

**SVETOVNI DAN
TURIZMA**

stran 4

**NOVOSTI
SLOVENSkih
ZDRAVILIŠČ V LETU
2005**

stran 8

**POSLOVNA ODLIČNOST
V TURIZMU**

12 stran

KOMENTAR

Glokalizacija

Pred mnogimi leti sem vodila majhen hotel. To je bilo na začetku moje turistične poti in potrebovala sem veliko pomoči ljudi, ki so že imeli izkušnje in znanje na področju turizma.

Takratna ministrica za turizem si je vzela čas in me sprejela ter razložila, da mora moj hotel imeti zgodbo. Poslušala sem jo in težko sem razumela, saj je bilo vse, česar sem se dotaknila, v zelo slabem stanju, ona pa mi je govorila, da potrebujem zgodbo.

Bilo je veliko dela. Trudila sem se, da bi imeli vzdrževane sobe, da bi bila kakovost zanesljiva, da natakarji ne bi kradli, da kuhar ne bi popival. Kaj naj poleg vsega tako očem očitnega lahko predstavlja zgodba?

Takrat sem ugotovila, da je biti turist veliko lažje, kot kreirati turistični proizvod. Veliko lažje je tudi kritizirati, kot nekaj dobro narediti. Dejstvo je, da je turizem zelo kompleksna panoga. Zelo hitro se namreč lahko zgodi, da je storitev pisana na kožo nam, ki smo jo ustvarjali, ne pa gostom, za katere ne vemo, kakšen je njihov profil.

Skoraj ni minil dan, da se nisem spraševala, le kaj me je gnalo, da sem udobno delo poučevanja zamenjala za poklic v tej panogi? Dnevi in meseci so minevali ob stalnem prizadevanju za dvigovanje ravni kakovosti. Z nenehnim posodabljanjem programov in prizadevanjem za krepitev zavesti zaposlenih sem začela graditi zgodbo.

Nekoč v davnih časih je tu živela bogata gospodična. Zaljubila se je v revnega mladeniča. Od takrat so se drevesa začela povezovati, kar je gospoda razumela kot čudež. Zapisala sem jo in jo povedala vsem, ki so kdajkoli obiskali takratni hotel, in počasi se mi je zardela vse bolj verjetna. Zgodbo sem vpletla v pripravo jedilnika, v oblikovanje spominkov, vsako leto smo tej zgodbi posvetili praznik, kjer so se srečali vsi, ki so kdajkoli bili v tem hotelu. Na ta način smo posebno pozornost namenili vsem našim gostom. V letih vodenja hotela sem tako sprejela veliko znanih ljudi, vsem pa sem pripovedovala zgodbo. V povezavi z zgodbo smo prodajali spominke, bombone ... Zaposleni so pričeli verjeti vame, sledili so mojim predlogom,

počasi so začeli razumeti, zakaj je potrebna zgodba in nadgradnja kakovosti na tem področju.

Tudi danes, po več kot 15 letih, so za uspeh v turizmu potrebne zgodbe. Pogoji za nadgradnjo kakovosti turistične ponudbe v obliki zgodb so še zmeraj kakovostna ponudba namestitev, dobra kulinarična ponudba, ustrezna tehnologija, kakovost, ki ustreza standardom in ustrezno znanje zaposlenih. Nekaj pa je vendarle drugače – v veliki meri uspeh kroji globalizacija, procesni pristop, ki omogoča večje racionalizacije. Dejstvo je, da soba in postelja kot jamstvo za uspeh nista bila in nikoli ne bosta dovolj. Za pisanje zgodb o uspehu v turizmu potrebujemo zgodovinsko in kulturno dediščino, stvaritve naših pesnikov in mednarodno priznanih umetnikov, znanje strokovnjakov ... Potrebujemo vse, za kar lahko rečemo, da ponuja čustva, vznesenost, vznemirjenost, začudenje in vse, kar zajema paleto čustev. Gostom moramo ponuditi tisto, česar ne morejo najti povsod. Nekaj, kar je naše, lokalno, posebno.

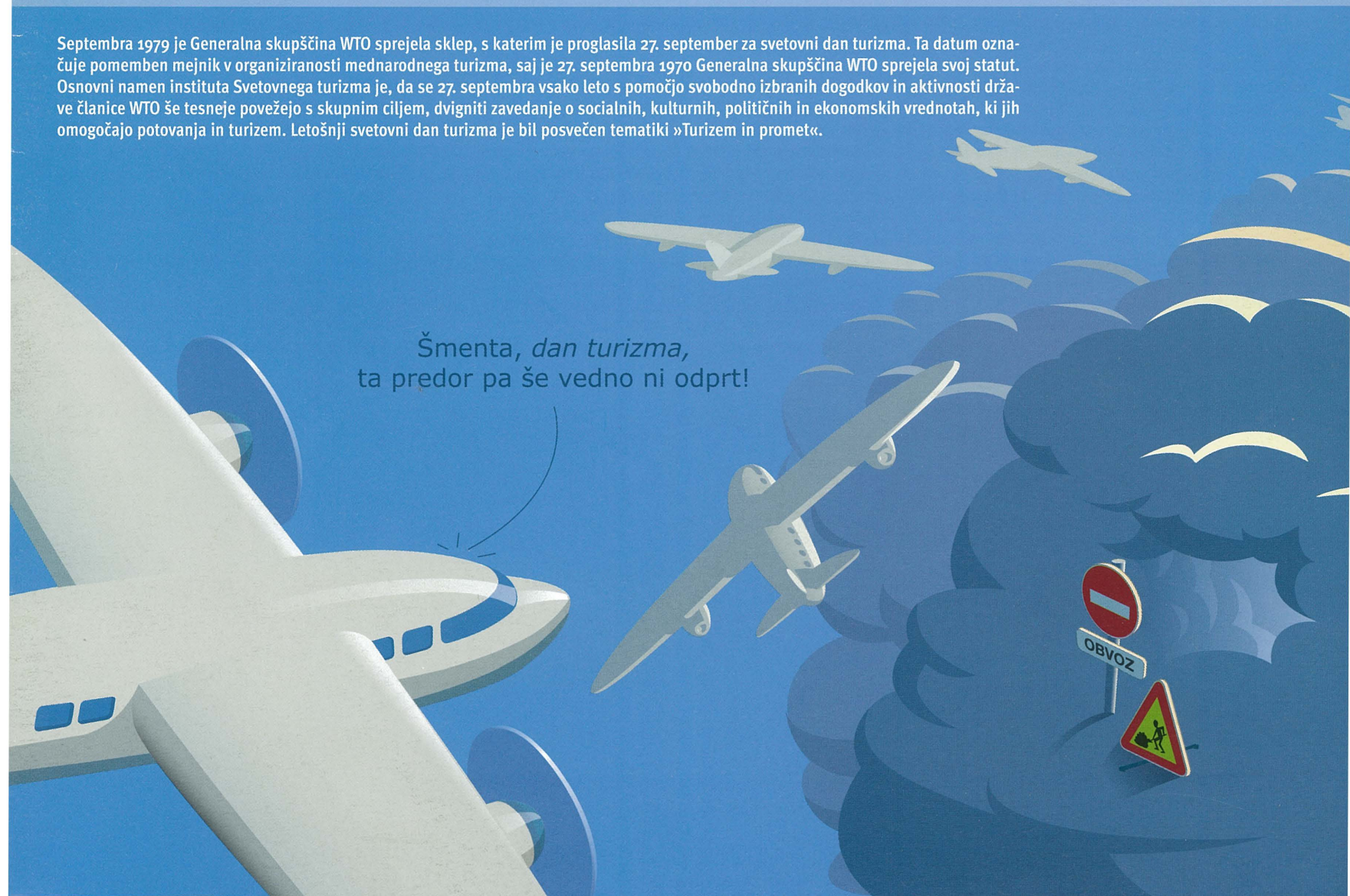
Pobrskejmo torej po naših omarah, poiščimo stare predmete, zaigramo na piščal iz časov naših prednikov. Prav vsak delček naše prelepe domovine je poln zanimivosti. Vprašajmo mlade, kako bi to »stara šaro« zavili v moderno preobleko, kako bi povezali eno in drugo in ugotovili bomo, da marsikaj, kar se nam je v preteklosti zdelo neizrazito, obrabljeno in vsakdanje, pravzaprav lahko pomeni razvoj in dodana vrednost. Vse to lahko sooblikuje in predstavlja trend, ki ga nekateri sodobni ustvarjalci turizma imenujejo Glokalizacija.



MAG. BARBARA GUNČAR

Septembra 1979 je Generalna skupščina WTO sprejela sklep, s katerim je proglasila 27. september za svetovni dan turizma. Ta datum označuje pomemben mejnik v organiziranosti mednarodnega turizma, saj je 27. septembra 1970 Generalna skupščina WTO sprejela svoj statut. Osnovni namen Inštituta Svetovnega turizma je, da se 27. septembra vsako leto s pomočjo svobodno izbranih dogodkov in aktivnosti države članice WTO še tesneje povežejo s skupnim ciljem, dvigniti zavedanje o socialnih, kulturnih, političnih in ekonomskih vrednotah, ki jih omogočajo potovanja in turizem. Letošnji svetovni dan turizma je bil posvečen tematiki »Turizem in promet«.

Šmenta, dan turizma,
ta predor pa še vedno ni odprt!



Okrogla miza Turizem in promet

Problemi našega turizma so infrastruktura, partnerstva in pogoji s strani države

JAKICA JESIŠ; FOTO: VESNA LEŠNIK, HOTEL MONS

Ob stoti obletnici organiziranega turizma je Slovenijo obiskal Francesco Frangialli, generalni sekretar Svetovne turistične organizacije (WTO). Letošnje leto je WTO razglasila za leto prometa v turizmu in Frangialli je v svoji poslanici poudaril, da so prevozi gonilna sila turistične industrije. Obstaja namreč neposredna in dokazljiva povezava med doseženim prometnim razvojem in turistično gospodarsko rastjo. Prevozne zmožnosti lahko turistični razvoj spodbujajo, pa tudi zavirajo. Japonska in Evropa se lahko pohvalita z razvitim železniškim omrežjem, ki igra v turizmu pomembno vlogo, saj velja za najbolj ekološko sprejemljivega. Turistične države spodbujajo simbiozo najrazličnejših prometnih povezav, običajno železniških in avtobusnih. Renesanso v turizmu doživljajo ladjarji, tako na morju kot na rekah. Sodobna in udobna letala, ki zmorejo velike razdalje, omogočajo veliko globalno dostopnost najrazličnejših turističnih destinacij sveta, vendar so to tudi izjemno dragi prevozi.

Po morju, po zraku in po kopnem prihajajo turisti tudi k nam. Kako udobno potujejo po naši deželi in kako jih sprejmemo, jih ob cestah dovolj jasno usmerimo na ogled znamenitosti ali k polni skledi dobre hrane? Očitno zelo pereča problematika je bila povod za (zelo dobro obiskano) okroglo mizo Turizem in promet, ki jo je na pobudo Slovenske turistične organizacije (STO) in ministrstva za gospodarstvo organiziral in gostil hotel Mons.

Razprava je bila razdeljena na dva dela; prvi je bil namenjen turizmu v povezavi s kopenskim prometom, drugi pa turizmu v povezavi z letalskim in pomorskim prometom. Uvodne besede so pripadle mag. Tinkari Pavlovič Kapitanovič, ki je predstavila STO-jev projekt TIPS – turistične informacije in promocija Slovenije. Jure Pirč s Turistične zveze Slovenije je izpostavil, da ima Slovenija idealne pogoje za razvoj turizma na podeželju, v tem okviru pa za razvoj popotništva, pohodništva in kolesarjenja. Mojca Krašovec, direktorica hotela Mons, pa je izpostavila dva konkretna aktualna problema – (ne)postavitev usmerjevalnih tabel, ki bi z zahodne ljubljanske obvoznice usmerjale proti hotelu oziroma v obcestno restavracijo, ter direktni izvoz na njeno parkirišče. Problematika obcestnega označevanja seveda ni aktualna samo v primeru Monsa. »V letošnji poletni sezoni se ni pri nas naključno ustavljal niti en avtobus s turisti, vsi naši gostje so bili posredovani preko turističnih agencij. Število gostov v osebnih avtomobilih, ki so se pri nas ustavili naključno, je za dvomestno številko,« je povedala Krašovec. Vprašanje, »kakšen je racionalni razlog, da ne moremo dobiti obcestnih tabel, na katerih bi bila poleg oznake za hotel še oznaka za restavracijo in nekatere druge naše storitve«, je izzvenelo retorično, saj Dars vztraja na načelni trditvi, da se pač držijo črke zakona. Toliko bolj

sta bili zato zanimivi repliki Maxa Furlana in Jureta Krajnca z Darsa. Max Furlan, direktor H&C Kongo, h kateremu tabla usmerja že mnogo let: »Niti slučajno nismo zadovoljni z označitvijo. Označitev smo pod posebnimi pogoji iztržili že pred leti v zameno za škodo, ki so jo Dars in izvajalci gradnje ob nastajanju avtoceste povzročili takratnemu motelu Grosuplje – vendar v smislu stare zakonodaje, da gre za informativne in ne reklamne table. Sicer pa smo za spremembo črke M (motel) v H (hotel) potrebovali tri mesece.« Tudi on ugotavlja, da imajo kot posledico treh obcestnih usmerjevalnih tabel zelo malo gostov, v letnem obsegu približno osem odstotkov, in poudarja, da obstoječa zakonodaja ne omogoča promoviranja (zdrave) obavtocestne gostinske ponudbe.

Predstavniki Darsa Jure Krajnc, izvršni direktor za strateški marketing, odgovarja: »Vsa avtocestna počivališča in vsi gostinski objekti ob slovenskih avtocestah, ki imajo ta status, so označeni zelo dobro, s tablam en kilometer, 500 metrov in 250 metrov pred počivališčem. Ponudba je jasno označena s piktogrami. Hotel Mons in hotel Kongo nista avtocestni počivališči. Hotel Mons, ki je enak kot katerikoli drug hotel v Ljubljani, je dobil to izjemno priložnost na podlagi različnih urgenc.«

Kljub temu da se je prometna varnost v zadnjih desetih letih izboljševala tudi zaradi gradnje avtocest – število smrtnih žrtev se je prepolovilo –, je ta še vedno slabša kot v Evropi. Zato je treba tudi označbe postavljati previdno, da ne bi povzročale dodatnih nesreč. Sogovorniki so se strinjali, da je treba novo prometno zakonodajo, ki je v pripravi, prirediti potrebam novih turističnih tokov. Vanjo je treba smiselno vključiti prometno turistično signalizacijo, ki naj bo po eni strani varna in po drugi dovolj nazorna, da bo dosegla svoj namen. Ne želimo si, da bi bile slovenske avtoceste kot novoletna jelka, kot smo slišali na razpravi, »morda pa bi bilo le smiselno standarde za turistično označevanje nekako poenotiti. In ne pozabimo na vzdrževanje obstoječih tabel, ki so marsikje poškodovane in za katere nihče ne skrbi,« je opozoril Danilo Daneu, predsednik Združenja za turizem in gostinstvo pri GZS.

»Turistično gospodarstvo se že nekaj časa sooča s problematiko neustrezne turistične obvestilne in prometne signalizacije na javnih cestah, neustrezno signalizacijo zaznavajo tudi številni turisti,« je pojasnila mag. Ana Božičnik, višja svetovalka v Direktoratu za turizem ministrstva za gospodarstvo. Zato je na pobudo turističnega gospodarstva, še posebej Združenja naravnih zdravilišč Slovenije, Združenja žičničarjev Slovenije in TZS, ministrstvo za gospodarstvo, pristojno za področje razvoja turizma, ob sodelovanju s STO in ministrstvom za promet pripravilo predlog meril in krite-

rijev turističnih ciljev oziroma turističnih centrov (na osnovi statističnih podatkov o nočitvah po občinah ter po kriteriju števila in dolžine žičniških naprav), za katere menijo, da bi jih noveliran Pravilnik o prometni signalizaciji in prometni opremi na javnih cestah, ki je v postopku sprememb na ministrstvu za promet, moral vsebovati. Predlogi kriterijev, ki jih je ministrstvo za gospodarstvo že posredovalo ministrstvu za promet, so se usklajevali tudi z Darsom, DRSC-jem z željo, da bodo v noveli pravilnika interesi turističnega gospodarstva upoštevani tako, kot je predlagano. Po ustrezni spremembi pravilnika bo potrebno izdelati celovit elaborat, ki bo natančno definiral obliko in velikost posameznih obvestilnih tabel ter lokacije in število postavitvev tabel turistične obvestilne in prometne signalizacije v Sloveniji, ter postavitev tudi finančno ovrednotiti. V izogib neusklajenemu in nesistematičnemu postavljanju teh tabel na terenu ministrstvo za promet predlaga celovit in enoten pristop izvedbe projekta, kar bo zahtevalo tudi dodatna proračunska sredstva. Dogovori s STO, kako na osnovi javno-zasebnega partnerstva celovito pristopiti k izpeljavi projekta in z ureditvijo tega vprašanja omogočiti večjo prepoznavnost in približanje slovenskega turizma in slovenske turistične ponudbe potnikom, ki koristijo slovenske javne ceste, že tečejo.

Analize kažejo, da se 66 odstotkov tranzitnih turistov odpravi direktno v svojo ciljno destinacijo. Če je stranska pot dobro označena, nanjo rado zavije 20 odstotkov ljudi, 14 odstotkov pa je turistov, ki si deželo raje ogledajo po stranskih poteh. »Če je pri nas signalizacija manj izrazita kot v razvitih državah, po drugi strani pa je nesreč celo več, tukaj ne vidim ustrezne korelacije. Ocenjujem, da to dvojico ni povezano, zato razlog za neizboljšanje turistične signalizacije ne more biti število nesreč,« je povedala mag. Barbara Gunčar, generalna direktorica STO, in predlagala, da se poišče kompromis, kako v skladu z obstoječo zakonodajo od tranzitnih gostov vendarle iztržiti več, s preusmeritvijo na stranske poti pa omogočiti razvoj tudi lokalnim ponudnikom.

Podatek, da se kar 80 odstotkov gostov pripelje v Slovenijo z osebnimi vozili, kaže na prioriteto, ki ni naklonjena javnemu potniškemu prometu. Zato se na tem področju stvari odvijajo še počasneje, vseeno pa se nam prihodnje leto obeta uresničitev dolgo pričakovanega projekta enotne vozovnice, ki jo bo mogoče uporabljati za kombiniranje različnih oblik prevoznih sredstev – vlaka, avtobusa, taksija, mestnega potniškega prometa in morda še katerega. »Potrebno bo uskladiti vse vozne rede, tako avtobusne kot železniške, tudi tarifne postavke, ter vzpostaviti informacijski sistem za same izvajalce,« je povedal Robert Sever, sekretar Združenja za promet in zveze pri GZS. Matjaž Vrčko, sekretar na ministrstvu za promet in vodja direktorata za prometno politiko, dodaja: »Danes se velika večina potnikov pelje z osebnimi vozili. Naša želja je, da bi se del teh potnikov preusmeril na javni potniški promet, ki bi ga bilo treba seveda narediti dostopnega, kako-



vostnega in sprejemljivega. Uspešnost projekta je odvisna od tega, kako se bomo uspešno dogovorili z ostalimi ministrstvi in lokalnimi skupnostmi.«

Kot primer dobre prakse je Gorazd Hartner, vodja službe za notranji potniški promet pri Slovenskih železnicah, navedel destinacijo Bohinj, kjer ponujajo vlak in avtovlak, prevoz pa kombinirajo z avtobusi in kolesi. Gostom tako ponudijo ogled kraja, hkrati pa ga zavarujejo z vidika ekologije. Sinhronizacijo vozniških redov vidi Hartner kot velik problem, dogovori na nivoju javnega prometa pod okriljem ministrstva za promet se vlečejo že dve leti. Projekt enotne vozovnice zahteva vlaganja na področje tehnologije in informatike, pa tudi dogovor, kako med soudeleženci razdeliti finančno pogačo. »Če bo sistem postavila nevtralna institucija, ga bomo dobili relativno hitro. Dodatno težavo vidim v tem, da premorejo Slovenske železnice 150 postaj, od katerih ni niti ena tako označena, da tuji gost z vlaka vidi, na katero postajo prihaja in kaj si v bližini lahko ogleda. Naša želja je, da Slovenske železnice drugi vidijo kot partnerja pri sooblikovanju ponudbe. S svojimi sredstvi smo pripravljeni prispevati k temu, da gosta zadržimo v Sloveniji. Naši naporji so usmerjeni predvsem v mladega gosta, ki je naš perspektiven gost, saj po podatkih njihovo število vsako leto narašča za 20 odstotkov.«

Drugi del okrogle mize na temo letalskega in pomorskega prometa je otvoril Marjan Hribar, direktor direktorata za turizem. »Letalski sektor je treba podpreti celovito, ne samo na mariborskem letališču in ne samo nizkocenovnih prevoznikov. Tukaj absolutno ne želimo biti diskriminatorni. Prepričani smo, da se bosta ob vpetosti Slovenije na ta zemljevid obseg turistične dejavnosti in konkurenčnost povečala.«

Na mariborskem letališču se spopadajo z nesoglasji med ministrstvom za promet in sedanjim upravljalcem letališča, na portoroškem pa ne uspejo pridobiti ustreznih dovoljenj za podaljšanje steze. Težava je v sprejetju lokacijskega načrta za to območje. Trenutno lahko na podlagi lokacijske informacije izvajajo samo nujna vzdrževalna investicijska dela. Ljubo Milič, direktor Aerodroma Portorož: »Aerodrom Portorož se je lani dokapitaliziral tudi z namenom, da se investira v infrastrukturo, v sredstva, v promet, v razvoj samega letališča, predvsem za potrebe piranskega, portoroškega in obalnokraškega zaledja. Po skoraj dvajsetih letih, ko portoroško letališče ni igralo vidne vloge z vidika čarterskega ali rednega prometa, bi tako lahko naredili korak naprej. Portoroško letališče bi lahko sprejemalo tudi goste, ki bodo namenjeni v novi Palace ali na novo golfsko igrišče, vsi skupaj pa bi tako ponudbo Portoroža dvignili na višjo raven.«

Pobude za pospešitev rešitve tega vprašanja so bile s strani ministrstva za promet posredovane ministrstvu za okolje in prostor, vendar odgovora še ni. Neuradno pa smo na MOP-u izvedeli, da je bila s strani investitorja res posredovana pobuda. V zvezi z njo so bili sklicani delovni sestanki, na katerih je bilo ugotovljeno, da pobuda ni bila ustrezno evidentirana in usklajena. Zahtevane dopolnitve do danes MOP ni prejel, zato postopek miruje.

Jožef Slana, vodja Direktorata za letalstvo na MZP, dodaja: »V primeru portoroškega letališča gre za izredno prostorsko omejitvev, ki jo rešujemo že daljši čas, in očitno bo

treba pred to končno rešitvijo rešiti še določena predhodna vprašanja.«

Obala se sooča tudi z vprašanjem razvoja pomorskega potniškega prometa (PPP). Že nekaj let so prizadevanja usmerjena k ustanovitvi sodobnega potniškega pristanišča, ki bo služilo servisiranju vseh vej PPP, torej javnega potniškega prometa med obalnimi mesti in sosednjimi pristaniškimi mesti v regiji, trajektnih povezav z jadranskimi in sredozemskimi pristanišči ter potniškega pristanišča, ki bo služilo tudi potovanjem z ladjami za križarjenje. Vsekakor je za delovanje takega pristanišča potrebna ustreznna prometna infrastruktura. Brez ustreznih cestnih in železniških povezav z zaledjem in širšo regijo ne moremo, potrebujemo tudi bližino mednarodnih letališč. Z ustanovitvijo potniškega pristanišča se od leta 2003 ukvarja Konzorcij za potniški terminal Koper, v katerega so vključeni Mestna občina Koper, GZS, Luka Koper in Istrabenz. Vodja konzorcija Matjaž Francé kot glavno prioriteto omenja predstavitev Slovenije kot nove in varne destinacije za ladijske turiste. Aktualna sta dva podprograma: krožno potovanje, kjer se Koper pojavlja kot eno izmed postajališč na poti ladij po Jadranu, in Koper kot izhodiščno pristanišče za potovanje po Jadranu oz. po Sredozemlju. Ta je seveda večji zalogaj, ki zahteva širšo podporo; potrebujemo ustrezne nočitvene kapacitete, konkurenčna mednarodna letališča, ki bodo sposobna prepeljati dovolj veliko število potnikov (danes je povprečno število potnikov na ladiji 1.500), nenazadnje pa potrebujemo tudi pristaniško infrastrukturo, ki je sposobna za goste poskrbeti s tehničnimi, varnostnimi in ostalih vidikov. »Vesel sem, da lahko ob tej priložnosti izrazim pobudo turističnim delavcem, ponudnikom izletov in tudi STO-ju, da pripravimo čim bolj kakovosten in zanimiv program, ki se bo razlikoval od programov drugih držav. Na ladjah so gostje različni, eni plačajo za teden križarjenja 600 dolarjev, drugi 15.000 dolarjev – in tem gostom je treba ponuditi nekaj posebnega. Zakaj ne bi ponudili Američanu, ki pride prvič v Evropo, organiziran izlet tudi na Dunaj, v Salzburg ... In prav tukaj vidim priložnost tudi za manjša letališča, na primer portoroško,« je vzpodbujal partnersko sodelovanje Matjaž Francé. Žal pa praksa kaže, da je najtrši oreh pri večanju števila turistov v Sloveniji prav zasebno-javno partnerstvo. Uspehe beležijo v okviru Spota. »Partnerstvo je dejansko trd oreh. Zdaj Spot obstaja dobro leto in pol, začeli smo štirje entuziasti, zavedajoč se, da vsi potrebujemo gosta – od letališč, hotelov, restavracij, pa tudi na državnem nivoju. Prišli smo z idejo, da je povezovanje, združevanje sredstev in skupen nastop na tujih trgih edini način, in mislim, da drugače ne bo šlo. Trenutno imamo 56 aktivnih partnerjev in vzpodbujam tudi ostale, da se priključijo,« je povedal Zmago Skobir, član uprave Aerodroma Ljubljana in predsednik skupščine Spot. »Malokdo ve, koliko dodatnih nastanitvenih (javnosti manj ali nepoznanih) kapacitet se je odprlo kot posledica večjega števila gostov in večje potrošnje. Poglejmo samo, kaj se dogaja z Ljubljano, odkar je priliv letalskih gostov večji. Vprašanje, ali moramo imeti najprej hotele in odlične produkte, je zame irelevantno. Najprej moramo pripeljati goste – pa ne samo julija in avgusta, ampak skozi vse leto –, potem pa bomo med njimi

izluščili »bolj kvalitetne« od »manj kvalitetnih«. Mislim, da je zelo malo gostov, ki so odšli od nas nezadovoljni, ne glede na to, kdaj so prišli. Dejstvo pa je, da jih je premalo. Ko bo ta masa zadovoljiva, se bo dalo iz nje hitro izluščiti jedro, ki je za nas zanimivo.« Da se je treba prilagajati spremembam trendov, je opozoril tudi Marjan Matevlijič, kapitan Marine Portorož in predstavnik sekcije za marine pri GZS. Opažajo namreč, da velikost jaht narašča, Jadran so odkrile velike in mega jahte iz tistih evropskih držav, ki včasih tukaj niso plule. Težava je v tem, da prihajajo samo poleti in se ne zadržujejo čez zimo, ko obiskujejo druge destinacije. Želja je, da bi take ladje skušali zadržati. »Glede na to, da velikost jaht raste in da računamo na prihod velikih jaht, smo že pripravili projekte za širitev – konkretno govorim za Marino Portorož. Predstavili smo jih piranski občini, na žalost pa predlog ni bil sprejet. Mi bomo na projektu vztrajali, saj moramo naše marine prilagoditi sprejemu večjih jaht. Tukaj je prihodnost navtičnega turizma.« Matevlijič je opozoril tudi na problem carinske procedure, ki se po vstopu Slovenije v EU ni spremenila. V pomorskem prometu obstaja pravilo, da morajo ob vstopu v državo plovila najprej v luko, kjer se nahaja mejni prehod, tam izpolniti listo posadke oziroma popis potnikov, šele potem lahko odplujejo naprej. »Ta postopek je veljal v času stare Jugoslavije in velja še danes in predstavlja zavratalni element,« je prepričan Matevlijič.

Okroglo mizo, ki je še enkrat pokazala na celo vrsto odprtih vprašanj, po drugi strani pa dala občutek, da pripravljenost za njihovo rešitev vseeno obstaja, je strnil minister za gospodarstvo mag. Andrej Vizjak, ki je po zaključku v Monsu pripravil tudi sprejem za predstavnike turističnega gospodarstva. »V veliko čast mi je, da vas lahko ob svetovnem dnevu turizma pozdravim v tem imenitnem hotelu, ki na zelo izviren način združuje vrhunsko arhitekturo, umetnost v sožitju z naravo, izvrstno kongresno ponudbo in sedem vrhunsko kulinariko. Za to pomembno pridobitev turistične ponudbe slovenskemu turizmu iskreno čestitam,« je pohvalil gostitelja in izrazil prepričanje, da je bila v preteklosti pri določanju nekih strateških usmeritev razvoja turizma narejena napaka, saj so se povečevale zgolj močne turistične destinacije – stavilo se je na njihov nadaljnji hiter in močan razvoj. »Sedaj smo na ministrstvu za gospodarstvo prepričani, da je Slovenija ena sama pravična turistična destinacija in da je lahko razvoj turizma na slovenskem podeželju, tudi tam, kjer se danes še ni prijel, zelo pomemben, zelo dragocen, saj vpliva na popestritev turistične ponudbe in na razvoj teh krajev. Danes večkrat govorimo – ko govorimo o določenih depresivnih regijah, kjer se prestrukturira gospodarstvo –, da je turizem rešilna bilka. Nedavno smo to slišali, ko smo govorili o problemih Bele krajine. In tukaj nastopi zelo pomembno partnerstvo med prometom in turizmom. Ne znam si namreč predstavljati razvoja turizma, če hkrati ni na primernem nivoju tudi prometna infrastrukturalna dostopnost. Tukaj bomo morali preskočiti birokratske ovire pri združevanju teh dveh sektorjev in iti od cilja proti rešitvi – cilj pa je, da ta dva sektorja povežemo v kakovostno turistično ponudbo, da bo gost, ki pride, zadovoljen in da bo storitev, tako prevoznikov kot tudi turističnih subjektov, zadovoljila pričakovanja. To je več kot dovolj nalog za naše institucije.«



Trajne vrednote

»Kaj je gonilo tiste pristne slovenske ponudbe, ki ni slepo zazrta v množični ceneni turizem, ampak vabi sladokusce, da jim ponudi ne le idrijske žlikrofe, štajersko potico in prekmursko gibanico, ampak tudi slap Peričnik in sončni zahod za Piranom? Pa tudi čiste potoke, zelene livade in igrivo petje škrjancev. Kaj žene slovenske zanesenjake, da čistijo rečne bregove, pobirajo papirčke ob poteh in postavljajo lesene izrezljane kažipote? Čemu razkošno cvetje po okenskih policah in balkonskih ograjah, ko pa je z njim samo delo in stroški? Kaj je v ozadju tega potenciala, brez katerega ni »butičnega turizma« z visoko dodano vrednostjo? V ozadju je ljubezen do slovenskih lepote. V ozadju je želja, da se vse to posreduje drugim: gostom, tujcem, turistom ...«

MARJETICA NOVAK, FOTO: SREČKO ŠAJN

V nekaj vprašanih in odgovorih nanje, ki jih je zadnje septembrsko soboto v Portorožu na proslavi stoletnice Turistične zveze Slovenije in organiziranega turizma na našem prostoru nanizal predsednik državnega zbora France Cukjati, lahko, upoštevaje častitljivi jubilej, strnemo podobo preteklosti, sedanjosti in prihodnosti našega turizma.

V sončni prestolnici slovenskega turizma, kot je za Portorož dejala županja gostiteljica Vojka Štular, so se zbrali številni gostje osrednje prireditve pred svetovnim dnevom turizma, katere pokrovitelj je bil predsednik države dr. Janez Drnovšek. Za gostoljuben sprejem obiskovalcev so z okrepčilom in vabilom na obisk svojih krajev ob stojnicah pred odprtim delom portoroškega Avditorija poskrbela tamkajšnja turistična društva, združena v Istrsko turistično zvezo, in krajevne skupnosti. Za prijetnejše vzdušje pa še piranski Mladinski orkester in Šavrinski godci.

PRIZNANJE

Piranska županja Vojka Štular je na sprejemu, ki ga je po proslavi jubileja pripravila za predstavnike turistične društvene organizacije, dr. Marjanu Rožiču izročila plaketo piranske občine z besedilom: Plaketo Občine Piran prejme Turistična zveza Slovenije ob 100. obletnici uspešnega delovanja na področju turizma, kjer s svojo strokovno in ljubiteljsko dejavnostjo ter organizacijo prispeva k hitrejšemu in kakovostnejšemu razvoju turizma v Sloveniji in s tem tudi v občini Piran.

»Posebej pomembno je, tudi za današnje čase, da so se ljudje združevali z namenom, da bi razvijali turizem. Turistična društva so bila in ostajajo zibelke slovenskega turizma in ni naključje, da vrednote društvenega delovanja ostajajo pomembne tudi za turistično bodočnost ...« je v svojem nagovoru poudaril predsednik Turistične zveze Slovenije dr. Marjan Rožič. Nato je orisal zgodovino zveze, ki je naslednica leta 1905 na pobudo ljubljanskega župana Ivana Hribarja ustanovljene Deželne zveze za pospeševanje prometa tujcev na Kranjskem, in sklenil: »Upravičeno smo lahko ponosni, da imamo tako organizacijo, kot je naša, in da bomo v njej z ustvarjalnim delom uresničevali turizem sedanjosti in bodočnosti. Združujmo se in z večjo zavzetostjo ustvarjajmo pod blagovno znamko Slovenija.«

Praznik turistične društvene organizacije in našega turizma je s svojim obiskom počastil tudi generalni sekretar Svetovne turistične organizacije Francesco Frangialli, ki nam

je med drugim zatrdil: »Masovni turizem ni vaša prihodnost. Ne posnemajte Turčije, Španije in Tunizije. Priporočam, da si ne prizadevate svetu predstavljati na nek nov način, ampak bodite to, kar ste. Slovenija je alpska dežela z gostoljubnimi prebivalci in pridihom Sredozemlja. Na tem gradite in zagotovo boste uspeli ... Svetovna turistična organizacija lahko tudi pomaga pri razpoznavnosti Slovenije in upam, da to povabilo pomeni dejavnejšo vlogo vaše države v telesih naše organizacije, kot je bilo to doslej. Za darilo ob jubileju pa smo se odločili, da bo prihodnje leto v Sloveniji mednarodna konferenca urednikov vseh publikacij Združenih narodov, skupaj jih je več kot petdeset, in med njimi tudi Mednarodnega denarnega sklada in Svetovne banke. Tako bomo prispevali k boljši prepoznavnosti Slovenije in zanimanju turistov zanjo.«

Sto let organiziranega turizma je redkost tudi v svetu, je uvodoma v svojem nagovoru omenil gospodarski minister mag. Andrej Vizjak in tudi dejal: »Izjemno vlogo in pomen prostovoljnih turističnih društev in zvez ter turizmu naklonjene civilne družbe pri lokalnem, regionalnem in nacionalnem spodbujanju in razvijanju turistične ponudbe priznava tudi vlada. Ta v svojem strateškem razvojnem dokumentu za področje turizma turistično društveno organizacijo opredeljuje kot enakovrednega partnerja pri načrtovanju razvojne turistične politike in izvedbenih ukrepov spodbujanja razvoja turizma. Vloga civilne društvene organiziranosti je izjemno pomembna predvsem pri ustvarjanju turizmu naklonjenega vzdušja med lokalnim prebivalstvom, pri urejanju okolja, lepševanju krajev, usmerjanju lokalnega prebivalstva k ohranjanju kulturne dediščine in naravnih vrednot, sodelovanju pri promociji turističnih krajev, informiranju turistov ter prirejanju turističnih prireditev.«

Po proslavi, ki so jo s kulturnim programom obogatili Plesnoakrobatska skupina Flip iz Pirana, plesalci skupine Mojca Horvat Formation in Tinkara Kovač, so se gostje ob prijaznem druženju še pokrepčali na stojnicah, nato pa odpravili na izlete v okolico in z ladjico v Piran. Prav ta dan je bila v Piranu otvoritev Dnevov evropske kulturne dediščine, ki so bili letos posvečeni nesnovni dediščini in so predstavljali tudi šege in običaje. Na piranskem trgu in številnih drugih prizoriščih se je vrstila vrsta prireditev, ki si jih je popoldne ogledal tudi predsednik države dr. Janez Drnovšek in se ob tej priložnosti o turizmu pogovarjal s piransko županjo Vojko Štular, Francescom Frangiallijem in predstavniki turistične društvene organizacije. »Naša turistična društva so po večini zelo marljiva. Mislim, da so delavni in dobro organizirani. Vsako leto jim ob končanem tekmovanju turističnih krajev v okviru projekta Moja dežela – lepa in gostoljubna pripravim sprejem in moji vtisi so vedno zelo dobri. Ljudje so prizadevni. Ne gre samo za turizem, kako privabiti čim več turistov,



1



2



3

Fotografije:

1. Dr. Janez Drnovšek, predsednik Republike Slovenije se je ob priložnosti obleležitve 100. obletnice organiziranega turizma v Sloveniji in Svetovnega dneva turizma o prihodnosti turizma pogovarjal s Francescom Frangiallijem, piransko županjo Vojko Štular in predstavniki turističnih društvenih organizacij. Foto: Boris Šuligoj
2. tiskovna konferenca, Bela dvorana Avditorij Portorož
3. pozdrav in nagovor: dr. Marjan Rožič, predsednik TZS

temveč kako čim bolj polepšati kraje. Mi ves čas živimo tu, turisti pridejo, pa gredo, skratka mi imamo veliko od tega, če imamo lepe kraje,« je dejal dr. Janez Drnovšek.

Fotografije:

4. nastop Plesnoakrobatske skupine Flip Piran s točko »Moja Slovenija«
5. Tinkara Kovač in Bojan Rojko
6. delavnica - turistični podmladek



6



4



5

Po poteh dediščine Dolenjske in Bele krajine

V začetku septembra so se v Vili Otočec na Otočcu srečali strokovni sodelavci Slovenske turistične organizacije ter predstavniki in strokovni sodelavci projekta Po poteh dediščine Dolenjske in Bele krajine. Poleg internega kolegija sodelavcev STO-ja in izmenjave informacij o načrtih in delovanju obeh institucij je direktorica STO mag. Gunčar podpisala tudi nov triletni sporazum o sodelovanju na projektu Po poteh dediščine v obdobju 2005–2008, kar je že četrti triletni sporazum, ki ga je podpisalo 27 partnerjev javnega, zasebnega in nevladnega sektorja.

MARKO KOŠČAK

In katere so izbrane lokacije?

Zaplaz nad Čatežem, kjer se zaključijo Levstikovo popotovanje od Litije do Čateža z vsakoletno razhodnjo, **Vesela gora pri Šentrupertu** in samo naselje **Šentrupert**, vsem dobro poznan **Stiški samostan** in **Galerija likovnih samorastnikov v Trebnjem** z bogato zbirko naive – tu je tudi začetek Baragove pohodne poti, ki povezuje Malo vas, Dobrič in grad v Trebnjem, ki so zaznamovani z imenom slovenskega misijonarja Friderika Barage. Eden od biserov je vsekakor **izvir reke Krke** nad vasjo Krka. Prav tako tudi sam tok reke proti Žužemberku, ki so ga v preteklosti izkoriščali mnogi **mlini in vodne žage na Krki**. Še danes je moč videti in doživeti nekaj tega. V **Žužemberku** ne moremo mimo gradu, ki ga tamkajšnji domačini ljubeznivo obnavljajo in mu dajejo novo vrednost in namen. V Mirni Peči oziroma na **Globodolskem polju** je še vidna tradicionalna kulturna krajina in njena drobna posestna struktura, ki je tudi največji potencial za razvoj turizma. **Dvorec Soteska** je sicer v ruševinah, vendar pa je sosednji Hudičev turn po zaslugi prizadevnih domačinov že vključen v turistično ponudbo v Dolenjskih Toplicah. Prav gotovo je eden od biserov **Dolenjski muzej v Novem mestu** s svojim bogatim programom različnih razstav, ki se dopolnjuje s **starim mestnim jedrom Novega mesta** v zaključeno celoto. Tu je še **grad Otočec**, ki ga posebej ni potrebno predstavljati, prav tako tudi ne **Kostanjevice na Krki**, ki je vključena s samostansko umetnostno galerijo in samim mestom – dolenjskimi Benetkami, kakor pravijo. V neposredni bližini je še **Kostanjeviška jama**, ki v svoj podzemni svet vabi bolj ali manj izkušene obiskovalce. Morebiti manj poznana, a nič manj atraktivna, je tudi lokacija **cerkve na Stopnem pri Škocjanu**, do katere še vedno vodi stara romarska pešpot. Od tu je izjemen razgled na šentjernejsko polje in ostalo okolico. Seveda brez **Pleterij**, kartuzijanskega samostana, in odprtega muzeja pred njim ne moremo, prav tako pa tudi ne mimo **Baze 20**, ki zaznamuje našo polpreteklo zgodovino.

In že smo v Beli krajini. Najprej na najvišji točki na **Mirni gori** (1047 m), kjer se lahko sprehodimo po gozdovih Kočevskega roga in naužijemo svežega zraka, nato pa se odpravimo na **izvir Krupe pri Semiču**, kjer se lahko ravno tako sprehodimo in okrepčamo na bližnji kmetiji. Če nadaljujemo proti Črnomlju, ne smemo mimo **Mitrovega templja** v vasi Rožanec, ustaviti se moramo v **Črnomlju**,

obiskati **krajinski park Lahinja** in se popeljati s konjsko vprego ter se pogovoriti z domačini. Lahko obiščemo še **Stari trg ob Kolpi**, ki jo lahko tako ali drugače doživimo, ali s kopanjem ali pa z vožnjo na čolnu, morebiti pa tudi kako drugače. Pot zaključimo ali pa tudi začnemo v Metliki, si ogledamo **Belokranjski muzej v gradu Metlika** ter obiščemo bližnje **Rosalnice**, kjer stojijo Tri fare, znameniti romarski kompleks treh cerkva, kjer je bil prvotno sedež metliške župnije. **Tako.** To je samo 28 lokacij naravne in kulturne dediščine, ki so vključene v ponudbo pod naslovom **Po poteh dediščine Dolenjske in Bele krajine**, lahko pa verjamete, da jih je obiska vredno vsaj še trikrat toliko. Zato bo popotniku, ki bo sledil knjižici Po poteh dediščine Dolenjske in Bele krajine, poleg informacij in bogastva pokrajine dobrodošla tudi pomoč domačinov. Če jih bo povprašal za pot ali se z njimi zapletel v pogovor, bo spoznal mnogo več, kot lahko ponudita katerakoli knjiga ali vodnik. V pogovoru z njimi bo odkril delček njihovega življenja, delček njih samih.

STO podpira razvoj turizma na manj razvitih turističnih območjih

»Slovenska vlada, Ministrstvo za gospodarstvo RS in s tem posredno STO bosta v prihodnje namenila veliko več pozornosti podpori prizadevanjem za razvoj manj razvitih turističnih območjih, kakršni sta tudi Dolenjska in Bela krajina. Še posebej, če gre za turistične proizvode, ki spoštujejo in delujejo po načelih trajnostnega razvoja, partnerskega povezovanja in tudi medregijskega ter čezmejnega sodelovanja, kar vse je značilnost že desetletnega sodelovanja vseh partnerjev v okviru projekta Po poteh dediščine Dolenjske in Bele krajine.« S temi spodbudnimi besedami je direktorica Slovenske turistične organizacije mag. Barbara Gunčar napovedala večjo in vsestransko podporo tako projektu Po poteh dediščine Dolenjske in Bele krajine kakor tudi podobnim aktivnostim drugje po Sloveniji. Naj omenimo, da se je metodološki pristop omenjenega projekta nadaljeval in se nadaljuje v šestih območjih v Sloveniji in pljusnil tudi v sosednjo Hrvaško, trenutno pa potekajo razgovori o prenosu teh izkušenj tudi v prostor jugovzhodne Evrope. Prav gotovo so tovrstni produkti lahko priložnost za »nov zagon« razvoju slovenskega turizma, še posebej na podeželskih območjih, kar je v konkretnem primeru projekta Po poteh dediščine še posebej pomembno za ustvarjanje

pogojev za nova delovna mesta ter ekonomsko diverzifikacijo obmejnega prostora ob slovensko-hrvaški meji. To je še posebej pomembno za Belo krajino, ki se sooča z velikimi težavami oziroma visokim deležem nezaposlenosti.

Podpora na področju trženja in nadaljnega razvoja produkta

Ključna podpora STO-ja projektnim aktivnostim bo namenjena obveščanju strokovne javnosti, organiziranju študijskih potovanj za leto, zagotavljanju prisotnosti produkta na ključnih sejnih in delavnicah, ki jih organizira STO v sklopu trženja slovenske turistične ponudbe v tujini, vključevanju konkretnih aktivnosti trženja projekta in svoje redne akcije in izvajanju strategije trženja slovenskega turizma.

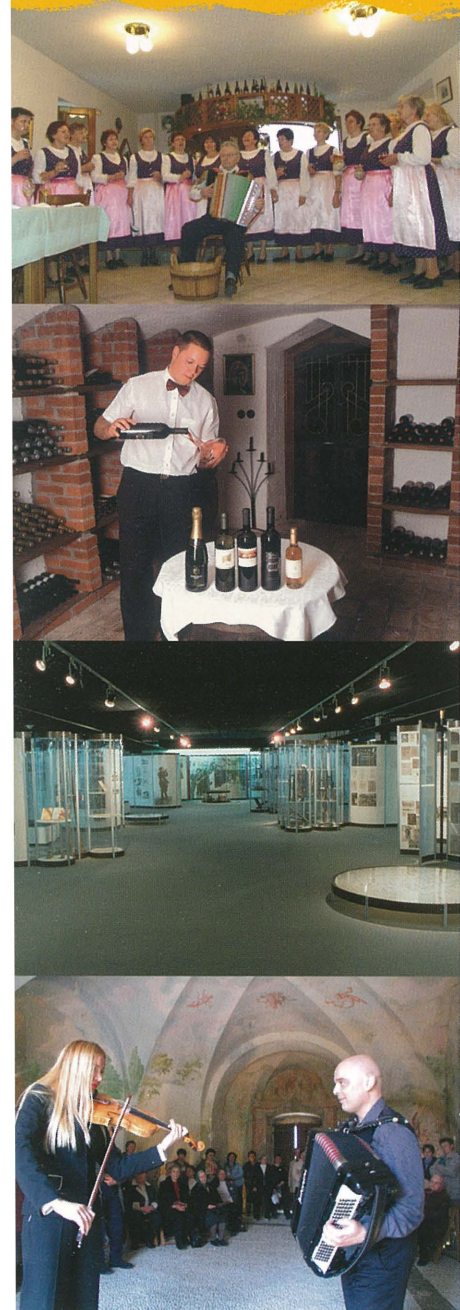


V popoldanskem delu družjenja so si udeleženci srečanja ogledali še nekaj zanimivih lokacij, vključenih v ponudbo oziroma turistični proizvod Po poteh dediščine Dolenjske in Bele krajine, ter z letališča Prečna poleteli z letalom na panoramskem letu nad prestolnico Dolenjske, Novim mestom, in okolico.

Deset let delovanja projekta

Projekt, ki v letošnjem letu obeležuje desetletnico svojega delovanja, ima za osnovni cilj razvoj trajnostnega turizma v obmejnem območju ob slovensko-hrvaški meji, in to predvsem z vključevanjem območij in objektov naravne in kulturne dediščine v turistično ponudbo tega območja. Ključna področja njegovega delovanja so izvajanje marketinga in trženja ponudbe naravne in kulturne dediščine ter aktivnih počitnic na Dolenjskem in v Beli krajini, urejanje in izboljšanje infrastrukturne opremljenosti lokacij naravne in kulturne dediščine, vključenih v ponudbo in turistične programe, razvoj človeških virov, predvsem zasebnega sektorja, z namenom dviga kakovosti in standarda ponudbe v prostoru ter krepitev medsebojnega sodelovanja vseh partnerjev, vključenih v izvajanje projektnih aktivnosti (več na www.slovenia-heritage.net).

V ponudbi Po poteh dediščine Dolenjske in Bele krajine so v obliki »mreže« med seboj prepletene lokacije naravne in kulturne dediščine. Le 28 od 150 predlaganih jih je bilo izbranih leta 1996, ko je tod potekal pilotni projekt, ki ga je sofinancirala Evropska komisija in pri katerem so sodelovali britanski strokovnjaki.



S svojimi programi pritegnil angleški BBC

Slovenija je ena od petih držav na svetu, ki jih bo BBC Holidays predstavil v oddaji BBC HOLIDAYS 2006, in sicer v začetku februarja prihodnjega leta. Oddaja gledalcem priporoča izbrane destinacije, še posebej zanimive za obisk. V ta namen je televizijska hiša BBC letos kar dvakrat obiskala Tolmin. O tem smo se pogovarjali z direktorjem podjetja MAYA ŠPORT, Borutom Nikolašem.

ALEKSANDRA JEREBIC; SANDRA.JEREBIC@SLOVENIA.INFO

Kako se je zgodilo, da je BBC naredil reportažo prav v Posočju?

Na začetku naj povem, da smo imeli v Tolminu v letošnjem letu kar dve televizijski hiši BBC. Najprej nas je v juniju obiskal BBC Northern Island, ki je snemal oddajo Mummy's boys, v začetku septembra pa nas je obiskal še londonski BBC Holidays. Posočje jih je pritegnilo zaradi čudovite narave, programov, ki jih izvajamo, in referenc naših angleških gostov ter poslovnih partnerjev. Pri pogovorih o snemanju obeh programov smo dodali tudi mnenja, ankete in reference gostov z Otoka, ki so nas obiskali v sezoni 2004.

Torej je njihov prihod predvsem vaša zasluga?

Ja, tu se lahko pohvalimo, da je prihod obeh BBC-jev zasluga agencije MAYA ŠPORTNI TURIZEM ter našega angleškega partnerja.

In kako se vi ob tem počutite?

Sem zelo vesel in ponosen, da smo imeli to čast, da smo lahko sodelovali z dvema svetovno pomembnima televizijskima hišama. Treba se je zavedati, da imajo tako velike televizijske hiše od šest do osem milijonov rednih gledalcev. To pa ni več mačji kašelj, če pomislimo, da nas je v Sloveniji vseh skupaj nekaj manj kot dva milijona. Še posebej pa nas (MAYA TEAM, op. p.) je razveselilo poročilo obeh producentov, ki sta enotnega mnenja, da tako profesionalnega odnosa in pomoči pri snemanju programa še niso bili deležni.

Kaj menite, zakaj so izbrali ravno vas?

Mislím, da je bilo ključno to, da smo navedli mnenja, ankete in reference gostov ter partnerjev, ki nas poznajo. Tu je tudi narava z našo edinstveno reko Sočo, kakovost programov, ki jih izvajamo, in nenazadnje tudi vse večja popularnost Slovenije na Otoku.

Lahko bralцем Turizma bolje razložite, zakaj je v oddaji pravzaprav šlo?

Pri snemanju oddaje Mummy's boys je šlo za snemanje dveh oddaj v seriji šestih oddaj.

Oddaja je zasnovana na račun težkih nalog in izzivov, s katerimi se morajo mamini sinčki spopasti. Najprej sem program in naloge sestavil, nato pa sva jih skupaj z režiserjem Bobom Obreinom dodelala. Oddaji bosta na sporedu v prvem in drugem tednu letošnjega oktobra. BBC Holidays pa je snemal enega od štirih programov, ki ga izvajamo za naše goste z Otoka. Program se imenuje WET WET WET. Že samo ime programa pove, da smo snemali aktivnosti na vodi (nočni kanu, rafting, canioning, hydrospeed in kajak spust). Program je že dve leti v katalogu našega angleškega partnerja in ga izvajamo od petka do ponedeljka (short break). Izbrani smo bili (MAYA, SLOVENIJA, op. p.) skupaj s še petimi državami sveta, ki jih bo BBC Holidays predstavil v oddaji BBC HOLIDAYS 2006 na začetku februarja 2006. Oddaja priporoča gledalcem, kam naj se v letu 2006 odpravijo na počitnice.

Kakšna so vaša pričakovanja po objavljeni oddaji?

Prepričan sem, da bo oddaja pozitivno vplivala na prodajo vseh naših programov. Povečala pa se bo tudi prodaja vseh programov, ki so kakorkoli povezani s Slovenijo. Mislím, da si boljše promocije slovenski turizem ne bi mogel želei, če še enkrat pomislimo na približno dvajset milijonov gledalcev, ki bo videlo vse tri oddaje skupaj!

Kako ste zadovoljni s povpraševanjem oz. prodajo vaših storitev v tem letu?

Tudi ta sezona je pokazala, da izvajamo visoko kakovostne programe in da imamo profesionalni odnos do naših strank, saj se je prodaja v primerjavi z lansko sezono zopet povečala za 12 %. Obiskalo nas je dobrih šest tisoč gostov iz Slovenije in tujine. Tu bi želel poudariti, da za menoj stoji fantastičen team mladih fantov in deklet, brez katerih vseh teh uspehov ne bi bilo. V MAYI imamo trenutno štiri redno zaposlene, dva pogodbeno, osemnajst pa jih dela preko študentskega servisa. V prihodnjem letu računamo na še dve dodatni redni zaposlitvi. Programi, ki jih ponujamo, so prilagojeni željam naših gostov.

Kako turisti zvejo za vas?

Večina naših novih gostov prihaja po priporočilih njihovih prijateljev, ki so nas že obiskali. Tu ni razlik med domačimi in tujimi obiskovalci. Prepričan sem, da je dober glas, ki ga naši gostje ponesejo s seboj, najbolj pomemben pri prodaji naših storitev. Seveda imamo tudi internetno stran, ki je danes najbolj pomemben medij. Na ta način pridejo do nas tudi povsem novi gostje. Zelo pomembno vlogo pri prodaji naših programov igrajo tudi naši slovenski in tuji poslovni partnerji. Le-ti prodajajo programe, ki smo jih skupaj sestavili v njihovih katalogih in na spletnih straneh. Največ tujih gostov nas obišče z Otoka in Litve.

Torej so vaši programi tisti, ki pritegnejo turiste? Zakaj menite, da je tako?

Programi so zelo pomembni, vendar bi jih v tem trenutku želel dati na drugo mesto. Na prvem mestu je zame vedno bil in bo ostal odnos, ki ga pokažemo do stranke. Stranki se lahko nasmejemo iz srca ali pa se ob tem pretvarjamo. In stranka bo to začutila. Vsak član MAYA TEAMA vam lahko pove, kako pomemben je zame individualen in prijateljski odnos do stranke. Gost, ki nas obišče, se ne sme niti za sekundo počutiti kot številka, ki je plačala našo storitev. Počutiti se mora domače in prijetno. Začutiti mora prijateljstvo, ki ga ponujamo gostu. Kot sem že povedal, so na drugem mestu programi in storitve, ki jih ponujamo. Tu bi poudaril še animacijo in druženje z gosti. Mislím, da je dovolj zgovoren podatek, da gosti, ki izberejo štirinajstdnevni program, odhajajo domov s solzami v očeh.

Kakšna je pravzaprav struktura vaših gostov?

Programi in storitve, ki jih ponujamo, so prilagojeni glede na starost in izkušnje. Programe najprej razdelimo na tiste za začetnike, srednje izkušene in ekstremiste. Tako dobimo strukture gostov, kot so družine, osnovne šole, upokojenci, podjetja in individualni gostje. Obiščejo nas lahko gostje od osmega leta starosti dalje, ki so psihično in fizično zdravi. V zadnjih treh sezonah nas obišče približno 45 % slovenskih in 55 % tujih gostov.

Ali v okolici Tolmina sodelujete z ostalimi turističnimi ponudniki in na kakšen način?

Seveda. Od vedno sem bil zagovornik sodelovanja med različnimi ponudniki. Zavedam se, da v današnjem svetu nihče ne more preživeti sam, saj sta konkurenca in trg neusmiljena. Tako sodelujem s tolminskim hotelom Krn, penzionom Kobala, prenočišči Paradiso in vsemi manjšimi ponudniki prenočitev. Tu so še vsi gostinci, ki skrbijo, da naši gostje niso lačni. Še posebej bi tu želel pohvaliti HIŠO FRANKO, ki zna naše goste res lepo presenetiti in razvajati. Ne smem pozabiti še domačih proizvajalcev sira, medu, domačih žganic in še bi lahko našteval.

Kaj pa prebivalci, kako gledajo na tujce z vseh koncev sveta?

Tolminci so naše goste zelo lepo sprejeli. Velikokrat lahko slišimo od naših gostov, kako prijazni so domačini. Z veseljem lahko povem, da imamo med domačini veliko podporo, pa tudi občina Tolmin stoji za vsem, kar naša agencija ponuja. Mislím, da se vsi dobro zavedajo, da je skupaj z našimi programi povezan kar lep kos potice tolminske ekonomije. Dokaz za to je, da vse več Tolmincev odpira nove apartmaje, sobe pa tudi kampi so na Tolminskem novost.

Imate kaj novega v mislih za prihodnost?

Vedno. Vsako sezono se trudimo našim gostom ponuditi nekaj novega in drugačnega. Tako smo letos odprli trgovino MAYA SHOP, v kateri lahko naši gostje kupijo majice, kape in nahrbtnike z blagovno znamko MAYA in druge spominke, ki so značilni za Tolminsko. Za prihodnost nam seveda ne manjka novih idej. Lahko vam samo obljubimo, da se bomo še naprej trudili, preseñečali in dostojno zastopali slovenski turizem. Ostalo naj zaenkrat ostane še skrivnost.

Kakšno vlogo igrajo za vas promocijske predstavitve STO-ja?

Vesel sem, da uspešno sodelujem s STO-jem, odkar delam v turizmu. Tu imam v mislih predvsem SIW-e, ki so mi omogočili, da sem spoznal partnerje, s katerimi še danes sodelujem. Tu so še sejmi in borze v tujini, ki jih redno obiskujem. Pomembno se mi zdi tudi to, da se na sejmih, borzah in delavnicah, ki jih organizira STO, srečujemo z različnimi slovenskimi turističnimi ponudniki. Tako si lahko izmenjujemo izkušnje, znanje in nova spoznanja. Dodatno utrjujemo prijateljske vezi, ki so zelo pomembne, ko nas tuji partnerji in gosti opazujejo na promocijah Slovenije v Evropi in svetu.

Zima ni ravno vaš letni čas. Kaj boste počeli?

V lanskim zimam smo začeli z izvajanjem t. i. »team building« programov. Tudi v tej zimi bomo s tem nadaljevali, saj je eden izmed srednjeročnih ciljev ta, da poslušamo celo leto. Sam se bom 1. decembra vrnil na Novo Zelandijo, kjer bom obiskal podjetje, s katerim sem začel letos poslovno sodelovati. Nova Zelandija je zibelka adrenalinskih športov in tam se lahko naučim še veliko novih stvari, ki mi bodo pomagale k še uspešnejšemu poslovanju.

Se počutite uspešnega?

Da.

Čemu lahko pripisujete ta uspeh?

Vztrajnosti, potrpežljivosti, agilnosti, volji, gostom, ki so nas obiskali, in fantastični ekipi mladih fantov in deklet, ki stojijo za mano, me podpirajo in verjamejo v kapitana, ki vodi ladjo na mirnem ali razburkanem morju.



»V svojem poklicu res uživava«

Tokrat vam v pogovoru predstavljamo dva mlada uspešna gostinca, ki sta lahko zgled vsem tistim mladim, ki se odločajo za gostinski ali turistični poklic. Poleg tega, da uspešno poslujeta s svojimi tremi gostilnami, sta vedno polna energije, se rada zabavata in veselje prenašata na vse goste, ki obiščejo njune gostilne. Patrik Ceglar in Rasti Tomažič pravita, da se uspeh skriva prav v tem, da goste zmeraj postrežeš z nasmehom na obrazu.

TINA NOVAK, TINA.NOVAK@PRISTOP.SI

Z gostinstvom sta se začela ukvarjati pred petimi leti, torej leta 2000. Na idejo o odprtju prve gostilne in nato verige gostiln sta prišla zaradi tradicije, ki jo imajo v družini, kajti že starši so bili gostinci. Poslovna partnerja sta postala, ker sta ugotovila, da imata podobne interese – torej prav gostinstvo.

Kakšen je poklic gostinca skozi vaše oči?

Predvsem gre za velik izziv. V uspeh je potrebno seveda vlagati, vendar ne mislim samo na finančna sredstva, pač pa te mora poklic tudi veseliti, vanj moraš verjeti. Če se za nekaj odločiš, moraš za tem stati in se prebiti skozi vsako krizo. Vsak poklic, tudi najin, prinaša obveznosti, tako organizacijske kot finančne. Kljub velikim obveznostim pa se zaradi tega nisva odpovedala zabavi in uživanju v prostem času. Poklic, kot je najin, terja celega človeka, potrebno se je samo znati organizirati. Če natančno veš, kdaj je čas za delo in kdaj za zabavo, se lahko vse lepo izteče.

Oba sta še zelo mlada. Menita, da se bosta z gostinstvom ukvarjala večji del življenja?

Najprej hvala za kompliment. Da, zaenkrat nama gre dobro in v svojem poklicu res uživava. Meniva, da sva se zapisala gostinstvu in da bova v tem tudi ostala. Čeprav sva trenutno zelo uspešna, človek nikoli ne ve, kako bo v prihodnosti, kakor bi rekli Italijani, »mai dire mai« (o. a. »nikoli ne reci nikoli«).

Vemo, da nimata samo ene gostilne pač pa kar tri. Kako to?

Vsako dejavnost je ob ponujanju priložnosti potrebno širiti, razvijati in pri tem ne pretirano razmišljati. Seveda je potrebnega nekaj razmišljanja in načrtovanja, a ob prevelikem razmišljanju hitro ugotoviš, kje so nevarnosti in slabosti (tako nekako je v swot analizi, ne? Smeh ...). Na podoben način je uspelo tudi nama, tako imava danes tri gostilne, in sicer vse tri na lokaciji trgoveškega središča City park. Gostilne se imenujejo: Oštarija pri Oljki, Pizzerija Al Capone, Kantina Peperončin.

Kako bi torej opisali vaše gostilne, komu so namenjene?

Vsaka gostilna/restavracija je namenjena svoji ciljni publiki, tako da bom kar opisal, katera gostilna je komu namenjena. Oštarija pri Oljki ima predvsem primorske specialitete in primorsko vino. Sami s starši smo predelovalci suhomesnatih proizvodov in vina ter ostalih proizvodov. V tej gostilni želiva pričarati primorsko vzdušje in zanimivo je, da v to gostilnico prihajajo tudi Primorci. No, lahko bi rekel, da je kar nekaj takih Primorcev, ki so prišli v Ljubljano ali študirat

ali delat in jih mogoče malo daje domotožje ali pa celo dobra mamina kuhinja.

Pizzerija Al Capone je namenjena predvsem ljubiteljem testenin in pizz (v ponubi imamo 32 vrst pizz, lasagne, testenine ...), torej bi lahko rekli italijanska kuhinja. Vemo, da danes mladi zaradi pomanjkanja časa (pa jaz nisem drugačen), radi na hitro pojejo kakšno »pašto« ali pizzo. Kar pa ne pomeni, da sem ne zahajajo tudi starejši.

Tretja gostilna je Kantina Peperončin, katere specialiteta je goveje – telečji turški kebab. Imamo pa tudi več vrst sendvičev, toaste ipd. Ponudba je namenjena predvsem ljudem s hitrim načinom življenja.

Rad bi dodal, da imajo vse naše gostilne priidih Primorske ali bližnje Italije, pa tudi njen temperament, kajti povsod se želimo potruditi in gostu ponuditi pravo vzdušje. Ne gre le za ponudbo hrane, kar je pri nas prioriteta, ampak je poleg tega pomembno tudi, kako se gost počuti, saj so doživetja vedno tisto, kar si človek najbolj zapomni. Dobro ribo boš hitreje pozabil kot dobro zabavo.

Kakšne izkušnje imate z zaposlenimi, je lahko ali težko dobiti dobro delovno silo?

Glede na to, da sva midva zelo odprta človeka, si takšne ljudi želiva tudi zaposlovati. Veseli naju, če nekdo pristopi k šanku in prosi za vizitko, kajti s tem želi gostilno priporočiti še

komu drugemu ali pa se sam vrniti. Vem, da se to ne dogaja samo najinim gostilnam, vendar pa se zavedam, da k temu največ prispeva način prostrežbe in prijaznost kolektiva. Najin odnos z zaposlenimi temelji na prijateljstvu in ne na odnosu nadrejeni – podrejeni, tako da jih ne kontrolirava. Želiva, da naš odnos temelji na zaupanju, če bova midva zaupala njim, bodo tudi oni nama. Seveda si želiva strokoven kader, vendar jih je zelo težko najti. Zelo malo mladih se odloča za ta poklic, ker vidijo predvsem njegove slabe strani (npr. delo tudi ob praznikih in nedeljah). Nihče pa jih ne pouči o dobrih straneh tega poklica, ki jih je zelo veliko: spoznaš veliko novih ljudi, možnost imaš dobro jesti in se zabavati, delo je dinamično, predvsem pa ni tako stresno kot uradniški ali managerski poklic. Prav to, da delo ni tako stresno, se mi zdi najpomembnejše, kajti večina boleznih današnjega časa izvira ravno iz stresa. Kakovost življenja je višja, če nismo izpostavljeni stresu, tako si želiva vsako stresno situacijo spreobrniti v zabavo in to uči tudi zaposlene. Predvsem zaradi tega zaposlujeva tudi študente, kajti pri mladih je lažje začeti kot pri že vzgojenem človeku. Močno si želiva, da bi se več mladih odločalo za gostinski poklic, ker imam občutek, da ga veliko ljudi podcenjuje. V resnici pa je poklic po eni strani sicer zahteven, a po drugi strani ni tako stresen.

Kakšno je vaše mnenje o tem, kako se država obnaša do gostincev?

Menim, da so kriteriji in predpisi prestrogi. Ravno zaradi tega se ljudje ne odločajo za ta poklic, saj preveč časa porabijo za urejanje vseh potrebnih predpisov. Na primer, že nek lokal s pijačo ne sme ponujati jutranjih rogljičkov ali sendvičev, če za to nima posebej označenih prostorov in ne upošteva vseh

dodatnih predpisov. V Italiji so odjemalci navajeni, da se zjutraj odpravijo v lokal na kavico in rogljiček, pri nas pa se čudijo, da tega ne ponuja vsak lokal. Če mu želiš razložiti, da je tako zaradi predpisov, se kar malo čudi.

Se Slovenci lahko pohvalimo z dobro kulinariko?

Da, saj smo po vsem svetu znani po dobri kulinariki, pa tudi naši gostje so takšnega mnenja. Res je, da smo locirani v trgovskem centru in je bil naš prvoten namen pridobiti tiste goste, ki gredo po nakupih ter se posledično ustavijo pri nas na kakšnem prigrizku ali celo polnem obroku, vendar se danes nekateri k nam vračajo samo zaradi nas in ne zaradi trgovin, ki so v naši bližnji okolici.

Vedno manj je mladih, ki se odloča za gostinski poklic. Je gostinski poklic res tako težak? Kaj vi menite o tem?

O tem sem že nekaj povedal, mogoče bi le dodal, da je vsak poklic toliko težak, kot si ga sam narediš. Ali menite, da poklic predsednika države ni težak?

Pa vi dobro živite od gostinstva?

Smeh ... Odvisno, s kom se primerjaš. Tako bom rekel, ne živiva slabo, vedno se pa da še boljše. V primerjavi z nekaterimi mladimi, ki v najinih letih še študirajo in živijo od štipendij, živiva kar dobro. Drugače pa povprečno.

Če bi vas danes nek osnovnošolec vprašal, ali postati gostinec ali ne, kaj bi mu svetovali?

Da, če ima rad ljudi, hrano, pijačo in je pripravljen delati. Sicer pa je potrebno delati v vsakem poklicu, tako da DA, naj se odloči za gostinstvo.



Patrik Ceglar in Rasti Tomažič, dva mlada uspešna gostinca, ki sta lahko zgled vsem tistim mladim, ki se odločajo za gostinski ali turistični poklic

Novosti, ki jih pripravljajo slovenska zdravilišča

Po številu izvirov zdravilnih voda spada Slovenija glede na velikost med najbogatejše dežele, s 87 termalnimi izviri med najbogatejše dežele. To se odraža tako v strukturnih značilnostih ponudbe slovenskega turizma, zdraviliški turizem namreč ustvarja največji delež prenočitev, kot tudi v hitrosti uvajanja številnih novosti v zdraviliško-turistično ponudbo.

MAG. RUDI RUMBAK

Še pred nekaj leti so zdravilišča gradila predvsem termalno-zabaviščne komplekse, tako da se je velikost termalnih vodnih bazenskih površin (38.000 kvadratnih metrov) praktično podvojila, število evidentiranih vstopov v termalne bazene pa je za dvakrat preseгло skupno število prebivalcev Slovenije. V zadnjih letih posvečajo zdravilišča največ pozornosti novim trendom, ki jih je v evropski turizem prinesla filozofija zdravega načina življenja – wellnessa. Posodabljanje oziroma širitev tako imenovane termalne ponudbe se tako dopolnjuje z novostmi s področja sodobne medicine. Upošteva tudi tradicijo termalizma v evropskem prostoru, delno pa tudi holističen pristop, ki se je ohranil v tradicionalni vzhodnjaški medicini. **Od približno 25 slovenskih termalno-zdraviliških centrov** si jih je 18 pridobilo status državno verifiranega zdravilišča, tekem letošnjega leta pa je država na treh lokacijah različnim zdravilnim dejavnikom podelila status naravnega zdravilnega dejavnika. 15 tržno najbolj uveljavljenih slovenskih zdravilišč si v okviru Skupnosti zdravilišč prizadeva za razvoj edine zaščitene kolektivne blagovne znamke v slovenskem turizmu – "slovenska zdravilišča". S tem želijo slovenska zdravilišča v poplavi različnih ponudnikov na področju zdravstvenega oziroma wellness turizma izpostaviti svojo specifičnost navezave na medicino in tradicijo. 5-odstotni porast gostov v letošnjem letu, od tega kar za 7,3 % tujih, nakazuje pravilnost dosedanjih razvojnih usmeritev zdravilišč, ki so podrobneje prikazane pri posameznih članih združenja zdravilišč.

Terme Čatež

Letošnjo novost v ponudbi predstavlja **HOTEL ČATEŽ**** z dvema notranjima in zunanjim bazenom ter novi SPA & WELLNESS CENTER**, ki gostom odpira svoja vrata v oktobru s prenovljenimi zdravstvenimi prostori (rehabilitacijski fitness studio, telovadnica, prostori za nefrofizioterapijo, delovno in hidroterapijo, masažni prostori) in bogato ponudbo novih wellness programov. V zaključni fazi je tudi investicija v obnovo grajskega kompleksa na MOKRICAH, ki zajema prenovo grajskih kašč v apartmaje, ureditev nove večnamenske dvorane ter

obnovo grajske kuhinje, strehe in fasade gradu. Tako bo hotel Golf – grad Mokrice dobil novo, urejeno celotno podobo.

Terme Dobrna

Ob koncu leta 2004 so v hotelu VITA Term Dobrna odprli nov termalni zunanji bazen z whirlpoolom in otroškim bazenom, ki je povezan z že obstoječim notranjim bazenom. Celotni bazenski kompleks dopolnjuje velika terasa, kjer se občuti sozvočje narave, miru in sprostitve. Ponudbo bazenskega kompleksa dopolnjuje prav tako konec lanskega leta odprta nova pridobitev – »Dežela savn«, ki nudi dve parni savni izbranih arom, tri finske savne različnih temperatur, od katerih ena izmed njih ponuja pravo sibirsko doživetje, infrardečo savno globinskega pregrevanja, ledeno sobo osvežitve, topel masažni ali hladen potopni bazen, Kneippove tuše, Kneippovo pot, Kneippove kadičke, stilsko prirejen dihalnik lovskega stolpa na terasi, jin-jang fontano ter počivališče z vitaminskim barom. Aprila 2005 so odprli Igralni salon – Casinó Dobrna, kjer je 22 videoigralnih avtomatov in elektronska ruleta. Nadaljnje investicijske aktivnosti potekajo po projektu prenove skoraj 400-letnega Zdraviliškega doma.

Krka Zdravilišča

Zdravilišče Dolenjske Toplice

V Zdravilišču Dolenjske Toplice obstoječo ponudbo **medicinsko osnovanih sprostitvenih programov dopolnjujejo programi in storitve Wellness centra Balnea**, ki je konec letošnjega poletja gostom ponudil nove in obogatene vsebine. LAGUNA je termalnovodni paradiz, ki z bazeni in whirlpoli privablja veliko ljudi. OAZA – svet savn z dvema finskima in dvema turškima savnama, japonsko kopeljo in tropskim vrtom – je dopolnjena z novo Zen sobo za počivanje in sprostitve, nudistično teraso s hladilnim bazenom, urejen pa je tudi nov prostor za solarij. AURA – masažni center s klasičnimi in shiatsu masažami, z Vitasalin centrom in Energy



V Zdravilišču Dolenjske Toplice obstoječo ponudbo medicinsko osnovanih sprostitvenih programov dopolnjujejo programi in storitve Wellness centra Balnea, ki je konec letošnjega poletja gostom ponudil nove in obogatene vsebine.

Islandom – je dopolnjena z novimi beauty vsebinami, namenjenimi negi telesa in obraza.

Zdravilišče Šmarješke Toplice

Konec letošnjega leta bodo v centru Vitarij – oazi miru obstoječe vsebine dopolnili in združili v nov medicinski wellness center Vitarium SPA & CLINIQUE, ki bo zaživel na 800 kvadratnih metrov novih prostorov. Konec leta bo odprt tudi nov hotel, preнове in razširitve pa so bile že do začetka poletnih dni deležne tudi bazenske površine – gostom je tako že na voljo nov zunanji bazen, povezan z notranjimi termalnimi in bazenski bar.

Zdravilišče Strunjan

Zdravilišče Strunjan se nahaja v borovem gozdičku sredi zaščitenega krajinskega parka, morja in solin iz rimskih časov. Ponudba zdravilišča je osredotočena na preprečevanje bolezni in v lepote namene; koristi blagodejne učinke narave – obmorski zrak, morsko vodo in solinsko blato. V Talaso centru Salia, ki je edinstven talaso center v Sloveniji, so na voljo talaso programi, klasični kozmetični programi, masaže, aromaterapije, kopeli in specialni programi talasoterapije – fango obloge in drugo.

Terme Laško

V Zdravilišču Laško v prihodnjem letu načrtujejo **pričetek gradnje novega hotela**, s katerim bodo pridobili 420 novih postelj, 2.300 kvadratnih metrov vodnih površin, 1.000 kva-



Terma Čatež so z odprtjem novih bazenov popestrile svojo ponudbo za aktivno preživetje prostega časa.



V Talaso centru Salia v Zdravilišču Strunjan so med drugim na voljo talaso programi, klasični kozmetični programi, masaže, aromaterapije, kopeli in specialni programi talasoterapije – fango obloge.

dratnih metrov savn, 1.000 kvadratnih metrov wellness prostorov in kongresno-prireditveni center za 1.000 oseb.

Terme Lendava

Po lanskoletnem odprtju apartmajskega naselja Lipogaj*** s 84 apartmaji (od 34 do 55 kvadratnih metrov) in novega bazenskega kompleksa (600 kvadratnih metrov) s plavalnim bazenom, otroškim bazenom in počivališči bodo v začetku leta 2006 popolnoma obnovili hotel Lipa, ki praznuje svoj 25. rojstni dan in bo konec februarja 2006 svoje goste pričakal v novem sijaju. Namestitvenim in bazenskim novostim bodo dodali še nove wellness in zdravstvene programe.

Terme 3000 Moravske Toplice

Z odprtjem novega centra za zdravje, sprostitev in lepoto Thermalium v letu 2004 ponujajo gostom na 3.500 kvadratnih metrih programe po naj sodobnejših evropskih standardih. Posebnost je edinstvena »črna« termomineralna voda, ki s pomočjo klasične in alternativne terapije pomaga pri zdravljenju revmatskih obolenj, boleznih dihal in kože ter rehabilitaciji po poškodbah in operacijah na lokomotornem sistemu. Programi s pridihom in izkušnjami Daljnega vzhoda, kot so ayurveda, »stone terapija«, tajske in havajske masaže in drugo, bodo zadovoljili najzahtevnejše goste.

V izgradnji je Wellness & Golf hotel*****, sodoben hotel s ponudbo na najvišji ravni, ki bo odprl svoja vrata konec septembra 2006. Vodni užutki v lastnem bazenu (vsaka soba s svojim bazenom), poseben wellness center v zavetju 5 zvezdic, bližina golfskega igrišča ... so prednosti, ki bodo prepričale tudi najbolj razvajenega gosta.

Terme Olimia Podčetrtek

V wellness centru Termalija goste pričakujejo povečani in spremenjeni, predvsem pa barvitosti polni prostori Termalije,

2.000 kvadratnih metrov vodnih površin, kulinarčni užutki, kotichek za najmlajše, fitness center ter Spa & Beauty center z novimi storitvami za razvajanje, med katerimi so nekatera edinstvena: hamam, kopel v čokoladi, masaža Pantai Luar. Za razkošje miru in sproščanja lahko gostje obiščejo največji savna svet v Sloveniji, ki se razprostira na 1.550 kvadratnih metrih in ponuja kar 9 različnih savn.

Načrti v letu 2005 so usmerjeni v izgradnjo novega hotela Sotelia, ki bo imel kategorizacijo 4 zvezdic. Posebnost hotela Sotelia je njegova tesna povezanost z naravo. Hotel bo imel 150 sob različnih tipov, 10 apartmajev, 3 majhne in 1 veliko kongresno dvorano, wellness center, vinoteko, restavracijo ter lokale. Gradnja hotela se je začela 7. marca 2005, v uporabo pa bo gostom predan predvidoma 7. marca 2006.

LifeClass Hotels & Resorts

Terme & Wellness Palace Portorož

Splet naravnih danosti (solinsko blato – fango, slanica – Acqua madre, mediteranska klima, morska in termomineralna voda), 110-letno tradicijo talasoterapije in sodobna medicinska znanja bodo do 20. decembra 2005 združili v novo termalno in wellness ponudbo. V Ayurveda centru bodo gostom na voljo izbrane ayurvedske masaže, številni programi za nego telesa in obraza in ekskluzivni programi za pare. V celoti bo prenovljen Thalasso center. Prvi v Sloveniji bodo nudili AQUABLITZ, revolucionarno terapijo proti celulitu. V medicinsko-fizioterapevtskem centru bodo razširili ponudbo s področja dermatologije (le-ta bo zajemala tudi manjše posege na koži – odstranjevanje kapilar, papilomov, gub itd.), anticelulitnih in shujševalnih programov ter denziometrije. V termalno-rekreacijskem centru bodo uredili novo telovadnico, kjer se bodo preko celega dne izvajale različne dejavnosti (joga, tai chi, pilates, kinesis, različne aerobike in skupinske vadbe), in prenovili fitness center. V lepotnem centru bodo s pomočjo vrhunske negovalne kozmetike izvajali različne nege obraza in intenzivne programe za obraz, obogatili anticelulitne in shujševalne terapije (novi terapiji z vakuumom in 3 Mhz ultrazvokom), uvedli sprostitive masaže, kot so masaža z vročimi in mrzlimi vulkanskimi kamni, aromaterapija telesa in obraza, ter uredili manjši frizerski salon.

Terme Ptuj

V letošnjem letu so izvedli širitev avtokampa (11 kamp hišic, novih 44 ležišč), novo vrtino na 1.590 metrih (temperatura vode je 54 °C) ter obnovili in razširili »stari del« zunanje termalne parka (vodne površine, nov otroški in masažni bazen). Novembra bodo pričeli z gradnjo hotela s štirimi zvezdicami in 250 ležišči. Ponudbo pa bodo popestrili z odprtjem amfiteatra – gostinsko/prireditvenega prostora v zunanjem termalnem parku s kapaciteto cca. 1200 gostov.

Zdravilišče Radenci

Kompletno so prenovili fizioterapijo, dogradili prostore za balneoterapijo, masaže in obloge, gibalno terapijo/gimna-

stiko in elektroterapijo. Posodobljen in razširjen je tudi svet savn (6 savn). Pri termah je odprt nov Vital bar z letno teraso. Nova fizioterapija se imenuje Center zdravja in sprostive Tri srca in se razprostira na površini 2.300 kvadratnih metrov; je wellness center in pomeni z novimi prostori in obogatitvijo programa kakovostno nadgradnjo.

Prenovljen hotel Miral*** je septembra odprl vrata kot štiri-zvezdični hotel Radin standard. Prenovljen je bil glavni vhod s hotelsko avlo in recepcijo. Usposobljen je tudi nov termalni vrec s temperaturo 55 °C.

Postopoma se izvaja nadaljnja posodobitev hotela Radin**** superior, pripravlja pa se tudi dokumentacija za popolno prenovu hotela Terapija.

Zdravilišče Rogaška

Na osnovi večstoletne tradicije uporabe zdravilne magnezijeve mineralne vode Donat Mg ter naravnega okolja Rogaška zavzema posebno mesto pri zdravljenju srčnih obolenj, boleznih krvnega obtoka, jeter, žolčnika in trebušne slinavke pa tudi presnovnih motenj. Pod strokovnim nadzorom zdravnikov ponuja več kot 200 različnih terapij in, kot novost, zdravniški pregled pri specialistu ortopedu. Rogaška Slatina ponuja gostom široko paleto zdraviliških programov za hujšanje, programe proti stresu ter protibolečinske programe za sklepe in mišice. Razpolaga tudi z novostjo v zdraviliško-turistični ponudbi, ki jo predstavlja bogat izvir hipertermalne mineralne vode. Temperatura termalnomineralne vode v bazenih je med 31 in 36 °C.

V sklopu hotela Sava se nahaja wellness center »Lotus Terme Spa & Beauty«, ki gostom poleg različnih lepotilnih programov ponuja tudi široko paleto storitev s področja ayurvede, od masaž do prehranjevanja, šole meditacije in fizične sprostive ter širok izbor dietne, vegetarijanske in ayurvedske prehrane ter hrane brez glutena.

Terme Topolšica

V Termah Topolšica so v aprilu 2004 odprli popolnoma nov bazenski kompleks s 1.000 kvadratnih metrov vodnih površin s tremi privlačnimi zunanjimi bazeni z vodnimi atrakcijami, podvodnimi masažami, toboganom itd., dodatno pa še 9.000 kvadratnih metrov pripadajočih gostinskih in drugih površin.

Terme Zreče – klimatsko zdravilišče Rogla

Terme Zreče skupaj s klimatskim zdraviliščem Rogla (z novim savna centrom, notranjim bazenom, masažnim centrom in pulmološko ambulanto) predstavljajo enkratno kombinacijo termalnega in klimatskega zdravilišča. Prenovljen je ves kopalni del (pokriti in zunanji bazeni), dodanih pa je še 440 kvadratnih metrov novih zunanjih vodnih površin. Na novo je odprt tudi center tradicionalne tajske medicine »Sawaddee«.



V Termah Lendava bodo po lani odprtjem novem bazenskem kompleksu (600 kvadratnih metrov) s plavalnim bazenom, otroškim bazenom in počivališči v začetku leta 2006 popolnoma obnovili hotel Lipa.



Predstavitev načrtovane gradnje novega hotela v zdravilišču Laško, s katero bodo popestrili njihovo dosedanje ponudbo.



Terme Zreče vas pričakujejo z novim centrom tradicionalne tajske medicine »Sawaddee«.

Prvi wellness & spa kongres v Sloveniji

Wellness je v svetu gibanje, ki poudarja povečano skrb posameznika za lastno zdravje, v Evropi pa se je usidral kot ena izmed najhitreje rastočih vrst turizma. Tudi v Sloveniji se odražajo ti vplivi, zato lahko o wellnessu govorimo predvsem na dveh temeljnih področjih: kot pomembni vrsti v slovenskem turizmu, o čemer pričajo izjemni rezultati predvsem slovenskih naravnih zdravilišč, ki so že pred leti prepoznale medical wellness kot svojo pomembno razvojno priložnost, in kot gibanje za zdrav celostni življenjski slog, ki se lahko vključi v aktivnosti za izboljšanje fizičnega, duševnega in duhovnega dobrega počutja prebivalstva.

MAG. SLAVKA GOJČIČ

Ti usmeritvi omogočata pretok in prenos informacij o tej filozofiji oz. dejavnosti tudi v Slovenijo. Zato bo pod pokroviteljstvom Ministrstva za gospodarstvo RS **12. in 13. novembra 2005 v zdravilišču Šmarješke Toplice potekal 1. wellness & spa kongres**. Kongres organizira Zavod za tehnično izobraževanje iz Ljubljane, ki je že dolga leta vodilni pri izobraževanju strokovnjakov s področja lepote in kozmetične nege ter masaž, prav tako pa so organizirali že več odmevnih mednarodnih simpozijev in kongresov s tega področja.

Kakšni so cilji in namen kongresa? Bolje spoznati wellness kot celostni življenjski slog, spoznati wellness kot način za ohranjanje in krepitev zdravja različnih ciljnih skupin (ženske, moški, starejši, mladostniki) in poiskati odgovore na vprašanje, kako umestiti wellness storitve v svojo ponudbo. **Komu je kongres namenjen?** Na kongres so vabljeni ponudniki zdravega načina življenja v turizmu (zdravilišča, hoteli, penziona, turistične kmetije ...), ponudniki zdravega načina življenja za domicilno prebivalstvo (kozmetični saloni, fitness centri, spa centri, centri zdravja in dobrega počutja ...) pa tudi strokovnjaki, ki se ukvarjajo z zdravim načinom življenja ljudi.

Kaj bo omogočila udeležba na kongresu?

- Seznaniti se s sodobnimi smermi razvoja in trendi na področju wellnessa in spa »industrije« v svetu in Sloveniji.
- Pridobiti informacije, ki so odločilne pri uspešni in učinkoviti pripravi wellness programov z vidika duševnega wellnessa.

- Spoznati pomen in vpliv prostora, materialov, barv, zvoka, vonja in toplote na dobro počutje uporabnika in zaposlenih.
- Izvedeti, kako vpliva vzhodna medicina (TCM) na razvoj filozofije wellnessa v skrbi za boljše zdravje ljudi.
- Izvedeti, kako "osvojiti" uporabnika in kako pridobiti nove ciljne skupine.
- Spoznati, zakaj je lahko organizacija centra za wellness/wellness ponudbe tudi uspešna poslovna poteza.
- Seznaniti se s primeri dobrih praks iz domovine in tujine na dveh delavnicah.
- Ogledati si razstavo izdelkov nekaterih vodilnih svetovnih družb za telesne aktivnosti, lepoto kozmetologijo in terapijo.
- Srečati se, izmenjati mnenja in se družiti z ljudmi, ki v Sloveniji orjejo ledino na področju ohranjanja in krepitev telesnega, duševnega in duhovnega zdravja in dobrega počutja ljudi.
- »Poskusiti« storitve in izdelke za zdravo telesno, duševno in duhovno dobro počutje na »lastni koži« (v času kongresa bo odprt novi Spa & Clinique center v zdravilišču Šmarješke Toplice).

Na kongresu bodo svoje izkušnje predstavili slovenski strokovnjaki, ki se na svojem delovnem in raziskovalnem področju srečujejo z zdravjem in dobrim počutjem telesa, duše in duha in ki tudi v svojem življenju poskušajo udeležati temeljno filozofijo wellnessa. Uvodni pozdrav kongresu bo namenil Marjan Hribar, v. d. generalnega direktorja Direktorata za turizem. O zasnovi wellnessa v Sloveniji in trendih na področju wellness in »spa« dejavnosti bo govorila mag. Slavka Gojčič, holistični vidik obravnavanja zdravja in lepote pa bo predstavil Tomislav Majič, dr. med.,

specialist internist kardiolog. Wellness v Sloveniji se je najprej in najbolj razvil v slovenskih naravnih zdraviliščih, kjer lahko govorimo celo o specializaciji na tem področju – medical wellnessu. Izkušnje o tem področju bo predstavil mag. Rudi Rumbak.

Področje duševnega wellnessa je v Sloveniji še dokaj neraziskano področje, še posebej v turističnih programih. Kaj je duševni wellness in kako ga lahko implementiramo v praksi, bo predstavila predavateljica v Šoli čustvene inteligence Renata Bokan. Ureditev prostorov, kjer se izvajajo wellness storitve, je zelo pomembna. Pomen razporeditve prostorov, vpliva svetlobe, barv, vonjev in zvoka na dobro počutje uporabnika in zaposlenih bo predstavila svetovalka za Feng shui Helena Golenhofen, univ. dipl. ing. gradb.

O vplivu vzhodne medicine (TCM) na razvoj filozofije wellnessa v skrbi za boljše zdravje ljudi bo razmišljal doc. dr. Edvin Dervišević, dr. med. Dolgoletno raziskovalno delo v povezavi z lastnimi izkušnjami na področju zdravega prehranjevanja in telesnih aktivnosti kot vira zdravja in dobrega počutja bo predstavil dr. Bojan Knap, dr. med. O tem, kako "osvojiti" uporabnika in kako pridobiti nove ciljne skupine, bo govorila Vesna Radlovič, medtem ko bo dr. Igor Bartenjev, spec. dermat., predstavil udeležencem kongresa metode in načine za preprečevanje starostnih sprememb na koži. Zakaj je masaža – splet različnih tehnik za sproščanje, pomirjanje, vzpodbujanje – eden od najbolj zaželenih načinov vzpostavljanja dobrega počutja telesa, duše in duha, bo na temelju svojih dolgoletnih izkušenj razmišljala mag. Gabrijela Gaber.

Še posebej bo zanimivo spoznati izkušnje in primere številnih dobrih praks iz domovine in tujine na dveh tematskih delavnicah: Wellness v turizmu, ki jo bo moderiral mag. Rudi Rumbak, in Wellness pri telesni aktivnosti ter lepotni in telesni negi z moderatorko Janjo Jeršin.

Organizatorji kongresa želijo, da bi kongres predstavil izkušnje na področju implementacije wellnessa v vsakdanje življenje Slovencev, predvsem pa njegovo udeležanje v slovenskem turizmu, in poiskal odgovore na vprašanje, kaj bi bilo potrebno ukreniti, da bi bili pri tem še uspešnejši. Podrobnejše informacije o kongresu najdete na www.zti-lj.si

Nova blagovna znamka "Posavsko hribovje"

22. septembra 2005 se je dostojanstveni grad Bogenšperk prelevil v družabno vznemirljiv kotic, kjer je Center za razvoj Litija praznoval 5. obletnico svojega delovanja. Praznovanje so popestrili številni partnerji centra, gosti, predstavniki občin in krajev in seveda obrtniki, podjetniki ter turistični delavci, ki so s centrom najtesneje povezani.

V grajskem atriju so se na zanimiv način predstavili turistični ponudniki, ki so povezani v mrežo kontrolnih točk na konjeniških, pohodniških in kolesarskih poteh Posavskega hribovja. Omenjene turistične produkte je skupaj s ponudniki in partnerji v teh letih zasnoval in razvil prav Center za razvoj Litija, saj so spoznali, da je potrebno to območje, ki je bilo doslej turistično neprepoznavno, odpreti obiskovalcem, saj predstavlja pravi biser neokrnjene narave. Pod blagovno znamko »Posavsko hribovje«, ki pokriva območje sedmih občin, od Dola pri Ljubljani na zahodu preko Litije, Šmartnega pri Litiji, Zagorja ob Savi, Trbovelj in Hrastnika do Radeč na skrajnem vzhodu, ter sloganom »Hribi in doline za rekreativne skomine« so združili raznoliko turistično ponudbo območja.

V celoti zelo razgibana pokrajina, prepredena s številnimi dolinami, grebeni, slemenimi in vrhovi, je zanimiva za planinsko in izletniško pohodništvo. Pod blagovno znamko Posavsko hribovje je zbranih 25 zanimivih pohodniških poti različnih dolžin in zahtevnostnih stopenj. Ob njih je 28 kontrolnih točk, kjer se pohodniki lahko okrepejo in ožigosajo brošure **Pohodniške poti** Posavskega hribovja.

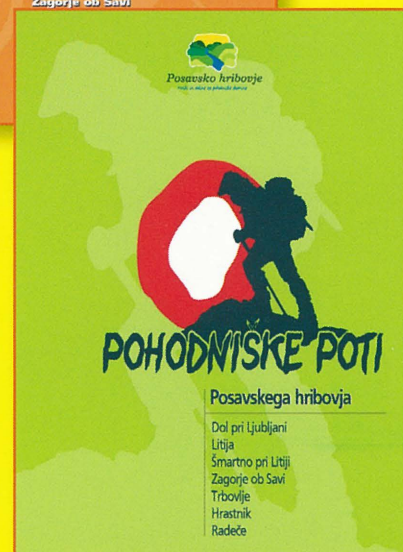
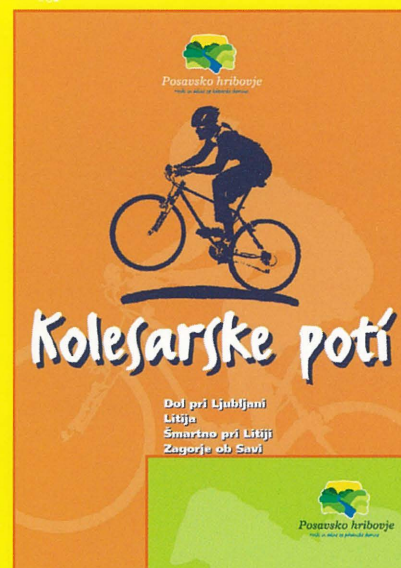
Prostrani travniki, senožeti in gozdovi Posavskega hribovja so zanimivi tudi za ljubitelje konj. Po zunanjih robovih občin

je speljana 255 km dolga krožna konjeniška pot, ki jo znotraj povezujejo še krajše poti. Ob poteh se nahaja mreža kontrolnih točk in postojank, ki oskrbijo tako jezdeca kot konja. Celotna ponudba konjeniških poti in postojank je zbrana v brošuri **Konjeniške poti** Posavskega hribovja. Na pot se jezdeci lahko podajo sami ali pa se pridružijo kateri od znamenitih konjenic oziroma društev, ki jih je na tem območju kar nekaj.

Hribovito pokrajino v vmesnimi dolinami je vredno tudi prekolesariti, saj lahko na ta način obiskovalci odkrijejo še tako majhne zanimivosti. 33 kolesarskih poti na območju sedmih občin je primernih tako za rekreativne kolesarje kakor tudi družine z otroki, ki si bodo vzeli čas še za ogled pokrajine. Poti so zbrane v knjižici **Kolesarske poti** Posavskega hribovja, označene ter različno dolge in zahtevne. Najdaljša je pot, ki povezuje celotno območje – 140 km dolga transverzala. Opisana in izrisana je v posebni zbiranki, ki ima dodan tudi časovni načrt poti.

Območje Posavskega hribovja poleg pestrih naravnih danosti zaznamuje zlasti izjemno bogata kulturna dediščina, in sicer po vseh občinah. To dejstvo je bilo osnova za nabor najbolj kakovostnih točk naravne in kulturne dediščine, zbranih v katalogu **Trkamo na vrata dediščine**, med katere se uvršča tudi gostitelj družjenja – grad Bogenšperk.

Edinstven element kulturne dediščine pa so tudi kulinarčne posebnosti teh krajev; nekatere od njih najdemo le na tem prostoru in izvirajo še iz knapovskih časov: klobasa jetrnica, knapovsko sonce ali funšterc, grenadirmarš, krompirjev zrezek ali krumpantoč in druge.



V duhu pionirjev letalstva

Kdo ne pozna bratov Wright, pionirjev letalstva? In kdo se ne bi vsaj malo želel počutiti kot slavna brata Orville in Wilbur Wright ter osvojiti košček neba? Kar nekaj je takšnih, ki bi marsikaj dali za to, da bi z istega kraja, kot je to uspelo omejenima bratoma, osvojili kraljestvo zraka. Tako so razmišljali vedno podjetni Američani in le kilometer stran od kraja, kjer sta leta 1903 prvič brata Wright z letalom poletela v nebo, ponudili možnost letenja ali z zmajem ali z majhnim letalom. »To je Mekka za pilote in ljubitelje letalstva,« pravi Charlie Snow, ki dnevno opravi več poletov s turisti z majhnega letališča Manteo nad okoliškimi otoki Outer Banks v Severni Karolini. Ta destinacija se je v zadnjih letih prav na osnovi uspešne povezave tradicije (seveda v prvi vrsti kot kraj, kjer je bratoma Wright prvič uspel polet z letalom) in sodobnosti uspela povzpeti med najbolj iskane in ekskluzivne v tej zvezni državi, in to kljub temu da se na otoku nahaja samo nekaj hotelov (z maksimalno 100 sobami) in drugih možnosti namestitve (skupno število namestitev ne presega številke 3.500). Večinoma gre za majhne, prijetne hotele, znane po gostoljubju in prijaznosti. Bolj kot hoteli so pri namestitvah iskane počitniške hišice, ki jih je na otoku kar 12.000. Bivanje v njih nikakor ni poceni, saj je treba za tedenski najem v glavni sezoni, to je poleti, odšteti med 500 in 15.000 ameriškim dolarji. Zavidljivo je tudi število turistov: letno to destinacijo obiše kar 5 milijonov gostov, predvsem družine z otroki. Tudi tisti, ki bi tradicijo radi povezali z aktivnimi počitnicami, v tej destinaciji niso prikrajšani; na voljo so golfska in teniška igrišča, kolesarske in pohodniške poti ter urejene poti za ljubitelje jahanja. Bogata je tudi ponudba vodnih športov: vožnje s kajaki in kanuji.

Več informacij: www.outerbanks.org



Hoteli 50plus



Hoteli 50plus, ki izvirajo iz Nemčije, prisotni pa so tudi v Avstriji, so dober primer specializacije hotela na določeno ciljno skupino. Kot že ime pove, nagovarjajo ti hoteli predvsem goste, starejše od 50 let. Gre za ciljno skupino, ki je še posebej zahtevna. Tako je na primer paleta aktivnosti, po katerih gostje teh hotelov povprašujejo in ki jih hoteli 50plus dejansko tudi ponujajo, zelo široka: od možnosti igranja golfa, jahanja, kolesarjenja in nordic walkinga do najrazličnejših vodnih športov. Seveda vsak hotel ne ponuja prav vseh športnih aktivnosti, temveč lahko gostje v verigi teh hotelov izberejo tistega, ki njihovemu načinu aktivnega preživljanja dopusta najbolj ustreza. V hotelih 50+ velik poudarek dajejo aktivnemu preživljanju počitnic (današnja ciljna skupina 50+ je bistveno bolj športno aktivna, kot je bila pred leti oz. desetletji), individualnemu obravnavanju gostov in skrbni izbiri osebja (prav zaradi tega hotele te verige vodijo pretežno družine). Hermann Paxhinger, vodja hotelov 50plus v Avstriji: »Hoteli 50plus so bili ustanovljeni z namenom zadovoljitve potreb in želja najbolj zahtevnih gostov. Gre za ljudi, ki imajo na področju potovanja bogate izkušnje, zaradi česar vedo, kaj predstavlja prednosti in

kakovost posameznega hotela.« Tako na primer že pred začetkom potovanja gostom posredujejo vprašalnik, v katerem jih prosijo za navedbo individualnih želja, da bi le-tim lahko prilagodili posamezne programe. Transport gostov do hotela in dostava prtljage v sobe sta sama po sebi umevna. Na gastronomskem področju si prizadevajo za čim večjo fleksibilnost, če je le mogoče, upoštevajo tudi posebne želje gostov glede prehrane. Ta hotelska veriga v Avstriji izdaja tudi svojo revijo »50plus Hotels Oesterreich«, kjer 61 hotelov predstavlja bogato ponudbo zamisli za »udobno počitnikovanje za izkušene ljubitelje uživanja«, kot so sami zapisali.

Več informacij: www.50plushotels.at

Hotel Zlatorog, prvi bio hotel v Sloveniji



Hotel Zlatorog v Bohinju je 14. septembra 2005 postal prvi bio hotel v Sloveniji, kar pomeni, da ponuja izključno ekološko pridelano hrano, torej zdravo hrano brez pesticidov, kemikalij in dodatnih snovi. Certifikat, ki ga je podelil inštitut za kontrolo in certifikacijo, je dokaz, da se je hotel Zlatorog uspešno preusmeril v nov način zdravega turizma. Poleg tega, pa nudi možnost kvalitetnega oddiha v naravnem okolju, številne športne aktivnosti, kulinarčno razvajanje in zabavo.

INOVATIVNI KOT(L)IČEK

DEJAN KRIZAJ; DEJAN.KRIZAJ@TURISTICA.SI

.zdravica

Dobrodošli v novi rubriki Inovativni kot(l)iček, namenjeni inovacijam v turizmu. Eno prvih semen v ledino sistematičnega spremljanja slovenske turistične inovativnosti je zasedla prav Slovenska turistična organizacija z akcijo Sejalac. Januarja jo bo dodatno začnilo bližajoče se »Leto inovacij v turizmu«. STO in portoroška Turistica želita aktualnost in pomembnost inoviranja vzdrževati skozi vse leto, zato vam bomo v tem kot(l)ičku redno pripravljali sveže, mogoče tudi provokativno pikantne, vsekakor pa inovativne jedi. Vse pripombe in predlogi o vsebini jedilnika so dobrodošli na e-naslovu kuharja in natakara: dejan.krizaj@turistica.si.

Da se boste v kot(l)ičku zlahka znašli, vam bomo med njegovim prvim segrevanjem predstavili strukturo jedilnega lista. Ta bo ostajala enaka ne glede na to, kakšne jedi bomo (tudi z vašo pomočjo) v kot(l)ičku pripravljali. Na zdravje in dober tek!

.juha

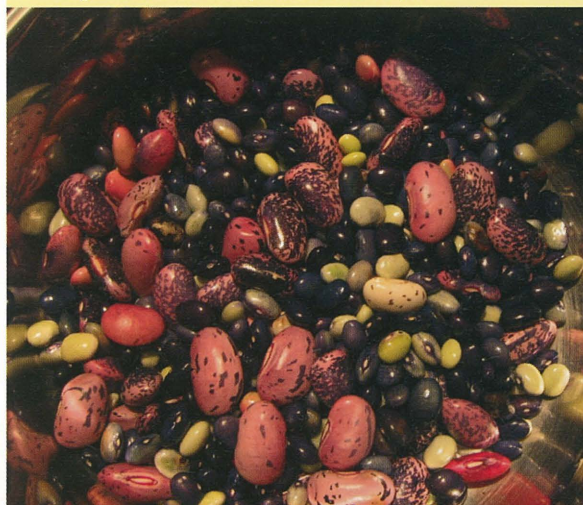
Pa smo že padli v .juho! V njej bo šlo za kratko predigro. Brez nje in teorije pač ne gre ... Poznavanje pojma »inovacija« (in njenega bližnjega in daljnega sorodstva) nam vsekakor koristi, ko se ubadamo z mislijo, kaj sploh želimo doseči z inovativnim pristopom v turizmu. In kaj pomeni ta vik in krik okrog vsega, kar diši po inovativnem?

.glavna jed

V .glavno jed sodi osrednja tema. Primerno ogreti bomo spoznavali **izsledke raziskav** s področja inovativnosti v turizmu. Zvedeli bomo, kaj se dogaja po svetu, Evropi in tudi pri vašem konkurenčnem sosеду, ki je mogoče z zadnjega potepanja po Sloveniji prinesel malo poznano in zdravilno zel, jo testno namakal v domačem sadjevcu in danes po dvojnji ceni prodaja običajen sadjevec, ki ga kupuje pri vas. Vsekakor velja: ne bodite presenečeni, če se boste ravno vi ali sosedov sadjevec znašli v enem od naših kot(l)ičkov ...

.sladica

Za sladico pa nekaj lahkega ... V njej vas bomo poskušali pred vašim odhodom še malce razvedriti in vam dati novega poleta. S težkim želodcem se namreč nizko leti! Pospremili vas bomo z **inovativnim namigom** ali dvema, ki vam bosta mogoče prišla prav, ko boste odložili Turizem in se inovativno lotili naslednjega miselnega oreščka, ki vas čaka. Mogoče vam bo prav naša .sladica dala moči, da ga mimogrede strete. Visok polet do naslednjic!



Poslovna odličnost v turizmu

Cilj podjetniškega sektorja v turizmu mora težiti k vzpostavitvi odličnosti poslovanja. Nekatero organizacije so to že dokazale na tekmovanju za Priznanje Republike Slovenije za poslovno odličnost (v nadaljevanju PRSPO), nekaj organizacij je že sodelovalo v pilotnem projektu PRSPO za turizem v letu 2002, večina pa šele razmišlja o nujnosti vzpostavitve take ravni poslovanja, ki bo primerljiva z najboljšimi, tako doma kot v Evropi in drugod po svetu.

KARMEN NOVARLIČ, KARMEN.NOVARLIC@SLOVENIA.INFO

Slovenska turistična organizacija (STO) bo v sodelovanju s Slovensko fundacijo za poslovno odličnost (v nadaljevanju SFPO) v okviru Akademije STO v letih 2005/2006 z namenom vzpostavitve odličnosti poslovanja slovenskih turističnih podjetij organizirala izobraževanja in usposabljanja na področju **poslovne odličnosti**.

Z namenom pospešitve in olajšanja prizadevanj v smeri vzpostavitve odličnosti poslovanja na osnovi EFQM (The European Foundation for Quality Management) modela odličnosti smo se na STO odločili turističnemu gospodarstvu ponuditi stopenjski izobraževalni program, s katerim želimo pomagati pri aktivnostih, ki imajo za končni cilj odličnost poslovanja z vidika zadovoljstva tako kupcev, zaposlenih in celotnega družbenega okolja kot tudi lastnikov in drugih interesnih skupin. Osnovno vodilo odličnosti je, da se odlični rezultati pri delovanju, odjemalcih, zaposlenih in družbi dosegajo z voditeljstvom, ki je gonilo politike in strategije, zaposlenih, partnerstev in virov ter procesov. Na ta način bi dali vsestransko podporo vodilnemu kadru v turizmu pri pospeševanju procesov udejanjanja poslovne odličnosti kot odločilnega elementa pri doseganju in ohranjanju mednarodne konkurenčnosti.

Program usposabljanj in izobraževanj v letih 2005 in 2006

Program usposabljanj in izobraževanj bo potekal večstopenjsko; to pomeni, da se bodo posamezni seminarji vsebinsko nadgrajevali do najvišje stopnje: tehnologije pisanja vloge za PRSPO.

V nadaljevanju predstavljamo podrobnejše vsebine usposabljanj in izobraževanj v letu 2005 in 2006.

1. Uporaba EFQM-modela odličnosti za izboljšanje delovanja organizacij – osnovni

Na seminarju bomo sistematično predstavili, kako razumeti EFQM-model odličnosti, ki je doslej pomagal izboljšati delovanje že mnogim organizacijam, tako v Evropi kakor v Sloveniji. Predstavitev bomo podprli še z mnogimi praktičnimi izkušnjami.

Ključne pridobitve:

Spoznali boste, kako uporabiti model odličnosti tako na nivoju celotne organizacije kakor tudi na nivoju posameznega poslovnega področja. Predstavljeni bodo mnogi primeri dobrih praks iz različnih poslovnih okolij. Razumeli boste povezavo med temeljnimi načeli odličnosti, zahtevami in

usmeritvami iz modela odličnosti ter načinom samoocenjevanja s pomočjo RADAR-matrike.

2. Samoocenjevanje po EFQM-modelu odličnosti

Seminar je namenjen organizacijam, ki želijo poglobljeno spoznati osem korakov v procesu samoocenjevanja ter praktično spoznati štiri različne metode samoocenjevanja. Poleg tega boste na delavnici spoznali, kako pristopiti k projektu odličnosti ter postopoma preoblikovati organizacijo po sodobnih kriterijih odličnosti.

Sestavni del delavnice je tudi predstavitev praktičnega primera iz slovenskega ali tujega okolja. Udeleženci tečaja prejmejo tudi brezplačen 14-dnevni dostop do spletnih strani EFQM-a <http://web-1.efqm.org/excellenceone/>, kjer imajo možnost vpogleda v dobro prakso različnih evropskih organizacij.

Ključne pridobitve:

Spoznali boste pravo vrednost tako temeljnih načel kakor modela odličnosti EFQM. Temeljito boste spoznali različne tehnike samoocenjevanja in se usposobili za izbiro najprimernejše tehnike ter dobili usmeritve, kako začeti in voditi projekt uvedbe samoocenjevanja. S strani predavatelja z mednarodnimi praktičnimi izkušnjami iz samoocenjevanja boste deležni visoke osebne podpore, povratnih informacij in prenosa znanja. Sledila bo predstavitev primera organizacije, ki je v svoje delovanje že uspešno uvedla samoocenjevanje.

Ob zaključku boste sposobni samozavestno komunicirati, kaj je samoocenjevanje in kje je njegovo mesto v strateških in operativnih dejavnostih vaše organizacije.

3. Študijski obisk – ogled hotela Schindlerhof

Na konkretnem primeru bomo spoznali organizacijo, ki posluje po načelih EFQM-modela odličnosti in je tudi dobitnica evropske nagrade za kakovost in številnih priznanj.

Ključne pridobitve:

Razumevanje modela odličnega poslovanja na praktičnem primeru hotela Schindlerhof v Nemčiji, dobitnika evropske nagrade za kakovost in posebnega priznanja za dosežke na področju razvoja zaposlenih (European Quality Award – EQA), ter prenos dobrih praks v lastno okolje.

4. Praktična izvedba samoocenjevanja – metoda vprašalnika

Največja pridobitev EFQM-samoocenjevanja ni številčna ocena, temveč so to prepoznana dokazila, ki so osnova za vrednotenje odličnosti. Na osnovi teh dokazil organizacija:

- Prepozna nivo odličnosti obstoječega poslovanja;
- prepozna področja, na katerih bi bilo smiselno izvesti izboljšave; ter
- prepozna področja, ki so sestavni del sodobnega pogleda na odlično poslovanje, vendar jih do sedaj še ni sistematično obvladovala.

Vsa ta spoznanja omogočijo sprejem ukrepov, s katerimi organizacija podpre uresničevanje zastavljenih strategij in iz njih izhajajočih ciljev.

Ključne pridobitve:

Hitra pridobitev prve dejanske samoocene po modelu odličnosti, razumevanje procesa samoocene, izdelane samoocene po posameznih področjih ter izdelane utemeljitve za prednosti in priložnosti za izboljšanje za posamezna področja iz modela odličnosti.

5. Praktična izvedba samoocenjevanja – metoda delavnice

Z metodo delavnice pomagamo organizaciji pridobiti na relativno hiter način grobo oceno stanja doseganja odličnosti in prepoznavanja področij za izboljšanje. Potek dela temelji na metodah skupinskega razmišljanja in utemeljevanja ugotovitev.

Ključne pridobitve:

Poglobljena samoocena, poenotenje razumevanja dejstev, ki vplivajo na samooceno, poglobljeno razumevanje modela odličnosti in samoocenjevanja organizacije, nabor področij, kjer je potrebno izdelati izboljšave, ter izdelane utemeljitve za prednosti in priložnosti za izboljšanje za posamezna področja iz modela odličnosti.

6. Usposabljanje ocenjevalcev organizacij po EFQM-modelu odličnosti

Verodostojen ocenjevalec organizacij po EFQM-modelu odličnosti mora imeti naslednje kompetenčne lastnosti:

- Razumeti EFQM-model odličnosti in izvajati ocenjevanje konsistentno;
- razumeti delovanje organizacij in biti sposoben prepoznati njihove značilnosti;
- delovati pozitivno kot enakovreden član ocenjevalnega tima;
- biti sposoben zbrati, razumeti in analizirati dokazila ter narediti poglobljene utemeljitve danih ocen ter
- biti sposoben pisno izdelati ali ustno posredovati jasne in uporabne povratne informacije.

Na seminarju bomo na osnovi strokovno vodenih aktivnosti in ocenjevanja realne situacije organizacije udeležencem omogočili razviti potrebne sposobnosti.

Ključne pridobitve so:

Usposobljenost za celovito – holistično analizo organizacije, seznanitev z vsemi fazami v delu ocenjevalca organizacije po EFQM-modelu odličnosti ter pridobitev in razvijanje potrebnih lastnosti ocenjevalca.

Naj opozorimo, da so za to fazo potrebne predpriprave, in sicer študij učnega primera in njegova ocenitev po RADAR-matriki – cca 25 do 35 ur dela pred seminarjem.

7. Tehnologija pisanja vloge za PRSPO

Prva težava strokovnjakov, zadolženih za pisanje celotne vloge ali delov vloge, je, kako sploh priti do potrebnih podatkov. Ko potrebne podatke zberemo, pa je potrebno znati na zgoščen način prikazati kar največ informacij, ki dokazujejo

Večstopenjski izobraževalni program oz. usposabljanje bo v letu 2005 in 2006 potekalo po naslednjem vrstnem redu:

Vrsta usposabljanj/ izobraževanj	Leto izvedbe	Naziv usposabljanj/izobraževanj
2005		
Seminar	Oktober 2005	Uporaba EFQM-modela odličnosti za izboljšanje delovanja organizacij – osnovni
Tečaj	November 2005	Samoocenjevanje po EFQM-modelu odličnosti
Obisk	December 2005	Študijski obisk hotela Schindlerhof, Nemčija
2006		
Delavnica	2006	Praktična izvedba samoocenjevanja – metoda vprašalnika
Delavnica	2006	Praktična izvedba samoocenjevanja – metoda delavnice
Tečaj	2006	Usposabljanje ocenjevalcev organizacij po EFQM-modelu odličnosti
Delavnica	2006	Tehnologija pisanja vloge za PRSPO

odličnost organizacije. Na seminarju bomo predstavili konkretne primere in podali odgovore na zastavljena vprašanja, poleg tega pa bo svoj vidik predstavil tudi predstavnik organizacije, ki je doslej že izdelala vlogo.

Ključne pridobitve so:

Seznanitev s praktičnimi primeri dobro in slabo napisanih vlog ter usposobljenost, kako na grafičen način smiselno prikazati zahtevane podatke in kako pristopiti k zbiranju podatkov v lastni organizaciji.

NAPOTILA ZA POT ODLIČNOSTI

UROŠ ZARNIK, UROS@SFPO.ORG

Ste se odločili stopiti na pot do odličnosti poslovanja?

Pot do odličnosti delovanja organizacije je tlakovana z nenehnimi izboljšavami, samoocenjevanjem, dobrimi poslovnimi praksami in dobrim načrtovanjem.

Na začetku se vprašajte: »Ima moja organizacija načrt izboljšav?« Če je odgovor ne, pričnite z osnovnimi:

- Ocenite obstoječe stanje.** Potrebno je ugotoviti sedanjo situacijo. Eden od načinov je samoocenjevanje organizacije. Proces samoocenjevanja omogoča vpogled v zrcalno podobo organizacije.
- Določite poslovne prioritete.** Da bi organizacija delovala skladno s svojo poslovno strategijo, je potrebno razumeti njene obstoječe prednosti in priložnosti za izboljšanje. Temeljna načela odličnosti najbolj povzemajo bistvo odličnosti poslovanja. S temi koncepti lahko primerjate splošni okvir in strategijo vaše organizacije.
- Identificirajte, kje so potrebne izboljšave.** Samoocena na podlagi EFQM-modela odličnosti omogoča zaposlenim podroben prikaz organizacije. Samoocena pomaga odgovoriti na vprašanje, katera področja je potrebno izboljšati.
- Identificirajte, kako se izboljšati.** Učite se od drugih s pomočjo medsebojnih primerjav (benchmarking) in raziskovanjem. Identificirajte dobre prakse pri drugih organizacijah. Lahko primerjate procese, organizacijo in/ali kazalnike ... toda najprej morate razviti strategijo primerjav, ki bo v pomoč pri usmerjanju vaših naporov.

Pripravljeni na naslednji korak?

Nadaljujmo s potjo do odličnosti. Sedaj je čas, da spravimo odličnost v prakso. To pomeni, da smo pripravljeni na fazo izvedbe. Udejanjiti odličnost v praksi, preprosto pomeni načrtovati, prioritizirati in izvesti izboljšave.

- Določite prednostne izboljšave.** Ni mogoče narediti vsega in vsekakor ni mogoče narediti vsega istočasno. Ključno je pregledati področja, ki jih je potrebno izboljšati in določiti, s katerimi aktivnostmi pričeti. Na primer, katere izboljšave bodo najbolj vplivale na poslovanje vaše organizacije. Področja za izboljšave lahko določite npr. na podlagi pomembnosti, nujnosti in potrebnih virov.
- Vključite izboljšave v svoje načrte aktivnosti.** Nekatere pomembnejše izboljšave zahtevajo več načrtovanja in več virov. Pri upravljanju teh aktivnosti lahko pomaga bolj formaliziran projektni pristop vodenja.
- Izvedite izboljšave.** To je zelo pomemben del procesa izboljšav, in to je ... sprememba. Da bi se izboljšali, se morate spremeniti. Najuspešnejše organizacije so spoznale da se morajo neprestano spreminjati in izboljševati. V spremembo vključite zaposlene. Da bi uspeli, je potrebno v prizadevanja za doseganje odličnosti pritegniti vse zaposlene.
- Preverite rezultate.** Ste dosegli svoje cilje? Lahko merite izboljšave v svoji organizaciji? Da bi lahko spremljali napredek, je potrebno v organizaciji določiti redne intervale za samoocenjevanje.

Evropski sklad za regionalni razvoj

V zadnjem času večkrat spremljamo dileme in razprave o tem, ali iz evropskih skladov izčrpamo dovolj sredstev. Nekateri očitajo odgovornim, da premalo vlagajo v seznanjanje ljudi z evropskimi skladi, spet drugi, da smo Slovenci brez pravih idej in projektov, ki bi nam prinesli več sredstev. O skladih, razpisih in možnostih pridobivanja teh sredstev smo povprašali na Ministrstvu za gospodarstvo RS, Direktoratu za turizem, ki ga vodi Marjan Hribar.

TINA NOVAK, TINA.NOVAK@PRISOP.SI

Evropski sklad za regionalni razvoj je bil ustanovljen leta 1975 in je del sistema štirih strukturnih skladov Evropske unije, ki ga sestavljajo še Evropski socialni sklad, Evropski kmetijski usmerjevalni in jamstveni sklad – usmerjevalni oddelek in Finančni instrument za usmerjanje ribištva.

Strukturni skladi predstavljajo osrednji finančni instrument regionalne politike Evropske unije, s katero Unija prispeva k zmanjševanju gospodarskih in socialnih razlik med regijami znotraj enotnega evropskega trga ter vzpodbuja njihov uravnotežen in trajnostni razvoj.

Sredstva, ki jih Unija nameni strukturnim skladom, se porabijo za finančno podporo projektov v javnem in zasebnem sektorju, za katere se oceni, da bodo v danih okoliščinah lahko največ prispevali k ciljem regionalne politike.

Z vidika končnih prejemnikov ta sredstva torej pomenijo dopolnilni vir financiranja projektov. Omogočajo jim, da izvedejo projekte, za katere bi težko zbrali dovolj lastnih sredstev za zaprtje finančne konstrukcije.

Z vstopom v Evropsko unijo si je tudi Slovenija zagotovila pravico do črpanja sredstev iz Evropskih skladov za regionalni razvoj. To za državo pomeni nov instrument za vzpodbujanje gospodarske rasti in zaposlenosti, za podjetja in druge možne prejemnike sredstev pa dodaten vir sofinanciranja projektov.

Vsebine, ki jim je Slovenija za naslednje triletno obdobje namenila sredstva strukturnih skladov, se tičejo ukrepov za pospeševanje konkurenčnosti za obdobje 2002–2006 ter Strategije slovenskega turizma 2002–2006.

G. Hribar, koliko sredstev iz EU-skladov smo pridobili v enem letu?

V okviru ukrepa 1.2 – Spodbujanje razvoja turistične infrastrukture – je bilo na voljo 8,3 milijarde sit (od tega 75 % sredstev EU, ostalo pa zagotavlja država). Razpis je bil prvič objavljen leta 2004, ko je bilo pozitivno ocenjenih več kot 20 projektov v skupni vrednosti približno 6,6 milijarde sredstev. Pred časom pa je eden izmed upravičencev odstopil od podpisa pogodbe, tako da bo po predvideni odobritvi s strani vlade prišlo do povečanja vrednosti novega razpisa na 2,2 milijardi sit. Ob tem velja poudariti, da pride do realizacije pridobitve sredstev šele po zaključku investicije po predložitvi vseh zahtevkov. Tako smo uspeli do sedaj realizirati že prvi sklop projektov. Ocenjujemo, da bomo uspeli v letošnjem letu počrpati večino teh sredstev, saj je vlada v okviru rebalansa odobrila dodatnih 3,2 milijarde lastnega deleža z namenom, da pride do realizacije sofinanciranja s strani EU že letos in ne 2007 oz. 2008. S tem je vlada na najbolj neposreden način še dodatno podprla gospodarske subjekte, saj je s tem ukrepom bistveno pomenila investicije.

Ali menite, da so slovenski turistični delavci dovolj seznanjeni s pridobivanjem sredstev?

Menimo, da so slovenski turistični delavci dovolj seznanjeni z možnostjo pridobivanja sredstev Evropskih strukturnih skladov. Poleg tega, da so ti skladi omenjeni v vseh programih dela Direktorata za turizem in da je črpanje le-teh ena izmed največjih prioriteta, smo pripravili tudi vrsto pro-

mocijskih aktivnosti kot npr. dva informativna dneva, kjer smo zainteresiranim podrobneje predstavili razpis, vse informacije pa so na voljo tudi na naši spletni strani.

Kakšen je postopek pridobivanja sredstev?

Kot že omenjeno, je v skladu s pogodbo na ministrstvo za gospodarstvo potrebno posredovati zahtevek, ki ga nato pri nas obravnavamo in preverjamo ustreznost. Zahtevek kasneje posredujemo ministrstvu za finance, kjer uredijo vse potrebno za realizacijo financiranja.

Kakšno je zanimanje za sredstva, pridobljena iz skladov, pri nas?

Glede na to, da gre za nepovratna sredstva, je zanimanje veliko. Ob tem dodajamo, da je delež le-teh v razpisu 20 % in ne več 40 %, kot je bilo to v prvi fazi razpisa.

Kdo je pravi naslov za nasvete pri pridobivanju sredstev iz Evropskih strukturnih skladov?

Ministrstvo za gospodarstvo, ga. Mojca Paternoster - Stich, ki je vodja razpisa.

Kolikokrat na leto so objavljeni razpisi?

Letošnji razpis sredstev ESRR bo objavljen zadnjič, in sicer do nove finančne perspektive, do katere bo, upam, kljub vsemu prišlo v letu 2007.

Kakšne projekte bi si najbolj želeli?

Želimo si projekte, ki bi povečali obseg turistične dejavnosti v Sloveniji in ki bi vplivali na večjo konkurenčnost turističnega gospodarstva. V samih razpisnih pogojih smo navedli, da želimo spodbujati investicijo v hotelske in ostale nastanitvene zmogljivosti ter v turistično infrastrukturo, kot so golf igrišča, smučišča ... Torej vse tiste investicije, ki bi povečale atraktivnost Slovenije kot turistične destinacije.

Tudi dobra športna infrastruktura je pomembna, če želimo imeti v Sloveniji več turizma.



S pridobitvijo sredstev iz Evropskih strukturnih skladov bomo lahko obnovili ali zgradili veliko počitniških kapacitet. Na slik Terme Snovik.



3. motivacijsko srečanje lokalnih skrbnikov uradnega slovenskega turističnega informacijskega portala www.slovenia.info

Slovenska turistična organizacija je 7. oktobra 2005 organizirala 3. motivacijsko srečanje skrbnikov uradnega slovenskega turističnega portala www.slovenia.info. Organizirano je bilo za lokalne skrbnike portala, ki vnašajo lokalno turistično ponudbo na www.slovenia.info. Namen srečanja je vzpodbuditi vse skrbnike h kakovostnejšemu in ažurnemu skrbništvu na www.slovenia.info. Srečanje, ki se ga je udeležilo 75 udeležencev, je bilo sestavljeno iz strokovnega in družabnega dela programa.

ALEKSANDRA JEREBIC, SANDRA.JEREBIC@SLOVENIA.INFO

- LTO Sotočje, TIC Sotočje
- Občina Trebnje, TIC Trebnje
- LTO – Zavod za pospeševanje turizma Blegoš
- Občina Dolenjske Toplice
- Notranjsko-kraški regionalni zavod za turizem Postojna
- Združenje turističnih kmetij Slovenije
- Zavod za kulturo, šport in turizem Žalec
- Mestna občina Velenje, TIC Velenje

Družabni program je bil prepuščen organizaciji izbranemu gostitelju srečanja, in sicer lokalni turistični organizaciji LTO Kokra, ki je za udeležence srečanja pripravila zanimiv družaben program. Udeležence je najprej pozdravil Prešernov prijatelj Pacn, nato jih je organizator popeljal po starem mestnem jedru Kranja, nadalje v skrivnostni svet podzemnih rogov, na koncu pa so otroci iz osnovne šole Staneta Žagarja pripravili zanimivo gledališko igro.

Družabni program srečanja je bil namenjen medsebojnemu druženju skrbnikov portala na neformalen način.

V okviru motivacijskega srečanja je STO pripravila novi brošuri, Predstavitev ponudbe in storitev www.slovenia.info za leto 2006 in Vodnik za skrbnike portala, ter Prijavnico za vključitev na uradni slovenski turistični portal www.slovenia.info v letu 2006.

Vodnik za skrbnike portala nudi koristne informacije za skrbnike portala (tiste, ki objavljajo turistično ponudbo na www.slovenia.info), ki so bile predstavljene na strokovnem delu srečanja, in sicer v okviru naslednjih vsebin:

- Obiskanost spletnih strani na www.slovenia.info.
- Poročilo o izvedbi ankete o zadovoljstvu z www.slovenia.info.
- Povzetki Strategije razvoja integralnega turističnega informacijskega sistema 2005-2007.
- Izbrane glavne novice na portalu od vzpostavitve v oktobru 2003 pa do leta 2005.
- Katere vsebine urejam na portalu in katerih ne?
- Z novimi vsebinami še bližje obiskovalcem portala (informacije o vsebinskih novostih na portalu).
- Kako pisati na uradnem slovenskem turističnem portalu www.slovenia.info?

- Skrb za kakovost objavljenih informacij o znamenitostih in kulturni dediščini na portalu.
- Poslovanje portala s postopki za člane sistema.
- Minimalne tehnične zahteve za nemoteno urejanje turistične ponudbe na www.slovenia.info.
- Obiskovalci portala o www.slovenia.info.
- Kontaktne osebe za več informacij.

Predstavitev ponudbe in storitev uradnega slovenskega turističnega portala www.slovenia.info za leto 2006 natančno podaja informacije o načinu vključitve na portal v letu 2006. V omenjeni brošuri so predstavljene štiri skupine skrbnikov portala, ki se lahko vključijo na uradni slovenski turistični portal, in sicer:

- Kraji (LTO, TIC, zavod za turizem, agencija za razvoj turizma, občina itd).
- Regije.
- Ponudniki A (hotel, motel, zdravilišče, terme, toplice, mladinski dom, kamp, kazino/igralnica, večja agencija (po klasifikaciji GZS), rent-a-car, kongresni center, grad, dvorec, ponudnik golfa, Postojnska jama, Park Škocjanske jame ter Lipica).
- Ponudniki B (zasebna soba, turistična kmetija, apartma, srednja in manjša agencija (po klasifikaciji GZS), parkirišče za avtodome, restavracija, športni center, gostilna, interesno društvo, trgovina, prevoznik in ostali).

Vsako skupino skrbnikov portala www.slovenia.info v brošuri navajamo posebej, saj se med seboj razlikujejo po vrsti turistične ponudbe, po ceni vključitve in po pravicah vnosa informacij.

Prijavnica za vključitev na uradni slovenski turistični portal www.slovenia.info za leto 2006 je pogoj, da postanete skrbnik portala www.slovenia.info in si tako sami urejate svojo turistično ponudbo na www.slovenia.info.

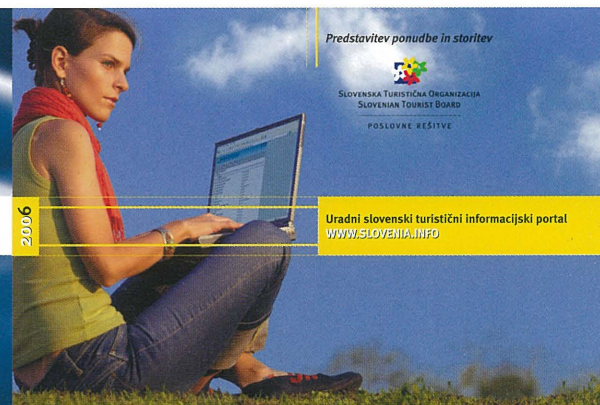
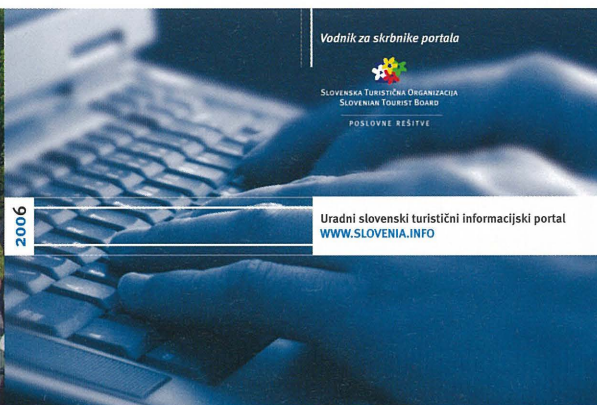
Vse navedene brošure lahko zainteresirana turistična podjetja in kraji naročijo na e-naslovu eposlovanje@slovenia.info ali jih snamejo na povezavi www.slovenia.info/vkljucitev, kjer so navedene podrobnejše informacije o načinu vključitve njihove turistične ponudbe na www.slovenia.info.

Na strokovnem delu srečanja smo predstavili:

- pomembne informacije o preteklih in nadaljnjih aktivnostih iz Strategije razvoja integralnega turističnega informacijskega sistema (ITIS) 2005-2007,
- pomen slovenskega turističnega portala www.slovenia.info za slovenski turizem,
- izboljšave oz. nadgradnje, ki jih je STO izvedla na portalu,
- opozorili smo na napake, ki se najpogosteje dogajajo pri vnosu podatkov na portal,
- predstavili iskalni marketing na področju turizma in pozicioniranje turističnih vsebin na internetu ter
- podelili priznanja najbolj pridnim lokalnim skrbnikom portala za prizadevno in kakovostno urejanje lokalne turistične ponudbe na www.slovenia.info v letu 2005.

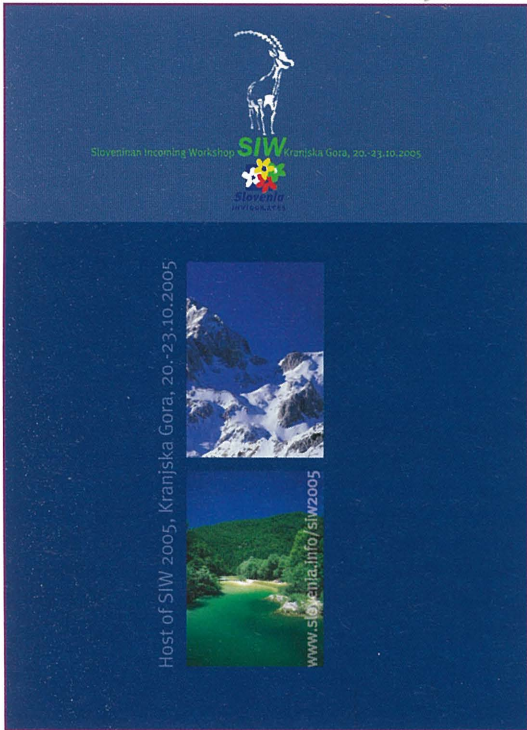
Letošnji nagrajenci so:

- LTO Zavod za turizem Maribor, TIC Maribor



SIW 2005 je pred vrati!

Slovenska turistična borza – SIW 2005 je pred vrati. Tokrat se je odvijala med 20. in 23. oktobrom v Kranjski Gori, kjer bo predstavljen razvojni korak, ki ga je naredil ta turistični kraj. SIW je največji poslovno-turistični dogodek v Sloveniji in hkrati odlična priložnost za celovito predstavitev slovenske turistične ponudbe partnerjem ter priložnost za še tesnejše sodelovanje z dolgoletnimi poslovnimi partnerji. Cilj celotnega borznega dogajanja je vzbuditi oz. povečati zanimanje za trženje slovenske turistične ponudbe ter posledično povečati obseg sklenjenih pogodb o medsebojnem sodelovanju pri tujih organizatorjih potovanj in poslovnih dogodkih, potovalnih agentih in prevoznih podjetjih.

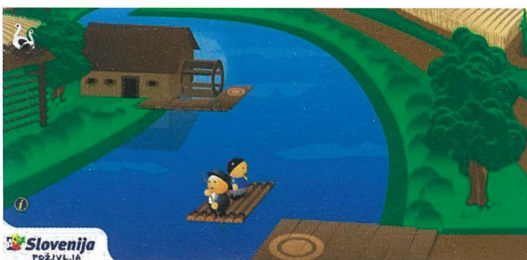


Seminar tržnih raziskav

V zadnjem času je vse več govora o pomenu in nepogrešljivosti trženjskih raziskav v poslovanju podjetij in organizacij. Trženjske raziskave so namreč postale bistven element poslovanja, saj omogočajo analizo stanja, načrtovanje in optimizacijo poslovnih procesov. Da so tudi v turizmu trženjske raziskave nepogrešljive, bi vam radi predstavili na seminarju z naslovom »Od raziskav do boljših poslovnih rezultatov v turizmu: Uporaba trženjskih raziskav v praksi«, ki bo potekal v v četrtek, **8. decembra 2005 v Ljubljani**. Strokovnjaki, ki se ukvarjajo z raziskavami na področju turizma, vam bodo predstavili svoje izkušnje in podali usmeritve za učinkovito uporabo rezultatov različnih raziskav. Kako torej s pomočjo trženjskih raziskav do boljših poslovnih rezultatov v turizmu? Na to in še na mnoga druga vprašanja bomo odgovorjali 8. decembra 2005, zato si že danes rezervirajte čas.

Spletna klepetalnica z dvema novima destinacijama

Interaktivno spletno klepetalnico Chat and Play, ki se nahaja na uradnem slovenskem turističnem portalu www.slovenia.info/chatandplay vsak mesec obiše okoli



3.000 obiskovalcev iz različnih koncev sveta. Glede na to, da velika večina obiskovalcev prihaja iz Slovenije, smo se odločili igrice prevesti tudi v slovenski jezik. V začetku oktobra smo dodali dve novi destinaciji, in sicer Prekmurje (s splavom čez Muro v mlin) in Soško dolino (spust z zmajem po rečni dolini), kar je spletno klepetalnico naredilo še bolj zanimivo in privlačno za obiskovalce.

Udeležba STO na akademiji e-poslovanja

Na Cipru je med 28. in 30. 9. 2005 pod okriljem Evropske potovalne komisije (European Travel Commission - ETC) potekala akademija elektronskega poslovanja. Letošnje srečanje pod organizacijo strokovne skupine ETC New Media Group, je bilo še posebej pomembno v luči priprav na vzpostavitev novega uradnega evropskega turističnega portala www.visiteurope.com konec letošnjega leta. Akademija je kot vsako leto združila vrsto strokovnjakov s področja e-poslovanja posameznih evropskih nacionalnih turističnih organizacij. Namenjena je bila izmenjavi izkušenj, informacij in dobrih poslovnih praks s področja internetne predstavitve in trženja turistične ponudbe. Akademija vsako leto prinese obilo novih idej tudi na področju poslovanja oddelka za razvoj informacijskega sistema in e-poslovanja na Slovenski turistični organizaciji. STO je prejela veliko pozitivnih odzivov tudi za aktivno sodelovanje v predavateljskem delu srečanja, kjer je prisotnim predstavila prispevek o novem pristopu k gradnji blagovne znamke slovenskega turizma za mlajše ciljne skupine, in sicer vzpostavitev interaktivne spletne klepetalnice na naslovu www.slovenia.info/chatandplay. Gre za v Evropi edinstven primer interaktivnega pristopa k mlajši ciljni skupini, ki ob zabavnem pridobivanju informacij o Sloveniji obiskovalcem omogoča interaktivno klepet z drugimi obiskovalci spletne klepetalnice, poleg tega pa tudi sodelovanje v nagradni igri.

Iz jesenskih aktivnosti STO

Slovenska turistična organizacija je za ponudnike slovenskega turističnega gospodarstva pripravila sledeče workshope: **WORKSHOP V UTRECHTU IN BRUSLJU, 7. in 9. novembra 2005.**

WORKSHOP V ZAGREBU, 23. novembra 2005

Prijava za Workshop v Zagrebu je potrebno poslati **najpozneje do 14. oktobra 2005** na Slovensko turistično organizacijo, Dunajska 156, 1000 Ljubljana. Kontaktna oseba: Karmen Novarlič, Tel.št.: 01 5891 865, e-mail: karmen.novarlic@slovenia.info.

V oktobru in novembru bodo v organizaciji Slovenske turistične organizacije potekali naslednji sejmi:

- **WTM London – London, 14. – 17.11.2005**
- **T & C Leipzig, Leipzig, 16. – 20.11.2005**
- **EIBTM Barcelona, Barcelona, 29.11.2005 – 01.12.2005**

Dnevi slovenskega turizma v Zagrebu

28. in 29. septembra 2005 so na **Trgu bana Jelačića v Zagrebu potekali DNEVI SLOVENSKEGA TURIZMA**. Slovenija se je predstavila s pestro ponudbo zimskega turizma, zdraviliškimi in wellness programi, Krasom, podeželsko ter enokulinarično in ostalo ponudbo. Za pestro dvodnevno glasbeno animacijo in dogajanje sta poskrbeli skupina Jararaja in Alenka Godec s svojim triom.

Poklon lipincev stoletnici organiziranega turizma in 425 let Kobilarne Lipica

V nedeljo, 2. oktobra je Slovenska turistična organizacija v sodelovanju s Kobilarno Lipica v namen obeležitve sto let organiziranega turizma v Sloveniji in 425 Kobilarne Lipica domače in tuje obiskovalce Lipice povabila na ogled umetniške predstave lipincev in baletnih plesalcev. Prireditev ni predstavila konja zgolj skozi umetnost jahalne šole, temveč skozi konjevo osebnost, svobodo in ponos, v povezavi s človekom.



SEJALEC – priznanje STO za inovativne in kreativne turistične proizvode

Slovenska turistična organizacija letno razpisuje povabilo k oddaji prijav za Sejalca, priznanja STO za inovativne in kreativne turistične proizvode, ki prispevajo k večji prepoznavnosti turistične ponudbe Slovenije. Namen Sejalca je spodbujanje inovativnosti in kreativnosti na podjetniški ravni, ravni destinacij, združenj istovrstnih turističnih proizvodov oz. ponudnikov ali pri oblikovanju in trženju turističnih proizvodov z območja Slovenije na domačem trgu in tujih trgih. Vabimo vas, da že danes razmislite, kateri vaši proizvodi/storitve bi lahko v letu 2006 kandidirale za prejem priznanja Sejalec.

Nagrada za uvodni film DVD Slovenija poživlja

Na letošnjem 13. MEFESt-u, Mednarodnem festivalu turističnega, ekološkega, športnega in gastronomskega filma, ki se je odvijal od 25. do 28. septembra v Brusu (na Kopaoniku), Srbija in Črna Gora, je žirija, kateri je predsedoval Karpo Ačimovič-Godina (člana Gordana Perovič in Mirko Stojaković) med 88 prispelimi deli iz 25 držav, v kategoriji turističnega filma, nagradila film **Slovenija poživlja** režiserke Jasne Hribernik. Nagrado Srebrni bor za turistični film si naš film deli z filmom Dan u Makedoniji. To je že drugo priznanje koprodukcijskemu projektu, v katerem so sodelovali: Slovenska turistična organizacija, Urad vlade za informiranje, Služba vlade RS za strukturno politiko, Gospodarska zbornica Slovenije, Agencija RS za gospodarsko promocijo, Ministrstvo za kulturo RS, Ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano RS ter Videoprodukcija Kregar.



Snovanje nove blagovne znamke slovenskega turizma

Slovenska turistična organizacija pripravlja v okviru snovanja nove blagovne znamke slovenskega turizma prvo v vrsti delavnic, kjer bodo opredeljene prednosti Slovenije kot turistične destinacije, spregovorili pa bomo tudi o novih razvojnih možnostih. Prva delavnica bo potekala med 16. in 18. oktobrom 2005 v Portorožu.

Statistika prvih devetih mesecev

V prvih devetih mesecih letošnjega leta (od januarja do vključno septembra) je Slovenija zabeležila za en odstotek manjše število prenočitev domačih in tujih gostov kakor v enakem obdobju lani. Pri tujih gostih smo zabeležili za 1 odstotek manj nočitev kot v enakem obdobju lani, pri domačih pa za 3 odstotke manj nočitev. Pri skupnem številu prihodov domačih in tujih gostov smo zabeležili za 1 odstotek več gostov kot lani. Pri tem je bilo domačih gostov za odstotek manj, tujih pa za 2 odstotka več kot v enakem obdobju lani. V prvih osmih mesecih letošnjega leta (od januarja do vključno avgusta) je devizni priliv iz naslova turizma po podatkih Banke Slovenije glede na enako obdobje leta 2004 porasel za 11 %. To potrjuje razvoj turističnih produktov v začrtani smeri – razvoj turističnih produktov z višjo dodano vrednostjo. Absolutno znaša devizni priliv iz naslova turizma v prvih osmih mesecih letošnjega leta 986.743.000,00 evrov.

Največji tržni delež pri emitivnih trgih slovenskega turizma ima italijanski trg, pri čemer je še posebej pomembno, da število prenočitev gostov iz omenjenega trga dosega hkrati tudi najvišjo stopnjo rasti med ključnimi in perspektivnimi trgi slovenskega turizma. Tako beležimo pri številu prenočitev italijanskih gostov od januarja do vključno septembra 2005 porast v višini 6 % glede na enako obdobje lani. V navedenem obdobju beležijo med ključnimi in perspektivnimi trgi slovenskega turizma visoko stopnjo rasti še trg Velike Britanije (+ 18 %), Madžarske (+ 8 %), Francije (+ 5 %) in Ruske federacije (+ 11 %). Z nemškega in avstrijskega emitivnega trga slovenskega turizma v letošnjih prvih devetih mesecih še naprej pada število nočitev in sicer z nemškega trga beležimo za 10 odstotkov manj, z avstrijskega pa za 3 odstotke manj nočitev kot v enakem obdobju lani. Vzrok za negativni trend na omenjenem emitivnem trgu je med drugim tudi v splošni recesiji nemškega gospodarstva, kar ima za posledico manjše povpraševanje po celotni turistični ponudbi oz. povečano povpraševanje po cenejših destinacijah s strani nemških državljanov. Rezultati, ki jih beleži slovenski turizem na avstrijskem trgu, so razen razlogov, ki smo jih navedli pri nemških turistih, tudi posledica vpliva slabšega vremena v letošnji poletni turistični sezoni. Septembrski podatki in napovedi za letošnjo jesen napovedujejo izboljšanje podatkov s tega pomembnega emitivnega trga slovenskega turizma.

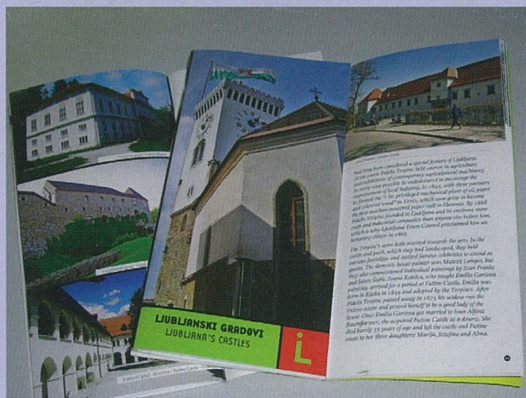
100 let Grand Hotela Union

Pred stotimi leti je svoja vrata odprl najbolj eleganten hotel tistega časa v Ljubljani - GRAND HOTEL UNION, ki je 28. oktobra 2005 praznoval svoj stoti rojstni dan. Ob tem jubilejnim dogodku so v hotelu 25. oktobra 2005 otvorili priložnostno razstavo »Sprehod skozi unionovih sto let« z zanimivimi hotelskimi predmeti iz prejšnjega stoletja. Praznovanje stoletnice GRAND HOTELA UNION se je nadaljevalo 28. in 29. oktobra 2005 na Prešernovem trgu.

Kdo kam kje

18. oktobra je na sedežu Gospodarske zbornice Slovenije potekala 8. redna seja Skupščine Združenja turističnih agencij Slovenije na kateri so izvolili novo vodstvo združenja. Za predsednika ZTAS za prihodnja tri leta je bil z večino glasov izvoljen **Dimitrij Piciga** iz agencije Kompas. Podpredsedniki s triletnim mandatom v novem vodstvu so postali **Barbara Inocente** iz agencije Stilbi, **Miloš Vujadinovič** iz agencije Airpass in **Tone Matjašič**, predstavnik agencije Promet T&T. Člani Upravnega odbora ZTAS bodo v prihodnjih treh letih **Iztok Altbauer** (Globtour), **Matjaž Pavlin** (Kompas Novo Mesto), **Vida Hawlina** (Burin YC), **Sandi Brataševc** (Avrigo) in **Filip Tobias** (Sonček). Skupščina je izvolila tudi novo vodstvo in člane Častnega razsodišča ZTAS, ki bodo še naprej nadzirali kvaliteto delovanja svojih članic ter spoštovanje kodeksa poslovnih in etičnih pravil. Za predsednika je bil ponovno izvoljen **Filip Tobias** (Sonček), za namestnico pa **Ljubica Benda** (Tentours). Ostali člani Častnega razsodišča so postali **Nevenka Faganelj Stepančič** (Hittours), **Zlatka Masnec** (Dober dan), **Ingrid Miloš** (Partner), **Matjaž Pavlin** (Kompas Novo Mesto) in **Vida Hawlina** (Burin YC).

Nova turistična brošura Ljubljanski gradovi



Ob Svetovnem dnevu turizma, 27. septembra, so v Zavodu za turizem Ljubljana izdali turistično brošuro z naslovom Ljubljanski gradovi. V knjižici, ki ima kar 65 strani, je predstavljenih deset gradov: Ljubljanski, Tivolski, Cekinov in Fužinski grad, pa gradovi Rakovnik, Kodeljevo in Bokalce, oznaka grad pa se je oprijela tudi nekaterih dvorcev: Vile Podrožnik (Kollmanov grad), dvorca Selo in graščine Dol. Brošura je izšla v 5.000 izvodih. Knjižica je dvojezična, v slovenskem in angleškem jeziku in opremljena s slikovnim gradivom. Na voljo je brezplačno v vseh TIC Zavoda za turizem Ljubljana

Tura Avantura

V Multimedijem centru RTV Slovenija na naslovu www.rtvlo.si/tureavanture so pripravili spletni turistični portal. Vabljeni k ogledu!

Nova pridobitev hotela Mons - Club Atrium

Hotel Mons je bogatejši za novo pridobitev - Club Atrium, oblikovan v skladu s trendovsko usmeritvijo celotnega hotela, pod katerega se je podpisal ugleden slovenski (in tudi v tujini zelo cenjeni) arhitekt Boris Podrecca.



Gradnja znamke slovenskega turizma

Blagovna znamka je najmočnejše orodje in največja vrednost v rokah tistega, ki ga oblikuje in upravlja. Blagovne znamke na ravni nacionalnih držav in nacionalnih turističnih destinacij pri tem niso nobena izjema, ravno obratno: **uspešna blagovna znamka je odločilna za uspešno pozicioniranje države na globalni ravni.** Slovenska turistična organizacija si je za cilj zastavila postavitev identitete znamke slovenskega turizma, s katero se bodo poistovetili vsi vpleteni subjekti. Pripravljen je projektni plan aktivnosti za izpeljavo gradnje (nove) znamke slovenskega turizma, osnova pa je pregled stanja ter določitev zahtev, pričakovani ciljevi, ki se nanašajo na blagovno znamko slovenskega turizma. Aktivnosti, ki trenutno potekajo na tem področju so: pregled stanja, določitev zahtev, usmeritev ciljev ter priprava na analize, analiza zaznavanja Slovenije kot turistične destinacije po trgih ter načrtovana izvedba delavnice s slovenskim turističnim gospodarstvom in drugimi oblikovalci mnenj. Tako je od 9. do vključno 11. oktobra v Portorožu potekala delavnica Slovenske turistične organizacije, ki se je je udeležilo več kot 50 udeležencev. Delavnico so vodili strokovnjaki iz podjetja Metron Group in Ellys Brand Engineering. Da bi lahko v proces snovanja nove znamke v turizmu vključili

čim več deležnikov, bo STO na spletni strani www.slovenia.info odprl forum, kjer bo omogočeno podajanje predlogov in mnenj na to temo.

SIW 2005 - ponovno veliko število novih tujih udeležencev

V Kranjski Gori je od 20. do vključno 23. oktobra potekala osma Slovenska turistična borza, znana pod imenom



Slovenian Incoming Workshop (SIW). Na letošnjo turistično borzo je iz 22-ih držav prišlo 172 organizatorjev potovanj, agentov in prevoznikov, ki so zastopali 135 podjetij. Iz Slovenije se je na borzo prijavilo 136 podjetij z 239 predstavniki. Ponovno je bilo veliko tujih udeležencev, ki so se Slovenske turistične borze udeležili prvič – več kot 60 odstotkov vseh udeležencev. Borzno dogajanje je potekalo v obliki poslovne delavnice, za katero so udeleženci sestanke ponovno dogovarjali preko tako imenovanega »one-to-one meetings« sistema, aplikacije na internetu, ki samodejno povezuje povpraševanje na borzi z ustrezno ponudbo. Borzno dogajanje se je pričelo v četrtek popoldan s predstavitvijo gostitelja letošnje borze, Kranjske Gore, in z večernim neformalnim srečanjem, ki je pomenil vzpostavitev prvih kontaktov med tujimi in domačimi udeleženci SIW-a.

Petek, osrednji dan borze, je bil v celoti namenjen poslovnim razgovorom, v soboto pa so tuji poslovni partnerji Slovenijo spoznavali »iz prve roke« na dveh enodnevnih in treh tridnevnih študijskih potovanjih. Enodnevni študijski potovanja za tuje udeležence sta potekali po območju Julijskih Alp in Triglavskega narodnega parka. Tisti, ki so se odločili za tridnevno študijsko potovanje, so lahko izbirali med tremi programi: t. im. »Coctali Tour« (študijsko potovanje s predstavitvijo slovenske turistične ponudbe na poti med Julijskimi Alpami skozi vinorodne griče Goriških Brd in podzemni svet do prestolnice), študijskim potovanjem »Conference & Incentive Travel Tour« (udeležencem ture so ponudbo predstavila slovenska kongresna središča ter študijskim potovanjem »Wellness Tour« (potovanje z ogledi slovenskih zdraviliško-termalnih centrov s poudarkom na wellness ponudbi). Naslednja Slovenska turistična borza SIW 2006 bo potekala v Radencih, v Zdravilišču Radenci in sicer od 12. do 15. oktobra 2006.

Več o Slovenski turistični borzi v naslednji številki TURIZMA.

