



MESTNA OBČINA MARIBOR  
ŽUPAN

Ulica heroja Staneta 1, SI-2000 Maribor  
T: +386.2.2201 000, E: mestna.obcina@maribor.si  
S: http://www.maribor.si  
Davčna številka: SI12709590, Matična številka: 5883369

Številka:  
Datum: 7. 4. 2022

GMS - 639

MESTNI SVET  
MESTNE OBČINE MARIBOR

**ZADEVA: PREDLOG ZA OBRAVNAVO NA 32. REDNI SEJI MESTNEGA SVETA  
MESTNE OBČINE MARIBOR**

**NASLOV GRADIVA:** Strategija trajnostnega razvoja in trženja turistične destinacije Maribor za obdobje 2022–2027 / 2. obravnava

**GRADIVO PRIPRAVIL:** RRA Podravje - Maribor

**GRADIVO PREDLAGA:** Aleksander Saša Arsenovič, župan

**POROČEVALCI:** Neva Pipan, Kabinet župana, MOM  
Uroš Rozman, direktor RRA Podravje - Maribor  
Karmen Razlag, vodja Sektorja za turizem na RRA Podravje - Maribor  
Jure Struc, direktor Zavoda za turizem Maribor  
Vesna Horvat, Svetovalka za regionalno usklajevanje, Zavod za turizem Maribor

**PREDLOG SKLEPA:** Mestni svet Mestne občine Maribor sprejme Strategijo trajnostnega razvoja in trženja turistične destinacije Maribor za obdobje 2022–2027 – drugo branje.



Aleksander Saša Arsenovič  
Župan

Priloge:

- Strategija trajnostnega razvoja in trženja turistične destinacije Maribor za obdobje 2022–2027.



MESTNA OBČINA MARIBOR  
MESTNA UPRAVA  
URAD ZA GOSPODARSKE DEJAVNOSTI  
Sektor za gospodarstvo  
KABINET ŽUPANA

Številka:

Datum: 7. 4. 2022

PODPISNI LIST  
PREDLOGA ZA OBRAVNAVO NA 32. REDNI SEJI MESTNEGA SVETA  
MESTNE OBČINE MARIBOR

Naslov gradiva:	Strategija trajnostnega razvoja in trženja turistične destinacije Maribor za obdobje 2022–2027
Priloge gradiva (navedba morebitnih prilog):	Strategija trajnostnega razvoja in trženja turistične destinacije Maribor za obdobje 2022–2027 / 2. obravnava

Pregledali in parafirali:

Podpisniki	Ime in priimek podpisnika	Pristojen organ	Datum	Podpis tistega, ki podpiše oz. parafira
Gradivo pripravil-a:	Uroš Rozman	RRA Podravje - Maribor	7. 4. 2022	
Gradivo pregledal-a vodja organa in morebitni vodja NOE:	Gorazd Škrabar	MOM, Urad za gospodarske dejavnosti		
Gradivo usklajeno s pristojnimi organi (če je gradivo pripravljeno izven MOM):	Mojca Lešnik 	MOM, Urad za gospodarske dejavnosti		
Dodatni pregled na predlog pripravljavca				
Dokument parafiral podžupan: (obkrožite tistega, ki je odgovoren za vaše področje)	Dr. Samo Peter Medved Gregor Reichenberg Mag. Helena Kujundžič Lukaček <b>Alenka Iskra</b>	Kabinet župana		

Gradivo prejela služba MS v fizični in elektronski obliki	Rosana Klančnik	Služba za delovanje mestnega sveta		
---	-----------------	------------------------------------	--	--

Gradivo pregledal v.d. direktorja MU	<b>SREČKO ĐUROV</b>	Kabinet župana		
--------------------------------------	---------------------	----------------	--	--

18

19

20

21

22

23

24

25

26

## Obrazložitev

Strategija trajnostnega razvoja in trženja turistične destinacije Maribor za obdobje 2022-2027 je bila predstavljena na 31. redni seji mestnega sveta MOM, dne 31. 3. 2022, v 22. točki dnevnega reda v prvi obravnavi.

Sprejet je bil sklep št. 21, in sicer: »Mestni svet Mestne občine Maribor sprejme Strategijo trajnostnega razvoja in trženja turistične destinacije Maribor za obdobje 2022-2027 v prvi obravnavi. *Predlagatelj naj stališča delovnih teles mestnega sveta in pripombe dane v razpravi prouči in upošteva pri pripravi odloka za drugo obravnavo. Stališča in pripombe, ki se pri pripravi odloka za drugo obravnavo ne bodo upoštevale, se naj obrazložijo.*

Mestne svetnice in svetniki, predsedniki odborov in komisij so podali na predstavljeno strategijo trajnostnega razvoja in trženja turistične destinacije Maribor svoja stališča, pobude, predloge in komentarje, na katere so pripravljavci strategije pripravili odgovore in so predstavljeni v Prilogi h gradivu GMS-639. Poleg strateškega dokumenta in podanih odgovorov sta priloženi tudi infografika ter PPT predstavitev iz 31. redni seji mestnega sveta MOM.

Mestnemu svetu Mestne občine Maribor predlagamo, da dopolnjeno Strategijo trajnostnega razvoja in trženja turistične destinacije Maribor za obdobje 2022-2027, obravnava na svoji 2. obravnavi in jo sprejme.



## Strategija trajnostnega razvoja in trženja turistične destinacije Maribor za obdobje 2022-2027 / 2. obravnava

### Odgovori na vprašanja in stališča odborov, komisij, vodij klubov svetnikov, posameznih mestnih svetnic in svetnikov

#### RAZPRAVA:

##### Igor JURISIČ (Stranka mladih – Zeleni Evrope)

Najlepša hvala. Jaz sem že uvodoma pri dnevnem redu komentiral za to smo se tudi odločili, da gremo v dvofazen postopek. Namreč strategija sama po sebi je pripravljena dobro, ampak glede na to da sem v življenju pripravil že več turističnih strategij, vključno s strategijo Socialnega turizma Evropske unije. Mi je jasno, da kakorkoli je ta tim dober, sami ne morejo priti do tistega končnega rezultata. Zato bi bilo morda dobro, da do druge faze, da se tiste dejavnike ki se v tej strategiji ne prepoznajo v tem trenutku in to ni nič narobe s pripravo strategije, da se razumemo. Ampak zgolj, da ta ekipa enostavno ni mogla vsakega segmenta pokrit. Da se pozove k pripombam. Ena od teh pripomb je že prišla s strani direktorice MKC Maribor, torej iz področja mladinskega turizma. Namreč vsi vemo mladinski turizem, vsak četrti ki potuje je mlad in ustvari več kot 20% vsega in pri strategiji pač enostavno ne more segment, ki predstavlja skoraj četrtino in se mu ne posvetit manjkati. Seveda so pa tu tudi, če jemljemo na primer mladinski turizem, kot eno izmed tistih področji, pa bi morda z nekim takim javnim pozivom tudi prišli do raznih oblik, ki pa mislim da so tiste, ki jih lahko Maribor uspe nekako izvest. Ampak hkrati če se ne bodo ljudje našli v strategiji, če ne bodo del te strategije bo težko potem ta strategija se dopolnjevala kasneje. Ne vem, samo govorimo o dostopnem turizmu na primer. Govorimo o nekih posebnih panogah, sedaj si bom zamislil čebelarški turizem. Torej zagotovo so v Mariboru društva, so v Mariboru organizacije, so v Mariboru subjekti, ki bi lahko vsak dodal svoj kamen v mozaik strategije turizma Mestne občine Maribor. In mislim, da bi bilo prav, da danes mi seveda pohvalimo to strategijo, ker ko sem jo bral sedaj mogoče to izgleda kot en pok papirja, ampak vem koliko dela je tukaj zadaj. Tako, da mi ni treba razlagati. In zato bi bilo škoda vsega tega dela, da ne bi bila ta strategija obsegajoča. Moj predlog je, da danes sklenemo to da se zadeva odpre, da se javno pozove vse tiste, ki jih mogoče mi sploh ne zaznavamo v tem trenutku, ampak predstavljajo določen segment neke skupine, ki bi jih lahko v strategiji pritegnili, da se s tem dopolni. Ker včasih ne rabimo mi pisat ne vem o dostopnem turizmu cele študije, dovolj je da napišemo en stavek in da se ve, da je na primer društvo invalidov tisto, ki bo v naprej neke zadeve izvajalo. Da se ve, da je čebelarška zveza tista, ki bo te programe vodila. Torej, zgolj tiste male segmente, ki bodo na koncu naredili eno celoto. Ker ravno sedaj ko gledam, ko je tale razprava na spletni strani Večera in berem predloge kaj je treba narediti v turizmu in se spet mešajo vsi. Vsak seveda dobrohotno z nekimi predlogi, ampak dajmo se nekaj zavedati. Maribor bo dober zgolj če bomo imeli vsebino, ki bo ljudi pritegnila sem. Če bomo imeli presežke. En izmed takih je Stara trta, torej najstarejša trta na svetu. Če bi imeli četrto najstarejšo trto na svetu ne bi nikogar pritegnili. Zato moramo s takimi, tudi »nišnimi« idejami zadevo dopolnit in verjamem, da bodo naslednje seje, da bodo vsi tisti ki bi se radi videli v strategiji, pa je trenutno ni, da bodo lahko s kakim stavkom ali s stranjo z neko obrazložitvijo to strategijo dopolnili in da bomo imeli potem res vseobsegajočo strategijo, ki bo Maribor postavila na nek turistični zemljevid. Ker saj pravim, nam nekoga ki potuje po Evropi v Maribor dobit za en teden, dva tedna je nemogoče. Mi moramo samo priti do tega, da nekdo ki je tukaj sedaj dva dni, da to podaljšamo na 2,4, 2,6 ali 3 dni. Ker s tem bomo mi dobili na koncu leta v seštevku na odločitvah, na porabi, na vzpodbujanju lokalnega gospodarstva in vsega ostalega. Torej iskrene čestitke, ker poznam to področje res v popolnosti in dober je dokument, ampak pravim tisto kar sami ne morete, naj naredijo drugi. Vi pa spravite v obliko in dopolnite s tistim. Torej predlog sklepa bi bil, da se pozove vse ki bi se, mi zna kdo to pomagati formulirati, da Mestna občina Maribor pozove vse ki sodelujejo pri oblikovanju turistične ponudbe v Mariboru, torej da bi se vse pozvalo, ki bi lahko sodelovali in sodelujejo, da se vpišejo pri strategiji, da bo strategija vseobsegajoča. Mogoče sem malo zmedeno povedal, ampak upam da razumete kaj sem želel povedati. Tako, da hvala lepa in to je to.

## **Odgovor pripravljavca Strategija trajnostnega razvoja in trženja turistične destinacije Maribor za obdobje 2022-2027:**

- Na str. 14, 15 smo navedli hostle. Na str. 15 smo dopolnili gradivo - Popotniško združenje Slovenije.
- Mladinski turizem smo opredelili na str. 38, 42. Gradivo smo dopolnili na str. 42, 44, 45. Na str. 49 smo MKC Maribor dodali v DMO.
- Dostopnost smo opredelili v sklopu Prioritete 6: Trajnostni koncept razvoja turizma na str. 56 (Ukrep 1, Aktivnost 4). Zagotavljanje boljše časovne dostopnosti do pomembnih kulturnih, zgodovinskih in drugih vsebin ter znamenitosti smo opredelili kot strateški kvalitativni razvojni cilj na str. 36.
- Nišni turizem (posebne interese) smo opredelili na str. 38 in str. 42. Posebno pozornost smo namenili razvoju tovrstnega turizma in sicer v sklopu Prioritete 4: Razvoj, kakovost, avtentičnost in inovativnost turističnih produktov (str. 53: Ukrep 1, Aktivnost 2).
- Glede podanega stališča javne razprave podajamo obrazložitev, da smo izvedli 5 fokusnih skupin (80 strokovnjakov), 5 forumov (14 strokovnjakov), več kot 70 intervjujev s strokovnjaki s področja kulture in umetnosti, izobraževanja, športa, turističnega gospodarstva in medijev. Izvedli smo spletno anketo za občane MOM in pridobili 474 odzivov. K sodelovanju smo pozvali ključne deležnike s področja kulture, športa, turističnega gospodarstva in izobraževanja tako iz zasebnega, javnega kot tudi civilnega sektorja (str. 2, 7).

### **Aljaž BRATINA (Lista Arsenovič za Maribor)**

Torej, glede na predstavljeno želim izraziti zgolj pohvale in čestitke za tako obsežno in pa kvalitetno delo. Prosil pa bi vas, če lahko tisto PowerPoint prezentacijo tudi dobili, zato ker je še bolj slikovita kot mogoče to, ne za slabo vzeti, suhoparno gradivo. Ampak 94 strani gradiva je dosti, tale PowerPoint pa mislim, da nam bo še prišel kako prav. Hvala.

## **Odgovor pripravljavca Strategija trajnostnega razvoja in trženja turistične destinacije Maribor za obdobje 2022-2027:**

- Prilagamo PPT.
- Povzetek (infografika) na začetku dokumenta.

### **Primož JUHART (Lista za pravičen razvoj mestnih četrti in krajevnih skupnosti)**

Ja, tudi v mojem imenu moram čestitat pripravljalnemu tega gradiva. Moram pa se strinjati, da se ne ponavljam s tem, kar je kolega Jurišič povedal. Imam tri zadeve. Gledam tudi s strani pač človeka, ki nekaj potuje, pa rečemo s uporabniške strani. Pa tudi to kar mi je marsikdo že rekel oz. tisto, kar je tu »action«. Dali bi vse ne, ampak iz tega je treba izluščiti nekaj ta »call to action«, kar je želel povedati pa točno vem kaj je želel povedati. Sedaj šel bi samo na tri stvari. Prva stvar bi rekel vsebinska. Pa to še sedaj ni glavna poanta. Prej sem spraševal za Limbuško nabrežje pa ta gozd. Torej, jaz mislim da je potencial Bresterniškega jezera ta trenutek izjemno podcenjen. Ta trenutek, pa se ne zavedamo kaj ta tem področju dejansko imamo. Torej sonce zahaja točno nad reko Dravo, torej to je sedaj fantazija, to področje ki tam je. Na primer če se to še na nek način vključi noter. Ampak želel pa sem povedati dve ključni zadevi. Torej transport, kako turist pride v Maribor? Tukaj je treba vključiti zgodbo kar se tiče Mariborskega letališča. Torej če mi nimamo definirano, torej kaj je HAP, da turist pride sem. Ker to je prvo vprašanje, kako v Maribor priti? Ker ko je on enkrat tu, potem je vse že dosti lažje. Torej usmerit energijo na Mariborsko letališče ali pa na bližnja letališča in preko teh preusmerit turiste sem. Sedaj jaz pozdravljam to linijo Wizz air, Maribor-Skopje, ki naj bi se domnevno odprla. Ampak bil sem pred 6 meseci v Skopju in to ni linija. Do bi bila linija do

Milana, Budimpešte, Dunaja, Varšave. Torej nekje nek HAP je. Sedaj debatiram ne. To je to, kar lahko potem preko neke linije turista pripelje sem. Torej vključiti na kak način Mariborsko letališče oz. »aviogosta« potegniti v Maribor. Sedaj pa najbolj pomembna stvar, ki se mi pa zdi, pa je ta, da bi morali definirati nek produkt, neko storitev ki je karakteristika, ki je brend. Torej Stara trta z vinom je, ampak je količinsko premajhna. Ti ne moreš vsakemu podarjat. Ti lahko to podarjaš kot protokularno darilo. Pa bom povedal par primerov. Prvi primer je Blejska kremna rezina. Grem na Bled na Blejsko kremno rezino. Potem na primer Trojanski krof in tako naprej. Ali pa na storitvenem delu, na primer Oktoberfest v Münchnu. Torej mi smo imeli neke take prireditve. Strašno sem bil vesel torej pri pobudah in vprašanjih »Vesela jesen«. Sedaj če bi to obudili, če gremo na to veselje, pa da je to neka prireditev ki traja, ki ni enodnevna. Ali pa da se Martinovanje razširi ne na en dan, ampak na celi teden pod šotori in je to neke vrste mariborski oktoberfest, ampak na temo vina, ki se mu da to veselje zraven. Torej grem v Maribor na to, da vidim in pogledam, potem se pa ponudi še vse ostalo. Ali pa s tako imenovani karakterističnim produktom, pa bi bilo treba definirat. Torej nekdo rabi nek razlog, da pride v Maribor. Ker ko je enkrat tu, on vidi kak je tu lepo, kak je tu super kak je fajn. Pa prepletenost teh mestnih trgov je fenomenalna. Ampak on mora priti zaradi nečesa sem. Ko rečem nekemu samo v Ljubljani, da pride v Maribor. Mi reče, kaj te naj jaz delam v Mariboru? Ta »call to action« sem jaz pogrešal, to eno stvar. Evo rečimo to, potem pa damo vse ostalo.

#### **Odgovor pripravljavca Strategija trajnostnega razvoja in trženja turistične destinacije Maribor za obdobje 2022-2027:**

- V SWOT analizi na str. 29, v tabeli Turistična ponudba: trajnostna, inovativna, avtentična doživetja in produkti, ki povezujejo mestni utrip in zeleno naravo smo navedli prisotnost varovanih območij Nature 2000. *Gradivo smo v tej točki dopolnili skladno s predlogom in dodatno izpostavili Bresterniško jezero.*
- Mariborsko letališče smo omenili na str. 10, 26, 36, 48. *Skladno s predlogom smo gradivo dopolnili na str. 10-11.*
- Zavedamo se pomena razvoja turističnih produktov in zaradi tega smo, kot eno izmed strateških področij razvoja na str. 47 opredelili »Razvoj, avtentičnost in inovativnost turističnih produktov«. Podroben opis prioritete področja je na str. 53-54.

#### **Dr. Samo Peter MEDVED (Lista Arsenovič za Maribor)**

Jaz bom zelo hiter, da vas ne bom zadrževal. Torej, najprej seveda pohvale, gre za zelo dober dokument. Drugič, Maribor ima veliko možnost za trajnostni zeleni turizem, tudi za trajnostne oblike energije in tu bi bilo dobro, da bi bili bolj ambiciozni. Potem termalni turizem, geo turizem, jaz mislim da se jim nismo odpovedali, da imamo ta potencial v mestu. Sicer moramo nekaj narediti, župan je imel danes tudi en sestanek na temo teh zemljišč. Vsekakor tukaj bi tudi morali biti ambiciozni, sicer je neka investicija ampak temu se nebi smeli odreči. Potem pogrešam, čeprav sedaj mogoče ni najboljša beseda, Ruski trg ali pa naj rečem Ukrajinski trg tam kot je naša ciljna destinacija, mislim da jih je kar dosti bilo v mestu. Sedaj upam, da ko se bo vojna končala pa da se vrnejo. In pa kot je že gospod Juhart rekel, večji poudarek na letališču. Jaz mislim, da letališče ima to možnost predvsem za turizem in to je to, kar jaz pogrešam pri tem dokumentu.

#### **Odgovor pripravljavca Strategija trajnostnega razvoja in trženja turistične destinacije Maribor za obdobje 2022-2027:**

- Trajnostni razvoj smo opredelili s Prioriteto 6: Trajnostni koncept razvoja turizma, na str. 56. Trajnostni razvoj, kot tudi trajnostne oblike energije bodo podrobneje opredeljeni v Trajnostni urbani strategiji, ki je trenutno v fazi nastajanja.
- Termalni turizem smo opredelili v okviru SWOT analize na str. 27.
- Na str. 62 smo opredelili spremljanje zgoščenosti turistični tokov (Prioriteta 1, Ukrep 1, Aktivnost 4). V sklopu te aktivnosti bomo raziskali priložnosti za nadaljnji razvoj.

- Na str. 45 smo skladno s predlogom med potencialne trge dodali Ruski in Ukrajinski trg.
- Mariborsko letališče smo omenili na str. 10, 26, 36, 48. Skladno s predlogom smo gradivo dopolnili na str. 10-11.

#### **Jožef ŠKOF (Nova ljudska stranka)**

Jaz bi samo vprašal. Ne vidim v tej turistični strategiji noter..glejte, ker tukaj govorimo samo o mestu Maribor, o Stari trti. Jaz pa sprašujem, ker javna skupnost Malečnik imamo pravzaprav vinsko fontano iz sedem kmečkih turizmov, ki se izredno trudijo. To noter ni zajeto, mogoče se motim. Potem druga točka. Vsako leto imamo, midva sva se dobila v Dupleku glede kolesarske ceste z gospodom že pred 13 leti, ker smo govorili o tej kolesarski cesti. Brošura je bila izdana, pridite pogledat čez poletje, ogromno turistov se s kolesom vozi in so pravzaprav tisti prospekt gledali, potem so pa zgubljeni, ker potem več ni. Upam, da bomo to doživeli še v tem mojem življenju in na te stvari opozarjam, da bi tukaj morali več postoriti.

#### **Odgovor pripravljavca Strategija trajnostnega razvoja in trženja turistične destinacije Maribor za obdobje 2022-2027:**

- Vinsko fontano - Vodole smo omenili na str. 16. Skladno s predlogom smo gradivo dopolnili na str. 41.
- Naložbeni načrt na str. 57 smo dopolnili z »izgradnja in ureditev Dravske kolesarske poti« in »izgradnja in ureditev kolesarske poti Eurovelo 9«.

#### **Jurček LEGVART (Lista Arsenovič za Maribor)**

Hvala za besedo. Čestitke tudi vsem pripravljalnem. Jaz bi se tukaj malo, če smem ustavil pri strateških kvalitativnih razvojnih in trzinskih ciljih. Če dovolite, skromen predlog. Pogrešam globalno prepoznavnost, jaz bi se navezal malo na Avstrijsko Štajersko, na Avstrijo. Jaz bom tukaj naredil samo par pojmov, terminov, ki jih lahko na kakršenkoli način uporabite ali pa upoštevate potem pri tem. Gre recimo za v narekovaju za »die slowenische weinstrasse«. Zdi se mi kot nekaj, česar ne izkoriščamo pa bi lahko. Avstrijci, sploh na Koroškem so iz tega naredili velike stvari. Potem pogrešam Štajerski merano, riviero. Mi imamo edini riviero na Štajerskem z Dravo in pa to kar bi si želel je mesto skupne Štajerske zgodovine in pa skupne Štajerske Evropske regionalne prihodnosti. To so taki termini okoli katerih se da na vseh teh področjih, ki pa ste jih super, še zelo veliko dodati. Hvala lepa.

#### **Odgovor pripravljavca Strategija trajnostnega razvoja in trženja turistične destinacije Maribor za obdobje 2022-2027:**

- Na str. 37 smo si med strateškimi kvalitativnimi trženjski cilji zadali cilj »Mednarodno pozicionirana destinacijska blagovna znamka«, kar vključuje globalno prepoznavnost.
- Okolje je prepoznalo potrebo po večjem in učinkovitejšem povezovanju Podravja, ki nas bo zarisalo na domač in svetoven turistični zemljevid. Zaživela je pobuda po vzpostavitvi Destinacije Štajerske. Gradivo smo dopolnili na str. 10.

## **Marja Guček (Mladinski kulturni center Maribor)**

### **Predlogi Mladinskega kulturnega centra Maribor za dopolnitev Strategije trajnostnega razvoja in trženja turistične destinacije Maribor za obdobje 2022 – 2027**

Mladinski kulturni center Maribor upravlja s Hostlom Pekarna, z edino turistično infrastrukturo Mestne občine Maribor. Zaradi tega ker je Hostel Pekarna v celotnem dokumentu omenjen samo 1x (v analizi stanja), Mladinski kulturni center Maribor pa z imenom v celotnem dokumentu sploh ne (kljub npr. mnogim kulturnim dogodkom, ki jih organizira Mladinski kulturni center Maribor in so jih pripravljavci uvrstili med dogodke/prireditve/festivale leta 2022) predlagamo, da se v spodnjih točkah vsebina dopolni kot je navedeno.

Konkretni predlogi:

#### 1. Na strani 10 je zapisano:

*Maribor – mesto najstarejše trte na svetu, univerzitetno mesto, Evropska prestolnice kulture 2012, Evropsko mesto športa 2018, drugo največje mesto Slovenije in prestolnica Štajerske, leži v objemu zelenega Pohorja na eni strani in vinorodnih gričev Slovenskih goric na drugi strani.*

Mestna občina Maribor je bila v letu 2013 nosilka naziva Evropska prestolnica mladih, MKC Maribor pa še danes izvaja aktivnosti, ki so zapuščina leta 2013 (Mladi Maribor), prav tako je MKC Maribor vključen v mrežo mest, nosilk naziva Evropska prestolnica mladih. Zato bi bilo smiselno, da se dopolni tako:

*Maribor – mesto najstarejše trte na svetu, univerzitetno mesto, Evropska prestolnice kulture 2012, Evropska prestolnica mladih 2013, Evropsko mesto športa 2018, drugo največje mesto Slovenije in prestolnica Štajerske, leži v objemu zelenega Pohorja na eni strani in vinorodnih gričev Slovenskih goric na drugi strani.*

*ODG: Smo dopolnili na str. 10.*

#### 2. Na strani 15 je zapisano:

*Hostel Pekarna je marca 2021 pridobil znak kolesarjem prijazen nastanitveni objekt in je trenutno edini specializirani nastanitveni obrat v Mestni občini Maribor.*

Podatek je nepopoln, saj je Hostel Pekarna v juliju 2021 prav tako dobil certifikat, da je specializiran nastanitveni obrat za pohodnike, zato predlagamo, da se spremeni tako:

*Hostel Pekarna je v letu 2021 pridobil znak kolesarjem in pohodnikom prijazen nastanitveni objekt in je trenutno edini specializirani nastanitveni obrat v Mestni občini Maribor.*

Ker se tukaj prvič omeni Hostel Pekarna prav tako predlagamo, da se dopolni tako:

*Hostel Pekarna, s katerim upravlja javni zavod Mladinski kulturni center Maribor, je leta 2021 pridobil znak kolesarjem in pohodnikom prijazen nastanitveni objekt in je trenutno edini specializirani nastanitveni obrat v Mestni občini Maribor.*

*ODG: Smo dopolnili na str. 15.*

#### 3. Na strani 15 je zapisano:

*Število nastanitvenih obratov v destinaciji je le deloma merodajen kazalnik razvoja turistične ponudbe. Izjemno pomembna je kakovost storitev ter zadovoljstvo gostov, za merjenje katerega pa nimamo vzpostavljenih kazalnikov oz. se zadovoljstva sistemsko ne meri oz. ga ne spremljamo.*

*Večina nastanitvenih obratov je prisotnih na rezervacijskem portalu Booking.com, kot tudi na spletni strani TripAdvisor. Na spletni strani Booking.com sta najboljše ocenjena hotel City Map\*\*\* in Glamping resort Chateau Ramšak z oceno 9,5/10. Povprečna ocena mariborskih nastanitvenih obratov prisotnih na Bookingu znaša 8,7/10. Na spletni strani TripAdvisor so z najvišjo oceno 5,0 ocenjeni hotel City Map\*\*\*, Camping center Kekec, Chocolate village by the river – glamping in Glamping resort Chateau Ramšak. Povprečna ocena znaša 4,2/5.*

Glede nato, da hostel redno dobiva prvo ali drugo mesto v kategoriji mladinska prenočišča na nacionalnem natečaju Turistične zveze Slovenije menimo da je prav, da se v strategiji, v točki, kjer so opisane ocene nastanitvenih kapacitet, omeni tudi to:

*Hostel Pekarna je v letu 2021 na podlagi natečaja »Moja Slovenija – lepa in gostoljubna«, ki ga izvaja Turistične zveze Slovenije, prejel prvo nagrado po izboru komisije za najlepše in najgostoljubnejše mladinsko prenočišče v državi ter drugo mesto na spletnem glasovanju.*

*ODG: Smo dopolnili na str. 16.*

#### 4. Na strani 16 je zapisano:

*V destinaciji Maribor se nahaja več nastanitvenih objektov, ki so prejemniki znaka Slovenia Green Accommodation. V destinaciji sta prisotna dva okoljska certifikata: EU ECOLABEL (Hotel Maribor) in Zeleni ključ (Hotel Bau, Chocolate Village by River, Hotel City Map Maribor, Hotel Tabor, Chateau Ramšak glamping). Hiša Stare trte je prejemnica znaka Slovenia Green Attraction.*

Predlagam, da se dopiše (Hostel Pekarna je marca 2022 pridobil okoljski certifikat HI-Q&S, ki je eden izmed znakov, ki jih priznava zelena shema Slovenskega turizma za nastanitvene obrate za pridobitev znaka Slovenia Green Accommodation // tako da v destinaciji je poleg okoljskih certifikatov EU ECOLAB in Zeleni ključ prisoten tudi certifikat HI-Q&S):

*Hostel Pekarna je v mesecu marcu 2022 pridobil okoljski certifikat HI-Q&S (Hostelling International Quality & Sustainability), tako da bo predvidoma v aprilu prejel znak Slovenia Green Accommodation.*

ODG: Strateški dokument vključuje stanje do konca leta 2021. Leto 2022 je predmet novega strateškega obdobja.

#### 5. Na strani 16 je zapisano:

*Seminarske sobe in ostale kapacitete za izvedbo srečanj:*

- Hotel Arena (Število konferenčnih sob: 2/5 – 100 oseb)*
- Hotel Bau (1 konferenčna soba – 50 oseb)*
- Cineplexx Maribor (Število dvoran: 8, Maksimalna kapaciteta: 1795 oseb)*
- Maribox (Število dvoran: 10, Maksimalna kapaciteta: 1955 oseb)*

Predlagamo, da se doda podatke za Hostel Pekarno, ki ima prav tako seminarske kapacitete:

- Mladinski kulturni center Maribor (Število seminarских sob: 2, Maksimalna kapaciteta: 30 oseb/na seminarско sobo).*

*ODG: Smo dopolnili na str. 17.*

#### 6. Na straneh 17 in 18 so zapisane Znamenitosti na področju kulture.

Predlagamo, da se doda:

- pri Mestne znamenitosti: Kulturna četrt Židovska (v letu 2021 so se vsi akterji na področju kulture na Židovskem trgu povezali v Kulturno četrt Židovska z namenom skupne promocije trga ter aktivnosti, ki jih organizacije izvajamo na Židovskem trgu – v Kulturno četrt Židovska smo povezani: Galerija Media Nox, Sinagoga Maribor, Galerija DLUM, Fotogalerija, GT22)
- pri Dogodki: Mladinski kulturni center Maribor (Mladinski kulturni center Maribor izvede kar nekaj dogodkov/festivalov, ki so jih pripravljavci umestili v strategijo zato bi se nam zdelo pravilno, da smo tukaj poimensko navedeni // seveda poleg teh izvedemo še veliko drugih dogodkov, ki prav tako v mesto pripeljejo ljudi iz okoliškim mest in/ali tujine, npr., Parada ponosa Maribor, literarna rezidenca pobratenih mest Mestne občine Maribor, mednarodni mladinski dogodki ...)

*ODG: Smo dopolnili na str. 17 in 18.*

#### 7. Na strani 25 je opis področja Dostopnost in infrastruktura.

Predlagamo, da se doda:

- pri Priložnostih se dopiše Hostel Pekarna kot edina nastanitvena infrastruktura Mestne občine Maribor (glede nato, da je Hostel Pekarna edina turistična nastanitvena kapaciteta Mestne občine Maribor bi se nam zdelo prav, da je omenjena pod Priložnostmi)
- pri Slabostih se dopiše: Prostorska umeščenost Hostla Pekarna, manko razvoja mladinskega turizma in skrbi za mladinsko infrastrukturo na nacionalni ravni (področje mladinskega turizma je področje s katerim se je včasih ukvarjal Urad RS za mladino na Ministrstvu za izobraževanje, znanost in šport, vendar se je s področjem prenehalo ukvarjati po tistem, ko so bili vsi hostli preko razpisa ministrstva zgrajeni).

*ODG: Smo dopolnili na str. 26.*

#### 8. Na strani 33 je zapisano:

##### **MESTO VRHUNSKIH DOGODKOV**

*Danes: Mednarodni in prepoznani dogodki - Zlata lisica, Festival Lent, svetovni pokal v gorskem kolesarstvu, Opera noč, gledališki, filmski in lutkovni festival.*

Predlagamo, da se doda tudi literarni in intermedijski festival, saj sta oba festivala navedena med prepoznanimi festivali leta 2022, še boljše pa bilo, če bi bili festivali zapisano v množini:

##### **MESTO VRHUNSKIH DOGODKOV**

*Danes: Mednarodni in prepoznani dogodki - Zlata lisica, Festival Lent, svetovni pokal v gorskem kolesarstvu, Opera noč, gledališki, filmski, literarni, intermedijski in lutkovni festivali.*

*ODG: Smo dopolnili na str. 34.*

#### 9. Na strani 38 so navedeni dogodki/festivali v letu 2022

Predlagamo, da se festival MFRU (Mednarodni festival računalniške umetnosti) prestavi med mednarodne dogodke, saj gosti mednarodne izvajalce, prav tako se ga udeležujejo gostje iz tujine. Prav tako predlagamo, da se na zemljevid dogodkov doda Parada ponosa Maribor, ki kaže na odprtost mesta, kar je želja razvoja mesta glede na napisano v strategiji, prav tako je parada dogodek, ki se ga zaradi narave udeleži največ obiskovalcev iz drugih krajev Slovenije.

*ODG: Opredelitev dogodkov na tri nivoje smo dodatno opredelili v dokumentu na str. 40. Na osnovi tega so dogodki razporejeni v tabelo (str. 39). Ocena prepoznavnosti prireditve oz. dogodkov je bil ključni faktor pri določanju njihovih ravni.*

10. Na strani 47 je opisano kdo so predvideni člani DMO in med napisanimi ni Mladinskega kulturnega centra Maribor. Glede nato, da upravljamo s Hostlom Pekarno ter organiziramo več festivalov, ki so navedeni v dokumentu menimo, da bi v DMO moral biti tudi predstavnik MKC Maribor.

*ODG: Smo dopolnili na str. 49.*

11. Na strani 50 je kot prioriteta opisana infrastruktura

Menimo, da bi pri Ukrepu 1 moral biti omenjen tudi Hostel Pekarna kot edina turistična nastanitvena kapaciteta Mestne občine Maribor. Menimo, da je v interesu vseh, da se hostel razvija še naprej. Javni zavod skrbi za redno investicijsko vzdrževanje hostla kolikor lahko, slej ko prej pa bodo potrebne tudi kakšne investicije v nastanitveno kapaciteto v kolikor se bo želel obdržati enak visok nivo. Zato menimo, da bi kot ena izmed prioritete Mestne občine Maribor morala biti tudi dolgoročna skrb za infrastrukturo Hostla Pekarna.

*ODG: Na st. 52, pri Ukrepu 1 pod Aktivnostjo 1 opredeljujemo pripravo programa vlaganj v javno infrastrukturo (s potencialom za razvoj turizma) in turistično infrastrukturo. Ta program bo podal pregled infrastrukture in opredelil potrebna vlaganja.*

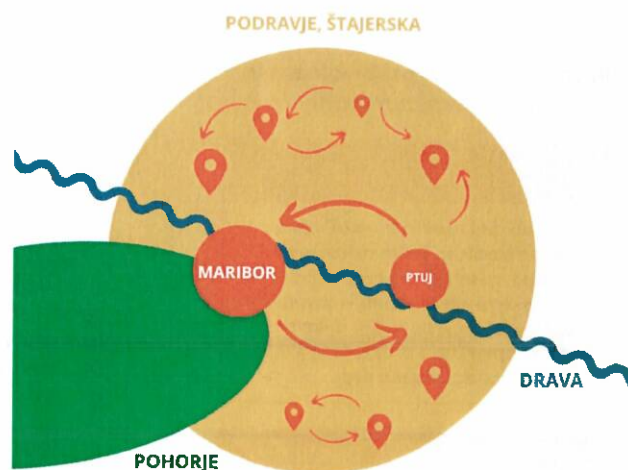
**Odgovore in pojasnila pripravili:** Pripravljavci Strategije trajnostnega razvoja in trženja turistične destinacije Maribor za obdobje 2022-2027

**Opomba:** Zapisane izjave mestnih svetnikov predstavljajo prepis neavtoriziranega magnetograma skupne razprave k točki 22, GMS – 639, 31. redne seje MOM, z dne 31.3.2022. Dopolnitve s strani MKC Maribor so bile pisno podane na Urad za kulturo in mladino Mestne občine Maribor.



# STRATEGIJA TRAJNOSTNEGA RAZVOJA IN TRŽENJA TURISTIČNE DESTINACIJE MARIBOR ZA OBDOBJE 2022-2027

**Maribor** – mesto najstarejše trte na svetu, univerzitetno mesto, Evropska prestolnica kulture 2012, Evropsko mesto športa 2018, drugo največje mesto Slovenije in prestolnica Štajerske, leži v objemu zelenega Pohorja na eni strani in vinorodnih gričev na drugi strani. Reka Drava je močno povezana z razvojem Maribora in življenjem v njem. Maribor je spojen s čudovitim zaledjem najvzhodnejšega koščka Alp, Pohorjem in razgibanih gorc ter z reko povezan z ravnico Dravskega polja. Tukaj se prepletajo pristni kulinarčni okusi tradicionalne pohorske in štajerske kuhinje, ki temelji na lokalno pridelanih sestavinah z vrhunskimi štajerskimi vini lokalnih vinarjev.



## POZICIONIRANJE:

MESTO **VRHUNSKIH DOGODKOV** • MESTO **NAJSTAREJŠE TRTE NA SVETU**  
MESTO **VINA IN KULINARIKE** • MESTO **KULTURNIH ZAKLADOV**  
MESTO **ŠPORTA** • TOP IZHODIŠČE ZA **OUTDOOR AKTIVNOSTI**

Spletna anketa  
za občane:

**474 občanov**

Intervjuji:

**70+ strokovnjakov**

s področja kulture in umetnosti,  
izobraževanja, športa,  
turističnega gospodarstva in  
medijev

5 fokusnih skupin:

**80 strokovnjakov**

s področja kulture,  
izobraževanja, turističnega  
gospodarstva, športa in  
outdoor aktivnosti

5 forumov:

**14 strokovnjakov**

s področja urbanizma, tehnologije,  
znanosti, športa, gospodarstva,  
turizma, kulture, mobilnosti,  
sociologije, narave in brandinga.

## VIZIJA MESTA MARIBOR

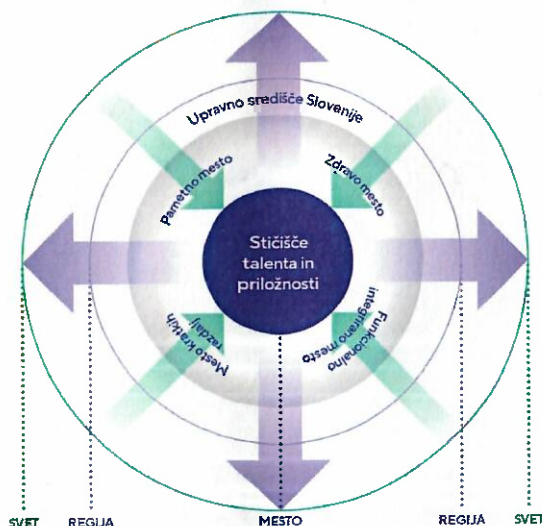
Vizija mesta Maribor pozicionira mesto, kot stičišče talenta in priložnosti. Temelji na sedmih načelih in opredeljuje jo sedem ciljev, ki jih želimo doseči do leta 2035:

### NAČELA

- 1 Mesto, ki tekmuje.
- 2 Mesto, ki se trudi bolj od ostalih.
- 3 Mesto, ki si upa sanjati.
- 4 Mesto, ki gradi mostove.
- 5 Mesto, ki se odpira v svet.
- 6 Mesto, inkubator talenta.
- 7 Mesto, ki vključuje.

### CILJI

- 1 Pametno mesto
- 2 Zdravo mesto
- 3 Mesto kratkih razdalj
- 4 Funkcionalno integrirano mesto
- 5 Upravno središče države
- 6 Prestolnica talenta in priložnosti
- 7 Mesto, ki krepi veselje do življenja



## BLAGOVNA ZNAMKA MARIBOR

Maribor

Stari most, eden od simbolov mesta Maribor, povezuje staro urbano središče s čudovito naravo, razprostrto čez griče in hribe in je simbol destinacijske znamke Maribor. Ob vzpostavitvi krovne blagovne znamke mesta Maribor na osnovi vizije mesta, se blagovna znamka mariborskega turizma uskladi z blagovno znamko mesta ter znamkama Pohorje in Štajerska.

## VIZIJA RAZVOJA TURISTIČNE DESTINACIJE MARIBOR

Pomemben del vizije mesta Maribor je turistična vizija oz. strategija pozicioniranja mariborskega turizma v kontekstu nove vizije mesta.

Maribor svojim prebivalcem in obiskovalcem nudi:

### SVET OB DRAVI

Urbani del mesta z reko Dravo, zgodovinskim jedrom, kulturno dediščino, mestnimi gozdovi, parki in rekreacijskimi površinami – *dinamičen, ustvarjalen, udoben in delaven svet, ki spodbuja druženje in krepi medčloveške vezi.*

### SVET NA POHORJU

Gozdovi, športne, bivalne, turistične in rekreacijske površine – *kjer ima glavno besedo narava. Pljuča napolni s svežim zrakom in človeka z veseljem do življenja. Ponuja odmik od pogosto hektičnega vsakdana.*

### SVET VINORODNIH GRIČEV

Vinorodni griči in sadovnjaki, parkovne površine z ribniki, mestni gozdovi, rekreacijske površine, razgledne točke, sakralna dediščina – *prostor, ki je globoko zasidran v zavesti meščanov. Predstavlja kulturno, historično in turistično območje, ki jasno izraža identiteto mesta.*

### Opredelitev mesta Maribor leta 2027:

Maribor, mesto z bogato zgodovinsko in kulturno tradicijo odlikuje šarm modernega evropskega mesta. Historično mestno jedro s trgi in arhitekturno zanimivimi stavbami izžareva tradicijo in kulturo mesta, ki je preživelo mnoge preizkušnje. Obiskovalci in turisti čutijo njegov živahen utrip in lokalni karakter v vseh letnih časih. Svet urbanih vinorodnih gričev ponuja slikovite razglede in predstavlja pristen stik s tradicijo vinogradništva. Svet ob Dravi, spodbuja druženje in krepi medčloveške vezi. Svet na Pohorju, sproti misli. Piramida je najlepši mestni vinograd v Sloveniji in povzdigne kulturo vinogradništva. Drava je naše morje, ki privablja aktivne obiskovalce od blizu in daleč. Pohorje pljuča napolni s svežim zrakom in ponuja odmik od pogosto hektičnega vsakdana.

Maribor je prepoznan, kot najbolj simpatično mesto v Sloveniji. Odlikujejo ga gostoljubni domačini, ki so polni energije, kreativnosti in veselja do življenja. Maribor je središče širše regije (ne zgolj v slovenskem prostoru, ampak v evropskem) in generator razvoja.

Turistična vizija sledi cilju:

**MESTO, KI KREPI VESELJE DO ŽIVLJENJA.**

Turistična vizija:

**MARIBOR JE SVETOVNO PREPOZNAVNA DESTINACIJA NAJSTAREJŠE VINSKE TRTE, KI V PREPLETU MESTNEGA UTRIPA IN ZELENE NARAVE RAZVAJA Z GASTRONOMSKIMI, AKTIVNIMI IN TRAJNOSTNIMI DOŽIVETJI TER JE SREDIŠČE VRHUNSKIH KULTURNIH, ŠPORTNIH IN POSLOVNIH DOGODKOV ŠIRŠE REGIJE.**

# PRIORITETNA PODROČJA RAZVOJA IN CILJI

Za razvoj inovativnih turističnih produktov, podaljšanje dobe bivanja, povezovanje deležnikov v destinaciji, razvoj prepoznavne blagovne znamke itd., je bilo opredeljenih šest prioritete oz. strateških področij razvoja:

UPRAVLJANJE IN ORGANIZIRANOST DESTINACIJE • RAZVOJ KOMPETENC KADROV  
INFRASTRUKTURA • RAZVOJ, KAKOVOST, AVTENTIČNOST, INOVATIVNOST TUR. PRODUKTOV  
TRŽENJE IN PROMOCIJA • TRAJNOSTNI KONCEPT RAZVOJA TURIZMA

## STRATEŠKI KVALITATIVNI RAZVOJNI CILJI

- RC1:** Organizirano vzpostavljen model sodelovanja med deležniki v destinaciji (DMMO).
- RC2:** Kakovostno usposobljen kader.
- RC3:** Kakovostna, trajnostna, inovativna splošna in turistična infra- in suprastruktura z lokalno istovetnostjo.
- RC4:** Zagotavljanje zvišanja kakovosti.
- RC5:** Merjenje učinkov turizma in evalvacija strategije.
- RC6:** Maribor, zelena destinacija.
- RC7:** Digitalizacija in digitalna preobrazba.
- RC8:** Zagotavljanje boljše časovne dostopnosti do pomembnih kulturnih, zgodovinskih in drugih vsebin in znamenitosti.

## STRATEŠKI KVALITATIVNI TRŽENJSKI CILJI

- TC1:** Destinacija Maribor je prepoznana po vrhunskih dogodkih, kot mesto najstarejše trte na svetu, mesto vina in kulinarike, mesto kulturnih zakladov, mesto športa in top izhodišče za outdoor aktivnosti, v lokalnem, regionalnem, nacionalnem in internacionalnem okolju.
- TC2:** Mednarodno pozicionirana destinacijska blagovna znamka. Pridobivanje nagrad in nazivov.
- TC3:** Usposobljen in kreativen kader na vseh področjih trženja turizma in s turizmom povezanih dejavnosti.
- TC4:** Lokalni/regionalni vodniki, kustosi, ponudniki idr. deležniki so ambasadorji Destinacije Maribor.

## STRATEŠKI KVANTITATIVNI RAZVOJNI IN TRŽENJSKI CILJI

- KC1:** Do konca leta 2027 rast števila nočitev za 20% (2019: 460.498; 2027: 552.597).
- KC2:** Do leta 2027 podaljšanje dobe bivanja 3,2 dni (2019: 2,12).
- KC3:** Dvig števila nočitev v nizki sezoni za 10 % (desezonalizacija) glede na izhodiščno leto 2019. Visoka sezona je od junija do septembra.
- KC4:** Vzpostavitev 10 čarterskih linij na letališču Edvarda Rusjana Maribor do leta 2027.
- KC5:** Izvedba 10 mednarodno prepoznanih dogodkov do leta 2027 (2021: 3 mednarodni dogodki).
- KC6:** Povečanje št. nastanitvenih butičnih, zelenih kapacitet višjega kakovostnega razreda 4\* (2022: 6) ali 5\* (2022: 0). Vsaj 5 do leta 2027.
- KC7:** Povečanje št. certificiranih ponudnikov (trajnostni, okoljski, znaki za kakovost): Nastanitveni obrati – Green accommodation (2021: 6, 2027: vsaj 12) | Gostinski obrati – Green cuisine (2021: 0, 2027: 3) | Turistična agencija – Green travel agency (2021: 1, 2027: 1) | Znamenitosti – Gree attraction (2021: 1, 2027: vsaj 2)
- KC8:** Dvig števila Zero waste prireditev (2021 – 2, 2027 – 5).
- KC9:** Minimalno 30 % direktno zaposlenih v turizmu zaključiti izobraževalni program na področju digitalne preobrazbe.
- KC10:** Digitalizacija 5 turističnih produktov.
- KC11:** Vsako leto pritegniti vsaj enega organizatorja večjih kulturnih ali športnih dogodkov (npr. OFEM).

## FOKUS NA PRODUKTU: DOGODKI, PRIREDITVE, FESTIVALI (Maribor 365)

MEDNARODNO NAJPREPOZNAVNEJŠE

ZLATA LISICA

TEKMOVANJE V GORSKEM  
KOLESARJENJU

FESTIVAL LENT

PRIREDITVE Z MEDNARODNIM POTENCIALOM:

Festival Maribor  
Festival Borštnikovo srečanje  
Opera noč  
Poletni lutkovni pristan  
Stellarbeat Music Festival

Čarobni Maribor  
Martinovanje  
Festival stare trte  
Street Food Market  
Kongresi

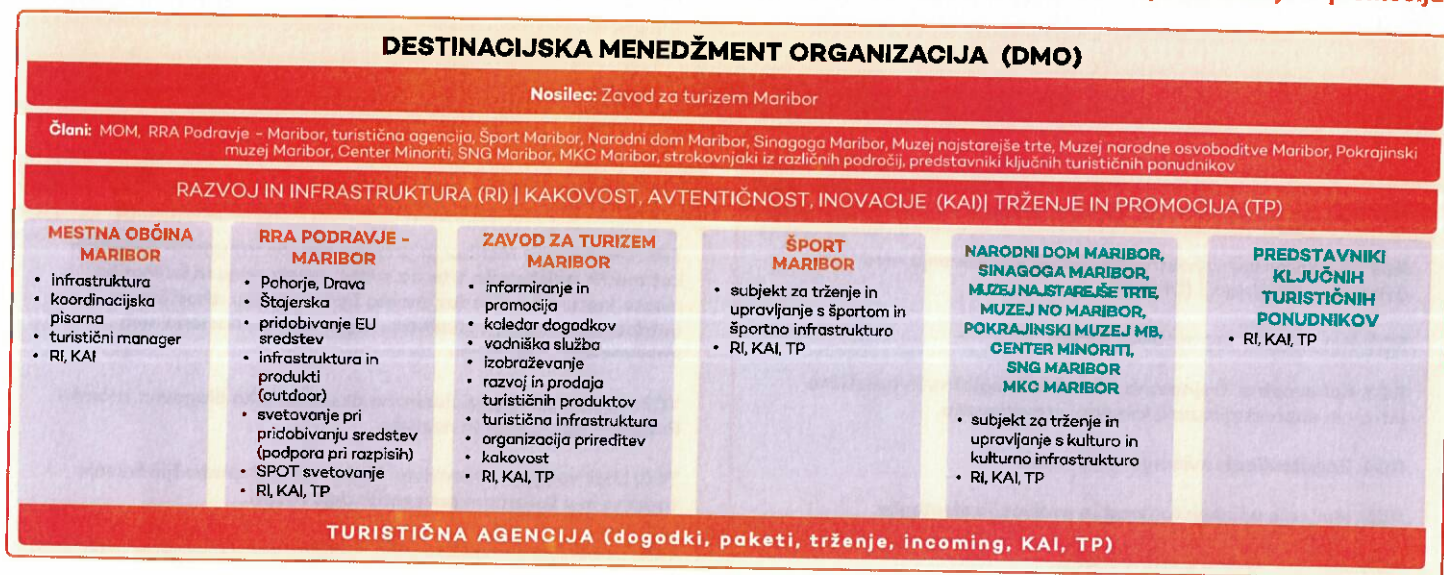
Kolesarska dirka po Sloveniji  
Kolesarski maraton okoli Pohorja  
Drava Festival  
Aeros  
...

NOSILNE VRSTE TURIZMA



# UPRAVLJANJE IN ORGANIZIRANJE DESTINACIJE MARIBOR

Upravljanje in organiziranje destinacije Maribor temelji na povezovanju, sinergiji in partnerstvu ter je usklajeno s *Strategijo trajnostne rasti slovenskega turizma 2022-2028*, ki v enem izmed ključnih strateških ciljev opredeljuje kompetentne in učinkovite upravljalne strukture. Destinacijska menedžment organizacija (DMO) predstavlja strokovno strateško telo za turizem. Ključna področja s katerimi se skupina ukvarja so: **razvoj in infrastruktura, kakovost, avtentičnost in inovacije ter trženje in promocija.**



## SODELOVANJE GOSPODARSTVA

Vzpostavitev poslovnega modela sodelovanja in povezovanja gospodarstva po vzoru turističnih regij iz tujine predstavlja nov vir financiranja za promocijo turizma s strani gospodarskih subjektov ter je usklajeno s *Strategijo trajnostne rasti slovenskega turizma 2022-2028*, ki opredeljuje uvedbo prispevka namenjenega spodbujanju razvoja turizma in turistične infrastrukture, ki ga prispevajo turistične in s turizmom povezane organizacije.

Spremljanje območij zgoščenosti turističnih tokov in coniranje po kriteriju neposredne koristi od turizma.

Analiza in prenos dobrih praks pri pripravi lastnega poslovnega modela povezovanja, upravljanja in financiranja promocije turistične destinacije.

Priprava načrta priključevanja ponudnikov po fazah.

## INFRASTRUKTURNI PROJEKTI

### VINORODNI GRIČI

- Razvoj območja mestnih vinorodnih gričev in njihova revitalizacija.
- Umestitev turistično-kulturnega objekta v povezavi z ureditvijo arheološkega najdišča v izobraževalne in turistične namene na Piramidi in obnova kapelice sv. Marije.
- Vzpostavitev dostopa na vrh Piramide (vzpenjača).
- Ureditev rekreacijske (kolesarske in peš) in izobraževalne poti v zalednem delu in postavitev informativnoturistične infrastrukture.
- Prenova mestnega parka in območja Treh ribnikov.
- Revitalizacija objekta Račji dvor v funkcionalen objekt za razvoj kulturnih, naravovarstvenih, enoloških in mestotvornih vsebin.
- Ureditev razglednega platoja na Urbanu.

### DRAVA, LENT, MESTO

- Celotna prenova Lenta -ureditev Dravske promenade z aktivacijskimi točkami.
- Ureditev in prenova Hiše Stare trte.
- Ureditev javnega potniškega in turističnega prometa na Dravi.
- Prenova mestnih trgov, ulic in stavb. Umestitev TIC-a.
- Center Rotovž z mestnim artkinom.
- Minoriti z Vojašniškim trgom, Muzej najstarejše trte.
- Obnova in gradnja športnih objektov (ogrevalne atletske dvorane v športnem parku Tabor, Langerjeve vile na območju športnega kompleksa Ljudski vrt, tribune za nogomet v športnem parku Tabor, obnova kopališča Mariborski otok).
- Ureditev Stražunskega gozda.
- Gradnja sklenjenih kolesarskih poti med vsemi MČ in KS.
- Privabljanje investitorjev za gradnjo 4\* in 5\* hotelov, konferenčnih dvaran.
- Izgradnja in ureditev Dravske kolesarske poti.
- Izgradnja in ureditev kolesarske poti Eurovela 9.

### POHORJE

- Celovita ureditev območja ob zgornji postaji vzpenjače.
- Celovita ureditev območja ob vznožju Pohorja.
- Izgradnja infrastrukture za boljšo dostopnost do in iz Pohorja.
- Posodobitev in nadgradnja infrastrukture za smučišče in bike park.
- Obnova objektov kulturne dediščine.
- Upravljanje z nesovno dediščino.
- Upravljanje s prostorom.



# STRATEGIJA TRAJNOSTNEGA RAZVOJA IN TRŽENJA TURISTIČNE DESTINACIJE MARIBOR ZA OBDOBJE 2022–2027

Maribor, marec 2022

## STRATEGIJA NA POTI

- Turistično območje turistične destinacije Maribor (območje MOM).
- Pri pripravi so sodelovali:
  - Mestna občina Maribor, RRA Podravje - Maribor, Zavod za turizem Maribor.
  - Zunanji sodelavci.
  - Ključni deležniki v destinaciji s področja kulture, športa, turističnega gospodarstva in izobraževanja.

Spletna anketa  
za občane:  
**474 občanov**

Intervjuji:  
**70+ strokovnjakov**  
» področja kulture in umetnosti,  
izobraževanja, športa,  
turističnega gospodarstva in  
medijev

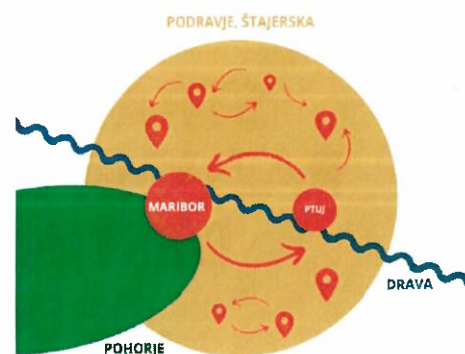
5 fokusnih skupin:  
**80 strokovnjakov**  
» področja kulture,  
izobraževanja, turističnega  
gospodarstva, športa in  
outdoor aktivnosti

5 forumov:  
**14 strokovnjakov**  
» področja urbanizma, tehnologije,  
znanosti, športa, gospodarstva,  
turizma, kulture, mobilnosti,  
sociologije, narave in brandinga.








# OPREDELITEV TURISTIČNE DESTINACIJE MARIBOR

- Maribor je ena izmed vodilnih destinacij.
- Mesto najstarejše trte na svetu.
- Univerzitetno mesto.
- Evropska prestolnica kulture 2012.
- Evropsko mesto športa 2018.
- Mestna občina Maribor je uvrščena v Podravsko statistično regijo.
- Pohorje, Drava, Štajerska.



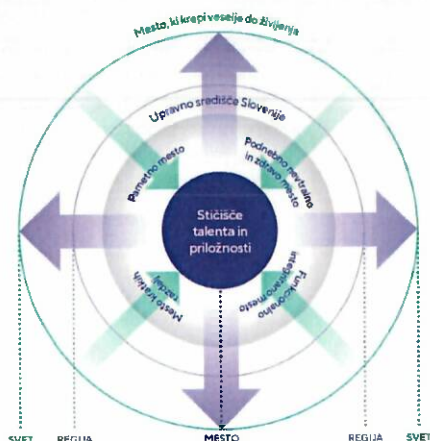
## ZNAMČENJE

- Blagovna znamka turistične destinacije Maribor 
- Kolektivna blagovna znamka Naše najboljše 
- Hiša Stare trte & Stara trta 
- Pohorje 
- Drava 
- Na državnem nivoju: Kongresni urad, Zero waste, Slovenia Green, Slovenia Outdoor
- Lokalne blagovne znamke: NK Maribor, Festival Lent in drugi



# STRATEŠKE USMERITVE

Pri oblikovanju strategije za razvoj in trženje turistične destinacije Maribor smo sledili sedmim principom oz. načelom na katerih temelji vizija mesta Maribor.



## NAČELA VIZIJE MESTA MARIBOR:

- 1 Mesto, ki tekmuje.
- 2 Mesto, ki se trudi bolj od ostalih.
- 3 Mesto, ki si upa sanjati.
- 4 Mesto, ki gradi mostove.
- 5 Mesto, ki se odpira v svet.
- 6 Mesto, ki je inkubator talenta.
- 7 Mesto, ki vključuje.

## CILJI VIZIJE MESTA MARIBOR:

- 1 Pametno mesto
- 2 Podnebno nevtravno in zdravo mesto
- 3 Mesto kratkih razdalj
- 4 Funkcionalno integrirano mesto
- 5 Upravno središče države
- 6 Prestolnica talenta in priložnosti
- 7 Mesto, ki krepi veselje do življenja**



Turistična vizija sledi cilju:

**MESTO, KI KREPI VESELJE DO ŽIVLJENJA.**

Turistična vizija:

**MARIBOR JE SVETOVNO PREPOZNAVNA DESTINACIJA NAJSTAREJŠE VINSKE TRTE, KI V PREPLETU MESTNEGA UTRIPA IN ZELENE NARAVE RAZVAJA Z GASTRONOMSKIMI, AKTIVNIMI IN TRAJNOSTNIMI DOŽIVETJI TER JE SREDIŠČE VRHUNSKIH KULTURNIH, ŠPORTNIH IN POSLOVNIH DOGODKOV ŠIRŠE REGIJE.**



## SVET OB DRAVI

Urbani del mesta z reko Dravo, zgodovinskim jedrom, kulturno dediščino, mestnimi gozdovi, parki in rekreacijskimi površinami – *dinamičen, ustvarjalen, udoben in delaven svet, ki spodbuja druženje in krepi medčloveške vezi.*

## SVET NA POHORJU

Gozdovi, športne, bivalne, turistične in rekreacijske površine - *kjer ima glavno besedo narava. Pljuča napolni s svežim zrakom in človeka z veseljem do življenja. Ponuja odmik od pogosto hektičnega vsakdana.*

## SVET VINORODNIH GRIČEV

Vinorodni griči in sadovnjaki, parkovne površine z ribniki, mestni gozdovi, rekreacijske površine, razgledne točke, sakralna dediščina – *prostor, ki je globoko zasidran v zavesti meščanov. Predstavlja kulturno, historično in turistično območje, ki jasno izraža identiteto mesta.*



## POZICIONIRANJE:

MESTO **VRHUNSKIH DOGODKOV** • MESTO **NAJSTAREJŠE TRTE NA SVETU**  
MESTO **VINA IN KULINARIKE** • MESTO **KULTURNIH ZAKLADOV**  
MESTO **ŠPORTA** • TOP IZHODIŠČE ZA **OUTDOOR AKTIVNOSTI**



## NOSILNE VRSTE TURIZMA



## SEKUNDARNE / PODPORNE VRSTE TURIZMA



## FOKUS NA PRODUKTU: DOGODKI, PRIREDITVE, FESTIVALI (Maribor 365)

### MEDNARODNO NAJPREPOZNAVNEJŠE:

ZLATA LISICA

TEKMOVANJE V GORSKEM  
KOLESARJENJU

FESTIVAL LENT

### PRIREDITVE Z MEDNARODNIM POTENCIALOM:

Festival Maribor  
Festival Borštnikovo srečanje  
Operna noč  
Poletni lutkovni pristan  
Stellarbeat Music Festival

Čarobni Maribor  
Martinovanje  
Festival stare trte  
Street Food Market  
Kongres

Kolesarska dirka po Sloveniji  
Kolesarski maraton okoli Pohorja  
Drava Festival  
Aeros  
...



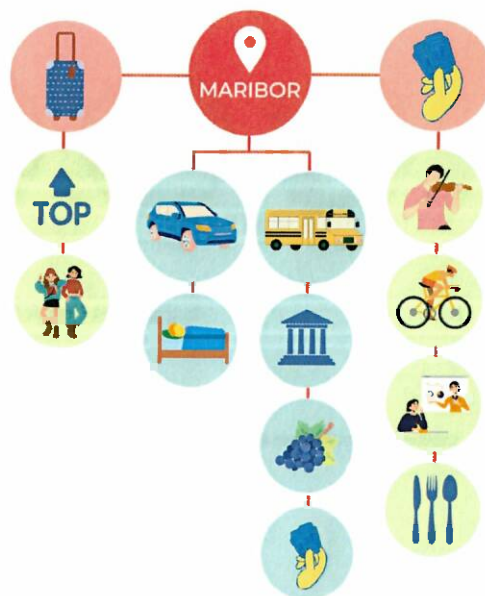
# CILJNE SKUPINE GOSTOV

V destinaciji Maribor glede *na dolžino bivanja v destinaciji* obiskovalce delimo v dve skupini in sicer:

- ❖ **VEČDNEVNI GOSTJE (rdeči krogi).**
- ❖ **ENODNEVNI GOSTJE (turkizni krogi).**

Obiskovalce delimo tudi na osnovi temeljnega *motiva prihoda*:

- ❖ **ODDIH (POČITNICE, DOPUST):** doživetje kulture / zgodovine / narave, hedonizem, užitek v kulinariki in razvajanju, športne aktivnosti, rekreacija, adrenalinska doživetja, družinski mir in povezanost, aktivno preživljanje skupnega časa.
- ❖ **OBISK DOGODKA:** zabava in dogajanje, užitek in sprostitve v družbi, družinski mir in povezanost, doživetje kulture, športa, gastronomije.
- ❖ **IZLETNIKI:** doživetje kulture / zgodovine / narave, hedonizem, užitek v kulinariki in razvajanju.
- ❖ **TRANZIT.**



# CILJNI TRGI



## Ključni/primarni ciljni trgi:

- Slovenija,
- Avstrija,
- Nemčija,
- Italija,
- Madžarska,
- Hrvaška.

## Potencialni ciljni trgi:

- Benelux,
- Španija,
- Francija,
- Poljska,
- Slovaška,
- Velika Britanija, Skandinavija,
- ZDA, ZAE, ...



# STRATEŠKI CILJI (1)

## STRATEŠKI KVALITATIVNI RAZVOJNI CILJI

- RC1:** Organizirano vzpostavljeno model sodelovanja med deležniki v destinaciji (DMMO).
- RC2:** Kakovostno usposobljen kader.
- RC3:** Kakovostna, trajnostna, inovativna splošna in turistična infra- in suprastruktura z lokalno istovetnostjo.
- RC4:** Zagotavljanje zvišanja kakovosti.
- RC5:** Merjenje učinkov turizma in evalvacija strategije.
- RC6:** Maribor, zelena destinacija.
- RC7:** Digitalizacija in digitalna preobrazba.
- RC8:** Zagotavljanje boljše časovne dostopnosti do pomembnih kulturnih, zgodovinskih in drugih vsebin in znamenitosti.

## STRATEŠKI KVALITATIVNI TRŽENJSKI CILJI

- TC1:** Destinacija Maribor je prepoznana po vrhunskih dogodkih, kot mesto najstarejše trte na svetu, mesto vina in kulinarike, mesto kulturnih zakladov, mesto športa in top izhodišče za outdoor aktivnosti, v lokalnem, regionalnem, nacionalnem in internacionalnem okolju.
- TC2:** Mednarodno pozicionirana destinacijska blagovna znamka. Pridobivanje nagrad in nazivov.
- TC3:** Usposobljen in kreativen kader na vseh področjih trženja turizma in s turizmom povezanih dejavnosti.
- TC4:** Lokalni/regionalni vodniki, kustosi, ponudniki idr. deležniki so ambasadorji Destinacije Maribor.



# STRATEŠKI CILJI (2)

## STRATEŠKI KVANTITATIVNI RAZVOJNI IN TRŽENJSKI CILJI

- KC1:** Do konca leta 2027 rast števila nočitev za 20% (2019: 460.498; 2027: 552.597).
- KC2:** Do leta 2027 podaljšanje dobe bivanja 3,2 dni (2019: 2,12).
- KC3:** Dvig števila nočitev v nizki sezoni za 10 % (desezonalizacija) glede na izhodiščno leto 2019. Visoka sezona je od junija do septembra.
- KC4:** Vzpostavitev 10 čarterskih linij na letališču Edvarda Rusjana Maribor do leta 2027.
- KC5:** Izvedba 10 mednarodno prepoznanih dogodkov do leta 2027 (2021: 3 mednarodni dogodki).
- KC6:** Povečanje št. nastanitvenih butičnih, zelenih kapacitet višjega kakovostnega razreda 4\* (2022: 6) ali 5\* (2022: 0). Vsaj 5 do leta 2027.
- KC7:** Povečanje št. certificiranih ponudnikov (trajnostni, okoljski, znaki za kakovost): Nastanitveni obrati – Green accommodation (2021: 6, 2027: vsaj 12) | Gostinski obrati – Green cuisine (2021: 0, 2027: 3) | Turistična agencija – Green travel agency (2021: 1, 2027: 1) | Znamenitosti – Gree attraction (2021: 1, 2027: vsaj 2)
- KC8:** Dvig števila Zero waste prireditev (2021 – 2, 2027 – 5).
- KC9:** Minimalno 30 % direktno zaposlenih v turizmu vključi izobraževalni program na področju digitalne preobrazbe.
- KC10:** Digitalizacija 5 turističnih produktov.
- KC11:** Vsako leto pritegniti vsaj enega organizatorja večjih kulturnih ali športnih dogodkov (npr. OFEM).



# STRATEŠKA PODROČJA RAZVOJA



## DESTINACIJSKA MENEDŽMENT ORGANIZACIJA (DMO)

Nosilec: Zavod za turizem Maribor

Člani: MOM, RRA Podravje - Maribor, turistična agencija, Šport Maribor, Narodni dom Maribor, Sinagoga Maribor, Muzej najstarejše trte, Muzej narodne osvoboditve Maribor, Pokrajinski muzej Maribor, Center Minoriti, SNG Maribor, strokovnjaki iz različnih področij, predstavniki ključnih turističnih ponudnikov

### RAZVOJ IN INFRASTRUKTURA (RI) | KAKOVOST, AVTENTIČNOST, INOVACIJE (KAI) | TRŽENJE IN PROMOCIJA (TP)

#### MESTNA OBČINA MARIBOR

- infrastruktura
- koordinacijska pisarna
- turistični manager
- RI, KAI

#### RRA PODRAVJE - MARIBOR

- Pohorje, Drava
- Štajerska
- pridobivanje EU sredstev
- infrastruktura in produkti (outdoor)
- svetovanje pri pridobivanju sredstev (podpora pri razpisih)
- SPOT svetovanje
- RI, KAI, TP

#### ZAVOD ZA TURIZEM MARIBOR

- informiranje in promocija
- koledar dogodkov
- vodniška služba
- izobraževanje
- razvoj in prodaja turističnih produktov
- turistična infrastruktura
- organizacija prireditev
- kakovost
- RI, KAI, TP

#### ŠPORT MARIBOR

- subjekt za trženje in upravljanje s športom in športno infrastrukturo
- RI, KAI, TP

#### NARODNI DOM MARIBOR, SINAGOGA MARIBOR, MUZEJ NAJSTAREJŠE TRTE, MUZEJ NO MARIBOR, POKRAJINSKI MUZEJ MB, CENTER MINORITI, SNG MARIBOR

- subjekt za trženje in upravljanje s kulturo in kulturno infrastrukturo
- RI, KAI, TP

#### PREDSTAVNIKI KLJUČNIH TURISTIČNIH PONUDNIKOV

- RI, KAI, TP

TURISTIČNA AGENCIJA (dogodki, paketi, trženje, incoming, KAI, TP)



# NALOŽBENI NAČRT

## VINORODNI GRIČI

- Razvoj območja mestnih vinorodnih gričev in njihova revitalizacija.
- Umestitev turistično-kulturnega objekta v povezavi z ureditvijo arheološkega najdišča v izobraževalne in turistične namene na Piramidi in obnova kapelice sv. Marije.
- Vzpostavitev dostopa na vrh Piramide (vzpenjača).
- Ureditev rekreacijske (kolesarske in peš) in izobraževalne poti v zalednem delu in postavitev informativnoturistične infrastrukture.
- Prenova mestnega parka in območja Treh ribnikov.
- Revitalizacija objekta Račji dvor v funkcionalen objekt za razvoj kulturnih, naravovarstvenih, enoloskih in mestatvornih vsebin.
- Ureditev razglednega platoja na Urbanu.

## DRAVA, LENT, MESTO

- Celotna prenova Lenta - ureditev Dravske promenade z aktivacijskimi točkami.
- Ureditev in prenova Hiše Stare trte.
- Ureditev javnega potniškega in turističnega prometa na Dravi.
- Prenova mestnih trgov, ulic in stavb.
- Umestitev TIC-a.
- Center Rotovž z mestnim artkinom.
- Minoriti z Vojašniškim trgov, Muzej najstarejše trte.
- Obnova in gradnja športih objektov (ogrevalne atletske dvorane v športnem parku Tabor, Langerjeve vile na območju športnega kompleksa Ljudski vrt, tribune za nogomet v športnem parku Tabor, obnova kopališča Mariborski otok).
- Ureditev Stražunskega gozda.
- Gradnja sklenjenih kolesarskih poti med vsemi MČ in KS.
- Privabljanje investitorjev za gradnja 4\* in 5\* hotelov, konferenčnih dvoran.

## POHORJE

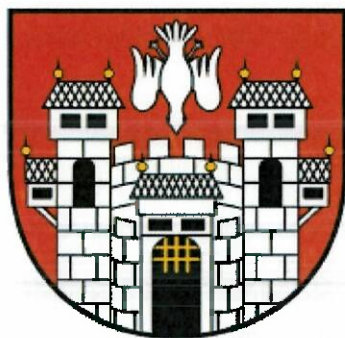
- Celovita ureditev območja ob zgornji postaji vzpenjače.
- Celovita ureditev območja ob vznožju Pohorja.
- Izgradnja infrastrukture za boljšo dostopnost do in iz Pohorja.
- Posodobitev in nadgradnja infrastrukture za smučišče in bike park.
- Obnova objektov kulturne dediščine.
- Upravljanje z nesnovno dediščino.
- Upravljanje s prostorom.



HVALA ZA POZORNOST.







# STRATEGIJA TRAJNOSTNEGA RAZVOJA IN TRŽENJA TURISTIČNE DESTINACIJE MARIBOR ZA OBDOBJE 2022–2027

Maribor, november 2021



## **PROJEKT (NAZIV DOKUMENTA)**

Naslov dokumenta: STRATEGIJA TRAJNOSTNEGA RAZVOJA IN TRŽENJA TURISTIČNE DESTINACIJE MARIBOR ZA OBDOBJE 2022–2027

## **NAROČNIK projekta**

Naročnik: Mestna občina Maribor

Odgovorna oseba na strani naročnika: Aleksander Saša Arsenovič

Vodja projekta na strani naročnika: Neva Pipan

## **IZVAJALEC projekta**

Izvajalec: Regionalna razvojna agencija za Podravje - Maribor

Odgovorna oseba na strani izvajalca: Uroš Rozman

Delovna skupina na strani izvajalca: Karmen Razlag, Helena Horvat, Klavdija Gornik

Zunanji sodelavci: Zavod za turizem Maribor, FUTURA DDB, MOVIO d.o.o.

## **SODELUJOČI deležniki**

V procesu priprave strategije je bila izvedena: spletna anketa (povabilo k sodelovanju vsem deležnikom v zasebni, javni in nevladni sferi v Mestni občini Maribor), 5 fokusih skupin, kjer so sodelovali deležniki s področja kulture, športa, turističnega gospodarstva in izobraževanja ter več kot 70 intervjujev, 5 forumov s strokovnjaki.



Spoštovani!

Maribor je urejeno in gostoljubno mesto, ki ima svojstven značaj. Nedvomno živimo v ambicioznem mestu z veliko razvojnega potenciala. Eden večjih turističnih biserov je vsekakor Pohorje s svojimi naravnimi danostmi, ki ponuja mnogo priložnosti za turistični razvoj. Do sedaj je bil ta osredotočen pretežno na zimske športne aktivnosti, v zadnjih letih sta se v poletnih sezonah razvijali tudi pohodništvo in kolesarjenje. Zavedamo se, da lahko Pohorje obiskovalcem ponudi še veliko več. Želimo si, da bi se območje Pohorja vsakodnevno pojavljalo na svetovnem zemljevidu turističnih destinacij. S Partnerstvom za Pohorje smo storili velik korak v tej smeri.

Z razvojem mesta je tesno povezana tudi reka Drava, ki ponuja številne možnosti za rekreacijo in sprostitvev. S projektom Dravska promenada smo potencialne reke prepoznali celostno in jih dvignili na višjo raven.

Mesto se ponaša z bogato zgodovinsko in kulturno dediščino. Zavedamo se svojega historičnega elementa, zato se prenove celotnega srednjeveškega dela mesta korak za korakom lotevamo z največjo skrbnostjo in z ljubeznijo do detajlov. Preko historičnih prehodov povezujemo urejene trge z romantičnimi ulicami vse do zelene oaze mesta, Mestnega parka, priljubljenega sprehajališča in stičišča prebivalcev in obiskovalcev mesta.

Maribor je nedvomno vsestransko mesto, v katerem svoje želje in okuse lahko zadovoljijo ljubitelji dobre hrane in vina, zabave in festivalskega dogajanja kot tudi iskalci miru in sprostitve. Mesto ima veliko športno srce, zato smo izredno ponosni, da bo v času Olimpijskega festivala evropske mladine 2023 mesto zaživelo v olimpijskem duhu. Gostili bomo okoli 3500 mladih športnikov, ki bodo pri nas tekmovali, krepili vezi ter športno in osebno odraščali. Obeta se nam največji športni dogodek v državi, ki bo zajemal kar 13 športnih panog. Gre za velik organizacijski zalogaj, ki pa mu bomo nedvomno kos.

Znamo se povezovati in tvorno sodelovati. Pred vami je plod slednjega, Strategija trajnostnega razvoja in trženja turistične destinacije Maribor za obdobje 2022-2027. Jedrnat in ciljno usmerjen dokument, ki dviga kakovost bivanja in dela v Mariboru in regiji na višjo raven. Sledi viziji trajnostnega razvoja, v katero je turizem kot panoga močno vpet. Gre za panogo, ki bogati naša življenja, odpira razvojne in poslovne možnosti s tem tudi ponuja nova delovna mesta.

Zahvaljujem se vsem, ki so pri snovanju strategije sodelovali. Kot župan Mestne občine Maribor si iskreno želim, da bi se v našem skupnem okolju počutili dobro vsi, tako domačini kot obiskovalci in o našem mestu s ponosom širili dobre vesti tudi preko meja. Vabljeni v mesto nešteti priložnosti.

Aleksander Saša Arsenovič  
župan Mestne občine Maribor



Spoštovani!

Pred seboj imamo dogovor o poti in načinu razvoja turizma in s turizmom povezanih dejavnosti na širšem območju Mestne občine Maribor, ki ga je ta sklenila in zapisala v sodelovanju s svojimi ključnimi deležniki. A predvsem je to smerokaz za vse nas, ki na najrazličnejše načine izvajamo turizem, kako se s svojo dejavnostjo, aktivnostmi, predlogi in idejami priključimo uresničevanju ambicioznih ciljev našega mesta ter svoje dosežke povežemo v uspešno zgodbo Maribora in Slovenije.

Maribor je mesto vrhunske kulturne dediščine, edinstvenih naravnih danosti, nepogrešljivega štajerskega gostoljubja ter izjemne življenjske energije – vse to so trdni gradniki, na katerih razvijamo podobo in ponudbo mesta z odsevom sodobnih globalnih turističnih paradigem in trendov, kot so trajnostni in odgovorni turizem, butičnost in avtentičnost, digitalizacija, celoletni turizem ter drugi.

V zadnjem času je v ospredje stopila tudi potreba po varnosti, saj današnje spremembe v naši družbi nimajo le razvojnega značaja, ampak kritično vplivajo na vse vidike človekovega obstoja. Kljub novim okoliščinam z združenimi močmi, strokovnim znanjem, inovativnimi pristopi in trdnim zaupanjem v okrevanje turistične dejavnosti načrtujemo predvsem kakovosten razvoj našega mesta in njegove širše okolice – tako za turiste kot tudi za njegove meščane.

Pri oblikovanju pričujočega dokumenta smo svoje znanje in izkušnje prispevali številni akterji mariborskega turizma – sedaj pa je čas, da prelevimo črke v dejanja in dosežemo cilje, ki smo si jih zadali!

Jure Struc

direktor Zavoda za turizem Maribor



## Kazalo vsebine

1	UVOD .....	7
1.1	Strategiji na pot .....	7
1.2	Namen strategije .....	7
1.3	Metodologija.....	7
1.4	Veljavnost dokumenta.....	8
2	ANALIZA.....	9
2.1	Najnovejši turistični trendi.....	9
2.2	Turistična destinacija Maribor .....	10
2.3	Blagovne znamke in certifikati na območju turistične destinacije Maribor .....	12
2.4	Turistična ponudba .....	14
2.5	Analiza in opredelitev vrst turizma .....	20
2.6	Turistično povpraševanje.....	22
2.7	SWOT analiza mariborskega turizma.....	25
3	STRATEŠKE USMERITVE IN VIZIJA .....	31
3.1	Vizija mesta Maribor.....	31
3.2	Pozicioniranje Maribora skozi vizijo mesta.....	32
3.3	Vizija razvoja turizma turistične destinacije Maribor in pozicioniranje.....	33
4	KVALITATIVNI IN KVANTITATIVNI CILJI .....	36
5	KAKO BOMO DOSEGLI CILJE .....	38
5.1	Opredelitev razvoja turizma .....	38
5.1.1	Dogodki, prireditve in festivali .....	39
5.1.2	Poslovni turizem (MICE) .....	40
5.1.3	Kulturni turizem.....	40
5.1.4	Enogastronomski turizem.....	41
5.1.5	Športni turizem.....	41
5.1.6	Outdoor turizem – aktivnosti v naravi.....	42
5.1.7	Krožna potovanja in tranzit .....	42
5.1.8	Razvoj turizma na podeželju.....	42
5.1.9	Posebni interesi in nišni turizem .....	42
5.2	Trženje in promocija .....	44
5.2.1	Ciljne skupine gostov – segmentiranje.....	44
5.2.2	Ciljni trgi.....	45
5.2.3	Znamčenje .....	45
5.2.4	Trženjsko komuniciranje .....	46
6	PRIORITETE OZ. STRATEŠKA PODROČJA RAZVOJA .....	47
6.1	Naložbeni načrt.....	57
6.2	Proračun in financiranje.....	59
7	PRILOGE .....	60



## Kazalo fotografij

Slika 1: Pozicioniranje Maribora .....	10
Slika 2: Logotip destinacijske znamke Maribor .....	12
Slika 3: Vizija mesta Maribor.....	32
Slika 4: Pregled dogodkov, prireditev in festivalov 2022.....	39
Slika 5: Prioritete oz. strateška področja razvoja.....	47
Slika 6: Upravljanje destinacije Maribor .....	49

## Kazalo grafov

Graf 1: Število nočitev in število prihodov v Mestni občini Maribor (2008 - 2021) .....	22
Graf 2: Narodna struktura prihodov gostov (2019).....	23
Graf 3: Narodna struktura prihodov gostov (2020).....	24
Graf 4: Narodna struktura prihodov gostov (2021).....	24

## Kazalo tabel

Tabela 1: Struktura nastanitvenih obratov v MOM.....	14
--	----



## 1 UVOD

### 1.1 Strategiji na pot

Strategija razvoja in trženja turistične ponudbe se nanaša na zaokroženo **turistično območje turistične destinacije Maribor (območje Mestne občine Maribor)**, iz vidika komplementarnih turističnih produktov pa tudi na druga območja Podravske regije s poudarkom na tistih, ki mejijo na Mestno občino Maribor.

Strateški dokument smo začeli snovati v juniju 2021 in ga uspešno zaključili novembra 2021. Nastal je v sodelovanju s sodelavci in sodelavkami iz Mestne občine Maribor, Regionalne razvojne agencije za Podravje - Maribor, Zavoda za turizem Maribor ter zunanjimi sodelavci iz podjetij FUTURA DDB in MOVIO d.o.o.. K sodelovanju smo povabili tudi vse ključne deležnike v destinaciji s področja kulture, športa, turističnega gospodarstva in izobraževanja.

### 1.2 Namen strategije

Namen Strategije trajnostnega razvoja in trženja turistične destinacije Maribor za obdobje 2022 –2027 je oblikovati jedrnat in ciljno usmerjen dokument, ki bo predstavljal strateške usmeritve z ukrepi za trajnostni razvoj turizma in razvoj blagovne znamke turistične destinacije Maribor.

### 1.3 Metodologija

Osnovna metodologija za pripravo strateškega dokumenta z akcijskim načrtom je kombinacija namiznega, kvantitativnega in kvalitativnega raziskovanja. Metodo namiznega raziskovanja, sistematičnega zbiranja in analiziranja podatkov iz sekundarnih virov smo uporabili v prvem delu, kjer smo opredelili trende v turizmu, analizirali turistično ponudbo, turistično povpraševanje, turistične produkte ter trženje in komuniciranje v destinaciji Maribor.

V sklopu kvantitativnega raziskovanja smo izvedli spletno anketo in k sodelovanju povabili vse deležnike v javni, zasebni in nevladni sferi iz območja Mestne občine Maribor. Pridobili smo 474 odzivov. Rezultate smo analizirali s pomočjo opisne statistične analize – deskriptivna statistika.

Vizija mesta Maribor je nastala v sodelovanju z agencijo Futura, s pomočjo metode Delfi, ki se uvršča v kategorijo kvalitativnega raziskovanja. Govorimo o statistični analizi mnenj strokovnjakov določenega področja, ki so odgovarjali na zastavljen problem. Izvedli smo 5 forumov. Sodelovalo je 14 strokovnjakov s področja urbanizma, tehnologije, znanosti, športa, gospodarstva, turizma, kulture, mobilnosti, sociologije, narave in brandinga.

Oblikovanje strateških usmeritev, razvojno-trženjskega modela in akcijskega načrta pa je z namenom čim bolj aktivne vključitve vseh deležnikov v sam proces oblikovanja in priprave strateškega dokumenta temeljilo na fokusnih skupinah (5 srečanj, 80 strokovnjakov) in poglobljenih intervjujih (več kot 70). V to aktivnost so bili vključeni deležniki s področja kulture in umetnosti, izobraževanja, športa, turističnega gospodarstva ter medijev.



## 1.4 Veljavnost dokumenta

Strategija trajnostnega razvoja in trženja turistične destinacije Maribor za obdobje 2022–2027 je dne XX. XX. 2022 na svoji XX. seji sprejel Občinski svet MO Maribor. Dokument ima veljavnost do morebitne novelacije strategije ali sprejetja nove strategije.



## 2 ANALIZA

### 2.1 Najnovejši turistični trendi

Živimo v času, v katerem so stalnica številne spremembe, ki zahtevajo veliko mero prilagodljivosti tako v vsakdanjem življenju, kot tudi v poslovnem svetu. Kot recept za zmago se izpostavlja agilnost oz. hitro in učinkovito odzivanje ter prilagajanje.

V turizmu se **nove zgodbe** gradijo na elementih naravne in kulturne dediščine, lokalnih okusih, odličnih vinih, raznolikosti slovenskih pitnih voda, čebelarstvu ter trajnostno usmerjeni kulinariki. Del zgodb so zveneča imena kuharskih šefov in najuglednejših restavracij ter razni kulinarčni dogodki. Ključni še naprej ostajajo pustolovščine, raziskovanja, naravna in kulturna dediščina ter gastronomija. **Nov tip gosta** želi biti vključen in soustvarjati svoja doživetja. Govorimo o **alternativnem turizmu**, kjer se poleg vključenosti obiskovalca poudarja še vpetost v lokalno okolje, avtentičnost, možnost učenja in inovativnost.

Slovenija je prepoznana, kot zelena, zdrava in aktivna destinacija. Sedaj je čas, da se poudari tudi naš lokalni karakter, da pride do izraza naša avtentičnost, naša kultura v najširšem pomenu te besede. Vrednote destinacij bodo usmerjene v trajnost, butičnost in iskanje avtentičnosti. Ključen je dvig kakovosti in dodane vrednosti. Slednjo ustvarjata tradicija in identiteta naroda.

**Trajnostni turizem** je temeljna usmeritev slovenskega turizma. Načela trajnosti se nanašajo na okoljske, gospodarske in socialno-kulturne vidike razvoja turizma. Za zagotovitev dolgoročnega trajnostnega razvoja si prizadevamo vzpostaviti ustrezno ravnotežje med vplivi turizma na okolje, zaposlenimi v turizmu, lokalnimi skupnostmi in turističnimi ponudniki.

Vseobsegajoči trend je **krepitev digitalnih tehnologij v turizmu**. Hitrost in obseg inoviranja se povečuje, tehnologija pa je naredila turizem bolj dostopen. Z različnimi digitalnimi platformami nam je omogočeno na enem mestu izvedeti vse o določeni destinaciji, hkrati pa tudi slediti obiskovalcem in njihovim navadam, s čimer lahko njihove izkušnje še dodatno individualiziramo. Digitalizacija in avtomatizacija bosta nadomestila določene birokratske postopke ter optimizirali načrtovanje in izvedbo potovanj. **Zdaj je čas. Čas za transformacijo.**

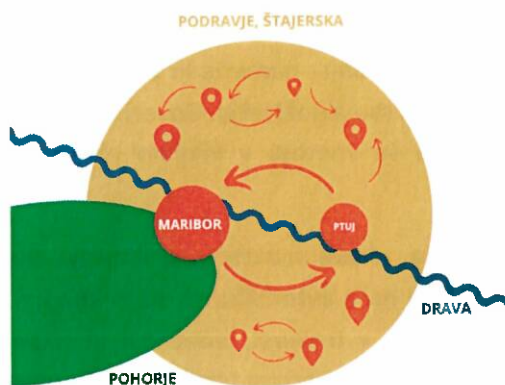


## 2.2 Turistična destinacija Maribor

### POZICIONIRANJE

**Maribor** – mesto najstarejše trte na svetu, univerzitetno mesto, Evropska prestolnice kulture 2012, Evropska prestolnica mladih 2013, Evropsko mesto športa 2018, drugo največje mesto Slovenije in prestolnica Štajerske, leži v objemu zelenega **Pohorja** na eni strani in **vinorodnih gričev Slovenskih goric** na drugi strani. Reka **Drava** je močno povezana z razvojem Maribora in življenjem v njem. Maribor je spojen je s čudovitim zaledjem najvzhodnejšega koščka Alp in razgibanih goric ter z reko povezan z ravnico Dravskega polja.

Slika 1: Pozicioniranje Maribora



Vir: Lastni vir

**Maribor je ena izmed 35 vodilnih destinacij**, ki so v skladu s *Strategijo trajnostne rasti slovenskega turizma 2017-2021* opredeljene kot ključni subjekti slovenskega turizma na destinacijski ravni. Območje Slovenije se po *Strategiji trajnostne rasti slovenskega turizma* (MGRT, 2017) deli na 4 makroregije in destinacija Maribor se uvršča v *Alpsko Slovenijo in Termalno Panonsko Slovenijo*. Mestna občina Maribor je uvrščena v **podravsko statistično regijo**, ki povezuje 41 občin Podravja. Ključno je povezovanje Maribora v kontekstu širše regije (Pohorje - Partnerstvo za Pohorje, Štajerska, Drava - Partnerstvo za Dravsko kolesarsko pot), kar grafično prikazuje Slika 1.

Okolje je prepoznalo potrebo po večjem in učinkovitejšem povezovanju Podravja, ki nas bo zarisalo na domač in svetoven turistični zemljevid. Zaživela je pobuda po vzpostavitvi Destinacije Štajerske.

### STRATEŠKA LEGA

Maribor leži na presečišču dveh naravnih poti: prva je reka Drava, ki deli mesto na severni in južni del. Druga, poldnevniška smer je prehodna pot čez Dravo iz Graške kotline proti Celjski kotlini. Mesto Maribor ima **ugodno lego na križišču pomembnih evropskih poti** iz zahodne v vzhodno in južno Evropo in se nahaja le 11 km od avstrijske meje. Občina je **prometno dobro dostopna** (skozi občino potekajo avtocesta A1, A4 in A5). Medkrajevni javni prevoz omogočata podjetji Arriva in Nomago. Lokalni **javni prevoz** zagotavlja podjetje Marprom, ki je hkrati **upravitelj žičniških naprav** na Mariborskem in Ruškem Pohorju. Skozi občino pelje železnica z glavno železniško postajo v Mariboru.

Letališče Maribor lahko postane močan generator razvoja, saj predstavlja vrata v svet. Lega letališča Maribor je idealna za vse regije SV Slovenije: Pomurje, Podravje, Koroško in Savinjsko regijo, delno tudi za JZ Slovenijo, Zasavje in Posavje. Možnost razvoja letališča je možna tako v smeri turizma (privabljanje turistov in oblikovanje konkurenčnih turističnih



	<p>produktov destinacij) kot tudi v smislu logistike. Velik potencial je tudi v pospeševanju letalskega turizma lastnikov športnih in poslovnih letal iz zahodne Evrope. Namen razvoja letališča je: Ohranitev delovanja letališča in njegov nadaljnji infrastrukturni razvoj, zagon letališča Maribor s ciljem povečevanja turističnega obiska in vzpostavitev multimodalnega logističnega centra Smart Hub Maribor v okolici letališča.</p>																		
<b>KAJ VKLJUČUJE?</b>	<p>Mestno občino Maribor sestavlja <b>11 mestnih četrti in 6 krajevnih skupnosti</b>: Mestna četrt Koroška vrata, Mestna četrt Center, Mestna četrt Ivan Cankar, Mestna četrt Studenci, Mestna četrt Magdalena, Mestna četrt Tabor, Mestna četrt Nova vas, Mestna četrt Tezno, Mestna četrt Pobrežje, Mestna četrt Brezje-Dogoše-Zrkovci, Mestna četrt Radvanje (leži na območju Pohorja), Krajevna skupnost Bresternica-Gaj, Krajevna skupnost Kamnica, Krajevna skupnost Malečnik-Ruperče, Krajevna skupnost Razvanje (leži na območju Pohorja), Krajevna skupnost Limbuš (leži na območju Pohorja) in Krajevna skupnost Pekre (leži na območju Pohorja).</p>																		
	<table border="1"><tr><td>Površina MOM:</td><td>147,47 km<sup>2</sup></td></tr><tr><td>Območje kulturne dediščine:</td><td>9,81 km<sup>2</sup></td></tr><tr><td>Število točkovnih kulturnih spomenikov:</td><td>332</td></tr><tr><td>Zavarovana naravna območja:</td><td>13,44 km<sup>2</sup></td></tr><tr><td>Parkovna območja:</td><td>29,72 ha</td></tr><tr><td>Zelene površine:</td><td>748,97 ha</td></tr><tr><td>Mestni gozdovi:</td><td>5.357,66 ha</td></tr><tr><td>Kmetijske površine:</td><td>5.770,09 ha</td></tr></table>	Površina MOM:	147,47 km <sup>2</sup>	Območje kulturne dediščine:	9,81 km <sup>2</sup>	Število točkovnih kulturnih spomenikov:	332	Zavarovana naravna območja:	13,44 km <sup>2</sup>	Parkovna območja:	29,72 ha	Zelene površine:	748,97 ha	Mestni gozdovi:	5.357,66 ha	Kmetijske površine:	5.770,09 ha		
	Površina MOM:	147,47 km <sup>2</sup>																	
	Območje kulturne dediščine:	9,81 km <sup>2</sup>																	
	Število točkovnih kulturnih spomenikov:	332																	
	Zavarovana naravna območja:	13,44 km <sup>2</sup>																	
	Parkovna območja:	29,72 ha																	
	Zelene površine:	748,97 ha																	
	Mestni gozdovi:	5.357,66 ha																	
	Kmetijske površine:	5.770,09 ha																	
<b>PREBIVALSTVO</b>	<table border="1"><tr><td>Št. prebivalcev:</td><td>113.778 (1. 1. 2021)</td></tr><tr><td>Prirast na 1000 prebivalcev:</td><td>5.7 (2019)</td></tr><tr><td>Št. otrok v vrtcih:</td><td>4.329 (2020)</td></tr><tr><td>Učenci v OŠ:</td><td>9.178 (šolsko leto 2020/2021)</td></tr><tr><td>Dijaki v SŠ:</td><td>3.147 (šolsko leto 2020/2021)</td></tr><tr><td>Študenti/diplomanti na 1000 prebivalcev:</td><td>29/6 (šolsko leto 2020/2021)</td></tr><tr><td>Zaposleni/Samozaposleni:</td><td>57.227/3.838 (2020)</td></tr><tr><td>Povprečna mesečna bruto plača na os. glede na povprečje v SI:</td><td>Slovenija: 1.856,20 EUR(2020) / indeks: 100 (2020) Mestna občina Maribor: 1.790,35 EUR (2020) / indeks: 96,5 (2020)</td></tr><tr><td>Št. stanovanj na 1000 preb.:</td><td>471 (2018)</td></tr></table>	Št. prebivalcev:	113.778 (1. 1. 2021)	Prirast na 1000 prebivalcev:	5.7 (2019)	Št. otrok v vrtcih:	4.329 (2020)	Učenci v OŠ:	9.178 (šolsko leto 2020/2021)	Dijaki v SŠ:	3.147 (šolsko leto 2020/2021)	Študenti/diplomanti na 1000 prebivalcev:	29/6 (šolsko leto 2020/2021)	Zaposleni/Samozaposleni:	57.227/3.838 (2020)	Povprečna mesečna bruto plača na os. glede na povprečje v SI:	Slovenija: 1.856,20 EUR(2020) / indeks: 100 (2020) Mestna občina Maribor: 1.790,35 EUR (2020) / indeks: 96,5 (2020)	Št. stanovanj na 1000 preb.:	471 (2018)
	Št. prebivalcev:	113.778 (1. 1. 2021)																	
	Prirast na 1000 prebivalcev:	5.7 (2019)																	
	Št. otrok v vrtcih:	4.329 (2020)																	
	Učenci v OŠ:	9.178 (šolsko leto 2020/2021)																	
	Dijaki v SŠ:	3.147 (šolsko leto 2020/2021)																	
	Študenti/diplomanti na 1000 prebivalcev:	29/6 (šolsko leto 2020/2021)																	
	Zaposleni/Samozaposleni:	57.227/3.838 (2020)																	
	Povprečna mesečna bruto plača na os. glede na povprečje v SI:	Slovenija: 1.856,20 EUR(2020) / indeks: 100 (2020) Mestna občina Maribor: 1.790,35 EUR (2020) / indeks: 96,5 (2020)																	
Št. stanovanj na 1000 preb.:	471 (2018)																		

Vir: SURS, GIS MOM, MOM



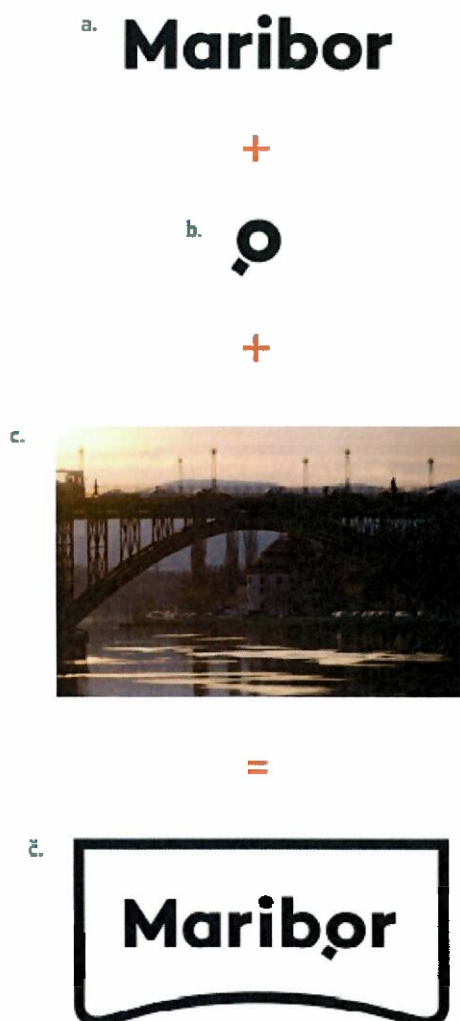
## 2.3 Blagovne znamke in certifikati na območju turistične destinacije Maribor

### 1) Blagovna znamka turistične destinacije Maribor

Maribor je destinacija doživetij, kjer obiskovalci ustvarjajo čudovite spomine na slikovitih gričih, uživajo ob vrhunski hrani in vinu, plešejo v ritmu eksotične glasbe ter hkrati spoznavajo množicam skrite bisere Slovenije. Stari most, eden od simbolov mesta Maribor, povezuje staro urbano središče s čudovito naravo, razprostrto čez griče in hribe in je simbol destinacijske znamke Maribor.

Logotip je grajen s treh osnovnih enot – enostavne, a močne tipografije, simbola in okvirja. V zapisu »Maribor« je na minuskulo »o« dodan diagonalni podaljšek v spodnjem črkovnem pasu. Skupaj ustvarjata podobo *povečevalnega stekla, ki je simbol raziskovanja*. Celoten napis obdaja okvir, ki je v obliki starega mestnega mostu. Slednji povezuje levo in desno stran reke Drave, hkrati pa zrcali razdvojenost, raznolikost a povezanost mesta (Zavod za turizem Maribor-Pohorje, 2018).

Slika 2: Logotip destinacijske znamke Maribor





## 2) Kolektivna blagovna znamka (KBZ) destinacije Maribor – Naše najboljše

Vzpostavljen sistem kolektivne blagovne znamke Naše najboljše sledi *modelu Izvorno slovensko*. BZ Naše najboljše pokriva območje 22 občin: Maribor z Dravsko dolino in Dravskim poljem, Pohorje in Kozjak ter Slovenske gorice.



## 3) Blagovna znamka Hiša Stare trte & Stara trta



## 4) Blagovna znamka Pohorje



## 5) Blagovna znamka Drava Bike



## 6) Ostale blagovne znamke

Na državnem nivoju: Kongresni urad, Zero waste, Slovenia Green, Slovenia Outdoor.  
Lokalne blagovne znamke: NK Maribor, Festival Lent in drugi.



## 2.4 Turistična ponudba

Turistično ponudbo destinacije Maribor tvorita bogata naravna in kulturna dediščina. V sklopu naravne dediščine izpostavljam **Stara trta, Pohorje in Dravo**. Stara trta je najbolj prepoznavna naravna znamenitost Maribora in predvsem pomembna naravna dediščina. Kulturna dediščina ima v turistični ponudbi pomembno vlogo; **kulturni turizem** je ena izmed panog prihodnosti tako v Sloveniji kot v svetu. Pomemben del pri razvoju turistične ponudbe imata tudi gastronomija in outdoor.

### NASTANITVENE KAPACITETE

Na dan, 3. 2. 2022 je bilo v Registru nastanitvenih obratov, v Mestni občini Maribor registriranih: 186 aktivnih, 76 neaktivnih in 27 izbrisanih nastanitvenih obratov. Na isti dan je bilo registriranih 5.908 ležišč.

Iz tabele je razvidno, da **44 % vseh nastanitvenih obratov predstavljajo apartmaji** sledijo sobe, počitniška stanovanja ali počitniške hiše (18%), hoteli (10 %), drugi nastanitveni objekti (6%), prenočišča (6%), turistične kmetije z nastanitvijo (6%), začasne nastanitvene zmogljivosti (3%), gostišča (4%), mladinska prenočišča (hostel, youth hostel) (2%), kamp (1%), motel (1%), penzion (1%), planinski domovi in kočje (1%), druge oblike bivanja na prostem (glamping itd.) (1%).

Iz tabele je razvidno, da se največji delež stalnih ležišč nahaja v hotelih (29%) in drugih nastanitvenih objektih (29%). Sledijo prenočišča (10%), sobe, počitniška stanovanja ali počitniške hiše (10%), apartmaji (10%), kamp (4%), začasne nastanitvene zmogljivosti (3%), gostišča (3%), mladinska prenočišča (hostel, youth hostel) (2%), ...

Tabela 1: Struktura nastanitvenih obratov v MOM

Kategorija	Št. objektov	Št. stalnih ležišč
<b>APARTMA</b>	<b>82 (44%)</b>	<b>576 (10%)</b>
Apartma*	3	8
Apartma**	7	74
Apartma***	66	395
Apartma****	6	99
<b>DRUGE OBLIKE BIVANJA NA PROSTEM (GLAMPING ITD.)</b>	<b>2 (1%)</b>	<b>56 (1%)</b>
Druge oblike bivanja na prostem (glamping itd.)	2	56
<b>DRUGI NASTANITVENI OBJEKTI</b>	<b>12 (6%)</b>	<b>1723 (29%)</b>
Drugi nastanitveni objekti	12	1723
<b>GOSTIŠČE</b>	<b>7 (4%)</b>	<b>165 (3%)</b>
Gostišče ***	4	109
Gostišče**	3	56
<b>HOTEL</b>	<b>18 (10%)</b>	<b>1701 (29%)</b>
Hotel**	1	102
Hotel***	11	641
Hotel****	6	958
<b>KAMP</b>	<b>2 (1%)</b>	<b>230 (4%)</b>
Kamp*	1	30
Kamp***	1	200
<b>MLADINSKA PRENOČIŠČA (HOSTEL, YOUTH HOSTEL)</b>	<b>3 (2%)</b>	<b>127 (2%)</b>



Mladinska prenočišča (hostel, youth hostel)	3	127
<b>MOTEL</b>	<b>2 (1%)</b>	<b>72 (1%)</b>
Motel	2	72
<b>PENZION</b>	<b>2 (1%)</b>	<b>50 (1%)</b>
Penzion**	1	10
Penzion***	1	40
<b>PLANINSKI DOMOVI IN KOČE</b>	<b>1 (1%)</b>	<b>11 (0%)</b>
Planinski domovi in koč	1	11
<b>PRENOČIŠČA</b>	<b>12 (6%)</b>	<b>610 (10%)</b>
Prenočišča	12	610
<b>SOBA, POČITNIŠKO STANOVANJE ALI POČITNIŠKE HIŠA</b>	<b>33 (18%)</b>	<b>343 (6%)</b>
Soba, počitniško stanovanje ali počitniške hiša	3	26
Soba, počitniško stanovanje ali počitniške hiša*	2	13
Soba, počitniško stanovanje ali počitniške hiša**	7	49
Soba, počitniško stanovanje ali počitniške hiša***	18	211
Soba, počitniško stanovanje ali počitniške hiša****	3	44
<b>TURISTIČNA KMETIJA Z NASTANITVIJO</b>	<b>5 (3%)</b>	<b>48 (1%)</b>
Turistična kmetija z nastanitvijo*	2	25
Turistična kmetija z nastanitvijo**	1	5
Turistična kmetija z nastanitvijo***	2	18
<b>ZAČASNE NASTANITVENE ZMOGLJIVOSTI</b>	<b>5 (3%)</b>	<b>196 (3%)</b>
Začasne nastanitvene zmogljivosti	5	196
<b>SKUPAJ</b>	<b>186 (100%)</b>	<b>5908 (100%)</b>

Vir: Register nastanitvenih obratov

Hostel Pekarna, s katerim upravlja javni zavod Mladinski kulturni center Maribor, je leta 2021 pridobila znak kolesarjem in pohodnikom prijazen nastanitveni objekt in je trenutno edini specializirani nastanitveni obrat v Mestni občini Maribor.

Dva od treh hostlov v Mestni občini Maribor sta del Popotniškega združenja Slovenije (PZS) katerega poslanstvo je spodbujanje mobilnosti mladih, mladinskega popotništva in prostovoljstva ter vzpostavitev kakovostne mreže mladinskih prenočišč s ciljem izboljšanja medkulturnega sodelovanja in dialoga ter krepite vrednote miru. PZS ima sedež v Mariboru, kjer je glavna pisarna, več kot 30 hostlov pa je razporejenih po celotni Sloveniji. Krovna organizacija, Hostelling International, ki ima več kot 3,7 milijonov članov, povezuje več kot 4000 hostlov v 80 državah po vsem svetu.

Število nastanitvenih obratov v destinaciji je le deloma merodajen kazalnik razvoja turistične ponudbe. **Izjemno pomembna je kakovost storitev ter zadovoljstvo gostov, za merjenje katerega pa nimamo vzpostavljenih kazalnikov oz. se zadovoljstva sistemsko ne meri oz. ga ne spremljamo.** Večina nastanitvenih obratov je prisotnih na rezervacijskem portalu Booking.com, kot tudi na spletni strani TripAdvisor. Na spletni strani Booking.com sta najbolje ocenjena hotel City Map\*\*\* in Glamping resort Chateau Ramšak z oceno 9,5/10. Povprečna ocena mariborskih nastanitvenih obratov prisotnih na Bookingu znaša 8,7/10. Na spletni strani



	<p>TripAdvisor so z najvišjo oceno 5,0 ocenjeni hotel City Map***, Camping center Kekec, Chocolate village by the river – glamping in Glamping resort Chateau Ramšak. Povprečna ocena znaša 4,2/5.</p> <p>Hostel Pekarna je v letu 2021 na podlagi natečaja »Moja Slovenija – lepa in gostoljubna« prejel prvo nagrado po izboru komisije za najlepše in najgostoljubnejše mladinsko prenočišče v državi ter drugo mesto na spletnem glasovanju.</p> <p>Destinacija Maribor je vključena v razvojno <b>Zelena shema slovenskega turizma</b>. Je prejemnica bronastega znaka Slovenia Green Destination. Zelena shema slovenskega turizma je nacionalni program in certifikacijska shema, ki pod krovno znamko SLOVENIA GREEN združuje vsa prizadevanja za trajnostni razvoj turizma v Sloveniji, destinacijam in ponudnikom ponuja konkretna orodja za oceno in izboljšanje trajnostnega delovanja in skozi znamko Slovenia Green to zeleno delovanje tudi promovira. V destinaciji Maribor se nahaja več nastanitvenih objektov, ki so prejemniki znaka <b>Slovenia Green Accommodation</b>. V destinaciji sta prisotna dva okoljska certifikata: <b>EU ECOLABEL</b> (Hotel Maribor) in <b>Zeleni ključ</b> (Hotel Bau, Chocolate Village by River, Hotel City Map Maribor, Hotel Tabor, Chateau Ramšak glamping). Hiša Stare trte je prejemnica znaka <b>Slovenia Green Attraction</b>.</p>
--	---

<b>GASTRONOMIJA</b>	<p>Maribor je že prepoznan zaradi gastronomije (Stara trta, mednarodne nagrade vrhunskih vin, vrhunska kulinarika - mednarodno prepoznavni kulinarčni vodnik Michelin). V občini se nahaja <b>nekaj priznanih restavracij</b> (Mak, Sedem, Rožmarin), <b>gostiln</b> (Gostilna Pri treh ribnikih, Gostilna Pri lipi, Gostilna Pri Lešniku), <b>vinarjev</b> (Protner, Valentan) in <b>vinotek</b> (Hiša Stare trte, Vinoteka Stolp, Le vino). V Vodolah se nahaja <b>vinska fontana</b>. Tik pred odprtjem je Muzej najstarejše trte. Ruralno zaledje Maribora zagotavlja lokalno pridelana in predelana živila, kar lahko tvori zelo kratko dobavno verigo in se ponudi tako rekoč iz vil na vilice. Na področju <b>gastronomije</b> se je v letu 2020 vzpostavila <b>KBZ Naše najboljše</b> s CGP znamčenjem ponudbe rokodelskih izdelkov, pridelkov in živilskih izdelkov ter jedi in pijač postreženih na gostinski način. Deloma je že opravljeno certificiranje druge faze, to so vodena butična gastronomska doživetja, načrtuje se še ocenjevanje nastanitvenih kapacitet ter iz tretje faze ocenjevanje Hiše vin.</p> <p><b>Dosežki na področju gastronomije:</b> Decanter Wordl Wine Awards, MICHELIN Slovenija, Gault&amp;Millau Slovenija, La Liste, Gostilna Slovenija.</p>
---------------------	--

<b>POSLOVNA SREČANJA IN DOGODKI</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Od leta 2009 je <b>Zavod za turizem Maribor</b> nosilec naziva <b>Lokalni kongresni urad</b> (CVB) pri Kongresnem uradu Slovenije.</li></ul> <p>Kongresne kapacitete:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Hotel City Maribor (1 večnamenska dvorana CITY – 400 oseb, 2 konferenčni dvorani – skupaj 100 oseb)</li><li>• Hotel Maribor (1 konferenčna soba, 80 oseb)</li></ul>
-------------------------------------	---



- Hotel Piramida (1 konferenčna dvorana, amfiteater – 94 oseb, 1 art galerija – 130 oseb, 1 sejna soba – 30 oseb, 1 konferenčna dvorana – 70 oseb)
- Kongresni center Habakuk\*\*\*\* (Število konferenčnih sob: 6, maksimalna kapaciteta: 870 oseb)
- Hotel Draž (1 konferenčna dvorana – 180 oseb, 1 večnamenska dvorana – 800 oseb)

Seminarske sobe in ostale kapacitete za izvedbo srečanj:

- Hotel Arena (Število konferenčnih sob: 2/5 – 100 oseb)
- Hotel Bau (1 konferenčna soba – 50 oseb)
- Cineplexx Maribor (Število dvoran: 8, Maksimalna kapaciteta: 1795 oseb)
- Maribox (Število dvoran: 10, Maksimalna kapaciteta: 1955 oseb)
- Mladinski kulturni center Maribor (Število seminarskih sob: 2, Maksimalna kapaciteta: 30 oseb/na seminarsko sobo)

	<b>ZNAMENITOSTI NA PODROČJU NARAVE</b>	<b>ZNAMENITOSTI NA PODROČJU KULTURE</b>
<b>TURISTIČNE ZNAMENITOSTI</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Drava,</li><li>• Krajinski park Drava,</li><li>• Krajinski park Mariborsko jezero,</li><li>• Limbuško nabrežje,</li><li>• Mestni park Maribor,</li><li>• Naravni rezervat Meljski hrib</li><li>• Naravni spomenik (Stražunski gozd, Mariborski otok),</li><li>• Pohorje,</li><li>• Ribnik Razvanje,</li><li>• Stara trta,</li><li>• Trije ribniki,</li><li>• Vinorodni griči (Mestni vrh, Pekrska gorca, Piramida, Kalvarija, Gorca, Urban),</li><li>• Stražunski gozd,</li><li>• Studenški gozd,</li><li>• in druge znamenitosti na področju narave.</li></ul>	<p><b>Razstave:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Akvarij-terarij Maribor,</li><li>• Arheološko najdišče Poštela,</li><li>• Čebelarški center Maribor,</li><li>• Hiša Stare trte,</li><li>• Manjše galerije: Društvo likovnih umetnikov Maribor, Hest, Media Nox, Premzl, Fotogalerija Stolp,</li><li>• Umetnostna galerija Maribor.</li></ul> <p><b>Muzeji:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Fotografski muzej Maribor,</li><li>• Muzej najstarejše trte,</li><li>• Muzej narodne osvoboditve Maribor,</li><li>• Pokrajinski muzej Maribor,</li><li>• Sinagoga Maribor,</li><li>• Vojaški muzej Slovenske vojske.</li></ul> <p><b>Cerkve:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Cerkev sv. Bolfenka,</li><li>• Cerkev Sv. Mihaela,</li><li>• Frančiškanska cerkev,</li><li>• Stolna cerkev Maribor z zvonikom.</li></ul> <p><b>Industrijska dediščina:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Cona Tezno,</li></ul>



		<ul style="list-style-type: none"><li>• Industrijska cona Melje,</li><li>• Podzemni rovi – Cona Tezno.</li></ul> <p><b>Mestne znamenitosti:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Kulturna četrt Židovska,</li><li>• Stolpi: Čeligijev, Sodni, Vodni, Židovski,</li><li>• Lent,</li><li>• Mariborski grad,</li><li>• Minoritski samostan,</li><li>• Trafika – Muzej za enega,</li><li>• Pokopališče Pobrežje,</li><li>• Rimska naselbina – villae rusticae,</li><li>• Spomenik NOB,</li><li>• Stadion Ljudski vrt,</li><li>• Staro mestno jedro,</li><li>• Vetrinjski dvor,</li><li>• Vinagova klet.</li></ul> <p><b>Okoliške znamenitosti:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Mariborska vinska cesta,</li><li>• Piramida,</li><li>• Posestvo Meranovo.</li></ul> <p><b>Dogodki:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Slovensko narodno gledališče Maribor,</li><li>• Lutkovno gledališče Maribor,</li><li>• Minoriti,</li><li>• Narodni dom Maribor,</li><li>• Mladinski kulturni center Maribor.</li></ul> <p>In druge znamenitosti na področju kulturne dediščine.</p>
<b>DOGODKI, PRIREDITVE IN FESTIVALI</b>		<ul style="list-style-type: none"><li>• V Mestni občini Maribor se odvija <b>22 večjih prireditev</b>.</li><li>• Najbolj odmevna je ženska smučarska tekma za svetovni pokal »Zlata lisica«. Na Pohorju se odvija tudi tekma za svetovni pokal v gorskem kolesarstvu.</li><li>• Zelo odmevne in obiskane prireditve so Festival Lent, Festival Borštnikovo srečanje, Operna noč v Mestnem parku, Martinovanje in drugi.</li></ul>



<b>DIGITALIZACIJA TURISTIČNE PONUDBE</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>VIRTUALNO DOŽIVETJE ZGODBE NAJSTAREJŠE TRTE SVETA</b> (Virtualno doživetje v Hiši Stare trte predstavlja zgodbo Guinnessove rekorderke Stare trte skozi njenih 450 let, v njem pa lahko obiskovalec spozna tudi pomembne mariborske zgodovinske dogodke, osebnosti in legende ter opazuje spremembe, ki so se skozi stoletja odvijale na Lentu. Skozi dogajanje prav tako spremljamo rast trte in njeno podobo v vseh letnih časih.) Doživetje je prejelo nagrado Evropske mreže za kulturni turizem.</li><li>• <b>DIGITALNA INTERAKTIVNA MIZA</b> (Digitalno interaktivno mizo je Pokrajinski muzej Maribor pridobil v okviru projekta inoviranje kulturne dediščine. Digitalna interaktivna miza prikazuje značilne jedi in prehranjevalne navade skozi stoletja (15.,18.,19. in 20. stoletje). S projektom je muzej pridobil tudi 3D sken grajske stavbe s posebnim poudarkom na Viteški dvorani, ki bo podlaga za nove muzejske izdelke in bo lahko v pomoč pri dolgo pričakovanem koncu obnove gradu.)</li></ul>
--	--



## 2.5 Analiza in opredelitev vrst turizma



### Nosilne vrste turizma:

- **ŠPORTNI TURIZEM** (Celoletni turizem za športne ekipe na pripravah, športni dogodki in športna prvenstva evropskega ali svetovnega formata.)
- **KULTURNI TURIZEM** (Mestni oddih, bogata kulturna dediščina, sodobna umetnost, festivali, prireditve, kreativne industrije, življenjski slog, zabava.)
- **ENOGASTRONOMSKI TURIZEM** (Srčna kulinarika, ki temelji na lokalni proizvodnji in receptih, ki jo podpirajo kakovostna vina in piva.)
- **POSLOVNI TURIZEM - MICE** (Celoletni poslovni turizem – poslovni gostje na konferencah, srečanjih, motivacijskih srečanjih in razstavah, skupaj s podpornimi dogodki, ki privabijo večdnevne goste.)
- **OUTDOOR TURIZEM** (Celoletni aktivni športi v naravi, kot so kolesarjenje, pohodništvo, vodni športi, zračni športi, smučanje ... Poudarek na določeni outdoor aktivnosti kot vodilnemu motivu prihoda.)

### Sekundarne / podporne vrste turizma:

- **TURIZEM NA PODEŽELJU** (Celoletni turizem, ki temelji na ponudbi turističnih kmetij, manjših ponudnikov in zidanic ter avtentičnih doživetjih podeželja.)
- **ZDRAVILIŠKI TURIZEM** (Celoletni turizem, ki se osredotoča na zdravje, preventivo, velnes, sprostitve in termalna vodna doživetja za obiskovalce vseh starosti.)
- **KROŽNA POTOVANJA** (Maribor kot izhodiščno mesto za odkrivanje makro destinacije in Slovenije.)
- **POSEBNI INTERESI (NIŠNI TURIZEM)**



## **Slovenia Unique Experiences – edinstvena doživetja**

**Zavod za turizem Maribor** je eden izmed 20-ih dobitnikov Certifikata Slovenia Unique Experiences, ki ga podeljuje Slovenska turistična organizacija in se navezuje na edinstveno vodeno vinsko doživetje po eni najlepših vinskih cest Slovenije, v okviru katerega lahko gostje izbrusijo svojo vinsko kulturo z vrhunskim sommelierjem, okusijo spajanje štajerskih vinskih sort z izbrano lokalno kulinariko, spoznajo štajerske vinarje ter ujamejo magičen trenutek znamenitega srca med vinogradi, ki velja za enega najlepših razgledov v Sloveniji. Program vključuje: spremstvo vodnika/sommelierja, vožnjo do Svečine, dobrodošlico s penino in fotografiranje ob znameniti vinski cesti v obliki srca, pokušino vin ob strokovni razlagi vinarja in sommelierja ter degustacijo lokalnih dobrot, vožnjo v Maribor, ogled Vinagove vinske kleti, sprehod skozi mestno jedro Maribora, ogled Hiše Stare trte in možnost fotografiranja v krošnji najstarejše trte na svetu, strokovno degustacijo vzorcev izbranih med 190 vini Podravja ter izdelavo spominka iz plutovinastega zamaška.

Produkt Rock-n-Roll-okusov ima potencial, da postane edinstveno butično doživetje. Rock-n-Roll-okusov pokriva področje gastronomije in kulture (vključen Pokrajinski muzej Maribor in GT 22).

**Cilj je razširiti edinstvena butična doživetja tudi na področje kulture in športa.**



## 2.6 Turistično povpraševanje

V letu 2020 je bilo v Sloveniji zabeleženih nekaj več kot 3 milijone prihodov domačih in tujih turistov (51 % manj kot v letu 2019) in nekaj več kot 9,2 milijona nočitev (49 % manj kot v istem obdobju 2019). Turistični nastanitveni obrati so zabeležili za 21 % več domačih turistov kot v letu 2019, nočitev pa je bilo za 33 % več. Prihodov tujih turistov so zabeležili za 74 % manj in tudi nočitev je bilo ustvarjenih 71 % manj kot v letu 2019. Od tujih turistov, ki so v letu 2020 obiskali Slovenijo, so ustvarili pri nas največ nočitev turisti iz Nemčije (skoraj četrtno vseh nočitev tujih turistov), Avstrije (11 %), Italije (11 %), Hrvaške (7 %), Madžarske (5 %) in Nizozemske (5 %) (Zavod za turizem – letno poročilo 2020).

V letu 2019 je bila Mestna občina Maribor najbolj obiskana v poletnih mesecih (junij, julij, avgust). V letu 2020 je zaradi epidemije in zaprta države zaznati spremembe. Destinacija je beležila največji obisk v začetku leta (januar, februar) in v mesecu avgustu.

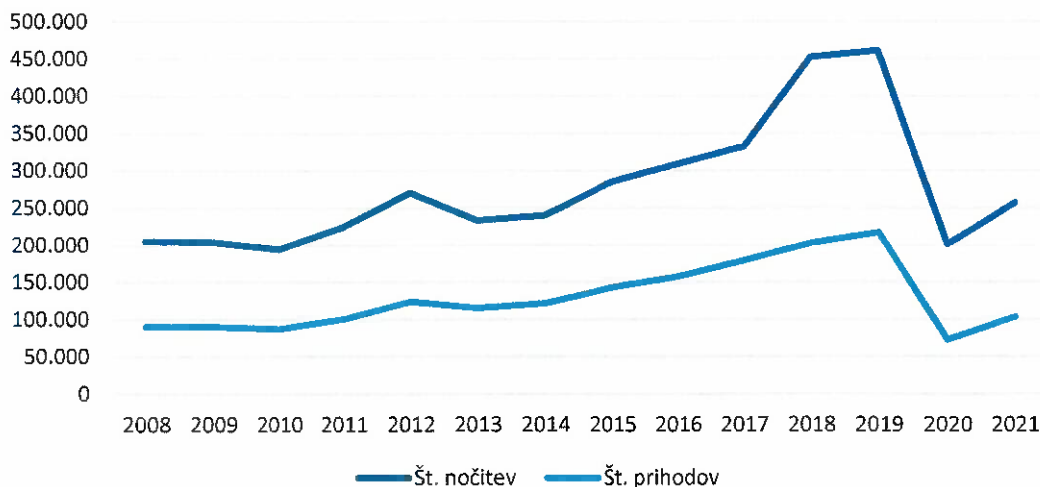
V letu 2020 je bilo v Mestni občini Maribor realiziranih **72.663 prihodov** gostov, kar je za 66 % manj, kot v letu 2019 (216.777). Razmerje med domačimi in tujimi prihodi gostov v letu 2020 **znašalo 29:71 v prid prihodov tujih gostov**. Število prihodov domačih gostov je v letu 2020, v primerjavi s predhodnim letom padlo za 25 % med tem, ko je število prihodov tujih gostov padlo za 73 %.

V letu 2020 smo beležili **200.859 nočitev**, kar je za 56 % manj, kot v prehodnem letu. Razmerje med nočitvami domačih in tujih gostov je v letu 2020 znašalo **22:78 v prid nočitev tujih gostov**. Število nočitev domačih gostov je v letu 2020 padlo za 19 % in število nočitev tujih gostov za 61 %.

V letu 2021 je bilo v Mestni občini Maribor realiziranih 256.470 prenočitev, v enakem obdobju leta 2020 pa 200.859, podatki kažejo na 28 % rast prenočitev v primerjavi z lanskim letom. Razmerje med domačimi in tujimi prenočitvami v letu 2021 je 21:79 v prid tujih prenočitev.

Od januarja do decembra 2021 je občino Maribor obiskalo 103.502 gostov, ki so tukaj prenočili, v enakem obdobju lani pa 72.663. Podatki kažejo na 42 % rast prihodov gostov. Razmerje med domačimi in tujimi prihodi gostov v letu 2021 je 24:76 v prid tujih prihodov gostov.

Graf 1: Število nočitev in število prihodov v Mestni občini Maribor (2008 - 2021)



Vir: Zavod za turizem Maribor, SURS



Graf 1 prikazuje trend gibanja števila nočitev in števila prihodov na območju Mestne občine Maribor. V obravnavnem obdobju zaznavamo splošni trend rasti števila nočitev in števila prihodov.

Prvi vrh je leto 2012. Uspešna realizacija nočitev ni bila pogojena samo z EPK, temveč so k temu prispevali še izredno odmevni mednarodni dogodki in prvenstva, kot so: Svetovno mladinsko prvenstvo v šahu, nogometni ter drugi mednarodni športni dogodki.

V obdobju med leti 2014 in 2019 beležimo eksponentno rast Slovenskega turizma, posledično tudi rast Mariborskega turizma.

Leto 2020 je zaznamovala epidemija oz. pandemija novega koronavirusa ter z njo povezani ukrepi na nacionalni in mednarodni ravni. Prilagoditi smo se morali na t.i. novo realnost. Iz naslova turističnih bonov in zaostrovanja ukrepov pri prehajanju državnih meja se je v tem obdobju povečalo število domačih gostov.

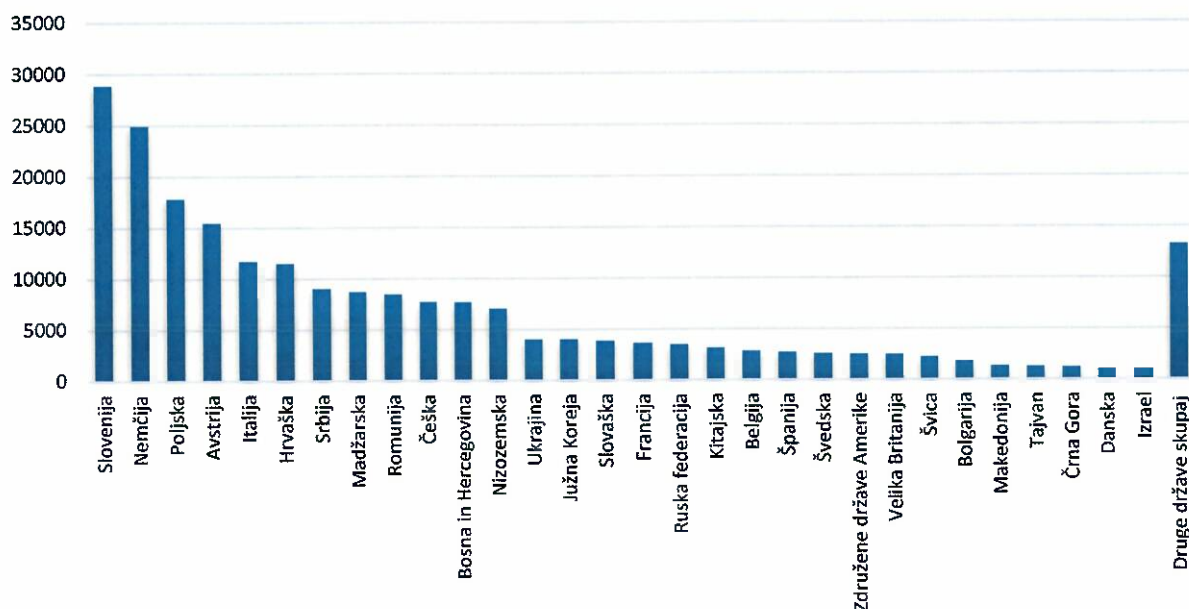
**Povprečna doba bivanja je** v letu 2019 znaša 2,12 dni. V letu 2020 se je zvišala in je znašala 2,8 dni.

**Povprečna doba bivanja v letu 2021 za Mestno občino Maribor je 2,5 dni.** V primerjavi z nekaterimi drugimi večjimi mesti, za katere podatki so pridobljeni v evropski statistiki na spletni strani [www.tourmis.info](http://www.tourmis.info) je kljub izrednim razmeram doba bivanja v mestu presenetljivo dolga.

### Narodna struktura prihodov gostov

Grafi 2, 3 in 4 prikazujejo narodno strukturo prihodov gostov v letih 2019, 2020 in 2021.

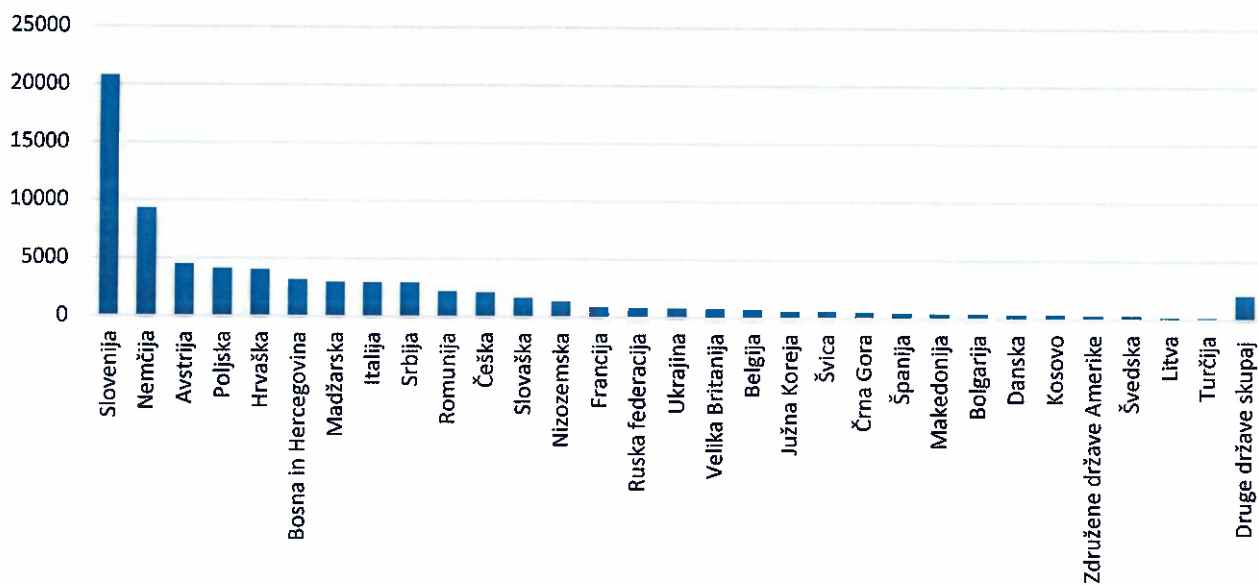
Graf 2: Narodna struktura prihodov gostov (2019)



Vir: Zavod za turizem Maribor

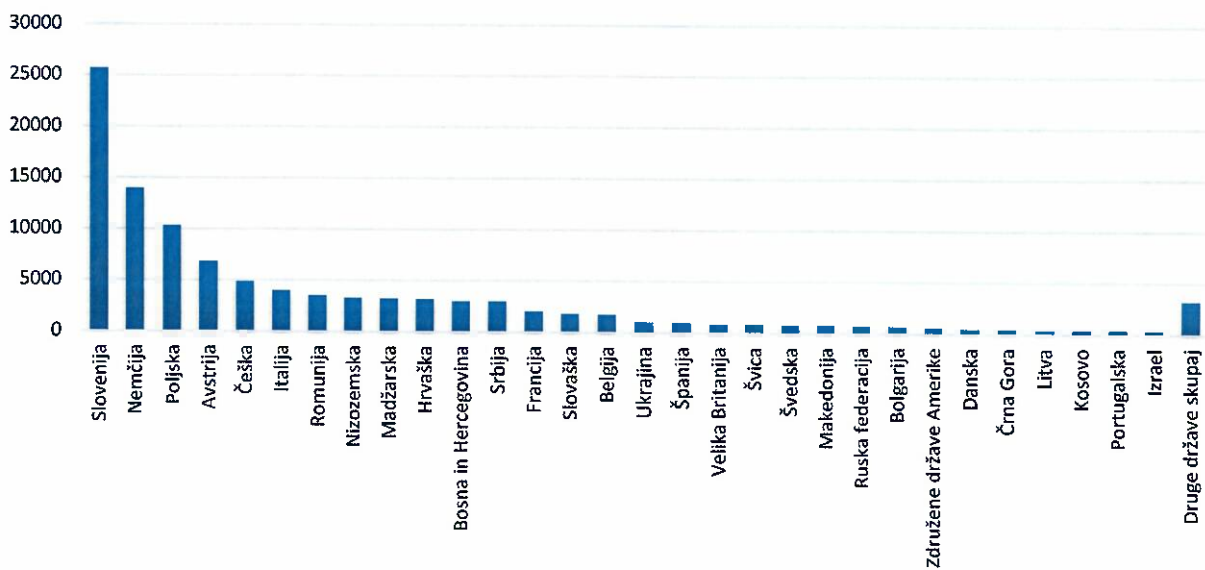


Graf 3: Narodna struktura prihodov gostov (2020)



Vir: Zavod za turizem Maribor

Graf 4: Narodna struktura prihodov gostov (2021)



Vir: Zavod za turizem Maribor



## 2.7 SWOT analiza mariborskega turizma

SWOT analiza izhaja iz fokusih skupin, analize stanja, intervjujev, splošnih dejstev, ukrepov in vizije Mestne občine Maribor ...

### ORGANIZIRANOST IN UPRAVLJANJE DESTINACIJE

PREDNOSTI	SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none"><li>• V letu 2020 izvedena reorganizacija organiziranosti in upravljanja turistične destinacije Maribor z ureditvijo statusno pravnega stanja Zavoda za turizem Maribor in RRA Podravje - Maribor z novelacijama odlokov obeh zavodov skladno z aktualno področno zakonodajo s področja turizma.</li><li>• Občutno aktivnejša vloga Zavoda za turizem pri trženju in promociji turistične destinacije Maribor v letu 2021.</li><li>• Od leta 2019, občutno aktivnejša vloga RRA Podravje - Maribor na področju regijskega povezovanja in razvoja turizma v regiji (Drava, Pohorje, Štajerska).</li><li>• Na pobudo MOM je ustanovljeno in aktivno deluje Partnerstvo za Pohorje (31 članov), ki ga koordinira RRA Podravje - Maribor.</li><li>• Vzpostavljeno in aktivno deluje Partnerstvo za Dravsko kolesarsko pot (26 partnerjev), ki ga koordinira RRA Podravje - Maribor.</li><li>• Vključenost destinacije v Zeleno shemo slovenskega turizma – Slovenia Green.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Spremembe v organiziranosti turizma v destinaciji povzročajo nejasnosti pri izvajanju aktivnosti obeh zavodov.</li><li>• Niso jasni nosilci razvoja.</li><li>• Premalo finančnih sredstev za izvedbo vseh programov RRA in ZTM na področju turizma ter premalo finančnih sredstev za promocijo.</li><li>• Premalo povezovanja in medsebojnega sodelovanja med deležniki na področju turizma (ponudniki namestitvev, organizatorji športnih in kulturnih prireditev, ZTM in RRA, ...).</li><li>• Ni ustreznega poslovnega modela za sodelovanje s ponudniki v turističnem gospodarstvu.</li><li>• Pomanjkljiv monitoring turističnih kazalnikov (predvsem kvalitativnih) za ocenjevanje uspešnosti razvoja turizma v destinaciji.</li><li>• Destinacijski brendi niso dovolj komunicirani.</li></ul>
PRILOŽNOSTI	NEVARNOSTI
<ul style="list-style-type: none"><li>• Priprava posodobitve strateškega dokumenta razvoja in trženja turistične destinacije Maribor.</li><li>• Sodelovanje pri pripravi nacionalne turistične strategije.</li><li>• Vzpostavitev mrež/partnerstev – povezovanja vseh deležnikov na območju destinacije Maribor (šport, kultura, gastronomija).</li><li>• Vzpostavitev poslovnega modela povezovanja po vzoru turističnih regij iz tujine – nov vir financiranja za promocijo turizma.</li><li>• Vzpostavitev strokovnega strateškega telesa za turizem v MOM.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Nezaupanje pri povezovanju med deležniki-zakoreninjeni vzorci sodelovanja.</li><li>• Šibko povezovanje na področju turizma in z njim povezanih dejavnosti.</li><li>• Šibka prepoznavnost destinacije glede na konkurenčnost.</li><li>• Pomanjkanje usposobljenega kadra za izvajanje funkcij destinacijskega managementa.</li><li>• Premalo finančnih sredstev za izvajanje aktivnosti promocije.</li><li>• Neustrezna nacionalna strategija za razvoj turizma, ki ne bo omogočala ustreznega financiranja promocije turizma destinacije.</li></ul>



<ul style="list-style-type: none"><li>• Dvig prepoznavnosti destinacijske blagovne znamke.</li><li>• Široka podpora ciljnih javnosti k uporabi destinacijske znamke.</li></ul>	
--	--

## DOSTOPNOST IN INFRASTRUKTURA

PREDNOSTI	SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none"><li>• V izgradnji in prenovi je kakovostna in sodobna urbana infrastruktura, ki predstavlja temelj in potencial tudi za razvoj turizma (prenova zgodovinskega mestnega jedra, Lenta, Dravske promenade, obnova Mariborskega otoka, izgradnja kolesarskih stez, ureditev mestnih vinogradov, Piramide, Mestnega parka, postavitve igral, fitnessov na prostem, ureja se plovnost na Reki Dravi, parkirišča v predmestju in sodobna mobilnost, ...).</li><li>• Prenovljen je nogometni stadion - primeren za tekme svetovnega pokala UEFA.</li><li>• MOM je postala lastnik žičniških naprav na Pohorju.</li><li>• Izvaja se prenova in izgradnja nove športne infrastrukture za potrebe OFEM (Olimpijski festival evropske mladine) v letu 2023.</li><li>• Mesto ima veliko trgov, prireditvenih prostorov za izvajanje velikih dogodkov (športnih, kulturnih, kongresnih).</li><li>• V destinaciji je dovolj različnih tipov nastanitvenih obratov (hoteli, penzion, apartmaji, ...).</li><li>• Dobra geostrateška lega ter odlična prometna dostopnost.</li><li>• Prometne povezave z bližnjimi večjimi mesti v Sloveniji.</li><li>• Neposredna bližina letališča.</li><li>• Železniška povezava z Avstrijo in Ljubljano.</li><li>• Naziv: Občina prijazna invalidom.</li><li>• Mesto ima program turističnega vodenja za vodenje oseb s posebnimi potrebami.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Pomanjkanje 4*/5* hotelov.</li><li>• Nosilna zmogljivost področja ni opredeljena.</li><li>• Premalo ponudnikov z okoljskim certifikatom.</li><li>• Pomanjkanje parkirišč za postanek avtobusov, ki pripeljejo zaključene skupine.</li><li>• Pomanjkanje kampov in postajališč za avtodome.</li><li>• Žičniške naprave na Pohorju so zastarele.</li><li>• Slabo vzdrževana in zastarela športna in rekreacijska infrastruktura in pomanjkanje kvalitetne in sodobne športne in rekreacijske infrastrukture.</li><li>• Slaba povezljivost javnega potniškega prometa (avtobus, vlak, kolesa) po principu multimodalnosti.</li><li>• Slaba izkoriščenost obstoječih športnih objektov za večje športne prireditve in tekmovanja, ter priprave športnikov, ki vplivajo na število nočitev.</li><li>• Prostorska umeščenost Hostla Pekarna, manko razvoja mladinskega turizma in skrbi za mladinsko infrastrukturo na nacionalni ravni.</li></ul>
PRILOŽNOSTI	NEVARNOSTI
<ul style="list-style-type: none"><li>• Aktiviranje potencialov obstoječe in nove mestne, športne in rekreacijske infrastrukture v funkciji turizma 365 dni v letu.</li><li>• Ponovno odprtje letališča in čarterske linije.</li><li>• Investicije v nastanitvene kapacitete z zeleno zgodbo.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Izgradnja mestne infrastrukture je dolgotrajen proces.</li><li>• Odsotnost novih investitorjev.</li><li>• Posledice Covida – manj investicij v turistično infrastrukturo.</li></ul>



<ul style="list-style-type: none"><li>• Privabljanje mednarodne hotelske verige.</li><li>• Sofinanciranje prenove turistične infrastrukture preko EU razpisov – priložnost za obnovo turistične infrastrukture po principu trajnosti.</li><li>• V Stražunu se nahaja termalni vir, ki predstavlja potencialno lokacijo za razvoj termalnega/zdraviliškega turizma.</li></ul>	
--	--

## IZOBRAŽEVANJE IN USPOSABLJANJE

PREDNOSTI	SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none"><li>• Kakovostne strokovne šole na področju gostinstva in turizma.</li><li>• ZTM izvaja vodniško službo (izobraževanja).</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Beg kadrov iz gostinstva in turizma v druge panoge in v tujino.</li><li>• Pomanjkanje specializiranih turističnih vodnikov.</li><li>• Lokalni ponudniki slabo poznajo destinacijo Maribor.</li></ul>
PRILOŽNOSTI	NEVARNOSTI
<ul style="list-style-type: none"><li>• Izraba ter razvoj znanj, ustvarjalnosti in inovativnosti domačega prebivalstva.</li><li>• Promocija poklicev na lokalni ravni za potrebe lokalnega turizma.</li><li>• Sistem specializiranih usposabljanj na ravni mesta/regije – na področju digitalizacije, poslovanja, prodaje, zakonodaje, trendov, ...).</li><li>• Kadri in veščine za digitalno transformacijo.</li><li>• Dnevi odprtih vrat turističnih ponudnikov in predstavitve turističnih produktov.</li><li>• Vzpostavitev »učnih poligonov« za pridobivanje prakse študentov in dijakov.</li><li>• Programi turizma in poznavanja Stare trte že v vrtcih.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Trajanje epidemije Covid.</li><li>• Pomanjkanje interesa mladih za študij v turizmu.</li><li>• Trajno pomanjkanje kakovostne delovne sile na področju gostinstva in turizma.</li></ul>

## DESTINACIJA NAJSTAREJŠE TRTE IN GASTRONOMSKA DOŽIVETJA

PREDNOSTI	SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none"><li>• Unikatna Stara trta (najstarejša bilka trte na svetu), vrhunska vina, vinske kleti in vrhunska kulinarika.</li><li>• V pripravi je obnova Hiše stare trte.</li><li>• Obnovljen in vzpostavljen je muzej Najstarejše trte, ki je tik pred otvoritvijo.</li><li>• Maribor je vinska destinacija, slikoviti vinorodni griči segajo v mestno središče-unikum v svetu in omogočajo enostaven dostop in čudovite razglede.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Brendi niso dovolj komunicirani.</li><li>• Mesto nima urejenega mestnega vinograda.</li><li>• Vinogradi na Piramidi in Kalvariji so zanemarjeni in mestu niso v ponos.</li><li>• Nizka stopnja lokalnih jedi v gostinski ponudbi.</li><li>• KBZ »Naše najboljše« še ni prepoznana, kot visoko kakovostna BZ lokalnega okolja.</li></ul>



<ul style="list-style-type: none"> <li>• KBZ »Naše najboljše«.</li> <li>• Štajerska kulinarika, ki temelji na lokalno pridelanih sestavinah.</li> <li>• Vrhunska štajerska vina lokalnih vinarjev.</li> <li>• Vrhunski chefi in vrhunske restavracije.</li> <li>• Prepoznani dogodki povezani z vinom in staro trto (trgatev, Rez stare trte, Martinovanje, nesnovna dediščina...).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Premalo gastronomskih doživetij z dodano vrednostjo.</li> </ul>
<b>PRILOŽNOSTI</b>	<b>NEVARNOST</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Celovit razvoj programov trte in vina.</li> <li>• Revitalizacija mestnih vinorodnih gričev in objekta Račji dvor v povezavi s Kozjakom in vinarji iz regije - ustvarjanje novih gastronomskih edinstvenih doživetij.</li> <li>• Vzpostavitev parka urbanih vinogradov (Piramida).</li> <li>• Povezati šolo, univerzo, vinarje in turistično gospodarstvo.</li> <li>• Posodobitev dogodkov povezanih z vinogradniško tradicijo in jo približati mladim.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vandalizem in poškodovanje bilke najstarejše trte.</li> <li>• Izguba nesnovne dediščine - vinogradništvo in vinarstvo.</li> <li>• Sprememba podnebja - vznik pandemije.</li> </ul>

#### SREDIŠČE VRHUNSKIH KULTURNIH, ŠPORTNIH IN POSLOVNIH DOGODKOV

<b>PREDNOSTI</b>	<b>SLABOSTI</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Maribor je mednarodno prepoznan po kulturnih in športnih dogodkih (npr. tekmovanje Zlata lisica, Downhill, Festival Lent, Festival Borštnikovo srečanje).</li> <li>• Vrhunska kulturna produkcija (SNG Maribor, Lutkovno gledališče Maribor, Moment Maribor, koncertni cikli Narodnega doma).</li> <li>• 2023 bo Maribor prizorišče mednarodnega festivala OFEM.</li> <li>• 70% nočitev ustvarijo udeleženci športnih dogodkov v hotelih, ki so usmerjeni v športno ponudbo.</li> <li>• ZTM je nosilec naziva Lokalni kongresni urad.</li> <li>• ZTM že ima vzpostavljeno spletno stran Visit Maribor, ki informira obiskovalce o ponudbi v mestu, obvešča o dogodkih in prireditvah ter predlaga paketna doživetja.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Brendi niso dovolj komunicirani.</li> <li>• Ni enotnega in celovitega upravljanja z večjimi dogodki v mestu.</li> <li>• Manjkajo protokoli in jasna navodila za organizatorje velikih dogodkov v mestu.</li> <li>• S privabljanjem organizatorjev športnih ali kulturnih dogodkov se nihče ne ukvarja.</li> <li>• Ni enotnega portala za informiranje, oglaševanje in prodajo vstopnic za pomembne dogodke.</li> </ul>
<b>PRILOŽNOSTI</b>	<b>NEVARNOSTI</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dogodki in prireditve lahko postanejo motiv za turistični obisk (povečanje porabe,</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Premalo vlaganj v promocijo.</li> <li>• Klimatske spremembe, ki vplivajo na zimsko sezono.</li> </ul>



<p>podaljšanje št. nočitev in podaljšanje časa bivanja).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Obuditev sejemske dejavnosti.</li> <li>• Vzpostavitev letnega programa destinacijskih prireditev, dogodkov in festivalov.</li> <li>• Razvoj rehabilitacijskega zdravstvenega turizma v povezavi z Inštitutom za šport.</li> <li>• Načrtno in organizirano privabljanje klubov, panožnih športnih zvez in organizatorjev športnih dogodkov.</li> <li>• Revitalizacija koncepta dogodkov.</li> <li>• Nadgradnja spletne strani Visit Maribor v enotno platformo z rezervacijskim sistemom za informiranje o dogodkih (kulturni, športni, kongresni).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pandemija.</li> </ul>
---	--

**TURISTIČNA PONUDBA:** trajnostna, aktivna, inovativna, avtentična doživetja in produkti, ki povezujejo mestni utrip in zeleno naravo

PREDNOSTI	SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vse na dosegu roke (Pohorje, Drava, vinorodni griči).</li> <li>• Preplet urbanega, historičnega mesta z ruralnim zaledjem.</li> <li>• Bogata zgodovina območja.</li> <li>• Kultura in umetnost (Mariborski grad, muzeji, galerije, gledališča, festivali, cerkve, vodenja, sprehodi ...).</li> <li>• Maribor je poln skrivnosti in zgodb, ki mu dajejo enkratni značaj.</li> <li>• Prisotnost varovanih območij narave NATURE 2000 (Bresterniško jezero).</li> <li>• Maribor je odlično izhodišče za raziskovanje širše regije.</li> <li>• Kakovostna pitna voda.</li> <li>• Gostoljubnost in odprtost ljudi.</li> <li>• Izraba ter razvoj znanj, ustvarjalnosti in inovativnosti domačega prebivalstva.</li> <li>• Lokacija, razgibana okolica, kratke razdalje, ustroj in izgled mesta – zanimivi kot filmska kulisa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pomanjkanje incoming turističnih agencij, ki bi privabljale tuje goste.</li> <li>• Del stavbne dediščine v slabem stanju.</li> <li>• Neprilagojenost delovnega časa posameznih (kulturnih in drugih) institucij potrebam turizma.</li> <li>• Neuskkljenost delovanja žičniških naprav s potrebami turističnega gospodarstva na Pohorju.</li> <li>• Nepovezanost turističnih ponudnikov za oblikovanje integralnih turističnih produktov.</li> <li>• Neplovna reka Drava - neizkoriščen potencial.</li> <li>• Turistična ponudba zaostaja v dostopnosti za vse (prilagojenost osebam s posebnimi potrebami).</li> <li>• Mesto nima izdelanega načrta za koriščenje potenciala filmske industrije</li> </ul>
PRILOŽNOSTI	NEVARNOSTI
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Izkoristiti tranzit v smeri S-JV Evrope ter iz Vzhodne in Zahodne Evrope in obratno</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nezainteresiranost ali negativen odnos prebivalcev do turizma.</li> </ul>



<p>(zadržati, pritegniti gosta ter podaljšati bivanje).</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Razvoj edinstvenih butičnih doživetij na področju športa, kulture, gastronomije in outdoora.</li><li>• Razvoj nišnega turizma (Pohorje, Kozjak, mesto, Drava).</li><li>• Digitalizacija turistične ponudbe.</li><li>• Razvoj novih turističnih produktov za podaljšanje povprečne dobe bivanja.</li><li>• Promoviranje mesta, kot ciljne lokacije z bogato kulturo in ustvarjalnostjo, kot kraj za preživljanje »kulturnih počitnic«.</li><li>• Vzpostavitev javnega potniškega in turističnega prometa na Dravi.</li><li>• Izraba ter razvoj znanj, ustvarjalnosti in inovativnosti domačega prebivalstva za pripravo visokokakovostne turistične produkte z dodano vrednostjo.</li><li>• Razvoj potenciala mesta kot filmske lokacije in promocija lokacij kjer so se snemali filmi.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Zakonodaja, ki ovira koriščenje tur. potenciala na reki Dravi.</li><li>• Ohromitev življenja meščanov zaradi snemanja filmov.</li></ul>
--	---



### 3 STRATEŠKE USMERITVE IN VIZIJA

Pri oblikovanju strategije za razvoj in trženje turistične destinacije Maribor smo sledili sedmim principom oz. načelom na katerih temelji vizija mesta Maribor. Izhodišča se lahko aplicirajo tudi na področje turizma.

#### 3.1 Vizija mesta Maribor

Načela pri oblikovanju vizije mesta Maribor, ki predstavljajo strateški okvir tudi za vizijo turistične destinacije Maribor so:

##### 1 Mesto, ki tekmuje.

Mesto pod Pohorjem, mesto na Dravi, univerzitetno mesto, mesto najstarejše trte ... Maribor je mesto številnih identitet in ene bistvene značajske poteze: tekmovalnosti. To je zdrava tekmovalnost, ki spodbuja napredek. Tekmovalnost, ki ne izključuje sodelovanja, ampak nasprotno, krepi tvorno povezovanje.

##### 2 Mesto, ki se trudi bolj od ostalih.

Maribor se ne zanaša na državne in evropske spodbude, temveč sam dejavno podpira podjetništvo. Nove poslovne ideje in zagonska podjetja v mestu dobijo močnega zaveznika. Z vlaganjem v razvoj, tehnologijo in znanost se razvije v mesto bogatih kariernih možnosti. Organski preplet zelenih in pozidanih površin, visoka stopnja varnosti in socialne vključenosti ter razvita infrastruktura, ki osmišlja medgeneracijsko skupnost.

##### 3 Mesto, ki si upa sanjati.

Maribor ima prostor, talent, znanje in ambicije, da več prispeva k razvoju Slovenije in da v širšem evropskem okolju postane prepoznavno gospodarsko, raziskovalno, kulturno in športno središče.

##### 4 Mesto, ki gradi mostove.

Maribor ne gradi le mostov med levim in desnim bregom Drave. Še pomembnejši so mostovi, ki jih gradi med generacijami, med znanstveno in gospodarsko sfero, med umetnostjo in vsakdanjkom, med profesionalnim in zasebnim. Zaradi izredne strateške lege je Maribor pomemben vezni člen med vzhodom države in ostalo Slovenijo, tesne vezi pa gradi tudi z regijami in mesti v širšem evropskem prostoru.

##### 5 Mesto, ki se odpira v svet.

Maribor se ne predaja varljivemu občutku samozadostnosti, temveč svojo vrednost in uspehe presoja v luči vpetosti v globalno dogajanje. Odprt je za nove ideje in izkazuje močno željo po povezovanju. Mednarodno prepoznavni festivali, kulturna sodelovanja in velika športna tekmovanja v mesto pripeljejo nove obiskovalce in bogatijo življenja njegovih prebivalcev.

##### 6 Mesto, inkubator talenta.

S prepletanjem kulture in izobraževanja, raziskovalne dejavnosti in gospodarskega sektorja postane Maribor prepoznavno inovacijsko središče in živahno vozlišče talentov. Dobre karijerne možnosti, visoka kakovost življenja in vpetost v širši evropski prostor v mesto privabljajo ustvarjalni kader od blizu in daleč.



## 7 Mesto, ki vključuje.

Maribor je prijazno in varno mesto za vse. V partnerstvu z javnim in gospodarskim sektorjem ter organizacijami civilne družbe spodbuja povezovanje ljudi, da s spoštovanjem različnosti zmorejo potencial raznolikosti izkoristiti za skupno dobro. Široka dostopnost kulture v vseh oblikah ima izreden vpliv na kakovost življenja v mestu ter pritegne obiskovalce in ustvarjalce od blizu in daleč.

## 3.2 Pozicioniranje Maribora skozi vizijo mesta

Vizija mesta pozicionira Maribor kot mesto stičišča talenta in priložnosti.

Opredeljuje jo sedem ciljev, ki jih mesto želi doseči do leta 2035:

### 1 Pametno mesto

Dinamično mesto s kompaktnim razvojem.

### 2 Podnebno nevtravno in zdravo mesto

Blagodejna sprostitev v naravam okolju.

### 3 Mesto kratkih razdalj

Vsakodnevna dejavnost s čim manjšo porabo virov.

### 4 Funkcionalno integrirano mesto

Kakovostni javni prostor spodbuja interakcijo med prebivalci.

### 5 Upravno središče države

Dokazujemo državitvornost in povezujemo.

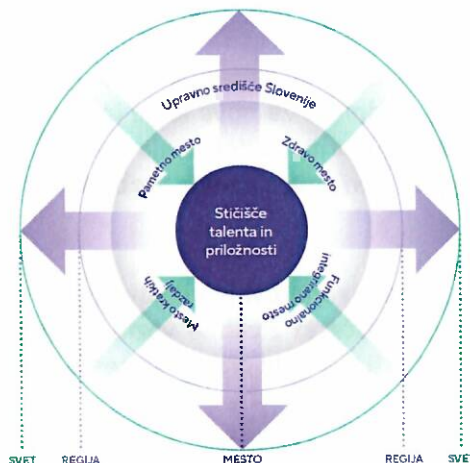
### 6 Prestolnica talenta in priložnosti

Gospodarstvo sledi talentom v mestu priložnosti.

### 7 Mesto, ki krepi veselje do življenja

Dinamičnost, ustvarjalnost, udobnost in delavnost v prepletanju z naravo.

Slika 3: Vizija mesta Maribor



Vir: FUTURA DDB



### 3.3 Vizija razvoja turizma turistične destinacije Maribor in pozicioniranje

Vizija mesta Maribor predstavlja izhodišče v kontekstu katerega je pozicionirana turistična vizija oz. vizija razvoja turizma turistične destinacije Maribor.

Maribor svojim prebivalcem in obiskovalcem nudi:

- **Svet ob Dravi:** urbani del mesta z reko Dravo, zgodovinskim jedrom, kulturno dediščino, mestnimi gozdovi, parki in rekreacijskimi površinami – *dinamičen, ustvarjalen, udoben in delaven svet, ki spodbuja druženje in krepi medčloveške vezi.*
- **Svet na Pohorju:** gozdovi, športne, bivalne, turistične in rekreacijske površine - *kjer ima glavno besedo narava. Pljuča napolni s svežim zrakom in človeka z veseljem do življenja. Ponuja odmik od pogosto hektičnega vsakdana.*
- **Svet vinorodnih gričev:** vinorodni griči in sadovnjaki, parkovne površine z ribniki, mestni gozdovi, rekreacijske površine, razgledne točke, sakralna dediščina – *prostor, ki je globoko zasidran v zavesti meščanov. Predstavlja kulturno, historično in turistično območje, ki jasno izraža identiteto mesta.*

#### Opredelitev mesta Maribor leta 2027:

Maribor, mesto z bogato zgodovinsko in kulturno tradicijo odlikuje šarm modernega evropskega mesta. Historično mestno jedro s trgi in arhitekturno zanimivimi stavbami izžareva tradicijo in kulturo mesta, ki je preživelo mnoge preizkušnje. Obiskovalci in turisti čutijo njegov živahen utrip in lokalni karakter v vseh letnih časih. Svet urbanih vinorodnih gričev ponuja slikovite razglede in predstavlja pristen stik s tradicijo vinogradništva. Svet ob Dravi, spodbuja druženje in krepi medčloveške vezi. Svet na Pohorju, sproti misli. Piramida je najlepši mestni vinograd v Sloveniji in povzdigne kulturo vinogradništva. Drava je naše morje, ki privablja aktivne obiskovalce od blizu in daleč. Pohorje pljuča napolni s svežim zrakom in ponuja odmik od pogosto hektičnega vsakdana.

Maribor je prepoznan, kot najbolj simpatično mesto v Sloveniji. Odlikujejo ga gostoljubni domačini, ki so polni energije, kreativnosti in veselja do življenja. Maribor je središče širše regije (ne zgolj v slovenskem prostoru, ampak v evropskem) in generator razvoja.

Turistična vizija sledi cilju:

**MESTO, KI KREPI VESELJE DO ŽIVLJENJA.**

Turistična vizija:

**MARIBOR JE SVETOVNO PREPOZNAVNA DESTINACIJA NAJSTAREJŠE VINSKE TRTE, KI V PREPLETU MESTNEGA UTRIPA IN ZELENE NARAVE RAZVAJA Z GASTRONOMSKIMI, AKTIVNIMI IN TRAJNOSTNIMI DOŽIVETJI TER JE SREDIŠČE VRHUNSKIH KULTURNIH, ŠPORTNIH IN POSLOVNIH DOGODKOV ŠIRŠE REGIJE.**



**POZICIONIRANJE:**  
**MESTO VRHUNSKIH DOGODKOV • MESTO NAJSTAREJŠE TRTE NA SVETU**  
**MESTO VINA IN KULINARIKE • MESTO KULTURNIH ZAKLADOV**  
**MESTO ŠPORTA • TOP IZHODIŠČE ZA OUTDOOR AKTIVNOSTI**

### MESTO VRHUNSKIH DOGODKOV

**Danes:** Mednarodni in prepoznani dogodki - Zlata lisica, Festival Lent, svetovni pokal v gorskem kolesarstvu, Opera noč, gledališki, filmski, literarni, intermedijski in lutkovni festivali.

**Leta 2027:** Vrhunski dogodki ustrezajo najvišjim zahtevam: visoko kakovostni nivo izvedbe tako storite, kot programa, dogodki so motiv prihoda in za podaljšanje bivanja v destinaciji, Zero Waste dogodki.

### MESTO NAJSTAREJŠE TRTE NA SVETU

**Danes:** Unikatna Stara trta, najstarejša na svetu, vpisana v Guinnessovo knjigo rekordov. Hiša Stare trte je sedež vseh vitezov vina. Tradicija vinogradništva: muzej najstarejše trte, ena največjih in najstarejših klasičnih vinskih kleti v Evropi – Vinag, največja stara lesena preša v Sloveniji – Ramšak.

**Leta 2027:** Hiša Stare trte je stičišče vseh vinarjev sveta in navdih za vse vinogradnike. Stara trta ima najlepše domovanje - inovativen in sodoben način predstavitve. Stare trte je na seznamu svetovne naravne in kulturne dediščine – UNESCO.

### MESTO VINA IN KULINARIKE

**Danes:** Kakovostna vina in avtentična kulinarika - preplet pristnih kulinarčnih okusov tradicionalne pohorske in štajerske kulinarike, ki temelji na lokalno pridelanih sestavinah z vrhunskimi štajerskimi vini lokalnih vinarjev. Prestižne nagrade, vrhunski chefi in restavracije. Prisotnost v prestižnih kulinarčnih vodnikih: MICHELIN Slovenija, Gault & Millau Slovenija.

**Leta 2027:** Najlepše urejeni vinogradi, ki segajo v mestno jedro. Preplet urbanega in ruralnega okolja. Piramida je najlepši mestni vinograd v Sloveniji in povzdigne kulturo vinogradništva. Ponudba na visokem nivoju. Pridobitev MICHELIN Slovenija zvezdic.

### MESTO KULTURNIH ZAKLADOV

**Danes:** Vrhunska umetniška produkcija (SNG Maribor, Lutkovno gledališče Maribor, Narodni dom ...), unikatna kulturna (Sinagoga, Minoriti, Mariborska stolnica, Lent ...) in industrijska dediščina ter pomembne osebnosti.

**Leta 2027:** Maribor je mesto kulturnih zakladov, saj njegovi obiskovalci na poti vedno znova odkrivajo majhne zaklade, ki nanje naredijo vtis, krepijo veselje do življenja. Mesto, ki ponuja lahek dostop do unikatne kulturne in industrijske dediščine 365 dni v letu (razširjen delovni čas kulturnih ustanov). Vrhunska umetniška produkcija, kulturni dogodki in znamenitosti ter arhitekturni presežki (Minoriti, Piramida, Dravska promenada, Center Rotovž ...) so motiv prihoda na destinacijo.



## MESTO ŠPORTA

**Danes:** Maribor ima veliko športnih objektov za rekreativno vadbo, primernih tudi za izvedbo športnih tekmovanj in športnih priprav.

**Leta 2027:** Mesto vrhunskih športnih dogodkov (mednarodna, evropska, svetovna prvenstva), ki jih postavimo na višji nivo, mesto športnikov. Nudi pogoje za razvoj športa in športnega turizma.

## TOP IZHODIŠČE ZA OUTDOOR AKTIVNOSTI

**Danes:** Odlična lega. Neposredna bližina narave: Pohorje, Drava, vinorodni griči.

**Leta 2027:** Urejena, kakovostna in dostopna rekreacijska in doživljajska (zip line, motorična otroška igrala, ...) infrastruktura 365 dni v letu.



## 4 KVALITATIVNI IN KVANTITATIVNI CILJI

### STRATEŠKI KVALITATIVNI RAZVOJNI CILJI

RC1: **Organizirano vzpostavljen model sodelovanja med deležniki v destinaciji.** Model sodelovanja, povezovanja in trženja turistične dejavnosti ter celovite ponudbe destinacije Maribor s partnersko oblikovanimi in izvajanimi marketinškimi aktivnostmi ter komuniciranje z javnostmi. Vzpostavitev destinacijske menedžment organizacije (DMO).

RC2: **Kakovostno usposobljen kader.** Usposobljeni informatorji, ponudniki, vodniki, interpretatorji in kustosi za kakovostna doživetja narave, kulturne dediščine, gospodarskih, športnih idr. doživetij za prepoznane ciljne skupine.

RC3: **Kakovostna, trajnostna, inovativna splošna in turistična infra- in suprastruktura z lokalno istovetnostjo** – privlačna destinacija za bivanje, delo in obisk.

RC4: **Zagotavljanje zvišanja kakovosti.** Dvig kakovosti storitev na podlagi jasno določenih kriterijev/standardov. Spremljanje kakovosti. Razvoj avtentičnih in inovativnih produktov na vseh področjih.

RC5: **Merjenje učinkov turizma in evalvacija strategije.** Zbiranje kakovostnih informacij in pridobivanje analiz za podlago strateškim odločitvam na področju turizma (povprečna dnevna turistična potrošnja, raziskava turističnih tokov, ...).

RC6: **Maribor, zelena destinacija. Trajnostni razvoj turizma je osnova na kateri se gradi slovenski turizem.**

RC7: **Digitalizacija in digitalna preobrazba.** Sledenjem trendom in spodbujanje dviga digitalnih kompetenc.

RC8: **Zagotavljanje boljše časovne dostopnosti do pomembnih kulturnih, zgodovinskih in drugih vsebin in znamenitosti (muzeji, galerije, restavracije, ...).**

RC9: Spodbujanje **razvoja nišnega turizma.**



## **STRATEŠKI KVALITATIVNI TRŽENJSKI CILJI**

TC1: **Destinacija Maribor je prepoznana po vrhunskih dogodkih, kot mesto najstarejše trte na svetu, mesto vina in kulinarike, mesto kulturnih presežkov, mesto športa in top izhodišče za outdoor aktivnosti, v lokalnem, regionalnem, nacionalnem in internacionalnem okolju.**

TC2: **Mednarodno pozicionirana destinacijska blagovna znamka. Pridobivanje nagrad in nazivov.**

TC3: **Usposobljen in kreativen kader na vseh področjih trženja turizma in s turizmom povezanih dejavnosti.**

TC4: **Lokalni/regionalni vodniki, kustosi, ponudniki idr. deležniki so ambasadorji Destinacije Maribor.**

## **STRATEŠKI KVANTITATIVNI RAZVOJNI IN TRŽENJSKI CILJI**

KC1: **Do konca leta 2027 rast števila nočitev za 20% (2019: 460.498; 2027: 552.597).**

KC2: **Do leta 2027 podaljšanje dobe bivanja 3,2 dni (2019: 2,12).**

KC3: **Dvig števila nočitev v nizki sezoni za 10 % (desezonalizacija) glede na izhodiščno leto 2019. Visoka sezona je od junija do septembra.**

KC4: **Vzpostavitev 10 čarterskih linij na letališču Edvarda Rusjana Maribor do leta 2027.**

KC5: **Izvedba 10 mednarodno prepoznanih dogodkov do leta 2027 (2021: 3 mednarodni dogodki).**

KC6: **Povečanje št. nastanitvenih butičnih, zelenih kapacitet višjega kakovostnega razreda 4\* (2022: 6) ali 5\* (2022: 0). Vsaj 5 do leta 2027.**

KC7: **Povečanje št. certificiranih ponudnikov (trajnostni, okoljski, znaki za kakovost):**

- **Nastanitveni obrati – Green accommodation (2021: 6, 2027: vsaj 12)**
- **Gostinski obrati – Green cuisine (2021: 0, 2027: 3)**
- **Turistična agencija – Green travel agency (2021: 1, 2027: 1)**
- **Znamenitosti – Gree attraction (2021: 1, 2027: vsaj 2)**

KC8: **Dvig števila Zero waste prireditev (2021 – 2, 2027 – 5).**

KC9: **Minimalno 30 % direktno zaposlenih v turizmu zaključi izobraževalni program na področju digitalne preobrazbe.**

KC10: **Digitalizacija 5 turističnih produktov.**

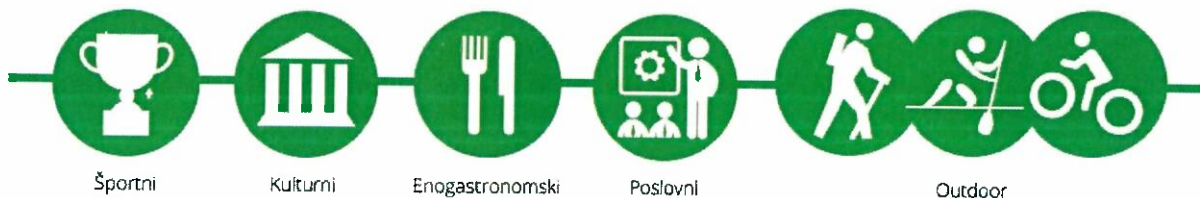
KC11: **Vsako leto pritegniti vsaj enega organizatorja večjih kulturnih ali športnih dogodkov (npr. OFEM).**



## 5 KAKO BOMO DOSEGLJI CILJE

### 5.1 Opredelitev razvoja turizma

#### NOSILNE VRSTE TURIZMA



#### SEKUNDARNE / PODPORNE VRSTE TURIZMA



Opredelili smo nosilne vrste turizma v destinaciji Maribor:

- športni turizem,
- kulturni turizem,
- enogastronomski turizem,
- poslovni turizem,
- outdoor turizem.

Nosilne vrste turizma so osrednjega pomena glede obsega prenočitev/potrošnje in vpliva na podobo/prepoznavnost destinacije kot tudi glede njihovega prihodnjega potenciala za rast.

Opredelili smo podporne vrste turizma:

- krožna potovanja (tranzit),
- turizem na podeželju,
- posebni interesi in nišni turizem<sup>1</sup> (mladinski turizem, fotografski turizem, geoturizem, lovski turizem - Bird watching, dark tourism, filmski turizem, industrijski turizem, verski turizem, apiturizem, ...).

Podporne vrste turizma imajo manjši pomen oz. obseg in manjši vpliv na podobo destinacije oz. so podpora nosilnim vrstam turizma.

<sup>1</sup> Posebni interesi in nišni turizem se nanaša na bolj specifične prakse, ki delijo in razlikujejo turiste po njihovih načinih potrošnje turizma. S prihodom vedno večjega povpraševanja po specializiranem in unikatnem turizmu so se temu primerno razvile določne niše, ki zadovoljujejo specifične potrebe potrošnikov določene vrste turizma. Potrošniki si želijo storite, ki izhajajo iz tradicij lokalnega okolja in navad lokalnih ljudi.



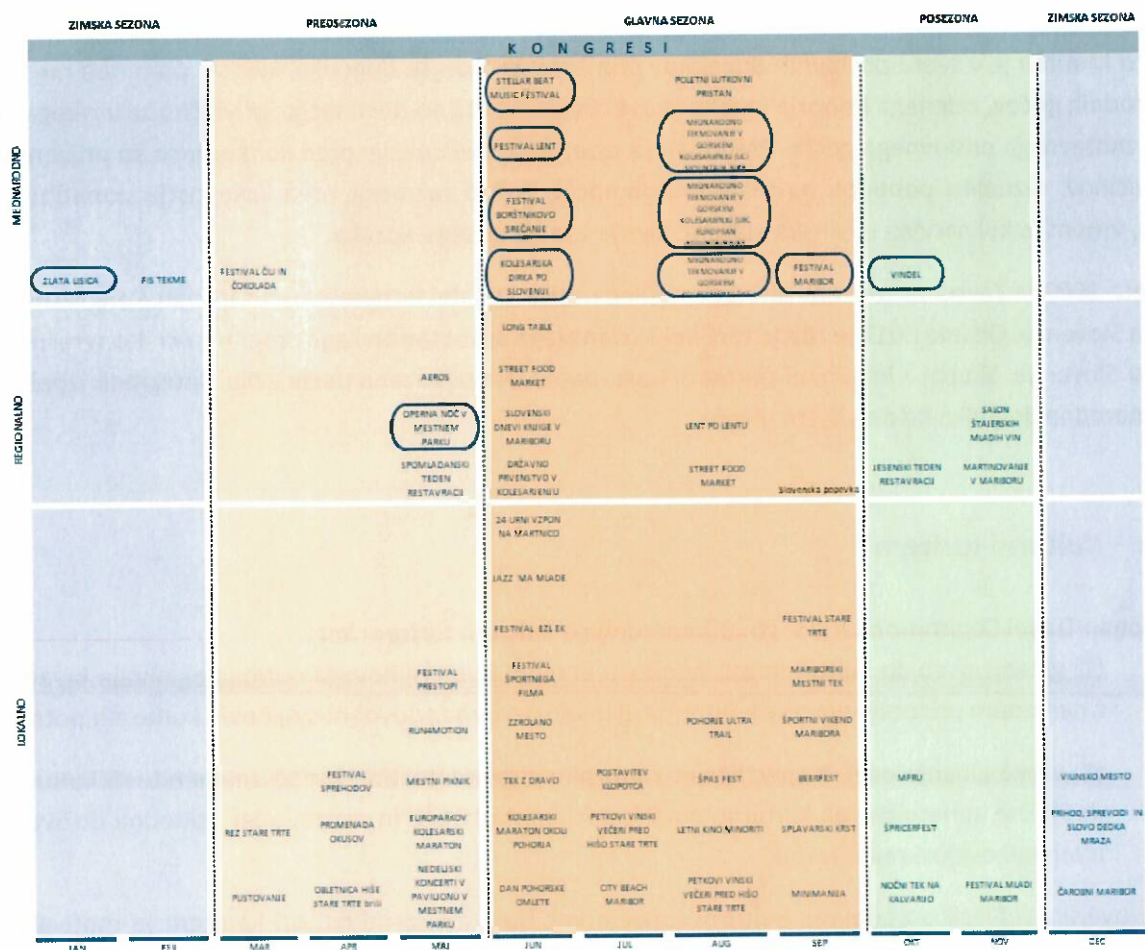
V strateškem obdobju 2022-2027 bo fokus razvoja turizma na razvoju in trženju turističnega produkta **dogodki, prireditve in festivali**. Dogodki, prireditve in festivali so pomemben produkt vseh zgoraj identificiranih vrst turizma. V destinaciji Maribor smo zaznali močan razvojni potencial. Poudarja se lokalna identiteta in avtentično doživetje destinacije.

### 5.1.1 Dogodki, prireditve in festivali

Do leta 2027 bo glavni fokus na turističnem produktu **dogodki, prireditve in festivali**. Segment zajema poslovne, športne, kulturne in gastronomske dogodke. Ključnega pomena je opredelitev dogodka, komu je dogodek namenjen. Je to mednarodni dogodek, s katerim želimo privabiti tuje goste ali je dogodek namenjen uporabnikom na slovenskem trgu.

Spodbujajo se tradicionalni dogodki (stalen urnik tradicionalnih dogodkov in prireditev), saj na takšen način lažje enakomerno razporedimo dogodke in prireditve preko celega leta, kar je vsekakor eden izmed naših glavnih ciljev.

Slika 4: Pregled dogodkov, prireditev in festivalov 2022



Vir: Povzeto po ZTM



Slika 4 prikazuje pregled dogodkov predvidenih za leto 2022. Dogodki so razporejeni glede na sezonskost in glede na ciljno publiko. Obkroženi dogodki so tisti za katere menimo, da so mednarodno prepoznani. Pomanjkanje prireditev v zimski sezoni, predsezoni (marec in april), poleti (julij).

Pri rangiranju prireditev na tri nivoje (lokalno, regionalno in mednarodno) smo ocenjevali dejansko stanje dosega prireditve. Ocena prepoznavnosti prireditve je bil ključni faktor pri določanju njihovih ravni.

Mednarodni nivo prireditve pomeni, da prireditev, dogodek oz. festival ustvarja nočitve turistov iz tujine, regionalni nivo, da ustvarja nočitve turistov iz sosednjih regij Slovenije. Rangiranje prireditve kot lokalne ne nakazuje na njeno manjšo pomembnost, ampak na pozicijo, ki jo ta zaseda v primerjavi z drugimi prireditvami v mestu na osnovi ustvarjanja nočitev. Z umestitvijo posameznih dogodkov v ta seznam smo prepoznali vrednost prireditve za image Maribora kot utripa polnega in kulturnega mesta. Mesto ima veliko enkratnih dogodkov, ki si jih želimo dvigniti na višji nivo kakovosti izvedbe.

### 5.1.2 Poslovni turizem (MICE)

Mesto Maribor je v svetu poslovnih dogodkov primerna za manjše dogodke, kjer se ponudba mesta, vinorodnih gričev, zelenega Pohorja in reke Drave zlivajo v butično destinacijo, privlačno za vsakega še tako zahtevnega poslovnega gosta. Prednosti za izbor naše destinacije pred konkurenco so prijaznost domačinov, raznolika ponudba na manjšem območju, dobro razmerje med kakovostjo ponudbe in ceno, vrhunska kulinarična in vinska kultura, kjer je vse na dosegu koraka.

Od leta 2009 je Zavod za turizem Maribor nosilec naziva Lokalni kongresni urad in član Kongresnega urada Slovenija. Od leta 2017 je zavod tudi del Slovenskega ambasadorskega programa pri Kongresnem uradu Slovenije. Skupaj z lokalnimi partnerji nastopamo kot povezana destinacija, sposobna izpeljati mednarodne dogodke na najvišjem nivoju.

### 5.1.3 Kulturni turizem

European Travel Commission (2005, str. 9.) opredeljuje kulturni turizem kot:

- (1) gibanje oseb do kulturnih znamenitosti in mest izven njihovega normalnega kraja bivanja, z namenom pridobivanja novih informacij in izkušenj za zadovoljitev njihovih kulturnih potreb;
- (2) vsako gibanje oseb k specifičnim kulturnim znamenitostim, kot so znamenitosti kulturne dediščine, umetniške ali kulturne manifestacije, predstave in razstave ter podobna doživetja izven njihovega kraja bivanja.

Ena novejših definicij opredeljuje kulturni turizem kot turistični produkt, pri katerem je motivacija turista povezana s spoznavanjem nove kulture, z udeležbo na kulturnih dogodkih in obiskom kulturnih znamenitosti z namenom doživljanja edinstvenosti in avtentičnosti kulture destinacije (Michalkó & Ratz, 2011).

Kulturni turizem ima v mestu Maribor pomembno mesto, navsezadnje je Maribor nosilec naziva **Evropska prestolnica kulture 2012** – blagovna znamka, ki jo je v turistične namene potrebno



izpostavljeni. Maribor je mesto bogate in raznolike kulturne ponudbe ter mesto kulturnih festivalov. Maribor je mesto kulturnih presežkov. Maribor je poln skrivnosti in zgodb, ki mu dajejo enkratni značaj.

Evropska potovalna komisija v *Poročilu o turizmu in kulturi v mestih* opredeljuje kulturni turizem in ločuje zunanji in notranji krog.

Notranji krog lahko razdelimo na dva dela:

- **dediščinski turizem**, ki se navezuje na dosežke preteklosti, in turizem umetnosti, ki se poleg na umetniške presežke iz različnih obdobij preteklosti navezuje na sodobno kulturno produkcijo, torej na uprizoritvene in vizualne umetnosti, sodobno arhitekturo, literaturo, glasbo ipd. (Staro mestno jedro s trgi, ulicami in stavbami, Pokrajinski muzej Maribor, Muzej narodne osvoboditve Maribor, Sinagoga in Židovski stolp, arheološko najdišče Poštela, Hiša Stare trte, Frančiškanska cerkev, ...).
- **turizem umetnosti**, ki se poleg na umetniške presežke iz različnih obdobij preteklosti navezuje na sodobno kulturno produkcijo, torej na uprizoritvene in vizualne umetnosti, sodobno arhitekturo, literaturo, glasbo ipd. (galerije: UGM, Dlum, Festič, Hest, Media Nox, Premzl; Lutkovno gledališče Maribor, Slovensko narodno gledališče Maribor, Festival Lent, idr.).

Zunanji krog predstavlja sekundarne elemente kulturnega turizma. Tudi te lahko razdelimo na dva dela:

- **življenjski slog**, ki povezuje prepričanja, običaje, kulinariko, folkloro in druge tradicije destinacije (npr. tradicija vinogradništva in splavarjenja, lokalna kulinarika in enologija, folkloro, hedonizem, mestne zgodbe, ulična umetnost z grafiti ipd.);
- **kreativne industrije**: moda, oblikovanje, film, mediji, zabava.

#### 5.1.4 Enogastronomski turizem

Maribor je vinska destinacija, slikoviti vinski griči se nahajajo v samem mestu. Na Posestvu Sončni raj, v Vodolah, obiskovalce Mariborske vinske ceste pozdravlja prva Fontana vin v Mariboru. Fontana vin ponuja vzorce vin lokalnih vinarjev. Na osnovi izvedene ankete ugotavljamo, da občani Mestne občine Maribor podpirajo vpis Stare trte na seznam svetovne naravne in kulturne dediščine – UNESCO. V letu 2020 se je vzpostavila KBZ Naše najboljše. V destinaciji se nahajajo vrhunski chefi in vrhunske restavracije. Izpostaviti je potrebno še prisotnost v prestižnih kulinarčnih vodnikih: MICHELIN Slovenija, Gault&Millau Slovenija.

#### 5.1.5 Športni turizem

**Evropsko mesto športa 2018**, mesto vrhunskih športnikov ter prostor za rekreacijo in mednarodne športne dogodke. Maribor bo leta 2023 gostil OFEM – Olimpijski festival evropske mladine. V letu 2022 bodo izvedeni testni dogodki, kot priprava na veliki dogodek. Maribor ima veliko športnih objektov za rekreativno vadbo, primernih tudi za izvedbo športnih tekmovanj in športnih priprav. Priložnosti športnega turizma so v razvoju rehabilitacijskega zdravstvenega turizma v povezavi z Inštitutom za šport.



### 5.1.6 Outdoor turizem – aktivnosti v naravi

Maribor je idealna destinacija za raziskovalce, ki iščejo sprostitev v naravi in avanturistične počitnice, kjer pohodništvo in kolesarjenje igrata pomembno vlogo.

Mesto v neposredni bližini vinorodnih gričev, Pohorja in Drave ponuja nešteto možnosti aktivnega preživljanja prostega časa v naravi: smučanje in drugi zimski športi (največji smučarski center v državi – Mariborsko Pohorje, smučanje direktno v mesto.), pohodništvo (vinorodni griči – mestni, Urban, Meranovo, Žavcarjev vrh, Pohorje, Hudičeve skale, ...), kolesarjenje (Dravska kolesarska pot, mestne kolesarske poti, kolesarske poti na Pohorju, vinorodni griči), bike park Pohorje, jahanje, športno letalstvo, skok s padalom, pustolovski park, supanje, ribolov, kopališče, splavarjenje, zipline Čebelji let - najdaljši in edini dvosmerni zipline na Štajerskem ...

### 5.1.7 Krožna potovanja in tranzit

Maribor je odlično izhodišče za raziskovanje širše regije. V poletnih mesecih je zaznati povečano število tranzitnih goste, ki jih je potrebno z ureditvijo ustreznih informacijskih tabel, signalizacije in uporabe sodobnih digitalnih orodij trženja oz. uporabo lokacijsko pogojenih mobilnih aplikacij preusmeriti iz avtoceste na stranske poti, ki vodijo do glavnih turističnih znamenitosti in turističnih ponudnikov v občini.

### 5.1.8 Razvoj turizma na podeželju

Destinacija Maribor predstavlja preplet urbanega mesta z ruralnim zaledjem (Pohorje, vinorodni griči, Kozjak). Tukaj se prepletajo pristni kulinarčni okusi tradicionalne pohorske in štajerske kulinarike, ki temelji na lokalno pridelanih sestavinah z vrhunskimi štajerskimi vini lokalnih vinarjev. Kolektivna blagovna znamka Naše najboljše združuje najboljše lokalne ponudnike storitev, izdelkov, nastanitev in doživetij za še več lokalnega povezovanja, trajnostnega turizma ter okolju in nam prijaznih doživetij. Spodbuja se samooskrba in poudarjata se pomen ter kakovost lokalno pridelane hrane.

### 5.1.9 Posebni interesi in nišni turizem

Na območju destinacije Maribor so zaznane priložnosti za razvoj nišnega turizma in sicer:

- **fotografski turizem** (Pohorje, Kozjak, mesto)
- **geološki turizem** (Pohorje, Kozjak, mesto)
- **geolov** (Pohorje, Kozjak, mesto)
- **mladinski turizem** (izobraževanje, zaposlitev, potovanja in mobilnost, združevanje potovanj z neformalnim učenjem in socializacija, prostovoljno ali mladinsko delo, osebni in strokovni razvoj, ...)
- **lovski turizem - opazovanje ptic** (Pohorje)
- **temačni turizem** (KPD, zgodbe)
- **filmski turizem** (oglas za McDonald's, snemanje libanonske kriminalne serije Al Wasm, ...)



- **industrijski turizem** (cona Melje, jez na reki Dravi v Melju)
- **apiturizem** (Pohorje, mesto)
- **verski turizem** (Pot svetega Martina, Emina romarska pot, Marijina romarska pot, Jakobova pot).



## 5.2 Trženje in promocija

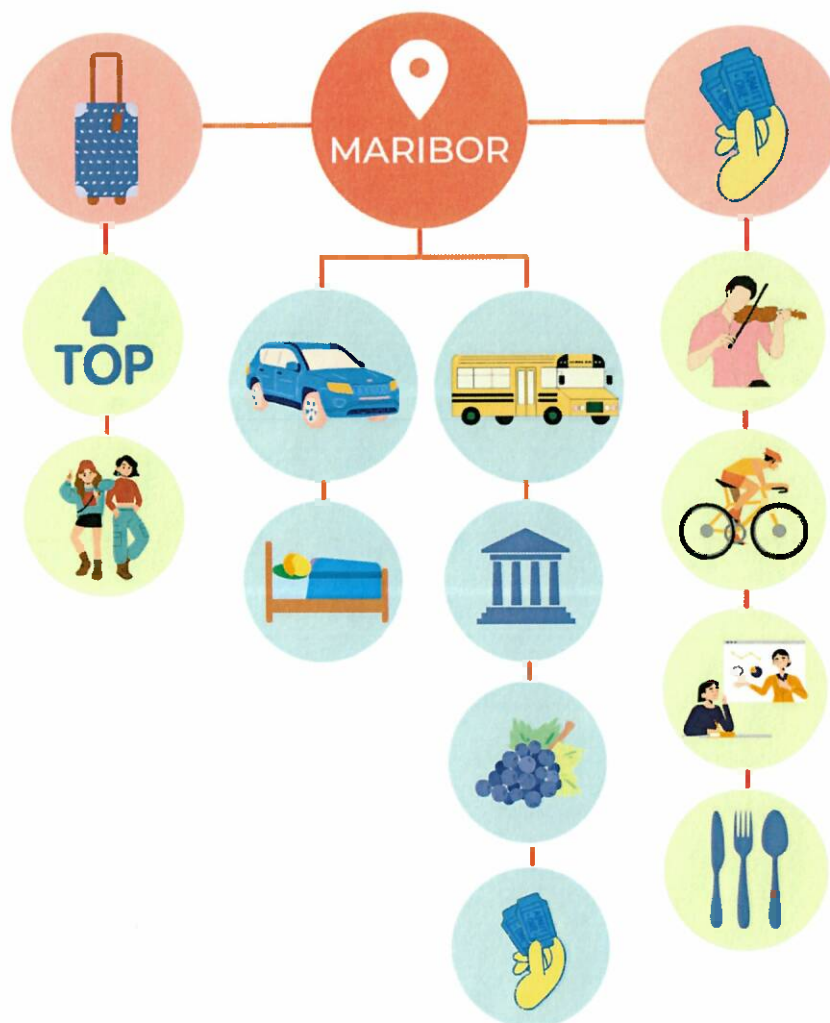
### 5.2.1 Ciljne skupine gostov – segmentiranje

V destinaciji Maribor glede *na dolžino bivanja v destinaciji* obiskovalce delimo v dve skupini in sicer:

- večdnevni gostje,
- enodnevni gostje.

Obiskovalce delimo tudi na osnovi temeljnega *motiva prihoda*:

- **ODDIH (POČITNICE, DOPUST):** doživetje kulture / zgodovine / narave, hedonizem, užitek v kulinariki in razvajanju, športne aktivnosti, rekreacija, adrenalinska doživetja, družinski mir in povezanost, aktivno preživljanje skupnega časa, druženje s prijatelji.
- **OBISK DOGODKA:** zabava in dogajanje, užitek in sprostitev v družbi, družinska mir in povezanost, doživetje kulture, športa, gastronomije.
- **IZLETNIKI:** doživetje kulture / zgodovine / narave, hedonizem, užitek v kulinariki in razvajanju.
- **TRANZIT.**





Slika prikazuje temeljne motive prihoda v Destinacijo Maribor. V rdečih krogih sta predstavljena glavna motiva prihoda večdnevni gostov: **oddih in dogodki**. Na oddih pridejo butični in zahtevni gostje, ki povprašujejo po edinstvenih doživetjih z visoko dodano vrednostjo ter manj zahtevni gostje, ki v destinaciji preživljajo dopust oz. počitnice. Kadar govorimo o dogodku, kot glavnem motivu prihoda večdnevni gostova, goste opredelimo, kot nastopajoče/izvajalce/tekmovalce, spremljevalce in gledalce/udeležence. Dogodki so lahko kulturnega, športnega, poslovnega ali gastronomskega značaja. Temeljni cilj je zadržati gosta, ki pride v destinacijo zaradi dogodka (podaljšanje povprečne dobe bivanja in povečanje dnevne potrošnje).

V turkiznih krogih so predstavljeni enodnevni gostje - tranzit in izletniki. Cilj je povečati število tranzitnih gostov, jih navdušiti in prepričati, da ostanejo v destinaciji. Govorimo tudi o dolgoročnem povezovanju z okoliškimi destinacijami in vključitvijo v velike kampanje z gospodarstvom.

Obiskovalce glede na **starost** delimo v naslednje skupine:

- **otroci** (družinski turizem)
- **mladi** (mladinski turizem)
- **seniorji** (seniorski turizem)

## 5.2.2 Ciljni trgi

- Ključni/primarni ciljni trgi: Slovenija (domač gost), Avstrija, Nemčija, Italija, Madžarska, Srbija, Hrvaška, države bivše Jugoslavije
- Potencialni ciljni trgi: Benelux, Španija, Francija, Poljska, Slovaška, Velika Britanija, Skandinavija, ZDA, ZAE, Ukrajina, Rusija, ...

## 5.2.3 Znamčenje

Destinacija Maribor se komunicira z imenom »Maribor« ter sloganom »Odkrij in doživi«. Stari most, eden od simbolov mesta Maribor, povezuje staro urbano središče s čudovito naravo, razprostrto čez griče in hribe in je simbol destinacijske znamke Maribor, ki še ni dovolj prepoznavna.

Obljublja edinstveno odkritje in odlično doživetje, s čimer so zastavljeni dobri temelji, da se ob nadaljnji komunikaciji turističnih točk, ki so edinstvene in imajo zgodovinsko in kulturno vrednost, kulinaričnih in vinskih doživetij ter aktivnega zelenega oddiha, gradi prepoznavnost Maribora.

Destinacija Maribor je močno vpeta v razvoj destinacije Pohorje, območje reke Drave in razvoj destinacije Štajerska. Skladno s pripravljeno vizijo mesta se načrtuje vzpostavitev krovne blagovne znamke mesta Maribor. Blagovna znamka mariborskega turizma se zatem ustrezno uskladi z blagovno znamko mesta in znamkama Pohorja ter Štajerske.



## 5.2.4 Trženjsko komuniciranje

Koraki v oblikovanju uspešnega komuniciranja so: **določitev ciljnega občinstva, opredelitev ciljev komuniciranja, oblikovanje sporočila, izbira komunikacijskih poti, določitev proračuna, izbira spleta orodij za trženjsko komuniciranje, merjenje rezultatov, ravnanje v zvezi s povezanim trženjskim komuniciranjem.**

### Digitalno komuniciranje:

- Spletna stran visitmaribor,
- Facebook stran (Visit Maribor),
- Instagram (Visit Maribor),
- YouTube (Visit Maribor),
- LinkedIn (Maribor Pohorje Tourist Board),
- Google search and Google display,
- Google My Business (TIC Maribor, Hiša Stare trte),
- TripAdvisor (Old Vine House),
- Slovenia Trip Planner,
- TikTOK,
- Home+,
- E-mail marketing.

### Klasično komuniciranje:

- Oglaševanje Maribora in turističnih produktov na velikih občestnih oglasnih površinah v Avstriji in Sloveniji,
- promocija na nogometnih tekmah na stadionu Ljudski vrt,
- digitalna obogatitev tiskanih promocijskih gradiv (letaki in brošure),
- TV oglaševanje na RTV SLO,
- radijsko oglaševanje ...

### Ostale aktivnosti:

- Udeležba na sejnih (večinoma v organizaciji STO: AUT, NEM, ITA, Madžarska, Češka, ...).
- Študijske ture za SLO in TUJE trge.
- Mobilna aplikacija Visit Maribor.
- Promocijski filmi in lastni tiskani promocijski material.



## 6 PRIORITETE OZ. STRATEŠKA PODROČJA RAZVOJA

Strateški dokument je razvojno naravnani in sledi načelom trajnosti, ki vključujejo gospodarski razvoj, socialni razvoj in varstvo okolja. Ključnega pomena je povečanje kakovosti bivanja in vključevanje lokalnega prebivalstva.

Za razvoj inovativnih turističnih produktov, podaljšanje dobe bivanja, povezovanje deležnikov v destinaciji, razvoj prepoznavne blagovne znamke itd., je bilo opredeljenih šest **prioritet oz. strateških področij razvoja**.

Razvoj teh področij bo vplival na turistični sektor in na povečanje kakovosti življenja lokalnega prebivalstva. Prioritetna področja so bila opredeljena v skladu z analitično fazo projekta in prispevki s strateških delavnic, pri čemer je bil cilj obravnavati tista področja, ki jih je potrebno nagraditi.

Slika 5: Prioritete oz. strateška področja razvoja





## **PRIORITETA 1: UPRAVLJANJE IN ORGANIZIRANOST DESTINACIJE (POVEZOVANJE, SINERGIJA, PARTNERSTVO)**

Strategija razvoja in trženja turistične ponudbe se nanaša na zaokroženo turistično območje turistične destinacije Maribor (območje MOM). Upravljanje in organiziranje destinacije Maribor temelji na povezovanju, sinergiji in partnerstvu ter je usklajeno s Strategijo trajnostne rasti slovenskega turizma 2022-2028, ki v enem izmed ključnih strateških ciljev opredeljuje kompetentne in učinkovite upravljske strukture. Destinacijska menedžment organizacija (DMO) predstavlja strokovno strateško telo za turizem. Ključna področja s katerimi se skupina ukvarja so: razvoj in infrastruktura, kakovost, avtentičnost in inovacije ter trženje in promocija.

Kaj želimo doseči:

- Organizirano vzpostavljen model in učinkovito izvajanje funkcij destinacijskega menedžmenta (DMO).
- Organizirano vzpostavljen model koordinacije, povezovanja, sodelovanja in komuniciranja med deležniki v destinaciji.
- Organizirano vzpostavljen poslovni model kot vir financiranja promocije in razvoja turizma po vzoru turističnih regij iz tujine.
- Izvajanje strategije ter sistematično in redno spremljanje izvajanja uresničevanja strategije (sprejemanje pravočasnih ukrepov in aktivnosti za odpravo zaostankov ali odmikov od zastavljenih ciljev).
- Spremljanje kazalnikov uspešnosti in učinkov turizma ter kakovosti turističnih storitev, produktov in zadovoljstva v destinaciji. Poudarek je na zbiranju kvalitativnih kazalnikov.
- Spodbujanje regijskega povezovanja ter medresorskega povezovanja na državnem nivoju z namenom vzpostavitve čarterskih letalskih linij na letališču Edvarda Rusjana Maribor.

Ključna področja upravljanja in organiziranja destinacije so povzeta v treh vsebinskih stebrih: razvoj in infrastruktura, kakovost, avtentičnost in inovacije (razvoj ponudbe) ter trženje in promocija. Spodnji shematski prikaz prikazuje naloge oz. aktivnosti, ki se bodo v sklopu posameznega stebra izvajale.

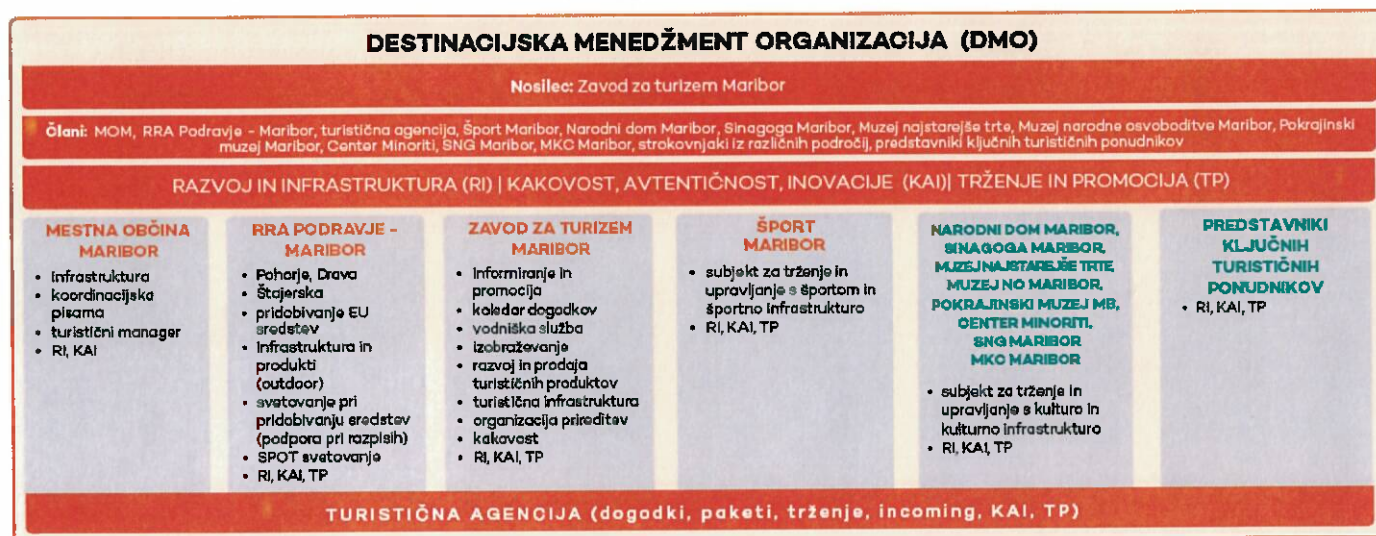




Za učinkovito upravljanje destinacijskega menedžmenta se vzpostavi destinacijska menedžment organizacija (DMO), katere nosilec je Zavod za turizem Maribor. DMO poleg ZTM sestavljajo tudi ključni partnerji iz javnega sektorja (MOM, RRA, Šport Maribor, predstavniki kulturnih institucij) in zasebnega sektorja (turistično gospodarstvo). Zaznana je potreba po vzpostavitvi *turistične agencije*, ki se bo ukvarjala s trženjem paketov, organizacijo dogodkov in privabljanjem tujih gostov.

Destinacijska menedžment organizacija bo skrbela za celovito partnerstvo za sonačrtovanje, soorganiziranje, sovođenje, soupravljanje, monitoring in evalvacijo razvoja in trženja turizma na območju destinacije Maribor.

Slika 6: Upravljanje destinacije Maribor



### UKREP 1: Učinkovito upravljanje destinacije Maribor, mreženje ter poslovni model sodelovanja

**Aktivnost 1:** Oblikovanje strokovnega strateškega telesa za turizem sestavljenega iz predstavnikov glavnih skupin turistične in s turizmom povezane ponudbe.

**Aktivnost 2:** Pravno-formalna vzpostavitev in aktivacija destinacijske menedžment organizacije (DMO).

**Aktivnost 3:** Organizacija foruma za turizem za vse ključne deležnike v destinaciji s področja kulture, športa, turističnega gospodarstva in izobraževanja. Prenos informacij in stalna promocija ter informiranje zainteresiranih javnosti o dogovorjenih ciljih, načrtih, projektih in rezultatih uresničevanja strategije.

**Aktivnost 4:** Spremljanje območij zgoščenosti turističnih tokov in coniranje po kriteriju neposredne koristi od turizma.

**Aktivnost 5:** Analiza in prenos dobrih praks iz tujine pri pripravi lastnega poslovnega modela povezovanja, upravljanja in financiranja promocije turistične destinacije. Priprava načrta priključevanja ponudnikov po fazah.



## **UKREP 2: Vzpostavitev sistemskega spremljanja uresničevanja turistične strategije**

**Aktivnost 1:** Priprava načrta monitoringa z opredeljenimi indikatorji, procesom izvajanja monitoringa in načinom obravnavanja in reševanja odklikov od zastavljenih ciljev.

**Aktivnost 2:** Izvajanje monitoringa skozi celotno strateško obdobje.

**Aktivnost 3:** Evalvacija strategije in dopolnitev dokumenta po potrebi.

## **UKREP 3: Vzpostavitev metrike ter spremljanje učinkov turizma ter kakovosti turističnih storitev**

**Aktivnost 1:** Opredelitev kvantitativnih kazalnikov in analiza spremljanja ekonomskih učinkov turizma v destinaciji (povprečna dnevna turistična potrošnja, pobrana turistična taksa, ...).

**Aktivnost 2:** Opredelitev kvalitativnih kazalnikov in analiza spremljanja kakovosti turističnih storitev v destinaciji (okoljski in družbeno-socialni učinki turizma v destinaciji, kakovost, inovativnost, avtentičnosti, zadovoljstvo, ...).



## **PRIORITETA 2: RAZVOJ KOMPETENC KADROV ZA DELO V TURIZMU**

Kompetence predstavljajo izkazan sklop znanja, veščin, sposobnosti in tudi osebnostnih lastnosti, vrednot, motivacije, samopodobe, čustev, vzorcev razmišljanja in predstavljajo ključno komponento turistične storitve. Vlaganje v izobraževanje, usposabljanje, razvoj kompetenc je nujno za konkurenčnost posameznika, podjetja, gospodarstva in destinacije.

Spremljanje svetovnih trendov in vključevanje teh vsebin v programe formalnega kot tudi neformalnega izobraževanja je nujno potrebno. Eden izmed svetovnih trendov je krepitev digitalnih tehnologij v turizmu in dvig digitalnih kompetenc v katere sodijo: spletna komunikacija in nakupovanje, podatkovna pismenost, big data in analitika, ustvarjanje spletne vsebine, podatkovna in sistemska varnost, rešitve za rezervacije in prodajo ipd.

Kaj želimo doseči:

- Kakovostno izobražen in usposobljen kader (dvig kompetenc kadrov za delo v turizmu).
- Dvig digitalnih kompetenc.
- Spodbujanje povezovanja šolstva s turističnim gospodarstvom.
- Promocija poklicev v turizmu na lokalni ravni s pomočjo ambasadorjev.
- Redna delovna srečevanja za standardizacijo partnerskega sodelovanja med ponudniki kulturnih vsebin in turističnim sektorjem.
- Zadržati usposobljen kader v destinaciji in motivirati mlade za delo v turizmu in gostinstvu.

### **UKREP 1: Promocija poklicev v gostinstvu in turizmu**

**Aktivnost 1:** Ozaveščanja in promocija (kampanja) pozitivnega vpliva turizma na poslovne priložnosti lokalnega prebivalstva in dvig kakovosti življenja.

**Aktivnost 2:** Program in aktivnosti v sodelovanju s turističnimi ponudniki (dnevi odprtih vrat turističnih ponudnikov, predstavitev turističnih produktov in ponudbe, ...).

**Aktivnost 3:** Vzpostavitev programa ambasadorjev za promocijo poklicev s področja gostinstva in turizma med mladimi.

### **UKREP 2: Dvig kompetenc vseh deležnikov na področju turističnega gospodarstva**

**Aktivnost 1:** Usposabljanje ponudnikov za dvig kakovosti turističnih storitev na osnovi smernic in kriterijev za butična, zelena, edinstvena doživetja z visoko dodano vrednostjo.

**Aktivnost 2:** Pridobivanje mehkih veščin za nadpovprečno in kakovostno izvajanje storitev na podlagi razumevanja potreb turistov – treningi, delavnice za različna področja.

**Aktivnost 3:** Izvajanje vodniške službe.

**Aktivnost 4:** Spodbujanje izobraževanj in usposabljanj za dvig kompetenc na področju digitalizacije in digitalne transformacije.



### **PRIORITETA 3: INFRASTRUKTURA**

Za dosegajočih ciljev, je potrebno razvijati osnovno oz. mestno in turistično infrastrukturo, ki predstavljata temelj in potencial za razvoj turističnih produktov in ponudbe (turistična suprastruktura). Iz vidika razvoja infrastrukture opredeljujemo tri prioriteta območja, ki jih navajamo v naložbenem načrtu: Pohorje, Drava (Lent, mesto) in vinorodni griči.

Turistična infrastruktura je del sekundarne turistična ponudbe, ki obsega (Planina in Mihalič, 2002, 156):

- *osnovno infrastrukturo* (komunalna ureditev, cestno ali drugo prometno omrežje, električna napeljava),
- *turistično infrastrukturo* (hoteli, marine, športni objekti, zabavišča) in
- *turistično suprastruktura* (turistični proizvodi in storitve).

Kaj želimo doseči:

- Obnovo in izgradnjo infrastrukture in vključitev v turistično ponudbo.
- Razvijati in vzpostaviti kakovostno turistično infrastrukturo.
- Sinergijsko povezovati ponudnike z namenom funkcionalne uporabe obstoječe infrastrukture za potrebe turizma.
- Izgraditi sodobno in privlačno javno mestno infrastrukturo, ki predstavlja mestno kuliso, ambient, kot potencial za razvoj integralnih turističnih produktov.
- Aktiviranje potencialov obstoječe in nove mestne, športe in rekreacijske infrastrukture v funkciji turizma 365 dni v letu.
- Revitalizacija mestnih urbanih vinogradov na mestnih gričih.
- Revitalizacija in obnova objektov kulturne dediščine (npr. obnova starega mestnega jedra, Lenta, Sinagoge, Čeligijevega stolpa, vzpostavitev centra Minoriti, Račjega dvora, ...).
- Revitalizacija in obnova zelenih in parkovnih površin mesta.
- Revitalizacija in obnova športnih in rekreacijskih objektov.
- Spodbujanje vlaganja zasebnega kapitala v turistično infrastrukturo (hoteli, športni objekti, ...).

#### **UKREP 1: Izgradnja in obnova javne infrastrukture s potencialom za razvoj turizma**

**Aktivnost 1:** Priprava programa vlaganj v javno infrastrukturo (s potencialom za razvoj turizma) in turistično infrastrukturo.

**Aktivnost 2:** Vzpostavitev tehnične infrastrukture za organizacijo dogodkov na prostem.

#### **UKREP 2: Pridobivanje domačih in tujih investitorjev**

**Aktivnost 1:** Pridobivanje domačih in tujih investitorjev za vlaganje v turistično infrastrukturo, spodbujanje zelenih investicij, pridobivanje mednarodnih hotelskih verig.

**Aktivnost 2:** Pomoč obstoječim in potencialnim turističnim ponudnikom (SPOT svetovanje, PONI, EN).



## **PRIORITETA 4: RAZVOJ, KAKOVOST, AVTENTIČNOST IN INOVATIVNOST TURISTIČNIH PRODUKTOV**

Turistični produkti, ki jih odlikujejo lokalni karakter, kultura naroda in avtentičnost ustvarjajo dodano vrednost. Razvijali bomo vse vrste turizma, ki so opredeljeni v tem dokumentu in s tem poskrbeli za povečanje potrošnje (podaljšanje povprečne dobe bivanja in potrošnje ter krepitev produktov z višjo dodano vrednostjo).

Kaj želimo doseči:

- Vzpostavitev smernic in kriterijev za butična, zelena, edinstvena doživetja z visoko dodano vrednostjo.
- Razvoj inovativnih in avtentičnih produktov na vseh področjih oz. vrstah turizma v skladu s smernicami in kriteriji.
- Dvig kakovosti storitev.
- Oblikovanje paketov in doživetij v povezavi z dogodki.
- Širitev butičnih edinstvenih doživetij na področje kulture in športa.
- Spodbujanje razvoja nišnega turizma.
- Zvišanje porabe/potrošnje.

### **UKREP 1: Razvoj turističnih produktov in doživetij**

**Aktivnost 1:** Vzpostavitev smernic in kriterijev za butična, zelena, edinstvena doživetja z visoko dodano vrednostjo.

**Aktivnost 2:** Spodbujanje in oblikovanje inovativnosti in kreativnosti produktov ter doživljajskih zgodb destinacije Maribor (nišni turizem).

**Aktivnost 3:** Nagrajevanje top inovativnih in kreativnih produktov (npr. tekmovanje).

**Aktivnost 4:** Razvoj vsebin za specializirana turistična vodenja (vodenje po muzejih, vodnik interpretator, kolesarski in pohodniški vodniki, Pohorje, ipd...).

### **UKREP 2: Maribor, mesto vrhunskih dogodkov**

**Aktivnost 1:** Vzpostavljen letni program destinacijskih prireditev, dogodkov in festivalov z namenom enakomerne razporeditve dogodkov preko leta.

**Aktivnosti 2:** Določitev smernic in kriterijev za organizacijo vrhunskih dogodkov, prireditev in festivalov.

**Aktivnost 3:** Revitalizacija konceptov nekaterih dogodkov za doseganje najvišjih standardov. Spremljanje izvedbe dogodkov. Zbiranje podatkov o udeležencih in strateško načrtovanje nadaljnega razvoja in promocije.

**Aktivnost 4:** Posodobitev dogodkov povezanih z vinogradniško tradicijo in jo približati mladim.



### **UKREP 3: Maribor, mesto športnih priprav in mednarodnih dogodkov | Povezovanje športa s turizmom**

**Aktivnost 1:** Priprava elaborata športnih objektov in potencialov.

**Aktivnost 2:** Oblikovanje produktov in aktivnih outdoor doživetij.

**Aktivnost 3:** Privabljanje klubov, panožnih športnih zvez in organizatorjev športnih dogodkov.

**Aktivnost 4:** Razvoj rehabilitacijskega zdravstvenega turizma v povezavi z Inštitutom za šport.

### **UKREP 4: Maribor, mesto kulturnih zakladov | Povezovanje kulturne dediščine in sodobne umetnosti s turizmom**

**Aktivnost 1:** Oblikovanje ponudbe in promoviranje mesta kot ciljne lokacije z izpostavljenostjo unikatno kulturno, zgodovinsko in industrijsko dediščino ter s kakovostnimi kulturnimi dogodki sodobne umetniške produkcije 365 dni v letu.

**Aktivnost 2:** Ureditev delovnih časov kulturnih prizorišč ob vikendih: muzeji, galerije, ...

**Aktivnost 3:** Oblikovanje turističnih produktov s poudarkom na vrhunski kulturni produkciji. Vključevanje kulturne dediščine v turistično ponudbo.

### **UKREP 5: Spodbujanje digitalnih inovativnih rešitev v turizmu.**

**Aktivnost 1:** Spodbujanje pametnih rešitev za podjetja v povezavi z nacionalno strategijo (hoteli, agencije in restavracije).

**Aktivnost 2:** Izvajanje podpore zasebnikom in javnim akterjem na področju turizma pri pridobivanju sredstev za digitalizacijo trženjskih in informacijskih aktivnosti, v povezavi z nacionalno strategijo.

**Aktivnost 3:** Spodbujanje nadaljnega razvoja digitalizacije turistične ponudbe (pametnih atrakcije, e-tiketing, VR, AR, e-vodnik).



## **PRIORITETA 5: TRŽENJE IN PROMOCIJA**

Izvajanje krovnega tržnega komuniciranja dogodkov, doživetij in produktov je ključno pri zagotavljanju dviga prepoznavnosti in obiska destinacije.

Obstoječi odmevni in potencialni novi dogodki, turistične točke, ki imajo unikatno zgodovinsko in kulturno vrednost ter butična doživetja predstavljajo potencial za komuniciranje turističnih vsebin destinacije Maribor.

Kaj želimo doseči:

- Pozicioniranje med mednarodno prepoznane destinacijske znamke.
- Slediti ciljem vizije.
- Spodbujanje in promocija mednarodno prepoznanih dogodkov.
- Povečanje potrošnje.
- Multiplikativni učinki turizma na gospodarstvo na splošno.
- Pridobivanje nagrad, certifikatov, članstvo v raznih združenjih.

### **UKREP 1: Dvig prepoznavnosti blagovne znamke turistične destinacije Maribor**

**Aktivnost 1:** Aktivno upravljanje destinacijske znamke.

**Aktivnost 2:** Priprava komunikacijskega načrta in izvedba promocijskih kampanj za dosego rasti prepoznavnosti.

**Aktivnost 3:** Skozi motivacijske aktivnosti pritegniti široko podporo ciljnih javnosti k uporabi znamke.

**Aktivnost 4:** Uskladitev blagovne znamke mariborskega turizma z blagovno znamko mesta ter znamkama Pohorje in Štajerska.

**Aktivnost 5:** Pridobivanje nagrad, certifikatov in vključevanje v združenja (Slovenia Green, Michelin star, UNESCO, Združenje zgodovinskih mest Slovenije, ...).

### **UKREP 2: Trženje in promocija turističnih produktov**

**Aktivnost 1:** Priprava letnega komunikacijskega načrta (z izvedbenim načrtom po letih – na katere trge, s katerimi produkti, do katerih ciljnih skupin in s katerimi orodji) in oblikovanje učinkovitih in atraktivnih komunikacijskih kampanj.

**Aktivnost 2:** Priprava kriterijev in seznama pomembnih dogodkov, ki se jih komunicira in prodaja.

**Aktivnost 3:** Priprava koncepta in zagona programa ambasadorjev.



## **PRIORITETA 6: TRAJNOSTNI KONCEPT RAZVOJA TURIZMA**

Trajnostni razvoj turizma je razvojna paradigma in hkrati osnova na kateri se gradi razvoj slovenskega turizma.

Kaj želimo doseči:

- Destinacija je prepoznana kot zelena, okolju in ljudem prijazna, trajnostna naravnana.
- Pridobitev destinacijskega znaka Slovenia green silver ali gold.
- Spodbujanje pridobivanja okoljskih certifikatov, vključenost ponudnikov v Zeleno shemo slovenskega turizma.
- Spodbujanje prireditve s čim manj odpadki (Zero Waste).
- Kontinuirano merjenje in monitoring CO2 emisij iz naslova turizma, v skladu z nacionalno strategijo.
- Spodbujanje mehke mobilnosti (Park and ride, kolesa, skiroji, ...).

### **UKREP 1: Celovita trajnostna usmeritev turizma v Mestni občini Maribor**

**Aktivnost 1:** Spodbujanje pridobivanja okoljskih znakov za destinacijo in posamezne ponudnike (nastanitveni obrati, gostinski obrati, turistične atrakcije in turistične agencije) in vključevanje v Zeleno shemo slovenskega turizma (Slovenia Green).

**Aktivnost 2:** Spodbujanje deležnikov, da se priključijo mreži Zero waste (nastanitveni obrati, gostinski obrati, prireditve).

**Aktivnost 3:** Spodbuditi okolju prijazno poslovanje turističnih podjetij (mehka mobilnost, okolju prijazna energija in gradnja, promoviranje lokalne ponudbe in oblikovanje programov z vključevanjem drugih ponudnikov v destinaciji).

**Aktivnost 4:** Maribor destinacija dostopna za vse (ponudba prilagojena tako fizično kot vsebinsko za osebe: z gibalnimi ovirami, s senzoričnimi ovirami, ipd.). Z namenom zagotavljanja kakovostne uporabniške izkušnje k sodelovanju povabimo tudi društvo invalidov. Dostopnost starega mestnega jedra, dostopnost za avtobuse (parkirišče).

**Aktivnost 5:** Nadaljnje spodbujanje povezovanja turizma s kmetijstvom (KBZ Naše najboljše, samooskrba, ...).



## 6.1 Naložbeni načrt

Da bi dosegli načrtane cilje, je potrebno razvijati mestno in turistično infrastrukturo, ki predstavlja temelj za nadgradnjo turističnih produktov in ponudbe. V sklopu naložbenega načrta se opredeljujejo tri prioriteta območja: Pohorje, Drava (Lent, mesto) in vinorodni griči. Skladno s conacijo se lahko razvija tudi kakšen drugi del.

### VINORODNI GRIČI

- Razvoj območja mestnih vinorodnih gričev in njihova revitalizacija.
- Umestitev turistično-kulturnega objekta v povezavi z ureditvijo arheološkega najdišča v izobraževalne in turistične namene na Piramidi in obnova kapelice sv. Marije.
- Vzpostavitev dostopa na vrh Piramide (vzpenjača).
- Ureditev rekreacijske (kolesarske in peš) in izobraževalne poti v zalednem delu in postavitve informativno-turistične infrastrukture.
- Prenova mestnega parka in območja Treh ribnikov.
- Revitalizacija objekta Račji dvor v funkcionalen objekt za razvoj kulturnih, naravovarstvenih, enoloških in mestotvornih vsebin.
- Ureditev razglednega platoja na Urbanu.

### DRAVA, LENT, MESTO

- Celotna prenova Lenta - ureditev Dravske promenade z aktivacijskimi točkami.
- Ureditev in prenova Hiše Stare trte.
- Ureditev javnega potniškega in turističnega prometa na Dravi.
- Prenova mestnih trgov, ulic in stavb. Umestitev TIC-a.
- Center Rotovž z mestnim artkinom.
- Minoriti z Vojašniškim trgov, Muzej najstarejše trte.
- Obnova in gradnja športnih objektov (ogrevalne atletske dvorane v športnem parku Tabor, Langerjeve vile na območju športnega kompleksa Ljudski vrt, tribune za nogomet v športnem parku Tabor, obnova kopališča Mariborski otok).
- Ureditev Stražunskega gozda.
- Gradnja sklenjenih kolesarskih poti med vsemi MČ in KS.
- Privabljanje investitorjev za gradnjo 4\* in 5\* hotelov, konferenčnih dvaran.
- Izgradnja in ureditev Dravske kolesarske poti.
- Izgradnja in ureditev kolesarske poti Eurovelo 9.

### POHORJE

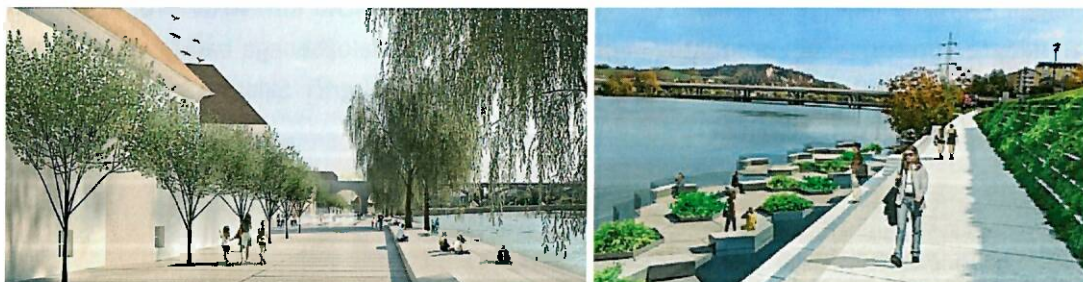
- Celovita ureditev območja ob zgornji postaji vzpenjače.
- Celovita ureditev območja ob vznožju Pohorja.
- Izgradnja infrastrukture za boljšo dostopnost do in iz Pohorja.
- Posodobitev in nadgradnja infrastrukture za smučišče in bike park.
- Obnova objektov kulturne dediščine.
- Upravljanje z nesnovno dediščino.
- Upravljanje s prostorom.

### URBANI VINORODNI GRIČI – PROJEKT REVITALIZACIJE

Maribor je prepoznan po svoji vinogradniški tradiciji. Zaradi vseh zgodovinskih okoliščin in primerne klime, so vinogradi ostali del mesta in so kot takšni atraktivna lokacija za prebivalce in turiste predvsem na območju Piramide in Kalvarije, ki ju povezuje Mestni park s Tremi ribniki. Območje ne predstavlja klasične kmetijske obdelovalne površine, ampak je mestotvorna kulturna in specifično kmetijska površina (arheološka in obdelovalna). Piramida Mariborčanom in Mariborčankam predstavlja močan simbol Maribora in predstavlja eno pomembnejših točk identitete mesta. Mestna občina Maribor želi v okviru celotne revitalizacije zgodovinskega mestnega jedra v povezavi z zelenimi mestnimi griči in čudovitimi razgledi na Piramidi, Mestnem vrhu in Kalvariji z urbanimi mestnimi vinogradi, rekreacijskimi površinami in visokokakovostno gastronomsko ponudbo ustvariti kulturno, historično in turistično območje, katerega bogatost in privlačnost bo temeljila na zgodovinsko jasno izraženi identiteti mesta in regije.



## UREDITEV NABREŽJA DRAVE – ZNAMENITEGA MARIBORSKEGA LENTA IN DRAVSKE PROMENADE



Namen ureditve nabrežij Drave je vzpostavitev Dravskega rekreacijskega obroča, zagotoviti in ponuditi prebivalcem mesta v razširjenemu mestnem središču in turistom uživanje skupnih odprtih prostorov z visoko zgodovinsko vrednostjo in izjemnimi naravnimi danostmi. Cilj projekta je torej oblikovanje prostorov, ki bodo ta obrečni prostor okrepili kot osrednji prostor mesta, oblikovali urbano hrbtenico mesta – urbano os (v obliki obroča gibanja, obroča sprehajanja, kolesarjenja, roljanja itd.), ki v novih razvojnih ciljih Mestne občine Maribor predstavlja ključni moment, strnjevanja grajenega okolja in povezovanje z reko ločenih mestnih predelov ter vključevanja neposrednega naravnega okolja.

Namen ureditve plovnosti na reki Dravi v Mariboru je vzpostavitev vseh upravnih ter tehničnih ureditev, ki bodo omogočale javni potniški promet na ožjem območju mesta Maribor ter ureditev prehodov elektrarn in jezov za potrebe turističnih in rekreativnih uporabnikov reke Drave.

Umestitve novega kulturnega središča Minoriti (= samostan, cerkev, zunanji avditorij, Sodni stolp, 3 babe ...) z ambientalnimi prizorišči, arheološko razstavo, raznovrstno kulturno ponudbo, umetniško produkcijo, muzejsko razstavo, restavracijo, skupnostnimi dogodki.

### POHORJE

Pohorje je priljubljena izletniška točka domačinov in obiskovalcev. Naš cilj je razširiti ponudbo na različnih področjih ter urediti območje od vznožja Pohorja do vrha Pohorja in ob zgornji postaji vzpenjače. Izboljšati želimo dostopnost do in iz Pohorja, posodobiti in nadgraditi infrastrukturo za smučarje, bike park ter urediti območje za športno-rekreacijske površine in sprostitev. Vzpostavljeno je Partnerstvo za Pohorje, cilj katerega je **povezovanje v skupno destinacijo Pohorje** ter razvoj potrebne infrastrukture za razvoj turizma, varovanje narave ter dvig kakovosti življenja prebivalcem.



## 6.2 Proračun in financiranje

Turizem v Mestni občini Maribor se financira iz sredstev občinskega in državnega proračuna, EU skladov, z donacijami in sponzorstvi ter turističnega gospodarstva.

### 1) **Financiranje Mestne občine Maribor skladno z odloki**

#### 2) **Turistična taksa**

Sistemeski vir financiranja turizma v Mestni občini Maribor je turistična taksa, ki so jo dolžni zaračunavati turistični ponudniki in vplačevati na račun Mestne občine Maribor. Višina turistične takse je opredeljena z Odlokom o turistični in promocijski taksi v Mestni občini Maribor (MUV št. 15/18, 7/19).

Pobrana turistična taksa za Mestno občino Maribor (vir: [www.ttaksa.si](http://www.ttaksa.si)):

- 2019: 640.849,80 EUR
- 2020: 247.806,57 EUR

#### 3) **Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo in Slovenska turistična organizacija**

Financiranje v skladu z nacionalno strategijo.

#### 4) **Mednarodni, Evropski razpisi**

Sodelovanje na mednarodnih razpisih (EU) s ciljem pridobivanja sredstev za sofinanciranje razvojnih projektov turizma v destinaciji.

#### 5) **Sponzorstva in donacije**

Iskanje in sodelovanje s sponzorji in donatorji.

#### 6) **Tržni prihodki**

ZTM izvaja tržno dejavnost skladno z odlokom o ustanovitvi.

#### 7) **Model financiranja deležnikov s priključevanjem po fazah**

Vzpostavitev poslovnega modela sodelovanja in povezovanja gospodarstva po vzoru turističnih regij iz tujine predstavlja nov vir financiranja za promocijo turizma s strani gospodarskih subjektov ter je usklajeno s Strategijo trajnostne rasti slovenskega turizma 2022-2028, ki opredeljuje uvedbo prispevka namenjenega spodbujanju razvoja turizma in turistične infrastrukture, ki ga prispevajo turistične in s turizmom povezane organizacije. Analiza in prenos dobrih praks iz tujine pri pripravi lastnega poslovnega modela povezovanja, upravljanja in financiranja promocije turistične destinacije. Priprava načrta priključevanja ponudnikov po fazah.



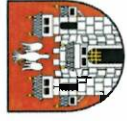
## 7 PRILOGE

### PRILOGA 1: AKCIJSKI NAČRT

Akcijski načrt vključuje aktivnosti, nosilce in partnerje posameznih aktivnosti ter časovno opredelitev izvajanja aktivnosti po šestih strateških področjih razvoja:

1. Upravljanje in organiziranost destinacije (povezovanje, sinergija, partnerstvo)
2. Razvoj kompetenc kadrov za delov v turizmu
3. Infrastruktura
4. Razvoj, kakovost, avtentičnost in inovativnost turističnih produktov
5. Trženje in promocija
6. Trajnostni koncept razvoja turizma

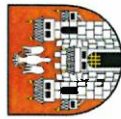
Ocena stroškov in viri financiranja se opredelijo s pripravo letnih načrtov izvajanja aktivnosti.



**PRIORITETA 1: UPRAVLJANJE IN ORGANIZIRANOST DESTINACIJE (POVEZOVANJE, SINERGIJA, PARTNERSTVO)**

PRIORITETA 1 UKREP 1	Učinkovito upravljanje destinacije Maribor, mreženje ter poslovni model sodelovanja																								
	Leto	2022				2023				2024				2025				2026				2027			
		Kvartal	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3
<b>Aktivnost 1</b>	Oblikovanje strokovnega strateškega telesa za turizem sestavljenega iz predstavnikov zasebnih in javnih turističnih ponudnikov v destinaciji.																								
<b>NOSILEC</b>	ZTM v sodelovanju z MOM	Ni opredeljeno.																							
<b>PARTNERJI</b>	RRA Podravje - Maribor, Šport Maribor, turistična agencija, predstavniki ključnih turističnih ponudnikov, subjekt za trženje in upravljanje s kulturo in kulturno infrastrukturo.	Ni opredeljeno.																							
<b>KAZALNIKI</b>	Sprejet sklep župana o delovanju strokovnega strateškega telesa za turizem.																								

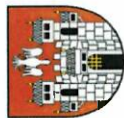
PRIORITETA 1 UKREP 1	Učinkovito upravljanje destinacije Maribor, mreženje ter poslovni model sodelovanja																								
	Leto	2022				2023				2024				2025				2026				2027			
		Kvartal	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3
<b>Aktivnost 2</b>	Pravno-formalna vzpostavitev in aktivacija destinacijske menedžment organizacije (DMO).																								
<b>NOSILEC</b>	Nosilec je ZTM.	Ni opredeljeno.																							
<b>PARTNERJI</b>	/	<ul style="list-style-type: none"> <li>Prvo leto ZTM-MOM.</li> <li>V skladu z novo Strategijo trajnostne rasti slovenskega turizma 2022 – 2028.</li> <li>Participativni model financiranja deležnikov, vključenih v DMO.</li> </ul>																							
<b>KAZALNIKI</b>	Pravna ureditev statusa ZTM v vlogi DMO - sklep župana.																								



	Pripravljen načrt za delovanje DMO (finančno in kadrovsko).
--	---

PRIORITETA 1 UKREP 1	Leto Kvartal	2022				2023				2024				2025				2026				2027							
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
<b>Aktivnost 3</b>	Organizacija foruma za turizem za vse ključne deležnike v destinaciji s področja kulture, športa, turističnega gospodarstva in izobraževanja. Prenos informacij in stalna promocija ter informiranje zainteresiranih javnosti o dogovorjenih ciljih, načrtih, projektih in rezultatih uresničevanja strategije.																												
<b>NOSILEC</b>	ZTM	Ni opredeljeno.																											
<b>PARTNERJI</b>	RRA Podravje - Maribor, MOM	Organizacija prvega dogodka ZTM-MOM.																											
<b>KAZALNIKI</b>	Število izvedenih forumov	OPOMBE: 2022 (1x) – poglobljena predstavitev strategije ; 2x na leto naprej (feb/mar, okt/nov)																											

PRIORITETA 1 UKREP 1	Leto Kvartal	2022				2023				2024				2025				2026				2027							
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
<b>Aktivnost 4</b>	Spremljanje območij zgoščenosti turističnih tokov in coniranje po kriteriju neposredne koristi od turizma.																												
<b>NOSILEC</b>	ZTM	Do 3.000 EUR za prvo leto 2022, za naslednja leta po planu.																											
<b>PARTNERJI</b>	RRA Podravje - Maribor	ZTM-MOM, RRA Podravje - Maribor (MOM)																											
<b>KAZALNIKI</b>	Izdelan model in načrt spremljanja zgoščenosti turističnih tokov in coniranje.	OPOMBE: Do konca leta 2022 (model spremljanja in kriteriji). 2023 -> izvajanje.																											



PRIORITETA 1 UKREP 1	Leto Kvartal	2022				2023				2024				2025				2026				2027			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
<b>Aktivnost 5</b>	Analiza in prenos dobrih praks iz tujine pri pripravi lastnega poslovnega modela povezovanja, upravljanja in financiranja promocije turistične destinacije. Priprava načrta priključevanja ponudnikov po fazah.																								
<b>NOSILEC</b>	ZTM in RRA Podravje - Maribor	Ni opredeljeno.																							
<b>PARTNERJI</b>	/	V skladu z novo Strategijo trajnostne rasti slovenskega turizma 2022 – 2028. Participacija deležnikov.																							
<b>KAZALNIKI</b>	Vzpostavljen model z načrtom priključevanja ponudnikov po fazah	/																							



Vzpostavitev sistemskega spremljanja uresničevanja turistične strategije																									
PRIORITETA 1 UKREP 2	Leto	2022				2023				2024				2025				2026				2027			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
<b>Aktivnost 1</b>	Priprava načrta monitoringa z opredeljenimi indikatorji, procesom izvajanja monitoringa in načinom obravnavanja in reševanja odmikov od zastavljenih ciljev.																								
<b>NOSILEC</b>	ZTM																								
<b>PARTNERJI</b>	V sodelovanju z RRA Podravje - Maribor in partnerji v DMO																								
<b>KAZALNIKI</b>	Pripravljen načrt monitoringa																								
		OCENA STROŠKOV Ni opredeljeno.																							
		VIRI FINANCIRANJA ZTM-MOM																							

Vzpostavitev sistemskega spremljanja uresničevanja turistične strategije																									
PRIORITETA 1 UKREP 2	Leto	2022				2023				2024				2025				2026				2027			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
<b>Aktivnost 2</b>	Izvajanje monitoringa skozi celotno strateško obdobje.																								
<b>NOSILEC</b>	ZTM																								
<b>PARTNERJI</b>	V sodelovanju z RRA Podravje - Maribor in partnerji v DMO																								
<b>KAZALNIKI</b>	Izdelano letno poročilo o izvajanju strategije																								
		OCENA STROŠKOV Ni opredeljeno.																							
		VIRI FINANCIRANJA ZTM-MOM																							

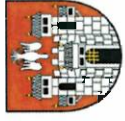


PRIORITETA 1 UKREP 2	Leto	2022				2023				2024				2025				2026				2027			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Aktivnost 3	Evalvacija strategije in dopolnitev dokumenta po potrebi.																								
NOSILEC	ZTM																								
PARTNERJI	V sodelovanju z RRA Podravje - Maribor in partnerji v DMO																								
KAZALNIKI	Pripravljen dokument evalvacija strategije																								
		OCENA STROŠKOV																Ni opredeljeno.							
		VIRI FINANCIRANJA																ZTM-MOM							









PRIORITETA 2 UKREP 2	Leto	2022				2023				2024				2025				2026				2027			
		Kvartal				1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
<b>Aktivnost 2</b>	Pridobivanje mehkih veščin za nadpovprečno in kakovostno izvajanje storitev na podlagi razumevanja potreb turistov – treningi, delavnice za različna področja.																								
<b>NOSILEC</b>	ZTM	Ni opredeljeno.																							
<b>PARTNERJI</b>	Povezovanje z izobraževalnimi institucijami	ZTM-MOM in javni razpisi Participacija deležnikov																							
<b>KAZALNIKI</b>	Št. izvedenih usposabljanj, dvig kakovosti izvajanja storitev	OPOMBE: Časovna opredelitev - Odvisno od razpisa.																							

PRIORITETA 2 UKREP 2	Leto	2022				2023				2024				2025				2026				2027			
		Kvartal				1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
<b>Aktivnost 3</b>	Izvajanje vodniške službe.																								
<b>NOSILEC</b>	ZTM	Do 10.000 EUR																							
<b>PARTNERJI</b>	Izobraževalne ustanove	ZTM-MOM, javni razpisi																							
<b>KAZALNIKI</b>	Število novih in aktivnih vodnikov																								







PRIORITETA 3 UKREP 2		Pridobivanje domačih in tujih investitorjev																	
		Leto		2022		2023		2024		2025		2026		2027					
Aktivnost 1		Kvartal		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pridobivanje domačih in tujih investitorjev za vlaganje v turistično infrastrukturo, spodbujanje zelenih investicij, pridobivanje mednarodnih hotelskih verig.																			
NOSILEC	MOM, RRA Podravje - Maribor			Ni opredeljeno.															
PARTNERJI	SPIRIT			Sredstva investitorjev, javni razpisi, proračun															
KAZALNIKI	Število pridobljenih domačih in tujih investitorjev																		
PRIORITETA 3 UKREP 2		Leto		2022		2023		2024		2025		2026		2027					
Aktivnost 2		Kvartal		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pomoč obstoječim in potencialnim turističnim ponudnikom (SPOT svetovanje, PONI, EN).																			
NOSILEC	MOM, RRA Podravje - Maribor			Ni opredeljeno.															
PARTNERJI	/			Sredstva investitorjev, javni razpisi,															
KAZALNIKI	Št. oseb, ki smo jim svetovali																		

**PRIORITETA 4: RAZVOJ, KAKOVOST, AVTENTIČNOST IN INOVATIVNOST TURISTIČNIH PRODUKTOV**

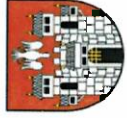
PRIORITETA 4 UKREP 1	Razvoj turističnih produktov in doživetij																								
	Leto	2022				2023				2024				2025				2026				2027			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
<b>Aktivnost 1</b>	Vzpostavitev smernic in kriterijev za butična, zelena, edinstvena doživetja z visoko dodano vrednostjo.																								
<b>NOSILEC</b>	OCENA STROŠKOV Ni opredeljeno.																								
<b>PARTNERJI</b>	PARTNERJI DMO ZTM-MOM																								
<b>KAZALNIKI</b>	Izdelane smernice/priporočila za lokalne ponudnike																								
PRIORITETA 4 UKREP 1	Leto	2022				2023				2024				2025				2026				2027			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
	<b>Aktivnost 2</b>	Spodbujanje in oblikovanje inovativnosti in kreativnosti produktov ter doživljajskih zgodb destinacije Maribor (nišni turizem).																							
<b>NOSILEC</b>	OCENA STROŠKOV Ni opredeljeno.																								
<b>PARTNERJI</b>	TURISTIČNO GOSPODARSTVO 2022: ZTM-MOM																								
<b>KAZALNIKI</b>	Št. inovativnih / kreativnih produktov																								
Opombe: 2022 – izvedba delavnic; 2023 – priprava doživetja																									



PRIORITETA 4 UKREP 1	Leto	2022				2023				2024				2025				2026				2027			
		Kvartal				Kvartal				Kvartal				Kvartal				Kvartal				Kvartal			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Aktivnost 3	Nagrajevanje top inovativnih in kreativnih produktov (npr. tekmovanje).																								
NOSILEC	ZTM	10.000 EUR letno																							
PARTNERJI	Turistično gospodarstvo, STO	OCENA STROŠKOV																							
KAZALNIKI	Nagrajeni inovativni / kreativni produkti	VIRI FINANCIRANJA																							
		ZTM-MOM, razpisi STO																							

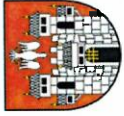
PRIORITETA 4 UKREP 1	Leto	2022				2023				2024				2025				2026				2027			
		Kvartal				Kvartal				Kvartal				Kvartal				Kvartal				Kvartal			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Aktivnost 4	Razvoj vsebin za specializirana turistična vodenja (vodenje po muzejih, vodnik interpretator, kolesarski in pohodniški vodniki, Pohorje, ipd...).																								
NOSILEC	ZTM in RRA Podravje - Maribor	10.000 EUR vsako leto.																							
PARTNERJI	/	OCENA STROŠKOV																							
KAZALNIKI	Št. izobraženi specializiranih turističnih vodnikov	VIRI FINANCIRANJA																							
		Opombe: 2022																							
		Razpisi (STO, LAS), ZTM-MOM																							





Maribor, mesto vrhunskih dogodkov																									
PRIORITETA 4 UKREP 2	Leto	2022				2023				2024				2025				2026				2027			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
<b>Aktivnost 1</b>	Vzpostaviti letni program destinacijskih prireditev, dogodkov in festivalov z namenom enakomerne razporeditve dogodkov preko leta.																								
<b>NOSILEC</b>	ZTM	Ni opredeljeno.																							
<b>PARTNERJI</b>	Čiani DMO	Ni opredeljeno.																							
<b>KAZALNIKI</b>	Letni program prireditev, dogodkov in festivalov v destinaciji Maribor	Opombe: 2022 za 2023, .... Se pripravlja program																							

Maribor, mesto vrhunskih dogodkov																									
PRIORITETA 4 UKREP 2	Leto	2022				2023				2024				2025				2026				2027			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
<b>Aktivnost 2</b>	Določitev smernic, kriterijev in promocijskega gradiva za organizacijo vrhunskih dogodkov, prireditev in festivalov.																								
<b>NOSILEC</b>	MOM	Ni opredeljeno.																							
<b>PARTNERJI</b>	V sodelovanju z DMO	Ni opredeljeno.																							
<b>KAZALNIKI</b>	Pripravljene smernice, promocijsko gradivo	Opombe: 2023																							

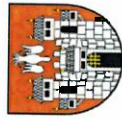


PRIORITETA 4 UKREP 2	Leto	2022				2023				2024				2025				2026				2027											
		Kvartal				Kvartal				Kvartal				Kvartal				Kvartal				Kvartal											
Aktivnost 3	Novelacija odloka o rabi javnih površin.																																
NOSILEC	MOM	Ni opredeljeno.																															
PARTNERJI	V sodelovanju z DMO	Ni opredeljeno.																															
KAZALNIKI	Noveliran odlok	Opombe: 2022																															

PRIORITETA 4 UKREP 2	Leto	2022				2023				2024				2025				2026				2027											
		Kvartal				Kvartal				Kvartal				Kvartal				Kvartal				Kvartal											
Aktivnost 4	Revitalizacija konceptov nekaterih dogodkov za doseganje najvišjih standardov.																																
NOSILEC	Nosilci obstoječih večjih dogodkov (npr. Festival Lent, Martinovanje, Operna noč, ...)	Ni opredeljeno.																															
PARTNERJI	/	Ni opredeljeno.																															
KAZALNIKI	Št. revitaliziranih dogodkov, št. udeležencev, višja dodana vrednost	Ni opredeljeno.																															



PRIORITETA 4 UKREP 2	Leto	2022				2023				2024				2025				2026				2027			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Aktivnost 5	Posodobitev dogodkov povezanih z vinogradniško tradicijo (najstarejša trta, urbani vinogradi, ...).																								
	ZTM v sodelovanju z MOM																								
NOSILEC		Ni opredeljeno																							
PARTNERJI	vinogradniki, društvo vinogradnikov Maribor, Muzej najstarejše trte, ...	OCENA STROŠKOV																							
		VIRI FINANCIRANJA																							
KAZALNIKI		MOM, ZTM-MOM																							
	Število obiskovalcev na prireditvah, število vključenih mladih na prireditvah, število dogodkov, dosežena medijska publiciteta, dvig prihodkov ponudnikov, ki so vključeni																								



PRIORITETA 4 UKREP 3	Maribor, mesto športa in mednarodnih dogodkov   Povezovanje športa s turizmom																								
	Leto	2022				2023				2024				2025				2026				2027			
		Kvartal	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3
<b>Aktivnost 1</b>	Izdelava smernic in promocijskega gradiva za organizatorje športnih dogodkov.																								
<b>NOSILEC</b>	ZTM	Ni opredeljeno.																							
<b>PARTNERJI</b>	MOM, Šport Maribor, člani DMO	Ni opredeljeno.																							
<b>KAZALNIKI</b>	Novelirano promocijsko gradivo																								
<b>Aktivnost 2</b>	Oblikovanje tematskih produktov in aktivnih outdoor doživetij.																								
<b>NOSILEC</b>	ZTM, RRA Podravje - Maribor, Šport Maribor	Ni opredeljeno.																							
<b>PARTNERJI</b>	DMO	Ni opredeljeno.																							
<b>KAZALNIKI</b>	Št. produktov in doživetij, vsaj 1 edinstveno športno/outdoor doživetje																								



PRIORITETA 4 UKREP 3	Leto Kvartal	2022				2023				2024				2025				2026				2027						
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4			
		Privabljanje klubov, panožnih športnih zvez in organizatorjev športnih dogodkov.																										
NOSILEC	Šport Maribor	Ni opredeljeno.																										
PARTNERJI	Člani DMO	Ni opredeljeno.																										
KAZALNIKI	Število dogodkov																											
		OCENA STROŠKOV																										
		VIRI FINANCIRANJA																										

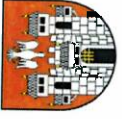
PRIORITETA 4 UKREP 3	Leto Kvartal	2022				2023				2024				2025				2026				2027							
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
		Aktivnost 4	Oblikovanje programa za razvoj rehabilitacijskega zdravstvenega turizma v povezavi z Inštitutom za šport.																										
NOSILEC	Šport Maribor	Ni opredeljeno.																											
PARTNERJI	Člani DMO	Ni opredeljeno.																											
KAZALNIKI	Oblikovan program in promocijske aktivnosti																												
		OCENA STROŠKOV																											
		VIRI FINANCIRANJA																											



Maribor, mesto kulturnih zakladov   Povezovanje kulturne dediščine s turizmom																																									
PRIORITETA 4 UKREP 4	Aktivnost 1	NOSILEC	PARTNERJI	KAZALNIKI	Leto	2022				2023				2024				2025				2026				2027															
						1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4												
	Oblikovanje ponudbe in promocija mesta kot ciljne lokacije z izpostavljenimi unikatno kulturno, zgodovinsko in industrijsko dediščino 365 dni v letu.	ZTM, Urad za kulturo MOM	V sodelovanju s partnerji DMO s področja kulture	Št. obiskovalcev, 5* produkt,																																					
		OCENA STROŠKOV				Ni opredeljeno.																																			
		VIRI FINANCIRANJA				Ni opredeljeno.																																			
						Opombe: 2022 -> celotno obdobje																																			

Maribor, mesto kulturnih zakladov   Povezovanje kulturne dediščine s turizmom																																									
PRIORITETA 4 UKREP 4	Aktivnost 2	NOSILEC	PARTNERJI	KAZALNIKI	Leto	2022				2023				2024				2025				2026				2027															
						1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4												
	Prilagoditev delovnih časov kulturnih ustanov turističnega povpraševanja: muzeji, galerije, ...	MOM in ponudniki s področja kulture	V sodelovanju s partnerji DMO s področja kulture	Št. odprtih ustanov med vikendi in v nizki sezoni																																					
		OCENA STROŠKOV				Ni opredeljeno.																																			
		VIRI FINANCIRANJA				Ni opredeljeno.																																			
						Opombe: 2023																																			





PRIORITETA 4 UKREP 5	Leto		2022				2023				2024				2025				2026				2027			
	Kvartal		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
<b>Aktivnost 3</b>	Spodbujanje nadaljnega razvoja digitalizacije turistične ponudbe (pametnih atrakcije, e-ticketing, VR, AR, e-vodnik).																									
<b>NOSILEC</b>	ZTM																									
<b>PARTNERJI</b>	/																									
<b>KAZALNIKI</b>	Št. digitaliziranih produktov																									
			OCENA STROŠKOV Ni opredeljeno.																							
			VIRI FINANCIRANJA Javni razpisi																							





PRIORITETA 5 UKREP 1	Leto	2022				2023				2024				2025				2026				2027											
		Kvartal				Kvartal				Kvartal				Kvartal				Kvartal				Kvartal											
Aktivnost 3	Skozi motivacijske aktivnosti pritegniti široko podporo ciljnih javnosti k uporabi znamke.																																
NOSILEC	ZTM	Ni opredeljeno.																															
PARTNERJI	DMO	ZTM-MOM																															
KAZALNIKI	Št. ponudnikov, ki vključijo logotip na svojo spletno stran, dvig prepoznavnosti																																

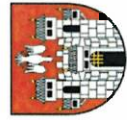
PRIORITETA 5 UKREP 1	Leto	2022				2023				2024				2025				2026				2027											
		Kvartal				Kvartal				Kvartal				Kvartal				Kvartal				Kvartal											
Aktivnost 4	Uskladitev blagovne znamke mariborskega turizma z blagovno znamko mesta in znamenja Pohorja ter Štajerske.																																
NOSILEC	MOM, ZTM, RRA Podravje - Maribor	Ni opredeljeno																															
PARTNERJI	/	Ni opredeljeno.																															
KAZALNIKI	Usklajena blagovna znamka																																

PRIORITETA 5 UKREP 1	Leto	2022				2023				2024				2025				2026				2027											
		Kvartal				Kvartal				Kvartal				Kvartal				Kvartal				Kvartal											
Aktivnost 5	Pridobivanje nagrad, certifikatov in vključevanje v združenja (Slovenia Green, Michelin star, UNESCO, Združenje zgodovinskih mest Slovenije, ...).																																
NOSILEC	MOM, ZTM, RRA, in partnerji DMMO	Ni opredeljeno																															
PARTNERJI	/	Ni opredeljeno.																															
KAZALNIKI	Usklajena blagovna znamka																																





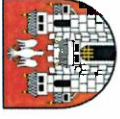
PRIORITETA 5 UKREP 2	Leto	2022				2023				2024				2025				2026				2027															
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4												
Aktivnost 3	Priprava koncepta in zagona programa ambasadorjev.																																				
NOSILEC	ZTM	Ni opredeljeno																																			
PARTNERJI		OCENA STROŠKOV												VIRI FINANCIRANJA												ZTM-MOM, razpisi											
KAZALNIKI		Opombe: 2022 – načrt; 2023 – izvedba																																			



**PRIORITETA 6: TRAJNOSTNI KONCEPT RAZVOJA TURIZMA**

PRIORITETA 6 UKREP 1	Dvig prepoznavnosti blagovne znamke turistične destinacije Maribor																														
	Leto	2022				2023				2024				2025				2026				2027									
		Kvartal				Kvartal				Kvartal				Kvartal				Kvartal				Kvartal									
<b>Aktivnost 1</b>	Spodbujanje pridobivanja okoljskih znakov za destinacijo in posamezne ponudnike (nastanitveni obrati, gostinski obrati, turistične atrakcije in turistične agencije) in vključevanje v Zeleno shemo slovenskega turizma (Slovenia Green).																														
<b>NOSILEC</b>	ZTM																														
<b>PARTNERJI</b>	V sodelovanju s partnerji DMO																														
<b>KAZALNIKI</b>	Število ponudnikov z zelenim znakom, število ponudnikov na izobraževalnih delavnicah, pridobitev znaka Green destination Gold za Maribor																														
OCENA STROŠKOV																10.000 EUR															
VIRI FINANCIRANJA																ZTM-MOM, razpisi															

PRIORITETA 6 UKREP 1	Dvig prepoznavnosti blagovne znamke turistične destinacije Maribor																														
	Leto	2022				2023				2024				2025				2026				2027									
		Kvartal				Kvartal				Kvartal				Kvartal				Kvartal				Kvartal									
<b>Aktivnost 2</b>	Spodbujanje deležnikov, da se priključijo mreži Zero waste (nastanitveni obrati, gostinski obrati, prireditve).																														
<b>NOSILEC</b>	ZTM																														
<b>PARTNERJI</b>	V sodelovanju s partnerji DMO																														
<b>KAZALNIKI</b>	Število prireditvev vključenih v mrežo Zero waste, število nastanitvenih obratov in gostinskih ponudnikov vključenih v mrežo Zero waste																														
OCENA STROŠKOV																Ni opredeljeno.															
VIRI FINANCIRANJA																Ponudniki sami – sodelovanje pri razpisih ali iz svojih lastnih sredstev															



PRIORITETA 6 UKREP 1	Leto		2022				2023				2024				2025				2026				2027					
	Kvartal		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		
<b>Aktivnost 3</b>	Spodbuditi okolju prijazno poslovanje turističnih podjetij (mehka mobilnost, okolju prijazna energija in gradnja, promoviranje lokalne ponudbe in oblikovanje programov z vključevanjem drugih ponudnikov v destinaciji).																											
<b>NOSILEC</b>	DMO																											
<b>PARTNERJI</b>	OCENA STROŠKOV Ni opredeljeno.																											
<b>KAZALNIKI</b>	VIRI FINANCIRANJA Razpisi																											
Nižji ogiljni odtis v MOM																												

PRIORITETA 6 UKREP 1	Leto		2022				2023				2024				2025				2026				2027					
	Kvartal		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		
<b>Aktivnost 4</b>	Maribor destinacija dostopna za vse (ponudba prilagojena tako fizično kot vsebinsko za osebe: z gibalnimi ovirami, s senzoričnimi ovirami, ipd.). Dostopnost starega mestnega jedra, dostopnost za avtobuse (parkirišče).																											
<b>NOSILEC</b>	MOM																											
<b>PARTNERJI</b>	V sodelovanju s partnerji DMO																											
<b>KAZALNIKI</b>	Izdelava turistične brošure za turiste s posebnimi potrebami, število izvedenih turističnih vodenj za osebe s posebnimi potrebami, število udeležencev ma vodenjih za osebe s posebnimi potrebami																											
Ni opredeljeno.																												
ZTM, razpisi																												



PRIORITETA 6 UKREP 1	Leto	2022				2023				2024				2025				2026				2027							
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
<b>Aktivnost 5</b>	Nadaljnje spodbujanje povezovanja turizma s kmetijstvom (KBZ, samooskrba, ...).																												
<b>NOSILEC</b>	ZTM																												
<b>PARTNERJI</b>	V sodelovanju s partnerji DMO in Kmetijsko gozdarskim zavodom Maribor																												
<b>KAZALNIKI</b>	Število novih ponudnikov v kolektivni blagovni znamki Naše najboljše																												
		OCENA STROŠKOV												50.000 EUR															
		VIRI FINANCIRANJA												Razpisi															
		Opombe: 2022 – načrt; 2023 – izvedba																											