dela na zavodu.

### Argumenti

- Z analizo trendov razvoja informacijske tehnologije in uporabe le-te v konkurenčnih TD ugotovljamo, da zaradi finančnih omejitev budgeta in kadrovske omejitve **ne izrabljamo tržno-prodajnih možnosti spletnih strani in elektronskih komunikacij na sploh v zadostni meri.**
- V preteklih letih so bile **izvedene relativno velike investicije v tehnološko posodobitev spletne strani in škoda bi bilo trendov in možnosti, ki jih tovrstna tehnologija nudi, ne popolnoma izkoristiti zaradi nerealnih omejitev kadra in finančnih sredstev.**
- **Pomemben vir dodatnih sredstev za aktivnosti tržnega komuniciranja predstavlja združevanje sredstev zainteresiranih ponudnikov TD.** Vendar zahteva motiviranje ponudnikov za tovrstno sodelovanje aktiven individualen in spet delovno intenziven pristop.
- **Sodobno elektronsko trženje je dandanes v turizmu nujno že za uspešnost uveljavljenih destinacij, za prodor novih, razvijajočih se, kot je Maribor-Pohorje, pa še toliko bolj!**

- **Uspešno trženje zahteva uvedbo novosti oz. intenziviranje aktivnosti, ki v letu 2007 zaradi finančnih in/ali kadrovskih omejitev niso bile (povsem) izvedljive:**
  - **Uvedba spletne rubrike za strokovno javnost**, t.j. turistične ponudnike in druge zainteresirane segmente, za posredovanje informacij o aktualnih slovenskih in mednarodnih razpisih s področja turizma, aktualnih aktivnostih Zavoda in povabilih k sodelovanju, poročilih o izvedenih raziskavah ipd. Analiza interesa strokovne javnosti kaže željo po tovrstnih informacijah, vzdrževanje tovrstne rubrike pa je delovno zelo intenzivno.
  - **Kontinuirana optimizacija spletnih strani za iskalnike.**  
Le na ta način lahko zagotovimo pojavljanje spletne strani visoko na lestvicah zadetkov iskalnikov, kar je pogoj, da jih zainteresirani turisti sploh najdejo.
  - **Aktivnejše urejanje meta podatkov in povezav spletne strani.**  
Nujen je aktivnejši pristop s kontinuiranim analiziranjem, ki lahko veliko prispeva k uspešnosti spletne strani.
  - **Spletne pasice podjetij na [www.maribor-pohorje.si](http://www.maribor-pohorje.si).**  
Nujen je proaktiven pristop do turističnih ponudnikov in drugih relevantnih podjetij s povabilom k objavi spletnih pasic. To je delovno zelo intenzivna aktivnost, ki zahteva individualni pristop.
  - **Zunanje spletne povezave na [www.maribor-pohorje.si](http://www.maribor-pohorje.si).**  
Nujen je proaktiven pristop do turističnih ponudnikov in drugih relevantnih podjetij s povabilom k postavitvi spletnih povezav z njihovih domačih strani na spletno stran Maribor-Pohorje. To prinaša več koristi: (1) Če so zainteresiranemu na voljo celovitejša informacija o destinaciji, je večja verjetnost, da se bo za obisk odločil. (2) Močna mreža spletnih povezav prispeva k optimizaciji spletnih strani za iskalnike in vodi do višje uvrstitve na listi zadetkov. Gre za delovno zelo intenzivno aktivnost, ki zahteva individualni pristop.
  - **Aktivnejše spremljanje rezultatov PPC oglasov in kontinuirano prilagajanje.**  
Le z rednim spremljanjem rezultatov PPC oglaševanja in prilagajanjem oglasov le-tem lahko splet optimalno izkoristimo in dosežemo ustrezno vidnost in prepoznavnost destinacije v očeh ciljnih turistov.
  - **Večja produktno-programska-paketna, ciljna in prodajna usmerjenost.**  
Prehod iz predstavitev standardnih produktov v ponudbo ciljno ustvarjenih produktov, programov in paketov s strani turističnih ponudnikov TD in tudi Zavoda. Prehod iz zgolj informiranja v aktivno trženje in prodajo preko spleta.

Upoštevati moramo trende in marketinško teorijo AIDA – attraction, interest, desire, action:

- (1) **Obiskovalec pričakuje na spletni strani ne le informacije o znamenitostih, temveč sebi (ciljnim skupinam) prilagojene predloge, t.j. produkte, programe, pakete, kako preživeti uro, dan, vikend, teden v TD Maribor-Pohorje.**
- (2) **Obiskovalec pričakuje na spletni strani možnost nakupa. Ne smemo ga ustaviti v trenutku, ko bi iz želja rad prešel k dejanjem, t.j. k nakupu oz. rezervaciji.**

Z uvedbo rezervacijskega sistema smo (2) razkorak rešili, pa vendar je ključnega pomena za uspešno trženje nadaljnji razvoj CRS, dodajanje novih funkcionalnosti in večanje prijaznosti rezervacijskega sistema za uporabnika, kar zahteva dodatne investicije in delo.

**Razvitost turističnih produktov, programov in paketov je predpogoj za uspešno tržno komuniciranje in trženje! Da bi dosegli čim večji ROI (return on investment), da se torej čim več obiskovalcev strani pretvori v kupce in dejanske obiskovalce destinacije, je nujno oblikovanje in trženje konkretnih prodajnih ponudb. Gre za kontinuirano delovno intenzivno aktivnost.**

**Pripraviti moramo novo strategijo trženja TD Maribor-Pohorje, ki je pogoj za jasno kratko in dolgoročno ciljno usmeritev in učinkovitost in predstavlja temelj vsem nadaljnjim odločitvam in aktivnostim.**

- **Aktivnejši odnosi z domačimi mediji** – redna srečanja ob novinarskih konferencah...
- **Aktivnejši odnosi s tujimi mediji** – redna angleška in nemška sporočila za medije o ključnih zanimivostih, novostih in aktualnih ponudbah TD ipd.
- **Proaktivnejši pristop do medijev in agentov** - v nasprotju z zdajšnjim pretežno bolj kot ne odzivanjem na povpraševanje.
- **Razširitev obsega ciljnega oglaševanja.**
- **Aktivno komuniciranje za vzpodbujanje uporabe celostne grafične podobe** TD Maribor-Pohorje s strani vseh turističnih ponudnikov.
- **Uvedba dodatnih jezikovnih različic** spletnih strani, tiskanih informativno-promocijskih materialov, predstavitev besedil za medije idr. (italijanščina, francoščina, španščina...)
- **Pospeševanje prodaje** z aktivnim delom z organizatorji potovanj in drugimi ključnimi akterji v segmentu **B2B (business to business)**; sejmi, borze, workshopi, post festum komuniciranje, redno komuniciranje.
- **Proaktivnejši pristop do turističnih ponudnikov.**
- **Uvedba rednih turističnih forumov**, t.j. srečanj vseh turističnih akterjev destinacije.

### **Sklep**

Navedene aktivnosti zagotavljajo uspešnejše tržno komuniciranje z vsemi segmenti javnosti. Na spletne strani, kot dandanes ključnemu in vedno dostopnemu viru turističnih informacij, bi prinesle več obiskovalcev, zagotovile večjo prepoznavnost destinacije, posledično tudi večji realni obisk v destinaciji.

**Dodatna finančna sredstva v proračunu Zavoda in kadrovska okrepitev za leto 2008 lahko torej prinesejo izjemno pomemben in nujen zagon, ki bo predstavljal pomemben premik v intenzivnosti nadaljnjega razvoja turistične destinacije Maribor-Pohorje.**

**Dodatna sredstva za pospeševanje navedenih aktivnosti vidimo predvsem v povečanju lastnih prihodkov, namenskem združevanju sredstev posameznih lokalnih skupnosti in zainteresiranih turističnih družb ter iz posameznih razpisov EU skupnosti oz. države.**

## **1.2. TURISTIČNE PRIREDITVE**

Za mesto Maribor vsekakor velja ocena, da ima ogromno prireditve, ki pa niso usklajene in kot take ne predstavljajo pomembnega konkurenčnega turističnega produkta. Novi pristopi obetajo, da se bo temu kmalu naredilo konec in da bo mesto na tem področju nastopilo usklajeno, bolje organizirano in vsekakor bolj prepoznavno. Zavod za turizem v tem konceptu sprejema vlogo povezovalca in institucije, ki bo poskusila to veliko energijo oblikovati tudi v prepoznavne motive za obisk mesta. Na nivoju mesta bomo oblikovali in rangirali prireditve po pomembnosti za mesto in po pomembnosti v sporočilu, ki ga želimo poslati potencialnim

obiskovalcem. Za te namene bomo oblikovali tudi nove edicije in tudi nova sporočila za tuje partnerje ter potencialne obiskovalce, ki pa bodo usklajena s celovito ponudbo in potencialom regije kot sodobne turistične destinacije. Mesto pa bo svoje priložnosti iskalo tudi v novih, svežih zgodbah Kulturne prestolnice Evrope 2012.

Zavod za turizem bo sledil tem trendom in dogovorom. Ob organizaciji svojih prireditev, ki jih je kar obilo, nekatere so celo v gornjem rangu mestnih prireditev, pa bo zasledoval tudi novosti obnašanja potencialnih gostov. Tehnološki razvoj, novi trendi, nove generacije prebivalstva in obiskovalcev namreč narekujejo spremembe in novitete, zato moramo nekatere vsebine, zunanje podobe in organizacijsko režijske postopke prilagoditi sodobnemu času. Pri tem pa moramo imeti v mislih, da s poceni kopiranjem ne bomo oblikovali prepoznavnih, predvsem pa ne konkurenčnih prireditev. Na zavodu bomo organizirali predvsem prireditve, ki neposredno promovirajo in pozicionirajo naše turistične produkte in ponudbo v zavest obiskovalcev.

V preteklem letu smo izvedli vrsto prireditev in kar je potrebno še posebej poudariti, celovito prenavo dveh najpomembnejših festivalov. To sta Pisani december in Festival Stare trte. Oba dobivata nove, širše dimenzije, zelo prepoznavne obrise in vse več pristašev. Pomembna pa je tudi odmevnost. Tako bomo v letu 2008 delovali predvsem na nadaljnjem razvoju obeh festivalov, v organizaciji permanentnih prireditev v mestnem jedru ter na živahnem dogajanju v Hiši Stare trte ter v Centru naravne in kulturne dediščine Bolfenk na Pohorju.

## PISANI DECEMBER

To je nov, festivalski pristop pri organizaciji prazničnih dni v zadnjem mesecu leta. Kar nekaj organizacij je sklenilo sodelovati in skupaj z glavnim organizatorjem, Zavodom za turizem Maribor, bomo pripravili različne pravljичne in zabavne vsebine.

### *Prižig lučk praznične decembrske okrasitve*

V petek 5. decembra bo začetek Pisanega decembra. Na Maistrovem trgu, pred 1. gimnazijo bo prižig mariborskih lučk in s tem simbolni začetek prireditev v decembru.

### *Ulične prireditve v decembru*

Mestno središče je prenovljeno, tako da bo možna izvedba mnogih dogodkov in nastopov v samem mestnem središču za najmlajše, mladostnike in odrasle. Nastopali bodo različni glasbeniki, orkestri, pevski sestavi, cirkusanti, žonglerji, ulični gledališčniki in lutkovna gledališča. Vse to se bo odvijalo na Grajskem trgu, v Naskovem dvorcu, na Trgu svobode in še kje. Organizirane bodo tudi otroške ustvarjalne delavnice

### *Koncerti na velikem odru na Trgu svobode*

Koncerti bodo namenjeni Mariborčankam in Mariborčanom, okoličanom pa tudi obiskovalcem našega mesta. V tem obdobju, zadnje dni decembra, je na Pohorju in v Mariboru tudi veliko število tujih gostov, zato so koncerti znanih ansamblov in solistov zabavne glasbe najboljša rešitev. Koncerti bodo od 27. do 30. decembra. Novost je tudi koncert takoj po silvestrovanju, 1. januarja 2009.

### *Silvestrovanje*

Pričakovanje novega leta v mestu je dolgoletna mariborska tradicija, kjer se zbere veliko število ljudi, še posebej zadnja leta, ko smo poskrbeli za vrhunski program in okrasitev. Za prijetno počutje in dobro razpoloženje bo Trg svobode posebej mikavno okrašen in predvsem osvetljen. Z dodatnimi žarometi, ki jih bomo naročili, bodo pobarvana znamenita in lepa pročelja zgradb na trgu. Postavili bomo velik montažni oder s streho in novo ozvočenje, ki

zadošča vsem predpisom in kriterijem za odlično izvajanje glasbe in petja. Angažirani bodo najboljši slovenski izvajalci zabavne glasbe.

## VINO IN KULTURA

Po svetu je naše mesto še vedno premalo znano, da nam trta raste okoli mesta in v njem. Tradicija vinarstva je ena od pomembnih mariborskih razpoznavnosti, zato posvečamo vinogradniškemu pravilu in običajem pridelitve, ki ohranjajo to tradicijo in nas predstavljajo tudi kot kakovostno vinsko mesto in deželo.

### *Hiša Stare trte*

Svoja vrata je končno odprla prenovljena Hiša Stare trte. V njej je muzej Stare trte, informativni center, prodaja spominkov, vinoteka, sedež vinskih kraljic in sedež vinskih redov in bratovščin, razstava replik Kreuzerjevih risb trtnih sort ipd. Preko celega leta se bodo v hiši odvijala strokovna in stanovska srečanja članov združenja vinskih svetovalcev, članov vinskih redov in bratovščin, vinskih kraljic, vinogradnikov in vinarjev. Prirejale se bodo strokovno vodene vinske pokušnje in predstavitve. Hiša Stare trte bo na voljo tudi protokolarnim srečanjem, predvsem pa bo odprta številnim domačim in tujim obiskovalcem Maribora.

### *Rez Stare trte*

Rez trte je eno od najpomembnejših vinogradniških opravil. Na svečani rezi v Mariboru pa med ostalim gospodar Stare trte, ob pestrem kulturnem programu, podeli cepiče izbranim mestom, občinam, državam ipd. To je pomembno protokolarno opravilo s pomočjo katerega širimo misel in informacijo o Stari trti, najstarejši trti na svetu, ki raste v Mariboru.

Na rezi se predstavijo tudi delegacije prejemnikov cepiča.

Običajno so se med obiskovalce razdelile tudi rozge, ki so ostale ob rezi. Dogovorjeno je, da se rozge Stare trte uporabljajo le za protokolarne namene, medtem, ko se rozge hčera lahko uporabijo tudi za obiskovalce oz. za nadaljnjo vzgojo in tudi za prodajo kot turistični spominek.

### *Postavljanje mestnega klopotca*

Postavljanje klopotca je danes predvsem simbolno dejanje vzeto iz bogate vinogradniške tradicije, predvsem na Štajerskem in kot takšna tudi edinstvena lokalna posebnost. Klopotec bomo postavili ob Jernejevem, 23. avgusta na Mestnem hribu nad Mariborom.

### *Martinovanje*

je največja tovrstna enodnevna prireditve v Sloveniji. Opažamo, da jo obiskuje vsako leto več obiskovalcev iz vseh krajev Slovenije in tujine.

Prireditveno površino na Trgu svobode nameravamo še povečati, tako da bo na voljo tudi prehod do Grajskega trga in sam Grajski trg. Angažirali bomo vrhunske izvajalce glasbe in petja.

Organizirali bomo predstavitev mladih vin najboljših vinarjev, ki bo v posebnem okolju. Prireditve bo z vstopnino, plačljiva in s primernimi vinskimi kozarci, predvsem pa namenjena predstavitvi in širjenju vinske kulture.

## FESTIVAL STARE TRTE

Festival Stare trte je najpomembnejša turistična jesenska prireditve v Mariboru. V zadnjem tednu septembra bo Maribor okusno okrašen s plodovi jeseni in s cvetjem. Ves teden bodo poleg prodajnih razstav, zabavnih in kulinaričnih dogodkov, organizirana tudi številna strokovna srečanja, delavnice, promocijske prireditve, znanstveni prispevki, strokovne

degustacije vin ipd. Festival je v prvi vrsti namenjen predstavitvi štajerskih jesenskih pridelkov.

Festival sestavljajo naslednji glavni dogodki:

- razstava cvetja, okrasnih grmovnic, lončnic in dreves,
- razstava sadja,
- razstava buč, bučnega olja, in prigrizkov z buč,
- predstavitev vinarjev in najboljših vin mariborskega vinorodnega območja,
- strokovno srečanje slovenskih vinskih svetovalcev,
- mednarodno srečanje ekoloških kmetovalcev,
- srečanje pridelovalcev pristne kulinarike,
- predstavitev in priprava jedi iz kotlov,
- dnevi vegetarijanske kuhinje,
- koncerti velikih orkestrov zabavne glasbe,
- zaključni koncerti regijskih godb na pihala,
- Svečana trgatev stare trte.

Vse pa je posvečeno Stari trti, svetovno znani naravni znamenitosti. Prireditve in festival zaključimo s svečano trgatvijo Stare trte.

Z vsakim letom je zanimanje za trgatev večje. Prostor pred Staro trto je že premajhen za vse goste. Načrtujemo razširitev dogajanja na cestišče pred trto. Ob tem bomo pripravili tudi gostinsko ponudbo mest in občin, ki imajo cepiče in tako združili hčere in njihove lastnike.

## MESTNE PRIREDITVE

Z dokončanjem prenove nekdanjega hotela Orel je središče s številnimi gostinskimi vrtovi in novimi trgovinami v zadnjem času postalo stalno zbirališče Mariborčanov in predvsem številnih obiskovalcev iz tujine. Tudi prireditve v starem mestnem jedru so obogatile mestni utrip ter ga naredile privlačnejšega in polnega pestrega dogajanja.

### *Grajski mojstri- sejmi zbiralcev starin*

Vsako tretjo in četrto soboto v mesecu bodo od 15. marca pa vse do konca leta na Trgu svobode in Grajskem trgu na stojnicah našega zavoda razstavljali, izmenjevali in prodajali svoje zbirke člani zbirateljskih društev starin iz vse Slovenije.

### *Koncerti v mestu*

Nesporno so koncerti na Grajskem trgu napolnili vrtove in privabili številne obiskovalce v samo mestno središče. Koncerti bodo praviloma ob sobotah dopoldan. Nastopali bodo glasbeniki različnih žanrov za čim širši krog okusov. Letos bo poudarek tudi na pihalnih orkestrih, ki bodo v času Festivala Stare trte izvedli še skupni koncert najboljših na Glavnem trgu.

## BOLFENK NA POHORJU

Center naravne in kulturne dediščine Bolfenk na Pohorju je osrednji informativni, kulturno prireditveni in izobraževalni objekt na mariborskem delu Pohorja. Poudariti velja, da si Bolfenk in njegove bogate in raznovrstne vsebine preko leta ogleda več kot 19.000 obiskovalcev.

Ob stalnih razstavah bomo na novo postavili še:

- Razstavo o kulturni dediščini Pohorja, ki jo bo postavil Zavod RS za varstvo kulturne dediščine Maribor,
- Zlata Lisica na Pohorju v novejši podobi; razstavo je na novo postavil Muzej NO iz Maribora,
- Planinski domovi in pomembni objekti na Pohorju; Razstavo bo prenovil in na novo postavil mariborski arhiv,
- Razstava fotografij mariborskega foto kluba.
- Velikonočni pirhi, pripadajoče okrasje in sveče, mojstrice Kornelije Brecl
- Razstava izdelkov Srednje lesarske šole
- Razstava izdelkov iz lesa in vezanih prtičkov, ki ga bo postavila likovna sekcija KUD Angel Besednjak

Na Bolfenku bomo pospešili prodajo spominkov, t.j. razglednic, izdelkov domače in umetnostne obrti, pohorskih zelišč in zeliščnih izdelkov, kar je tudi zelo iskano. Preko poletja bomo ob nedeljah organizirali koncerte: dijakov in študentov akademije za glasbo, kantavtorjev, glasbenih in pevskih sestavov, ki poustvarjajo ljudsko dediščino idr.

Božični koncerti, ki jih uspešno organiziramo v zadnjih leti so zelo obiskani. Načrtujemo nadgradnje tega, tako bomo poskrbeli, da bo objekt primerno in atraktivno osvetljen, da bodo na voljo topli napitki, predvsem pa da bo v prezbiteriju nekdanje cerkvice kakovosten koncert, s primernim programom. Koncerti so namenjeni gostom na Pohorju, kot tudi domačinom.

### **1.3. RAZVOJNI PROJEKTI**

Leto 2008 pomeni nadaljevanje razvoja nove turistične destinacije Štajerska (Maribor – Pohorje), dokončanje projekta INTERREG III A – Via Urbium ter pripravljanje novih predlogov, v skladu z objavljenimi razpisnimi pogoji nove finančne perspektive za obdobje 2007-2013.

Novi projekti bodo smiselna nadgradnja projektom v izvajanju, vsi pa bodo sledili programskim in razvojnim ciljem Zavoda za turizem, ki smo jih oz. jih bomo še uskladili v naših Strateških smernicah do leta 2013.

#### **NOVE STRATEŠKE USMERITVE DO 2013**

Ugotavljamo, da je sedaj veljaven strateški razvojni dokument za področje turizma, ki ga je Mestni svet Mestne občine Maribor sprejel na 43. seji Mestnega sveta 16.septembra 2002, ki velja do 2010, potrebno postopno obnoviti. To je še posebej pomembno zaradi opredelitve novega turističnega območja Štajerska, v katerem bo predvidoma zajetih 22 občin in tri močna turistična podjetja (Terme Maribor, Športni center Pohorje in HIT igralniško zabavišni center Mond Šentilj).

V prvi fazi bomo izvedli evaluacijo obstoječih dokumentov in fokusiranje na novo območje, v naslednjih korakih pa postavili nove razvojne strateške cilje in omejitve vezane na danosti ter pogoje (naravni, ljudski resursi, prostorske in naravovarstvene omejitve, novi programi, trendi v svetu, šport, kultura, zgodovinska dediščina, konkurenca ipd) za celotno območje obravnave.

## OBLIKOVANJE TURISTIČNE DESTINACIJE ŠTAJERSKA

V sodelovanjem z županom MOM bomo organizirali prvi delovni sestanek vseh županov in županov predvidene regije Štajerska, z namenom ustanovitve skupnega turističnega območja (destinacije). Te povezave so pomembne za vse nadaljnje delo na področju:

- usklajevanja razvoja turizma
- skupne promocije
- izdelave skupnih turističnih projektov in ostale infrastrukture
- pridobivanja dodatnih finančnih stimulacij iz EU fondov

Vse koordinirane aktivnosti imajo za posledico mnogo večjo sinergijo, ki pomaga lokalnim skupnostim, kot tudi turističnemu gospodarstvu pri oblikovanju konkurenčnih prednosti in globalnemu razvoju panoge na turističnem območju.

Ministrstvo oz. Slovenska turistična organizacija že v letošnjem letu pripravlja javni razpis za sofinanciranje različnih aktivnosti na lokalnem nivoju. V letu 2008 pričakujemo, da bodo dodatna sredstva namenjena za razvoj turistične destinacije in skupnih promocijskih aktivnosti.

Na zavodu bomo pripravili dokumentacijo za morebitne razpise in s ponudniki poiskali sredstva za sofinanciranje, saj država financira le do 60 % celotne vrednosti projekta.

Nova turistična destinacija na območju Štajerske, t.j. 22. lokalnih skupnosti, ki so se predvidoma pripravljene vključiti v skupni razvoj ter tako povečati obseg ter izboljšati skupne turistične potenciale in razvojne možnosti ima zato večje možnosti pri pridobivanju dodatnih sredstev.

Objavo razpisa pričakujemo do konca aprila 2008, do takrat pa bomo že oblikovali skupno turistično območje in pripravili osnovne smernice skupnega programa oz. nastopa. Zavod bo v tem primeru nosilec regijske strokovne službe (DMO).

## IZVEDBA IN NAČRTOVANJE PROJEKTOV SOFINANCIRANIH IZ EU

### INTERREG IIIA

INTERREG III je največja pobuda Skupnosti Evropske unije, ki se financira iz Evropskega sklada za regionalni razvoj. Cilj pobude Skupnosti INTERREG III je povečati ekonomsko in socialno kohezijo s spodbujanjem čezmejnega, transnacionalnega in medregionalnega sodelovanja in tako doseči uravnotežen razvoj na območju celotne Skupnosti.

V letu 2007 pričakujemo razpise za novo finančno perspektivo v obdobju od 2007 do 2013, zato je pred nami aktivna priprava novih projektov, ki pa bodo nadgradnja dosedanjega razvoja.

### INTERREG III A SLOVENIJA – HRVAŠKA- MADŽARSKA 2004-2006 VIA URBIUM

V letu 2008 bomo zaključili projekt VIA URBIUM, ki smo ga pričeli decembra 2006.

#### **Kratka vsebina projekta:**

S skupnim projektom z delovnim naslovom VIA URBIUM želimo ustvariti skupno turistično in kulturno ponudbo čezmejnih urbanih središč Maribora in Varaždina in na ta način pospešiti trajno sodelovanje na področju urbanega turizma ter povečati konkurenčno prednost in atraktivnost mestnih središč.



Povečanje turističnega prometa želimo ustvariti z oblikovanjem novega integralnega turističnega proizvoda, izvorno zasnovanega programa tridnevnega spoznavanja starih mest s poudarkom na zgodovinskih jedrih in njihovi kulturni ponudbi. Atraktivnost mest bomo povečali s skupnimi promocijskimi materiali in aktivnostmi ter tudi s postavitvijo nove turistične infrastrukture. Sodelovanje vsem partnerjem omogoča optimalno izkoriščanje vseh virov ter doseganje boljših rezultatov.

**Pričakovani rezultati projekta:** smernice in izvedbeni plan dolgoročnega sodelovanja, združena turistična ponudba, novi integralni turistični proizvod Maribora in Varaždina in Szombathelly-a, usposobljeni izvajalci integralnega turističnega proizvoda, dodatno opremljeni informacijski centri, postavljena turistična infrastruktura, spletna predstavitev integralnega turističnega proizvoda in izvedena skupna promocija.

#### **Realizirane aktivnosti:**

- vodenje in koordinacija projekta,
- opravljeni 2 tiskovni konferenci in izdelana predstavitvena mapa projekta,
- na osnovi ocenjenih mestnih znamenitosti, določenih ciljnih skupin in analize odziva turističnih agencij smo modulno oblikovali integralni mestni turistični proizvod,
- izdelali smo marketinški plan in oblikovali celostno komunikacijsko podobo skupnega turističnega proizvoda,
- delno nabavljeni in izdelani promocijski materiali,
- delno nabavljena oprema za notranjo in zunanjo ureditev TIC Maribor ter aktivnosti vodniške službe ( računalniška oprema, kolesa in stojala za kolesa).

#### **Planirane aktivnosti v letu 2008:**

- dokončna nabava promocijskih materialov: brošure, plakati, film, majice, dežniki, šali, kemični svinčniki in obeski za ključe,
- dokončna nabava opreme za zunanjo ureditev TIC Maribor ter aktivnosti vodniške službe (večnamenska klop),
- promocijske aktivnosti (oglaševanje v revijah in spletno oglaševanje, izdelava spletne strani, izvedba delavnic za različne ciljne skupine,
- postavitve turistične in druge obvestilne signalizacije na območju mestnih središč,
- vodenje, koordinacija in promoviranje projekta ter poročanje nacionalnemu organu.

#### **NAČRTOVANJE NOVIH PROJEKTOV ZA OBDOBJE 2008-2013**

Konec prvega polletja pričakujemo razpise za novo razvojno obdobje od leta 2007 do 2013, zato je pred nami aktivna priprava novih projektov, ki pa bodo nadgradnja dosedanjega razvoja.

Velik del aktivnosti bodo razgovori s partnerji na obeh straneh meje, saj novo obdobje predvideva samo skupne projekte in veliko novitet pri postopkih priprave in prijave novih idej.

#### **1.4. INFO & SERVISIRANJE OBISKOV**

Zavod bo v letu 2008 vodil svoje permanentne aktivnosti na informiranju obiskovalcev že v treh TIC-ih, občasno pa celo v štirih. Ob TIC-u Maribor, Bolfenku in Hiši Stare trte servisiramo goste tudi na

mariborskem letališču v času prihoda oz. odhoda rednih letalskih linij. Vsi turistično informacijski centri so pomembni objekti, ki s svojo celovito ponudbo kakovostno predstavljajo turistično območje in nudijo dokaj visok, mednarodno primerljiv standard storitev, ki pozicionirajo naše območje na zavidljivo mesto na turistični karti Evrope.

Za nemoteno delovanje TIC Maribor smo planirali sredstva za potrebe delovanja informatorjev. Poleg stalnih informatorjev so namreč, posebej še ob konicah, potrebni dodatni informatorji (nepretrgan delovni čas), kar pogosto rešujemo tudi s študenti, ki pri nas opravljajo obvezno prakso. V prvih letih delovanja TIC-ev ugotavljamo, da je nov odpiralni čas dobro načrtovan. Dobro pa je organizirano tudi delo informatorjev, saj tudi ob izredno povečanem obisku in ob prodaji spominkov, servisiranje strank poteka nemoteno. Vsi TIC-i so odprti praktično vsak dan, med tednom od 9.00 do 19.00, v soboto od 9.00 do 17.00 in v nedeljo pa od 9.00 do 12.00. Delujemo pa tudi ob praznikih.

V Hiši Stare trte imajo informatorji še posebej veliko dela, saj poleg predstavitve vsebine hiše izvajajo še prodajo spominkov in pokušnjo ter prodajo vin Mariborskega vinorodnega območja. V veliko primerih pa so soorganizatorji protokolarnih sprejemov za MOM in izvajalci ostalih del ob izvedbah prireditve. Hiša Stare trte je odprta vsak dan, razen ponedeljka od 10.00 do 18.00 ure. Po potrebi pa tudi dlje, izven predvidenega delovnega časa. Hiša je zelo dobro obiskana.

Na Prireditveno informacijskem centru Bolfenk poleg stalnega informatorja potrebujemo za nemoteno delovanje TIC-a še dodatno pomoč. Informacijski center na Pohorju je zelo dobro obiskan, odlično so sprejete tudi prireditve, ki jih pripravlja Zavod, pa tudi ves program, ki ga izvajamo na Bolfenku je zelo pester. Zanimive in poučne so stalne in občasne razstave, ki jih za obiskovalce organiziramo skozi vse leto. Obiskovalci centra so v vedno večjem številu tudi gostje, ki so nameščeni v hotelih pod in na Pohorju, udeleženci šol v naravi, ki so nameščeni po pohorskih kočah, pogosto pa ga obišejo tudi naključni pohodniki. Program je opisan v rubriki prireditve

#### **Tečaj za voznike taxi službe**

Zavod bo v letu 2008 izvajal tudi tečaje in preizkus znanja o poznavanju Maribora z okolico za voznike avto TAXI vozil. Vozniki bodo imeli na voljo več terminov, da bodo lahko opravili ta, z odlokom določen preizkus poznavanja mesta. Usposabljanja in preizkus znanja bodo izvajali delavci zavoda in Komunalne direkcije, prometnega urada MOM.

#### **Oblikovanje in prodaja spominkov**

Za potrebe TIC-ev smo pričeli že v lanskem letu oblikovati in razvijati tržno znamko svojih spominkov. S tem, ko širimo število prodajnih in informacijskih mest z različnimi vsebinami, poskrbimo tudi za primerne spominke. V letu 2008 bomo tako oblikovali spominke za Staro trto, Bolfenk in splošno uporabne spominke Maribora.

### **1.5. TURISTIČNA DRUŠTVENA DEJAVNOST**

Načrtujemo tesnejše sodelovanje in usklajevanje dela z občinsko, kakor tudi področno turistično zvezo. Finančno bomo podpirali predvsem društveno dejavnost, ki bo delovala usklajeno z načrti razvoja turizma na turističnem območju Mestne občine Maribor in turističnega območja Štajerske (Maribor-Pohorje). Turistična društvena dejavnost je pomemben del sistema storitev, ki oblikujejo kakovostno turistično območje, zato bo potrebno za pospeševanje razvoja kakovosti te dejavnosti na našem območju pripraviti prilagojene programe. To je naloga posameznih društev, kakor tudi obeh zvez t.j. Občinske turistične zveze Maribor in Štajerske turistične zveze, ki sta povezovalki društev, kakor tudi zavoda kot financerja te dejavnosti.

### **1.5.1. OBČINSKA TURISTIČNA ZVEZE MARIBOR**

Občinska turistična zveza Maribor (OTZ) povezuje 11 turističnih društev MOM in Rafting klub Maribor. Okrepiti želimo delo društev v MOM in prizadevali si bomo za sodelovanje in povezovanje turističnih društev, saj bo le tako mogoče izvesti aktivnosti, ki smo si jih zastavili. Najpomembnejše naloge zveze:

- partnerstvo Zavodu za turizem Maribor pri oblikovanju in izvajanju strategije razvoja turizma Maribora, oz. območja MOM,
- sooblikuje turistično ponudbo MOM
- povezuje in usmerja delovanje včlanjenih društev na območju MOM in izvaja naloge, ki ji jih zaupajo njeni člani,
- usmerja in vzpodbuja akcije za vključevanje novih članov, zlasti mladine v turistična društva,
- vzpodbuja nudi pomoč pri ustanavljanju novih turističnih društev na območju MOM in skrbi za bogatenje vsebine in metod dela včlanjenih društev,...

Prizadevali si bomo za vključevanje mlajših članov v delo turističnih društev. Želja nam je da sodelujemo pri ustanavljanju turističnih društev in podmladkov v tistih MČ in KS, kjer jih še nimamo, skrb bomo posvečali urejanju okolja in zagotavljanju potrebnih finančnih sredstev za delovanje turističnih društev.

Nadaljevali bomo s projekti, ki smo si jih zastavili v letu 2007, Maribor v očeh najmlajših in ureditev pohodnih poti po MOM.

#### **Upravni odbor Občinske turistične zveze Maribor bo med drugim:**

- spremljal in usklajeval delo odborov,
- obravnaval delovanje društev,
- sodeloval z drugimi društvi in organizacijami,
- promoviral turistično društveno dejavnost v širšem prostoru.

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

Izhajajoč iz vsebinskih usmeritev delovanja TZS, da je urejanje okolja in aktivnosti za zagotavljanje višje kakovosti komunalnega standarda, vod, zraka in bivanja nasploh primarna naloga, je v program dela odbora vključiti naslednje aktivnosti:

- turistična društva naj v letnih programih predvidijo aktivnosti na tem področju posebej za izvedbo spomladanskega urejanja kraja v sodelovanju s komunalnimi podjetji in inšpekcijskimi službami,
- poseben poudarek je potrebno nameniti Svetovnemu dnevu zemlje, povezali se bomo s KS in MČ glede zasaditve spominskih avtohtonih dreves v parkih, sprehajališčih, okoljih šol in vrtcev,
- divja odlagališča so še vedno prisotna v primestnih predelih, zato je potrebna koordinirana aktivnost za odpravo in preprečitev odlaganja odpadkov,
- v sklopu delovanja komisije bomo več aktivnosti namenili za organizacijo turistične patrolje, ki bo spremljanja urejenosti kraja posebej turističnih predelov ( vzdrževanja kašpotov, oglasnih tabel, vinske in turistične poti, počivališča,...),
- Programi hortikulturnih sekcij v TD naj v sklopu dela z mladimi predvidijo posebne oblike skrbi za okolje ( urejenost javnih površin, cvetličnih gred in skalnjakov, ogledi razstav in botaničnih vrtov ... ),
- sodelovanje z drugimi dejavniki odgovornimi za stanje v prostoru,
- organizirati tematske javne tribune o aktualni problematiki posameznega področja z vključitvijo sredstev javnega obveščanja,

- pri organizaciji sekcij vključiti ostala društva s področja aktivnosti v naravi ( lovci, ribiči, pohodniki ) s ciljem vsestranske skrbi za urejeno okolje,
- komisiji za urejenost krajev pri TZS sporočiti problematiko s tega področja za mesto Maribor, kot prispevek z ocenjevanjem,
- nadaljevanje izvajanja projekta pohodne poti po Mariboru.

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

Delo odbora se nanaša na delo z predšolsko in šolsko mladino. Program izvajamo s Skupnostjo vrtcev Maribor, s Srednjo šolo za gostinstvo in turizem Maribor in Višjo strokovno šolo za turizem Maribor.

- sestanek s predstavnicami vrtcev za izvedbo projekta Maribor v očeh najmlajših,
- vključevanje mladih pri organizaciji in izvedbi krajevnih prireditev ( pustovanje, slovenski kulturni praznik ),
- sodelovanje v projektu Poklici prihodnosti v sodelovanju s Štajersko turistično zvezo na osnovni šoli Tabor I,
- sodelovanje s Štajersko turistično zvezo pri organizaciji Tekmovanja v kuhanju za učence osnovnih šol na Srednji šoli za gostinstvo in turizem Maribor,
- sodelovanje na tekmovanju Turizmu pomaga lastna glava na Ptuj,
- srečanje mentorjev, ki vodijo turistične krožke in turistične podmladke na osnovnih šolah v Radvanju,
- likovna razstava Maribor v očeh najmlajših.

### **Odbor za prireditve**

Odbor bo sodeloval z drugimi organizacijami in društvi na območju MOM in na ta način poskrbel za popestritev turistične ponudbe mesta.

Aktivnosti:

- organizacija za predstavitev OTZ-M in TD MOM na sejmu Turizem in prosti čas v Ljubljani,
- prireditev Praznik na Dravi,
- sodelovanje na Festivalu Stare trte,
- sodelovanje z odborom za delo z mladimi.

### **Odbor za vrednotenje dela in finance**

Odbor bo pripravil predlog novega vrednotenja programov TD in spremljal njihovo izvajanje. Objava za sofinanciranje programov bo objavljena v Medobčinskem uradnem vestniku. Spremljal bo tudi finančne tokove pri OTZ-M.

## **1.5.2. TURISTIČNA DRUŠTVA**

Turistična društva bodo tudi v tem letu izvajali aktivnosti po programu dela, ki ga sprejmejo na občnih zborih. Veliko prireditev v kraju, ki jih društva organizirajo so postala tradicionalna, zato je prav, da se izvajajo tudi v bodoče.

Najpomembnejša področja delovanja društev:

- ohranjanje naravne in kulturne dediščine,
- urejanje okolja,
- organizacija prireditev v kraju,
- sodelovanje s turističnim podmladkom,
- promocija društev,
- izobraževanje članov društva.

### 1.5.3. ŠTAJERSKA TURISTIČNA ZVEZA

Program dela Štajerske turistične zveze za leto 2008 predstavlja kontinuiteto delovanja po posameznih komisijah, osnovno dejavnost pa predstavljajo trajni projekti in akcije. S tako vsebino programa se vključujemo v izvajanje celovitega programa Turistične zveze Slovenje.

Program zveze je pripravljen po komisijah s ciljem povezovanja turistične društvene dejavnosti in izvajanja skupnega programa v povezovanju z lokalnimi skupnostmi in turističnim gospodarstvom.

Vizija delovanja Štajerske turistične zveze je razvijati partnersko delovanje enega od treh stebrov slovenskega turizma z drugima dvema stebroma (javnim in zasebnim) in to na lokalni in regionalni ravni.

#### **Komisija za razvoj turizma**

- organizacija za predstavitev zveze in TD na sejmu Turizem in prosti čas v Ljubljani,
- izobraževanje lokalnih turističnih vodnikov za Štajersko območje,
- organizacija prireditve ob podelitvi licenc,
- predstavitev in sodelovanje na posvetu v Žalcu,
- sodelovanje s Planetom Tuš in Qulandijo,
- promocija zveze in društev.

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

- zbiranje predlogov za ocenjevanje,
- ogledi na terenu, ki jih pripravi komisija in dopolni s predlogi,
- sodelovanje s komisijo za ocenjevanje pri TZS,
- vzpodbujanje TD in TZ za izvedbo projekta Pomladansko urejanje okolja,

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

- priprava razstave in podelitev priznanj za natečaj Narisal sem moje drevo za vrtce in Naš šolski park za učence osnovnih šol (likovni, literarni in fotografski),
- v sodelovanju s TZS organizacija regijskega tekmovanja Turizmu pomaga lastna glava 2008 na Ptuj,
- predstavitev poklicev v turizmu z naslovom Poklici prihodnosti na osnovni šoli Tabor I v sodelovanju z OTZ-M, Srednjo šolo za gostinstvo in turizem Maribor in Višjo strokovno šolo za turizem Maribor,
- tekmovanje v kuhanju za učence osnovnih šol v sodelovanju z OTZ-M in Srednjo šolo za gostinstvo in turizem Maribor,
- priprava razpisov za tekmovanja vrtcev in osnovnih šol za šolsko leto 2008/09.

#### **Komisija za kadre in pravna vprašanja**

- aktivnosti za izvedbo volitev v organe ŠTZ.

## 1.6. MEDNARODNO SODELOVANJE

### PRIJATELJSKA MESTA

Sodelovanje z mesti Marburg, Gradec, Szombathely, Osijek, Petange, Udine, Greenwich, Tours, Stuttgart bomo pokrivali preko svojih rednih aktivnosti (obiski novinarjev ipd) in protokola Mestne občine Maribor.

PECTO - MEDNARODNA ZVEZA MESTNIH TURISTIČNIH ORGANIZACIJ -  
ECT (EUROPEAN CITIES TOURISM) - ECM (EUROPEAN CITIES MARKETING)

ECM je sedaj vodilna mednarodna organizacija, mreža mestnih Turističnih informacijskih centrov in Kongresnih uradov. Nastajala je od leta 2005 po celoletnem procesu združitve dveh

mednarodnih organizacij (ECT - European Cities Tourism in EFCT – European Federation of Conference Towns). Združuje več kot 140 velikih mest v Evropi, ki so članice ali Tourism ali Coventions Foruma ali pa aktivno sodelujejo v obeh. Predstavlja se tudi na prenovljenih spletnih straneh [www.visiteuropeancities.info](http://www.visiteuropeancities.info) in s prenovljenim logotipom organizacije.

Zavod za turizem Maribor se je odločil za sodelovanje v turističnem forumu in bo v letu 2008 deloval v naslednjih aktivnostih organizacije:

- Urejanje svojih podatkov na spletnem portalu [www.visiteuropeancities.info](http://www.visiteuropeancities.info).
- Izvajanje različnih raziskav med članicami.
- Predstavitve na City Break (borza turističnih ponudnikov in kupcev v času generalne skupščine-junija v Beogradu).
- Primerjava statističnih podatkov med članicami v sistemu TourMIS.
- Spremljanje aktivnosti v delovni skupini City card.
- Udeležba na strokovnih srečanjih različnih delovnih skupin.

## 1.7 IZOBRAŽEVANJE

Aktivnosti na področju izobraževanja načrtujemo predvsem za delavce, ki redno ali pa občasno delajo na zavodu. Izobraževanja so ciljno usmerjena in se nanašajo na:

- nadgrajevanje znanja tujih jezikov (deficitarni jeziki: italjanščina, francoščina, ruščina)
- poglobljanje specialističnih znanj za uporabo in vnašanje podatkov v »on line« rezervacijske in informacijske sisteme
- dodatna znanja na oblikovanju konkurenčnih turističnih produktov, paketov ipd
- dodatna marketinška usposabljanja
- team - building programi
- dodatna znanja za spremljanje evropsko primerljivih statističnih podatkov

## 1.8 AVIO DESTINACIJA - GIZ RAST

Dostop do oddaljenih trgov in oblikovanje avio destinacije je konkurenčna prednost vsakega turističnega območja. To so sredstva so namenjena za celovito delo na pridobivanju novih avio prevoznikov za GIZ Rast. Sredstva za celovitejšo komuniciranje na omenjenih trgih pa so planirana med rubriko Avio destinacija- tržno komuniciranje..

## 1.9 TURISTIČNA LADJA IN DODATNI PROGRAMI NA DRAVI

Drava je kljub mnogim naporom, ki so bili izvedeni tekom zadnjih deset let še vedno zelo slabo izkoriščena za turistične namene. Poleg splavarstva, katerega začetnik so bili ravno turistični delavci zavoda, na reki za potrebe turistov, še posebej dnevnih izletnikov, ni ničesar oprijemljivega.

Turistična ladja, ki naj bi predvidoma zaplula oktobra lani je po zagotovilih izbrane agencije Don travel, ki je v mestno jedro pripeljala turistični vlak predvidena za poletje 2008. Sredstva bomo namenili za oglaševanje na plovilu. Na ta način bomo dosegli novo sinergijo, poleg velikega plovečega oglaševalskega objekta bo mesto pridobilo nove turistični produkt in kakovostno valoriziralo reko, tudi v turistične namene.

Za turistično izrabo Drave bomo ob večjih prireditvah razvijali možnosti za plovbo gostov z večjimi ladjami, predvsem na mestnem delu reke.

V letu 2008 načrtujemo dodatno pospešiti turistično rekreativne dejavnosti na gornjem, Mariborskem jezeru (od elektrarne Mariborski otok, do Selnice) z možnostjo individualnega najema čolnov na električni pogon, kakor tudi možnosti najema čolnov na vesla. Načrtujemo tesnejše povezave z Veslaškim centrom Branik, Brodarskim društvom Sidro in Jadralskim društvom Marina.

### **1.10 MESTNA KOLESA**

Pomembne turistične destinacije razvijajo obiske in ogled mesta na mnogo načinov. Pri tem pa skrbijo, da so posamezna mesta do svojih gostov prijazna in ustrežljiva. Eden takšnih sodobnih prijemov je vsekakor ogled mesta s pomočjo mestnih koles. Slednje smo uvedli preteklo leto. Projekt »City bike« predstavlja normalen standard sodobnega in gostoljubnega mesta. V našem primeru smo se odločili za brezplačno izposajo, v kateri je proti plačilu varščine mogoče najeti kolo, čelado, stol za otroka, košaro za kolo ipd. Varščina se izposojevalcu po vrnitvi kolesa in ostale opreme tudi v celoti povrne. Sredstva, ki so bila odobrena s strani Mestnih svetnikov na podlagi županovega amandma-ja pa bodo uporabljena za financiranje storitev rednega čiščenja, popravila in servisa koles, kakor tudi za redne dnevne kontrole stanja koles in morebitne storitve prevozov poškodovanih ali okvarjenih koles.

## **2. PROJEKTI ZA OŽIVLJANJE STAREGA MESTNEGA JEDRA**

Problemi oživljanja starih mestnih jeder so trd oreh skoraj za vsa Evropska mesta, zato je potrebno te dejavnosti pospeševati, ne glede na morebitne slabše začetne učinke. Programi iz tega področja morajo biti vedno dolgoročni in predvsem ne komercialno naravnani.

Med takšne projekte nedvomno sodijo aktivnosti, ki s svojim permanentnim delovanjem pomagajo usmerjati in pospeševati tok prebivalcev, kakor tudi obiskovalcev mesta, v staro mestno jedro. V okviru teh aktivnostih bomo izvajali:

- Oglaševanje in pomoč pri izvedbi na prireditvah, ki jih za pospešitev oživljanja starega mestnega jedra organizirajo drugi organizatorji, kot so: Špasfest, Poletna noč na Dravi, Serenadni večeri na grajskem trgu idr.
- Oblikovanje in organizacija prireditev v starem mestnem jedru, ki jih organizira zavod samostojno oz. skupaj z drugimi organizatorji. Med te sodi uspešna nadgradnja in nadaljnji razvoj Festivala Stare trte, ki predstavlja enega največjih festivalov kulinarike, vina in sadja v državi.

Za doseg boljših rezultatov in urejenega in usklajenega delovanja v starem mestnem jedru bo potrebno pristopiti k izvedbi projekta: **Strategija rabe prostora v starem mestnem jedru**. To strategijo bomo uporabili za oblikovanje kakovostnih vsebin in oblik nastopa, kakor tudi pogojev pod katerimi bodo različni organizatorji lahko koristili staro mestno jedro. Na ta način bomo lahko vse aktivnosti, kakor tudi njihove posledice uskladili s srednjeveškimi in zaščitenim mestnim jedrom.

Maribor, marec 2008

**Zavod za turizem Maribor**  
**Milan Razdevšek,**  
direktor