

I FEEL
SLOVENIA



**OPERATIVNI NAČRT TRŽENJA
KULTURNEGA TURIZMA SLOVENIJE
2018–2020 (ONKULT)**

Projekt: Izdelava Operativnega načrta trženja kulturnega turizma Slovenije 2018–2020

Naročnik: Slovenska turistična organizacija

Delovna skupina na strani naročnika: Nataša Hočevnar, mag. posl. ved, Petra Čad

Strokovna delovna skupina:

mag. Marija Brus (Ministrstvo za kulturo, Direktorat za kulturno dediščino),
mag. Gojko Zupan (Ministrstvo za kulturo, Direktorat za kulturno dediščino),
Staš Ravter (Ministrstvo za kulturo, Direktorat za ustvarjalnost),
mag. Aleksej Adrijan Loos (Ministrstvo za kulturo, Služba za državne proslave),
mag. Ana Božičnik (Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo),
Jasna Radić (Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo),
Petra Križan (Turizem Ljubljana),
Mateja Hafner Dolenc (Združenje zgodovinskih mest Slovenije)
Hermina Kovačič (Luksuz d.o.o.)

Izvajalec: Agencija za marketing in razvoj v turizmu Nea Culpa d.o.o.

Delovna skupina na strani izvajalca:

Neja Petek (kreativna direktorica, agencija Nea Culpa),
Petra Goneli (vodja projekta, agencija Nea Culpa),
Jana Apih (direktorica zavoda Tovarna trajnostnega turizma Goodplace),
Tina H. Zakonjšek (vodja projektov pri ZTTT Goodplace),
Darjan Mihajlovič Cerar (arhitekt in oblikovalec vizualnih sporočil),
Jaša Koceli (režiser in sociolog),
dr. Noah Charney (umetnostni zgodovinar in pisatelj)

Fotografije: Arhiv Slovenske turistične organizacije

Ljubljana, junij 2017

VSEBINA

1	STRATEŠKA PODLAGA	4
1.1	Vizija	5
1.2	Cilji	6
1.3	Opredelitev kulturnega turizma in kulturnih turistov v Evropi	8
1.4	Ciljne skupine in trgi	10
2	METODOLOGIJA OBLIKOVANJA DOKUMENTA	17
3	OPREDELITEV KLJUČNIH VREDNOSTNIH IN PROMOCIJSKIH PREDNOSTI KULTURNO-TURISTIČNE PONUDBE SLOVENIJE	18
4	MATRIKA NAJBOLJ ATRAKTIVNIH PRODUKTOV IN IZBOR PO MAKROREGIJAH	21
4.1	Matrika najbolj atraktivnih produktov	22
4.1.1	Središče modela	22
4.1.2	Top znamenitosti	23
4.1.3	Top festivali in dogodki	28
4.1.4	Celotna matrika	
4.2	Izbor kulturne ponudbe po makroregijah	32
5	KROVNA ZGODBA S KLJUČNIMI SPOROČILI	42
5.1	Marketinško sporočilo zgodbe in ključnih dejstev	43
5.2	Marketinški zapis zgodbe in ključnih dejstev	47
6	OPERATIVNI TRŽENJSKI NAČRT ZA SLOVENSKO TURISTIČNO ORGANIZACIJO	55
6.1	Sektor za vsebinski digitalni marketing	56
6.2	Sektor za komuniciranje s poslovnimi javnostmi	59
6.3	Korporativni PR	59
6.4	Sektor za raziskave, razvoj, inovacije in evropske projekte	60
7	UREDNIŠKI KOLEDAR	61
8	PRIPOROČILA ZA MEDSEKTORSKO SODELOVANJE MED KULTURO IN TURIZMOM NA PODROČJU TRŽENJA	65
9	OBLIKOVANJE MARKETINŠKIH KULTURNIH POTI	67
10	PRILOGE	71
	Priloga 1: Tipi kulturnega turista	72
	Priloga 2: Analiza obstoječe ponudbe	73
	Priloga 3: Vprašalniki	96
	Priloga 4: Intervjuji	98
	Priloga 5: Delavnice	98
	Priloga 6: SWOT analiza kulturno-turistične ponudbe	101
	Priloga 7: Primeri dobrih praks	102
	Priloga 8: Krovne skupine produktov znotraj kulture	104
	Priloga 9: Pregled fotografij na temo kulture v mediateki STO	105
	Priloga 10: Oblikovanje modela za izbor vsebin oz. pod produktov za posamezne skupine znotraj kulture z merili za izbor	108

1

STRATEŠKA PODLAGA





1.1

VIZIJA

Slovenija bo leta 2020 prepoznavna kot destinacija kulturnega turizma za goste, ki prihajajo s primarnim in sekundarnim motivom kulture.

Želimo, da Slovenijo obišče več kulturnih turistov.

Turiste želimo navdihniti, da odkrivajo kulturno bogastvo slovenske dediščine, umetnosti, festivalov ter prireditev, kulinarike in življenjskega sloga prebivalcev.



1.2

CILJI

Slovenska turistična organizacija (v nadaljevanju STO) je skladno s Strategijo razvoja slovenskega turizma (2012–2016) tržila sedem krovnih produktov: Zdravje in dobro počutje, Aktivne počitnice, Doživetja v naravi, Poslovni turizem, Gastronomija, Mesta in kultura ter Nišni produkti. **V Strategiji trajnostne rasti slovenskega turizma 2017–2021**¹, ki je v času priprave tega dokumenta še v fazi usklajevanja med deležniki, je izpostavljenih **deset vodilnih turističnih produktov** (vključeni tudi v predlog Programa dela STO 2018–2019), med njimi tudi **produkt Mesta in kultura**.

TEMELJNA STRATEŠKA CILJA PRIČUJOČEGA OPERATIVNEGA NAČRTA TRŽENJA KULTURNEGA TURIZMA SLOVENIJE (V NADALJEVANJU ONKULT) STA:

- ✦ Tržno pozicionirati Slovenijo kot destinacijo kulturnega turizma s privlačno, raznoliko in kakovostno kulturno ponudbo.
- ✦ S promocijo produkta mesta in kultura doprinesti k povečanju števila turistov in njihovih prenočitev ter podaljšanju povprečne dolžine bivanja.

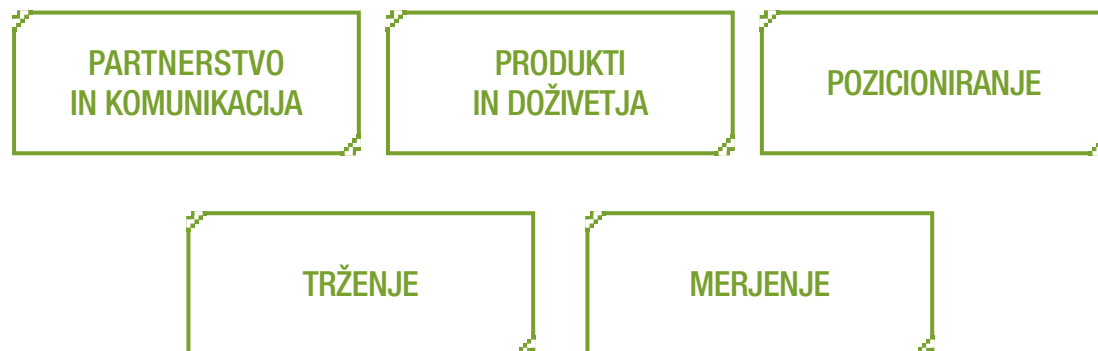
V Strategiji trajnostne rasti slovenskega turizma 2017–2021 so do leta 2021 zastavljeni naslednji cilji: prilivi iz naslova izvoza potovanj 3,7 milijarde EUR; 5 milijonov turističnih obiskov; 16 milijonov prenočitev in povprečne dolžine bivanja 3,2 dneva.

TEMELJNA STRATEŠKA CILJA PODPIRAJO ŠTIRJE OPERATIVNI CILJI:

- Povečanje prepoznavnosti Slovenije kot destinacije kulturnega turizma.
- Dvig števila kulturnih turistov z učinkovitim in inovativnim trženjem ter promocijo Slovenije kot destinacije kulturnega turizma.
- Dvig privlačnosti obstoječih turističnih produktov in doživetij, ki vključujejo kulturne vsebine.
- Vzpostavitev in nadgradnja partnerskega sodelovanja med turističnim in kulturnim sektorjem z namenom skupnega trženja kulturnega turizma.

¹ Strategija trajnostne rasti slovenskega turizma 2017–2021 in predlog Programa dela STO 2018–2019

Za doseg štirih operativnih ciljev vzpostavimo model petih gradnikov, ki predstavljajo sklope za razvoj ukrepov po posameznih področjih (gradnikih) v nadaljnjih fazah razvoja kulturnega turizma Slovenije.



V pričujočem dokumentu ONKULT se osredotočamo na dva gradnika: pozicioniranje in trženje. Za uspešen razvoj produkta kulturnega turizma bo v nadaljevanju ključno pripraviti tudi partnerski načrt razvoja produktov in povezovanja ter vzpostaviti ustrezno merjenje in analizo turističnega obiska kulturnih znamenitosti in dogodkov.

Za merjenje priporočamo spremljanje naslednjih kazalnikov:

- delež tujih turistov, ki obišejo Slovenijo z glavnim motivom kulture (SURS, ankete o tujih turistih);
- delež tujih turistov, ki obišejo galerije in muzeje v Sloveniji (SURS, vprašalnik za statistično raziskovanje dejavnosti muzejev in likovnih razstavišč);
- število objav na temo kulturnega turizma na spletu, v tiskanih in elektronskih medijih;
- število oblikovanih produktov s prevladujočo kulturno vsebino;
- število kulturnih dogodkov za predstavitve Slovenije;
- pojavljanje Slovenije med destinacijami kulturnega turizma;
- učinki kampanj za promocijo turizma, ki vključujejo elemente kulturnega turizma (število ogledov, število klikov ...);
- število aktivnosti medsektorskega sodelovanja.

OPREDELITEV KULTURNEGA TURIZMA IN KULTURNIH TURISTOV V EVROPI

OPREDELITEV KULTURNEGA TURIZMA

Obstaja **mного definicij kulturnega turizma**, nekatere se osredotočajo na ponudbo kulturnih znamenitosti in dogodkov, druge pa na izkušnjo, ki jo kulturna ponudba omogoča turistu. Vse poudarjajo ključno vlogo lokalnega prebivalstva pri posredovanju izkušnje turistu/obiskovalcu.

Za poenotenje razumevanja kulturnega turizma povzemamo definicijo, ki jo uporablja **Evropska potovalna komisija** (ETC – European Travel Commission) v Poročilu o turizmu in kulturi v mestih (City Tourism and Culture, 2005), in ločuje zunanji in notranji krog kulturnega turizma.

Notranji krog predstavlja primarne elemente kulturnega turizma. Lahko jih razdelimo na dva dela, in sicer dediščinski turizem, ki se navezuje na dosežke preteklosti, in turizem umetnosti, ki se poleg na umetniške presežke iz različnih obdobj preteklosti navezuje na sodobno kulturno produkcijo, torej na uprizoritvene in vizualne umetnosti, sodobno arhitekturo, literaturo, glasbo ipd.

Zunanji krog predstavlja sekundarne elemente kulturnega turizma. Tudi te lahko razdelimo na dva dela, in sicer na življenjski slog, ki povezuje prepričanja, običaje, kulinariko, folkloro in druge tradicije destinacije, ter na kreativne industrije, kot so moda, oblikovanje, film, mediji in zabava (City Tourism and Culture, 2005).

Shema 1

ZUNANJI IN NOTRANJI KROG KULTURNEGA TURIZMA

City Tourism and Culture, 2005



OPREDELITEV KULTURNEGA TURISTA

Kulturnega turista lahko opredelimo glede na motiv obiska. McKercher in Du Gros sta zastavila tipologijo kulturnega turista, ki deli kulturne turiste glede na primarno motivacijo obiska in intenziteto doživljanja kulturno-turističnih izkušenj (Priloga 1).

Evropska potovalna komisija (ETC – European Travel Commission)² deli kulturne turiste v dva segmenta:

Turist, za katerega je kultura primarni motiv obiska.

Kot celota je to homogeni segment, ki je nagnjen k odkrivanju. Ta tip turista išče globoko in vključujočo kulturno izkušnjo, rad raziskuje in za potovanje v primerjavi z drugimi turisti porabi več časa in sredstev. Ozaveščen je o trajnostnih vprašanjih in izraža skrb za okolje. Motivirajo ga specifični kulturni dogodki in festivali. Na destinacijo pride opremljen s širšim kulturnim znanjem in rad komunicira ter se odziva na okolico.

Turist, za katerega je kultura eden od motivov obiska.

Motivacija teh turistov je, da se na potovanju naučijo nekaj novega, kar obogati njihovo življenje. Ta segment popotnikov uživa v kulturnih dejavnostih/dogodkih in/ali kulturni dediščini. Vendar kultura ni edini motivator za potovanje, visoko na lestvici so tudi preživljanje časa z družino, sproščanje in zabava. Večina daje prednost izobraževalnemu tipu počitnic, ki pa jih radi kombinira s prostočasnimi dejavnostmi.

Pri nagovarjanju ciljnih skupin kulturnih turistov je potrebno upoštevati, da je del tega segmenta homogen in z izrazito kulturno motivacijo, medtem ko je drugi del teh turistov razpršen in mu kultura predstavlja enega od motivov potovanja oz. del potovalne izkušnje, torej odlično protiutež drugim vrstam turizma.

CILJNE SKUPINE IN TRGI

PRIORITETNE CILJNE SKUPINE IN TRGI SLOVENSKE TURISTIČNE ORGANIZACIJE

V Programu dela Slovenske turistične organizacije (2016–2017) so kot krovna ciljna skupina opredeljeni **aktivni ljubitelji narave in zdravega načina življenja višjega dohodkovnega razreda.**

Segmentacija ciljnih skupin slovenskega turizma³, ki je bila narejena v letu 2016, predstavlja ciljne segmente tujih turistov kot **persone slovenskega turizma.** Vsebuje vedenjske, geografske, demografske in *life-cycle* podatke ter ključne motivacijske dejavnike v povezavi s prihodi v Slovenijo. Vseh dvanajst person je predstavljenih na naslednji spletni povezavi:

www.slovenia.info/uploads/dokumenti/raziskave/sto157_persone_ciljnih_skupin_slo_turizma.pdf.

12 identificiranih person, ki jih bolj kot države izvora in drugi demografski podatki **povezujejo motivacije v povezavi s preživljanjem počitnic** in prostega časa, nosijo osebna imena glede na evropska jezikovna in kulturna področja, od koder večinoma prihajajo.

Kultura se kot motivacijski dejavnik in vrednota v prostem času in/ali življenjskem stilu **v različnih oblikah pojavlja pri sedmih personah** slovenskega turizma. Med ključnimi zanimanji je pri Marjo, urbani potrošnici, in pri Iris, urbano ozaveščeni popotnici.

Njuno motivacijo in njune navade v času potovanja lahko povežemo z dosedanjim pozicioniranjem kulture skozi prizmo sedmih TOP produktov slovenskega turizma, med katerimi najdemo produkt **Mesta in kultura.**

Izraziteje se med zanimanji pri identificiranih personah kultura pojavlja še pri Johanne, zeleni raziskovalki, in Maxu, družabnem gurmanu (foodieju). Vsi skupaj **predstavljajo štiri ključne ciljne skupine oz. persone z izrazitejšo kulturno motivacijo, ki so bile osnova za oblikovanje operativnega trženjskega načrta.** Kulturne vsebine so med zanimanji izražene še pri Zoranu, aktivnem nostalgiku (rad obiskuje lokalne prireditve in koncerte), Mireille, avanturistki (zanimajo jo zgodovinske znamenitosti), in večno mladi Liudmili (ogleda si cerkve in gradove).

3 Persone ciljnih skupin slovenskega turizma, Poročilo projekta, junij–september 2016



Johanne, ZELENI RAZISKOVALCI (RAZISKOVALCI)

RAZISKOVANJE
3 mesece vnaprej

VIR INFORMIRANJA
Splet
Tiskani vodiči

REZERVACIJA
1 mesec vnaprej
Booking.com

POTOVANJE
1 teden
1.200 € na par

„Pomembna se mi zdi razvita infrastruktura za kolesarje, pešce in javni prevoz.“

razgledana

vztrajna

logična

preprosta

POKLIC znanstvenica

STATUS poročena

POTUJE pogosto

PRIHAJA IZ DE, Beneluks



potuje z možem

ZANIMANJA narava, kultura

- Lahke aktivnosti v naravi
- Ogled naravnih znamenitosti (Postojnska jama, Bled)
- Obisk starih mestnih jeder (npr. Piran)
- Obisk Ljubljane



PRIMARNI MOTIV

- Iti nekam, kjer je lepo

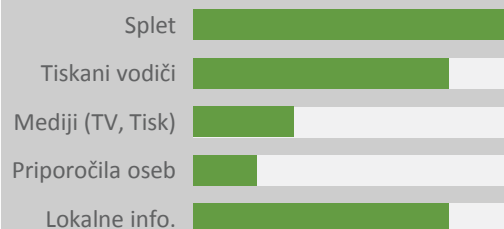
SEKUNDARNI MOTIVI

- Spoznati novo deželo
- Doživeti raznolikost

PRIČAKOVANJA

- Sprostitev in dobro počutje
- Občutek miru in umik od vsakdana
- Barvita narava in lepi razgledi
- Čisto okolje
- Kvaliteten javni transport in dostopne informacije (pravočasne, dobre povezave)
- Ljudje govorijo angleški jezik

VPLIV NA ODLOČANJE



POTOVALNI STIL



POTOVANJE



SPANJE



OPIS

Johanne ima v vsakodnevem življenju naporno in odgovorno službo. Prostega časa ima malo, zato ga želi maksimalno izkoristiti tudi na potovanju, kamor se običajno odpravi s svojim možem. Je razgledana, svet okrog sebe razume po svoje ter ga raje odkriva sama, kot pa verjame tistemu, kar sliši. Spoznavanje novih stvari rada kombinira s sprostivitvijo. Fotografije so pomemben vir pri odločanju za potovanja, saj preko njih razvija občutke ter si ustvari pričakovanja.



Iris, URBANI OZAVEŠČENI (RAZISKOVALCI)

RAZISKOVANJE
1-3 mesece vnaprej

VIR INFORMIRANJA
Splet
Tiskani vodič

REZERVACIJA
1-3 mesece vnaprej



POTOVANJE
3 dno
300 € na osebo

„Za potovanje in raziskovanje nikoli nimaš premalo denarja. Lahko tudi "couch-surfajš“.

- iznajdljiva
- odprta
- vedoželjna
- avanturistična

POKLIC predava na faksu
STATUS samska
POTUJE pogosto, kratek čas
PRIHAJA IZ Beneluks, UK, ZDA, Avstralija



potuje v družbi

ZANIMANJA kultura, mesta

- Spoznati mestni utrip, tudi predmestje in "spalna naselja"
- Kulinarično popotovanje po mestu
- Grafiti, muzeji, sodobna umetnost
- Lokalne prireditve



PRIMARNI MOTIV

- Spoznavanje novega, drugačnega okolja

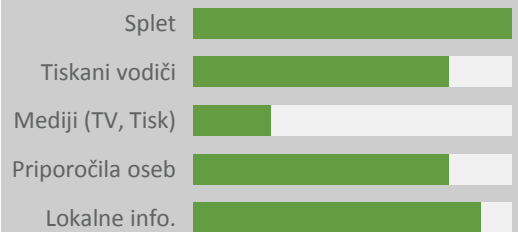
SEKUNDARNI MOTIVI

- Pridobivanje izkušenj
- Spoznavanje kultur, „live like a local“
- Samorefleksija

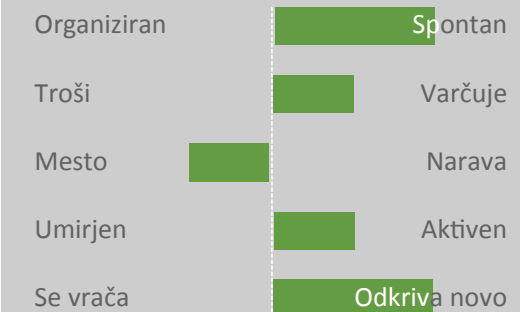
PRIČAKOVANJA

- Posebno doživetje (doživeti drugačno okolje)
- Odmik od rutine in vsakdana
- Priložnost za razmišljanje
- Avtentična izkušnja
- Razvejan javni transport in dostopne informacije

VPLIV NA ODLOČANJE



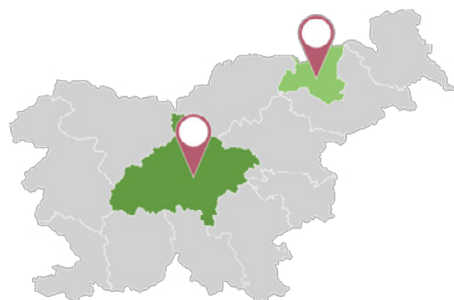
POTOVALNI STIL



POTOVANJE



SPANJE



OPIS

Trenutno piše doktorat. Najraje obiše kraje, ki imajo bogato naravno in kulturno tradicijo v enem. V kratkem času želi doživeti pristen stik z okoljem, rada ima nenavadne stvari, zato išče lokalno namestitev, lokalne ponudnike hrane ter stik s prebivalci, zanima pa jo tudi vse, kar je povezano z družbeno odgovornostjo in odgovornostjo do okolja. Pritegne jo drugačnost, raznolikost ter manj tipična turistična ponudba. Je svobodomiseln, hkrati pa jo zanimajo tudi trendi.



Marjo, URBANI POTROŠNIKI (DRUŽABNIKI)

- RAZISKOVANJE**
1-2 meseca vnaprej
- VIR INFORMIRANJA**
Splet
- REZERVACIJA**
1-2 meseca vnaprej
Booking.com
- POTOVANJE**
3 dno
800 € na osebo

„Vedno jem v restavracijah, vendar nikoli v isti dvakrat.“

- taktična
- očarljiva
- priložnostna
- opravljiva

POKLIC marketing
STATUS samska
POTUJE pogosto
PRIHAJA IZ Skandinavija,
Beneluks
ZDA, UK, IT, DE



potuje s prijateljico

ZANIMANJA mesta, potrošnja, zabava, užitek

- Spoznavanje kulture
- Spoznavanje lokalne prehrane
- Večerna zabava
- Glavne znamenitosti mesta
- Priložnosti za nakupovanje
- Razvajanje – (urbani) spa, wellness



PRIMARNI MOTIV

- Druženje in čas s prijatelji/-cami

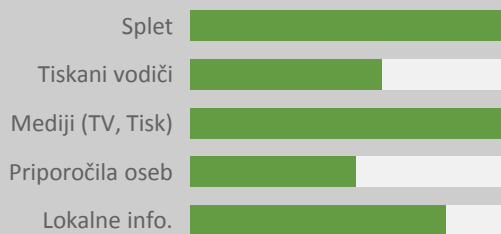
SEKUNDARNI MOTIVI

- Obisk evropskih prestolnic
- Uživanje v mestu
- Razvajanje

PRIČAKOVANJA

- Dobro razpoloženje
- Veliko užitka in zabave
- Pozabiti na vsakdan
- Maksimalno zapolnjen dan brez dolgočasje
- V mestu se bo počutila varno
- Kakovostna storitev v hotelu
- Ljudje govorijo angleški jezik

VPLIV NA ODLOČANJE



POTOVALNI STIL



POTOVANJE



SPANJE



OPIS

Marjo je svetovljanka, ki bi si brez časovnih in finančnih omejitev želela prepotovati vsa svetovna mesta. Je samska in veliko časa preživi v službi; v domačem okolju s prijateljicami rada obišče kino in gledališče, prireditve pa jo zanimajo tudi na potovanjih. Potuje izključno z letalom. Njen življenjski moto sta dobra volja ter polno življenje; pomemben del tega sta tudi glasba in joga. Pri delu in tudi v življenju je pozorna na detajle. Všeč ji je sodobna tradicija.



Max, DRUŽABNI FOODIEJI (DRUŽABNIKI)

RAZISKOVANJE
6 mesecev vnaprej

VIR INFORMIRANJA
Splet
Agencija

REZERVACIJA
5 mesecev vnaprej
Agencija/
Booking.com

POTOVANJE
10 dno
2.500 € na družino

„Vedno odnesem nekaj steklenic
vina domov.“

užitkar

iskriv

vedoželjen

lenoben

POKLIC gradbeni inženir

STATUS poročen

POTUJE pogosto

PRIHAJA IZ IT, Beneluks, UK,
Francija



potuje z družino,
občasno v paru

ZANIMANJA kulinarika, kultura, zgodovina

- Kulinarika
- Obisk vinskih kleti
- Lokalne znamenitosti
- Razvajanje v dvoje (za otroke aquafun)
- Zgodovina in gradovi
- Znamenitosti: Bled in Ljubljana



PRIMARNI MOTIV

- Okusiti in izkusiti presežke

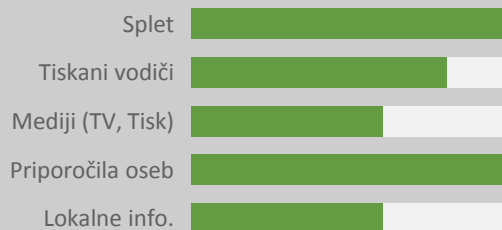
SEKUNDARNI MOTIVI

- Uživati in se dobro imeti
- Spoznati nekaj novega
- Preživeti kakovosten čas z ženo in otroki

PRIČAKOVANJA

- Bližina in druženje
- Biti sproščen
- Spočiti se in se naspati
- Pozabiti na vsakdan
- Otroci se bodo zabavali
- Poskrbljeno bo za varstvo in varnost otrok
- Vzeti si nekaj časa zase z ženo

VPLIV NA ODLOČANJE



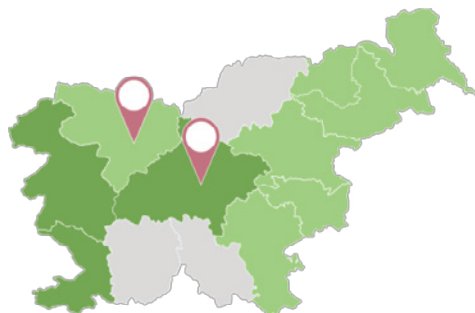
POTOVALNI STIL



POTOVANJE



SPANJE



OPIS

Družina in otroci mu veliko pomenijo, vendar vedno rad nekaj časa preživi tudi sam z ženo. Nekoč bi si želel prepotovati svet. Rad se podaja v neodkrite in manj poznane dežele, vendar se rad vrača tudi tja, kjer se je nekoč dobro počutil. Poleg spoznavanja starih mestnih jeder mu je zelo pomemben element narave, pri kateri zelo ceni njene sadove, zato mu preživet večer ob dobri hrani in pijači veliko pomeni. Aktivnostim v naravi se izogiba, raje ima prijetno udobje. Je izrazit estet.

Med identificiranimi tremi segmentnimi kategorijami, ki povezujejo vseh 12 person v večje segmente, sta motivacijo za doživetja kulture izkazali dve kategoriji, in sicer raziskovalci ter družabniki, medtem ko je v kategoriji muz ta interes manj izražen.

CILJNE SKUPINE GLEDE NA IZVOR DRŽAV

Podatki SURS-a kažejo, da so v letu 2016 skoraj polovico vseh prenočitev tujih turistov v Sloveniji ustvarili turisti iz petih držav. Od tega so največ prenočitev prispevali turisti iz Italije (15,8 %, v letu 2015 15,9 %), sledili so turisti iz Avstrije (11,7 %, v letu 2015 11,7 %), iz Nemčije (11 %, v letu 2015 11,5 %), iz Hrvaške (4,9 %) in iz Nizozemske (4,4 %).

Analiza štirih person z izrazitejšim kulturnim zanimanjem kaže, da so ciljne skupine glede na izvor držav Beneluks (4x), germanski trgi (2x), Italija (2x), Velika Britanija (3x), ZDA (2x), Skandinavija, Francija in Avstralija. Glede na geografsko bližino, visok odstotek v deležu prenočitev ter skladno z izhodišči in gradivi srečanj delovne skupine se je izpostavil še hrvaški trg.

Program dela Slovenske turistične organizacije za leto 2016 in 2017 koncentrira promocijo na šest ključnih evropskih trgov, in sicer v Italijo, Nemčijo, Avstrijo, Rusko federacijo, Veliko Britanijo in države Beneluksa. Med temi se kultura kot motivacijski dejavnik prihoda turistov izraziteje izpostavlja na italijanskem, nemškem in avstrijskem trgu.

Podatki obiska treh ikoničnih znamenitosti Slovenije kažejo, da je vsem trem skupen velik delež obiskovalcev iz Italije, Velike Britanije in Združenih držav Amerike. Pri dveh izstopa še število obiskovalcev iz Južne Koreje, Nemčije, Francije in Izraela. Analiza vprašalnikov in poglobljenih intervjujev z organizatorji festivalov ter producenti rednih programov je pokazala, da so se največkrat izpostavili trgi Avstrije, Italije, Hrvaške in Nemčije.

V Strategiji trajnostne rasti slovenskega turizma 2017–2021, ki je v času priprave ONKULT-a še v fazi usklajevanja med deležniki, so v produktno-tržni matriki, ki določa, kateri produkti se prioriteto tržijo na posamičnih trgih, za produkt Mesta in kultura izpostavljeni naslednji trgi:

- primarni: **Francija,**
- sekundarni: **Avstrija, Nemčija, Italija, Nizozemska, Velika Britanija, Hrvaška in Rusija.**

Na podlagi navedenih ugotovitev za promocijo produkta kulture predlagamo naslednjih sedem primarnih trgov: Italija, Nemčija, Avstrija, Hrvaška, Beneluks (Nizozemska), Velika Britanija in Francija.

2 METODOLOGIJA OBLIKOVANJA DOKUMENTA



OBLIKOVANJE DOKUMENTA

ANALIZA PONUDBE

analiza registrov,
portala Tripadvisor,
turističnih vodnikov

VPRAŠALNIKI

lokalne turistične
organizacije,
kulturne institucije,
festivali in prireditve

POGLOBLJENI INTERVJUJI

ključne kulturne
institucije, turistično
gospodarstvo

DELAVNICE

za tur. gospodarstvo,
kulturne institucije
in producente festivalov
ter prireditev

PRIMERI DOBRIH PRAKS

z vidika upravljanja
kulturno-turističnih
produktov

Natančnejši opisi posamičnih sklopov in faz oblikovanja dokumenta ONKULT so v prilogah, analiza ponudbe je natančneje predstavljena v Prilogi 2, povzetki delavnic pa v Prilogi 5. Dokument je nastal v treh fazah. Na koncu vsake faze je sledilo zaključno poročilo, ki ga je dopolnila in potrdila strokovna skupina, sestavljena iz predstavnikov Slovenske turistične organizacije, Ministrstva za gospodarski razvoj in tehnologijo, Ministrstva za kulturo, Združenja zgodovinskih mest ter Turizma Ljubljana.

3

OPREDELITEV KLJUČNIH VREDNOSTNIH IN PROMOCIJSKIH PREDNOSTI KULTURNO-TURISTIČNE PONUDBE SLOVENIJE



Strateški promocijski prednosti Slovenije:

- **Kulturna in etnološka raznolikost na eni strani ter povezljivost in dostopnost na drugi.**
- **Edinstven preplet med mestnim in podeželskim (»peš razdalja med doživetjem mesta in podeželja«), ki ga zaradi geografske dostopnosti lahko hitro doživimo.**

Ključne promocijske prednosti obstoječe kulturno-turistične ponudbe:

KULTURNO KRIŽIŠČE NARODOV IN PROSTOROV

Slovenija je dežela izjemne kulturne in naravne raznolikosti. Združuje štiri značilne evropske geografske in kulturne prostore, ki so oblikovali specifične kulturne krajine in načine življenja – Alpe, Mediteran, Kras in Panonijo. Slovenija je skozi tisočletja dolgo zgodovino predstavljala najkrajšo pot od Panonske nižine do Sredozemskega morja (prek Alp) ali od severnih dežel do Sredozemlja.

ZAKLADNICA KULTURNIH VPLIVOV IN NAJDB

Slovensko ozemlje je bilo postojanka za vsa ljudstva, ki so trgovala na območju današnje Evrope in širše, zato je izjemna zakladnica kulturnih vplivov in nekaterih redkih arheoloških najdb (med njimi najstarejšega glasbila na svetu, najstarejšega lesenega kolesa z osjo na svetu, dveh od sedmih lamelnih oklepov Alemanskih vojščakov ...)

IKONE SLOVENSKEGA TURIZMA, NA KATERIH GRADIMO DESETLETJA, SO KULTURNE IKONE

Ikone slovenskega turizma, kot so Ljubljana, Bled, Piran, Postojna in Ptuj, postajajo vse bolj prepoznavne na tujih trgih. To so obenem kulturne ikone slovenskega turizma, le da jih do sedaj nismo primarno promovirali skozi prizmo kulture, temveč večinoma v povezavi z njihovimi naravno-geografskimi privlačnostmi in/ali splošnimi atributi. Komunikacija njihove bogate kulturne zgodovine lahko prevladujočo turistično zaznavo krajev in mest sredi neokrnjene narave nadgradi z zaznavo njihove kulture in zgodovine.

ZGODOVINSKA MESTA SLOVENIJE IN BUTIČNI TURIZEM MESTNIH JEDER

V srednjem veku so slovenske naselbine začele dobivati trške in mestne pravice. Zrasla so ljubka mestna jedra, ki danes ponujajo butične nastanitve v mestnih središčih, velikokrat zaprtih za promet. Sprehod okoli mestnega hotela lahko razkrije pravi arhitekturni muzej na prostem, kjer se dediščina srednjega veka prepleta z renesanso, barokom in secesijo.

TURIZEM PODEŽELJA Z BOGATO ETNOLOŠKO DEDIŠČINO

Slovensko podeželje ohranja pristnost in avtentičnost ter mnoge običaje, navade in praznovanja, ki so lahko izjemna turistična izkušnja. Vse več podeželskih destinacij razvija produkte kreativnega turizma – najrazličnejše prikaze in delavnice, povezane s kulturo vsakdanjika in praznika.

VRHUNSKA KULTURA IN UMETNOST

Slovenija je dežela vrhunske kulture in umetnosti. Čeprav je zelo malo t. i. *blockbuster* kulturnih dogodkov/ razstav ali koncertov zvezdnikov, ki bi omogočali prihod turistov izključno z motivacijo obiska določene razstave, ponuja mnogo vrhunskih umetniških užitek, ne le v muzejih in galerijah, ampak tudi v repertoarnih gledališčih, ki so med najboljšimi v Evropi (vse več jih omogoča nadnapise v tujih jezikih), na plesnih odrih in koncertnih prizoriščih.

PONUDBA TRADICIONALNIH KULTURNIH DOGODKOV IN PRIREDITEV SKOZI VSE LETO

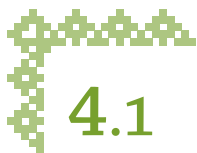
Kulturni koledar Slovenije je bogat tako v mestih kot na podeželju. V letu se zvrstijo številni festivali in tradicionalni dogodki, od zabavnih in glasbenih do povsem nišnih ter kulinaričnih in festivalov, ki obujajo etnološko dediščino.

Ključne prednosti obstoječe kulturno-turistične ponudbe, ki so se izluščile na podlagi delavnic, vprašalnikov, poglobljenih intervjujev ter analize, so:

- Znamenitosti, ki v mednarodnem prostoru s podobami največkrat predstavljajo Slovenijo, so hkrati tudi kulturne znamenitosti. Kulturno-turistična ponudba torej vključuje največje privlačnosti Slovenije: Bled z otokom in gradom, Plečnikovo Ljubljano s starim mestnim jedrom in gradom, Postojnsko jamo s Predjamskim gradom, Piran, Ptuj in Lipico s kulturno pasmo konj lipicancev.
- Znamenitosti, ki nosijo ugledne mednarodne nazive, npr. Unesco in Znak evropske dediščine (npr. Idrija, Škocjanske jame, Partizanska bolnica Franja).
- Jože Plečnik kot arhitekt, ki je zaznamoval podobo Ljubljane ter pustil pečat po vsej Sloveniji. Plečnikova vizija urbanistične zasnove središča Ljubljane, ki ga je oblikoval vzoru antičnih Aten, predstavlja eno največjih celostnih umetnin 20. stoletja.
- Posamični eksponati in najdbe, ki so redke kulturne dragocenosti ali arheološki zakladi in so zaradi tega promocijsko zanimivi. To so najstarejše glasbilo na svetu (piščal iz kosti jamskega medveda iz Divjih Bab), najstarejše leseno kolo z osjo na svetu (Ljubljansko barje) in najstarejša vinska trta (Maribor).
- Stara mestna jedra s celostno kulturno-turistično ponudbo: od kulturnih dogodkov do razstav, kulinarike in drugih doživetij.
- Kurentovanje kot mednarodno prepoznani dogodek in kurent kot najbolj prepoznavna maska.
- Martinovanje kot povezovalci kulturno-turistične ponudbe mest in podeželja, ki ga lahko doživimo v vseh regijah Slovenije.
- Veliko število in raznovrstnost festivalov in dogodkov, ki so skoncentrirani v poletnem času.
- Slovenija je dežela manjših festivalov, med njimi tudi zelo nišnih in specializiranih. Prednost je vzdušje, ki se dodatno razvija tudi s spremljevalnimi družabnimi dogodki in ponudbo festivalov.
- Ambientalni dogodki in festivali, ki povezujejo naravne lepote in prizorišča v naravi (nepričakovani in zato spektakularni prizori narave kot kulisa kulturnega dogodka) ter kulturno ponudbo (primer: MetalDays, žive jaslice v Postojnski jami).

4 MATRIKA NAJBOLJ ATRAKTIVNIH PRODUKTOV IN IZBOR PO MAKROREGIJAH





4.1

MATRIKA NAJBOLJ ATRAKTIVNIH PRODUKTOV

Za namen trženja kulturnega turizma smo na podlagi analiz sekundarnih virov, delavnic, poglobljenih intervjujev in vprašalnikov oblikovali matriko najbolj privlačnih produktov, ki služi kot vsebinska osnova za trženjski načrt.

4.1.1 SREDIŠČE MODELA

LJUBLJANA IN MESTNA JEDRA

zgodovinska mesta, gradovi,
muzeji in galerije, opera,
koncerti, dogodki, arhitektura

PODEŽELJE

trgi, gradovi, sakralna dediščina,
zgodovinske uprizoritve,
muzeji, kulturna krajina

V osrčju matrike je slovensko sobivanje (in nasprotje) med mestnim ter podeželskim, sodobnim in tradicionalnim.

Kljub izjemnim posameznim elementom kulturne dediščine ali sodobne kulturne produkcije v Sloveniji še ni na voljo veliko parcialnih ali integralnih turističnih produktov, ki bi celostno povezovali kulturno-turistično ponudbo v slovenskih mestih ali med mesti oz. na podeželju ali med mesti in podeželjem.

Zato obstoječo kulturno-turistično ponudbo tržimo kot strnjene sklope kulturnih doživetij (marketinške kulturne poti), ki v mestih združujejo posamezne elemente kulturne ponudbe, npr. muzeje in galerije, obisk operne predstave ali koncerta, doživetja arhitekture in gastronomije.

Jedro ponudbe je stalna ponudba (znamenitosti, muzeji, galerije ...), oplemenitena z dogodki in kulturnimi programi. Pomoč pri oblikovanju strnjenih sklopov doživetij so zanimanja in motivacije posameznih person slovenskega turizma, ki jih nagovarjamo.

Primeri promocije in trženja celotnih sklopov vsebin so predstavljeni v poglavju Oblikovanje marketinških kulturnih poti.

Primer oblikovane marketinške kulturne poti za urbano potrošnico Marjo: obisk Ljubljanskega gradu, ogled Narodne galerije s kavico in torto Luize Pesjakove v kavarni galerije, kulinarčni ogled Okusi Ljubljane, večerni dogodek v Cankarjevem domu, SNG Operi in baletu ...

Pri promociji mest se osredotočamo na kulturno prestolnico Ljubljano, Evropsko prestolnico kulture 2012 Maribor ter zgodovinska mesta, ki se povezujejo v Združenju zgodovinskih mest.

Pri oblikovanju in promociji kulturno-turistične ponudbe na podeželju izpostavimo naslednje zgodbe: čebele in čebelarstvo, pastirska naselja in kultura živih planin, solinarska zgodba, mlinarji (npr. mlini na Muri), podeželska arhitektura s kozolci in vinska tradicija. Promocijsko se lahko izpostavijo tudi določeni pridelki in izdelki: med, sol, oljke, vino in buče.

Velik potencial predstavlja tudi trženje združene kulturne ponudbe mest in podeželja v obliki izletov.

4.1.2 TOP ZNAMENITOSTI

Kulturne znamenitosti so hrbtenica kulturno-turistične ponudbe v destinaciji, saj zagotavljajo vse leto dostopno ponudbo, večinoma pod okriljem kulturnih institucij in ustanov. Izpostavljamo štiri sklope kulturnih znamenitosti Slovenije, na katerih gradimo promocijska sporočila in predstavljajo primarni krog kulturno-turistične ponudbe.



IKONIČNE ZNAMENITOSTI



UNESCOVA DEDIŠČINA IN MEDNARODNO
PREPOZNAVNE ZNAMENITOSTI



PLEČNIKOVA LJUBLJANA IN SLOVENIJA



DOMA V SLOVENIJI
IN NAJSTAREJŠE NA SVETU



IKONIČNE ZNAMENITOSTI

Ikonične znamenitosti so tiste, ki so lokalno in mednarodno najbolj prepoznavne ter s tem ustvarjajo podobo, pričakovanja in/ali percepcijo o določeni destinaciji. Ikone kulturno-turistične ponudbe Slovenije so se izpostavile v fazi analize (delavnice, vprašalniki, analiza vodnikov, poglobljeni intervjuji). Celje s Celjskim gradom je bilo dodano na predlog strokovne skupine. Za promocijo so ključnega pomena, saj z njimi utrjujemo in povezujemo splošno zaznavo o Sloveniji ter s tem krepimo mednarodno prepoznavnost države kot celote. Ikone nosijo poleg naravne tudi ključno kulturno komponento, ki jo pri promociji kulturnega turizma še posebej izpostavimo.

Na podlagi analize in delavnic se je izpostavilo sedem ikoničnih znamenitosti.





UNESCOVA DEDIŠČINA IN MEDNARODNO PREPOZNAVNE ZNAMENITOSTI

Mednarodno prepoznavni in zaščiteni spomeniki ter območja lahko predstavljajo motiv za prihod kulturnih turistov, zato jih pri promociji Slovenije posebej izpostavljamo.

Najbolj prestižen mednarodni naziv je vpis na seznam Unescove svetovne kulturne in naravne dediščine. V Sloveniji imamo tri taka področja, ki jih prioriteto izpostavimo:

✚ **Idrija s svetovno dediščino živega srebra.** Na seznam Unescove dediščine je Idrijski rudnik vpisan skupaj z rudnikom v Almadénu. Nekdaj drugi največji rudnik živega srebra na svetu je neprekinjeno deloval pol tisočletja in v celoti zaznamoval življenjski slog ter kulturo tega mesta. »Pričevanje Almadéna in Idrije je edinstveno, vključuje različne industrijske, okoljske, urbane, arhitekturne ter družbene elemente specifičnega družbeno-tehničnega sistema v industriji rudarjenja in proizvodnji kovin.« (Vir: <http://www.cudhg-idrija.si/unesco-dediscina-hg/>) Pri promociji Unescove dediščine Idrije se še posebej izpostavi mestno jedro Idrije, grad Gewerkenegg, idrijsko kamšt – največje leseno vodno pogonsko kolo v Evropi – klavže, jašek Franciške, Idrijsko rudarsko hišo in Festival idrijske čipke.

✚ **Ljubljansko barje z dediščino starodavnih koliščarjev.** Prazgodovinska kolišča okoli Alp so vpisna na Unescov seznam svetovne dediščine kot celota, vključno z dediščino iz Švice, Francije, Nemčije, Avstrije in Italije. Prazgodovinska kolišča na Ljubljanskem barju so zastopana in predstavljena z dvema skupinama devetih kolišč pri Igu. V času nastajanja operativnega načrta trženja še ni bilo oblikovanih prepoznavnejših produktov, ki bi predstavljali dediščino starodavnih koliščarjev. Zgodba koliščarjev je predstavljena predvsem preko muzejskih zbirk (Mestni muzej Ljubljana, Narodni muzej Slovenije, Razstava Moja Ljubljana – Vrhnika) in deloma delavnic.


✚ **Škocjanske jame z največjim doslej znanim podzemnim rečnim kanjonom.** »Območje ima tudi velik kulturno-zgodovinski pomen, saj je bilo poseljeno vse od mezolitika. Dolgotrajno sožitje narave in človeka se odraža v tipični kraški kulturni krajini, vključno s pretanjenim poselitvenim vzorcem in kraško stavbno dediščino. Območje je zgodovinsko pomembno s stališča temeljnega raziskovanja krasi in kraških pojavov vsaj od 17. stoletja (Valvasor) do danes.« (Vir: http://www.park-skocjanske-jame.si/informacije/certifikati#a_unesco)

Na poskusni seznam svetovne dediščine pri Unescu je bila na dan 12. 6. 2017 vpisana še naslednja dediščina: Klasični kras, Partizanska bolnica Franja, Bohinjske planine, Brezčasna, humanistična arhitektura Jožeta Plečnika v Ljubljani in Pragi, Pot miru od Alp do Jadrana – dediščina prve svetovne vojne – ter Pragozd Krokari (Kočevje), ki je del širšega mednarodnega predloga vpisa prvobitnih bukovih gozdov Karpatov.

Na Unescov seznam nesnovne kulturne dediščine človeštva je vpisan:

✚ **Škofjeloški pasijon** kot najstarejše slovensko dramsko besedilo na ulicah srednjeveškega mestnega jedra Škofje Loke uprizarjajo vse od nastanka besedila v času baroka (naslednja uprizoritev bo leta 2021). Gre za edinstveno zgodovinsko uprizoritev, ki je kot tip kulturno-turistično ponudbe med najbolj priljubljenimi aktivnostmi kulturnih turistov.

Mesto Ljubljana je del Unescove mreže kreativnih mest:

 **Ljubljana: mesto literature.**

Znak evropske dediščine (ZED) podeljuje Evropska unija. Območja, ki prejmejo ZED, predstavljajo mejnike v razvoju sodobne Evrope, saj so imela pomembno vlogo v zgodovini in kulturi Evrope in/ali pri oblikovanju Evropske unije. Na dan 12. 6. 2017 je nosilec znaka ZED v Sloveniji:

 **Partizanska bolnica Franja (Cerkno)**

»Kot je zapisano v utemeljitvi je Partizanska bolnica Franja enkratni primer zdravstvene oskrbe ljudi v izrednih razmerah in izjemen simbol človečnosti, solidarnosti in tovarištva med domačini, osebjem bolnišnice in ranjenimi vojaki, ki so se borili proti fašizmu in nacizmu med drugo svetovno vojno.« (Vir: <http://www.muzej-idrija-cerkno.si/index.php/sl/lokacijerazstave/stalne-razstave/partizanska-bolnica-franja.html>)

Kulturne poti Sveta Evrope, v katere je vključena tudi Slovenija so:

-  Jakobova pot, Pot svetega Martina, Poti oljčnih dreves, Pot Iter Vitis/Taste Europe, Pot evropskih pokopališč, Pot Art Nouveau in Pot judovske dediščine.



PLEČNIKOVA LJUBLJANA IN SLOVENIJA

Plečnikova Ljubljana skupaj s Prago kandidira za vpis večne humanistične arhitekture Jožeta Plečnika na Unescov seznam svetovne dediščine. Leto 2017 velja za Plečnikovo leto, saj mineva 60 let od smrti tega velikana evropske arhitekture. Leta 2025 bo Slovenija obeležila 150-letnico njegovega rojstva.

Kot besedna zveza se Plečnikova Ljubljana v prvih stavkih opisa slovenske prestolnice pojavlja v vseh tujih vodnikih (glej analiza) ter je kot znamenitost Slovenije izpostavljena tudi v rezultatih vprašalnikov, ki smo jih izvedli.

Turizem Ljubljana je v sodelovanju z drugimi deležniki v zadnjem obdobju oblikoval kulturno-turistične produkte, elemente ponudbe in promocije, povezane s Plečnikovo dediščino:

- Plečnikovo hišo z javnimi vodstvi (del ponudbe MGML, kandidatka za Evropski muzej leta 2017),
- sprehod po Plečnikov Ljubljani,
- vodnik po Plečnikovi Ljubljani,
- zemljevid Plečnikova Ljubljana,
- linijo spominkov Makalonca, ki vključuje Plečnikove ilustracije ...
- Plečnikov čaj in medenjaki v kavarni NUK.

Ljubljana ima že razvite turistične produkte, ki vključujejo ogled Plečnikovih del v Ljubljani in okolici. Register nepremične kulturne dediščine vključuje 186 zadetkov enot, kjer je bil Jože Plečnik avtor ali soavtor. Posebej zanimiva Plečnikova dela za turiste v Sloveniji so med drugim v Kranju, na območju Kamnika in okolice (župnijska cerkev v Zgornjih Stranjah, župnijska cerkev v Kamniku), v Celju (nekdanja Ljudska posojilnica), v Prekmurju (župnijska cerkev v Bogojni, imenovana tudi Bela golobica), na Šentviški planoti (župnijska cerkev Ponikve) ipd.



DOMA V SLOVENIJI IN NAJSTAREJŠE NA SVETU

✚ **Najstarejše glasbilo na svetu – neandertalčeva piščal iz nahajališča Divje babe.**

Najstarejše glasbilo na svetu, 60.000 let stara piščal, je dragocenost svetovnega pomena in izdelek neandertalca. Najstarejšo piščal si turisti lahko ogledajo v Narodnem muzeju Slovenije.

»Stegenica mladega jamskega medveda je bila preoblikovana prav z namenom zvočnega izražanja in ni naključni izdelek. Razporeditev luknjic in ohranjena dolžina najdbe tvorita sistem, ki omogoča široko paleto zvočnosti in melodijskega gibanja, inštrument pa je prilagojen desničarju.

Piščal iz Divjih bab je edina odkrita piščal na svetu, ki jo je izdelal neandertalec. Od drugih podobnih piščali, ki so delo anatomsko modernega človeka, je starejša vsaj za 10.000 let. Predstavlja temeljni dokaz, da je bil neandertalec tako kot mi popolnoma razvito duhovno bitje, zmožno prefinjenega umetniškega ustvarjanja, kot je glasba.« (Vir: www.nms.si/index.php?option=com_content&view=article&id=2089%3A%20neandertaleva-pial-pial-iz-divjih-bab&catid=18%3Aznameniti-predmeti&Itemid=33&lang=s)

✚ **Najstarejše leseno kolo z osjo na svetu – kolo z Ljubljanskega barja**

Najstarejše leseno kolo na svetu, staro 5.200 let, je bilo najdeno ob raziskavah ostankov kolišča na lokaciji Stare gmajne pri Vrhniki. Od leta 2018 bo z novo stalno postavitvijo obiskovalcem na ogled v Mestnem muzeju Ljubljana.

»Kolo preseneča z natančno in izjemno domišljeno izdelavo. Upoštevanje krčenja in raztezanja lesa, način pritrdjevanja in spajanja ter drugi detajli kažejo na izredno spretnega mojstra in poznavalca lesnih vrst. Tehnološka dovršenost in starost uvrščata to kolo in os v sam vrh svetovne kulturne dediščine.« (Vir: www.kolo5200.si/koliscar-si/kolo-z-osjo)



Na pročelju Hiše Stare trte v osrednjem delu starega mestnega jedra v Mariboru na Lentu že več kot 400 let korenine poganja Stara trta, najstarejša trta na svetu. Vpisana je v Guinnessovo knjigo rekordov in je tako tudi uradno najstarejša trta na svetu, ki še vedno vsako leto obrodi grozdje.


4.1.3 TOP FESTIVALI IN DOGODKI

V Sloveniji so številni festivali in dogodki, med njimi tudi mednarodno prepoznani in zanimivi za tuje turiste. V analizi (Priloga 2) smo pripravili povzetek festivalov glede na čas dogajanja, ki smo ga povzeli po portalu www.culture.si. Festivali, ki so izstopali tudi po analizi spletnih vprašalnikov in v vodnikih, so v nadaljevanju še posebej izpostavljeni.

Za namen promocije smo festivale in dogodke v modelu združili v štiri vsebinske enote, ki imajo velik promocijski in razvojno-produktni potencial ter pokrivajo štiri letne čase. Iz tržnega vidika smo izpostavili največje vrhunce, ki jim lahko glede na orodje komunikacije dodajamo vsebine, vezane na posamičen sklop/vrhunec.

Napoved Pomladi

PUSTOVANJE



**kurentovanje na Ptuju (Unesco),
pustovanja po celi Sloveniji**

Poletje

POLETNI FESTIVALI



**Ljubljana festival, Festival Lent,
največja gostota festivalov v Sloveniji**

Jesen

MARTINOVANJE



**najstarejša trta na svetu v Mariboru,
martinovanje po celi Sloveniji**

Zima

ADVENT IN VESELI DECEMBER

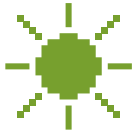


**žive jaslice v Postojnski jami, jaslice
po celi Sloveniji, mestna jedra
sejmi in dogodki**



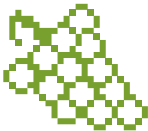
PUSTOVANJE – PTUJ IN VSA SLOVENIJA

V središču je mednarodno najbolj prepoznaven dogodek Kurentovanje na Ptuju, eden najpomembnejših festivalov Evrope, ki obujajo etnološko dediščino. Obhodi kurenta so že vpisani v Register žive kulturne dediščine v Sloveniji. V letu 2017 bo znana odločitev o vpisu obhoda kurentov na Unescov Reprezentativni seznam nesnovne kulturne dediščine človeštva. Analiza Registra žive kulturne dediščine v Sloveniji je pokazala, da predstavlja ravno pustovanje in z njim povezane šege in navade po številu vpisov enega od osrednjih sklopov. Na seznam so vpisani še izdelovanje kurentij, Zagoriške mačkare, Ponikovske mačkare, Vrbiške šeme (Ilirska Bistrica), Šelmarija (Kostanjevica na Krki), Drežniški in Ravenski pust (dolina Soče), Škoromatija (Brkini in Podgrajsko-Matarsko Podolje), obhodi pustnih oračev (Severovzhodna Slovenija), Borovo gostüvanje (Prekmurje), Cerkljanska laufarija. Maske slovenskih pokrajin predstavljajo Evropo v malem in poudarjajo različnost, ki je značilna za slovenski prostor. Obstoječa ponudba obsega možnost ogleda pustovanj in muzejskih zbirk.



POLETNI FESTIVALI

Analiza festivalskega dogajanja je pokazala, da se glavnina festivalov odvija v času od junija do avgusta, saj se jih od skupno 211 v tem času zvrsti kar 108⁴. Med drugimi tudi dva največja slovenska festivala Ljubljana festival in Festival Lent (Maribor), ki sta v središču promocijskih aktivnosti. Za promocijo so posebej zanimivi festivali na javnih površinah in v znamenitih stavbah kulturne dediščine, pa tudi nišni festivali, ki nagovarjajo zelo profilirano občinstvo.



MARTINOVANJE – MARIBOR IN VSA SLOVENIJA

Martinovanju pravimo tudi jesenski pust. Združuje in povezuje kulturno-turistično ponudbo mest in podeželja po vsej Sloveniji. Promocijsko se navezuje na najstarejšo trto na svetu v Mariboru, ki je s Hišo Stare trte dostopna vse leto. V času martinovanja poteka Festival Stare trte, ki se prične s svečano trgatvijo Stare trte in se zaključi z martinovanjem v Mariboru. Izpostavijo se martinovanja po celi Sloveniji: v Brdih, na Vipavskem, na Krasu, na Primorskem, na Dolenjskem, v Beli krajini, Posavju, na Bizejskem, v Prlekiji, v Prekmurju, v Slovenskih goricah itd., kot tudi v mestih, npr. Ljubljanska vinska pot v Ljubljani, Vinska pot v rovih pod starim Kranjem itd.

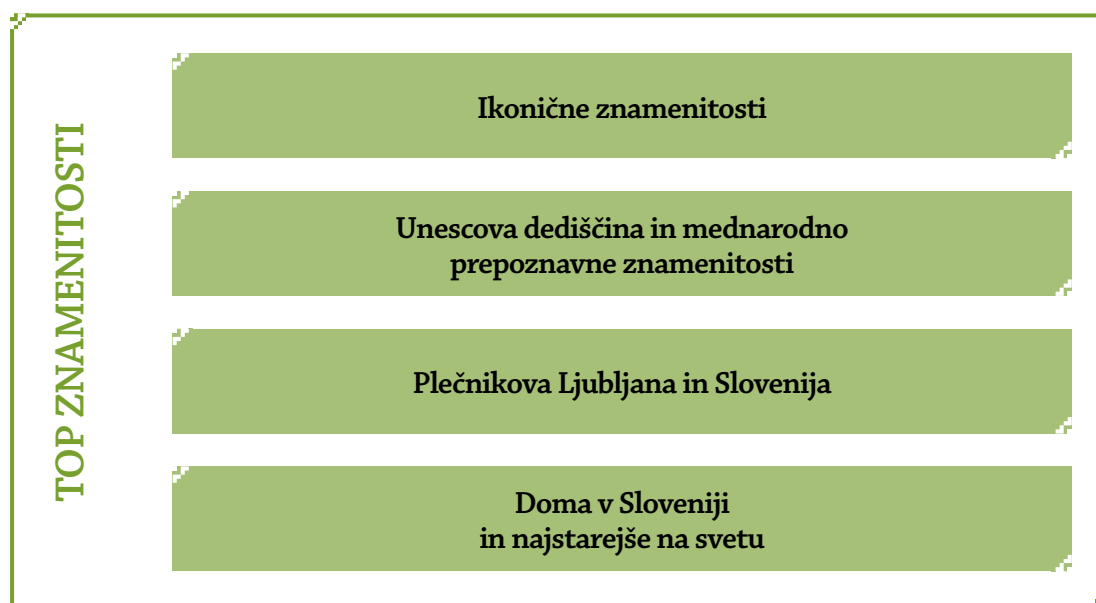


ADVENT IN VESELI DECEMBER

Okrašena stara mestna jedra z dodatno kulturno in gastronomsko ponudbo na trjih ter božično-novoletni sejmi po vsej Sloveniji. Promocijsko se lahko dogodki in sejmi povežejo v dogajanje, ki traja cel mesec, kot npr. December v Ljubljani, ogled živih jaslic v Postojnski jami ter jaslic po Sloveniji.

4 Vir podatkov je portal www.culture.si, ki na letni ravni posodablja koledar festivalov v Sloveniji.

4.1.4 CELOTNA MATRIKA



Matrika najbolj atraktivnih sestavin produktov združuje glavne attribute slovenske kulturno-turistične ponudbe. V osrčju je ločena ponudba mest in podeželja, saj se kulturni kontekst in ponudba v urbanih središčih ali v manjših krajih in na vaseh razlikujeta. Kulturno-turistični ponudbi mest in podeželja se v turistično ponudbo vpenjata na dveh ravneh: eno predstavljajo kulturne znamenitosti, ki so turistom dostopne vse leto, drugo predstavljajo posebni dogodki in festivali, ki v času, ko se odvijajo, poskrbijo za živahen utrip in predstavljajo dodaten magnet za turiste.

S trženjsko-komunikacijskega vidika so glavni atribut slovenske kulturno-turistične ponudbe v mestih zgoščena mestna jedra iz različnih zgodovinskih obdobj, večinoma zaprta za promet. Glavni atributi kulturno-turistične ponudbe na podeželju so ohranjene tradicije in običaji žive kulturne dediščine, ki v kontekstu turistične ponudbe delujejo izjemno avtentično in pristno.

Matrika najatraktivnejših produktov temelji na utrjevanju prepoznavnosti Slovenije kot kulturne destinacije s komuniciranjem izbranih produktov oz. sklopov (TOP znamenitosti in produkti/TOP dogodki in festivali) in predstavlja osnovo za vsebinski marketing. Samo s ponavljanjem podob, vsebin in sporočil lahko utrjujemo kulturno-turistično prepoznavnost Slovenije v mednarodnem prostoru.

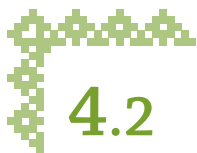
Kulturno ponudbo mestnih TOP znamenitosti ter TOP dogodkov podpira gastronomska ponudba celotne Slovenije, denimo z Okusi Slovenije, ki združujejo 24 gastronomskih regij Slovenije (Strategija razvoja gastronomije Slovenije, 2006), ter kulinarični produkti posamičnih mest in območij. Za turiste privlačen produkt je tudi kulinarična tržnica Odprta kuhna, ki na trgih različnih slovenskih mest ponuja gastronomsko ponudbo Slovenije in sveta. V velikem porastu so tudi kulinarična vodenja ter zanimanje za kulinarične delavnice.

Velik potencial predstavlja tudi kreativni turizem, ki omogoča spoznavanje in odkrivanje tujih kultur z aktivno udeležbo turistov, predvsem v obliki delavnic, tečajev in ustvarjalnih doživetij. V naslednjem poglavju smo po makroregijah identificirali delavnice in doživetja. Velik del tovrstne ponudbe še ni ustrezno prilagojen tujim turistom.

V nadaljevanju razvoja kulturnega turizma na Slovenskem priporočamo več povezovanja med kulturnimi deležniki in turističnim gospodarstvom (gostinci, nastanitve, turistične agencije, TIC-i) ter večji poudarek na kreativnem turizmu in razvoju doživljajskih produktov, pri katerih gostje aktivno soustvarjajo svoja doživetja (delavnice na temo žive kulturne dediščine).

Za potrebe trženja priporočamo osredotočanje na:

- komplementarnost in sinergije posameznih področij kulture (npr. mestna jedra v kombinaciji z dogodki, ključnimi institucijami in/ali gastronomijo),
- vsebinsko zaokrožene teme (npr. pustovanje),
- geografsko-kulturno (glede na štiri makroregije) povezane vsebine.



4.2

IZBOR KULTURNE PONUDBE PO MAKROREGIJAH

Zaradi usmeritve naročnika, ki je bila podana v razpisni dokumentaciji z namenom zagotovitve čim širše regionalne zastopanosti, smo na podlagi izsledkov delavnic, analize vprašalnikov, poglobljenih intervjujev in predlogov strokovne skupine pripravili ožji izbor kulturno-turistične ponudbe po štirih makroregijah, ki bodo zaokrožena promocijska in vsebinska območja nove Strategije trajnostne rasti slovenskega turizma⁵. Pričujoči nabor je narejen na podlagi prepoznavnosti vsebin v turističnem smislu (turistični vodniki v tujih jezikih, portal Tripadvisor), na osnovi vrednotenja lokalnih turističnih organizacij in kulturnih institucij (muzeji in galerije) ter ob upoštevanju spiska vsebin s strani Ministrstva za kulturo, ki je služil kot predpisano izhodiščno gradivo za naš dokument.

Zaradi usklajenosti dokumentov smo kot izhodišče vzeli razdelitev na štiri regije, ki so bile predstavljene v predlogu Strategije trajnostne rasti slovenskega turizma 2017–2021. Strategija predvideva štiri regije: Ljubljano in Osrednjo Slovenijo (vključuje tudi Kočevje in Belo krajino), Alpsko Slovenijo (vključuje tudi Maribor in Koroško), Mediteransko Slovenijo (s Krasom in Brdi) in Panonsko Slovenijo (s Celjem, Novim mestom, Velenjem, Krškim).

Za vsako regijo smo pripravili izbor elementov kulturne ponudbe na osmih kulturnih področjih:

- ✚ **kulturna in zgodovinska dediščina** (kulturne znamenitosti, znamenite stavbe/arhitektura/gradovi/sakralni objekti/dvorci/spomeniki),
- ✚ **muzeji, galerije, spominske hiše, zgodovinske ali umetniške zbirke,**
- ✚ **kulturne ustanove in programski izvajalci s kontinuirano ponudbo umetniških in zabavnih programov** (glasba/opera/ples/gledališče/film),
- ✚ **festivali** (glasbeni/filmski/gledališki/literarni/zabavni/etnološka dediščina ...) **in tradicionalni dogodki ter prireditve** (tudi kulinarične),
- ✚ **kulturne poti,**
- ✚ **organizirana vodenja,**
- ✚ **kreativna doživetja, prikazi in delavnice** (ustvarjalne, rokodelske ...),
- ✚ **kulturna krajina.**

Nekateri elementi kulturne ponudbe v določenih regijah niso izstopali, zato smo nekatera področja kulturne ponudbe v določenih regijah izpustili. Kot aktivna kulturno-turistična pot je bila izpostavljena Pot miru od Alp do Jadrana.

Ponudba kreativnih doživetij, prikazov in delavnic (ustvarjalne, rokodelske ...) je razen v primeru nekaterih izjem še v fazi razvoja, veliko delavnic se organizira samo za šolske skupine in so pomanjkljivo predstavljene na spletnih straneh. Ustvarjalni oz. kreativni turizem ima zelo velik potencial, zato smo po makroregijah izbrali tudi tovrstno ponudbo. V razvojnem smislu vidimo tu še veliko priložnosti za dvig kakovosti ponudbe. Med analizo so bili identificirani tudi povezovalni projekti, ki povezujejo celotno Slovenijo:

- Festival Seviqč Brežice,
- Poletje Imago Sloveniae,
- Slovenska pisateljska pot⁶,
- Dnevi evropske kulturne dediščine⁷.

Od mednarodnih poti so se v analizi odgovorov vprašalnikov izpostavile naslednje poti:

- Jakobova pot Slovenija (Društvo prijateljev poti sv. Jakoba v Sloveniji),
- Pot svetega Martina (Evropski kulturni center sv. Martin Tourski – Slovenija),
- Pot evropskih pokopališč (Ljubljana, Maribor)
- Emina romarska pot⁸.

6 V času izdelave ONKULT-a je bil na voljo vodnik po Slovenski pisateljski poti, ni pa še spletne strani oz. drugih vsebin za tuje turiste.

7 V času izdelave ONKULT-a ni bilo posebne spletne strani z vsebinami.

8 Emina romarska pot nima delujoče spletne strani.

LJUBLJANA IN OSREDNJA SLOVENIJA

KULTURNA IN ZGODOVINSKA DEDIŠČINA

kulturne znamenitosti, znamenite stavbe, arhitektura, gradovi, sakralni objekti, dvorci, spomeniki

Plečnikova Ljubljana
mestno jedro Ljubljane
Ljubljanski grad
grad Bogenšperk

KULTURNE USTANOVE IN PROGRAMSKI IZVAJALCI

s kontinuirano ponudbo umetniških in zabavnih programov:
glasba, opera, ples, gledališče, film

Cankarjev dom
SNG Opera in balet Ljubljana
Slovenska filharmonija
Kino Šiška
Metelkova mesto

MUZEJI, GALERIJE

spominske hiše,
zgodovinske ali umetniške zbirke

Narodni muzej
Narodna galerija
Slovenski etnografski muzej
Moderna galerija
Mestni muzej Ljubljana (MGML)
Tehniški muzej Slovenije (Bistra)
Dežela Kozolcevi (Šentrupert)

FESTIVALI

glasbeni, filmski, gledališki, literarni,
zabavni ... tradicionalni dogodki
prireditve (tudi kulinarične)

Ljubljana Festival
Bienale industrijskega oblikovanja
Grafični bienale Ljubljana
Druga godba
Ljubljana Jazz Festival
Ana Desetnica
Mesto žensk
Junij v Ljubljani
LIFFe
Kino pod zvezdami
Poletje in Noči v stari Ljubljani
Speculum Artium (Trbovlje)
Dnevi narodnih noš in oblačilne dediščine (Kamnik)
Jurjevanje (Bela Krajina)
Vinska vigred (Metlika)
Odprta kuhna

LJUBLJANA IN OSREDNJA SLOVENIJA

KULTURNA KRAJINA

Velika Planina (žive planine)
Ljubljansko barje
Cerkniško jezero
Arboretum Volčji potok

VODENJA

Po Plečnikovi Ljubljani (sprehod ali s kolesom)
Kulinarični ogled Okusi Ljubljane (Turizem Ljubljana)
Ljubljansko vinsko ali pivovsko doživetje (Turizem Ljubljana)
Z roko v roki s kulturo in tradicijo (TIC Kamnik)
Časovni stroj (Ljubljanski grad)
Izza grajskih rešetk (Ljubljanski grad)

KREATIVNA DOŽIVETJA, PRIKAZI IN DELAVNICE

ustvarjalne, rokodelske ...

rokodelske delavnice v Slovenskem etnografskem muzeju
izdelava Tivolska maj'ce v MGLC
ročna izdelava papirja in prikaz tiska, delavnica z zeliščarko (grad Bogenšperk)
Med pastirje na Veliko Planino
Dobrote Blagajevе dežele
Grad Bogenšerk in zdrava sprostitev v Valvasorjevi deželi
Avtomobili maršala Tita in kava pisatelja Ivana Cankarja
Zelena Vrhnika: od reke s sedmimi imeni do odličnega kraft piva prikaz izdelovanja suhe robe in lončarstva (Ribnica)
izdelovanje sira trnič (TIC Kamnik / ni v redni ponudbi)
izdelovanje in poslikave majolk (Hiša keramike Kamnik)
delavnica o sušenju in tradicionalnem shranjevanju sadja, pletenju košar (Gradež)

PANONSKA SLOVENIJA

KULTURNA IN ZGODOVINSKA DEDIŠČINA

kulturne znamenitosti, znamenite stavbe, arhitektura, gradovi, sakralni objekti, dvorci, spomeniki

Ptujski grad in Ptuj
stolp Vinarium
Stari grad Celje (Celjski grofi)
Žička Kartuzija
Minoritski samostan Olimje
grad Otočec
Kostanjevica na Krki
staro jedro Novega mesta
Gradovi Posavja (grad Rajhenburg, grad Podsreda, grad Sevnica, grad Brežice, grad Mokrice)
grad Negova
Župnijska cerkev Gospodovega vnebohoda – Plečnikova cerkev (Bogojina)
Ptujska gora

MUZEJI, GALERIJE

spominske hiše,
zgodovinske ali umetniške zbirke

Galerija Božidarja Jakca
Dolenjski muzej (Novo mesto)
Pokrajinski muzej Celje
(Knežji dvor – Celje)
Posavski muzej Brežice (Grad Brežice)
KSEVT (Vitanje)
Muzej premogovništva Slovenije
(Velenje)
Pomurski muzej Murska Sobota
(Grad Murska Sobota)
Muzej na prostem Rogatec
(Rogatec)
Galerija – muzej Lendava
(Lendavski grad)
Rimska nekropola (Šempeter)
Celeia – mesto pod mestom (Celje)

PANONSKA SLOVENIJA

FESTIVALI

glasbeni, filmski, gledališki, literarni,
zabavni... tradicionalni dogodki
prireditve (tudi kulinarične)

Kurentovanje na Ptuju
Festival Seviqč Brežice
Grossmannov festival
fantastičnega filma in vina
(Ljutomer)
Festival Front@ (Murska Sobota)
Pivo in cvetje (Laško)
Pikin festival (Velenje)

VODENJA

Ptuj skozi zgod-o-VINO (Ptuj)
doživetje socializma v Velenju
(Velenje)
voden ogled mesta in gradu
(Celje)
vožnja z Rudolfovim splavom
(Kompas Novo mesto)
ogled Matjaževe domačije
z degustacijo (Novo mesto)

KULTURNA KRAJINA

reka Mura z mlini
nasadi hmelja in prva pivovska
fontana na svetu (Zeleno Zlato)

KREATIVNA DOŽIVETJA, PRIKAZI IN DELAVNICE

ustvarjalne, rokodelske ...

steklarska, pletarska,
lončarska delavnica
(Rokodelski center Rogatec)

MEDITERANSKA SLOVENIJA

KULTURNA IN ZGODOVINSKA DEDIŠČINA

kulturne znamenitosti, znamenite stavbe, arhitektura, gradovi, sakralni objekti, dvorci, spomeniki

Predjamski grad
Piran s starim jedrom
in Tartinijevim trgom
Kobilarna Lipica (muzej lipicanca,
razstava A. Černigoja)
cerkev sv. Trojice (Hrastovlje)⁹
grad Štanjel
grad Snežnik
grad Dobrovo
frančiškanski samostan
Kostanjevica
mestno jedro Kopra
Dvorec Zemono
Sveta Gora (Nova Gorica)

MUZEJI, GALERIJE

spominske hiše,
zgodovinske ali umetniške zbirke

Pokrajinski muzej Koper
Pomorski muzej Sergej Mašera
(Piran)
Park vojaške zgodovine (Pivka)
Muzej soli (Sečovelje)
Notranjski muzej Postojna
Muzej slovenskih filmskih igralcev
(Divača)

FESTIVALI

glasbeni, filmski, gledališki, literarni,
zabavni ... tradicionalni dogodki
prireditve (tudi kulinarične)

žive jaslice v Postojnski jami
Tartini festival (Piran)
Festival Vilenica
Kino Otok
Festival plavajoči grad (Snežnik)
Solinarski praznik (Piran)
Sladka Istra (Koper)
Praznik češenj (Brda)

9 Strokovna skupina je izpostavila vprašanje regulacije obiska z vidika zaščite.

MEDITERANSKA SLOVENIJA

KULTURNA KRAJINA

Škocjanske jame

Postojnska jama z dogodki ob 200 letnici organiziranega turizma v Postojnski jami (Poklon Postojnski jami)

Sečoveljske soline z muzejem

VODENJA

voden ogled kobilarne Lipica

voden ogled krajinskega parka Soline (KPSS)

kulinarično doživetje GoGourmet (Tic Nova Gorica)

različni kulinarični izleti (TA Autentica)

Oljčno olje skozi čas (TA Istraterra)

KREATIVNA DOŽIVETJA, PRIKAZI IN DELAVNICE

ustvarjalne, rokodelske ...

kulinarične delavnice (TIC Portorož)

kamnoseške delavnice (TIC Štanjel)

voden ogled ali pohod po Živem muzeju Krasa (TIC Sežana)

vožnja z drevakom (Hiša izročila Cerknica)

ALPSKA SLOVENIJA

KULTURNA IN ZGODOVINSKA DEDIŠČINA

kulturne znamenitosti, znamenite stavbe, arhitektura, gradovi, sakralni objekti, dvorci, spomeniki

Blejski otok
Blejski grad
Antonijev rov in Topilnica HG (Unescova Idrija)
Hiša Stare trte (Maribor)
mestno jedro Maribora
mestno jedro Škofje Loke
mestno jedro Radovljice
mestno jedro Kranja
mestno jedro Idrije
grad Strmol
grad Brdo
Partizanska bolnica Franja (Cerkno)
Bohinjska železnica (muzejski vlak)
bazilika Marije Pomagaj na Brezju
cerkev Marijinega oznanjenja (Crngrob)

KULTURNA KRAJINA

Triglavski narodni park
Najstarejša vinska trta na svetu in muzej Hiša Stare trte (Maribor)
vinorodna območja: Svečinske Gorice in Špičnik s tipično razglednico ceste v obliki srca
Geopark Karavanke – Unesco Globalni Geopark
Geopark Idrija – Unesco Globalni Geopark

MUZEJI, GALERIJE

spominske hiše,
zgodovinske ali umetniške zbirke

Kobariški muzej (Kobarid)
Gorenjski muzej (del zbirke v gradu Khislstein)
Pokrajinski muzej Maribor (Maribor)
Loški muzej (Loški grad, Škofja Loka)
Slovenski planinski muzej (Mojstrana)
Mestni muzej Idrija (grad Gewerkenegg, Idrija)
Turistični rudnik in muzej Podzemlje Pece (Mežica)
Čebelarški muzej in zgodba čebele (Radovljica)
Prešernova hiša (Vrba)
Avsenikova domačija (Begunje)
Muzej Planica in nordijski center Planica
Galerija Prešernovih nagrajencev

KULTURNE USTANOVE IN PROGRAMSKI IZVAJALCI

s kontinuirano ponudbo umetniških
in zabavnih programov:
glasba, opera, ples, gledališče, film

SNG Maribor

ALPSKA SLOVENIJA

FESTIVALI

glasbeni, filmski, gledališki, literarni,
zabavni ... tradicionalni dogodki
prireditve (tudi kulinarčne)

Festival Lent (Maribor)
Metaldays (Tolmin)
Prešernov smenj (Kranj)
Škofjeloški pasijon (Škofja Loka)
Okarina etno festival (Bled)
Festival Radovljica (Radovljica)
Festival Maribor (Maribor)
Jazz festival Cerčno (Cerčno)
Jazz Kamp Kranj (Kranj)
Festival idrijske čipke (Idrija)
Festival čokolade (Radovljica)
Cerkljanska laufarija (Cerčno)
Kravji bal (Bohinj)
Gradovi Kralja Matjaža (Črna na Koroškem)

KULTURNE POTI

Pot miru od Alp do Jadrana

KREATIVNA DOŽIVETJA, PRIKAZI IN DELAVNICE

ustvarjalne, rokodelske ...

prikazi peke potic in degustacije
(Potičnica na Blejskem otoku)

lectarska delavnica (Penzion in
gostilna Lectar)

prikaz izdelovanja vošččenih sveč,
medenjakov, lectarskih izdelkov
(galerija Perger 1757, Slovenj
Gradec)

prikaz izdelave idrijske čipke (ČŠI,
TIC)

prikaz izdelave idrijskih žlikorofov

prevoz z lojtrnikom po Poti kulturne
dediščine (Zavod za turizem in
kulturo Žirovnica)

splavarjenje s flosarji (Koroški
splavarji, Muta)

prikaz sirarjenja in degustacije
(Muzej Planika Kobarid)

različni rokodelski tečaji in
delavnice (Rokodelski center DUO
Škofja Loka)

z muzejskim vlakom po Bohinjski
progi

VODENJA

vožnja s pletno in/ali fijakerjem
(TD Bled)

Medeno doživetje Radol'ce –
čebelarstva zgodba (Turizem Radol'ca)

Kjer ustvarjaš svoje spomine (Turizem
Škofja Loka)

vodeni ogledi mesta (TIC Maribor)

Po poteh sodobne umetnosti
(TIC Maribor)

paket Mariborska vinska pot (TIC Maribor)

vodeni ogled rudnika in/ali topilnice
(CUDHg Idrija)

voden ogled mestnega jedra Idrije

voden ogled industrijske dediščine
(Idrija)

Kranj v vašem srcu (TIC Kranj)

Arhitekturni sprehod (TIC Kranj)

voden ogled mestnega jedra, treh
razstav in izdelovanje spominskega
copatka (Tržiški muzej)

5

KROVNA ZGODBA
S KLJUČNIMI SPOROČILI





5.1

MARKETINŠKO SPOROČILO ZGODBE IN KLJUČNIH DEJSTEV

KROVNA ZGODBA

LOGOTIP
IN KROVNI
SLOGAN

I FEEL
SLOVENIA

IME PRODUKTA
KULTURNEGA
TURIZMA

SLOVENIA
CULTURE

PRODUKTNI
SLOGAN
KULTURE,
KI SE UPORABLJA
ZA PROMOCIJO
V ČASU, KO
JE KROVNA
PROMOCIJSKA
TEMA KULTURA

IT'S SLOVENIA
CULTURE
TIME

SPOROČILO IN OZADJE ZGODBE

TRENTNA PERCEPCIJA SLOVENIJE NA TUJIH TRGIH:

*zeleno srce Evrope,
dežela z neokrnjeno naravo.*

ŽELENA PERCEPCIJA SLOVENIJE 2018–2019, ko je krovna promocijska tema kultura:

*dežela, polna privlačnih kulturnih
znamenitosti in dogodkov skozi vse leto.*

Gradimo most od zaznavanja narave kot ključne vrednote in prednosti Slovenije do zaznavanja raznolike in privlačne kulturne ponudbe.

4 LETNI ČASI

Vsak nov letni čas narava slika drugačno podobo slovenije

5. LETNI ČAS = KULTURA = VSE LETO

Večni dokaz človekove ustvarjalnosti

4 SEASONS OF EVERCHANGING NATURE

**5TH ALL-YEAR SEASON OF EVERLASTING CULTURE
IT'S SLOVENIA CULTURE TIME = THROUGHOUT THE YEAR**

Vsak produkt iz matrike ključnih sestavin produktov kulturnega turizma v mestih in na podeželju nastopa kot element v mreži petega letnega časa.

Samo število pet ima arhetipski značaj, saj deluje kot simbol cikličnega potekanja časa. Gre za prepoznavno število celotne evropske kulture: peti element je predpostavil že Aristotel, pozneje pa se je prav iz njega razvilo srednjeveško pojmovanje kvintesence (*quinta essentia* oz. »peta esenca«) kot najbolj čistega jedra oz. bistva.

Število 5 tako v zgodbi pomaga na zapomnljiv način zaokrožiti stik s kulturnimi produkti, ki turista poveže s petim letnim časom in prek tega s samo kvintesenco Slovenije.

SLOGAN

IT'S SLOVENIA CULTURE TIME

Vsak dober slogan seveda v preprosti, zapomnljivi obliki povzema esenco zgodbe, ki jo predstavlja. Slogan **IT'S SLOVENIA CULTURE TIME!** se na to jedro, esenco zgodbe navezuje na več načinov:

- ✦ **IT'S SLOVENIA CULTURE TIME!** izpostavlja koncept časa, kakor ga opredeljuje kultura. V nasprotju z vsakdanjim, linearnim časom, ki ga merijo ure, je to poseben čas polnega doživljanja tukaj-in-zdaj in obenem navezava na veliki ciklični čas, v katerem vsak posameznik prenovi vezi s tradicijo in globljimi vzorci človeškega delovanja.
- ✦ S svojo enostavnostjo slogan **IT'S SLOVENIA CULTURE TIME!** priključuje spomin na vsakdanje obredne izstope iz hitro drvečega linearnega časa (npr. *It's Coffee Time*). S tem podajanjem v dostopnem kontekstu je izbrisana potreba po posebni pripravi oz. predznanju nagovorjenega. K doživljanju kulture so povabljeni vsi, torej tudi turisti, ki sami sebe ne ocenjujejo kot kulturne turiste.
- ✦ Slogan **IT'S SLOVENIA CULTURE TIME!** ne deluje le opisno, marveč učinkuje tudi kot neposreden poziv nagovorjenim turistom. S tem sloganom tako motiviramo turiste k dejanju – obiskovanju kulturnih prireditev – in obenem konotiramo dinamični, aktivni princip same kulture.
- ✦ Slovenija je dežela, kjer se je vse do danes ohranila navezava kulture na običaje, šege, legende in navade. Za razliko od mnogih drugih dežel so ti elementi še danes živi in neposredno povezani s slovenskim doživljanjem sveta. Slogan **IT'S SLOVENIA CULTURE TIME!** se organsko veže na to značilnost – lahko bi rekli kar idiosinkratično posebnost – slovenskega doživljanja kulture.
- ✦ Z zamenjavo besedne zveze **SLOVENIA CULTURE** slogan **IT'S SLOVENIA CULTURE TIME!** odpira možnosti za aplikacije v trženju različnih atraktivnih produktov iz matrike. Iz polja vsakdanjega lahko v polje brezčasnega premestimo npr. mesta in pokrajine (Bled, Ptuj, Piran, Ljubljansko barje ...), znamenitosti (npr. Celjski grad, Plečnikova Ljubljana, Postojnska jama ...), dogodke (npr. kurentovanje, martinovanje ...) in potovanja (veličastna petdeseta).

APLIKATIVNOST NA PRODUKTE

IT'S **SLOVENIA**
CULTURE
TIME

IT'S **LJUBLJANA**
TIME

IT'S **BLED**
TIME

IT'S **PIRAN**
TIME

IT'S **UNESCO**
TIME

IT'S **CARNIVAL**
TIME

IT'S **ST MARTIN'S**
TIME

IT'S **FESTIVAL**
TIME

IT'S **CELEBRATION**
TIME

IT'S **PREHISTORY**
TIME

IT'S **MIDDLE AGES**
TIME

IT'S **ANTIQUITY**
TIME

IT'S **COUNTS OF CELJE**
TIME



5.2

MARKETINŠKI ZAPIS ZGODBE IN KLJUČNIH DEJSTEV

ZAPIS ZGODBE IN KLJUČNIH DEJSTEV

Zgodbo dramaturško naslonimo na največje dosežke kulture na območju današnje Slovenije in jo povežemo z matriko ključnih sestavin produktov kulturnega turizma v mestih in na podeželju. Aktivni sedanjik med pripovedjo slovenske kulturne zgodovine (v pretekliku) uporabimo namenoma. Kompleksnost zgodovinskih dogodkov za namene promocije in marketinga poenostavimo in povežemo.

Zaradi svoje prehodne geografske lege v zmernotoplem pasu zaznamuje Slovenijo izrazito menjavanje štirih letnih časov. Naši predniki so čutili izjemno povezanost s temi ponavljajočimi se naravnimi cikli. Njihove vzorce so ustvarjalno vtkali v bogato zakladnico slovenskega ljudskega izročila (pregovori, plesi, legende, glasbene teme, slikarstvo, znamenja), ki ostaja živo vse do danes. S svojo osupljivo močjo pa ti naravni vzorci zrcalijo izjemno raznolikost Slovenije in napajajo kulturne presežke vse do danes. Kultura je tako kot večni dokaz človeške ustvarjalnosti povezovalac, trajnostna komponenta in rdeča nit cikličnega gibanja časa. Kultura je v Sloveniji torej peti letni čas.

Vsak produkt iz matrike – v mestih in na podeželju – tako predstavlja element v mreži petega letnega časa, ki povezuje sedanost s preteklostjo, odpira polno doživljanje časa tukaj-in-zdaj in obenem povezuje z velikim cikličnim časom, v katerem se prenovijo najgloblje vezi s človeško preteklostjo.

S številom pet so povezani kulturni presežki Slovenije – od svetovno najstarejših izumov in najdb, do različnih obdobj ustvarjanja velikanov slovenske besede, arhitekture in umetnosti.

VSE SE VRTI OKOLI ŠTEVILKE 5:

- ✚ Več kot **50.000 let** stara neandertalčeva piščal, ki velja za najstarejše glasbilo na svetu (nahajališče Divje Babe);
- ✚ Več kot **5.000 let** staro leseno kolo z osjo, ki velja za najstarejše na svetu (Ljubljansko barje);
- ✚ **500 ključnih let** zgodovinskih mest Slovenije (formacija srednjeveških mestnih jeder);
- ✚ **5** večnacionalnih kraljevin/tvorb/držav (Habsburška monarhija, Avstro-ogrska monarhija, Kraljevina SHS, Država SHS, Jugoslavija);
- ✚ Skoraj **500 let** najstarejše vinske trte na svetu;
- ✚ **500 let** slovenske umetnosti od prvih knjig do 20. stoletja;
- ✚ **500 let** reformacije;
- ✚ Več kot **500-let** delovanja idrijskega živosrebrovega rudnika, najstarejšega rudnika v Sloveniji;
- ✚ **50 let** delovanja velikana slovenske arhitekture Jožeta Plečnika;
- ✚ **Petdeseta leta** 20. stoletja (vrhunec slovenske oblikovalske in glasbene scene, skladba Na Golici, stol Rex, rojstvo najstarejših evropskih festivalov v Sloveniji);
- ✚ Avantgarda in postmodernizem – **50** knjig Tomaža Šalamuna, NSK, Laibach ...;
- ✚ **25 let** samostojne Slovenije;
- ✚ 4 letni časi narave in **5. letni čas** dogodkov skozi vse leto (pustovanje, poletni festivali, martinovanje, veseli december);
- ✚ **5 mitoloških junakov** Slovenije, povezanih s praznovanji in dogodki (kurent, zeleni Jurij, Kresnik, Sv. Martin, Triglav (trojček) decembrskih mož.

Kjerkoli obiskovalec vstopi v Slovenijo – s sredozemske ali panonske strani, bodisi pod Alpami ali preko Dinarskega gorovja in kamorkoli se napoti, ga v vsakem izmed štirih letnih časov čaka skrivnosten preplet naravnih vzorcev in kulturnih presežkov, v katerem vsakdanji čas – kot ga merijo ure – izgine, kjer se sedanost živo povezuje s preteklostjo.

Slovenija je **kulturni popek Evrope**, kjer so neandertalci v cerkljanskih gozdovih igrali na **prve piščali iz kosti jamskih medvedov**. 50.000 let za njimi so koliščarji na Ljubljanskem barju izdelali **najstarejše najdeno leseno kolo z osjo** na svetu, staro več kot 5.000 let.

Na **Seznam svetovne Unescove dediščine, ki je kulturnega ali naravnega pomena za človeštvo**, so vpisane tri slovenske znamenitosti in ena zgodovinska uprizoritev. Na **Ljubljanskem barju** so odkrili ostanke večtisočletne kulture življenja na koliščih, **Škocjanske jame** so edinstven odraz kraških pojavov in krajine. **Idrija** – kraj med Mediteranom in Alpami – je dom drugega največjega rudnika živega srebra na svetu, ki je neprekinjeno deloval več kot 500 let. **Škofjeloški pasijon** je uprizoritev, ki nastaja po napotkih najstarejše evropske režijske knjige in se odvija na srednjeveških ulicah Škofje Loke.

Skozi Slovenijo so potovala vsa velika ljudstva Evrope, saj je od nekdaj ponujala najkrajšo pot od Panonije na vzhodu prek Alp na severu in do Sredozemlja na jugozahodu.

Slovenska **zgodovinska mesta** danes ohranjajo starodavna jedra in ulice, gradove nad njimi in zgodbe iz preteklosti, ki burijo domišljijo. V **Piranu** so sidra v morje vrgli Benečani in na obali Mediterana ustvarili eno najlepših srednjeveških mestec Evrope. Po poti stare rimske ceste se še danes pride z obale do **Ljubljane**, ki nosi **zastavo slovenske kulturne zgodovine** in kjer mogočni grad na griču sredi Ljubljane slovi kot zmajeva utrdba. Če sledimo rimski cesti proti vzhodu, pridemo do **Celja**, knežjega mesta Celjskih grofov, najmogočnejše srednjeveške rodbine vseh časov na Slovenskem. Še naprej nas pot pripelje do **Ptuja, najstarejšega slovenskega mesta**, kjer so se srednjeveške ulice širile nad starodavnimi vinskimi kletmi menihov – prav Ptujška klet ima najdaljšo zgodovino v Sloveniji.

Številni **gradovi** so posejani po gričih Slovenije, od Goriške do Notranjske, Posavja in Štajerske. Grad na **Bledu** priključuje spomine na pravljice, ko tako spektakularno stoji na pečini in pogleduje na ledeniško jezero z otokom in gotsko cerkvijo na njem. Pretkani vitez Erazem je domoval v **Predjamskem gradu** pri Postojni, največjem jamskem gradu na svetu, ki ga z jamo povezuje skrivnostni podzemni hodnik.

Edinstveno **kraško krajino** je mogoče doživeti tudi v **Lipici**, kjer vse od leta 1580 vzgajajo **lipicance**, eno najstarejših kulturnih pasem konj.

Slovenijo zaznamuje izrazito **menjavanje štirih letnih časov**. Naši predniki so čutili izjemno povezanost s temi ponavljajočimi se naravnimi cikli. Njihove vzorce so ustvarjalno vtakali v bogato zakladnico slovenskega ljudskega izročila, ki ostaja živa vse do danes. Prehod iz zime v pomlad po vsej Sloveniji napovedujejo starodavna praznovanja – **pustovanja**. Najznamenitejši pustni lik je **kurent**, ki s svojim plesom in glasnim zvonjenjem preganja zimo, vabi v deželo pomlad ter k hiši prinaša rodnost in dobro letino. **Kresni čas**, ko je dan najdaljši v letu in oživijo čudeži, napoveduje obdobje, ko se kulturno dogajanje preseli na ulice in trge. Slovenija tedaj utripa v ritmu **festivalov**. Jesen je čas vinskih trgatev, med katerimi je najsvečanejša tista v Mariboru, kjer domuje **najstarejša vinska trta na svetu**, ki obrodi svoje zlahadne sadove vsako leto že skoraj pol stoletja. Sledi **martinovanje**, dan ko iz mošta ob blagoslovu nastane vino, praznuje se po vsej Sloveniji. Čas **zimske snežne idile** s praznovanji v čast malega boga oz. božiča zaokroža **dogajanje v starih mestnih jedrih** in ponuja posebna doživetja, kot so **žive jaslice v Postojnski jami**.

S svojo osupljivo močjo naravni vzorci zrcalijo izjemno raznolikost Slovenije in napajajo kulturne presežke vse do danes. Zeleni arhitekt **Plečnik** je tako v sozvočju z naravo ustvaril urbanistično zasnovo središča Ljubljane, ki predstavlja eno največjih **celostnih arhitekturnih umetnin 20. stoletja**. Velikani kulture, ki so zaznamovali slovensko kulturno krajino, so tudi reformator **Primož Trubar**, pesnik **France Prešeren**, skladatelj **Giuseppe Tartini**, slikarka **Ivana Kobilca** in pisatelj **Ivan Cankar**. Slovenija ostaja dežela vrhunske kulture in umetnosti, saj ponuja mnogo užitek, ne le v muzejih in galerijah, ampak tudi v gledališčih, ki so med najboljšimi v Evropi, na plesnih odrih in koncertnih prizoriščih.

Kultura je večni dokaz človeške ustvarjalnosti, skozi katero se v Sloveniji obiskovalcu kadarkoli odprejo čudovita časovna vrata, vez med sedanostjo in preteklostjo. Pomlad, poletje, jesen in zimo v Sloveniji dopolnjuje še kultura – peti letni čas, ki ga je treba doživeti. **It's Slovenia Culture Time!**

KLJUČNA SPOROČILA PO SKLOPIH IN ZAPIS ZGODBE TER KLJUČNIH DEJSTEV

KOLESJE ZGODOVINE SE VRTI VEČ KOT 50.000 LET

IT'S SLOVENIA
CULTURE
TIME

IT'S SLOVENIA HISTORY TIME
MORE THAN **50.000 YEARS OF HISTORY**

ZGODBE:

Zgodba o Sloveniji, kulturnem popku Evrope
Dve najstarejši prazgodovinski najdbi na svetu: neandertalčeva piščal in koliščarjevo kolo

TEME IN PODPRODUKTI:

Dediščina železne dobe, antike in zgodnjega srednjega veka: od Ilirov in Keltoev do Starih Rimljanov in Slovanov, Arheološka najdišča in parki

POT DESETERIH KULTUR OD PANONIJE PREK ALP DO MEDITERANA

Skoki Slovenijo so potovala vsa velika ljudstva Evrope, saj je od nekdanj ponujala najkrajšo pot od Panonije na vzhodu prek Alp na severu in do Sredozemlja na jugozahodu.

SLOVENSKE STVARITVE – PRVA PIŠČAL NEANDERTALCA IN PRVO KOLO NA SVETU

Slovenija je kulturni popek Evrope, kjer so neandertalci v cerkljanskih gozdovih igrali na prve piščali iz kosti jamskih medvedov. 50.000 let za njimi so koliščarji na Ljubljanskem barju izdelali najstarejše najdeno leseno kolo z osjo na svetu, ki je staro več kot 5.000 let. Večtisočletna kultura življenja na kolenih je vpisana na seznam svetovne dediščine Unesca.

KVARTET VELIKANOV – OD ILIROV IN KELTOV DO RIMLJANOV IN SLOVANOV

Mitični ustanovitelj slovenske prestolnice je starogrški junak Jazon, ki je po Donavi z ukradenim zlatim runom priplul do Ljubljane in Vrhnike, od tam pa jo je kar peš, z razstavljen ladjo mahnil do Jadranskega morja. Koder je hodil po Sloveniji, tam so kasneje našla dom plemena Ilirov in Keltoev. Za njimi so stari Rimljani ustanavljali prva slovenska mesta. Slovanski predniki so Sloveniji vdahnili ime in dušo.

SLOVENIJA, VINSKA DEŽELA MED VZHODOM IN ZAHODOM

V dolini, ki jo osvežuje burja in obdarja trta, je veter odločil veliko bitko med rimskimi četami. Stoletja po razpadu starorimskega imperija so se med vinskimi goricami na vzhodu dežele ustavili križarji na poti v Jeruzalem, poskusili slovensko vino in ostali. Danes imamo v Mariboru najstarejšo vinsko trto na svetu, ki obrodi vsako leto že skoraj 500 let.

VELIKIH 500 LET ZA ZGODOVINSKA MESTA SLOVENIJE

IT'S SLOVENIA
CULTURE
TIME

IT'S SLOVENIA HISTORY TIME
THE STORIES OF MIDDLE AGES

ZGODBE:

Pet ikon Slovenije, ki Izhajajo iz srednjega veka: Ljubljana, Bled, Piran, Postojna, Ptuj

PRODUKTI:

Vodena doživetja v petih ikoničnih mestih Slovenije, Zgodovinska mesta Slovenije (15 mest), Gradovi in samostani Slovenije, Iz teme na sonce (kultura Krasi in Mediterana)

UNESCO:

Škofjeloški pasijon

TEME IN PODPRODUKTI:

Pet dodatnih podpornih srednjeveških zgodb Slovenije: Zmaj in Jurij na konju (Ljubljana, Piran, Ptuj), Celjski grofje, Kralj Matjaž in Vitez Predjamski, Idrijski živosrebrni studenec, Lipicanec v diru

SLOVENSKI GRADOVI KOT IZ PRAVLJICE

Najstarejši slovenski grad na Bledu se zdi kot iz pravljice, ko tako spektakularno stoji na pečini in pogleduje na ledeniško jezero z otokom in gotsko cerkvijo na njem. Njegovi prvi pisni omembi v 11. stoletju sledijo mnogi drugi gradovi, posejani po gričih Slovenije, od Goriške do Notranjske, Posavja in Štajerske.

SREDNJEVEŠKA MESTA SLOVENIJE

V 13. stoletju se začne vzpon srednjeveških mest, ki začnejo dobivati mestne pravice. Slovenska zgodovinska mesta še danes ohranjajo starodavna jedra in ulice, gradove nad njimi in zgodbe iz preteklosti, ki burijo domišljijo. Škofjeloški pasijon, ki je kot edinstvena uprizoritev na seznamu Unescove dediščine, na srednjeveških ulicah Škofje Loke po napotkih najstarejše evropske režijske knjige odigravajo že tri stoletja.

OD LJUBLJANE DO PIRANA – ČASI HABSBUŽANOV IN BENEČANOV

Zastavo slovenske kulturne zgodovine nosi Ljubljana, prestolnica Slovenije z mogočnim gradom, ki slovi kot zmajeva utrdba. Tu so se v srednjem veku zasidrili Habsburžani. V Piranu so sidra v morje vrgli Benečani in ustvarili eno najlepših srednjeveških mestec Evrope na obali Mediterana.

PTUJ IN MENIŠKE SKRIVNOSTI

Po poti stare rimske ceste se še danes pride z obale do Ljubljane in naprej do Celja ter Ptuja. Na Ptuj, najstarejšem slovenskem mestu, so se srednjeveške ulice širile nad starodavnimi vinskimi kletmi menihov, med katerimi ima Ptujška klet najdaljšo zgodovino v Sloveniji.

TRI ZVEZDE MOGOČNIH CELJSKIH

Od tam ni daleč do Celja, knežjega mesta Celjskih grofov, najmogočnejše srednjeveške rodbine vseh časov na Slovenskem. Toda komaj so dobro postali državni knezi Svetega rimskega cesarstva, že se je njihova linija sredi 15. stoletja nenadoma prekinila, ko je zarota pokončala zadnjega moškega potomca Celjskih. Za njimi ostajajo največji slovenski srednjeveški grad in tri zvezde v slovenskem grbu.

KRALJ MATJAŽ IN VITEZ PREDJAMSKI

Slovenija je potrebovala novega junaka. Ogrski kralj Matija Korvin je v 15. stoletju pregnal Habsburžane. Je on v resnici mitični kralj Matjaž iz slovenske ljudske zakladnice? Pomagal mu je tudi pretkani vitez Erazem Predjamski, ki je domoval v Predjami, največjem jamskem gradu na svetu s skrivnim podzemnim hodnikom, ki ga je mogoče videti še danes.

IDRIJSKI ŠKAFAR IN ŽIVOSREBRNI STUDENEC

Konec 15. in v začetku 16. stoletja se začne nova doba. Naznanil jo je idrijski škafar, ki je v potoku med Alpami in Mediteranom odkril nekaj svetlečega, živosrebrnega. To je začetek zgodbe o drugem največjem rudniku živega srebra na svetu. Njegova zapuščina je danes del Unescove svetovne dediščine.

NAJSTAREJŠA KOBILARNA V EVROPI

Lipica je najstarejša kobilarna v Evropi, ki vse od leta 1580 vzgaja lipicance, eno najstarejših kulturnih pasem konj. Posestvo z Muzejem lipicanca je kulturno-zgodovinski svet v malem, ki skriva bogastvo originalnih predmetov in prostorov za vzrejo konj ter Galerijo Avgusta Černigoja, enega najvidnejših predstavnikov slovenske avantgarde.

VELIKIH 500 LET ZA UMETNOST SLOVENIJE

IT'S SLOVENIA
CULTURE
TIME

IT'S SLOVENIA ART TIME
500 YEARS OF GREAT ARTISTS

ZGODBE:

Pet ljubih Slovencev, Pet velikanov slovenske umetnosti od 16. do 20. stoletja: književnost, enciklopedija, poezija, slikarstvo, glasba, 500 let reformacije, 100 let Ivana Cankarja

PRODUKTI:

Muzeji, galerije, spominske hiše, gradovi ...

REFORMATOR TRUBAR

Leta 1550, v času reformacije, izideta prvi slovenski knjigi. Njun avtor Primož Trubar takratne prebivalce Slovenije prvič nagovori z nazivom »lubi Slovenci«.

BARON VALVASOR

15 knjig, 500 grafik in 50 izvernih bakrorezov je povezanih v proto-turistični vodnik Slovenije. Slava Vojvodine Kranjske, življenjsko delo polihistorja in plemiča Janeza Vajkarada Valvasorja, ponuja vznemirljiv vpogled v vsakdanje življenje Slovenije v 17. stoletju.

POET PREŠEREN

Največji slovenski pesnik France Prešeren je avtor besedila slovenske državne himne, ki opeva prijateljstvo med vsemi narodi. V obdobju romantike in narodnega prebujenja je prvi v slovenskem jeziku usvajal najsodobnejše evropske pesniške oblike.

SKLADATELJ TARTINI

Virtuoz na violini, ki je igral na prvo Stradivarijevo violino. Zdi se, da je nikoli ni izpustil iz rok, saj je prav tak upodobljen na Tartinijevem trgu v Piranu. Na urah glasbe so ga obiskovali in se pri njem učili številni ugledni baročni glasbeniki.

SLIKARKA KOBILCA

Najpomembnejša in prva akademsko izobražena slovenska slikarka, ki je konec 19. stoletja ustvarjala v münchenskih in pariških ateljejih. Njena slika Kofetarica je ikona slovenske kulture.

PISATELJ CANKAR

Pisatelj globoko melanholičnih oči in ostrih besed, ki slovenskemu značaju ni prizanesel s kritiko in je poudarjal, da si narod piše sodbo sam.

PLEČNIKOVA LJUBLJANA IN SLOVENIJA

IT'S SLOVENIA
CULTURE
TIME

IT'S PLEČNIK TIME
THE STORY OF SLOVENIAN GREATEST ARCHITECT

ZGODBA:

Pet desetletij arhitekta Jožeta Plečnika v Ljubljani in Sloveniji

PRODUKTI:

Plečnikov sprehod ali kolesarjenje po Ljubljani

Čakanje na vpis večne humanistične arhitekture Ljubljane in Prage na Unescov seznam

ZELENI ARHITEKT JOŽE PLEČNIK IN NJEGOVA ARHITEKTURA PO MERI ČLOVEKA

Velikan evropske arhitekture je v Ljubljani in Sloveniji ustvaril največ mojstrov. Arhitekt Jože Plečnik (1872–1957) je mnoge elemente narave, kot so voda in drevesa, obravnaval kot enakovredna arhitekturna sredstva, zato je ustvaril mestno središče slovenske prestolnice, ki je kot velika dnevna soba na prostem, polna zelenih površin za počitek, študij ali druženje. Vodila ga je zelena miselnost, tako je ustvarjal v skladu z antičnimi ideali in verjel, da mora biti človeku vse, kar potrebuje za krepitev uma in telesa, na dosegu koraka – knjižnica, stadion in družabni trgi.

PLEČNIKOVE MOJSTROVINE OD LJUBLJANE DO PRAGE

Plečnikov ustvarjalni opus je zaznamoval podobo treh srednjeevropskih mest: Dunaja, Prage in še posebej rodne Ljubljane po letu 1921. Njegova brezčasna humanistična arhitektura v Ljubljani in v Pragi kandidira za vpis na seznam svetovne dediščine Unesca. Plečnikova Ljubljana se kot svojevrstna urbanistična posebnost v svetovnem merilu uvršča med najbolj izvirne in najpomembnejše celostne umetnine 20. stoletja.

Visitors to Ljubljana cannot help but encounter the work of Jože Plečnik (1872–1957). He designed an incredible number of buildings, public spaces, and even portions of the city. What Gaudi is to Barcelona, Plečnik is far more to Ljubljana, and to Slovenia as a whole, for his work can be found throughout his homeland. He was, far and away, Slovenia's greatest artist, in any medium.

He was also strikingly modern, in that he might be considered a proto “green” architect. He insisted on using local materials, favoring Podpeč stone over imported marble, working with local artisans, and also using as many “recycled” or salvaged materials as he could find. Fragments of masonry, some of it ancient, were integrated within and around his buildings and, at the church of Saint Michael in the Marsh, he transformed copper coffee grinders into elegant lamps to light the nave. Before “green architecture” and salvaging were a la mode, Plečnik was proactively engaged in both.

It can be tricky to define his style, because **he was absolutely unique. He neither began nor joined any movements. His students could never replicate his work.** While the most prominent of Modernist movements, Le Corbusier's CIAM, made headlines in Europe, Plečnik was quietly, passionately, diligently designing everything from urban spaces to buildings, furniture to facades, bridges to chalices. He made a conscious decision not to pursue the limelight in high-visibility centers, like Paris or New York, but instead sacrificed international renown to return home to Slovenia, to help build his homeland and his hometown.

Long admired by critics, architects and aficionados, Plečnik began working in Vienna as a disciple of Wagner school, worked for a time in Prague, but

most of his buildings are in Slovenia, which was part of the Habsburg Empire when he was born, transformed into the Kingdom of the Serbs, Croats and Slovenes, and then morphed into Yugoslavia. He remained the darling of architectural historians and connoisseurs, as well as the fortunate and wise tourists who made the trip to the “sunny side of the Alps” and encountered his work. Posthumously he rose to true international prominence, **considered among the 20th century greatest architects.**

A 1986 exhibit at the Centre Pompidou in Paris was the first to really bring Plečnik international acclaim, and it was only after 1991, when independent Slovenia began to draw more tourists, that people were exposed to this great master. Tourists visit Prague Castle and are astounded by what they see, rarely realizing that it was a Slovenian modernist mystic who renovated its interiors, transforming it from a medieval feudal bastion into a temple of democracy. **But none who come to Ljubljana can help but nod in appreciation, because the city is truly Plečnik's.** Spot an interesting building, square, bridge, lamp post or detail? It was almost certainly his handiwork. And his influence extends far beyond Ljubljana, with important works in Kamnik, Kranj and beyond, with the greatest love for detail applied to even the furthest flung rural churches. **To visit Plečnik's Slovenia is the crisscross the country, to see it all.**

Now is your chance to discover one of Europe's hidden geniuses.

VELIČASTNA PETDESETA

IT'S SLOVENIA
CULTURE
TIME

IT'S **FIFTHIES** TIME
THE STORY OF **SLOVENIAN MASTERPIECES OF ART**

ZGODBA:

Zlato obdobje slovenske oblikovalske in glasbene scene

PRODUKTI:

Festivali vsako leto ali bienalno, Avsenikova domačija

IZPOSTAVITEV:

Kultni stol Rex, Avseniki in rojstvo narodno-zabavne glasbe, Ljubljana Festival, najstarejši bienale sodobnega oblikovanja v Evropi, najstarejši festival jazz glasbe v Evropi, film Vesna

SLOVENSKA AVANTGARDA

IT'S SLOVENIA
CULTURE
TIME

IT'S **AVANTGARDE** TIME
THE STORY OF **SLOVENIAN AVANTGARDISTS**

ZGODBA:

50 knjig avantgardista Tomaža Šalamuna, NSK, Laibach

TOP DOGODKI IN PRIREDITVE SLOVENIJE

IT'S SLOVENIA
CULTURE
TIME

PUSTOVANJE – IT'S **CARNIVAL** TIME!
POLETNI FESTIVALI – IT'S **FESTIVAL** TIME!
MARTINOVANJE – IT'S **ST MARTIN'S** TIME!
VESELI DECEMBER – IT'S **CELEBRATION** TIME!

ZGODBA:

Festivali in dogodki skozi štiri letne čase

Vezano na letne čase se lahko izpostavi tudi zgodba petih mitoloških junakov: kurenta, Jurija, Kresnika, Sv. Martina in treh dobrih mož

PRODUKTI:

Festivali, dogodki, sejmi

6

OPERATIVNI TRŽENJSKI
NAČRT ZA SLOVENSKO
TURISTIČNO ORGANIZACIJO



SEKTOR ZA VSEBINSKI DIGITALNI MARKETING

Sektor za vsebinski digitalni marketing načrtuje in izvaja promocijo za končnega uporabnika (B2C) prek digitalnih medijev, družbenih omrežij in digitalnega medijskega zakupa. Skrbi za razvoj in vzdrževanje spletnega mesta **slovenia.info** in drugih sodobnih digitalnih aplikacij. Oblikuje, vzdržuje in razvija podporna digitalna marketinška orodja za komuniciranje z uporabniki. Sektor razvija in upravlja odnose s tujimi novinarji in drugimi javnostmi, izdaja elektronske in tiskane publikacije ter druge promocijske materiale in izdelke za promocijo Slovenije kot turistične destinacije v tujini.

Tabela 1
SEKTOR ZA VSEBINSKI DIGITALNI MARKETING

SKUPINE ORODIJ	KONKRETNA IMPLEMENTACIJA V POSAMEZNA ORODJA	NAČIN IMPLEMENTACIJE
Spletna stran <i>www.slovenia.info</i>	<p>Prilagoditev menija spletne strani oz. priprava pristajalnih strani z vsebinami, ki so opredeljene v matriki in dokumentu.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✦ Znamenitosti <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ikonične znamenitosti ▪ Plečnikova Slovenija ▪ Unesco Slovenija ▪ Muzeji in galerije ▪ Gradovi ▪ Arhitekturne posebnosti ▪ Cerkve in samostani ✦ Festivali in dogodki ✦ Znamenite osebnosti ✦ Posebna kulturna in kreativna doživetja 	<p>Predlagamo, da se kreativni koncept implementira na stran s slogani: IT'S SLOVENIA CULTURE TIME!</p> <p>V letih 2018 in 2019 naj bo na vhodni strani izpostavljen vsaj en segment kulturnih produktov, ki se ga komunicira tudi s sloganom IT'S SLOVENIA CULTURE TIME!</p> <p>Festivali in dogodki se izpostavijo glede na letni čas s slogani:</p> <p>IT'S CARNIVAL TIME! IT'S FESTIVAL TIME! IT'S ST MARTIN'S TIME! IT'S CELEBRATION TIME!</p>
Socialna omrežja	<p>Skladno z uredniškim koledarjem se pripravijo objave na temo kulture.</p>	<p>Pri pripravi naslovov in tekstov se vključuje slogan IT'S SLOVENIA CULTURE TIME!, pri napovedi dogodkov slogane:</p> <p>IT'S CARNIVAL TIME! IT'S FESTIVAL TIME! IT'S ST MARTIN'S TIME! IT'S CELEBRATION TIME!</p>
Novičniki: Redne novice za tuje medije (News)	<p>V redne novice za tuje medije se vključuje tema kulture, skladno z aktualnimi novicami in uredniškim koledarjem.</p>	<p>Pri pripravi naslovov in tekstov se vključuje slogan IT'S SLOVENIA CULTURE TIME!, pri napovedi dogodkov slogane:</p> <p>IT'S CARNIVAL TIME! IT'S FESTIVAL TIME! IT'S ST MARTIN'S TIME! IT'S CELEBRATION TIME!</p>

<p>Novičniki: Zgodbe iz Slovenije, ki se jih pripravlja 1x mesečno za tuje medije in tujo splošno javnost</p>	<p>V mesečne zgodbe (Stories from Slovenia) se vključi redni razdelek na temo kulture. Zgodbe se pripravljajo skladno z temami, opredeljenimi v uredniškem koledarju.</p>	<p>Pri pripravi naslovov in tekstov se vključuje slogan IT'S SLOVENIA CULTURE TIME!</p>
<p>Sporočila za javnost</p>	<p>Sporočila za javnost na temo kulture skladno z uredniškim koledarjem. Nekaj ključnih izpostavitvev in obletnic v letu 2018: evropsko leto kulturne dediščine, 100 let Narodne galerije, 200 let organiziranega turizma v Postojnski jami, leto Ivana Cankarja. Priporočamo tudi pripravo štirih sporočil za javnost, ki se osredotočajo na štiri sklope dogodkov in festivalov.</p>	<p>Pri pripravi naslovov in tekstov se vključuje slogan IT'S SLOVENIA CULTURE TIME!, pri napovedi dogodkov in festivalov še:</p> <p>IT'S CARNIVAL TIME! IT'S FESTIVAL TIME! IT'S ST MARTIN'S TIME! IT'S CELEBRATION TIME!</p>
<p>Video vsebine</p>	<p>Priprava promocijskega videa, ki vključuje tematiko kulture.</p>	<p>Vključevanje slogana IT'S SLOVENIA CULTURE TIME! in pri napovedi dogodkov ter festivalov še:</p> <p>IT'S CARNIVAL TIME! IT'S FESTIVAL TIME! IT'S ST MARTIN'S TIME! IT'S CELEBRATION TIME!</p>
<p>Mediateka</p>	<p>Priporočamo dopolnitev Mediateke (www.slovenia.info) z izbranimi motivi iz matrike ter štirimi sklopi kulturnih dogodkov in festivalov. V Prilogi 9 je manjša analiza v Mediateki obstoječih fotografij s temo kulture.</p> <p>Ikonične znamenitosti naj bodo predstavljene iz prepoznavnih zornih kotov, ki so že del mednarodno uveljavljene podobe Slovenije.</p> <p>Mediateko je potrebno dopolniti s fotografijo najstarejše piščali in najstarejšega lesenega kolesa.</p> <p>Fotografije Unescove dediščine so relativno dobro pokrite (z izjemo kolišč, kjer tudi še ni razvitih prepoznavnih produktov).</p> <p>Fotografije Plečnikove Ljubljane in Slovenije.</p> <p>Fotografije mest in starih mestnih jeder naj vključujejo tudi ljudi in utrip mesta ter prikaz ključnih kulturno-turističnih doživetij, medtem ko naj se na fotografijah s podeželja predstavlja tudi povezava z naravo (čebelarstvo, solinarstvo, tradicija živih planin ...). Manjkajo fotografije kreativnih doživetij, delavnic in prikazov. Smernice za izbor modelov nudijo opisi ciljnih skupin v razdelku persone. Pomoč pri izboru motivov so marketinške kulturne poti.</p> <p>Za promocijo štirih sklopov dogodkov in festivalov je potrebno narediti ustrezne nosilne fotografije. Manjkajo fotografije festivalov, fotografije kurentov so zastarele.</p> <p>Fotografije gradov, ki so v številnih primerih zastarele, večinoma prikazujejo pročelja gradov. Poleg sodobnejših fotografij pročelij manjkajo fotografije z modeli in prikazom doživetij v gradovih (delavnice, koncerti, vodenja ...)</p> <p>Manjkajo tudi fotografije najpomembnejših muzejev in galerij. Priporočamo režirane fotografije z modeli.</p> <p>Priporočamo tudi izvedbo fotozgodbe na temo kulturnega turizma. Izhodišča za fotozgodbo so opredeljena v poglavju z zapisom krovne zgodbe.</p>	

Študijske ture in PR	Tematske študijske ture za novinarje, organizatorje potovanj in turistične agencije. Priporočamo povezovanje in sodelovanje s producenti posameznih mednarodno prepoznavnih festivalov in razstav v Sloveniji.	Študijski programi ali deli programov so poimenovani IT'S SLOVENIA CULTURE TIME!
Digitalno oglaševanje	V okviru možnosti priporočamo vključevanje tematike kulture v digitalne kampanje, online kampanje na iskalnikih ter socialnih omrežjih. Priporočamo vključevanje marketinških tematskih poti in targetiranje ciljnih skupin, skladno s predhodno izpostavljenimi personami s kulturno motivacijo.	Vključevanje slogana IT'S SLOVENIA CULTURE TIME! in zgodbe. Pri napovedi dogodkov še: IT'S CARNIVAL TIME! IT'S FESTIVAL TIME! IT'S ST MARTIN'S TIME! IT'S CELEBRATION TIME!
Priporočilo: v primeru zakupa oglasnih prostorov	Priprava IT'S CULTURE TIME! kampanje na bližnjih trgih. Priporočamo skupne oglaševalske aktivnosti s producenti posameznih mednarodno prepoznavnih festivalov in razstav v Sloveniji.	Vključevanje slogana IT'S SLOVENIA CULTURE TIME! in zgodbe. Pri napovedi dogodkov še: IT'S CARNIVAL TIME! IT'S FESTIVAL TIME! IT'S ST MARTIN'S TIME! IT'S CELEBRATION TIME!
Priporočilo: v primeru oglaševanja v klasičnih množičnih medijih	Priprava IT'S CULTURE TIME! kampanje. Priporočamo tudi skupne oglaševalske aktivnosti s producenti posameznih mednarodno prepoznavnih festivalov in razstav v Sloveniji.	Vključevanje slogana IT'S SLOVENIA CULTURE TIME! Pri napovedi dogodkov še: IT'S CARNIVAL TIME! IT'S FESTIVAL TIME! IT'S ST MARTIN'S TIME! IT'S CELEBRATION TIME!
Publikacije	Krovni katalog na temo kulture. Oglasi in vsebina o kulturi v drugih katalogih. Skladno z možnostmi priporočamo v letih 2018 in 2019 še pripravo manjše publikacije s koledarjem dogodkov programov, razstav in produktov.	Priprava krovnega kataloga na temo kulture. V drugih katalogih, ki bodo nastajali v letih 2018 in 2019, priporočamo izpostavitve kulturnih vsebin v obliki oglasov. Rubrike naj se imenujejo IT'S SLOVENIA CULTURE TIME! in uporabljajo vizualne elemente oblikovane podobe.
Promocijski artikli	Serija promocijskih artiklov na temo kulture.	Linija izdelkov: IT'S SLOVENIA CULTURE TIME! , ki vključujejo slogan ter grafične ikone, ki so narejene za posamezne znamenitosti.

6.2

SEKTOR ZA KOMUNICIRANJE S POSLOVNIMI JAVNOSTMI

Sektor načrtuje in izvaja promocijo Slovenije kot turistične destinacije v okviru turističnih **sejmskih in borznih nastopov, turističnih delavnic, študijskih potovanj** in drugih **poslovnih dogodkov** na evropskih in izbranih oddaljenih trgih. Poslovni dogodki so namenjeni organizatorjem potovanj, turističnim agencijam, letalskim prevoznikom in drugim poslovnim javnostim, ki pomembno vplivajo na pospeševanje prihoda tujih turistov v Slovenijo.

Tabela 2
SEKTOR ZA
KOMUNICIRANJE
S POSLOVNIMI
JAVNOSTMI

ORODJA	NAČIN IMPLEMENTACIJE
Sejmski nastopi in borze v tujini	<p>Stojnica, ki je opremljena s podpornimi fotografijami s tematiko kulture in sloganom.</p> <p>Vzpostavitev IT'S SLOVENIA CULTURE TIME! kotička, kjer so na posebnem stojalu predstavljene kulturne vsebine in koledar dogodkov.</p> <p>Prikazi bogate etnološke kulturne dediščine Slovenije v sodelovanju s kulturnimi institucijami ter z regionalnimi rokodelskimi centri pri prikazu obrti.</p> <p>Organizacija kulturnih dogodkov (koncerti, nastopi, postavitve, projekcije...) na sejmišču.</p> <p>IT'S SLOVENIA CULTURE TIME! vitrina na sejmišču, kjer predstavljamo kopijo najstarejše piščali ali kolesa oz. drugih eksponatov. Stare najdbe tematsko povežemo s sodobnimi kulturnimi fenomeni: najstarejše leseno kolo – zbirka avtomobilov v Bistri – kolo Rog kot oblikovalski in kulturni fenomen. Najstarejša piščal – predstavitev festivalskega dogajanja v Sloveniji, glasbenih dogodkov na stojnici in spremljevalnih dogodkov.</p> <p>V sodelovanju s Turizmom Ljubljana predstavitev Plečnikove Ljubljane.</p>
Domači poslovni dogodki	Organizacija poslovnih dogodkov v kulturnih ustanovah.
B2B e-novice	Novice na temo kulture glede na uredniški koledar.

6.3

KORPORATIVNI PR

Korporativni PR izvaja tržno-komunikacijske aktivnosti STO na domačem trgu, skrbi za **obveščanje domače javnosti** o aktivnostih STO v tujini in zagotavlja komunikacijsko **podporo** ob pomembnejših dogodkih in slovenskem turističnem sektorju. Pripravlja **novinarske konference** o aktualnih temah s področja turizma, zagotavlja odgovore na novinarska vprašanja in pripravlja **sporočila za javnost** o delu in aktivnostih STO ter zagotavlja komunikacijsko podporo ob najpomembnejših dogodkih in aktivnostih STO. Prav tako skrbi za pripravo in izdajo brezplačne strokovne revije STO za menedžment in trženje v turizmu **TURIZEM** in aktualne novice s področja turizma v okviru tedenskega novičnika **Turistične tiskovne agencije (TTA)**.

Tabela 3
KORPORATIVNI PR

ORODJA	NAČIN IMPLEMENTACIJE
TTA	Novice na temo kulturnega turizma in obveščanje o posameznih aktivnostih STO na temo kulturnega turizma.
Revija TURIZEM	Novice na temo kulturnega turizma.
Sporočila za javnost	Posebna sporočila za javnost na temo kulture, skladno z uredniškim koledarjem.
Novinarske konference	Organizacija novinarskih konferenc v kulturnih ustanovah.



6.4

SEKTOR ZA RAZISKAVE, RAZVOJ, INOVACIJE IN EVROPSKE PROJEKTE

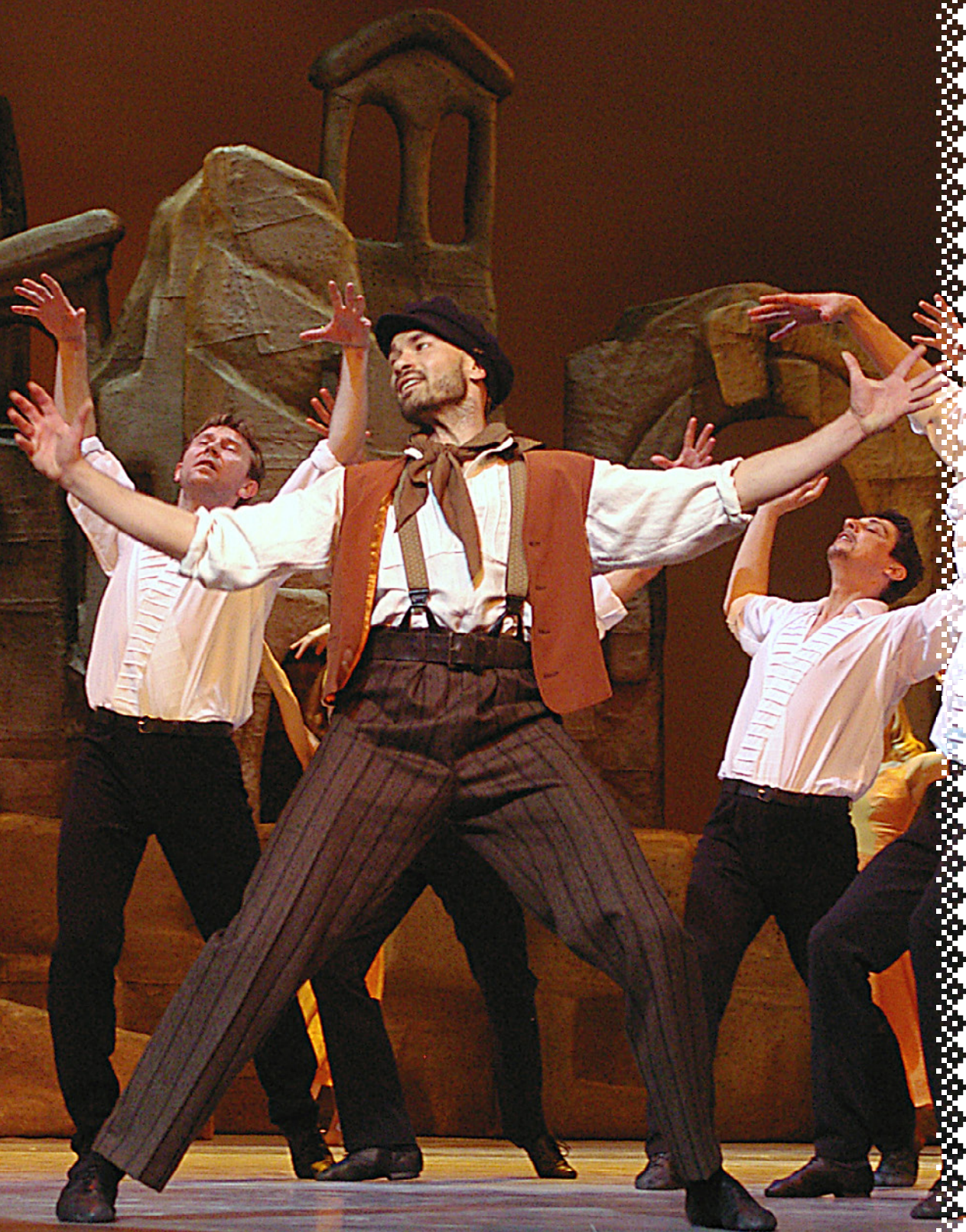
V Sektorju za raziskave, razvoj, inovacije in evropske projekte se izvajajo dejavnosti, usmerjene v pridobivanje, analiziranje in posredovanje informacij o turizmu za podporo učinkovitejšemu razvoju in trženju slovenskega turizma. Razvojne dejavnosti vključujejo **pripravo strateških dokumentov** in letnih **programov trženja**, spodbujanje dviga kakovosti slovenske turistične ponudbe s pospeševanjem **razvoja turističnih produktov in trajnostnega turizma** ter spodbujanje **inovativnosti v oblikovanju produktov**. Sektor skrbi tudi za spremljanje, načrtovanje, koordinacijo ter izvajanje evropskih in drugih projektov.

Tabela 4
SEKTOR ZA RAZISKAVE, RAZVOJ, INOVACIJE IN EVROPSKE PROJEKTE

ORODJA	NAČIN IMPLEMENTACIJE
Strategije in priročniki	Priročniki in usmeritve za razvoj in trženje kulturnega turizma (Operativni načrt trženja kulturnega turizma 2018-2020). Organizacija delavnic za razvoj produktov kulturnega turizma Raziskave in analize o kulturnih turistih.
Sejalec & Snovalec	Dodatna podpora (okrepljena promocija) za projekte, ki se navezujejo na kulturo v letih 2018 in 2019.
Evropski projekti	Prednostno sodelovanje in podpora projektom s področja kulture.
Dnevi slovenskega turizma	Odperto inoviranje z deležniki za oblikovanje turističnih produktov z elementi kulture.
EDEN	Promocija izbranih EDEN destinacij na temo kulture.

7

UREDNIŠKI KOLEDAR



Uredniški koledar izpostavlja attribute kulturno-turistične ponudbe, izpostavljene v matriki najbolj privlačnih produktov kulturnega turizma. Hrbtenica koledarja so štirje sklopi prireditev, dogodkov, festivalov:

- ✦ PUSTOVANJE – IT'S **CARNIVAL** TIME!
- ✦ POLETNI FESTIVALI – IT'S **FESTIVAL** TIME!
- ✦ MARTINOVANJE – IT'S **ST MARTIN'S** TIME!
- ✦ ČAS ADVENTA IN NOVOLETNIH PRAZNOVANJ – IT'S **CELEBRATION** TIME!

Uredniški koledar je zastavljen po promocijskih vsebinskih sklopih. Leto 2018 bo na predlog Evropske komisije evropsko leto kulturne dediščine, zato smo pripravili posamezne mesečne predloge. Vsak mesec se izvede tudi predstavitev enega mestnega jedra ali znamenitosti. Festivali, dogodki, razstave se napovedujejo najmanj en mesec pred dogodkom, skladno s potrebami za pripravo novic in zgodb, ki jih STO redno pripravlja. **V predloge vsebin smo vključili stalno ponudbo, tradicionalne festivale (na podlagi datumov preteklih let) in dogodke. Predloge bo potrebno v drugi polovici leta 2017 dopolniti še z aktualnimi razstavami ter vsebinami in datumi za leti 2018 in 2019.**

JANUAR

- ✦ IT'S **CARNIVAL** TIME! – napoved kurentovanja in pustovanja v Sloveniji (2018: 13. februarja in 2019: 4. marca – napoved tudi v februarju)
- ✦ staro mestno jedro: **zgodba Ptuja** (najstarejše slovensko mesto)
- ✦ evropsko leto kulturne dediščine 2018: **kurent in maske Slovenije**
- ✦ **kulturni praznik 8. februarja:** napoved kulturnega praznika ter dneva odprtih vrat številnih muzejev, galerij in drugih spremljevalnih dogodkov, napoved **Prešernovega smenja**, dogodkov v **Prešernovi rojstni hiši**
- ✦ **Plečnikova Ljubljana in Slovenija**
- ✦ napoved festivalov, dogodkov, razstav za februar: napoved pustovanj po Sloveniji (Ptuj, Cerknica, Cerkno, Drežnica ...), Festival Ment

FEBRUAR

- ✦ **gregorjevo (12. marca)** – napoved povezanih prireditev po Sloveniji (npr. Tržič, Kropa)
- ✦ staro mestno jedro: **zgodba Radovljice** (gregorjevo, lectar, Okusi Radol'ce)
- ✦ evropsko leto kulturne dediščine 2018: **čebelarstvo v Sloveniji**
- ✦ **Avsenik in njegova glasba**
- ✦ napoved festivalov, dogodkov, razstav za marec: Literature sveta Fabula (Ljubljana kot Unescovo mesto literature)

MAREC

- ✦ **jurjevo (23. aprila)** – napoved jurjevanja v Beli krajini in praznika soli v Piranu (dodatno se predstavijo Sečoveljske soline, Muzej solinarstva ...)
- ✦ staro mestno jedro: **zgodba Pirana** (zavetnik sv. Jurij)
- ✦ evropsko leto kulturne dediščine 2018: **solinarstvo v Sloveniji**
- ✦ **velika noč** (22. marec–25. april 2018)
- ✦ **Plečnikova Ljubljana in Slovenija**
- ✦ napoved festivalov za april: Festival čokolade Radovljica

APRIL

- ❖ znamenitosti:
Postojnska jama (2018: **200 let** organiziranega turizma v Postojnski jami) in Predjamski grad
- ❖ **Narodna galerija** (2018: **100 let** Narodne galerije) povezava s Postojnsko jamo je slika Ivana Groharja
- ❖ **slikarstvo na Slovenskem**: Ivana Kobilca (Narodna Galerija), Zoran Mušič (Narodna galerija, Grad Dobrovo), Avgust Černigoj (Galerija Lipica) / v letu 2019 se lahko izpostavi slovensko oblikovanje (Bienale slovenskega oblikovanja 2019)
- ❖ staro mestno jedro:
zgodba Škofje Loke (povezava z Narodno galerijo je Ivan Grohar)
- ❖ **Partizanska bolnica Franja** (2018: **75 let** začetka delovanja)
- ❖ napoved festivalov za maj:
Druga godba, Jazz Cerkno, Kino Otok, Bienale industrijskega oblikovanja (2019)

MAJ

- ❖ **IT'S FESTIVAL TIME!** – napoved sezone poletnih festivalov in otvoritvenih dogodkov: **Ljubljana festival, Festival Lent**
- ❖ **Ljubljana, kulturna prestolnica Slovenije** (dogajanje, vzdušje, ustanove, umetnost)
- ❖ **Zgodba o zgodovini Slovenske filharmonije**
- ❖ **Najstarejše glasbilo na svetu – neandertalčeva piščal** – možna navezava na svetovni dan glasbe 21. junija
- ❖ Predstavitve **skupine Laibach**
- ❖ Napoved festivalov, dogodkov, razstav za junij: Seviqc Brežice, Poletje Imago Sloveniae s Poletjem v stari Ljubljani, Ana Desetnica, Poletna muzejska noč, Ljubljana Jazz Festival, Junij v Ljubljani, Jurjevanje (folklorni festival), Festival Idrijske čipke, Praznik češenj, Grafični bienale Ljubljana (2019)

JUNIJ

- ❖ **IT'S FESTIVAL TIME!** – napoved poletnih festivalov z vrhunci: **Ljubljana festival, Festival Lent**
- ❖ Leta 2018: obeležitev konca prve svetovne vojne **Pot miru od Alp do Jadrana**
- ❖ evropsko leto kulturne dediščine 2018: **Javorca – spominska cerkev Svetega Duha** in dediščina 1. svetovne vojne
- ❖ **Giuseppe Tartini** (zgodba, rojstna hiša, Tartinijev festival)
- ❖ staro jedro: **Koper**
- ❖ napoved festivalov, dogodkov, razstav za julij: MetalDays in festivali v Posočju, Tartini festival, Grossmannov festival fantastičnega filma in vina, Pivo in cvetje

JULIJ

- ❖ **IT'S FESTIVAL TIME!** – napoved poletnih festivalov z vrhunci: **Ljubljana festival**
- ❖ evropsko leto kulturne dediščine 2018: **Plečnikova Ljubljana in njegova dediščina po Sloveniji**
- ❖ Leto 2018 posvečeno **Ivanu Cankarju**: spominska soba na Rožniku, Vrhnika – Cankarjeva spominska hiša in skodelica kave
- ❖ staro jedro in znamenitosti: **Novo mesto in Kostanjevica na Krki** (grb oblikoval Plečnik) z Galerijo Božidar Jakac
- ❖ napoved festivalov, dogodkov, razstav za avgust: Okarina Festival, Festival Radovljica, Mladi levi, Dnevi poezije in vina, Festival plavajoči grad, Kino na Kongresnem trgu, Jazzinty, Jazz Kamp Kranj, Praznik idrijskih žlikrofov

AVGUST

- ❖ IT'S **FESTIVAL TIME!** – zaključek festivalskega poletja
- ❖ staro jedro in znamenitosti: **Lipica in Štanjel** (kraj, krajina), Vilenica (najstarejša turistična jama v Evropi)
- ❖ predstavitev **kulture živih planin** (Velika planina, Bohinj)
- ❖ evropsko leto kulturne dediščine 2018: **zgodba trniča**
- ❖ napoved festivalov, dogodkov, razstav za september: Festival Vilenica, Dan Kobilarne Lipica, Festival Maribor, Festival Front@, Speculum Artium, Dnevi narodnih noš in oblačilne dediščine, Kravji bal, Sladka Istra, Pikin festival, Festival vojaške zgodovine

OKTOBER

- ❖ IT'S **ST MARTIN'S TIME!** – čas trgatve in napoved martinovanj v novembru
 - ❖ **najstarejša trta na svetu**
 - ❖ staro jedro in znamenitosti: **Maribor, stolp Vinarium, Slovenske Konjice**
 - ❖ predstavitev slovenskih vin in kulinarike
 - ❖ evropsko leto kulturne dediščine 2018: **martinovanje v Sloveniji**
- izpostavitve: **gradovi Slovenije**
- napoved festivalov, dogodkov, razstav za november: martinovanja po Sloveniji (Maribor, Brda, Vipava, Kras, Ormož, Ljubljana ...), Festival Stare trte, LIFFe, kratka vsebinske napoved kurentovanja (martinovo je čas, ko zavladajo kurenti)

SEPTEMBER

- ❖ evropsko leto kulturne dediščine 2018: **napoved dnevov evropske kulturne dediščine**
- ❖ staro jedro in znamenitosti: **Idrija z Unescovo dediščino** in **Partizanska bolnica Franja**
- ❖ predstavitev Unescove dediščine: **Škocjanske jame**
- ❖ **najstarejše leseno kolo z osjo na svetu** in **Unescova dediščina kolišč**
- ❖ napoved festivalov, dogodkov, razstav za oktober: Dnevi evropske kulturne dediščine, Mesto žensk

NOVEMBER

- ❖ IT'S **CELEBRATION TIME!** – napoved **adventa in novoletnih praznovanj**
- ❖ znamenitosti: **Blejski grad in otok**
- ❖ staro jedro: **Kranj**
- ❖ evropsko leto kulturne dediščine 2018: **zgodba Planice** in dediščina gorništvu v Sloveniji
- ❖ napoved festivalov, dogodkov, razstav za december: žive jaslice v Postojnski jami, sejmi in dogajanje v starih mestnih jedrih (Ljubljana, Maribor, Celje, Kranj, Koper ...)

DECEMBER

- ❖ IT'S **CELEBRATION TIME!**
- ❖ znamenitosti in staro jedro: **Celje z zgodbo celjskih grofov**
- ❖ evropsko leto kulturne dediščine 2018: **gradovi Slovenije**
- ❖ **Janez Vajkard Valvasor** (Slava Vojvodine Kranjske, grad Bogenšperk)
- ❖ napoved festivalov, dogodkov, razstav za drugo polovico decembra: žive jaslice v Postojnski jami, sejmi in dogajanje v starih mestnih jedrih (Ljubljana, Maribor, Celje, Kranj, Koper...)

8

PRIPOROČILA ZA MEDSEKTORSKO SODELOVANJE MED KULTURO IN TURIZMOM NA PODROČJU TRŽENJA



Leti 2018 in 2019 bosta z osrednjo temo kulturnega turizma tudi dobra priložnost za utrditev sodelovanja in povezovanja deležnikov s področja kulture in turizma. Slogan **IT'S SLOVENIA CULTURE TIME!** in celostna grafična podoba se uporabljata za krepitev mednarodne prepoznavnosti Slovenije, kot tudi v medsebojni komunikaciji in za povezovanje med deležniki.

 **Priprava priročnika znamke (*brand book*) in produkta **IT'S SLOVENIA CULTURE TIME!****

STO v letu 2017 z motivacijskim pismom in opisom načrtovanih aktivnosti o osrednji temi obvesti vse deležnike (lokalne turistične organizacije, turistično gospodarstvo in kulturne deležnike) slovenskega turizma ter jih s konkretnimi priporočili spodbudi k uporabi slogana v vseh kanalih komuniciranja. Cilj je, da v letih 2018 in 2019 vse kulturne in turistične institucije uporabljajo ime in zgodbo akcije v svojih kanalih komunikacije.

 **Označitev fizičnih mest **IT'S SLOVENIA CULTURE TIME!** pri turističnih in kulturnih ponudnikih**

Kulturne in turistične ustanove ter organizacije označijo že obstoječe prostore, kjer imajo predstavitvena gradiva, vezana na kulturno ponudbo, z brandom/znamko **IT'S SLOVENIA CULTURE TIME!** (npr. nalepka) ali na novo vzpostavijo kulturne kotičke, npr. s posebnimi stojali.

 ****IT'S SLOVENIA CULTURE TIME!** kartica ali listnica**

Ponudbo ikoničnih kulturnih znamenitosti trženjsko povežemo s kartico **IT'S SLOVENIA CULTURE TIME!**. Turisti z uporabo kartice zbirajo ikone kulturnega turizma, zbrani obiski pa prinesejo določeno nagrado (npr. brezplačno vstopnico za znamenitost, spominek ...). Kartico ikon spremljata aplikacija in zgibanka s predstavitvijo do 10 top kulturnih produktov, nagrade se lahko razdelijo v tri sklope. **IT'S SLOVENIA CULTURE TIME!** kartica se lahko pripravi tudi za posamične makroregije. Podatki, pridobljeni s kartico, so lahko pomemben vir informacij o kulturnih turistih v Sloveniji.

 ****IT'S SLOVENIA CULTURE TIME!** eksponati**

Eksponati in njihove zgodbe skušajo turiste navdušiti, da obišejo kulturne ustanove in znamenitosti (npr. muzeje). Primer: muzej in hotel se dogovorita, da se v avlo hotela postavi vitrina, v kateri muzej mesečno predstavlja eksponat ali zgodbo enega od eksponatov. Vzajemno trženje se lahko vzpostavi z dodatnimi popusti.

9

OBLIKOVANJE
MARKETINŠKIH
KULTURNIH POTI



Za namen promocije smo pripravili nekaj primerov kulturnih poti, ki združujejo obstoječo ponudbo v smislu marketinške in prodajne povezljivosti vsebin in produktov. Vsebine in elementi poti so pripravljene za posamične persone, ki smo jih predstavili tudi v poglavju Prioritetne ciljne skupine in trgi Slovenske turistične organizacije.

LJUBLJANA IN OSREDNJA SLOVENIJA

IT'S LJUBLJANA TIME! WOW DAN

Obisk Ljubljanskega gradu, ogled Narodne galerije Slovenije s kavico in torto Luize Pesjakove v kavarni galerije, kulinarični ogled Okusi Ljubljane, večerni dogodek v Cankarjevem domu, SNG Operi in baletu ...

PERSONA:
Marjo
urbani potrošniki
(**družabnica**)



URBANI IN ETNO RAZGLEDI

Plečnikova Ljubljana s kulturo trajnostnega razvoja mesta (ogled Plečnikove hiše ali sprehod po Plečnikovi Ljubljani) in Velika Planina s kulturo živih planin

PERSONA:
Johanne
zeleni raziskovalci
(**raziskovalka**)



ALTERNATIVNA LJUBLJANA

sprehod po Metelkova mestu, obisk trgovine z izdelki slovenskih oblikovalcev, Art marketa ali Dobre vage, kosilo na Odprti kuhni, ogled Moderne galerije s postankom v kavarni ali tisk Tivolske maj'ce v MGLC, pivovsko doživetje, ogled koncerta in druženje v Kinu Šiška ali ogled kino predstave in druženje v Kinodvoru

PERSONA:
Iris
urbani ozaveščeni
(**raziskovalka**)



NAVDIH ZGODOVINE IN TRADICIJE

Ljubljana skozi zgodovinska obdobja, kosilo na Ljubljanskem gradu, ogled muzeja in obisk delavnic v Tehniškem muzeju Bistra ali na gradu Bogenšperk, Bela krajina kot zakladnica tradicij in običajev

PERSONA:
Max
družabni foodieji
(**družabnik**)



IZ TEME NA SONCE

Škocjanske jame kot biser Unescove dediščine, Lipica kot ena najstarejših kobilarn v Evropi, Predjamski grad kot edini jamski grad, srednjeveški Piran in Krajinski park Sečoveljske soline

PERSONA:
Johanne
zeleni raziskovalci
(raziskovalka)



BRDA IN KRAS CVETIJO

Štanjel in Fabiani na Krasu, frančiškanski samostan na Kostanjevici, Brda (sprehod po vasici Šmartno), ogled vinske kleti in degustacija, spoznavanje briške kuhinje

PERSONA:
Max
družabni foodieji
(družabnik)



SKRIVNOSTI OD MEDITERANA DO ALP

Koper kot beneško mesto in pristanišče, Idrija kot Unescovo mesto, Partizanska bolnica Franja z znakom Evropske kulturne dediščine kot simbol človečnosti, solidarnosti in tovarištva, Kobarid in Kobariški muzej

PERSONA:
Johanne
zeleni raziskovalci
(raziskovalka)



LJUBEZEN NARAVE IN KULTURE

Nova Gorica, Brda, vodenje po Poti miru od Alp do Jadrana, Javorca - spominska cerkev Svetega Duha, kot spomenik miru in ljubezni med vsemi narodi

PERSONA:
Zoran
aktivni nostalgiki
(družabnik)



ZGODOVINSKA MESTA IN BLED

Škofja Loka, Kranj, Radovljica in Muzej čebelarstva, spoznavanje lectarske tradicije na delavnici, Okusi Radol'ce, Bled, otok in Blejski grad

PERSONA:
Max
družabni foodieji
(družabnik)



VINSKO SRCE SLOVENIJE

Maribor in Stara trta, Ptuj in najstarejša vinska klet, vinorodni griči, Svečinske gorice in Špičnik s tipično razglednico ceste v obliki srca ter Vinarium Lendava – najvišji razgledni stolp, kulinarična doživetja Okusi Slovenije: prekmurska gibanica

PERSONA:
Max
družabni foodieji
(**družabnik**)

**SREDNJI VEK IN SAMOSTANI**

Celje in zgodba Celjskih grofov (Stari grad, Pokrajinski muzej Celje), Žička kartuzija, samostan Olimje

PERSONA:
Liudmila
večno mladi
(**muza**)

**MED VODAMI IN GRADOVI**

Novo mesto s starim jedrom in halštatska kultura, Kostanjevica na Krki, ogled cistercijanskega samostana (Galerija Božidar Jakac) in sprehod po Forma vivi, gradovi Posavja

PERSONA:
Liudmila
večno mladi
(**muza**)

**VESOLJE INDUSTRIJE IN UMETNOSTI**

Slovenj Gradec, Galerija likovnih umetnosti, Forma viva, Velenje kot socialistični čudež, KSEVT Vitanje

PERSONA:
Iris
urbani ozaveščeni
(**raziskovalka**)



Potenciali za povezovalne poti po celi Sloveniji so oblikovanje poti in izletov po Plečnikovi Sloveniji, raziskovanje z grofom Valvasorjem (grad Bogenšperk, Krško, Cerkniško jezero ...) ter rimski trojec Emona–Celeia–Petovia.

10

PRILOGE



TIPI KULTURNEGA TURISTA

Tabela 5
TIPI KULTURNEGA
TURISTA

TIP KULTURNEGATURISTA	KARAKTERIZACIJA TIPA KULTURNEGA TURISTA
NAMENSKI kulturni turist	Primarna motivacija obiska je kulturni turizem; izkušnja je zelo globoka in vključujoča
AKTIVEN kulturni turist	Primarna motivacija obiska je kulturni turizem, izkušnja ni toliko globoka in vključujoča
NENADEJANI kulturni turist	Primarna motivacija obiska ni kulturni turizem, toda izkušnja kulture je nenadejano globoka in vključujoča
PRILOŽNOSTNI kulturni turist	Kulturni turizem je šibek motiv za obisk, izkušnja kulture ni globoka in vključujoča
NAKLJUČNI kulturni turist	Kulturni turizem ni motiv za obisk, toda turist vseeno obišče določene kulturne znamenitosti in/ali kulturne dogodke, izkušnja kulture ni globoka in vključujoča

Vir: Mc Kercher B. and H. du Cros, Cultural Tourism: The Partnership between Tourism and Cultural Heritage Management (2002), The Haworth Press, Binghamton, New York (2014)

ANALIZA OBSTOJEČE PONUDBE

2.1 ANALIZA REGISTROV IN PORTALOV

Za pripravo dokumenta smo opravili pregled obstoječih registrov in spletnih strani.

1. SNOVNA DEDIŠČINA

Opravili smo pregled registra nepremične kulturne dediščine (<http://rkd.situla.org/>), ki vključuje 29.954 enot nepremične kulturne dediščine. Omogočeno je iskanje po zvrsti dediščine (arheološka najdišča, stavbe, parki in vrtovi, stavbe s park in vrtovi, spomeniški objekti in kraji, drugi objekti in naprave, naselja in njihovi deli, kulturna krajina in drugo), tipu enote, občini, območni enoti ter vrsti spomenika.

Opravili smo tudi pregled razvida muzejev in galerij, ki smo ga za namene vabljenja na delavnice dopolnili še z gradovi in graščinami (tabeli v prilogi).

Tabela 6
MUZEJI IN
GALERIJE

krepro so označeni
muzeji v dvorcih in
gradovih

MUZEJI IN GALERIJE	KRAJ
Pilonova galerija – Ajdovščina	Ajdovščina
Tehniški muzej Slovenije	Bistra
Posavski muzej Brežice	Brežice
Pokrajinski muzej Celje	Celje
Muzej novejšje zgodovine Celje	Celje
Slovenska kinoteka – Muzej slovenskih filmskih igralcev v Divači	Divača
Mestni muzej Idrija – Muzej za idrijsko in cerkljansko	Idrija
Gornjesavski muzej Jesenice	Jesenice
Medobčinski muzej Kamnik	Kamnik
Pokrajinski muzej Kočevje	Kočevje
Pokrajinski muzej Koper	Koper
Galerija Božidar Jakac Kostanjevica	Kostanjevica na Krki
Gorenjski muzej Kranj	Kranj
Narodni muzej Slovenije	Ljubljana
Slovenski etnografski muzej	Ljubljana
Prirodoslovni muzej Slovenije	Ljubljana
Muzej novejšje zgodovine Slovenije	Ljubljana

Slovenski gledališki inštitut	Ljubljana
Muzej za arhitekturo in oblikovanje	Ljubljana
Slovenski šolski muzej (v pristojnosti MIZŠ)	Ljubljana
Muzej športa	Ljubljana
Muzej slovenske policije (v pristojnosti MNZ)	Ljubljana
Narodna galerija za likovno umetnost od visokega srednjega veka do dvajsetega stoletja	Ljubljana
Moderna galerija za likovno umetnost od začetka dvajsetega stoletja dalje	Ljubljana
Muzej in galerije mesta Ljubljana	Ljubljana
Mednarodni grafični likovni center Ljubljana	Ljubljana
Vojaški muzej slovenske vojske (v pristojnosti MO)	Maribor
Muzej narodne osvoboditve Maribor	Maribor
Umetnostna galerija Maribor	Maribor
Pokrajinski muzej Maribor	Maribor
Belokranjski muzej Metlika	Metlika
Pokrajinski muzej Murska Sobota	Murska Sobota
Galerija Murska Sobota	Murska Sobota
Goriški muzej Nova Gorica	Nova Gorica
Dolenjski muzej Novo mesto	Novo mesto
Pokrajinski muzej Ptuj Ormož	Ormož
Pomorski muzej Sergej Mašera Piran	Piran
Obalne galerije Piran	Piran
Notranjski muzej Postojna Zavoda Znanje Postojna	Postojna
Muzeji radovljiške občine	Radovljica
Muzej Ribnica in Galerija Miklova hiša Rokodelskega centra Ribnica	Ribnica
Muzej na prostem Rogatec	Rogatec
Koroški pokrajinski muzej Slovenj Gradec	Slovenj Gradec
Galerija likovnih umetnosti Slovenj Gradec	Slovenj Gradec
Muzej krščanstva na Slovenskem	Stična
Loški muzej Škofja Loka	Škofja Loka
Tolminski muzej	Tolmin
Zasavski muzej Trbovlje	Trbovlje
Tržiški muzej	Tržič
Muzej Velenje	Velenje

Vir: www.mk.gov.si/si/delovna_podrocja/direktorat_za_kulturno_dediscino/muzejska_dejavnost_in_varstvo_premicne_kulturne_dediscine/muzeji_in_galerije/

Mednarodno prepoznavni spomeniki in spomeniška območja:

- ✚ Unescov seznam Svetovne kulturne in naravne dediščine (Škocjanske jame s podzemnim rečnim kanjonom, Idrija z nekdanj svetovno pomembnim rudnikom živega srebra in Ljubljansko barje z dediščino starodavnih koliščarjev).
- ✚ Unescov seznam nesnovne kulturne dediščine človeštva (Škofjeloški pasijon).
- ✚ Znak evropske dediščine (Partizanska bolnica Franja, Javorca – spominska cerkev Svetega Duha, Pokopališče Žale).
- ✚ Kulturne poti Sveta Evrope, v katere je vključena tudi Slovenija (Jakobova pot, Pot svetega Martina, Poti oljčnih dreves, Pot Iter Vitis/Taste Europe, Pot evropskih pokopališč, Pot Art Nouveau, Pot židovske dediščine).

10. FESTIVALI, DOGODKI IN PRIREDITVE

Pregled portala *culture.si*, kjer so vsebine razdeljene v naslednje razdelke:

- ✚ Umetnost: arhitektura, ples, oblikovanje, film, literatura, glasba, gledališče, vizualne umetnosti, intermedijske umetnosti
- ✚ Dediščina: nesnovna dediščina, spomeniki in znamenitosti, muzeji (nacionalni, regionalni, specializirani).

Festivali so razdeljeni v naslednje podkategorije: glasbeni festivali (115), gledališki (34), vizualne umetnosti (22), multidisciplinarni festivali (27), filmski (26), plesni (15), literarni festivali (11), oblikovalski (9), festivali intermedijske (7), arhitekturni (4) in festivali nesnovne kulturne dediščine (4). Kot je razvidno iz zgornjega zapisa, prevladujejo glasbeni festivali. Sledijo jim gledališki festivali, ki pa so zaradi jezikovnih barier le izjemoma primerni tudi za tuje turiste.

Na portalu je tudi koledar festivalov, iz katere je razvidno, da je koncentracija festivalov v poletnih mesecih. Festivalsko najšibkejši meseci so januar, februar in december.

Tabela 7
PREGLED
FESTIVALOV
NA PORTALU
CULTURE.SI

Opomba:

Portal *culture.si* je v angleščini, zato so tudi imena festivalov navedena v angleškem jeziku.

MESEC	ŠTEVILO	IME FESTIVALA
Januar	3	BUMfest International Percussion Festival, KOFF Koroška Outdoor Film Festival, Literodrom
Februar	4	Gibanica (Moving Cake) Festival of Slovene Dance, Kurentovanje, Mardi Gras at Cerknica, Maribor Electronic Destination International Festival, MENT Ljubljana

Marec	15	Days of Comedy, Days of Ethnographic Film, Deuje babe Festival, International Feminist and Queer Festival Red Dawns, International Festival of Mountain Film, Kinotrip, Kurja polt Genre Film Festival, Ljubljana Documentary Film Festival, Ljubljana International Short Film Festival, Slovene Advertising Festival (SOF), S cont., Slovene Music DaysStories Today Festival, TRESK Festival, Week of Slovenian Drama, World Literatures - Fabula Festival
April	8	Exodos International Festival of Contemporary Performing Arts, International Choral Competition Gallus, Naša pesem Choir Competition, Orto Fest, Speculum Artium Festival, Stična Festival, Transgenerations Festival of Youth Creativity, Week of Slovenian Drama
Maj	13	Big Architecture Festival, Druga godba Festival, International Ceramics Triennial Unicum, International PEN Writers' Meeting, Bled, Jazz Cerklje Festival, Klovnbuf Festival, Lighting Guerrilla Festival, May Salon, Overflight International Theatre Festival, Rdeči revirji! – Red Beats! Festival, R cont., Talk:Rdeči revirji! – Red Beats! Festival, Ukrep – Festival of Dance Perspectives, Visions Festival of Young Theatre Groups
Junij	35	Admission Free Festival, Ana Desetnica International Street Theatre Festival, Baladoor Jazz Festival, Big Architecture Festival, Bled Festival, Bled Film Festival, Drama Festival, Folkart International Folklore Festival, Maribor, FV Music Festival, Godibodi Festival, HISTeRIA Festival, Idrija Lace Festival, I cont., International Ceramics Triennial Unicu, International Music Festival Imago Slovenia, International Saxophone Meeting, Jazzagorje World Accordion Festival, Jurjevanje in Bela krajina, Kino Otok – Isola Cinema Festival, Lent Festival, Lighting Guerrilla Festival, Living Literature Festival, Ljubljana Festival, Mini Summer – International Festival for Children, Photonic Moments – Month of Photography, P cont., Pranger Festival, Primorska Summer Festival, PUF Festival, Seviqč Brežice Festival, Slovene Choirs Meeting in Šentvid, Stična, Slovenia Press Photo Festival, Stipor Festival, Ukrep – Festival of Dance Perspectives, Video in Progress Festival, Young Rhymes, Zasavje Noisefest International
Julij	33	Ana Desetnica International Street Theatre Festival, Arsana International Music Festival, Art Stays, International Festival of Contemporary Art, Beer and Flower Festival, Bled Festival, Celje FOKUS Festival, Folkart International Folklore Festival, Maribor, Folkest Festival, Fotopub Festival of Documentary Photography, Grossmann Fantastic Film and Wine Festival, International Ceramics Triennial Unicum, I cont., International Folklore Festival, Beltinci, International Music Festival Imago Slovenia, Jazzagorje World Accordion Festival, Jazz Ethno Funky Festival, Koperground Festival, Krawal Festival, Lent Festival, Ljubljana Festival, Ljubljana Jazz Festival, Mediterranean International Folklore Festival (MIFF), MetalDays, M cont., Mini Summer – International Festival for Children, Mladifest, Pandamonium, Pisana Loka Festival, Pranger Festival, PUF Festival, Punk Rock Holiday, Sajeta Creative Camp, Seviqč Brežice Festival, Summer Cultural Events Velenje, Trnje Festival

August	40	Arsana International Music Festival, Art Stays, International Festival of Contemporary Art, Carniola Festival, Summer in Kranj, ČrnFest, Days of Poetry and Wine Festival, DOKUDOC International Documentary Film Festival, European Piccolo Festival, FeKK Ljubljana Short Film Festival, Floating Castle Festival, Front@ Contemporary Dance Festival, International Ceramics Triennial Unicum, International Music Festival Imago Slovenia, Jazzagorje World Accordion Festival, Jazzinty, J cont., Jazz Kamp Kranj, Kamfest, Kunigunda Festival of Young Cultures, Live After Death Festival, Ljubljana Festival, Luksuz Cheap Film Festival, Mini Summer – International Festival for Children, Mladi levi Festival, Depot:NagiB Contemporary Dance Festival, Nights in Old Ljubljana Town, No Border Jam Festival, Okarina Festival Bled, Panč Festival, Pisana Loka Festival, P cont., Pomurje Summer Festival (PPF), PUF Festival, Radovljica Festival, Sajeta Creative Camp, Sanje ('Dreams') Festival, Schengenfest, Seviqč Brežice Festival, Summer Cultural Events Velenje, Summer Puppet Pier Festival, Tartini Festival, Urbano Dejanje, Zmaj 'ma mlade Festival
September	23	Biennial of Design (BIO), Cankarjada Theatre Festival, Club Marathon, Cmakajne Festival of Young Creativity, DokuBazaar, Ljubljana Independent Documentary Film Festival, Ex Ponto International Festival, Ex-tempore Piran – International Painting and Ceramics, Talk:Ex-tempore Piran – International Painting and Ceramics, Festival Maribor, Festival of Slovenian Film, Film Mixer Independent Film Festival, Floating Castle Festival, Jazzagorje World Accordion Festival, Linhart Encounter, Lirikonfest, LUPA Slovene Non-Governmental Organisations' Festival, L cont., Lutke International Puppet Festival, Pika's Festival, Shinafest, Slovene Puppetry Biennial, Sound Explicit Festival, Tartini Festival, Vilenica International Literary Festival
Oktober	21	Biennial of Design (BIO), Biennial of Slovene Visual Communications, City of Women International Festival of Contemporary Arts Club Marathon, Contemporary dance Platform, EarZoom Sonic Arts Festival, Etnika International World Music Festival, E cont., Eye on Film Festival, Festival of European and Mediterranean Film, Golden Drum, Advertising Festival of New Europe, Golden Stick Festival, Independent Biennial, International Design Event, International Festival of Computer Arts (IFCA), KantFest International, Kogoj's Days, Maribor Theatre Festival, Month of Design, Rad bi bil normalen Festival, Slowind Festival, Stoptrik International Film
November	12	Biennial of Design (BIO), Biennial of Slovene Book Illustration, Festival of Independent Film, KIBLIX Festival, Ljubljana Gay and Lesbian Film Festival, Ljubljana International Film Festival (LIFFe), Month of Design, Naked Stage International Improvisational Theatre Festival, Performa Festival, Piran Days of Architecture, Pixelpoint International Festival of Computer Art, Sonica International Festival of Transitory Art
December	4	Animateka International Animated Film Festival, BOFF Bovec Outdoor Film Festival, Garage Explosion Festival, Ljubljana Gay and Lesbian Film Festival

4. NESNOVNA DEDIŠČINA

Iz Registra žive kulturne dediščine pri Ministrstvu za kulturo smo glede na tematske sklope razvrstili posamične zapise. Kot tematska sklopa izstopata pustovanje in velika noč.

Tabela 8
ANALIZA
REGISTRA
NESNOVNE
DEDIŠČINE

KATEGORIJA / SKLOP	IME
ŠEGE IN NAVADE	
PUSTOVANJE	Obhodi kurentov
	Izdelovanje kurentij
	Zagoriške mačkare
	Ponikovske mačkare
	Vrbiške šeme (Ilirska Bistrica)
	Šelmarija (Kostanjevica na Krki)
	Drežniški in Ravenski pust
	Škoromatija (Brkini in Podgrajsko-Matarsko Podolje)
	Obhodi pustnih oračev (Severovzhodna Slovenija)
	Borovo gostüvanje (Prekmurje)
Cerkljanska laufarija	
VELIKA NOČ	Škofjeloški pasijon
	Vuzemski plesi in igre v Metliki
	Velikonočne igre s pirhi
	Izdelovanje belokranjskih pisanic
	Pisanje pirhov ob prazniku šempav
	Izdelovanje ljubljanskih butar
	Izdelovanje prekmurskih remenk
Izdelovanje ljubenskih potic (Ljubno ob Savinji / butare)	
RAZNO	Spuščanje gregorčkov (Gregorjevo)
	Spletanje venčkov sv. Ivana (Kresovanje / Kras)
	Otepanje v Bohinju (Novoletno koledovanje)
ZNANJA IN VEŠČINE	
	Klekljanje slovenske čipke
	Klekljanje idrijske čipke
	Tradicionalno pridelovanje morske soli
	Izdelovanje trničev in pisav
	Brodarstvo (Mura, spodnji tok Save)
	Tradicionalno lončarstvo
	Pletarstvo (cela Slovenija)
	Slamnikarstvo na Domžalskem
	Ribniško suhorobarstvo

Izdelovanje drevakov (Ljubljana)
Lovska kultura
Oglarstvo
Izdelovanje klobukov iz kostanjevega listja
Izdelovanje papirnatih rož
Narodno-zabavna glasba
Godbarstvo

KULINARIKA

Priprava bovških krafov
Priprava prleških gibanic
Priprava bohinjskega mohanta
Priprava belokranjskih pogač
Priprava prostih povitic in belokranjskih povitic
Priprava poprtnikov
Tradicionalno izdelovanje kranjskih klobas

NARAVNA KRAJINA, ZNANJA O NARAVI

Tradicionalna reja in vzreja lipicancev v Kobilarni Lipica
Gradnja kranjskih sten
Suhozidna gradnja (Kras, Škocjanske jame)

IGRA, PRIREDITEV, TEKMOVANJE

Pandolo
Posavsko štehvanje
Škuljanje
Pohod po Poti ob žici

Vir: http://www.mk.gov.si/si/storitve/razvidi_evidence_in_registri/register_zive_kulturne_dediscine/seznam_registriranih_enot_zive_kulturne_dediscine/

2.2 ANALIZA KULTURNIH ZNAMENITOSTI NA SPLETNEM PORTALU TRIPADVISOR

Na portalu Tripadvisor, vodilni svetovni platformi, na kateri popotniki delijo svoja mnenja in vtise, je na dan 19. 4. 2017 v rubriki *Top Attractions in Slovenia*, v podrubriki *Sights and Landmarks*, vpisanih 247 zanimivosti in znamenitosti. Največ, 53, je *Points of interests and Landmarks*, sledijo *Historic Sites* (52), *Churches & Cathedrals* (42), *Architectual Buildings* (39) in *Castles* (30).

Tukaj naštevamo vrste znamenitosti v Sloveniji, rubrika *Sights and Landmarks* (vir: www.tripadvisor.com, 19. 4. 2017): zanimivosti in znamenitosti (53), zgodovinske znamenitosti (52), cerkve in katedrale (42), zgradbe in arhitektura (39), gradovi (30), svete in verske znamenitosti (29), kipi in spomeniki (26), mostovi (14), zgodovinska mestna središča (13), razgledne platforme in stolpi (10), prazgodovinska najdišča (9), kmetije (7), vodnjaki in fontane (7), opazovalnice in razgledi (7), pokopališča (6), rudniki (5), kulturni domovi (4), sošeske (4), sprehajališča z razgledi (4), upravne stavbe (3), drugo (11).

247 zanimivosti in znamenitosti v podrubriki *Sights and Landmarks* je na portalu Tripadvisor mogoče razvrstiti glede na ocene in mnenja obiskovalcev. Na prvem mestu je Blejsko jezero, sledijo ljubljansko mestno jedro, Predjamski grad, Tromostovje, Prešernov trg v Ljubljani, Tartinijev trg v Piranu in Blejski otok.

Tabela 9
15 OSREDNJIH
ZNAMENITOSTI
V SLOVENIJI,
rubrika *Sights and*
Landmarks

ZNAMENITOST	KRAJ	REGIJA	ŠT. MNENJ	% MNENJ »excellent«	% MNENJ »average«	ŠT. FOTOGRAFIJ
Blejsko jezero	Bled	Alpska Slovenija	5716	47,6	1,5	4902
ljubljsko mestno jedro	Ljubljana	Osrednja Slovenija in Ljubljana	4287	42,2	1,2	3754
Predjamski grad	Predjama	Mediterska Slovenija	1896	21,6	2,2	1654
Tromostovje	Ljubljana	Osrednja Slovenija in Ljubljana	2095	22,4	5,0	714
Prešernov trg	Ljubljana	Osrednja Slovenija in Ljubljana	1216	28,2	2,7	708
Tartinijev trg	Piran	Mediterska Slovenija	726	21,6	2,5	576
Blejski otok	Bled	Alpska Slovenija	1628	30,4	8,3	1115
Piransko obzidje	Piran	Mediterska Slovenija	296	28,0	2,0	260
Stolnica sv. Nikolaja	Ljubljana	Osrednja Slovenija in Ljubljana	570	25,6	2,3	474

Cerkev sv. Jurija	Piran	Mediteranska Slovenija	293	24,2	2,0	254
Blejski grad	Bled	Alpska Slovenija	2486	23,3	7,8	2147
Metelkova	Ljubljana	Osrednja Slovenija in Ljubljana	483	32,9	3,9	492
Ljubljanski grad	Ljubljana	Osrednja Slovenija in Ljubljana	3693	16,9	9,8	2432
vzpenjača na Ljubljanski grad	Ljubljana	Osrednja Slovenija in Ljubljana	802	21,4	6,6	275
Vodnikov trg / tržnica	Ljubljana	Osrednja Slovenija in Ljubljana	291	22,0	5,8	333

Vir: www.tripadvisor.com, 19. 4. 2017.

Tabela 10
MNENJE
OBISKOVALCEV
O OSREDNJIH
ZNAMENITOSTIH
V SLOVENIJI,
 rubrika *Sights and Landmarks*

ZNAMENITOST	PREDNOSTI	SLABOSTI
Blejsko jezero odlično (5): 47,6 % povprečno (3): 1,5 %	sprehod okrog jezera razgledi obisk gradu obisk otoka pletne sprehodi v okolici	premalo dodatne ponudbe za obiskovalce, ki ostanejo več dni
Ljubljansko mestno jedro odlično (5): 42,4 % povprečno (3): 1,2 %	dogajanje, živahen utrip slikovitost območja za pešce čistoča, zelenost arhitektura, mostovi prijaznost domačinov kulinarika varnost	slabše ocene obiskovalcev, ki so ostali več dni ali Ljubljano obiskali na deževen dan grafiti
Predjamski grad odlično (5): 21,6 % povprečno (3): 2,2 %	edinstvena lokacija (Kras, jama) avdio vodnik	notranjost gradu cena vstopnice slaba gostinska ponudba slabo organiziran prevoz od Postojnske jame do gradu
Tromostovje odlično (5): 22,4 % povprečno (3): 5,0 %	edinstvenost razgledi okolica ulični umetniki	nič posebnega hitro ga spregledaš

Prešernov trg odlično (5): 28,2 % povprečno (3): 2,7 %	središčna lokacija srce Ljubljane ulični umetniki območje za pešce primerno za opazovanje ljudi	brezdomci/pijanci majhnost glasni ulični umetniki
Tartinijev trg odlično (5): 21,6 % povprečno (3): 2,5 %	primerno za opazovanje ljudi ponudba (restavracija, cafe, trgovinice) prijeten trg, obdan s slikovitimi hišami razgledi glasbeniki (poleti)	nič posebnega vročina (poleti)
Blejski otok odlično (5): 30,4 % povprečno (3): 8,3 %	vožnja s pletno bitje zvona razgledi	vstopnina v cerkev otok je od daleč lepši
Piransko obzidje odlično (5): 28,0 % povprečno (3): 2,0 %	razgledi (Italija, Hrvaška) sončni zahod	dostop
Stolnica sv. Nikolaja odlično (5): 25,6 % povprečno (3): 2,3 %	notranjost vrata	majhna za katedralo
Cerkev sv. Jurija odlično (5): 21,6 % povprečno (3): 2,2 %	razgled stolp z zvonom freske	
Blejski grad odlično (5): 24,2 % povprečno (3): 2,0 %	razgled notranjost gradu (obnova, ponudba)	majhen v primerjavi z evropskimi gradovi cena vstopnine, sploh glede na to, da tudi v notranjosti veliko prodajajo (tourist trap)
Metelkova odlično (5): 32,9 % povprečno (3): 3,9 %	urbana kultura vzdušje, sproščenost mladi edinstvenost grafiti, poslikave	slabše ocene obiskovalcev, ki so šli na Metelkovo čez dan občutek, da turisti niso zaželeni
Ljubljanski grad odlično (5): 16,9 % povprečno (3): 9,8 %	lahak dostop (vzpenjača) ena vstopnica za ogled, avdio vodnik, muzej in stolp razgled	kulinarična ponudba (visoke cene) slaba obnova (grad je izgubil avtentičnost) preveč komercialne ponudbe, glede na to, da gre za grad slab avdio vodnik premalo zanimivosti majhen v primerjavi z evropskimi gradovi
Vodnikov trg / tržnica odlično (5): 22,0 % povprečno (3): 5,8 %	pestra ponudba svežega sadja in zelenjave, mesa, mlečnih izdelkov idr. ugodne cene pristno, saj je namenjeno lokalnim prebivalcem	

Vir: www.tripadvisor.com, 19. 4. 2017.

Ena izmed podrubrik rubrike *Top Attractions in Slovenia* je tudi rubrika *Castles*, v kateri je na dan 1. 4. 2017 vpisanih 30 gradov. V spodnji tabeli povzemamo najbolj ocenjenih deset:

Tabela 11
10 NAJBOLJE
OCENJENIH
GRADOV V
SLOVENIJI,
rubrika *Castles*

GRAD	KRAJ	REGIJA	ŠT. MNENJ	% MNENJ »excellent«	% MNENJ »average«	ŠT. FOTOGRAFIJ
Predjamski grad	Predjama	Mediterska Slovenija	1896	21,6	2,2	1654
Blejski grad	Bled	Alpska Slovenija	2486	23,3	7,8	2147
Ljubljanski grad	Ljubljana	Osrednja Slovenija in Ljubljana	3693	16,9	9,8	2432
vzpenjača na Ljubljanski grad ¹¹	Ljubljana	Osrednja Slovenija in Ljubljana	802	21,4	6,6	275
Celjski grad	Celje	Panonska Slovenija	192	30,2	2,6	461
Škofjeloški grad in muzej	Škofja Loka	Alpska Slovenija	88	17,0	4,5	84
Grad Štanjel	Štanjel	Mediterska Slovenija	57	31,6	5,3	86
Dvorec Zemono	Vipava	Mediterska Slovenija	25	28,0	0	13
Grad Snežnik in muzej	Stari trg pri Ložu	Mediterska Slovenija / Osrednja Slovenija in Ljubljana	31	22,6	3,2	55
Grad Gewerkenegg	Idrija	Alpska Slovenija	27	22,2	7,4	29

Vir: www.tripadvisor.com, 1. 4. 2017

11 Vzpenjača sicer ni grad, vendar je na portalu Tripadvisor zavedena kot posebna atrakcija v rubriki *Castles*.

V rubriki *Types of Attractions*, podrubriki *Museums*, je na portalu Tripadvisor na dan 1. 4. 2017 vpisan 101 muzej. V spodnji tabeli podajamo pregled desetih najbolje ocenjenih:

Tabela 12
10 NAJBOLJE
OCENJENIH
MUZEJEV V
SLOVENIJI,
rubrika *Museums*

MUZEJ	KRAJ	REGIJA	ŠT. MNENJ	% MNENJ »excellent«	% MNENJ »average«	ŠT. FOTOGRAFIJ
Kobariški muzej	Kobarid	Alpska Slovenija	317	30,3	0,6	142
Ptujski grad	Ptuj	Panonska Slovenija	221	22,6	5,0	271
Muzej iluzij	Ljubljana	Osrednja Slovenija in Ljubljana	130	51,5	7,0	58
Hiša Stare trte	Maribor	Panonska Slovenija	134	40,8	15,5	71
Muzej novejše zgodovine	Ljubljana	Osrednja Slovenija in Ljubljana	98	35,7	4,1	60
Muzej školjk in polžev	Piran	Mediteranska Slovenija	59	42,4	1,7	21
Union doživetje (Pivovarna Union)	Ljubljana	Osrednja Slovenija in Ljubljana	101	48,5	5,9	69
Škofjeloški grad in muzej	Škofja Loka	Alpska Slovenija	88	17,0	4,5	84
Narodna galerija	Ljubljana	Osrednja Slovenija in Ljubljana	76	25,0	10,5	74
Slovenski etnografski muzej	Ljubljana	Osrednja Slovenija in Ljubljana	59	39,0	6,8	94

Vir: www.tripadvisor.com, 19. 4. 2017

2.3 ANALIZA KULTURNIH ZNAMENITOSTI V TURISTIČNIH VODNIKIH

Turistični vodniki so pomembno informacijsko, komunikacijsko in promocijsko sredstvo, ki s svojimi nasveti in lestvicami naj atrakcij, doživetij, dogodkov, ipd. vplivajo na tokove turističnega obiska. V analizi smo pregledali šest tujih in en domač vodnik po Sloveniji. Osredotočili smo se na splošna poglavja, v katerih so izpostavljene osrednje slovenske znamenitosti, in sezname dogodkov.

2.3.1 LONELY PLANET

Lonely Planet v sedmi slovenski izdaji (maj 2013) navaja 12 top doživetij, ki jih povzemamo v spodnji tabeli. Vsako doživetje na kratko opiše; v tabeli smo povzeli opise tistih doživetij, ki so vezana na kulturo.

Tabela 13
12 TOP
DOŽIVETIJ V
SLOVENIJI

	DOŽIVETJE	KRATEK POVZETEK KULTURNIH DOŽIVETIJ
1	Ljubljana	<ul style="list-style-type: none">▪ doživite mesto, ki nudi idealno razmerje med velikostjo in kakovostjo življenja▪ arhitektura Jožeta Plečnika
2	vzpon na Triglav	
3	Piran	<ul style="list-style-type: none">▪ slovenske Benetke▪ opazovanje ljudi na osrednjem trgu▪ kulinarika
4	rečna doživetja	
5	Blejsko jezero	<ul style="list-style-type: none">▪ največja slovenska turistična privlačnost▪ jezero, sredi njega otok, na njem cerkva, na vzpetini grad = kot iz pravljice▪ obdano z gorami = čudovit razgled, podoba▪ dodatna turistična ponudba (hoteli, restavracije, adrenalinski športi)
6	Postojnska jama	
7	čez prelaz Vršič	
8	Škocjanske jame	
9	tradicionalna zdravilišča	<ul style="list-style-type: none">▪ tradicionalna arhitektura (npr. Rogaška)

10	Predjamski grad	<ul style="list-style-type: none"> ▪ edinstvena lokacija – grad v jami ▪ zgodba Erazma Predjamskega
11	vina Vipavske doline	<ul style="list-style-type: none"> ▪ vina (merlot) ▪ kraški pršut ▪ lokalno sadje in olive
12	Ptuj	<ul style="list-style-type: none"> ▪ eno najbogatejših slovenskih zgodovinskih mest ▪ mestno središče kot labirint rdečih streh in srednjeveških uličic, posejan s cerkvami, stolpči in muzeji, pa tudi kavarnami ▪ Kurentovanje ▪ bližina najboljših slovenskih vinskih regij

Vir: Lonely Planet, 2013, str. 6–13

V isti izdaji Lonely Planet navaja tudi seznam dogodkov in prireditev po mesecih, pri čemer jih pet posebej poudari v rubriki ,Top Events“.

Tabela 14
5 TOP
DOGODKOV/
PRIREDITEV V
SLOVENIJI IN
DRUGI DOGODKI

	DOGODEK/PRIREDITEV	KRAJ
1	Kurentovanje	Ptuj
2	Spomladanska razstava	Arboretum Volčji Potok
3	Festival Lent	Maribor
4	Festival Ljubljana	Ljubljana
5	Festival Radovljica	Radovljica
	Druga godba	Ljubljana
	Festival idrijske čipke	Idrija
	Primorski poletni festival	Ankaran, Izola, Koper, Piran, Portorož
	Rock Otočec ¹²	Otočec
	Trnfest	Ljubljana
	Kravji bal	Bohinj
	Polharska noč	Loška dolina
	Festival slovenskega filma	Portorož
	Mesto žensk	Ljubljana
	martinovanja	Slovenija
	božični koncerti	Slovenija, posebej poudarjena Postojnska jama (tudi žive jaslice)

Vir: Lonely Planet, 2013, str. 18

12 Festival ne obstaja več.

2.3.2 THE ROUGH GUIDE

The Rough Guide v prvi slovenski izdaji (julij 2004) navaja 21 doživetij, ki jih ne gre zamuditi. Doživetja so razdeljena v pet kategorij: narava (6), znamenitosti (5), aktivnosti (4), kulinarika (3) in dogodki (3). Navajamo jih v spodnji tabeli, doživetja, vezana na kulturo, pa tudi na kratko povzemamo.

Tabela 15
21 NEPOZABNIH
DOŽIVETIJ V
SLOVENIJI

	DOŽIVETJE	TIP	KRATEK POVZETEK
1	Kras	narava	
2	Logarska dolina	narava	
3	prekmurska gibanica	kulinarika	<ul style="list-style-type: none"> najpomembnejša slovenska sladica
4	vino	kulinarika	<ul style="list-style-type: none"> vinske regije s čudovitimi vini, od Goriških Brd na zahodu do Ljutomersko-Ormoških goric na vzhodu
5	Ljubljana – staro mestno jedro	znamenitost	<ul style="list-style-type: none"> arhitektura baroka in Habsburžanov grad na vzpetini kavarne in lokali na nabrežju
6	Partizanska bolnica Franja	znamenitost	<ul style="list-style-type: none"> spominski muzej 2. svetovna vojna
7	pršut	kulinarika	<ul style="list-style-type: none"> kraški pršut teran
8	dolina Soče	narava	
9	Bohinjsko jezero	narava	
10	Blejsko jezero	narava	
11	Škocjanske jame	narava	
12	kurentovanje	dogodek	<ul style="list-style-type: none"> najbolj živahen in zabaven dogodek pozimi parada pustnih mask
13	pohodništvo po Julijskih Alpah	aktivnost	
14	smučanje	aktivnost	
15	Festival Lent	dogodek	<ul style="list-style-type: none"> dva živahna tedna pestrega kulturnega dogajanja
16	Piran	znamenitost	<ul style="list-style-type: none"> beneška in gotska arhitektura cerkvice, trgi

17	kolesarjenje	narava	
18	Ptuj	znamenitost	<ul style="list-style-type: none"> ▪ najstarejše in privlačno mesto ▪ dve tisočletji zgodovine
19	Predjamski grad	znamenitost	<ul style="list-style-type: none"> ▪ edinstvena lokacija ▪ labirint sob, skrivnih prehodov in podzemnih jam
20	svetovni pokal v smučarskih skokih v Planici	dogodek	<ul style="list-style-type: none"> ▪ eden najpomembnejših skakalnih dogodkov na svetu ▪ skoki, pivo in glasba
21	adrenalinski športi na reki Soči	narava	

Vir: The Rough Guide, 2004, str. xi–xvi

Ker je vodnik star več kot 10 let, smo na dan 19. 4. 2017 pogledali tudi priporočila na spletni strani Rough Guidea (www.roughguides.com). V Sloveniji ne gre zamuditi naslednjih sedem doživetij:

Tabela 16
7 NEPOZABNIH
DOŽIVETIJ V
SLOVENIJI

	DOŽIVETJE	KRATEK POVZETEK KULTURNIH DOŽIVETIJ
1	Škocjanske jame	
2	rafting na reki Soči	
3	Ljubljana, staro mestno jedro	<ul style="list-style-type: none"> ▪ čudovita arhitektura ▪ grad, ki se vzpenja nad mestom ▪ lokali na nabrežju, ki ustvarjajo edinstveno vzdušje
4	Blejsko jezero	<ul style="list-style-type: none"> ▪ romantičen otok s cerkvijo ▪ grad na vzpetini ▪ pravljličnost
5	Piran	<ul style="list-style-type: none"> ▪ najlepši kraj na slovenski obali ▪ beneška in gotska arhitektura ▪ trgi, ki spominjajo na Italijo ▪ cerkve
6	Ptuj	<ul style="list-style-type: none"> ▪ najstarejše in najlepše slovensko mesto ▪ ostanki srednjega veka in Rimljanov
7	smučanje	

Vir: www.roughguides.com, 19. 4. 2017

Če primerjamo seznam iz leta 2004 in tega iz 2017, opazimo, da so na obeh naslednje kulturne znamenitosti: Ljubljana z mestnim jedrom, Blejsko jezero, Piran in Ptuj.

2.3.3 DK EYEWITNESS TRAVEL

DK Eyewitness Travel Guide o Sloveniji (iz leta 2012) v uvodnem poglavju *Introducing Slovenia* na dveh straneh povzame nekaj osrednjih znamenitosti in doživetij. Razdeli jih v štiri regije, v vsaki izmed njih pa izpostavi tri doživetja.

Tabela 172
NAJ DOŽIVETJA
V SLOVENIJI PO
ŠTIRIH REGIJAH

REGIJA	NAJ DOŽIVETJA	KRATEK POVZETEK KULTURNIH DOŽIVETIJ
Ljubljana	staro mestno jedro galerije in muzeji živahno nočno življenje	zgodovinske zgradbe Ljubljanski grad arhitektura 20. stoletja (art nouveau, art deco) Tobačna mesto Metelkova mesto izleti v bližnjo okolico (Škofja Loka, grad Bogenšperk)
Alpe	Triglavski narodni park Blejsko in Bohinjsko jezero aktivnosti na reki Soči	Op. Blejsko jezero je predstavljeno kot alpska destinacija (jezero, gore), kultura ni omenjena.
Slovenska obala in Kras	beneška arhitektura lipicanci osupljive jame	Piran, Izola in Koper s trgi, vodnjaki, palačami v beneškem slogu izleti v Hrastovlje, Štanjel, Lipico Predjamski grad rudnik živega srebra v Idriji Partizanska bolnica Franja kot eden najbolj priljubljenih muzejev
Južna in vzhodna Slovenija	samostani in gradovi zdravilišča očarljivi Ptuj	mesta: Novo mesto, Murska Sobota, Lendava grad Otočec, grad in muzej v Brežicah samostana Pleterje in Olimje Žička kartuzija Maribor, kultura in nočno življenje Ptuj, zgodovinski biser Velika Polana, vas štokelj

Vir: DK Eyewitness Travel Guide, 2012, str. 10–11

V vodniku je posebno poglavje namenjeno koledarju dogodkov v štirih letnih časih. Večinoma gre za kulturne dogodke; navajamo jih spodaj.

Tabela 18
SEZNAM
DOGODKOV
V SLOVENIJI

LETNI ČAS	DOGODEK / PRIREDITEV	KRAJ
pomlad	smučarski skoki v Planici	Rateče
	Tango festival	Ljubljana
	Festival pomladi ¹³	Ljubljana
	Solinarski praznik	Piran
	praznovanja ob 1. maju	Slovenija
	Druga godba	Ljubljana
	Jazz Cerklno	Cerkno
	Festival kreativne komunikacije Magdalena ¹⁴	Maribor
poletje	Kino Otok	Izola
	Festival Seviq	Brežice
	Ljubljana Jazz festival	Ljubljana
	Poletje v stari Ljubljani	Ljubljana
	Historial Škofja Loka	Škofja Loka
	Rock Otočec ¹⁵	Otočec
	Festival Lent	Maribor
	Ana Desetnica	Ljubljana
	Festival Bled	Bled
	Ljubljana Festival	Ljubljana
	Trnfest	Ljubljana
	Tartini festival	Piran
	Festival Radovljica	Radovljica
	Kamfest	Kamnik
jesen	NagiB, festival sodobnega plesa ¹⁶	Maribor
	Kravji bal	Bohinj
	Grafični bienale	Ljubljana
	Festival slovenskega filma	Portorož
	BIO	Ljubljana
	Borštnikovo srečanje	Maribor
	martinovanje	Slovenija
	LIFFe	Ljubljana
zima	December v Ljubljani	Ljubljana
	žive jaslice v Postojnski jami	Postojna
	Bovec Outdoor Film Festival	Bovec
	Maribor Electronic Destination – MED	Maribor
	Kurentovanje	Ptuj

Vir: DK Eyewitness Travel Guide, 2012, str. 28–31

¹³ Festival ne obstaja več.

¹⁴ Festival ne obstaja več.

¹⁵ Festival ne obstaja več.

¹⁶ Festival v taki obliki ne obstaja več.

2.3.4 INSIGHT POCKET GUIDE

Insight Pocket Guide se v prvi izdaji iz leta 2005 do znamenitosti posebej ne opredeli in ne ponuja seznama naj doživetij. Povzemamo pa iz vodnika seznam osrednjih slovenskih dogodkov in prireditev s poudarkom na kulturnih.

Tabela 19
SEZNAM
DOGODKOV
V SLOVENIJI

DOGODEK / PRIREDITEV	KRAJ
novoletna praznovanja	Slovenija, posebej Prešernov trg v Ljubljani
Kurentovanje	Ptuj
velikonočna praznovanja	Slovenija; posebej omenjene butarice, pirhi
mednarodno tekmovanje za sv. pokal v dresurnem jahanju	Lipica
Festival idrijske čipke	Idrija
Ex-tempore	Piran
Erazmov viteški turnir ¹⁷	Predjama
Glasbeni september ¹⁸	Maribor, Ptuj
Kravji bal	Bohinj
Festival Stare trte	Maribor
martinovanje	Slovenija, posebej Maribor
božični sejmi	Slovenija, posebej Ljubljana
žive jaslice v Postojnski jami	Postojna

Vir: Insight Pocket Guide, 2005, str. 84–8

17 Festival v taki obliki ne obstaja več.

18 Festival v taki obliki ne obstaja več.

2.3.5 BEADEKER

V nemškem vodniku Beadeker, ki ga je založba Karl Beadeker izdala leta 2016 (6. izdaja), najdemo seznam 10 najbolj priljubljenih potovalnih ciljev v Sloveniji. Kot zapišejo v uvodu, je posebej navdušujoča pokrajina, pa tudi gorske vasice, vinorodna območja, obalna mesteca in seveda Ljubljana.

Tabela 20
16 NAJBOLJ
ZANIMIVIH TOČK
V SLOVENIJI

	ZANIMIVOST	KRATEK POVZETEK OPISA, VEZAN NA KULTURO
1	Dolina Soče	
2	Triglavski narodni park	
3	Bled	»slika za na razglednico« (otoček, grad, gore v ozadju)
4	Logarska dolina	
5	Savinjska dolina	
6	Bohinj	
7	Ljubljana	secesija
8	Štanjel	stik romanskih in slovanskih vplivov
9	Predjamski grad	skrivnostni grad
10	Postojnska jama	razstavni paviljon EXPO
11	Otočec ob Krki	srednjeveški grad, danes hotel
12	Kostanjevica na Krki	cerkve, galerije na otoku, cistercijski samostan
13	Lipica	lipicanci in kobilarna
14	Škocjanske jame	
15	Hrastovlje	Mrtvaški ples
16	Piran	benečanski vplivi, Tartinijev trg

Vir: Beadeker, 2016, str. 2–3

V vodniku najdemo tudi seznam najpomembnejših prireditev; spodaj navajamo kulturne:

Tabela 21
DOGODKI IN
PRIREDITVE V
SLOVENIJI

	DOGODEK / PRIREDITEV	KRAJ
1	Kurentovanje	Ptuj
2	pustne pavorke	Cerknica, Cerklje
3	Praznik cvetja, vina in oljčnega olja	Koper
4	Solinarski praznik	Sečoveljske soline
5	vinski festivali	Metlika, Novo mesto
6	Druga godba	Ljubljana
7	Exodus	Ljubljana
8	Festival idrijske čipke	Idrija
9	Srednjeveški dan	Kamnik
10	Festival Lent	Maribor
11	Jazz festival	Ljubljana
12	Ljubljana Festival	Ljubljana
13	Festival Bled	Bled
14	festivali	obalna mesta, Celje, Brežice, Ptuj
15	Okarina festival	Bled
16	Kresna noč	Bohinj
17	Erazmov viteški turnir	Predjama
18	Jazzinty	Novo mesto
19	svetovni pokal v dresurnem jahanju	Lipica
20	Grafični bienale	Ljubljana
21	Festival Stare trte	Maribor
22	Kravji bal	Bohinj
23	Štrudlfest	Ajdovščina
24	Mednarodni literarni festival Vilenica	Vilenica
25	Pikin festival	Velenje
26	martinovanje s krstom mošta	Ormož in okolica
27	martinovanja	po Sloveniji
28	Božični sejem	Ljubljana
29	žive jaslice v Postojnski jami	Postojna

Vir: Beadeker, 2016, str. 100

2.3.6 MERIAN

V italijanskem vodniku Merian iz leta 2009 najdemo seznam top 10 slovenskih znamenitosti:

Tabela 22
TOP 10
SLOVENSKIH
ZNAMENITOSTI

ZNAMENITOST	
1	Lipica
2	Bled
3	Bohinjsko jezero
4	Piran
5	Hrastovlje
6	Postojnska jama
7	Škocjanske jame
8	zgodovinsko mestno jedro Ljubljane
9	Maribor
10	Kostanjevica na Krki

Vir: Merian, 2009, str. 128

2.3.7. TURISTIČNI VODNIK 15NAJ

Leta 2012 je Kartografija izdala Turistični vodnik 15NAJ Slovenija. V njem je v uvodu izpostavila 15 najbolj zanimivih točk v Sloveniji, ki jih navajamo v nadaljevanju. Opisi zanimivosti so močno zgodovinsko obarvani, privlačnosti avtorji ne naštevajo. Kolikor je bilo mogoče, opise na kratko povzemamo v točkah, vezanih na kulturo.

Tabela 18
15 NAJBOLJ
ZANIMIVIH TOČK
V SLOVENIJI

ZANIMIVOST	KRATEK POVZETEK OPISA, VEZAN NA KULTURO
1 Ljubljana	pogled z grajskega griča mestno jedro
2 Bled	slikoviti grad pravljичno Blejsko jezero podoba otočka s cerkvico
3 Postojnska jama	
4 Piran	najbolje ohranjeno mesto slovenske Istre očarljiva arhitekturna preobleka
5 Bohinj	

6	Ptuj	najstarejše mesto v Sloveniji srednjeveške, »po človeku« ukrojene mere mesta grajski grič
7	Škocjanske jame	
8	Maribor	sprehod skozi Maribor
9	Celje	»prizemljene«, »po človeški meri« ukrojene urbane dimenzije
10	Planica	
11	Idrija	rudnik živega srebra
12	Lipica	zibel lipicanske pasme konj
13	Kobarid	Kobariški muzej 1. svetovne vojne zgodovina »v živo«
14	Pleterje	samostan meniškega reda kartuzijanov restavrirana domačija, zgrajena v obliki, značilni za šentjernejsko okolico
15	Partizanska bolnica Franja	neprecenljiv spomenik človečnosti

Vir: Turistični vodnik 15NAJ, 2012, str. 6–15

V vodniku najdemo tudi seznam 15NAJ obiskanih prireditev:

Tabela 23
15NAJ OBISKANIH
PRIREDITEV
V SLOVENIJI

	DOGODEK / PRIREDITEV	KRAJ
1	Kurentovanje	Ptuj
2	pustne pavorke	Cerknica, Ilirska Bistrica, Cerklje, Drežnica
3	kresovanja	Slovenija
4	Ribiški praznik in Oljke, vino in ribe	Izola
5	Praznik češenj	Brda
6	Pivo in cvetje	Laško
7	martinovanja	Slovenija
8	Solinarski praznik	Piran
9	Šušarska nedelja	Tržič
10	Ljubljana Festival	Ljubljana
11	Festival Lent	Maribor
12	Revija pevskih zborov	Stična
13	razstava tulipanov	Arboretum Volčji Potok
14	Mednarodni dnevi mineralov, fosilov in okolja	Tržič
15	poleti v Planici	Rateče

Vir: Turistični vodnik 15NAJ Slovenija, 2012, str. 40–47

VPRAŠALNIKI

Pripravili smo tri vrste vprašalnikov, ki smo jih poslali deležnikom turističnega gospodarstva in kulture:

- lokalnim turističnim organizacijam – vprašalnik ONKULT 1 (poslano na 278 naslovov),
- muzejem in galerijam ter upravljalcem gradov – vprašalnik ONKULT 2 (poslano na 97 naslovov),
- kulturnim institucijam ter festivalom – vprašalnik ONKULT 3 (poslano na 115 naslovov).

Vprašalnike smo zasnovali v dveh sklopih, in sicer zaznavanje kulturno-turistične ponudbe destinacije, regije in Slovenije (pregled, vrednotenje, hierarhiziranje) ter trženje kulturno-turistične ponudbe destinacije, regije in Slovenije.

Prejeli smo 34 vprašalnikov s strani različnih lokalnih turističnih organizacij (skupaj smo prejeli 38 izpolnjenih vprašalnikov), 19 prejetih vprašalnikov s strani kulturnih institucij ter 13 s strani muzejev in galerij ter gradov.

Med najpomembnejšimi kulturnimi znamenitostmi sta se najpogosteje pojavila Ljubljana kot kulturna prestolnica Slovenije (Plečnikova Ljubljana, Ljubljanski grad, celota z veduto in središčem) in Bled (grad, otok, celota), sledita Postojnska jama in Piran. Med najpomembnejšimi festivali v Sloveniji so vprašani izpostavili: Festival Lent, Ljubljana Festival in Ptujski karneval. Narodna galerija, Narodni muzej Slovenije, Slovenski etnografski muzej in Kobariški muzej se najpogosteje pojavljajo kot najpomembnejši muzeji v Sloveniji.

Na vprašalnik ONKULT 1 so odgovorili predstavniki naslednjih kulturnih institucij:

Center za idrijsko dediščino
Center za šport, turizem, informiranje in kulturo Laško
Društvo za ohranjanje dediščine
Grad Štanjel, Javni zavod Komenski Kras
Javni zavod Bogenšperk
Javni zavod Ljubljanski grad
Javni zavod SPOTUR Slovenj Gradec
LTO Sotočje
Mestna občina Novo mesto
Občina Dolenjske Toplice
Občina Škocjan
Občina Trzič
Pomurska turistična zveza
RIC Bela krajina
RRA Koroška, regionalna razvojna agencija za Koroško
RRA Zeleni kras
Splošna knjižnica Slovenske Konjice – TIC Slovenske Konjice
TIC Moravske Toplice
TIC Ravne (ZKŠTM)
Turistično društvo Postojna
Turistično združenje Portorož
Turizem Bled
Turizem Ljubljana

Turizem Škofja Loka
Zavod Ivana Cankarja Vrhnika
Zavod ŠTIP
Zavod za kulturo, turizem in promocijo Gornja Radgona
Zavod za kulturo, turizem in razvoj Rogatec
Zavod za turizem in kulturo Žirovnica
Zavod za turizem Maribor – Pohorje Občina Radenci
Zavod za turizem Šaleške doline
Zavod za turizem, kulturo, mladino in šport Brda
Zavod za turizem, šport in kulturo Kamnik
Združenje turističnih kmetij Slovenije

Na vprašalnik ONKULT 2 so odgovorili:

Postonjska jama d.d.
Javni zavod Kobilarna Lipica
Narodni muzej Slovenije
Mestni muzej Idrija
Center za upravljanje z dediščino živega srebra Idrija
Galerija Božidar Jakac
Kobariški muzej
Tolminski muzej
Javni zavod Ratitovec
Mednarodni grafični likovni center, MGLC
Javni zavod Krajinski park Goričko
Podzemlje Pece, d.o.o., Turistični rudnik in muzej
Muzej krščanstva na Slovenskem

Na vprašalnik ONKULT 3 so odgovorili:

Kulturno prireditveni center Narodni dom Maribor
Javni zavod za turizem Ptuj
SNG Drama Ljubljana
Lutkovno gledališče Maribor
Kinodvor
Center urbane kulture kino Šiška
Flota, zavod, Murska Sobota
Ars Ramovš zavod za umetnost, marketing, promocijo in investiranje
Društvo slovenskih pisateljev
JKZ Narodni dom Mežica
KD Lib-art
Kulturni dom Franca Bernika Domžale
Kulturno turistično društvo festival Ljutomer – Grossmannov festival fantastičnega filma in vina
Mesto žensk, društvo za promocijo žensk v kulturi
Pionirski dom – Center za kulturo mladih
Plesni Teater Ljubljana
Slovenski gledališki inštitut
Zveza Mink Tolmin
Center judovske kulturne dediščine Sinagoga Maribor



Pr. 4

INTERVJUJI

Izvedli smo 9 poglobljenih intervjujev s predstavniki s področja kulture in turizma ter predstavniki različnih združenj:

- ✦ mag. Petra Stušek, direktorica Turizma Ljubljana
- ✦ Mateja Hafner Dolenc, Združenje zgodovinskih mest Slovenije
- ✦ Blaž Peršin, direktor Muzeja in galerij mesta Ljubljane
- ✦ Goran Milovanović, direktor Galerije Božidar Jakac
- ✦ Vladimir Rukavina, direktor Narodnega doma Maribor in Festivala Lent
- ✦ Boban Milunović, direktor Artfest d.o.o. (organizator festivala MetalDays)
- ✦ Marjan Batagelj, direktor, in Katja Dolenc Batagelj, vodja marketinga, Postojnska jama d.d.
- ✦ Matej Knaus, predsednik Združenja turističnih agencij Slovenije
- ✦ Gregor Jamnik, predsednik Združenja hotelirjev Slovenije



Pr. 5

DELAVNICE

Izvedli smo štiri delavnice, na katere smo povabili ključne deležnike kulturnega turizma.

Delavnica 1 in 2 (7. 4. 2017)

Prvi dve delavnici sta bili namenjeni lokalnim turističnim organizacijam in turističnim agencijam. Na vabilo se je odzvalo 24 deležnikov. Na prvi delavnici so bili predstavniki večjih mestnih in regionalnih lokalnih turističnih organizacij, na drugi pa manjših lokalnih turističnih organizacij. Deležniki so pri nalogah delavnice sodelovali in se povezovali v skupinah, ki smo jih oblikovali glede na štiri turistične regije (Osrednja Slovenija in Ljubljana, Alpska Slovenija, Mediteranska Slovenija, Panonska Slovenija). V prvem delu so identificirali konkretne sestavine kulturne ponudbe po posamičnih področjih kulturne ponudbe. V drugem delu so iskali načine, kako povezano promovirati kulturno-turistično ponudbo.

Identificirali smo naslednje povezovalne elemente oz. potenciale za promocijo:

Tabela 24
POVZETKI
DELAVNICE
1 IN 2

TURISTIČNO OBMOČJE	PREDLOGI
Osrednja Slovenija in Ljubljana	<ol style="list-style-type: none"> 1. Komunikacija nasprotij: urbano vs. etno, mestno vs. podeželsko, sodobno vs. tradicionalno 2. Janez Vajkard Valvasor kot popotnik in raziskovalec (jurjevanje, suha roba, Cerkniško jezero, Valvasorjeva krožna pot ...) 3. Titova pot in polpretekle dediščina Slovenije 4. Povezovalni element: voda
Alpska Slovenija	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kulturna dediščina se komunicira v tesnem stiku z naravno dediščino in kulinarijo 2. Imena: France Prešeren, Simon Gregorčič, Simon Jenko, Prežihov Voranc, Hugo Wolf 3. Povezovalni elementi: kovina, glasba in beseda/pero (zgoraj omenjena literarna dediščina in tehniška dediščina v krajih Kropa, Jesenice, Kranj, Ravne na Koroškem)
Mediteranska Slovenija	<ol style="list-style-type: none"> 1. Po poteh žive kulturne dediščine (Aleksandrinke, Šavrinke, rudarji, klekljarice, Erazem Predjamski, ribiči in solinarji) 2. Kraška krajina (naravna in kulturna) 3. Imena: Giuseppe Tartini, Vittore Carpaccio, Srečko Kosovel, Maks Fabijani, Edvard Ravnikar, Venio Pilon, Zoran Mušič 4. Liki: Martin Krpan (lahko poveže celotno Slovenijo) 5. Povezovalna elementa: oljke in sol <p>Vsa ponudba se povezuje z gastronomijo in dogodki ter festivali.</p>
Panonska Slovenija	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kultura v povezavi z enologijo in gastronomijo (najstarejša trta na svetu) 2. Mednarodna Pot svetega Martina (povezuje še osrednjo Slovenijo) 3. Kultura kot komplementarna ponudba zdraviliški ponudbi <p>Povezovalna elementa: voda in vino</p>

Delavnica 3 (11. 4. 2017)

Tretja delavnica je bila namenjena predstavnikom muzejev in galerij, upravljalcem kulturnih poti ter gradov. Na delavnici je sodelovalo 19 deležnikov, ki so imeli enako nalogo kot deležniki na prvih dveh delavnicah.

Tabela 25
POVZETKI
DELAVNICE 3

TURISTIČNO OBMOČJE	PREDLOGI
Osrednja Slovenija in Ljubljana	<ol style="list-style-type: none"> 1. Janez Vajkard Valvasor <p>Primer povezovanja štirih gradov v dvodnevni produkt: Bogenšperk z Valvasorjevo grafično delavnico (doživljajski voden ogled): v MGLC-ju v Ljubljani (nosilec najstarejšega grafičnega bienala) si udeleženci izdelajo spominek v grafični delavnici, vključeno je kulinarično doživetje na Ljubljanskem gradu (potica, medica) in predstava ter obisk Fužinskega gradu, ki ga je upodobil Valvasor, kjer lahko zaključijo dan s koncertom. Prevozi z ene točke na drugo so zeleni, tudi prenočitev je povezana z Valvasorjevo dediščino. Drugi dan celostno doživetje Bogenšperka.</p>

Alpska Slovenija	<ol style="list-style-type: none"> 1. Družabni volk (glasbeni festivali sodobnih glasbenih zvrsti v neokrnjeni alpski naravi) 2. Alpska umetniška pot (umetniške postojanke s hišami pisateljev in umetnikov, druženja z umetniki, ustvarjanje – kreativni turizem) Komplementarna ponudba je kultura živih planin (pastirji, sirarji) ter z njimi povezana kulinarika.
Mediterska Slovenija	<ol style="list-style-type: none"> 1. Iz teme na sonce ali Z morja na Kras 2. Unescova dediščina (Idrija, Škocjanske jame) 3. Tihotapska/Krpanova pot (po zgodbi Martina Krpana) Povezovalni element: sol kot vrednota in dobrina nekoč in danes
Panonska Slovenija	Srednjeveška pot gradov (gradovi Posavja, Celje ...)

Na koncu delavnice so udeleženci izpostavili še Plečnika kot arhitekta, ki je pustil pečat po skoraj celi Sloveniji, in dediščino polpreteklega socialističnega obdobja. Dodaten potencial za dvig prepoznavnosti v širšem mednarodnem prostoru predstavlja tudi možnost vpisa na Unescov seznam svetovne kulturne dediščine ter praznovanje obletic (2017–2018 – 100-letnica 1. svetovne vojne, 2018 – evropsko leto kulturne dediščine, 2017 – 60-letnica smrti arhitekta Jožeta Plečnika, 2022 – 150-letnica rojstva arhitekta Jožeta Plečnika).

Delavnica 4 (12. 4. 2017)

Na četrto delavnico so bile vabljene organizacije, ki organizirajo in producirajo redne kulturne programe in festivale ter tradicionalne prireditve. Udeležilo se je 14 predstavnikov. V prvem delu delavnice so izpostavili nekatere sistemske težave, ki se navezujejo predvsem na financiranje festivalov in tradicionalnih prireditev na državni in lokalni ravni. Izpostavili so tudi problematiko časovne zgoščenosti festivalov v določenem delu leta (poletje) in potrebe po sistemu enotnega napovedovanja terminov festivalov in dogodkov. V drugem delu so udeleženci identificirali nekaj ključnih prednosti Slovenije kot festivalske dežele:

Kulturna in etnografska raznolikost na eni strani ter povezljivost in dostopnost na drugi (raznolikost v geografskem smislu, kot tudi glede na vplive okoliških kultur, ki so oplajali Slovenijo).

V Sloveniji ni množičnih festivalov in prireditev, prednost je velika količina in raznovrstnost festivalov in dogodkov.

Slovenija je dežela manjših festivalov, med njimi tudi zelo nišnih in specializiranih. Prednost je lahko vzdušje, ki se dodatno razvija tudi z družabnimi dogodki in spremljevalno ponudbo festivalov.

Edinstvenost predstavlja tudi preplet med urbanim in ne-urbanim (etno oz. podeželskim), ki ga zaradi geografske dostopnosti hitro ujamemo.

Potencial predstavljajo ambientalni dogodki, ki povezujejo naravne lepote in prizorišča v naravi (nepričakovan in zato spektakularen prizor narave kot kulisa kulturnega dogodka) ter kulturno ponudbo.

Pustovanje kot eden od povezovalnih in edinstvenih dogodkov z velikim turističnim in povezovalnim potencialom.

Povezovanje festivalov za doseganje sinergijskih učinkov pri promociji (povezovanje glede na letni čas: npr. BIO, Druga godba v maju ali povezovanje glede na ciljne skupine).

Povezovanje festivalov in dogodkov ter kulturnih in/ali naravnih znamenitosti. Primer je vzpostavljeno sodelovanje med organizatorji festivala MetalDays in Postojnsko jamo.

Koncept spoznaj 7 TOP (galerij, festivalov ...) v smislu priprave promocijskih materialov, ki povezujejo sorodne kulturne vsebine za iste ciljne javnosti.

SWOT ANALIZA KULTURNO-TURISTIČNE PONUDBE

Osnovo za SWOT analizo predstavljajo izhodišča, ki jih je predložila strokovna skupina projekta. Ta izhodišča smo dopolnili z rezultati vprašalnikov, ki smo jih prejeli s strani lokalnih turističnih organizacij.

PREDNOSTI

- ❖ avtentičnost, edinstvenost in raznolikost (na majhnem geografskem prostoru)
- ❖ dostopnost in povezave z bližnjimi trgi (Trst, Gradec, Zagreb)
- ❖ kakovostna ponudba in količina kulturne ponudbe
- ❖ pripravljenost kulture in turizma na sodelovanje in oblikovanje privlačne ponudbe
- ❖ tradicija ter ohranjanje in obujanje dediščine

SLABOSTI

- ❖ nepovezanost ponudbe
- ❖ nepovezanost turističnega gospodarstva in kulture
- ❖ slaba prepoznavnost Slovenije kot destinacije kulturnega turizma (ni večjih mednarodnih dogodkov, razstav)
- ❖ kadrovske viri s premalo znanja in poznavanja kulture (v turizmu) in turizma (v kulturi)
- ❖ pomanjkanje trženjskih znanj in orodij pri kulturnih institucijah in producentih

PREDNOSTI

- ❖ skupna/povezana promocija kulturno-turistične ponudbe
- ❖ povezovanje kulturne in turistične ponudbe (oblikovanje delnih in integralnih turističnih produktov)
- ❖ razvoj doživetij s poudarkom na kreativnem turizmu (aktivno udeleževanje turistov v doživetja in/ali delavnice)
- ❖ sistematično zbiranje in analiza podatkov o obiskovalcih, njihovih motivih ter zadovoljstvu
- ❖ iskanje novih modelov povezovanja kulture in turizma, npr. festivalske počitnice (združevanje festivalske ponudbe s počitnicami) – predstavitev kulturne ponudbe na obiskanih turističnih točkah

NEVARNOSTI

- ❖ brez razvoja kulturno-turističnih produktov, ki ni predmet pričujočega dokumenta, ne bo zares uspešnega trženja kulturnega turizma
 - ❖ pomankanje finančnih sredstev za razvoj in ohranjanje kakovosti festivalov in dogodkov (nacionalna in lokalna raven)
 - ❖ neustrezen način predstavitve/interpretacije kulture za vključevanje v turistične storitve in nizek delež sredstev za promocijo
 - ❖ bolj obiskane znamenitosti in destinacije lahko več sredstev namenjajo promociji
 - ❖ v primerjavi z manj razvitimi, povečuje se razkorak med bolj in manj obiskanimi
- ni še razvitih modelov upravljanja z obiskovalci (trajnostni vidik)

PRIMERI DOBRIH PRAKS

Različne države se na različne načine lotevajo razvoja kulturnega turizma, bodisi z vidika krepiteve partnerskega sodelovanja med kulturo in turizmom (Italija), bodisi s tržno-komunikacijskega in prodajnega vidika (Portugalska, Avstrija), bodisi z vsebinskega vidika (Škotska, Grčija). Omenjeni primeri dobrih praks partnerskega, vsebinskega in tržnega razvoja kulturnega turizma so povzeti po **poročilu Organizacije za gospodarsko sodelovanje in razvoj (OECD)**¹⁹, ki je opravila obširno raziskavo o učinku kulture in turizma na dvig privlačnosti in konkurenčnosti destinacij.

Italija: Razvoj kulturnih poti prek partnerstev

V Italiji so bile razvite tri Evropske kulturne poti v sodelovanju in partnerstvu z drugimi evropskimi državami in institucijami. *Via Francigena*, Feničanska pot (*La Rotta dei Fenici*) in *Via Carolingia* so bile razvite s strani turističnih upravljavcev v sodelovanju z lokalnimi in regionalnimi uradniki iz Italije in drugih držav ob kulturnih poteh ter Inštituta evropskih kulturnih poti. Itinerarji omogočajo obiskovalcem, da odkrijejo pomembne vidike italijanske in evropske dediščine, hkrati pa spodbujajo medkulturni dialog in izmenjavo.

Portugalska: razvoj *Genuinelanda*

V portugalski regiji Alenejo Evropska mreža vasi razvija koncept vaškega turizma (*Village Tourism*) in namišljenega turizma (*Tourism of the Imagination*). Znamko *Genuineland* so razvili za povečanje podobe projekta, ki vključuje lokalne skupnosti in aktivnosti, kot so ponazoritve zgodovinskih dogodkov, razvoj izletov, organizacije turistične ponudbe in združenih projektov ter izmenjav med vasmimi. Projekt je razvil tudi promocijske aktivnosti, ki pripomorejo k prepoznavnosti vasi (letaki, spletna stran ...), kar pomaga vasem nuditi avtentično doživetje, osnovano na pristni lokalni kulturi.

Avstrija, Vorarlberg regija: Spodbujanje kulturne privlačnosti

V regiji, ki leži ob jezeru Constance in ki meji na Nemčijo, Švico in Liechtenstein, imajo turizem in prostočasne aktivnosti pomemben vpliv na gospodarstvo regije, saj predstavljajo kar 15 % BDP-ja. Regija ima dinamično kulturno in umetniško sceno, kot tudi mešanico tradicionalne in moderne arhitekture, pomembne festivale in kulturne institucije. Njihova strategija kulturnega turizma načrtuje, da se Vorarlberg pozicionira na mednarodni trg in razvije kot regijska znamka. Kultura igra pomembno vlogo pri diferenciaciji regionalnih produktov in podpiranju regionalne blagovne znamke. Cilji za leto 2010 so bili:

- Narediti Vorarlberg najbolj atraktivno kulturno destinacijo v regiji.
- Zagotoviti, da ima Vorarlberg najbolj dinamično in znano kulturno sceno v regiji.
- Razviti sodelovanje med kulturnim in turističnim sektorjem.
- Glavni cilj sodelovanja kulture in turizma je povezava v izboljšanju gospodarstva, kulturne in socialne pozicije regije.

19 Vir: The Impact of Culture on Tourism, OECD 2009

Škotska, Glasgow: Kultura kot katalizator za gospodarsko rast in spremembo podobe

Glasgow se je v začetku 80-ih let prejšnjega stoletja odločil za kampanjo gospodarske regeneracije in spremembo podobe mesta, v kateri so uporabili kulturo kot glavno atrakcijo. Mesto je nosilo naziv Evropska prestolnica kulture 1990 in takrat tudi odprlo številne glavne kulturne atrakcije in prostore, med drugimi tudi Burrell Collection in Glasgow Museum of Modern Art. Program je zaznal dramatično izboljšanje podobe mesta – pozitivna podoba oz. zaznavanje mestne podobe se je med letoma 1986 in 2003 dvignilo za 17 %, medtem ko se je pozitivna podoba kulture povečala za 40 % in podoba turizma za 150 %. To nakazuje na močno povezanost med turizmom, kulturo in podobo mesta.

Dodatna priljubljenost mesta je imela tudi pozitivne gospodarske učinke. Med letoma 1994 in 1998 se je gospodarstvo mesta povečala za 15,9 %, več v primerjavi s celotno Škotsko (10,3 %) in Veliko Britanijo (11,4 %). Leta 2005 je bilo v Glasgowu približno 29.640 ljudi zaposlenih v turizmu in z njim povezanih panogah oz. aktivnostih, kar je predstavljalo 7,6 % vseh zaposlitev v mestu. Leta 1995 so obiskovalci Glasgowa opravili 1,49 milijona tur, kar se je do leta 2005 povečalo na 2,8 milijona.

Poleg turizma je mesto ponovno obudilo pogoje za življenje, delo in investicije. V letih 2006–2007 so se zaključile večje investicije (58 milijonov EUR) v hotelsko in prostočasno industrijo. Mesto se je predstavljalo pod sloganom: *Glasgow: Scotland with style*, ki ne odraža le turističnega vidika, ampak tudi bivanjskega, ter izžareva sporočilo, da je mesto primerno za življenje, delo, študij in investicije.

Grčija: Širjenje turistov prek kulturnih poti

Kljub bogati kulturni osnovi na področju Peloponeza območje ni tako obiskano kot npr. na obali in pojavlja se potreba po razširitvi turizma na celinski del države. Pausanijeve poti (*The Pausanias' Pathways*) ustvarjajo atraktivno okolje za prebivalce, investitorje in obiskovalce, prav tako pa podpirajo gospodarstvo, okolje in socialno okolje v regiji. Glavni produkt je razvoj tematske poti od Korinta do Olimpa. Program cilja predvsem na obiskovalce antičnega Olimpa in Korinta, saj ponuja bolj avtentično izkušnjo celinskega dela polotoka.

Pot vključuje številne nišne produkte, kot je program na osnovi Herkulovih del, povezuje tudi lokacije, kjer naj bi se odvijala mitološka dela, prav tako pa ponuja različne aktivnosti.

KROVNE SKUPINE PRODUKTOV ZNOTRAJ KULTURE

V strategiji razvoja in trženja kulturnega turizma na Slovenskem (2009–2013) so bila kot glavna področja, ki jih lahko vključujemo v kulturno-turistično ponudbo, identificirana:

- ✦ mestna, trška in vaška jedra,
- ✦ prireditve s poudarkom na festivalih,
- ✦ profana monumentalna dediščina s poudarkom na gradovih,
- ✦ sakralna dediščina,
- ✦ muzeji in galerije,
- ✦ tematske kulturne poti,
- ✦ alternativna, mladinska, multimedijska in vizualna umetnost,
- ✦ svetovna prestolnica knjige in evropska prestolnica kulture.

Za potrebe trženja smo v pričujočem dokumentu prevetрили področja kulturne ponudbe, ki že predstavljajo posamezne elemente turističnih produktov in so že del turistične ponudbe ali imajo velik razvojni potencial, da to postanejo. V fazi analize in zbiranja podatkov smo identificirali naslednja področja kulture, ki smo jih v trženjskem načrtu povezovali v predloge kulturno-turističnih itinerarjev glede na sorodnost vsebin in geografske lokacije:

- kulturna in zgodovinska dediščina (kulturne znamenitosti, znamenite stavbe/arhitektura/gradovi/sakralni objekti/dvorci, spomeniki),
- muzeji, galerije, spominske hiše, zgodovinske ali umetniške zbirke,
- kulturne ustanove in programski izvajalci s kontinuirano ponudbo umetniških in zabavnih programov (glasba, opera, ples, gledališče, film),
- stara mestna jedra ali zanimivi zgodovinsko-arhitekturni sklopi,
- festivali (glasbeni, filmski, gledališki, literarni, zabavni ...),
- tradicionalni dogodki in prireditve (tudi kulinarične),
- tematske, kulturne in kulinarične poti,
- kreativna doživetja, prikazi in delavnice (ustvarjalne, rokodelske ...),
- kulturna krajina.

PREGLED FOTOGRAFIJ NA TEMO KULTURE V MEDIATEKI STO

Večje število fotografij s tematiko kulture je nesodobnih (nekatero fotografije so starejše od 15 let), kar je vidno predvsem v barvah in motivih. Motivi na fotografijah so dostikrat prazna mestna jedra, znamenitosti in zbirke, brez utripa mesta, ljudi in doživetij. Analiza mediateke je bila opravljena aprila 2017.

Tabela 26
PREGLED
FOTOGRAFIJ V
MEDIATEKI STO

KATEGORIJA FOTOGRAFIJ	ŠTEVILO IN OPIS
PIREDITVE	Glavnina slik MetalDays festivala in Odprte kuhne
prednovoletni čas (40)	Glavnina posneta v Ljubljani, druge iz Celja, Maribora in Kranjske gore. Fotografije niso sodobne, razen mesta Ljubljane. Primankuje motivov ljudi in uličnega vrveža.
koncerti (12)	Koncerti v zaprtih prostorih (3) in na prostem (9), slednje večinoma festivala MetalDdays).
folklor, slovenski običaji (21)	Fotografije niso sodobne.
Kurentovanje/pustovanje (10)	Fotografije niso sodobne.
srednjeveški dnevi (22)	Kamnik in Ljubljana
Škofjeloški pasijon (2)	
Planica (20)	Predvsem motivi športne prireditve.
poletni festivali na prostem in poletni festivali (70)	Glavnina s festivala MetalDays in Odprte kuhne, drugo različni ulični festivali (Ana Desetnica).
balet/opera (4)	
GRADOVI	Pročelija gradov, velikokrat v rjavih tonih, fotografije niso sodobne, pojavljajo se enaki motivi brez ljudi.

Večje število fotografij: Bled (19), Idrija (16), Ptuj (14), Ljubljanski Grad (7), Strmol (6), Otočec (6), Bogenšperk (5).

Drugo 1–3 fotografije: Brdo, Socerb, Šmartno, Kendov dvorec, Kostanjevica, Pišeče, Žuženberg, Snežnik, Jareninski dvorec, dvorec Betnava, Mali grad (Kamnik), Brežice, Rajhenburg, Sevnica in grad Planina, Negova, Žička kartuzija, Konjice, Uršulinski samostan, Sinagoga (Maribor)

MUZEJSKE ZBIRKE

Izredno pomanjkanje fotografij z ljudmi, ki se zanimajo za to dejavnost. Velikokrat se ponavljajo motivi Idrije.

Idrija	Antonijev rov (6), čipke z ljudmi/brez ljudi (14), drugo (27)
Kobarid	1. svetovna vojna/vojaški muzej (8), Muzej sirarstva (3), Kostnica (3)
Kolovrat	Muzej na prostem, 1. svetovna vojna (3)
Tolmin	Nemška kostnica (2), Tolminski muzej (2)
Kamnik	Budnarjeva hiša (1), svečarstvo (1), frančiškanski samostan (2), drugo (1)
Koper	Etnografski muzej (1), pokrajinski muzej (2)
Kranj	Rovi pod Kranjem (3)
Škofja Loka	Loški muzej (2)
Kras	Lokev na Krasu – Vojaški muzej (1), Živi muzej na Krasu (1)

Drugo po 1 fotografijo: Celje/Celeia, Lipikum, Slovenski etnografski muzej v Ljubljani, Slovenske Konjice – Pleterje, Dolenjske muzej – Novo Mesto, Tavčarjev dvorec, Gorenjski muzej – Kranj, Slovenski planinski muzej v Mojstrani, Pokrajinski muzej – Celje, Vojaški muzej – Tabor v Lokvi, Muzej v veliki nedelji, Loški muzej na Loškem gradu – Škofja Loka, Muzej Brežice.

GALERIJE

Izredno malo fotografij

Umetnostna galerija Maribor (2)
Narodna galerija Ljubljana (1)
Koroška galerija umetnosti (1)

CERKVE

Bled (45)
Idrija (7)
Na Javorci(4)
V Podgorju pri Kamniku (3)

Drugo 1–2 fotografiji: Kamnik, sv. Urban, stolnica, Maribor, Kranj (Pungert), frančiščanska (Maribor), Pekrska gorca (Maribor), Ptuj, Novo mesto, Koper, sv. Mihael (Ljubljana), semeniška knjižnica.

MESTA – široki plan

Celje (9)	Glavnina ni sodobna in je nepriljučna.
Kobarid (9)	
Ptuj (8)	
Idrija (6)	
Radovljica (5) – samo Zimski Motivi	
Novo mesto (5)	
Škofja Loka (5)	
Kranj (5)	
Kamnik (4)	
Slovenske Konjice (4)	
Nova Gorica (3)	
Slovenj Gradec (1)	
Brežice (1)	

MESTA – ulice, spomeniki, podrobnosti ...

Idrija (28)	Mesta velikokrat brez modelov in brez utripa mesta.
Ptuj (13)	
Kranj (12)	
Kamnik (7)	
Slovenske Konjice (4)	
Novo Mesto (4)	
Škofja Loka (3)	
Štanjel (2)	
Celje (2)	
Kobarid (1)	
Izola (1)	

Ljubljana	Največja baza fotografij (30 strani), vseeno manj kot 400 fotografij, več detajlov kot splošnih pogledov – panorame, okoli 25 fotografij z motivi prednovoletnega časa
------------------	--

Maribor	27 strani fotografij (300–350), veliko z motivom Lenta (35) in Stare trte (10), ogromno arhitekturnih pogledov, primankuje motivov ljudi
----------------	--

Piran	8 strani fotografij, več detajlov kot splošnih pogledov – panorame, primankuje motivov ljudi
--------------	--

Koper	2 strani fotografij, primankuje motivov ljudi
--------------	---

OBLIKOVANJE MODELA ZA IZBOR VSEBIN OZ. PODPRODUKTOV ZA POSAMEZNE SKUPINE ZNOTRAJ KULTURE Z MERILI ZA IZBOR

Izvedena analiza je pokazala, da v Sloveniji obstaja vrsta prepoznavnih in dobro obiskanih kulturnih znamenitosti in dogodkov, ki pomembno prispevajo k prepoznavnosti Slovenije na primarnih in sekundarnih trgih. Vendar pa zaradi razpršenosti in nepovezanosti ponudbe v prepoznavne celovite kulturno-turistične produkte ne delujejo kot pomemben motiv za prihod. Za potrebe vzpostavitve celovite turistične ponudbe na področju kulturnega turizma je potrebno posamezna doživetja in atrakcije povezati v celovite turistične produkte.

Turistični produkt razumemo na različne načine:

- ✚ **TURISTIČNI PRODUKT**, ki se izvaja na določeni destinaciji/mikro lokaciji, ki je lahko:
 - **INTEGRALNI TURISTIČNI PRODUKT:** Vsebinsko zaokrožen splet več delnih turističnih produktov, npr. potovanje, ki zajema nastanitev, gostinske storitve, prevoz in ogled znamenitosti; je element primarne in sekundarne turistične ponudbe (Turistični terminološki slovar – UP ZRS, Vesna Mikolič idr.).
 - **PARCIALNI TURISTIČNI PRODUKT:** Vsebinsko zaokrožen splet fizičnih proizvodov, storitev in/ali naravnih in kulturnih dobrin, ki ga oblikuje in ponuja ena sama turistična, gostinska, prometna ali trgovinska organizacija, npr. prenočitev v hotelu; sodi bodisi na področje primarne ali sekundarne ponudbe. Delni turistični proizvodi se sestavljajo v celovit turistični proizvod.
- ✚ Turistični produkt, ki je pretvorjen v **PRODAJNI PROGRAM/PAKET**.
- ✚ **PRIREDITEV** – turistični produkt, ki je vezan na dogodek ter v njem sodeluje več ponudnikov.

Analiza je pokazala, da kulturni turistični produkt danes deluje predvsem na nivoju parcialnih turističnih produktov ter prireditev.

PARCIALNI TURISTIČNI PRODUKT

O njem govorimo, ko posamezne atrakcije nadgradimo v zaokroženo doživetje. Parcialni turistični produkt je lahko tematska pot, dogodek, ponudba katerega od ponudnikov, voden program obiska ...

Kot potencilani parcialni turistični produkti so bili identificirani:

- kulturne znamenitosti: stavbe, gradovi, sakralni objekti, dvorci, spomeniki, muzeji, galerije, spominske hiše, zbirke, Unescova dediščina,
- tematske kulturne poti,
- mestna jedra,
- podeželje: kulturna krajina,
- gastronomija,
- kreativni turizem: doživetja, vodeni programi.

V primeru potencialnih turističnih produktov gre v tem trenutku predvsem za nabor atrakcij in deloma vodenih doživetij, ki so bili identificirani kot potencialni parcialni turistični produkti. Atrakcija lahko postane parcialni turistični produkt, ko zadosti osnovnim pričakovanjem turista.

- Med osnovne pogoje, da atrakcija postane parcialni turistični produkt, lahko štejemo:
- ohranjeno kulturno dediščino z ustrezno interpretacijo (več jezično),
- upravljanje (odpiralni časi), vzdrževanje in obstoj osebja na ključnih točkah (vodniška služba),
- dostopnost in infrastrukturo,
- atraktivnost in obseg obiskovalcev (nasičenost),
- ustrezno informacijsko podporo (prilagoditev informacij za potrebe turizma).

Samo razviti parcialni turistični produkti lahko postanejo gradniki celovitega turističnega produkta.

CELOVITI TURISTIČNI PRODUKT

Analiza je pokazala, da je ponudba celovitih turističnih produktov na področju kulturnega turizma izjemno omejena. Omejena je predvsem na kulturne prireditve, ki v posameznih primerih obiskovalcem ponujajo več kot samo udeležbo na festivalu. Poleg tega posamezne agencije razvijajo turistične pakete, ki primarno slonijo na kulturni dediščini. Ponudba celovitih turističnih produktov na nivoju destinacij pa je praktično nerazvita.

Za uspešno trženje kulturnega turizma je potrebno aktivno pristopiti k razvoju kulturnih turističnih produktov na nivoju lokalnih, regionalnih ali nacionalnih organizacij. Ključno pri razvoju turističnih produktov je, da jih povezuje nosilna tema (sodobna umetnost, srednjeveška arhitektura, običaji in umetnostne obrti, gastronomija ...), ki obiskovalcu ponudi celovito doživetje in razumevanje.

Za uspešen razvoj celovitih turističnih produktov moramo izpolnjevati nekaj osnovnih pogojev.

Za razvoj celovitega turističnega produkta so pomembni:

- osnovni pogoji,

- kvalitetna storitev,
- gostoljubnost,
- možnost izbire,
- vključenost.

Osnovni pogoji, potrebni za razvoj turističnega produkta:

- ohranjena kulturna dediščina z ustrezno interpretacijo,
- ustrezni naravni pogoji (vreme), kakovost okolja (voda, zrak, onesnaženje ...), kakovost turistične infrastrukture, obseg obiskovalcev (nasičenost),
- ponudba aktivnosti kot osnovna ali dodatna ponudba.

Kakovostna storitev je odvisna od delovanja in organiziranosti ponudbe, ki ustreza pričakovanju obiskovalca:

- upravljanja destinacije, produkta, ponudbe,
- vzdrževanja,
- osebja na ključnih točkah (recepција, vodniška služba ...),
- dostopnosti do informacij, možnosti nakupa, dostopa in izvedbe.

Gostoljubnost

- Samo kakovostna ponudba ni dovolj; obiskovalci pričakujejo nekaj več = gostoljubnost.
- Kakovost storitve je osnovno pričakovanje in uresničitev obljube, gostoljubnost pa je pričakovani način, odnos, kako je storitev izpeljana.
- Gostoljubnost odraža odnos prebivalcev do obiskovalcev in je lahko pristna ali ne.

Možnost izbire

- Ponudba mora biti oblikovana na način, da gostu ponuja možnost izbire.
- Produkt mora vključevati elemente, ki omogočajo izbiro (odpiralni časi).
- Svoboda se ne nanaša samo na možnost izbire, temveč tudi na priložnost za pozitivna presenečenja in spontanost.

Obiskovalec naj dobi občutek, da ima srečo, da je na pravem mestu v pravem trenutku, kar povečuje vrednost obiska.

Vključenost

- Vedno več storitev omogoča obiskovalcu sodelovanje, soudeležbo in vključenost v izvedbo.
- Osnova za uspešno vključevanje turista je kombinacija razvite ponudbe, kakovostne storitve, gostoljubja in možnosti izbire. Ti elementi določajo možnosti za **fizično, intelektualno ali emocionalno vključevanje**.

Vključenost se ne navezuje samo na fizično prisotnost, temveč tudi na **občutek povezanosti z vsebino in produktom**.

Vključenost v kombinaciji s svobodo izbire, pristnim gostoljubjem, kakovostno storitvijo in razvito ponudbo (ki vključuje dostopnost, kakovostno okolje, lepo vreme in ustrezno število drugih ljudi) praktično zagotavlja kakovosten turistični produkt, ki izpolnjuje obljubo.

VREDNOTENJE POSAMEZNIH KULTURNIH ZNAMENITOSTI IN DOGODKOV Z VIDIKA TURISTIČNEGA POTENCIALA

Za potrebe vzpostavitve sistema razvoja celovitih turističnih produktov na področju kulturnega turizma je prvi korak razvoj parcialnih turističnih produktov na nivoju kulturnih znamenitosti, kreativnega turizma, obiska mestnih jeder, podeželja. Primerno razviti parcialni turistični produkti izpolnjujejo pričakovanja obiskovalcev. Zato smo razvili sistem vrednotenja trenutnega stanja s priporočili upravljavcem, ki jim bodo pomagala pri vzpostavitvi turistično ustreznih parcialnih turističnih produktov na področju kulturnega turizma.

Sistem vrednotenja in priporočil je na eni strani v pomoč upravljavcem znamenitosti in organizatorjem dogodkov v procesih prilagajanja ponudbe potrebam tujih turistov. Na drugi strani pa služi destinacijskim organizacijam pri izboru in vključevanju znamenitosti in dogodkov v celovite turistične proizvode in promocijske aktivnosti. Model vrednotenja temelji na analizi anketnih vprašalnikov, ki so jih izpolnile kulturne institucije, organizatorji dogodkov ter destinacijske organizacije, ter na analizi obstoječih podatkov o posameznih znamenitostih in dogodkih (predstavitve na spletnih straneh).

Na osnovi zbranih informacij smo postavili nosilne vsebinske sklope vrednotenja znamenitosti za potrebe razvoja parcialnih turističnih produktov:

- **Atraktivnost:** do kakšne mere turisti prepoznavajo posamezno znamenitost kot zanimivo in vredno obiska. Ključni kriterij za določanje atraktivnosti so mnenja obiskovalcev na spletu, usmeritve izbranih turističnih vodnikov in trenutni obisk.
- **Interpretacija:** na kakšen način je znamenitost interpretirana za potrebe turističnega obiska. Pri tem so ključni podatki o dostopnosti vsebinskih informacij v več jezikih na spletnih straneh, prilagojena in prevedena interpretacijska orodja na sami lokaciji, možnost strokovnih vodenj v več jezikih ter drugi načini približevanja vsebine (dogodki ...)
- **Dostopnost:** kako je znamenitost dostopna (javni prevoz), kako je urejena dostopnost in interpretacija za ljudi s posebnimi potrebami, kakšni so odpiralni časi (popoldan, vikend ...). Pri dostopnosti nas zanima tudi dostopnost do informacij o ponudbi: kje in na kakšne načine se znamenitost promovira, kje lahko gostje najdejo informacije o možnostih obiska.
- **Dodatna ponudba in povezovanje:** ali poleg obiska upravnik ali organizator ponujata dodatne storitve (trgovina s spominki, gostinska ponudba ...) ter ali se znamenitost povezuje z drugo ponudbo na destinaciji (ali na drugih destinacijah) in je že vključena v različne celovite turistične produkte.

V model vrednotenja vključujemo tudi minimalne pogoje, ki jih mora znamenitost ali dogodek izpolnjevati, da jo ocenjujemo kot primerno za vključevanje v celovite turistične proizvode in promocijo. Na ta način vzpostavljamo standard, ki pomembno vpliva na uporabniško izkušnjo obiskovalcev.

KRITERIJI ZA KULTURNO ZNAMENITOST: stavbe, gradovi, sakralni objekti, dvorci, spomeniki, muzeji, galerije, spominske hiše, zbirke:

KRITERIJ	NAVODILO	OBVEZNOST
1. OHRANJENA KULTURNA DEDIŠČINA Z USTREZNO INTERPRETACIJO		
Kulturna znamenitost ima uradni status.	Znamenitost je vpisana v register kulturne dediščine.	da
Kulturna znamenitost ima veljavni načrt upravljanja.	Ima veljaven upravljavski načrt oziroma program dela.	da
Kulturna znamenitost ima izdelano ustrezno interpretacijo.	Interpretacija je izdelana s strani strokovnih služb.	da
Interpretacija je prilagojena tujim turistom.	Interpretacija je vsebinsko prilagojena tujim turistom (enostavne razlage) in dostopna v več jezikih (minimalno v slovenščini in angleščini).	da
Interpretacija je enostavno dostopna.	Interpretacija je dostopna prek različnih interpretacijskih orodij na sami lokaciji, prek strokovnih vodenj v več jezikih ter drugih načinov približevanja vsebine (dogodki ...)	da
2. VZPOSTAVLJEN SISTEM UPRAVLJANJA IN VZDRŽEVANJA		
Kulturna znamenitost ima upravljavca.	Z znamenitostjo nekdo upravlja oziroma ima znanega skrbnika, ki ima na razpolago sredstva za redno vzdrževanje, izvajanje programa.	da
Kulturna znamenitost ima usposobljeno osebje za izvajanje programa in interpretacije.	Usposobljeno osebje skrbi za varovanje dediščine, izvajanje programa ter nudi redna vodenja v več jezikih (minimalno v slovenščini in angleščini).	da
Izvedba programov za potrebe turizma	Znamenitost ima izdelan program, ki je prilagojen turistom (dogodki, vodenja, delavnice) in poteka vsaj v dveh jezikih ter ima javno objavljen urnik.	da

3. DOSTOPNOST IN INFRASTRUKTURA

Primerni odpiralni časi	Znamenitost ima javno objavljen urnik odpiralnih časov v več jezikih, odpiralni čas je prilagojen turizmu (popoldan, vikendi, prazniki).	da
Dostopnost z javnimi prevoznimi sredstvi	Znamenitost je dostopna z javnim prevozom in k uporabi tega spodbuja svoje obiskovalce (spletna stran, promocijska gradiva).	zaželeno
Dostopnost za ljudi s posebnimi potrebami	Znamenitost ima urejeno dostopnost in interpretacijo za ljudi s posebnimi potrebami.	zaželeno

4. INFORMACIJSKA PODPORA

Spletna stran	Znamenitost ima lastno spletno stran v več jezikih (minimalno v slovenščini in angleščini) z vsemi potrebnimi informacijami: odpiralni časi, vsebina in kulturna vrednost znamenitosti, dostopnost.	da
Promocijski material	Znamenitost razpolaga s promocijskimi materiali v več jezikih (minimalno v slovenščini in angleščini) z osnovnimi informacijami o odpiralnih časih, vsebini, dostopnosti.	da

5. ATRAKTIVNOST IN OBISK

Atraktivnost za turistični obisk	Obiskovalci (domači in tuji) prepoznavajo zanimivost kot vredno obiska (mnenja obiskovalcev na spletu, usmeritve izbranih turističnih vodnikov in trenutni obisk).	da
Obseg turizma	Količina obiskovalcev je primerna in uporabniška izkušnja zaradi obsega obiska ni ogrožena (izdelana ocena maksimalne zasičenosti, merjenje obiska, mnenja obiskovalcev).	da

6. DODATNA PONUDBA IN POVEZOVANJE

Dodatna ponudba	Upravitelj znamenitosti ponuja dodatne storitve, namenjene obiskovalcem: prodaja spominkov, gostinske storitve, plačljive delavnice ...	zaželeno
Povezovanje	Upravitelj znamenitosti se aktivno povezuje z lokalnimi ponudniki ter institucijami, pristojnimi za razvoj in promocijo turizma.	zaželeno

KRITERIJI ZA KREATIVNI TURIZEM: doživetja, vodene delavnice

KRITERIJ	NAVODILO	OBVEZNOST
1. VREDNOST PONUDBE KULTURNEGA TURIZMA		
Ponudba kreativnega turizma je strokovno podprta.	Program je izdelan/potrjen s strani strokovnih služb.	zaželeno
Ponudba je prilagojena tujim turistom.	Program je vsebinsko prilagojen tujim turistom (enostavne razlage) in dostopen v več jezikih (minimalno v slovenščini in angleščini).	da
Program ima usposobljeno osebje za izvajanje.	Usposobljeno osebje skrbi za izvajanje v več jezikih (minimalno v slovenščini in angleščini).	zaželeno
2. IZVAJANJE		
Časovne omejitve	Program ima javno objavljeno informacijo o terminih, ki so prilagojeni turizmu (redno ponavljanje, popoldan, vikendi, prazniki).	da
Vključenost	Program je zasnovan tako, da spodbuja aktivno udeležbo obiskovalcev.	zaželeno
Dostopnost za ljudi s posebnimi potrebami	Program je oblikovan tako, da omogoča udeležbo ljudem s posebnimi potrebami.	zaželeno
3. INFORMACIJSKA PODPORA		
Spletna stran	Program je dostopen na destinacijskem spletnem portalu v več jezikih (minimalno v slovenščini in angleščini) z vsemi potrebnimi informacijami: urnik izvajanja, vsebina in kulturna vrednost, dostopnost, primernost.	da
Promocijski material	Program je vključen v destinacijske promocijske materiale v več jezikih (minimalno v slovenščini in angleščini) z osnovnimi informacijami o odpiralnih časih, vsebini, dostopnosti.	da

4. ATRAKTIVNOST IN OBISK

Atraktivnost za turistični obisk	Obiskovalci (domači in tuji) prepoznajo program kot vreden obiska (mnenja obiskovalcev na spletu, usmeritve izbranih turističnih vodnikov in trenutni obisk).	zaželeno
----------------------------------	---	----------

5. POVEZOVANJE

Povezovanje	Izvajalec programa se aktivno povezuje z lokalnimi ponudniki ter institucijami pristojnimi za razvoj in promocijo turizma.	zaželeno
-------------	--	----------

PRIREDITVE: festivali, dogodki, namenjeni turistom

KRITERIJ	NAVODILO	OBVEZNOST
----------	----------	-----------

1. VREDNOST PONUDBE KULTURNEGA TURIZMA

Vsebine prireditve je strokovno podprta.	Program je izdelan/potrjen s strani strokovnih služb.	zaželeno
Prireditev je prilagojena tujim turistom.	Prireditev je prilagojena tujim turistom (enostavne razlage) in dostopen v več jezikih (minimalno v slovenščini in angleščini).	da
Program ima usposobljeno osebje za izvajanje.	Usposobljeno osebje skrbi za izvajanje v več jezikih (minimalno v slovenščini in angleščini).	zaželeno

2. IZVAJANJE

Vključenost	Program je zasnovan tako, da spodbuja aktivno udeležbo obiskovalcev.	zaželeno
Dostopnost za ljudi s posebnimi potrebami	Program je oblikovan tako, da omogoča udeležbo ljudem s posebnimi potrebami.	zaželeno

3. INFORMACIJSKA PODPORA

Spletna stran	Prireditev ima svojo spletno stran in/ali je ustrezno predstavljena na destinacijskem spletnem portalu v več jezikih (minimalno v slovenščini in angleščini) z vsemi potrebnimi informacijami: lokacija, urnik, program, vsebina in kulturna vrednost, dostopnost, primernost.	da
---------------	--	----

Promocijski material	Prireditve je vključena v destinacijske promocijske materiale v več jezikih (minimalno v slovenščini in angleščini) z osnovnimi informacijami.	da
----------------------	--	----

4. ATRAKTIVNOST IN OBISK

Atraktivnost za turistični obisk	Obiskovalci (domači in tuji) prepoznajo prireditve kot vredno obiska (mnenja obiskovalcev na spletu, usmeritve izbranih turističnih vodnikov in trenutni obisk).	zaželeno
----------------------------------	--	----------

5. POVEZOVANJE

Povezovanje	Izvajalec prireditve promovira in po možnosti tudi spodbuja nakup dodatnih storitev v destinaciji (namestitve, hrana, obiski drugih znamenitosti ...)	zaželeno
-------------	---	----------

RAZVOJ PROMOCIJE CELOVITIH TURISTIČNIH PROIZVODOV KULTURNEGA TURIZMA

Razvoj promocije celovitih turističnih proizvodov predstavlja tematsko povezovanje parcialnih turističnih produktov (znamenitosti, dogodki, ponudniki gastronomije, nastanitvenih kapacitet, organiziranih vodenj) v celovito doživetje. Analiza pa je pokazala, da je število tovrstnih turističnih produktov izjemno omejeno. Zato je cilj oblikovanja modela za razvoj promocije turističnih proizvodov oblikovanje priporočil ter enostavnih napotkov, ki jih bodo organizatorji lahko uporabljali v naslednjih korakih.

Kot že predhodno opredeljeno, so lahko krovni turistični produkti na področju kulturnega turizma:

- **tematski produkti krovnih turističnih znamenitosti**, pri čemer je delitev lahko vezana na zgodovinska obdobja (antika, srednji vek, novejša zgodovina,..), na vrsto znamenitosti (raziskovanja etnološke dediščine, muzejske zbirke ...), na vsebino (arhitektura, likovna umetnost ...) in na Unescovo dediščino,
- **doživetja mestnih jeder in podeželja,**
- **kulinarični turistični produkti,**
- **produkti festivalov,**

Za vsak sklop turističnih produktov so potrebne:

- **opredelitev nosilne teme in krovne zgodbe:** vsebina, ki povezuje kulturno ponudbo in jo lahko zapišemo v obliki zgodbe;
- **opredelitev potenciala produkta glede na ključne pogoje:** osnovni pogoji, delovanje in organiziranost, možnost izbire, vključenost;

- **opredelitev ciljnih skupin:** koga nagovarjamo z izbrano vsebino in kakšna so njegova pričakovanja do proizvoda;
- **tržno-promocijski razvoj produkta:** katere gradnike povezujemo v ponudbo (lokalno, regionalno, nacionalno), ugotavljanje, kaj manjka, in vzpostavitev korakov potrebnega razvoja (glede na ključne pogoje in pričakovanja ciljnih skupin);
- **razvoj načrta trženja:** vzpostavitev celostne podobe produkta in potrebnih trženjskih aktivnosti za prodor na trg.

Proces razvoja celovitih turističnih produktov:

KRITERIJ	NAVODILO
1. OPREDELITEV NOSILNE TEME IN KROVNE ZGODBE	
Nosilna tema produkta	Izbor teme, ki posamezne parcialne turistične produkte povezuje v celovit turistični produkt: <ul style="list-style-type: none"> ▪ zgodovinska obdobja: po poteh antike, srednjega veka, novejše zgodovine ... ▪ tip atrakcije: muzejske etnološke zbirke, prirodoslovne, galerijska pot, povezovanje gradov ... ▪ po vsebini: arheologija, arhitektura, etnologija ...
Zapis zgodbe	Nosilno temo zapišemo v obliki kratke enostavne zgodbe, ki postane osnova za vzpostavitev komunikacijske strategije ter opredeli ključne gradnike produkta.
2. OPREDELITEV POTENCIALA PRODUKTA GLEDE NA KLJUČNE POGOJE	
Osnovni pogoji	Kulturna dediščina ustreza zgoraj opisanim pogojem valorizacije parcialnih turističnih produktov, poleg tega v destinaciji obstaja dodatna ponudba: namestitve, kulinarična ponudba, ponudba drugih aktivnosti.
Delovanje in organiziranost	Produkt ima skrbnika, ki je odgovoren za promocijo in izvedbo.
Možnost izbire	Produkt se izvaja ali periodično na izbrane termine ali po naročilu. Pogoji so jasni ter javno objavljeni. Po možnosti se program izvaja za različne ciljne skupine: družine, skupine, otroci ... ter v več jezikih.
Vključenost	Produkt ponuja možnost osebne izkušnje z udeležbo.
3. OPREDELITEV CILJNIH SKUPIN	
Izbor ključne ciljne skupine glede na persone	Izbor ciljne skupine iz nabora person, ki jih je opredelila Slovenska turistična organizacija, ki jim je nakup produkta primarni ali sekundarni motiv.
Opredelitev ključnih privlačnosti produkta glede na persone	Opredelitev primarnih in sekundarnih motivov ciljnih skupin, ki opredeljujejo vsebino in izvedbo posameznih produktov.

4. TRŽNO-PROMOCIJSKI RAZVOJ PRODUKTA

Proces oblikovanja nacionalnih produktov poteka *bottom up*, saj mora za potrebe krovnih nacionalnih produktov obstajati razvita ponudba na nižjih nivojih, ki jih potem lahko povezujejo v celovita doživetja, produkta na slovenskem nivoju, s čimer postanejo ključne nacionalne atrakcije. Izbor parcialnih produktov opravimo glede na valorizirane parcialne turistične produkte ter glede na temo in vsebino produkta. Proces razvoja mora opredeliti tudi manjkajoče elemente produkta ter vzpostaviti sistem razvoja.

Celovit turistični produkt mora najprej nastati na lokalnem nivoju in mora vključevati:

Razvoj lokalnih turističnih produktov

valorizirane parcialne turistične produkta kulturnega turizma, dopolnilno ponudbo: namestitve, kulinarika, ki je po možnosti tematsko povezana z vsebino produkta, dodatno ponudbo, ki nagovarja sekundarne motive ciljne skupine, organizacijo celotnega doživetja, vključno s transferji.

Primer: razvoj produkta pustovanje v Sloveniji: lokalni organizatorji pustovanj razvijajo parcialni turistični produkt obiska pustovanj, ki pa mora biti prilagojen za turistični obisk in mora vsebovati: interpretacijo običajev, ki je prilagojena tudi tujim obiskovalcem (pisna ali vodena razlaga običaja), omogoča aktivno udeležbo pri izdelovanju mask, udeležbo v posameznih delih običaja, obisk pustovanj, ponudbo kulinaričnega pustnega doživetja, namestitev.

Razvoj nacionalnih turističnih produktov

Oblikovanje in razvite lokalne turistične produkte lahko povežemo v nacionalne produkte, ki vsebujejo:

krovno temo, ki deluje kot osnovni motiv, mozaik lokalnih produktov, ki jih obiskovalec lahko sam povezuje v večdnevna doživetja ali jih kot programe razvijajo in tržijo turistične agencije, nacionalno promocijo produkta kot motiva za obisk Slovenije.

Primer: razviti produkti pustovanj na lokalnih nivojih omogočajo razvoj nacionalnega produkta pustovanj v Sloveniji, v katerem obiskovalcu ponudimo večdnevno doživetje ter mu predstavimo pestrost pustnih običajev v Sloveniji.

5. RAZVOJ NAČRTA TRŽENJA

Vzpostavitev celostne podobe

Razvoj celostne podobe produkta z nosilnimi slikami in krovnimi besedili.

Razvoj komunikacijskega načrta

Priprava komunikacijskega načrta promocije in trženja lokalnih in nacionalnih turističnih produktov.

Predlog nadaljnjih korakov

Trenutna situacija na področju razvoja turističnih produktov pokaže, da ta segment ni razvit, vendar je za potrebe promocije Slovenije kot atraktivne turistične destinacije na področju kulturnega turizma izjemno pomemben. Zato predlagamo aktivni pristop k razvoju izbranih nacionalnih turističnih produktov po identificiranih sklopih:

- tematski produkti krovnih turističnih znamenitosti,
- doživetja mestnih jeder in podeželja,
- kulinarčni turistični produkti,
- produkti festivalov.

Proces mora biti voden od zgoraj, pri čemer je potreben razvoj produktov od spodaj. Zato je pomembno, da razvoj poteka v soglasju in sodelovanju ključnih deležnikov.