

## Izsek iz dokumenta »Načrt razvoja in trženja turizma v destinaciji Rogla-Pohorje 2017-2021« (str. 117 – 123)

### 4 Vizija in strateški cilji razvoja in trženja turizma v destinaciji Rogla-Pohorje 2017-2021

Na drugi plenarni delavnici s širšo Projektno skupino DRP (21. marca 2016) smo z deležniki oblikovali vizijo in razvojne ter trženjske cilje v DRP.

#### 4.1 Vizija na področju turizma v destinaciji Rogla-Pohorje 2017-2021

V Tabeli 76 so predstavljeni slogan ter kratka in daljša vizija razvoja in trženja turizma v občini Zreče.

**Tabela 1: Vizija razvoja in trženja turizma v DRP**

---

**SLOGAN:**

**Razišči, občuti, užij**

---

**KRATKA VIZIJA:**

**Rogla-Pohorje je leta 2021 prepoznana kot podeželska destinacija s kakovostnimi programi ohranjanja zdravja in dobrega počutja, aktivnimi počitnicami in pripravami športnikov, kreativnimi vinskimi in kulinaričnimi zgodbami, poglobljenimi doživetji kulturizacije veselja ter spoznavanja z naravo, bogato kulturno dediščino in rokodelstvom, svetovno prepoznanimi športnimi in tradicionalnimi prireditvami ter poslovnimi druženji, na območju med Roglo in vinorodnimi griči Dravinjske doline, kamor vabijo gostoljubni in aktivni domačini**

---

**DOLGA VIZIJA:**

**Destinacija Rogla-Pohorje je leta 2021 pozicionirana kot konkurenčna, zelena, ekološka, dostopna, domačna, varna, gostoljubna, medgeneracijsko in s celovito ponudbo povezana destinacija, kjer se na območju med Roglo, vinorodnimi griči in Dravinjsko dolino prepleta tradicija s sodobnostjo, ob visoki kakovosti bivanja ter kreativnem okolju za delo in oddih.**




**Kakovostni turistični programi ohranjanja zdravja in dobrega počutja v Termah Zreče in Turističnem centru Rogla omogočajo ob vinskih zgodbah Škalc in kreativni kulinariki turističnih kmetij idr. ponudnikov, bogati kulturni dediščini srednjeveške Žičke kartuzije in Graščine v Oplotnici ter programih kulturizacije veselja v KSEVT-u, poglobljena doživetja slikovitega podeželja s pestro ponudbo dogodkov, oplemenitenih z izročilom rokodelcev in ljubiteljskih skupin.**

**Aktivne in sproščujoče počitnice na podeželju usmerjene v zdravje in dobro počutje (zdravilni dejavniki: srednjegorska klima, akrototermalna voda, pohorska voda, šota),**

**poslovna druženja, priprave športnih ekip ter vabljeni programi krajših doživetij, gradijo podobo in ugled območja južnega dela Pohorja ob vzpostavljeni lokalni oskrbi z blagovno znamko Okusi Rogle.**

---






#### LEGENDA - OCENA CILJA:






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

#### 4.2 Strateški razvojni cilji na področju turizma v DRP 2017-2021

V Tabeli 77 so predstavljeni strateški razvojni cilji na področju turizma v DRP, ki so bili oblikovani skupaj s člani PSDRP.

**Tabela 2: Strateški razvojni cilji na področju turizma DRP v obdobju 2017-2021**

CILJ	OPIS CILJA	OCENA
<b>C1</b>	<b>Organizirano vzpostavljen model sodelovanja, povezovanja in trženja turistične dejavnosti ter celovite ponudbe destinacije Rogla-Pohorje s partnersko oblikovanimi in izvajanimi marketinškimi aktivnostmi in komuniciranjem z javnostmi, ki udejanja zastavljeno vizijo, strateške cilje ter ukrepe skozi usklajen sistem poslovanja (TIC) vsake od štirih mikro destinacij – občin Zreče, Slovenske Konjice, Oplotnica in Vitanje – destinacijska management organizacija.</b>	
<b>C2</b>	<b>Zelena, dostopna</b> (geografsko in za vse ciljne skupine) <b>destinacija s poglobljenimi doživetji</b> sonaravnega turizma na Pohorju in območju Dravinjske doline, spodbujeno lokalno oskrbno mrežo ekološko pridelane hrane, kreativno lokalno gastronomijo (kulinariko in vini), odprtimi učnimi idr. kmetijami ter rokodelskimi delavnicami z raznolikimi programi doživetij (sirarna, čebelarstvo, žganjekuha, vinotoči, pletarstvo, mlin, žaga, kovačija, kamnoseštvo, mizarske delavnice idr.), lokalnimi tržnicami in delikatesami ter naborom rokodelskih izdelkov, programom ekoloških dogodkov (zeleni piknik) ter sonaravno gradnjo in izrabo energije ter mehko mobilnostjo – <b>»Green destination«</b> .	
<b>C3</b>	<b>Nadgrajen sistem zagotavljanja kakovosti ponudbe pod BZ Okusi Rogle –</b> spodbujeni ponudniki k zagotavljanju kritične mase pridelkov in izdelkov, vzpostavljen sistem logistike, mreža prodajnih mest - prodajnih vitrin, polic in lokalnih trgovinic s skupnim trženjem in prodajo.	
<b>C4</b>	<b>Obujena tradicija rokodelstva</b> na področjih konjenišva (usnjarstvo, kovaštvo), lesne galanterije, kamnoseštva, kulinarike idr. ter razviti programi rokodelskih spretnosti za ciljne skupine – <b>rokodelski center.</b>	
<b>C5</b>	<b>Vlaganja v vinogradništvo in vinarstvo ter razvita dopolnilna ponudba v navezi z vinskim turizmom.</b>	

<b>C6</b>	<b>Zagotovljene naložbe ter vzpostavljena infrastruktura za višjo kakovost bivanja domačinov in obiskovalcev</b> (vlaganja v poglobljeno zdraviliško-velneško in športno-rekreativno infrastrukturo (kopalni bazen - dostop prilagojen tudi za invalide), sprehajalne, kolesarske, pohodniške, konjeniške idr. poti, motorik park, projekt »hoja med krošnjami«, izkustveni park za otroke idr.); objekte kulturne in naravne dediščine (urejeni objekti in turistične točke); turistično prometno (npr. panoramske ceste), parkovno, nastanitveno, doživljajsko ter komunikacijsko-informacijsko infrastrukturo; idr.).	
<b>C7</b>	<b>Vzpostavljena infrastruktura za izvajanje kreativnih turističnih doživetij za izletnike in stacionarne goste na podeželju</b> – prostori za rokodelske delavnice, ogleda proizvodnje, degustacije, sproščanja ipd. - povezanih ponudnikov.	
<b>C8</b>	<b>Učinkovito delovanje TIC-ev z inovativno delovno skupino</b> (zagotoviti sredstva za delovanje, povezovanje kreativne ponudbe, promocijo in prodajo turistične ponudbe) ter vzpostavljen model lokalno, destinacijsko in mednarodno prepoznavnih tradicionalnih in sodobnih prireditev, dogodkov, projektov in doživetij za ciljne generacije.	
<b>C9</b>	<b>Vzpostavljene raznolike doživljajske namestitvene kapacitete ter bivanje v naravnem okolju</b> (npr. apartmajska eko vas, mladinski hotel, glamurozni kamp (npr. hiške na drevesih, med vinogradi), ekološki idr. kamp, postajališče za avtodome, razpršeni hotel, invalidom primerne nastanitvene kapacitete idr.).	
<b>C10</b>	<b>Kakovostno usposobljeni kadri</b> , ki skrbijo za profesionalnost in odličnost na področju turizma (tržniki, informatorji, destinacijski vodniki, ponudniki idr.) in z njim povezanimi dejavnostmi pod skupno destinacijsko in blagovno znamko, celovito promovirajo in tržijo destinacijo.	



#### Analiza stanja - strateški razvojni cilji (10 ciljev):









- 6 - ciljev v celoti doseženih
- 3 - cilji so doseženi delno, aktivnosti za popolno dosego ciljev so v izvajanju
- 1 - cilj ni bil dosežen (rokodelski center)








#### 4.3 Strateški trženjski kvalitativni cilji na področju turizma v DRP 2017-2021

V Tabeli 78 so predstavljeni strateški kvalitativni cilji na področju turizma v DRP, ki so bili oblikovani skupaj s člani PSDRP.

**Tabela 3: Strateški trženjski kvalitativni cilji na področju turizma v DRP obdobju 2017-2021**

<b>CILJ</b>	<b>OPIS CILJA</b>	<b>OCENA</b>
<b>C1</b>	<b>Učinkovito povezana, pozicionirana, tržena in prepoznana destinacija z močno znamko</b> , ki zagotavlja enoten trženjski nastop in povezovanje trženjskih aktivnosti s ciljem doseganja večje učinkovitosti in prepoznavnosti z vzpostavljenim sistemom gradnje vrednosti znamke, skrbništvom ter upravljavsko in komunikacijsko strategijo.	
<b>C2</b>	<b>Poslovno povezovanje ponudnikov za večjo prepoznavnost območja</b> - skupna promocija, usklajene marketinške aktivnosti, vzpostavljen sistem posredništva pri prodaji ponudbe (OP, TA idr.), izvajanje študijskih tur za novinarje ipd. ter skupni programi (povezana ponudba destinacije pod skupno vstopnico – variante a, b, c).	

<b>C3</b>	<b>Razvit destinacijski načrt povezanega komuniciranja znotraj destinacije in navzven</b> (na domačem in mednarodnih trgih) <b>ter izvajanje aktivnosti v partnerskem dogovoru</b> – na začetku projektno, kasneje v pravno-formalno povezani organizaciji, ki enakovredno vključuje vse partnerje (skupna promocija, usklajene marketinške aktivnosti (tudi skozi pobratena mesta na ključnih trgih), vzpostavljen sistem posredništva pri prodaji ponudbe (OP, TA, ), izvajanje študijskih tur za novinarje ipd.	
<b>C4</b>	<b>Vzpostavljen sistem sodobnega komuniciranja z informacijsko tehnologijo</b> (celovit destinacijski rezervacijski sistem, oglaševanje z blogi, interaktivna spletna stran, mobilni vodnik, učinkovite orientacijsko/informacijske table na destinaciji ter razviti promocijski materiali pri ponudnikih idr.), spremljanje ocen in mnenj na rezervacijskih portalih in v socialnih omrežjih ipd. za boljše prilagajanje trendom in s tem večje povpraševanje.	
<b>C5</b>	<b>Celovite promocijske aktivnosti destinacijske znamke Rogla-Pohorje ciljano nagovarjajo:</b> turiste, ki si želijo počitnice na podeželju usmerjene v zdravje in dobro počutje (zdravilni dejavniki: klima, voda, šota); pare in družine z aktivnim življenjskim slogom; rekreativce in vrhunske športnike ter ljudi z zdravim življenjskim slogom, ob atraktivnih naravnih in kulturnih znamenitostih ter kreativni gastronomiji in privlačnih dogodkih popestrenih z rokodelskimi lokalnimi produkti na območju širše destinacije Rogla-Pohorje za večdnevna bivanja v destinaciji.	
<b>C6</b>	<b>Celovite promocijske aktivnosti na področju izletniškega turizma s</b> kreativnimi programi doživetij nagovarjajo: šolske skupine; skupine tretjega življenjskega obdobja; skupine, ki bivajo v bližnjih zdraviliščih; družine; pare; rekreativce in športnike; poslovne goste; golfiste idr. za krajša doživetja v destinaciji.	
<b>C7</b>	<b>Usposobljeni in kreativni kadri na vseh področjih trženja turistične in s turizmom povezanih dejavnosti</b> (gostinstvo, - natakarji in receptorji, informiranje – informatorji ter vodenje – specializirani vodniki za doživljajska vodenja peš, s kolesi, konji idr., trenerji in mentorji idr., kmetijstvo – delavnice na kmetiji, degustacije, predstavitve ipd.).	
<b>C8</b>	<b>Personalizirana ponudba s kreativnim pristopom k oblikovanju turističnih programov za individualne in skupinske goste in vzpostavljenim sistemom zvestobe</b> - zadovoljnih gostov, ki se vračajo - rast deleža stalnih (predvsem mednarodnih) gostov in v destinaciji bivajo dlje časa. (paketi)	
<b>C9</b>	<b>Razvit nabor konkurenčnih specializiranih doživljajsko turističnih produktov</b> , ki omogočajo poglobljena izkustvena, sproščujoča in adrenalinska, zdraviliška in velneška doživetja ter doživljajske zgodbe v povezavi z atrakcijami narave in kulturne dediščine za izbrane ciljne skupine – navdih deležnikov v poslovnem inkubatorju.	
<b>C10</b>	<b>Nadgrajena ponudba doživetij skladna s trendi v turistični panogi:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Vinske kreativne zgodbe</b> – nadgrajena vinska doživljajska ponudba (npr. bivanje med vinogradi); vzpostavljena tradicija učinkovitega trženja večjih vinskih dogodkov in njihova vključitev v turistične pakete</li> <li>- <b>Kreativna kulinarika</b> – doživetja na področju kulinarike z lokalno dodano vrednostjo od vrhunske kulinarike do ponudbe na kmečki tržnici</li> <li>- <b>Kreativni rokodelci</b> – delavnice obdelave lesa, kamna, kovine, živil idr.</li> <li>- <b>Kulturizacija veselja in vesoljske tehnologije in umetnosti</b></li> <li>- <b>Programi doživetij v obnovljenih objektih kulturne dediščine</b> (npr. Žička kartuzija, Dvorec Trebnik, Ksevt, Graščina v Oplotnici, Konjiški grad idr.)</li> <li>- <b>Zgodbe bogate kulturne dediščine</b> - storytelling o znanih osebnostih, dogodkih ipd.</li> <li>- <b>Selfness</b> – narava, voda, svež zrak in zelišča kot darovi Pohorja – v gozdu, na pašniku (energijske in zdravilne točke)</li> <li>- <b>Zelena rekreacija in šport</b> idr. – izpostavljena razgledišča in energetske točke</li> <li>- <b>Mehke oblike zimsko-športnih aktivnosti</b></li> <li>- <b>Glamurozno kampiranje</b> – npr. v navezi s Partovcem, Cezlakom, Rakovcem ipd.</li> <li>- <b>Poroka</b> - v Žički kartuziji, v Graščini Oplotnica, na Rogli, v Ksevt-u, na Gorenju itd.</li> <li>- <b>Tržnice z BZ Okusi Rogle</b> – grajska v Oplotnici, na trgu v Konjicah, na Rogli, Zreška</li> </ul>	

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Ljubiteljska društvena dejavnost</b> na področjih kulture, športa in rekreacije v turistične namene</li> <li>- <b>Center šolskih in občolskih dejavnosti na Gorenju</b> – zabavne aktivnosti za družine in skupine</li> </ul> <p>ter njihovo ciljano trženje, izvajanje in evalviranje.</p>	
<b>C11</b>	<b>Vzpostavljen sistem in skupina vodnikov za animirana vodenja po destinaciji</b> (storytelling peš - pohodništvo, s kolesom - kolesarstvo, orodji mehke mobilnosti – konj, električno kolo ipd.) pritegnejo različne ciljne skupine.	
<b>C12</b>	<b>Vzpostavljen sistem kakovosti ponudbe z BZ Okusi Rogle</b> zagotavlja rastočo prodajo produktov z višjo lokalno dodano vrednostjo – višja kakovost in višja cena celovito trženih produktov v mreži prodajnih mest.	
<b>C13</b>	<b>Razviti atraktivni, kakovostni in celovito povezani dogodki in tradicionalno-sodobne prireditve</b> , ki dvigujejo prepoznavnost destinacije in vključene v dopadljive pakete, pritegnejo turiste k obisku.	
<b>C14</b>	<b>Oplotnica</b> prepoznana po doživetjih v Grajskem kompleksu (grajska poroka, grajska tržnica), Oplotniškem vintgarju in Partovcu ter Rokodelskem in Čebelarskem centru ter aktivnostih v naravi, ki nagovarjajo družine z aktivnim življenjskim slogom ter organizirane skupine (šolske, seniorske, raziskovalne idr.), ki želijo nadgraditi rokodelske spretnosti in se prijetno počutiti v podeželskem okolju ter eko turiste, ki gradijo svoja obzorja o permakulturnem življenju skupaj s prijaznimi domačini, ob ponudbi lokalnih izdelkov in storitev na območju širše destinacije.	
<b>C15</b>	<b>Vitanje</b> prepoznano po programih KSEVT-a in doživetjih v naravi, ki nagovarjajo družine z aktivnim življenjskim slogom; skupine (šolske, raziskovalne idr.), ki želijo nadgraditi znanja o vesoljskih tehnologijah, kulturizaciji vesolja in se prijetno počutiti v podeželskem okolju ter eko turiste, ki gradijo svoja obzorja skupaj s prijaznimi domačini o naravi, kulturni dediščini, lokalnih obrteh in spretnostih, kulinariki in lokalnih produktih na območju širše destinacije.	
<b>C16</b>	<b>Slovenske Konjice</b> pritegnejo obiskovalce s poglobljenimi doživetji srednjeveške Žičke kartuzije, mestnega jedra pod Konjiško goro in (grad) ter slikovitega podeželja s pestro ponudbo dogodkov, ki jih nadgrajujejo tradicionalna znanja rokodelcev, kakovostna kulinarika ter vinske zgodbe na območju od Škalc do Tepanjskega vrha, od Žičke Gorce do Zbelovske Gore.	
<b>C17</b>	<b>Zreče</b> nagovarjajo družine in posameznike s kakovostnimi turističnimi programi zdravja in dobrega počutja, ob prepoznanih zdravilnih dejavnikih (klima, voda in šota), aktivnih počitnicah, poslovnih druženjih ter priprav vrhunskih športnih ekip v naravnem okolju, ob vključevanju kreativne gastronomije in spoznavanja z naravo, kulturno dediščino in obrtjo.	

### Analiza stanja - strateški trženjski kvalitativni cilji (17 ciljev):

- 15 - ciljev v celoti doseženih
- 2 - cilja smo dosegli delno, aktivnosti za popolno doseglo ciljev so v izvajanju
- 0 - cilj ni bil dosežen

#### 4.4 Strateški trženjski kvantitativni cilji na področju turizma v DRP 2017-2021

V Tabelah 79-82 so predstavljeni strateški kvantitativni cilji na področju turizma v posameznih občinah DRP, ki so bili oblikovani skupaj s člani DS občin Zreče, Slovenske Konjice, Vitanje in Oplotnica. Kvantitativni cilji so predstavljeni posebej za vsako občino, saj so izhodišča med njimi tako različna, da jih je nesmiselno združevati.

**Tabela 4: Strateški trženjski kvantitativni cilji na področju turizma v občini Zreče v obdobju 2017-2021**

<b>C1</b>	2 odstotna letna rast števila stacionarnih gostov, predvsem iz mednarodnega okolja glede na leto 2015 (66.050) → (74.400 – leta 2021) <i>Leto 2020 bo prelomno zaradi pojava COVID-19 in rast se bo umirila oziroma zelo verjetno upadla. Upoštevajoč aktivne mesece v 2020 pa še vedno dosegamo zastavljene cilje. V letu 2019 smo zastavljen cilj že presegli – 78.935 prihodov turistov.</i>	😊
<b>C2</b>	3 odstotna rast nočitev glede na leto 2015 (238.334), predvsem iz mednarodnega okolja → (284.600 – leta 2021) <i>Leto 2020 bo prelomno zaradi pojava COVID-19 in rast se bo umirila oziroma zelo verjetno upadla. Upoštevajoč aktivne mesece pa še vedno dosegamo zastavljene cilje. V letu 2019 smo dosegli že 278.331 prenočitev turistov.</i>	😊
<b>C3</b>	Zmanjšanje odvisnosti od sezonskih mesecev, da bi se rast nočitev povečala v obdobju mrtvih mesecev (november, marec) <i>Desezonalizacija: Pot med krošnjami Pohorje; paketi doživetij v vseh letnih časih; digitalizacija Škratove gozdne učne poti, itd.</i>	😊
<b>C4</b>	Podaljšanje dobe bivanja iz 3,6 v letu 2015 → (3,8 - leta 2021) <i>Podatek za 2018 znaša 3,58 za 2019 pa 3,52.</i>	😞
<b>C5</b>	Povečanje zasedenosti vseh stalnih ležišč (1934 leta 2014) iz 33,76 odstotkov leta 2015 → (40 odstotkov - leta 2021) <i>Podatek za 2019 znaša 30,77. (število nočitev x 100 / število stalnih ležišč x 365 dni)</i>	😞
<b>C6</b>	3 odstotna letna rast števila dnevnihturistov iz 450.000 leta 2015 → (537.000 – leta 2021) <i>Gre za oceno. V letu 2019 ocenjujemo, da je Zreče obiskalo cca 500.000 dnevnih obiskovalcev. K dvigu dnevnih obiskovalcev je od septembra 2019 dalje pripomogla tudi nova pridobitev Pot med krošnjami Pohorje. Ostali delež vključuje dnevne smučarje, kopalce ter pohodnike, kolesarje in drugi rekreativci (Bike park Rogla, Sankališče Zlodejevo, Jezernikov park, Škratova pot, Pohorska vasica).</i>	😊
<b>C7</b>	Povečanje obsega turistične potrošnje – dnevnega turista za 5% na leto (iz 20 poleti oz. 32 EUR pozimi → 27 oz. 43 EUR - leta 2021) in stacionarnega gosta za 4% na leto glede na 2015 (iz 70 EUR poleti in 80 EUR pozimi → 88 oz. 100 EUR -leta 2021) <i>Ocenjujemo, da je ta cilj dosežen glede na cene prenočitev in najpomembnejših storitev (smučarska karta, kopalna karta) ter povečane ponudbe storitev (Pot med krošnjami, Gorska reka). K dosegu tega cilja so pripomogli tudi številni paketi doživetij, ki smo jih uvedli v sezoni 2020.</i>	😊
<b>C8</b>	Dvig kakovosti ter raznovrstnosti obstoječih nastanitvenih kapacitet (1934 ležišč leta 2014) → (2.100 – leta 2021) <i>V Zrečah je bilo v letu 2019 registriranih že 2.590 ležišč, od tega 2.478 stalnih.</i>	😊
<b>C9</b>	20 odstotna letna rast števila organiziranih skupin preko LTO-ja glede na leto 2015 (12) → (35 - leta 2021) <i>V letu 2019 smo preko LTO organizirali 41 skupin.</i>	😊

<b>C10</b>	<p><b>Opredelitev rasti obiska turistov iz ključnih tržišč:</b> glavnina gostov prihaja iz Slovenije gosti iz mednarodnih trgov:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- poleti na Rogli - države bivše Jugoslavije, Madžarska, Benelux;</li> <li>- Terme Zreče celo leto - države bivše Jugoslavije, Madžarska (v času zime), Nemčija, Italija, Avstrija in Ruska federacija;</li> <li>- Potencialni mednarodni trgi – države srednje in vzhodne Evrope (Češka, Slovaška, Poljska), Zalivske države (vrhunski šport) in države iz Skandinavije</li> </ul>	😊
<b>C11</b>	<p><b>5 odstotna letna rast števila smučarjev na Rogli – 185.000 leta 2015 → (250.000 – leta 2021)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 209.617 obiskovalcev (smučarska sezona 2018/2019)</li> <li>- 151.225 obiskovalcev (smučarska sezona 2019/2020 – skrajšana sezona zaradi COVID-19)</li> </ul> <p><i>Vir: UNITUR.</i></p>	😊
<b>C12</b>	<p><b>3 odstotna letna rast števila kopalcev v Termah Zreče – 142.183 leta 2015 → (169.800 – leta 2021)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 109.021 obiskovalcev v letu 2018</li> <li>- 110.756 obiskovalcev v letu 2019</li> </ul> <p><i>Vir: UNITUR.</i></p>	😊
<b>C13</b>	<p><b>3 odstotna letna rast števila obiskovalcev tradicionalnih prireditev.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Praznik pohorskega lonca - 1.500 obiskovalcev leta 2015 → (1.800 obiskovalcev – leta 2021)</li> <li>- Ropotanje v starih Zrečah – 700 obiskovalcev leta 2015 → (850 obiskovalcev – leta 2021)</li> <li>- Martinovanje - 100 obiskovalcev leta 2015 → (120 obiskovalcev – leta 2021)</li> </ul> <p><i>Leto 2020 bo zelo specifično na področju množičnih obiskov dogodkov in verjetno si bo ta kazalnik smiselno postaviti nekoliko drugače.</i></p>	😊

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

- 11 - ciljev v celoti doseženih
- 2 - cilje smo dosegli delno, aktivnosti za popolno doseglo ciljev so v izvajanju
- 0 - cilj ni bil dosežen



**Tabela 5: Strateški trženjski kvantitativni cilji na področju turizma v občini Slovenske Konjice v obdobju 2017-2021**

<b>C1</b>	10 odstotna letna rast števila gostov, predvsem iz mednarodnega okolja glede na leto 2015 (1371) → (2.430 gostov – leta 2021) <i>Podatek za leto 2019: 3.448 prihodov turistov, od tega 2.503 tujih</i>	😊
<b>C2</b>	10 oz. 20 odstotna rast nočitev gostov glede na leto 2015 (2.129), predvsem iz mednarodnega okolja → (3800 oz. 6300 – leta 2021) <sup>1</sup> <i>Podatek za leto 2019: 6.668 prenočitev, od tega 5.218 tujih</i>	😊
<b>C3</b>	Podaljšanje dobe bivanja iz 1,5 dni v letu 2015 → (2,5 dni – leta 2021) <i>Podatek za leto 2018 znaša 2,08 dni. Podatek za leto 2019 znaša 1,93 dni.</i>	😞
<b>C4</b>	20 odstotna rast števila nastanitvenih kapacitet (50 Ulipi, 20 Kračun, Grič 7, Pod Orehi 8, Mala kmetija 6 - 91) iz 91 leta 2015 (potencialne nove kapacitete do 2021: Trebnik 20, Wiking 40, Eko hotel ? 20, H Dravinja 50, Ranč Dravinja 20?) → (270 – leta 2021) <i>V Slovenskih Konjicah je bilo v letu 2019 registriranih že 249 ležišč, od tega 214 stalnih.</i>	😊
<b>C5</b>	Povečanje zasedenosti vseh stalnih ležišč iz 6,4 % leta 2015 na → (15 % - leta 2021) <i>Podatek za 2019 znaša 8,53 % (število nočitev x 100 / število stalnih ležišč x 365 dni)</i>	😞
<b>C6</b>	12 odstotna letna rast števila dnevih turistov iz 10.436 leta 2014 v Žički kartuziji → (20.000 – leta 2021) <i>V letu 2019 je Žička kartuzija zabeležila 14.360 prodanih vstopnic, z organizacijo dogodkov pa je privabila še okoli 5.000 obiskovalcev (Poletni glasbeni večeri, poroke, duhovni tabori, itd.).</i>	😊
<b>C7</b>	8 odstotna letna rast števila ocenjenih obiskovalcev Slovenskih Konjic - iz 25.000 leta 2015 → (40.000 – leta 2021) <i>Znani podatki za leto 2019 so: Obiskovalci Mini ZOO Land (40.000), Vinska klet Zlati grič (6.000), obiskovalci TIC (955).</i>	😊
<b>C8</b>	10 odstotna letna rast števila organiziranih skupin preko TIC-a glede na leto 2014 (168 skupin) → (300 – leta 2021) <i>V letu 2019 smo organizirali 230 izletov.</i>	😊
<b>C9</b>	Povečanje obsega turistične potrošnje – dnevnega turista za 8% na leto (iz 20 EUR → 32 EUR) in stacionarnega gosta 5% glede na 2015 (iz 50 EUR → 67 EUR) <i>Ocenjujemo, da je ta cilj dosežen glede na poznavanje potrošnje dnevih in stacionarnih gostov ter postavljenih cen nočitev, vstopnin, vozovnic, hrane, itd. K dosegu tega cilja so pripomogli tudi številni paketi doživetij, ki smo jih uvedli v sezoni 2020.</i>	😊
<b>C10</b>	Opredelitev rasti ključnih tržišč glede na število turistov in promocijske aktivnosti - Slovenija, Avstrija, Italija, Nemčija, Francija, Skandinavija	😊
<b>C11</b>	Rast obiska dogodkov - organizirani preko TIC-a in drugih ponudnikov v letu 2015: - Martinovanje – št. obiskovalcev 700 → (1.500 – leta 2021) - Maraton – št. obiskovalcev 2.000 → (2.700 – leta 2021) - Jurjevanje – št. obiskovalcev 500 → (1.200 – leta 2021) - Poletni glasbeni večeri v Žički kartuziji – št. obiskovalcev 1.500 → (2.000 – leta 2021) - Mednarodni festival podvodnega filma – št. obiskovalcev 700 → (1.000 – leta 2021) - Naznanitev trgatve – št. obiskovalcev 800 → (1.200 – leta 2021) <i>Leto 2020 bo zelo specifično na področju množičnih obiskov dogodkov in verjetno si bo ta kazalnik smiselno postaviti nekoliko drugače.</i>	😊

<sup>1</sup> Odvisna od števila novih nastanitvenih kapacitet – 10 ali 20 odstotna rast kapacitet.



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

- 9 - ciljev v celoti doseženih
- 2 - cilja smo dosegli delno, aktivnosti za popolno doseglo ciljev so v izvajanju
- 0 - cilj ni bil dosežen

**Tabela 6: Strateški trženjski kvantitativni cilji na področju turizma v občini Vitanje v obdobju 2017-2021**

<b>C1</b>	30 odstotna letna rast števila gostov glede na leto 2015 (26) → (125 gostov – leta 2021) <i>Podatki za leto 2019: 871 prihodov, od tega 537 tujih.</i>	😊
<b>C2</b>	10 odstotna rast nočitev gostov glede na leto 2015 (139) → (246 – leta 2021) <i>Podatki za leto 2019: 2.857 nočitev, od tega 1.956 tujih.</i>	😊
<b>C3</b>	Podaljšanje dobe bivanja iz manj kot 1 dan v letu 2015 → (1 dan – leta 2021) <i>Podatki za leto 2019: 3,28 dni.</i>	😊
<b>C4</b>	Povečanje zasedenosti vseh stalnih ležišč iz 1,3 % leta 2015 → (10 % - leta 2021) <i>Podatek za 2019 znaša 6,58 % (število nočitev x 100 / število stalnih ležišč x 365 dni)</i>	😞
<b>C5</b>	20 odstotna letna rast števila dnevnih turistov iz 10.990 leta 2014 → (32.816 dnevnih turistov – leta 2021) <i>V letu 2019 je Center Noordung obiskalo že 15.000 obiskovalcev.</i>	😊
<b>C6</b>	Povečanje obsega turistične potrošnje – dnevnega turista za 5 % na leto (iz 7 EUR → 10 EUR – leta 2021) in stacionarnega gosta za 5 % na leto glede na 2015 (iz 30 EUR → 40 EUR – leta 2021) <i>Ocenjujemo, da je ta cilj dosežen glede na poznavanje potrošnje dnevnih in stacionarnih gostov ter postavljenih cen nočitev, vstopnin, vozovnic, hrane, itd. K dosegu tega cilja so pripomogli tudi številni paketi doživetij, ki smo jih uvedli v sezoni 2020.</i>	😊
<b>C7</b>	Dvig kakovosti in raznovrstnosti obstoječih nastanitvenih kapacitet, povečanje kapacitet v okviru projekta »Razpršeni hotel Vitanje« → (10 ležišč – leta 2021) <i>V letu 2020 se je vzpostavil glamping Brodej, kar doprinese k raznovrstnosti nastanitvenih kapacitet. Število ležišč je v letu 2019 znašalo 140, od tega 119 stalnih.</i>	😊
<b>C8</b>	Opredelitev ključnih tržišč glede na promocijske aktivnosti - trenutno je najmočnejši trg Slovenija, nagovarjanje mednarodnih gostov iz radija oddaljenosti do 400 km (Dunaj, Trst, Zagreb – 5-6 mio ljudi je bilo predvideno – 2 TA iz Hrvaške, društva iz Avstrije)	😊
<b>C9</b>	10 odstotna letna rast števila organiziranih skupin preko KSEVT-a glede na leto 2015 (222 skupin od 10 do 50 oseb) → (400 skupin – leta 2021) <i>Center Noordung je v letu 2019 obiskalo cca 15.000 obiskovalcev, od tega približno 2/3 v organiziranih skupinah.</i>	😊
<b>C10</b>	5 odstotna letna rast obiska dogodkov: - Holcerija iz 1.000-1.500 leta 2015 → (1.350-2.010 obiskovalcev – leta 2021) - Planinsko srečanje na Paškem Kozjaku (organizator PD Vitanje) iz 1000 leta 2015 → (1.350 obiskovalcev – leta 2021) - Gasilska veselica iz 1.000 leta 2015 → (1.350 obiskovalcev – leta 2021) - Pohod na Rakovec iz 100 leta 2015 → (130 obiskovalcev – leta 2021) <i>Leto 2020 bo zelo specifično na področju množičnih obiskov dogodkov in verjetno si bo ta kazalnik smiselno postaviti nekoliko drugače.</i>	😊

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

- 9 - ciljev v celoti doseženih
- 1 - cilj smo dosegli delno, aktivnosti za popolno doseg ciljev so v izvajanju
- 0 - cilj ni bil dosežen

**Tabela 7: Strateški trženjski kvantitativni cilji na področju turizma v občini Oplotnica v obdobju 2017-2021**

<b>C1</b>	Rast števila gostov glede na leto 2015 → (ni podatka) V letu 2019 smo v Oplotnico pripeljali že precejšnje število dnevnik obiskovalcev – vsaj 10 avtobusov, 2 študijski turi za novinarje, precejšnje število dnevnik obiskovalcev Oplotniškega vintgarja in Partovca – obisk v letu 2019 ocenjujemo na 1.000	😊
<b>C2</b>	Rast števila nočitev gostov glede na leto 2015 → (ni podatka) Za leto 2019 tega podatka na SURS-u ni dostopnega.	😞
<b>C3</b>	Podaljšanje dobe bivanja glede na leto 2015 → (ni podatka) Za leto 2019 tega podatka na SURS-u ni dostopnega.	😞
<b>C4</b>	Povečanje zasedenosti vseh stalnih ležišč glede na leto 2015 → (ni podatka) Za leto 2019 tega podatka na SURS-u ni dostopnega.	😞
<b>C5</b>	30 odstotna letna rast števila nastanitvenih kapacitet iz 8 ležišč leta 2015 → (38 ležišč - leta 2021) ter dvig kakovosti ter raznovrstnost obstoječih Na javno dostopnih internetnih straneh najdemo naslednje podatke o ležiščih: V Gostišču Sovič nudijo nastanitev v 4 sobah. Skupaj 12 ležišč.	😞
<b>C6</b>	30 odstotna letna rast števila dnevnik turistov v Graščini iz 218 leta 2015 → (1.050 dnevnik turistov – leta 2021) Ocenjujemo, da je Graščino Oplotnica v letu 2019 obiskalo cca 800 obiskovalcev.	😊
<b>C7</b>	20 odstotna letna rast števila organiziranih skupin preko TIC-a in TD glede na leto 2015 → (ni podatka ). V letu 2019 smo v Oplotnico v sodelovanju s Pohorje Toursom, TIC Slovenske Konjice in LTO Rogla-Zreče pripeljali vsaj 10 avtobusov – cca 500 obiskovalcev. Ti so običajno obiskali Graščino Oplotnica, perišče, tržnico in kosili na Domačiji Forbar.	😊
<b>C8</b>	Povečanje obsega turistične potrošnje – dnevnega odraslega turista za 20 % na leto (odrasli iz 9 EUR → 27 EUR <sup>2</sup> ), dnevnega turista otroka za 30 % (otroci iz 2 EUR → 10 EUR) in stacionarni gosti za 5% glede na 2015 (30 EUR → 40 EUR). Ocenjujemo, da je ta cilj dosežen glede na poznavanje potrošnje dnevnik in stacionarnih gostov ter postavljenih cen nočitev, vstopnin, vozovnic, hrane, itd. K dosegu tega cilja so pripomogli tudi številni paketi doživetij, ki smo jih uvedli v sezoni 2020.	😊
<b>C9</b>	Opredelitev ključnih tržišč glede na promocijske aktivnosti - trenutno je edini trg Slovenija	😊
<b>C10</b>	Letna rast obiska tradicionalnih prireditev organiziranih preko TP, TD, TA in drugih ponudnikov glede na leto 2015:	😊

<sup>2</sup> Odrasli: Graščina 3 EUR; delavnica 10 EUR, degustacija 5 EUR, kosilo 12 EUR, spominek 3 EUR = cca 30 EUR  
Otroci: Graščina 2 EUR, delavnica 7 EUR, degustacija 3 EUR, kosilo 8 EUR, spominek 2 EUR = cca 22 EUR

---

- Velikonočni pohod – 1.200 – 2.500 pohodnikov<sup>3</sup> → (2.500 pohodnikov – leta 2021)

*Leto 2020 bo zelo specifično na področju množičnih obiskov dogodkov in verjetno si bo ta kazalnik smiselno postaviti nekoliko drugače.*

---

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

- 
- 6 - ciljev v celoti doseženih
  - 4 - cilje smo dosegli delno, aktivnosti za popolno doseglo ciljev so v izvajanju
  - 0 - cilj ni bil dosežen
- 

---

<sup>3</sup> Leta 2015 23 pohod s postojankami in kulinariko (Oplotnica – Črno jezero – Trije kralji (vsa društva sodelujejo s PD) – naslednje leto bi radi pripeljali pohodnike nazaj v Oplotnico in tržili doma (7 ur hoje).