

Dokument

Elaborat za nadgradnjo ponudbe doživetij in kakovosti življenja na območju LAS UE Ormož

v sklopu projekta

»NAČRT RAZVOJA GOSPODARSTVA IN DVIGA KAKOVOSTI ŽIVLJENJA NA OBMOČJU LAS UE ORMOŽ V OBDOBJU 2019-2025«

Naročniki Občina Ormož
dokumenta: Ptujška cesta 6, SI-2270 Ormož
Matična št.: 5883687000; Davčna številka: SI29924464
Občina Središče ob Dravi
Trg talcev 4, SI-2277 Središče ob Dravi
Matična št.: 2242788000; Davčna številka: SI72907932
Občina Sveti Tomaž
Sveti Tomaž 37, SI-2258 Sveti Tomaž
Matična št.: 2242761000; Davčna številka: SI46847758

Izvajalec ProVITAL d.o.o.
dokumenta: Novine 19, 22112 Šentilj v Slov. goricah
Matična št.: 377103200; Davčna številka: SI72576294

Ormož, 31. januarja 2019

KAZALO DOKUMENTA

1 UVOD.....	6
1.1 Izhodišča dokumenta	6
1.2 Izhodišča za nadgradnjo ponudbe doživetij in kakovosti življenja v Destinaciji Jeruzalem Slovenija.....	8
1.3 Metodologija dela za prepoznavanje obstoječih in potencialnih specializiranih verig ponudnikov v Destinaciji Jeruzalem Slovenija.....	13
2 ANALIZA PONUDBE DOŽIVETIJ IN KAKOVOSTI ŽIVLJENJA V DESTINACIJI JERUZALEM SLOVENIJA.....	17
2.1 Analiza ponudbe vinskih kleti, gastronomske in ponudbe nastanitvenih kapacitet v Destinaciji Jeruzalem Slovenija.....	17
2.1.1 Analiza ponudbe kleti na vinskih cestah VTC 14 in VTC 15	17
2.1.2 Analiza gostinske prehranske ponudbe in nastanitvenih kapacitet v Destinaciji Jeruzalem Slovenija.....	23
2.2 Analiza ponudbe na področjih kmetijstva in rokodelstva	24
2.3 Analiza ponudbe na področjih narave in kulturne dediščine	25
2.4 Analiza ponudbe na področjih zdravja in dobrega počutja	27
2.5 Ugotovitve	28
3 AKCIJSKI NAČRTI ZA PREPOZNANE VERIGE PONUDNIKOV V DESTINACIJI JERUZALEM SLOVENIJA.....	29
3.1 Vinogradništvo, gastronomija in razvoj doživetij v Destinaciji Jeruzalem Slovenija	29
3.1.1 Vizija in cilji na področju vinogradništva in gastronomije v Destinaciji Jeruzalem Slovenija	31
3.1.2 Delavnice za nadgradnjo kakovosti ponudbe vinarjev in gostincev v Destinaciji Jeruzalem Slovenija.....	31
3.1.3 Ukrepi za udejanjanje vizije in ciljev na področjih vinogradništva in gastronomije v Destinaciji Jeruzalem Slovenija	44
3.2 Dnevi odprtih vrat ponudnikov Destinacije Jeruzalem Slovenija	48
3.2.1 Vizija in cilji aktivnosti Dnevi odprtih vrat Destinacije Jeruzalem Slovenija.....	52
3.2.2 Delavnice za aktivnost ponudnik Odprtih vrat Destinacije Jeruzalem Slovenija.....	53
3.2.3 Ukrepi	65

3.2.3.1 Poslovník verige Ponudnik odprtih vrat v Destinaciji Jeruzalem Slovenija	69
3.2.3.2 Poslovník komunikacije, promocije in trženja akcije Odprta vrata ponudnikov Destinacije Jeruzalem Slovenije	71
3.2.3.3 Marketinški splet akcije Odprta vrata ponudnikov Destinacije Jeruzalem Slovenije	72
3.3 Zdravje in dobro počutje v Destinaciji Jeruzalem Slovenija	77
3.3.1 Vizija in cilji aktivnosti za zdravje in dobro počutje v Destinaciji Jeruzalem Slovenija	81
3.3.2 Delavnice za ponudnike zdravja in dobrega počutja v Destinaciji Jeruzalem Slovenija	81
3.3.3 Ukrepi.....	93
3.4 Strokovna ekskurzija za oblikovanje doživetij v Destinaciji Jeruzalem Slovenija	96
4 ZAKLJUČEK.....	99

KAZALO SLIK

Slika 1: Kartografski prikaz območja treh občin LAS UE Ormož	7
Slika 2: Model razvoja in trženja turizma v Destinaciji Jeruzalem Slovenija v obdobju 2019-2025	13
Slika 3: 4 delovni sklopi projekta »Načrt razvoja in dviga kakovosti življenja na območju LAS UE Ormož za obdobje 2019-2025«.....	14
Slika 4: Časovnica izvajanja projektnih aktivnosti za DS2	15
Slika 5: Tri verige ponudnikov za doživetja na območju Destinacije Jeruzalem Slovenija.....	16
Slika 6: Kolesarske in sprehajalne poti Ljutomer - Jeruzalem - Ormož, karta.....	20
Slika 7: Kolesarske in sprehajalne poti v Krajinskem parku Jeruzalem	21
Slika 8: Območje povezanih KP Ljutomersko-ormoške gorice ter KP Ljutomerski ribniki in Jeruzalemske gorice	22
Slika 9: Natura 2000 v občini Ormož in Občini Središče ob Dravi	26

KAZALO TABEL

Tabela 1: Kvalitativni razvojni cilji Destinacije Jeruzalem Slovenija do leta 2025 ..	9
Tabela 2: Kvalitativni trženjski cilji Destinacije Jeruzalem Slovenija do leta 2025 .	9
Tabela 3: Kvantitativni cilji Destinacije Jeruzalem Slovenija do leta 2025	10
Tabela 4: Jeruzalem - privlačna izletniška točka	18
Tabela 5: Sprehod po Jeruzalemski vinski cesti - VTC 15	22
Tabela 6: KP Jeruzalemsko-ormoške gorice in KP Ljutomerski ribniki in Jeruzalemske gorice	22
Tabela 7: Površine Nature 2000 na območju LAS UE Ormož	26
Tabela 8: Prva delavnica za nadgradnjo kakovosti ponudbe vinarjev in gostinskih ponudnikov v DJS.....	32
Tabela 9: Druga delavnica za nadgradnjo kakovosti ponudbe vinarjev in gostinskih ponudnikov v DJS.....	35
Tabela 10: Dopolnilne dejavnosti na kmetiji na območju Destinacije Jeruzalem Slovenija.....	39
Tabela 11: Tretja delavnica za nadgradnjo kakovosti ponudbe vinarjev in gostinskih ponudnikov v DJS.....	39
Tabela 12: Četrta delavnica za nadgradnjo kakovosti ponudbe vinarjev in gostinskih ponudnikov v DJS.....	42
Tabela 13: Prva delavnica za nadgradnjo kakovosti ponudbe ponudnikov Odprtih vrat DJS.....	53
Tabela 14: Druga delavnica za nadgradnjo kakovosti ponudbe ponudnikov Odprtih vrat DJS.....	59
Tabela 15: Tretja delavnica za nadgradnjo kakovosti ponudbe ponudnikov Odprtih vrat DJS.....	62
Tabela 16: Četrta delavnica za nadgradnjo kakovosti ponudbe ponudnikov Odprtih vrat DJS.....	64
Tabela 17: Prva delavnica za nadgradnjo kakovosti ponudbe zdravja in dobrega počutja v DJS	82
Tabela 18: Druga delavnica za nadgradnjo kakovosti ponudbe zdravja in dobrega počutja v DJS	84
Tabela 19: Tretja delavnica za nadgradnjo kakovosti ponudbe zdravja in dobrega počutja v DJS	88
Tabela 20: Četrta delavnica za nadgradnjo kakovosti ponudbe zdravja in dobrega počutja v DJS	90

1 UVOD

V dokumentu »Elaborat za nadgradnjo ponudbe doživetij in kakovosti življenja na območju LAS UE ORMOŽ« so predstavljene ugotovitve drugega delovnega sklopa projekta NOST - »Načrt razvoja in dviga kakovosti življenja na območju LAS UE Ormož za obdobje 2017-2025«.

Aktivnosti delovnega sklopa - DS2 s projektno, delovno in specializiranimi skupinami so tekale v obdobju od aprila 2018 do januarja 2019. Rezultat aktivnosti je celovito povezana ponudba Destinacije Jeruzalem Slovenija, ki se prične s promocijsko akcijo »Spomladanski vikend odprtih vrat ponudnikov Destinacije Jeruzalem Slovenija«, nadaljuje z »Letnim koledarjem Odprtih vrat ponudnikov Destinacije Jeruzalem Slovenija« in zaključi s promocijsko akcijo »Jesenski vikend odprtih vrat ponudnikov Destinacije Jeruzalem Slovenija«.

Tako povezana ponudba ponudnikov treh občin je privlačna za izletnike, turiste, ki so nastanjeni v termah na območju Podravja in Pomurja, pa tudi na drugi strani meje - na Hrvaškem in v Avstriji ter ljubitelje odličnih vin in kulinarike, ki se želijo odpočiti od stresnega vsakdana v vinorodni destinaciji, kjer si hudomušni Prleki vzamejo čas in vas razvajajo v vseh možnih pogledih.

6

1.1 Izhodišča dokumenta

Dokument »Elaborat za nadgradnjo ponudbe doživetij in kakovosti življenja na območju LAS UE Ormož« (DS2) je del projekta in istoimenskega dokumenta »Načrt razvoja gospodarstva in dviga kakovosti življenja na območju LAS UE ORMOŽ v obdobju 2019-2025« (DS1), ki so ga naročile in izpeljale občine Ormož, Središče ob Dravi in Sveti Tomaž v obdobju od 7. 4. 2018 do 31. 1. 2019.

Elaborat se navezuje tudi na aktivnosti DS3 - vzpostavljanje razvoja sistema kolektivne blagovne znamke Jeruzalem Slovenija in DS4 - razvoj destinacijske in kolektivne znamke Destinacije Jeruzalem Slovenija, kar je predstavljano v dokumentih »Načrt razvoja sistema podeljevanja pravice do uporabe kolektivne blagovne znamke (KBZ) Jeruzalem Slovenija« ter »Načrt razvoja znamke destinacije Jeruzalem Slovenija in kolektivne blagovne znamke (KBZ) Jeruzalem Slovenija«.

Območje UE Ormož obsega nižinski, poplavni svet ob levem bregu Drave, ki spada v območje Natura 2000 in razgiban, gričevnat svet Slovenskih gor, ki beležita bogato zgodovino na območju treh občin Ormož, Središče ob Dravi in Sveti Tomaž.

Ravninski del ob reki Dravi je primeren za poljedelstvo in pridelavo vrtnin, gričevnat svet pa za vinogradništvo in vinarstvo. Vinske kleti in druge ponudnike povezujeata dve vinski cesti, in sicer VTC 14 in VTC 15.

Območje v skupni površini 212,47 km² s 16.409 prebivali, nima večjih naselij, ima pa ugodno lego ob meji s Hrvaško ter bližino večjih mest in termalnih centrov, ki predstavljajo pomemben potencial za razvoj turizma. Najbolj poseljeno je mesto Ormož (2.095 prebivalcev) sledi Središče ob Dravi (1.045 prebivalcev), v Občini Sveti Tomaž pa ni naselja, ki bi imelo več kot 255 prebivalcev (Mala vas pri Ormožu).

Slika 1: Kartografski prikaz območja treh občin LAS UE Ormož



Vir: Strategija lokalnega razvoja za Lokalno akcijsko skupino Upravne enote Ormož, LAS UE Ormož (31.11.2018).

Strukturne danosti v UE Ormož zaznamujejo štiri ključne postavke¹:

- Izjemno bogata **snovna in nesnovna dediščina** in delujoča **razvejana mreža izvajalcev in organizatorjev kulturnih programov in projektov** ter **bogata kulinarčna tradicija kmečke kuhinje**, ki jo obujajo gostinski obrati ter Društva kmečkih žena.
- **Pestra in dobro ohranjena narava in kulturna krajina.**
- **Šibko gospodarstvo** in z njim povezana **slaba ekonomska moč prebivalcev**; turizem je ena perspektivnejših dejavnosti z neizkoriščenim potencialom.
- **Neugodni demografski trendi** (beg možganov, odseljevanje, negativni naravni prirast, dnevne migracije na delo in visoka povprečna starost prebivalcev, nizka izobrazbena struktura prebivalcev - povprečno srednješolska in osnovnošolska izobrazba, raste delež višješolske populacije, ženske imajo v povprečju višjo izobrazbo kot moški).

¹ Povzeto po: Strategija lokalnega razvoja za Lokalno akcijsko skupino Upravne enote Ormož, LAS UE Ormož (31.11.2018).

»Elaborat za nadgradnjo ponudbe doživetij in kakovosti življenja na območju LAS UE Ormož« je nastal v sklopu projekta »Načrt razvoja gospodarstva in dviga kakovosti življenja na območju LAS UE ORMOŽ v obdobju 2019-2025«, Ormož, 31. 1. 2019, dr. Tanja Lešnik Štuhec, ProVITAL d.o.o.

1.2 Izhodišča za nadgradnjo ponudbe doživetij in kakovosti življenja v Destinaciji Jeruzalem Slovenija

Območje LAS UE Ormož je že desetletja na turističnem zemljevidu vinskih destinacij, saj prihajajo iz krajev kot so Jeruzalem, Kog, Velika Nedelja idr. vinorodnih leg, odlična bela vina, ki niso čislana samo v Sloveniji, temveč daleč preko njenih meja.

Turisti, ki prihajajo v območje Ormoško-Ljutomerskih goric radi ob odličnih vinih, sokovih, žganih pijačah in pivu ter prleški kulinariki, obiščejo Oljarno v Središču in okušajo bučno olje v podjetju Jeruzalem SAT, uživajo v prelepi krajinski podobi vinorodnih goric KP Jeruzalemske gorice, Naravnem rezervatu Ormoške Lagune, nastajajočem Krajinskem parku Središče ob Dravi, tradicionalnih prireditvah in bogati kulturni dediščini predstavljeni v Pokrajinskem muzeju Ptuj Ormož z enotama v Gradu Ormož in Velika Nedelja ter se pustijo razvajati številnim gostoljubnim ponudnikom in domačinom, ki živijo in razdajajo prleško dušo.

Deležniki projekta so zapisali naslednji slogan, vizijo ter razvojne in trženjske - kvalitativne in kvantitativne cilje:

Slogan:

**Destinacija Jeruzalem Slovenija - Pristna doživetja med goricami;
Authentic experiences among wine hills;
Authentische Erlebnisse zwischen Weinhängeln.**

Vizija:

**Destinacija Jeruzalem Slovenija bo leta 2025
celovito povezana vinska zelena butična podeželska destinacija
med Dravo in Muro.**

**Pritegnila bo s privlačnimi zgodbami za vse, ki cenijo mir in nepozabne poglede
na vinorodno krajino ob zvokih klopota
ter aktivnostih v naravi.**

**Ob šegah in navadah ter prleškem narečju gostoljubnih domačinov,
ob okušanju odličnih vin, kulinarike in bučnega olja,
beseda lokalno dobi pravi pomen.**

**Ob preizkušanju v rokodelskih spretnostih,
razvajanju v termah, z api terapijo in ob tretmajih za nego telesa in duha,
pa občutimo, da tu čas teče drugače.**

Sedem kvalitativnih razvojnih ciljev Destinacije Jeruzalem Slovenija za obdobje do leta 2025 je predstavljenih v Tabeli 1.

Tabela 1: Kvalitativni razvojni cilji Destinacije Jeruzalem Slovenija do leta 2025

RC1:	Zavarovana narava, kulturna krajina in kulturna dediščina privlačna za nišna doživetja - interpretacija narave in kulturne dediščine v privlačni krajini
RC2:	Čisto, zdravo in prijetno bivalno okolje - kakovostne ekosistemske storitve, sonaravna kmetijska pridelava in predelava, mehka mobilnost in energetska učinkovitost, sonaravna gradnja - visoka kvaliteta bivanja in zadovoljni občani, podjetniki in gosti
RC3:	Kakovostna, trajnostna in inovativna infra- in superstruktura (za aktivnosti v naravi, bivalnih prostorih, objektih kulturne dediščine, gostinskih obratih, vinskih kletih, rokodelskih delavnicah...) - privlačna za bivanje, delo in obisk
RC4:	Celovito povezano območje z učinkovito DMMO Jeruzalem Slovenija
RC5:	Usposobljeni ponudniki, vodniki in informatorji za kakovostna doživetja narave, kulturne dediščine, vina in kulinarike, rokodelskih, čebelarskih, velneških idr. zgodb za prepoznane ciljne skupine po primernih tržnih cenah
RC6:	Vzpostavljene lokalne dobaviteljske verige in mreža lokalnih prodajnih mest s kolektivno blagovno znamko (KBZ) Jeruzalem Slovenija
RC7:	Večja polna zaposlenost kadra, dvig standarda deležnikov, priseljevanje mladih družin, rast investicij

Devet kvalitativnih trženjskih ciljev Destinacije Jeruzalem Slovenija do leta 2025 je predstavljenih v Tabeli 2.

9

Tabela 2: Kvalitativni trženjski cilji Destinacije Jeruzalem Slovenija do leta 2025

TC1:	Prepoznana Destinacija Jeruzalem po unikatnih doživetjih z destinacijsko znamko v lokalnem, regionalnem, nacionalnem in internacionalnem okolju
TC2:	Prepoznana ponudba visokokakovostnih produktov certificiranih s KBZ Jeruzalem Slovenija
TC3:	Odlično usposobljeni tržniki destinacije in produktov s KBZ Jeruzalem Slovenija
TC4:	Inovativen splet digitalnih, tiskanih idr. orodij za trženje
TC5:	Vzpostavljen sistem raziskav in razvoja za oblikovanje odličnih doživetij po meri prepoznanih ciljnih skupin
TC6:	Kakovosten in tržno privlačen splet doživetij Destinacije Jeruzalem Slovenija za prepoznane ciljne skupine
TC7:	Odličen interni marketing in usposobljeni ponudniki za uporabo ugotovitev raziskav ter sodelovanje v verigah in mrežah v Destinaciji Jeruzalem Slovenija
TC8:	Lokalni vodniki in ponudniki so ambasadorji Destinacije Jeruzalem Slovenija
TC9:	Znane osebnosti so ambasadorji Destinacije Jeruzalem Slovenija

Deset kvantitativnih ciljev Destinacije Jeruzalem Slovenija do leta 2025 je predstavljenih v Tabeli 3.

Tabela 3: Kvantitativni cilji Destinacije Jeruzalem Slovenija do leta 2025

KC1:	Vsaj 5 zaposlenih v DMMO JERUZALEM SLOVENIJA z izpostavami (TIC, TIP) v vsaj 4 občinah
KC2:	Vsaj 3 verige po 5 deležnikov atraktivnih doživetij Destinacije Jeruzalem Slovenija
KC3:	Vsaj 12 članov projekta Ponudnik odprtih vrat Destinacije Jeruzalem Slovenija
KC4:	Vsaj 4 kakovostne prireditvi na regionalnem nivoju (npr. spomladanski in jesenski Vikend odprtih vrat Destinacije Jeruzalem Slovenija, Martinovanje)
KC5:	Vsaj 20 ponudnikov s Kolektivno blagovno znamko Jeruzalem Slovenija
KC6:	Vsaj 5 ponudnikov se oskrbuje z lokalno oskrbno verigo Kolektivne blagovne znamke Jeruzalem Slovenija
KC7:	Vsaj 10 novih ponudnikov nastanitvenih kapacitet različne vrste in kakovosti - vsaj 100 novih postelj v Destinaciji Jeruzalem Slovenija
KC8:	Vsaj 3 dni (2 nočitvi) bivanja gostov v Destinaciji Jeruzalem Slovenija - iz izletniške v počitniško Destinacijo Jeruzalem Slovenija
KC9:	Vsaj 30 % rast potrošnje gostov v Destinaciji Jeruzalem Slovenija
KC10:	Vsaj 30 % zasedenost nastanitvenih kapacitet skozi vse leto z zgodbami letnih časov v Destinaciji Jeruzalem Slovenija

Z deležniki Destinacije Jeruzalem Slovenija so bile izpostavljene štiri prioritete, ki se bodo udeležale skozi tri centre modela razvoja in trženja turizma in kakovosti življenja v Destinaciji Jeruzalem Slovenija. Delovne skupine deležnikov bodo v prihodnje v sklopu treh centrov usmerjale razvoj in trženje turizma ter kakovosti življenja v Destinaciji Jeruzalem Slovenija.

Prioriteta 1 - »Mreženje - partnerstvo za prepoznavnost Destinacije Jeruzalem Slovenija« je osnovna prioriteta, ki povezuje ostale tri. Povezana je z nalogami Destinacijske Management in Marketing Organizacije (DMMO) oz. v prvi fazi Projektne skupine, ki bo skrbela za 'partnerstva z namenom' celovitega razvoja in trženja turizma in kakovosti življenja v Destinaciji Jeruzalem Slovenija.

Prioriteta 2 - »Razvoj in trženje programov Destinacije Jeruzalem Slovenija« se nanaša na ponudbo doživetij destinacije skozi po meri oblikovane turistične programe s ciljanim nagovarjanjem skupin turistov. Ta prioriteta je povezana z delovanjem Centra za trženje Destinacije Jeruzalem Slovenija (CTDJS) in Delovno skupino za razvoj produktov v Destinaciji Jeruzalem Slovenija (DSRP), ki bo sodelovala tako s ponudniki kot s posredniki pri prodaji.

DS2 je namenjen ta dokument »Elaborat za nadgradnjo ponudbe doživetij in kakovosti življenja na območju LAS UE ORMOŽ«, ki so ga sooblikovali člani specializiranih skupin vseh treh prepoznanih strokovnih področij, in sicer:

- Vinogradništvo in razvoj doživetij podeželja Destinacije Jeruzalem Slovenija,
- Dnevi odprtih vrat ponudnikov Destinacije Jeruzalem Slovenija in
- Zdravje in dobro počutje v Destinaciji Jeruzalem Slovenija.

V sklopu **promocijske akcije Vikend odprtih vrat ponudnikov Destinacije Jeruzalem Slovenija** ter **Letnega koledarja odprtih vrat ponudnikov Destinacije Jeruzalem Slovenija** se vzpostavlja kakovostna ponudba doživetij pri posameznih ponudnikih, ki bo osnova za oblikovanje destinacijskih turističnih programov za prepoznane skupine turistov.

Prioriteta 3 - »Promocija in trženje ponudbe z destinacijsko znamko Jeruzalem Slovenija« se povezuje z aktivnostmi **Centra za trženje (CTDJ)**, ki deluje skozi **Delovno skupino za trženje Destinacije Jeruzalem Slovenija (DST)**.

V **strateškem delu trženja** bo DST sodelovala s partnerji na lokalni, regionalni, nacionalni in internacionalni ravni za doseganje prepoznavnosti ponudbe Destinacije Jeruzalem Slovenija v svetu.

Na **operativnem nivoju** bo DST skrbela za upravljanje obiska ter celovito povezano komuniciranje deležnikov Destinacije Jeruzalem Slovenija tako s klasičnimi kot z digitalnimi marketinškimi orodji. Velik poudarek bo namenjen **internemu trženju** - komuniciranju s ponudniki in lokalnimi povpraševalci.

Tako bo vzpostavljen **načrtovan strateški in operativni razvoj in trženje** ponudbe za prepoznane ciljne skupine turistov in lokalne prebivalce v Destinaciji Jeruzalem Slovenija na domačem in mednarodnih trgih **z destinacijsko in kolektivno blagovno znamko Jeruzalem Slovenija** ter po meri oblikovana - **personalizirana doživetja za prepoznane ciljne skupine**.

S **prioriteto 4 - »Razvoj Podpornega okolja za kakovostna in konkurenčna doživetja v Destinaciji Jeruzalem Slovenija«** bo na dolgi rok grajena podoba celovito povezane, trajnostne destinacije Jeruzalem Slovenija. V sklopu **Centra za raziskave in razvoj (CRRDJS)** ter **Centra za kakovost (CKDJS)** delujeta Delovna skupina za kakovost (DSK) ter Delovna skupina za raziskave in razvoj v Destinaciji Jeruzalem Slovenija (DSRR).

V sklopu **Centra kakovosti (CKDJS)** se bo izvajala **strategija zagotavljanja kakovosti v Destinaciji Jeruzalem Slovenija**. Njena izhodišča so zapisana v dokumentih DS3 **»Načrt razvoja kolektivne blagovne znamke za območje LAS UE Ormož«** s krovnim in področnimi pravilniki in podprilniki ter ocenjevalnimi listi, vzpostavljeno Komisijo za ocenjevanje ter dokumentacijo za izvajanje ocenjevanja in podeljevanje pravice do uporabe KBZ ter DS4 **»Načrt razvoja znamke destinacije Jeruzalem Slovenija in kolektivne blagovne znamke (KBZ) Jeruzalem Slovenija«**.

S **Centrom za trženje (CTDJS)** se bo izvajala strategija **eksternega in internega trženja ponudbe Destinacije Jeruzalem Slovenija**. Delovna skupina za trženje (DST) in Delovna skupina za razvoj produktov (DSRP DJS) bosta oblikovali in tržili **ponudbo destinacijskih doživetij za prepoznane ciljne skupine obiskovalcev**. Skozi Letni načrt dela in vso oblikovano dokumentacijo z Akcijskim načrtom izvajanja

ukrepov, bo zagotovljeno **komuniciranje s celostno komunikacijsko podobo (CKP)** Destinacije Jeruzalem Slovenija preko destinacijske in kolektivne blagovne znamke s klasičnimi in digitalnimi orodji komuniciranja.

Vzpostavljen bo **sistem trženja destinacijskih storitev, prireditev, dogodkov, ITP in verig zanje**. V prvi fazi bodo aktivnosti namenjene trženju promocijske akcije Vikend odprtih vrat Destinacije Jeruzalem Slovenija.

Vzpostavljena bo veriga **TIC-ev, ITA** (Incoming turističnih agencij) in **IT** (Informacijskih točk) za celostno in usklajeno informiranje, rezervacije in prodajo z digitalnimi komunikacijskimi orodji.

Informiranju na destinaciji - **in-site informiranju in ozaveščanju obiskovalcev** skozi **interpretacijo narave in snovne ter nesnovne dediščine**, bo namenjena konkretna pozornost informatorjev, receptorjev, natakarjev, vinarjev, vodnikov, kustosov in naravovarstvenih nadzornikov.

Usposobljeni vodniki bodo skupaj z interpretatorji narave in dediščine, etno-animatorji, kustosi ter izvajalci delavnic, pokušenj in vodenih tretmajev **kreativno in interaktivno v doživetja vključevali obiskovalce**. Tako bo promocija tekla **od ust do ust oz. od miške do miške**.

V sklopu **Centra za raziskave in razvoj (CRRDJS)** bo oblikovana **strategija razvoja kadrov**, ki bo vplivala na kakovost izvajanja vodenih doživetij pri ponudnikih v Destinaciji Jeruzalem Slovenija. Vzpostavljeno bo **okolje za spodbujanje idej in inovacij v turizmu** in z njim povezanih dejavnosti, ki lahko vplivajo na kakovost bivanja v Destinaciji Jeruzalem Slovenija.

Vsi trije Centri in aktivnosti delovnih skupin so prikazani v **Modelu razvoja in trženja turizma v Destinaciji Jeruzalem Slovenija 2019-2025** (Slika 3).

Upravljanje turizma in kakovosti življenja v Destinaciji Jeruzalem Slovenija temelji na vzpostavitvi **Destinacijske Management in Marketing Organizacije Jeruzalem Slovenija - DMMO JERUZALEM SLOVENIJA**.

DMMO JERUZALEM SLOVENIJA bo s **pravno-formalno vzpostavitvijo** skrbela skozi celovito partnerstvo za načrtovanje, organiziranje, vodenje, upravljanje, monitoring in evalvacijo razvoja in trženja turizma in kakovosti življenja na območju Destinacije Jeruzalem Slovenija. Njena osrednja naloga bo vzpostaviti aktivno partnerstvo (Dogovor o poslovnem sodelovanju), ki bo skrbelo za celovit razvoj in strateško ter operativno trženje turistične ponudbe in za kakovost življenja v Destinaciji Jeruzalem Slovenija.

Slika 2: Model razvoja in trženja turizma v Destinaciji Jeruzalem Slovenija v obdobju 2019-2025



13

1.3 Metodologija dela za prepoznavanje obstoječih in potencialnih specializiranih verig ponudnikov v Destinaciji Jeruzalem Slovenija

Oblikovanje Elaborata za nadgradnjo ponudbe doživetij in kakovosti življenja na območju LAS UE ORMOŽ (DS2) je nastajalo vzporedno z razvojem strateškega dokumenta NOST (DS1). Aktivnosti DS2 se nanašajo na prepoznavanje obstoječih in potencialnih specializiranih verig ponudnikov ter prepoznavnih zgodb območja za nadgradnjo ponudbe doživetij in kakovosti življenja na območju LAS UE Ormož (Slika 3).

Slika 3: 4 delovni sklopi projekta »Načrt razvoja in dviga kakovosti življenja na območju LAS UE Ormož za obdobje 2019-2025«

Predstavitev projektne ideje – DS1-4



DS1 (PS): Načrt razvoja gospodarstva in dviga kakovosti življenja na območju LAS UE Ormož za obdobje 2019 – 2025 (+ razvoj destinacijske znamke Jeruzalem Slovenija s CKP)

DS2 (DS in SS1-3): Elaborat za nadgradnjo ponudbe doživetij in kakovosti življenja na območju LAS UE ORMOŽ

DS3 (DS): Načrt razvoja kolektivne blagovne znamke za območje LAS UE Ormož

DS4: Načrt razvoja celostne grafične podobe blagovne znamke za območje LAS UE Ormož

Aktivnosti v treh korakih so pripeljale do prepoznavanja obstoječih in potencialnih specializiranih verig ponudnikov ter prepoznavnih zgodb območja za nadgradnjo ponudbe doživetij in kakovosti življenja na območju LAS UE Ormož.

14

- **Korak 1:** Z delovno skupino za DS2 so bile na dveh delavnicah **prepoznane tri specializirane verige ponudnikov**.
- **Korak 2:** Za tri najbolj obetavne verige so bile vzpostavljene **specializirane delovne skupine (SDS)**, ki so sooblikovale načrt aktivnosti na lastno tematiko (po štiri delavnice z vsako SDS in tri skupne delavnice na terenu).
- **Korak 3:** Na tretji delavnici z delovno skupino za DS2 so bile ugotovitve DS2 predstavljene širši javnosti in na četrti je bila javna predstavitev dokumenta z možnostjo dopolnitev (1 delavnica s predstavniki širše javnosti za DS2).

Aktivnosti so potekale **od junija 2018 do 31. januarja 2019**, ko je bil dokument predan naročniku (Slika 4).

Slika 4: Časovnica izvajanja projektnih aktivnosti za DS2

DS2 – doživetja na območju destinacije Jeruzalem Slovenija



DS2 (DS in SS1-3): Elaborat za nadgradnjo ponudbe doživetij in kakovosti življenja na območju LAS UE ORMOŽ

DS/ SS	5/18	6/18	6/18	6/18	8/18	9/18	9/18	11/18	12/18	1/19
DS in SS za DS2 3+15			DDS1 26.6. 12.00- 15.00	DDS2 29.6. 13.00- 16.00	DSS 1-3* 22.8. 10-13, 13-16, 16-19	DSS 2-3* 5.9. 10-13, 13-16, 16-19	DSS 3-3* 12.9. 10-13, 13-16, 16-19	DSS 4-3* 14.11. 10-13, 13-16, 16-19	DSS 5-3* 4.12. 9.00-20.00 Od ponudnika do ponudnika Bus, Vodnik: Stanko Ivanuša	DDS3 23.1. 10.00- 13.00 30.1. 13.00- 15.00

Legenda: DS - Delovna skupina, SS - Specializirana skupina, DS2 - Delovni sklop 2,
 DDS - Delavnica z Delovno skupino za delovni sklop 2,
 DSS - Delavnica s Specializirano skupino za delovni sklop 2.

Končni rezultat DS2 je torej dokument z naslovom »**Elaborat za nadgradnjo ponudbe doživetij in kakovosti življenja na območju LAS UE ORMOŽ**«, ki so ga sooblikovali člani specializiranih skupin vseh treh prepoznanih področij, in sicer:

- **SS1: Vinogradništvo in razvoj doživetij podeželja destinacije Jeruzalem Slovenija**
- **SS2: Dnevi odprtih vrat ponudnikov destinacije Jeruzalem Slovenija**
- **SS3: Zdravje in dobro počutje v destinaciji Jeruzalem Slovenija**

15

V juniju 2018 sta bili izvedeni **dve delavnici z Delovno skupino (DS DS2)**, katere udeleženi so prepoznali obstoječe in potencialne specializirane verige ponudnikov (Slika 5) in operativno sodelovali pri vzpostavljanju zasnove akcijskih načrtov, ki so bili oblikovani s specializiranimi delovnimi skupinami (SDS) za **tri izbrane verige ponudnikov s katerimi je bilo izvedenih po pet delavnic od avgusta do decembra 2018.**

Na **tretji delavnici z Delovno skupino za DS2** (23. januarja 2019), so bile predstavljene specializirane verige in njihove aktivnosti v sklopu promocijske aktivnosti **Vikend odprtih vrat in Letnega koledarja odprtih vrat ponudnikov Destinacije Jeruzalem Slovenija**, ki pomembno nadgrajujeta zadane cilje v tem delovnem sklopu. Na delavnici za Vikend odprtih vrat (30. januarja 2019) so bili ideja, možnosti in načini sodelovanja predstavljeni ponudnikom, ki bodo sodelovali v promocijski akciji in Letnem koledarju odprtih vrat ponudnikov Destinacije Jeruzalem Slovenija.

Slika 5: Tri verige ponudnikov za doživetja na območju Destinacije Jeruzalem Slovenija

DS2 – doživetja na območju destinacije Jeruzalem Slovenija



DS2 (DS in SS1-3): Elaborat za nadgradnjo ponudbe doživetij in kakovosti življenja na območju LAS UE ORMOŽ

SS1: Vinogradništvo in razvoj doživetij podeželja TD Jeruzalem Slovenija

– TK in gostilne z nastanitvijo in prehrano za kakovostno doživljanje vinogradniške krajine z velneško ponudbo (bazeni), odlično kulinariko in vinskimi zgodbami

SS2: Dnevi odprtih vrat ponudnikov TD Jeruzalem Slovenija – pridelovalci in predelovalci hrane, vinarji ter rokodelci in ponudniki dobrega počutja

SS3: Zdravje in dobro počutje v TD Jeruzalem Slovenija – tradicija dr. Majeriča kot začetnika spajevske filozofije na območju DJS v povezavi z naravo (KP-a, Lagune, konji, čebelarstvo idr.) in kulturno dediščino - muzejska postavitev zgodbe dr. Majeriča ter ponudba s konceptom njegove spajevske filozofije pri obstoječih ponudnikih dobrega počutja in gostincih)

S predstavniki treh verig - treh specializiranih skupin delovnega sklopa 2 (DS2):

- DS2: SS1 - Nadgradnja kakovosti ponudbe vinarjev in gostincev
- DS2: SS2 - Odprta vrata ponudnikov v Destinaciji Jeruzalem Slovenija
- DS2: SS3 - Dobro počutje v Destinaciji Jeruzalem Slovenija

so bili izvedeni štiri sklopi tematskih delavnic ter ena skupna delavnica v treh delih na terenu.

Končni rezultat aktivnosti DS2 je dokument »Elaborat za nadgradnjo ponudbe doživetij in kakovosti življenja na območju LAS UE Ormož za obdobje 2017 - 2025«, ki bo prinesel zadovoljstvo vsem deležnikom območja LAS UE Ormož.

2 ANALIZA PONUDBE DOŽIVETIJ IN KAKOVOSTI ŽIVLJENJA V DESTINACIJI JERUZALEM SLOVENIJA

V podpoglavjih je predstavljena analiza ponudbe vezane na turistično dejavnost v Destinaciji Jeruzalem Slovenija povzeta iz sekundarnih virov.

2.1 Analiza ponudbe vinskih kleti, gastronomske in ponudbe nastanitvenih kapacitet v Destinaciji Jeruzalem Slovenija

Analiza ponudbe vinskih kleti se nanaša na ponudnike dveh vinskih cest, in sicer Ormoške vinske ceste (VTC 14) in Jeruzalemske vinske ceste (VT 15).

Analiza gostinske ponudbe obravnava gastronomsko ponudbo (prehranski obrati: restavracija, gostilna, okrepčevalnica, izletniška kmetija idr.) in ponudbo nastanitvenih kapacitet (hotelov, penzionov, kampov, prenočišč in turističnih kmetij z nastanitvijo) v Destinaciji Jeruzalem Slovenija.

2.1.1 Analiza ponudbe kleti na vinskih cestah VTC 14 in VTC 15

17

Slovenske gorice se geografsko delijo na Zahodne Slovenske gorice in Ljutomersko-Ormoške gorice, imenovane tudi Prlekija ali Vzhodne Slovenske gorice. Osojna pobočja gričev običajno pokrivajo gozdovi, prisojna vinogradi, pašniki in travniki, obrobja pa njive in sadovnjaki.² Lapornata tla s primesjo peska in gline, primerno vlažna in zračna, povrhu pa še lahka, topla (osončena) in globoka, so kakor nalašč za vinsko trto. Gre za izjemno pestrost sort belega vina, različnih kakovostnih stopenj in okusov. Ljubitelji vina lahko izbirajo med šiponom, laškim ali renskim rizlingom, chardonnayem, sauvignonom in belim pinotom, poleg tega pa paleto dopolnjujejo še sivi in modri pinot, traminec, rumeni muškati in muškati otonel, rizvanec, kerner in ranina.

V Ljutomersko-Ormoških goricah zorijo svetovno znana vina.

Na teh gričih so vinsko trto gojili že Rimljani, sadove vinogradov so uživali tudi grofje Celjski, Habsburžani, salzburški nadškofje, gospodje Vilturški, pa tudi samostani in mnogi drugi.

Najlepše izletniške točke na prijaznih, kopastih vinogradniških gričih so Jeruzalem, Svetinje in Litmerk, vse ob znani Jeruzalemski vinski cesti, pa tudi Cerovec, Lahonščak in drugi.

² Vir: <https://discoverptuj.eu/jeruzalemska-vinska-cesta/> (12.1.2019).

»Elaborat za nadgradnjo ponudbe doživetij in kakovosti življenja na območju LAS UE Ormož« je nastal v sklopu projekta »Načrt razvoja gospodarstva in dviga kakovosti življenja na območju LAS UE ORMOŽ v obdobju 2019-2025«, Ormož, 31. 1. 2019, dr. Tanja Lešnik Štuhec, ProVITAL d.o.o.

Območje Destinacije Jeruzalem zaobjema ponudbo dveh vinskih cest - VTC 14 in VTC 15.³

Ormoška vinska cesta - VTC 14⁴

Vinorodno območje ob Ormoški vinski cesti (VTC 14) se razteza v dveh krakih. Prvi se začne v Ormožu oziroma na Dobravi in vodi preko Kogla in Strezetine na Runeč, od tam pa skozi Žvab do Pršetincev. Nato nadaljuje pot preko Koračiškega Vrha, čez Senik, Sodinski Vrh in Drakšl k Veliki Nedelji. Ta krak je dolg okrog 30 km.

Drugi krak vinske ceste se vije iz Podgorcev na Cvetkovski Vrh in preko doline Bresnice na Zamušanski Vrh. Dolg je okoli 10 km. Navezuje se na Jeruzalemsko vinsko cesto.

Na območju ormoških goric uspevajo in zorijo najzlahtnejša vina, kot so laški rizling, šipon, sauvignon, traminec, beli pinot, chardonnay in renski rizling. Na Ormoški vinski cesti se srečujemo z izjemnimi naravnimi lepotami in bogato etnološko ter kulturno-zgodovinsko dediščino. Na obronkih gričev je še precej starih, lesenih, s slamo kritih vinskih kleti - klečaj.

Jeruzalemska vinska cesta - VTC 15

Jeruzalemska vinska cesta se začne v Ormožu, nadaljuje v Ivanjkovce, kjer pot nadaljuje skozi Svetinje do Jeruzalema (Tabela 4), nato skozi Miklavž pri Ormožu na Kog, tam se obrne nazaj proti Miklavžu in pripelje v Ormož.

Tabela 4: Jeruzalem - privlačna izletniška točka

Jeruzalem je prav poseben kraj s svetim imenom. Z ugodnimi energetske silnicami, vinsko cesto, prekrasnimi razglednimi točkami (300 do 400 mnm) in romarsko cerkvico je priljubljena izletniška točka. Prepričal je že križarje, ki so v 13. stoletju iskali pot v Sveto deželo. Takrat so na tem mestu zgradili tudi kapelico. Ime Jeruzalem je kraj dobil po sliki Žalostne Matere Božje, prinesene iz Svete dežele. Kopija omenjene slike še danes krasi glavni oltar cerkve Žalostne matere Božje. Cerkev je bila zgrajena v 17. stoletju (1652) kot plod zaobljube zakoncev in upravljavcev gornjeradgonskega gradu g. Drumpiča in ga. Salome, ki sta pri Žalostni Materi božji Jeruzalemski zaprisegla, da če bo kuga nehala moriti in jo bosta preživela, bosta v Jeruzalemu dala zgraditi cerkev. Zaobljubo sta držala in nastala je enoladijska cerkev, ki ima štiri oltarje (glavnega in tri stranske). V cerkvi je zanimiva Anina kapela in orgle iz 18. stoletja, ki so najstarejše v mariborski nadškofiji. Na mestu, kjer je glavni oltar, je nekoč stal molitveni stolp za mnoge priprošnje tako križarjev kot romarjev, ki so hodili v Sveto deželo, Palestino, bodisi osvobajati bodisi obiskovati Kristusov grob. V bližini cerkve je tudi Babji klanec, kjer so domačinke leta 1664 premagale mimoidočo turško četo, ki se je vračala iz boja pri Monostru (St. Gothardu).

Vir: <https://discoverptuj.eu/jeruzalemska-vinska-cesta/> (12. 1. 2019).

³ Vir: <http://www.ormoz.net/vinske-cestes/?lang=en> (12. 1. 2019).

⁴ Vir: <http://www.ormoz.net/vinske-cestes/?lang=en> (12. 1. 2019).

Dvorec Jeruzalem je že nekaj časa zaprt, kar je izjemna škoda, saj ima odlično lego, ki ponuja izjemne poglede po vinorodnih gričih, sama stavba pa je obkrožena z arboretumom eksotičnega drevja.

Ob vinski cesti med Svetinjami in Jeruzalemom stoji zidanica Malek. V njej so manjši vinogradniški muzej, velika stiskalnica v obokani kleti in s hišno kapelo s freskami iz 17. stoletja. Več kot tristo let stara zgradba, ki so jo nekdanji lastniki uporabljali za prebivališče in gospodarsko poslopje za predelavo grozdja in negovanje vina, je danes preurejena v turistični objekt, ki odpira vrata naročenim skupinam in posameznikom.

Tudi v okoliških zidanicah, vinotočih, tavernah in turističnih kmetijah je bogata ponudba vin in kulinarike.

Gozdni rezervat Jeruzalem je tako kot vse območje Jeruzalema vključen v Krajinski park Jeruzalemsko-Ormoške gorice⁵. Gre za klimaksni bukov gozd (pod vplivom klime oblikovan gozdni ekosistem), izločen iz gospodarjenja v raziskovalne namene, njegovo geološko podlago pa sestavljajo pliocenski lapor, glina in prod, ki jih prekrivajo glinasta tla

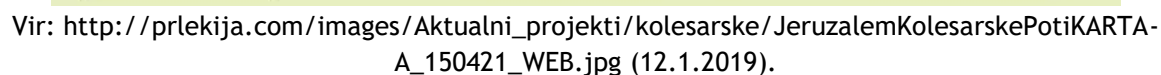
Obiskovalec lahko na vinski cesti kolesari, jaha, se vozi s kočijo ter sprehaja po označenih poteh med vinogradi. Na Sliki 6 je karta kolesarskih in sprehajalnih poti Ljutomer - Jeruzalem - Ormož.

Na Sliki 7 je vodnik po kolesarski in sprehajalni poti Ljutomer - Jeruzalem - Ormož. Nastali sta v sklopu projekta Kolesarske in sprehajalne poti v Krajinskem parku Jeruzalem.

⁵ Krajinski park Ljutomerski ribniki in Jeruzalemske gorice v skupni površini 1346 ha oz. 13,46 km² je bil razglašen 3. junija 1976 v občini Ljutomer. Vanj spada tudi naselje Jeruzalem. (Vir: Odlok o razglasitvi..., 1976). Krajinski park Jeruzalemsko-ormoške gorice je občina Ormož razglasila 30. oktobra 1992, potem, ko je nova občinska meja med Ljutomerom in Ormožem razdelila Jeruzalemske gorice. Park zavzema 1911 ha oz. 19,11 km². (Odlok o razglasitvi ..., 1992). Jeruzalemske gorice obsegajo 66 km² (Belec, 1986) površine, skupna površina obeh KP pa je nelaj več kot 32 km², kar pomeni, da parka zavzemata skoraj polovico Jeruzalemskih goric. (Vir: Lukman, Mateja, 2013).

»Elaborat za nadgradnjo ponudbe doživetij in kakovosti življenja na območju LAS UE Ormož« je nastal v sklopu projekta »Načrt razvoja gospodarstva in dviga kakovosti življenja na območju LAS UE ORMOŽ v obdobju 2019-2025«, Ormož, 31. 1. 2019, dr. Tanja Lešnik Štuhec, ProVITAL d.o.o.

20



»Elaborat za nadgradnjo ponudbe doživetij in kakovosti življenja na območju LAS UE Ormož« je nastal v sklopu projekta
»Načrt razvoja gospodarstva in dviga kakovosti življenja na območju LAS UE ORMOŽ v obdobju 2019-2025«, Ormož, 31. 1. 2019, dr. Tanja Lešnik Štuhec, ProVITAL d.o.o.

21

Vir: http://prlekija.com/images/Aktualni_projekti/kolesarske/JeruzalemKolesarskePotiKARTA-B_150428_WEB.jpg (12.1.2019)

Tabela 5: Sprehod po Jeruzalemski vinski cesti - VTC 15

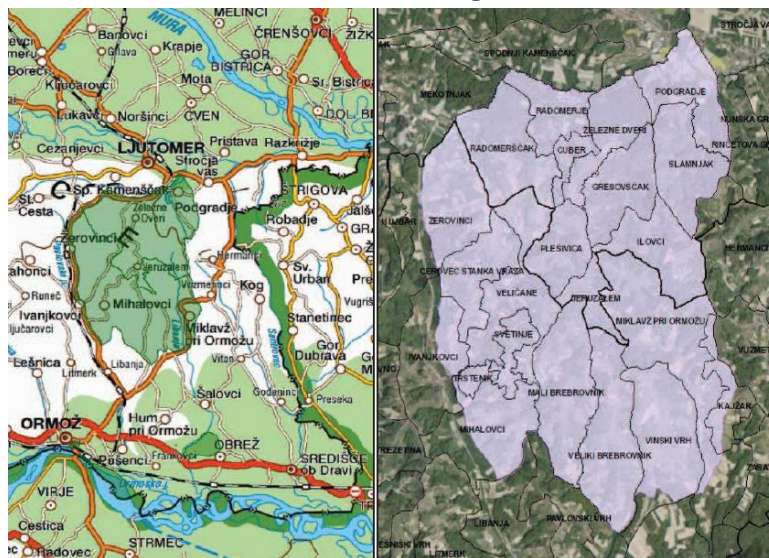
Pot je enostavna in lahka ter lepo označena. Začne se pri Dvorcu Jeruzalem in je dolga 7,2 km in vodi do Svetinji oziroma svetinjske cerkve. Na mestu, kjer stoji danes cerkev, so že leta 1603 postavili kapelo na čast vsem svetnikom. Pred to kapelo so se predniki ustavljali, zmolili in se priporočili Bogu, ter nadaljevali svojo pot ali delo. Kmalu se je pri domačinih porodila želja, da iz majhne kapele nastane cerkev, ki so jo leta 1730 posvetili vsem svetnikom. Kmalu za cerkvijo le nekaj minut hoje zavije levo v dolino, kjer se obrne nazaj proti Jeruzalemu. Po nekaj kilometrih se pot ponovno prične vzpenjati in se po drugi strani po gričih Malega in Velikega Brebrovnika vrne do jeruzalemskega dvorca. Zanj povprečen pohodnik porabi okrog 2,5 uri rahle hoje. Pot vodi mimo gostinskih ponudnikov z odlično gastronomsko ponudbo - Taverna Kupljen, Zidanica Malek, Svetinjska vinska klet, Izletniško vinogradniška kmetija Ratek in Vinski hram Brenholc. Pot je zelo zanimiva zaradi lepo speljane trase med vinogradniki, poseben čar pa zagotovo dajejo razgledne točke na vrhovih gričev, od koder obiskovalce prevzame čudovit razgled daleč naokrog, vse do Pohorja in Karavank na zahodu, ter Varaždina in Blatnega jezera na vzhodu.

Tabela 6: KP Jeruzalemsko-ormoške gorice in KP Ljutomerski ribniki in Jeruzalemske gorice



Vir: <https://www.protectedplanet.net/krajinski-park-ljutomerski-ribniki-in-jeruzalemske-gorice-landscape-park> (12. 1. 2019).

Slika 8: Območje povezanih KP Ljutomersko-ormoške gorice ter KP Ljutomerski ribniki in Jeruzalemske gorice



Vir: Mateja Lukman: Turizem na območju KP Jeruzalemsko-ormoške gorice ter Ljutomerski ribniki in Jeruzalemske gorice, Filozofska Fakulteta Univerze v Ljubljani, Oddelek za geografijo, 2013, str. 13.

2.1.2 Analiza gostinske prehranske ponudbe in nastanitvenih kapacitet v Destinaciji Jeruzalem Slovenija

Slabost je predvsem v **slabi ponudbi prenočitvenih zmogljivosti**, saj se gostom ne ponuja niti ene hotelske namestitve, manjka pa tudi kampov, postajališč za avtodome. Še posebej težak položaj je na področju občin Središče ob Dravi in Sveti Tomaž, kjer infrastruktura skoraj ne obstaja. V letu 2015 je bilo na območju LAS UE Ormož evidentiranih 29 ponudnikov nastanitvenih kapacitet od tega 28 v Ormožu in en v Sv. Tomažu, ki je že zaprl vrata. Nastanitve je ponujajo 9 gostišč in 9 sobodajalcev, 7 je bilo ponudnikov apartmajev in 4 so ponujali možnost nastanitve v sklopu turistične kmetije.

Po podatkih Statističnega urada Republike Slovenije lahko za leto **2017** razberemo, da je bilo v občini Ormož **v 40 sobah okrog 100 ležišč** (podatki variirajo po mesecih). Mednarodni gosti so opravili 61 % nočitev, in sicer 2417 od skupno **3982 opravljenih nočitev**.

Kaže se potreba po taki namestitveni infrastrukturi, ki bo povečala prepoznavnost našega vinorodnega območja, prispevala k povezanosti ponudnikov vina in kulinarike, ter izboljšala pogoje za uspešno trženje pridelkov, izdelkov in podeželja. Izvajati bi morali skupne promocijske aktivnosti katerih cilj bo pripeljati v naše kraje večje število domačih in tujih gostov. Manjka nam dobrih promocijskih materialov, ni enotne in pregledne turistične signalizacije, ki bi olajšala dostop do ponudbe in dvignila ugled destinacije. Ustvariti bi bilo potrebno različne oblike vertikalnega in horizontalnega partnerstva med ponudniki vina in kulinarike, društev pohodnikov in kolesarjev ter turističnih zvez na lokalni in državni ravni.⁶

Analiza **prehranske ponudbe** je pokazala sledeče:

- v območju LAS UE Ormož ni nobene restavracije.
- v Občini Ormož je gostom na razpolago:
 - 5 gostiln (Gostilna Črni Ribič, Gostilna Marta, Gostilna Ozmec Cvetkovci, Gostilna Prosnik, Gostišče Taverna, Gostilna Tramšek),
 - 1 okrepčevalnica (Okrepčevalnica pri Havlasu),
 - 2 piceriji (Pizzeria Park in Pizzeria & Grill Krapek),
 - 5 turističnih kmetij (Turistična kmetija Hlebec, Puklavec, Ozmec Sonja, Ratek in Bogša),
 - 1 Izletniška kmetija (Izletniška kmetija Ozmec Olga).
- na Jeruzalemu je potrebno omeniti tudi Gostišče Brenholc.
- v Središču ob Dravi se je Slaščičarni in okrepčevalnici »Pri Rupertu« ob koncu leta 2018 pridružila Gostilna Ta Folk. Gostilna Veselko, ki je imela dolgo tradicijo, je

⁶ Prav tam.

»Elaborat za nadgradnjo ponudbe doživetij in kakovosti življenja na območju LAS UE Ormož« je nastal v sklopu projekta »Načrt razvoja gospodarstva in dviga kakovosti življenja na območju LAS UE ORMOŽ v obdobju 2019-2025«, Ormož, 31. 1. 2019, dr. Tanja Lešnik Štuhec, ProVITAL d.o.o.

žal zaprta, v njenih prostorih pa ima kuhinjo podjetje Ortrade d.o.o., ki ponuja malice in catering.

- v Svetem Tomažu poslujeta Picerija Ozmec - Sveti Tomaž in Bar Ribnik Savci.

V prepoznani vinski destinaciji je razen na območju VTC 14 in 15 ter mesta Ormož težko najti gostinskega ponudnika. Sam Kog je brez prehrabnega gostinskega ponudnika.

2.2 Analiza ponudbe na področjih kmetijstva in rokodelstva

Na ravninskem območju LAS UE Ormož je veliko obdelovalnih površin, ki so primerne za pridelavo poljščin, zelenjave in vrtnin. Gričevnati del pa je primeren za trajne nasade - vinograde in sadovnjake.⁷

Na območju LAS UE Ormož je bilo v letu 2010 1.634 kmetijskih gospodarstev. Od tega je bilo 953 vinogradnikov, ki obdelujejo 1017,4 ha površin. To znaša 6,22% celotne obdelovalne površine namenjene vinogradništvu v Sloveniji. Vinogradništvo je ena od najpomembnejših panog kmetijstva, saj je bilo na območju LAS v letu 2010 registriranih 1.039 kmetijskih gospodarstev, ki imajo registrirano vinogradniško dejavnost. Vinogradništvo in vinarstvo se nahaja v krizi že več kot 10 let - razlog so spremenjene razmere na trgu (padec potrošnje in pojav tuje konkurence na domačem trgu, neprepoznavnost na tujih trgih), pomanjkanja znanja in slabe tehnološke opremljenosti.

Na območju celotne LAS UE Ormož je največ majhnih družinskih kmetij, ki so velike med 2 in 5 ha. Te kmetije so predstavljale v letu 2010 kar 66 % vseh kmetij, kar je velik problem za produktivnost in razvoj. Pozitivna pa je tendenca, da se povečuje število kmetij, ki so večje od 10 ha (v obdobju 2010/2000 se je povečalo za 8 %). Delež teh kmetij pa je še vedno premajhen, saj je znašal v letu 2015 komaj 15 %. Iz tega se lahko zaključi, da je razvoj dopolnilnih dejavnosti na kmetijah zelo pomemben, če se želi doseči ekonomiko v kmetijstvu, s tem pa tudi poseljenost na podeželju.

Najpomembnejše panoge kmetijstva na območju LAS UE Ormož so **gojenje trajnih nasadov (vinogradništvo in sadjarstvo), govedoreja, svinjereja, perutninarstvo, pridelava žit in krompirja**. Premalo pa je kmetijskih gospodarstev, ki so specializirani v vrtnarstvu.

Problem kmetijstva na območju LAS UE Ormož je **pomanjkanje povezovanja**, ki je še bolj očitno po stečaju Kmetijske zadruge Ormož v letu 2014. **Prav tako je lokalna pridelava hrane premalo prisotna v lokalni samooskrbi**. Po analizi nabavnih tokov

⁷ Povzeto po: Strategija lokalnega razvoja za Lokalno akcijsko skupino Upravne enote Ormož, LAS UE Ormož, str. 17 (10.1.2019).

»Elaborat za nadgradnjo ponudbe doživetij in kakovosti življenja na območju LAS UE Ormož« je nastal v sklopu projekta »Načrt razvoja gospodarstva in dviga kakovosti življenja na območju LAS UE ORMOŽ v obdobju 2019-2025«, Ormož, 31. 1. 2019, dr. Tanja Lešnik Štuhec, ProVITAL d.o.o.

javnih zavodov na področju LAS UE Ormož je znašal v letu 2014 ta delež komaj nekaj več kot 5 %. Prav tako je bil zelo majhen delež prodaje preko lokalne tržnice gospodinjstvom.⁸

Glede na pridobitev **nove pokrite tržnice v Ormožu** ter želje po vzpostavitvi tržnic v drugih dveh občinah, lahko sklepamo, da se prodaja kmetijskih pridelkov in prehranskih izdelkov iz lokalnih kmetij v gospodinjstva povečuje.

Skupnost za razvoj ekološkega kmetijstva Eko Prlekija, d. o. o. v katero se povezujejo ekološke kmetije na območju LAS UE Ormož je dokaz, da **»ekološko kmetijstvo predstavlja obliko in način kmetovanja, ki pridobiva vse večji pomen v slovenskem kmetijskem prostoru«**, kot je poudarila ministrica za kmetijstvo na Okrogli mizi v Ormožu.

Na območju **Haloz in Prlekije** je bilo leta **2017** v ekološko kontrolo vključenih 147 kmetijskih gospodarstev, povprečna velikost kmetije pa je **12,38 ha**. Med površinami najbolj **prevladuje travinje** s 38.745,71 ha, kar predstavlja 83,8% vseh površin v ekološkem kmetovanju.⁹

2.3 Analiza ponudbe na področjih narave in kulturne dediščine

25

Območje LAS UE Ormož se lahko pohvali s:

- **pestro in dobro ohranjeno naravo** (nižinski poplavni svet ob levem bregu reke Drave (Natura 2000) - varstvo ptic in specifičnih rastlinskih in živalskih vrst in habitatnih tipov; stalni monitoring za spremljanje stanja živalskih in rastlinskih vrst ter habitatnih tipov) in
- **kulturno krajino** (poljedelstvo; živinoreja (svinjereja in govedoreja); vinorodni griči in vrhunska vina z več stoletno tradicijo in odličnimi legami (preplet kontinentalnega in predalpskega podnebja - poleti visoke dnevne temperature in veliko sončnih dni ter relativno hladne noči); Krajinski park Jeruzalemske gorice (1.370 ha) je zavarovano območje iz leta 1992; etnološka posebnost Prlekije so redke stare lesene hiše in vinske kleti z rešetkastimi vrati (kličaje) in lesenimi stiskalnicami grozdja - prešami).¹⁰

Natura 2000 pokriva 13,7 % celotne površine LAS UE Ormož (Tabela 7 in Sliki 9), ob tem je potrebno dodati še **6,5 % površine Krajinskega parka Jeruzalemsko-ormoške gorice** (Glej poglavje 2.1.1).

⁸ Prav tam, str. 18.

⁹ Vir: http://www.mkpgp.gov.si/si/medijsko_sredisce/novica/10210/ (20.1.2019).

¹⁰ Povzeto po: Strategija lokalnega razvoja za Lokalno akcijsko skupino Upravne enote Ormož, LAS UE Ormož, str. 13 (15.1.2019).

»Elaborat za nadgradnjo ponudbe doživetij in kakovosti življenja na območju LAS UE Ormož« je nastal v sklopu projekta »Načrt razvoja gospodarstva in dviga kakovosti življenja na območju LAS UE ORMOŽ v obdobju 2019-2025«, Ormož, 31. 1. 2019, dr. Tanja Lešnik Štuhec, ProVITAL d.o.o.

Težko je oceniti v kakšnem stanju je narava, če ni upravljavca, ki bi skrbel za realizacijo varstvenih ciljev, varstvo narave, svetovanje, pripravo projektov ter trženje narave.

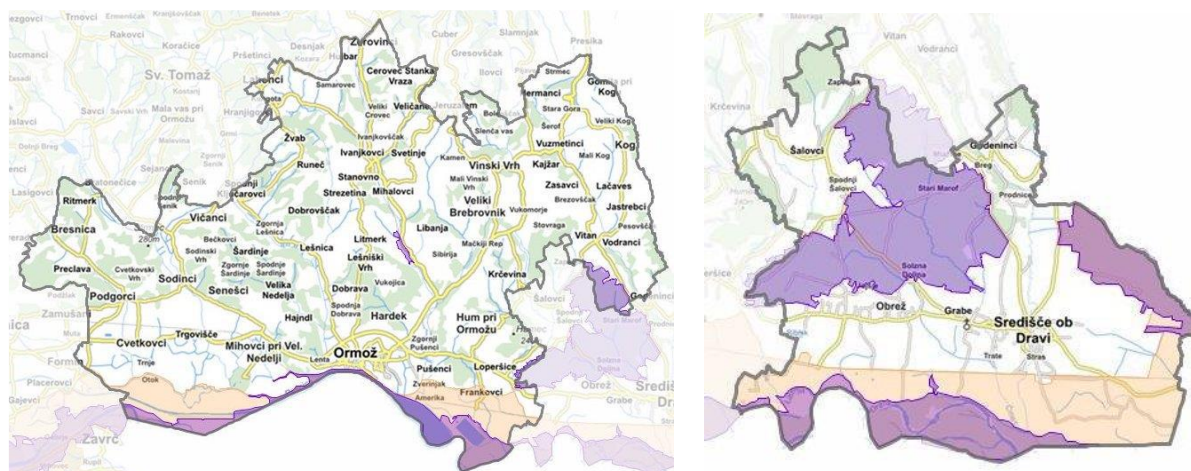
Skoraj polovico območja občine Središče ob Dravi je v mreži Natura 2000 (Tabela 7). Ob reki Dravi pa lahko najdemo številne karizmatične živalske vrste. Zato že od leta 1996/97 teče pobuda za ustanovitev Krajinskega parka Središče ob Dravi. Resneje pa se z zamislijo o Krajinskem parku v Središču ob Dravi ukvarjajo zadnja tri leta¹¹.

Tabela 7: Površine Nature 2000 na območju LAS UE Ormož

Občina	Površina občine (ha)	Površina območja Natura 2000 v občini - april 2013 (ha)	% površine, ki je pokrita z Naturo 2000 (%)
Ormož	14.156	1.295	9,15
Središče ob Dravi	3.274	1.615	49,34
Sv. Tomaž	3.809	0	0
Skupaj	21.239	2.910	13,7

Vir: Strategija lokalnega razvoja za Lokalno akcijsko skupino Upravne enote Ormož, LAS UE Ormož, str. 13 (10.1.2019).

Slika 9: Natura 2000 v občini Ormož in Občini Središče ob Dravi



Vir: Piso 9/2015.

Izboljšalo se je stanje narave na območju **Naravnega rezervata Ormoške Lagune**¹², ki je od 8. septembra 2017 v upravljanju DOPPS-a. Ormoške lagune¹³ so 55 hektarjev veliko mokrišče antropogenega nastanka, ki leži na območju rečnega ekosistema Drave ob Ormoškem jezeru. Sestavljajo ga plitvi bazeni s trstišči in sestoji rogoza, obdaja pa ga poplavni gozd, redok ostanek mehkolesne rečne loke v Sloveniji.

¹¹ Vir: <https://ktv-ormoz.si/krajinski-park-vsestranska-priloznost-za-obcino-sredisce-ob-dravi/> (18.1.2019).

¹² Vir: <http://ptice.si/oznaka/naravni-rezervat-ormoske-lagune/> (12.1.2019).

¹³ Vir: <http://ptice.si/naravovarstvo-in-raziskave/naravni-rezervati/ormoske-lagune/> (10.1.2019).

Mokrišče je izjemnega nacionalnega in mednarodnega pomena za številne ogrožene vrste ptic.

Izpostaviti velja, da na območju LAS UE Ormož **primanjkuje označevalnih in usmerjevalnih tabel**, ter prioritetenih aktivnosti na področju varstva narave in okolja, šibko je osveščanje javnosti o pomenu narave v domačem okolju. **Preslabo je izkoriščanje narave za oddih, rekreacijo in razvoj trajnostnega turizma.**¹⁴

Območje LAS UE Ormož se lahko postavi z:

- **izjemno bogato snovno in nesnovno kulturno zgodovinsko dediščino** (sakralni objekti, 2 gradova, bogate zbirke: etnološki muzej v Grajski pristavi Ormož, gradu Ormož in gradu Velika Nedelja ter dvorcu Temnar),
- **bogato etnološko dediščino** (obujanje številnih običajev),
- delujočo **razvejano mrežo izvajalcev in organizatorjev kulturnih programov in projektov** (Knjižnica Franca Ksavra Meška Ormož, Pokrajinski muzej Ptuj-Ormož, javni sklad za kulturne dejavnosti - preko 30 kulturnih društev in skupin, ...), ter
- **bogato kulinarično tradicijo kmečke kuhinje** (kvasenica, meso iz tünke, prleška gibanica, povitice, koline, ajdovi krapci, mlinci, pogačice, kislja juha idr.), ki jo obujajo gostinski obrati ter Društva kmečkih žena.¹⁵

27

Vse to je odlična podlaga za oblikovanje doživetij na področjih kulture, etnologije in kulinarike.

2.4 Analiza ponudbe na področjih zdravja in dobrega počutja

Na območju LAS UE Ormož **ni zaslediti celovito organizirane ponudbe za zdravje in dobro počutje** v turističnem pogledu. Ni nastanitvenega obrata, ki bi ponujal velneške storitve, prav tako ni zaslediti celovite ponudbe termalnega centra. V neposredni bližini, vendar izven mej LAS UE Ormož, so Bioterme Mala Nedelja, pa tudi Terme Banovci in druge terme v Pomurju, ki ponujajo storitve na področju zdravja in dobrega počutja. Ohranjena narava in privlačna krajinska podoba ter možnosti za rekreacijo v čistem in zdravem ter varnem naravnem okolju, ponujajo številne priložnosti domačinom in obiskovalcem.

V Zdravstvenem domu Ormož so vzpostavili Center za krepitev zdravja, kjer strokovnjaki svetujejo in podpirajo bolnike pri spreminjanju, z zdravjem povezanega vedenja.¹⁶

¹⁴ Povzeto po: Strategija lokalnega razvoja za Lokalno akcijsko skupino Upravne enote Ormož, LAS UE Ormož, str. 13 (10.1.2019).

¹⁵ Povzeto po: Strategija lokalnega razvoja za Lokalno akcijsko skupino Upravne enote Ormož, LAS UE Ormož, str. 13 (15.1.2019).

¹⁶ Vir: <http://ckz.zd-ormoz.si/Content.aspx?st=381&ob=3449> (20.1.2019).

»Elaborat za nadgradnjo ponudbe doživetij in kakovosti življenja na območju LAS UE Ormož« je nastal v sklopu projekta »Načrt razvoja gospodarstva in dviga kakovosti življenja na območju LAS UE ORMOŽ v obdobju 2019-2025«, Ormož, 31. 1. 2019, dr. Tanja Lešnik Štuhec, ProVITAL d.o.o.

2.5 Ugotovitve

Turizem je na območju LAS UE Ormož ena perspektivnejših gospodarskih panog, ki ima še veliko neizkoriščenega potenciala.¹⁷ Ocenjuje se, da letno obišče območje LAS **približno 20.000 turistov**. Bogata naravna in kulturna dediščina, tradicija vinogradništva vinarstva in sadjarstva in gostoljubnost ljudi so priložnosti, ki jih je potrebno **povezati v kakovostne integralne turistične produkte** ter jih tržiti kot skupne produkte celotnega območja. Kaže se potreba po **ustreznejši namestitveni infrastrukturi** in **boljši organiziranosti na vinsko-turističnih cestah**. Čedalje več ponudnikov vina in turističnih storitev se zaveda, da je za uspeh na trgu potreben **sodoben marketing**, ki temelji na povezovanju vseh deležnikov turizma. Turistom je na voljo tudi **nekaj odmevnejših prireditev**, vendar jih je v bodoče potrebno prilagoditi in širše tržiti. Priložnost se lahko pokaže v dodatni in razširjeni ponudbi obeh gradov.

Spodbudno je **gibanje za upravljanje zavarovane narave** - leta 2017 ustanovljen Naravni rezervat Ormoške Lagune in pobuda za ustanovitev Krajinskega parka Središče ob Dravi, ki traja že nekaj let.

Izjemno promocijsko vrednost imajo **nagrade**, ki jih pridobivajo **vinarji za vrhunska vina**.

Leta 2018 je vinska klet VINO Kupljen na londonsko prestižno mednarodno vinsko ocenjevanje Decanter 2018 poslala štiri vzorce vina Stars of Stiria. Nobeno od njih ni ostalo praznih rok. Tri so prejela medalje: Aldebaran (Renski rizling) - zlata medalja (ena od štirih za Slovenijo) oz. 95 točk, vini Sirius in Passion - bronasta medalja, vino Skywalker pa priporočilo (Commended).¹⁸

¹⁷ Povzeto po: Strategija lokalnega razvoja za Lokalno akcijsko skupino Upravne enote Ormož, LAS UE Ormož, str. 16 (10.1.2019).

¹⁸ Vir: <https://www.vino-kupljen.com/sl/aktualno/decanter-2018> (20.1.2019).

»Elaborat za nadgradnjo ponudbe doživetij in kakovosti življenja na območju LAS UE Ormož« je nastal v sklopu projekta »Načrt razvoja gospodarstva in dviga kakovosti življenja na območju LAS UE ORMOŽ v obdobju 2019-2025«, Ormož, 31. 1. 2019, dr. Tanja Lešnik Štuhec, ProVITAL d.o.o.

3 AKCIJSKI NAČRTI ZA PREPOZNANE VERIGE PONUDNIKOV V DESTINACIJI JERUZALEM SLOVENIJA

V Destinaciji Jeruzalem Slovenija smo prepoznali tri verige ponudnikov, ki pomembno sooblikujejo ponudbo in bi lahko kakovost poslovanja še dvignile. Predvsem pa bi se ponudniki med seboj lahko povezali in ponujali celovita in poglobljena doživetja Destinacije Jeruzalem Slovenija. V nadaljevanju so predstavljene:

- Veriga ponudnikov s področja vinogradništva, gastronomije in razvoja doživetij v Destinaciji Jeruzalem Slovenija
- Veriga ponudnikov Odprtih vrat v Destinaciji Jeruzalem Slovenija
- Veriga ponudnikov doživetij za zdravje in dobro počutje v Destinaciji Jeruzalem Slovenija

3.1 Vinogradništvo, gastronomija in razvoj doživetij v Destinaciji Jeruzalem Slovenija

Veriga ponudnikov s področja vinogradništva, gastronomije in razvoja doživetij podeželja v Destinaciji Jeruzalem Slovenija povezuje vinogradnike in vinske kleti, gostinska prehrabna podjetja - restavracije, gostilne, turistične in izletniške kmetije ter ponudnike nastanitvenih kapacitet, za kakovostno doživljanje vinogradniške krajine z velneško ponudbo (bazeni), odlično kulinariko in vinskimi zgodbami.

Iz posnetka stanja, ki je predstavljen v dokumentu »Načrt razvoja gospodarstva in dviga kakovosti življenja na območju LAS UE Ormož v obdobju 2019-2025« so razvidne prednosti, slabosti, priložnosti in nevarnosti obravnavanih področij v DJS.

Prednosti na področjih vina in gastronomije:

- Tradicija vinogradništva, vinarstva in sadjarstva z odličnimi vinorodnimi legami, kakovostnimi vini in posameznimi ponudniki le-teh.
- Jeruzalem s terasastimi vinogradi - celotna krajinska podoba in zgodba križnikov.
- Prehranska prepoznavnost - prleška kulinarika in relativno kakovostna gastronomska ponudba.
- Tradicija kmetovanja z nišami v pridelavi in predelavi.
- Številni vikendi, ki bi lahko bili ponujeni v turistične namene.

Slabosti na področjih vina in gastronomije:

- Malo odlične gastronomske ponudbe in šibka prepoznavnost le-te.
- Malo vinarjev s kakovostno ponudbo vin in doživljajskih zgodb.

- Slabo povezovanje ponudnikov na vinski cesti in vinarjev nasploh, da bi lahko dvignili kakovost ponudbe in skupaj nagovorili vinski trg.
- Šibko povezovanje ponudnikov vina in kulinarike.
- Necelovita in nepovezana ponudba - manko zgodb na področju vina in kulinarike.
- Slabo se promovira avtohtone sorte (npr. šipon).
- Manko števila in raznovrstnosti nastanitvenih kapacitet (hotel, kamp, postajališča za avtodome, še predvsem višje kakovosti s privlačno doživljajsko dopolnilno ponudbo - bazen, degustacijski prostori, delavnice v naravi ipd.).
- Malo kakovostne gastronomske ponudbe - gost ne dobi prleških jedi pri gostinskih ponudnikih, kot, da se sramujemo bučnega olja, mesa iz tünke, esihflajša, tlačenske.
- Odpiralni čas ponudnikov ni prijazen obiskovalcem.
- Gostinci z dumpinškimi cenami delajo škodo celotni panogi - ne sodelujejo.
- Ponudniki slabo usposobljeni za komunikacijo v več mednarodnih jezikih.
- V ožjem območju ni ponudbe za razvajanje (termalni/velneški centri).
- Nepovezana ponudba na vinski cesti in drugih poteh.

Priložnosti na področjih vina in gastronomije:

- Vzpostaviti gonilo strateškega razvoja kakovosti življenja in turizma v destinaciji Jeruzalem ter sodobnega trženja (digitalni, mobilni, skriti, navzkrižni marketing ...) in prodaje celostne ponudbe z izpostavitvami na najbolj frekventnih točkah (Vinarji, gostinci idr.).
- Vzpostaviti destinacijsko in kolektivno blagovno znamko Jeruzalem ter ponudbo za visokokakovostna doživetja sonaravnega in trajnostno naravnega turizma (mir, varnost, vrhunska vina in gastronomija, poglobljena doživetja, zadovoljni domačini in obiskovalci).
- Vzpostaviti oz. nadgraditi portal za predstavitev in trženje ponudbe celovite vinske destinacije Jeruzalem.
- Vzpodbuditi mlade za nove trende v turizmu - povezano in celovito ponudbo ponuditi nižnim skupinam v povezavi s partnerji za razvoj kulturnega, vinskega, zelenega, romarskega turizma in doživetij za manjše skupine poslovnega turizma.
- Spodbuditi ponudnike za skupno vlaganje oz. nadgradnjo v kakovostne doživljajske zgodbe z lokalno dodano vrednostjo za prepoznane ciljne skupine turistov - razvoj produktov za nišne skupine.
- Vzpostaviti močne povezave s termami/velneškimi centri v Sloveniji, Avstriji in na Hrvaškem za oblikovanje celovitih integralnih turističnih produktov.
- Nadgraditi ponudbo vinske ceste, pohodniških in kolesarskih poti ter vzpostaviti izkustveni park za neponovljiva doživetja.
- Nadgraditi doživetja pri vinogradnikih z nastanitvenimi doživljajskimi kapacitetami ter programom delavnic in degustacij.
- Nadgraditi ponudbo gostinskih obratov s kakovostno nastanitveno (bazen, oddelek dobrega počutja) in gastronomsko ponudbo.
- Vzpostaviti verige lokalnih ponudnikov za oskrbo gostinskih idr. ponudnikov z lokalno hrano in pijačo - kratke lokalne oskrbne verige.
- Spodbuditi kmetije k registraciji dopolnilnih dejavnosti in rokodelce ter vinogradnike za pristop v sistem Odrprtih vrat v destinaciji Jeruzalem - visokokakovostne doživljajske zgodbe podeželja.
- Zadržati obiskovalce (20.000 obiskovalcev letno) vsaj dve noči v destinaciji Jeruzalem s poglobljenimi lokalnimi zgodbami - paketi po meri prepoznanih ciljnih skupin.

Nevarnosti na področjih vina in gastronomije:

- Zaostajanje v razvoju za drugimi turističnimi destinacijami zaradi šibke inovativosti in necelovite ponudbe na področjih vinarstva, gastronomije in njima oskrbnih in dopolnjujočih dejavnosti.
- Druge destinacije bolje zadovoljujejo pričakovanja ciljnih skupin gostov - nišna ponudba za izbrane ciljne skupine ter šibke in nepovezane marketinške aktivnosti.
- Ponudniki nimajo dovolj lastnih sredstev, investitorji pa raje vlagajo v konkurenčne destinacije.
- Mladi odhajajo iz destinacije.

3.1.1 Vizija in cilji na področju vinogradništva in gastronomije v Destinaciji Jeruzalem Slovenija

Vizija

SS1: Vinogradništvo, gastronomija in razvoj doživetij podeželja
V Destinacijo Jeruzalem Slovenija prihajajo stacionarni gosti
občudovat poglede na vinorodno krajino
ob okušanju odličnih vin in gastronomskih posebnosti ter
sproščanju v tretmajih za telo in duha,
v udobnem ambientu z lokalno dodano vrednostjo,
ki je v sozvočju z naravo in kulturno dediščino.

31

Direktno se na področja vina in gastronomije nanašajo **vsi razvojni in trženjski cilji**, ki si jih je v strateškem obdobju 2019-2025 zadala Destinacija Jeruzalem Slovenija in so predstavljeni v **poglavju 1.2.**

3.1.2 Delavnice za nadgradnjo kakovosti ponudbe vinarjev in gostincev v Destinaciji Jeruzalem Slovenija

Za nadgradnjo kakovosti ponudbe vinarjev in gostinskih ponudnikov Destinacije Jeruzalem Slovenija (DJS) je bilo v letu 2018 izvedenih pet delavnic. Na delavnice so bili povabljeni vinarji in gostinci, ki sestavljajo Specializirano delovno skupino SDS1 DJS.

Prva delavnica za nadgradnjo kakovosti ponudbe vinarjev in gostinskih ponudnikov (člani SDS1 DJS) je bila izvedena 29. 8. 2018 na temo »Prepoznana kulinarčna ponudba gostinskih obratov v Destinaciji Jeruzalem Slovenija«.

Delavnico sta izpeljali dr. Tanja Lešnik Štuhec in priznana strokovnjakinja za gastronomijo Mojca Polak, mag. marketinga.

Tabela 8: Prva delavnica za nadgradnjo kakovosti ponudbe vinarjev in gostinskih ponudnikov v DJS

DS2: SS1 -	Nadgradnja kakovosti ponudbe vinarjev in gostincev, prvo srečanje, 29. 8. 2018, 10.00-13.00, Mladinski center Ormož
Tema:	Prepoznana kulinarčna ponudba gostinskih obratov v TD Jeruzalem
Vsebina:	• Uvod • Predstavitev: Pomen kulinarike v turistični ponudbi - dr. Tanja Lešnik Štuhec • Predstavitev: Kaj je prleška kulinarika? - Mojca Polak, VSGT Maribor • Predstavitev: Ponudniki hrane postrežene na gostinski način v Destinaciji Jeruzalem Slovenija - Tanja Lešnik Štuhec • Razprava: - Posnetek stanja gostinske prehrambne ponudbe v DJS - kdo smo - smo vinska in gastronomska regija?, kaj ponujamo - kakšne jedi in pijače?, kdo so naši gosti - domači in mednarodni?, kakšna je kakovost storitev - smo zadovoljni ali čutimo manke? - Vizija razvoja gostinske prehrambne ponudbe v DJS - kaj želimo biti, kako kakovostno in komu želimo ponujati v prihodnje?
Vabljeni:	Vinogradniki in gostinci - gostilne in turistične kmetije ter vinotoči, ki ponujajo hrano, vinarji, pivovar, kmetije s pridelavo in predelavo, idr., KGZ - dopolnilne dejavnosti.

Pomen kulinarike v turistični ponudbi.

- Zgodovina kulinarike je tesno povezana z zgodovino človeštva. V Sloveniji je precej pester nabor tradicionalnih jedi. Jedi se razlikujejo glede na geografsko lego, podnebje, nadmorsko višino itd.
- V Slovenski kulinariki čutimo sosednje vplive, a v vseh kulinarčnih regijah smo ohranili identiteto. imamo 24 oz. 42 gastronomskih regij. Iz zgodovine ločimo podeželsko in meščansko kuhinjo. Na sodobno kuhinjo imata velik vpliv ameriška in azijska kulinarika. Poznamo furmanske jedi, vinogradniške jedi (juhe z grozrdjem) itd.
- V razvoju vinogradništva in gostinstva so naslednje pomembne prelomnice: leta 1920 pride v Nemčiji do prvih vinskih cest, v Sloveniji organizirano šele v 90. letih 20. stol., prve turistične kmetije se v Sloveniji pojavijo v 60. letih 20. stoletja.
- Kakovost kulinarike v zadnjih 15 letih izjemno pridobiva na pomenu. V 21. stoletju izpostavljam predvsem odlične kuharje, hišna vina, pokušnje, kratke oskrbne poti. Pomemben je navzkrižni marketing (medsebojna promocija dobaviteljev in kupcev, npr. ponudniki govedine in restavracije). Pomembna so stanovska združenja, saj se skupaj promovirajo, olajšajo delo en drugemu in nižajo stroške.
- Pomembno je v digitalnih orodjih predstaviti ponudbo - degustacijski meni, jedilni list, ponudbo pijač, dobavitelje živil itd.

- Gastronomski turizem izjemno povezuje urbani in podeželski del in je ena izjemnih niš v turizmu 21. stoletja.
- Po trenutni Gastronomski strategiji imamo v Sloveniji 24 gastronomskih regij, Prlekija je ena izmed teh regij.

Kaj je dobro vedeti o kulinariki?

- Vsi gosti v Sloveniji niso zadovoljni s kulinariko, še najmanj zadovoljni so italijanski gosti.
- Pomembno je v gostinsko ponudbo vključiti jedi iz vseh skupin - vsakdanje jedi, praznične jedi, jedi za posebne priložnosti.
- V Slovenskem prostoru je čutiti vpliv balkanske kuhinje, kar je naša posebnost in pomembno bogati našo kuhinjo (sarme, ajvar, ...).
- Ob ponudbi lokalne kulinarike moramo biti iznajdljivi in kreativni. Gospodinja naj sproti reže meso (npr. tünko) in ob tem pove zgodbo živila, kar je veliko bolj cenjeno kot da nareže celo goro mesa, saj dobijo gosti občutek, da le-to ni vredno, če ga ponudimo v izobilju.
- Severovzhodna Slovenije ima ogromno receptov za solato. Dejstvo, da jemo solato h glavni jedi, nas dela posebne.
- Trendi v kulinariki - uporaba avtohtonih vrst zelenjave, uporaba nekultivirane hrane, snackanje, manjšanje normativov mesa, opuščanje škrobnih prilog, inovativni inventar.
- Pomembno je stopnjevanje ponudbe določene jedi npr. KLASIČNO kot ponovitev zgodovinskega spomina, SODOBNO kot preoblikovanje s sodobnim pristopom in DRZNO kot nadgradnja, pri kateri osnovo le še bežno zaznamo (potica, sladoled iz potice, zajček s poticinim nadevom - ...).
- Tudi koline lahko postanejo del rituala, ki ga lahko gost doživi.

33

Kaj je prleška kulinarika po mnenju udeležencev delavnice?

Kisla juha, ajdovi žganci, bremz župa, hrtelna juha, sladko zelje, meso iz tünke, prajnana juha, prleški pisker, krompirjevi žganci in gobova juha ...

Najbolj tipične prleške jedi:

- Kisla juha, ajdov krapec, oljovica, kvasenica, postržjača, prleška tünka.
- Hladne predjedi: domači narezek, namazi (skutni, fižolov, zelenjavni, ocvirkov, zaseka), Lukarsko meso, mariniran piščanec, marinirana govedina, suho meso, domače salame; presvuršt - tlaženka.
- Juhe: prežganka, zelenjavne juhe, goveja juha in kurja juha, ragu juhe in obare.
- Tople predjedi: ajdova kaša, štruklji, testenine; kohovi murki.
- Ta regija je zelo znana tudi po jedeh iz drobovine, na primer jetrca itd.
- Glavne jedi: kuhana govedina, pečenke iz različnih vrst mesa, divjačina, koline, sladkovodne ribe.

- Brezmesne jedi (ki jih lahko ponudimo kot glavne jedi): zabeljena zelenjava, zelenjavni zavitki, zelenjavne pite, zelenjavne omake, zelenjavni golaži, jedi iz kaš in žita. Ko odvezujemo meso iz jedilnika, ne smemo pozabiti na beljakovine, gostu ne smemo ponuditi le ogljikove hidrate, ki so načeloma priloga.
- Vključimo goste v sam obred obroka - naj sami razrežejo meso, kaj umešajo itd.
- Enolončnice: kisl juha, ričet, vampi, golaž, paprikaš. Osvestiti gosta, da je lahko jed kulinarčni spominek, če jo primerno zapakirano prodamo za domov.
- Štrukelj, ki ga ob odhodu gostom ponudi gostinec kot turistični spominek.
- Solate: listnate solate, solate na osnovi krompirja in žita, solate iz vložene zelenjave, solate z dodatkom mesa, stročnic.
- Mladi sir oz. sir za žar je težko kupiti v lokalnem okolju, imamo pa sireke.
- Na območju Ormoža se uporablja ajda in ajdova kaša, pa tudi prosena kaša.
- Sladice: Prleška gibanica, pečeno sadje, kompoti, ocvrte sladice, sadni kruh, cvrtje bezgovih in akacijevih cvetov, šodo, potice in pogače, zavitki in pite, ocvrto cvetje. Naša regija je znana tudi po domačih kompotih, domačih ozimnicah, marmelade itd. grozdova pogača, sadni kruh, žemeljček, zljevanke, sadni narastki.
- Mlečne in močnate jedi: Mlečni močnik, mlečna kaša, mlečni zdrob, mlečni rezanci, žganci.
- Moka iz bučnic je velik potencial.
- Nasveti za različne priložnosti: vključevanje družinskih jedi, upoštevanje družinskega kulinarčnega koledarja. Izziv naučiti goste kuhati po prleško. Enostavno, hitro, zdravo. Prodaja jedil z recepturami. Upoštevanje ciljnih skupin gostov. Pritisniti na spomine gostov, nostalgčnost, takrat se gostje prej odločijo, da kaj kupijo, naročijo.
- Promocija lastnih pridelkov skozi jedilnik in gosti ob odhodu želijo odnesti okuse s seboj.
- Ekonomija v kulinariki: kalkulacije, uporaba celotnega živila, rešitve za manj odpadkov, varčevanje z energijo.

Posnetek stanja gostinske prehranske ponudbe v Destinaciji Jeruzalem Slovenija kaže na 43 gostinskih obratov (vključno z Ljutomerom). Spletne strani gostincev so v večini primerov zelo skope glede ponudbe - ne najdeš poglobljenih vsebin kot npr. receptur tradicionalnih ali sofisticiranih jedi.

Z vodenjo razpravo smo nadaljevali in ugotovili, da redki ponudniki namenjajo pozornost tradicionalni kulinariki, v glavnem je ponudba zelo pisana, od tünke do pic, rib vseh vrst, samo sladkovodnih in potočnih ni. Bolj bo potrebno ozavestiti ponudnike o pomenu kratkih oskrbnih verig in lokalno pridelane hrane, ničelnega odtisa itd.

Druga delavnica za nadgradnjo kakovosti ponudbe vinarjev in gostinskih ponudnikov (člani SDS1 DJS) je bila izvedena 5. 9. 2018 na temo »Strokovni posvet med gostinci in ponudniki za oblikovanje celovite ponudbe z lokalno dodano vrednostjo«.

Izhodiščno temo delavnice je podala dr. Tanja Lešnik Štuhec, pridružila sta se ji prof. dr. Janez Bogataj in Hinka Hržič.

Tabela 9: Druga delavnica za nadgradnjo kakovosti ponudbe vinarjev in gostinskih ponudnikov v DJS

DS2: SS1 -	Nadgradnja kakovosti ponudbe vinarjev in gostincev, drugo srečanje, 5. 9. 2018, 10.00-13.00, Turistična kmetija Hlebec, Kog
Tema:	Strokovni posvet med gostinci in ponudniki za oblikovanje celovite gostinske prehrabne ponudbe z lokalno dodano vrednostjo Destinacije Jeruzalem Slovenija
Vsebina:	Tema: • Uvod • Predstavitev Turistične Kmetije Hlebec • Predstavitev: Kratke oskrbne verige gostinskih obratov - dr. Tanja Lešnik Štuhec • Predstavitev: Pomen lokalnih oskrbnih verig za odličnost regionalne gastronomije - prof. dr. Janez Bogataj • Predstavitev: Ponudba pridelkov in prehranskih izdelkov naših kmetij za oskrbo lokalnih gostincev? - Hinka Hanžič • Vodena razprava: - Predstavitev kmetij - Kaj, koliko, kako kakovostno in kdaj lahko ponudimo kmetje in predelovalci gostincem v DJS? - Predstavitev vzpostavljenih dobaviteljskih verig gostincev - Kaj kupujemo gostinci od lokalnih ponudnikov v DJS? - Kaj bi bili pripravljeni kupiti gostinci od lokalnih ponudnikov v DJS? • Ugotovitve: - Posnetek stanja ponudbe in vzpostavljenih dobaviteljskih verig za gostince v DJS - Vizija - kakšna naj bo dobaviteljska veriga za gostince v DJS? - Kako želimo skupaj nastopati in se promovirati v DJS?
Vabljeni:	Vinogradniki in gostinci - gostilne in turistične kmetije ter vinotoči, ki ponujajo hrano, vinarji, pivovar, kmetije s pridelavo in predelavo, idr., KGZ - dopolnilne dejavnosti.

35

Kakšno destinacijo želimo?

- V Destinaciji Jeruzalem Slovenija si želimo večjo zaposlenost, priseljevanje, dvig standarda deležnikov.
- Najprej moramo zgraditi destinacijo, da bomo pritegnili zahtevne turiste in s tem dvignili tržno pozicijo. Bistveno je, da prepoznamo vrednote območja - coniramo

območje in se odločimo, kje želimo obiskovalce, tam vzpostavimo turistično infrastrukturo, da se bodo počutili prijetno (toaleta, parkirni prostori, nastanitvene kapacitete, prehrambna ponudba, odprta vrata ponudnikov,...).

- Vsi ponudniki potrebujejo nenehno nadgradnjo znanj in spretnosti na vseh področjih, še predvsem na področju kulinarike in vinarstva.

Kaj so kratke oskrbne verige gostinskih obratov?

- Čim krajša pot pridelka, prehrabnega izdelka ali storitve od kmeta do končnega potrošnika. Proces: pridelava - predelava - distribucija - gostinski obrat oz. javni obrat - potrošnik.
- Koliko dodane vrednosti lahko en kmet doda svojemu izdelku je odvisno od številnih dejavnikov. Bistvena je fizična povezanost med ponudniki in potrošniki; prihodki na ravni kmetije; predelava; število posrednikov in akterjev v verigi; narava odnosov med akterji ter izmenjava informacij med njimi. Npr. gospod Pukšič - njegov odnos do kupcev je zelo poglobljen, saj jih že spomladi in v fazi rasti zelenjave informira o tem, kaj se dogaja s potencialno ozimnico. S posredniki cena raste, zato je za kmeta prodaja na domu, še sploh, če gre za predelavo in prodajo v obliki storitve, najbolj ugodna. Če delamo na majhnih površinah odlične izdelke oz. storitve (delavnice, pokušnje), lahko od dejavnosti dostojno živi tudi 4 ali 5 članska družina.
- Dolžina tržne poti s hrano je ključna:
Za dolgo verigo je značilno, da pridelovalci prodajajo prehrabne izdelke veletrgovcem, zadrugam ter drugim posrednim odkupovalcem.
Za kratko (lokalno) verigo so značilne kratke fizične razdalje med proizvajalci in potrošniki, in sicer: neposredna povezava med proizvajalci in potrošniki ali posredna povezava, kjer je običajno prisoten samo en posrednik.
Med tipe kratkih oskrbovalnih poti štejemo osebno prodajo, lokalno družbeno območje ter širše družbeno območje.
- Osebna prodaja pomeni, da potrošnik kupi pridelek oz. izdelek neposredno od proizvajalca, pristnost in zaupanje preko osebne interakcije med potrošnikom in proizvajalcem (prodaja na kmetiji, trgovine s kmetijskimi pridelki in izdelki, samoobiranje, tržnice, prodaja na cesti) sta s tem največji.
- Lokalno družbeno območje pomeni, da so izdelki izdelani in prodani na drobno v specifičnem območju proizvodnje, potrošniki pa se zavedajo, da je lokalna narava izdelka na prodajnem mestu: prodaja na kmetiji, trgovine s kmetijskimi pridelki in izdelki, samoobiranje, tržnice, mlekomati, prodaja na cesti, specializirani trgovci na drobno: delikatese, pekarnice, mesnice, živilske prodajalne, verige supermarketov; gostinski obrati, ki prodajajo lokalno hrano (restavracije, hoteli in podobno) ter prodajalna mesta po sistemu javnega naročanja (bolnišnice, šole, univerze, domovi za ostarele, zaporji).
- Širše družbeno območje pomeni območje izven območja same proizvodnje. Gre za vse vrste maloprodajnega prostora. Podatki o živilu se posredujejo z embalažo

in promocijo proizvodov, blagovno znamko in uporabo certifikatov o izdelkih s posebnim geografskim poreklom.

- Velik pomen ima lokalna oskrbna veriga za gostince. Npr. Rakar iz Dolenjske, ki na spletni strani zapiše, kako pomembno je lokalno pridelano. Ali Rajh, ki trdi, da so lokalni proizvajalci živil in izdelkov osnova vsake njihove tradicionalne ali nove prekmurske jedi. Podobno Tramšek, ki trdi, da gre za sezonsko lahkotno obarvane krožnike iz sestavin domače pridelave.
- Bistvena je privzgojena kultura, da se zavedamo, kako pomembno je razmišljati in kupovati lokalno.
- Gostinci lahko na spletni strani predstavijo dobavitelje in omogočijo, da s klikom prideš na njihovo stran. To je verižni marketing.
- Predstavljeni so primeri dobrih praks iz Vulkanlanda - Gostilna in delikatesa Fink in Haberl (spletna stran z našimi dobavitelji), Genusshotel Riegersburg (z lokalno verigo 70 ponudnikov v obsegu 15 do 20 km), Bauern Stadl (z lokalno oskrbno verigo lokalne trgovinice, delikatese in vinoteke, ki lokalne ponudnike predstavlja in ponuja občanom in turistom).
- Predstavljena Gostilnica RUJ s Krasa ponuja samo sezonske jedi iz lokalnih živil ter vina in pijače lokalnih proizvajalcev. O njih povedo odlične zgodbe, ki ti vzbudijo lakoto po teh pridelkih in prehranskih izdelkih v odličnih sezonskih jedeh.

37

Pomen lokalnih oskrbnih verig za odličnost regionalne gastronomije:

- Gostilna Tramšek je najboljša gostilna na območju Destinacije Jeruzalem Slovenija, trdi prof. dr. Janez Bogataj.
- V Sloveniji imamo celo vrsto vinskih cest, na njih pa pogosto zaprta vrata vinskih kleti.
- Prlekija bi resnično potrebovala eno dobro delikateso. S tem se povečajo prodajne možnosti kmetov za prodajo lokalnih izdelkov in zato, ker ljudje rabijo dobre primere prakse. V ljudeh vzgajaš ponos na domačo regijo. Ta bi lahko dobila poslovalnico z lokalnimi produkti iz Jeruzalema tudi npr. v Ljubljani ali/in Mariboru.
- Slovensko živilo naj ima prepoznano slovensko poreklo in izjemno kakovost, kar spodbujamo s kolektivnimi blagovnimi znamkami.
- Vse države si zelo prizadevajo na področju lokalne hrane, močno narašča povpraševanje po lokalnih živilih. Nujno je vedeti, po čem je neka regija prepoznana, po katerih jedeh in pijači - piramida gastronomije in gastronomska strategija.
- Tudi v Sloveniji tečejo prizadevanja, da postanemo državno, regionalno in lokalno razpoznavni - leta 2021 bo Slovenija gastronomska regija Evrope.
- Dobavne verige so povezane s celo paleto različnih živil iz lokalnega okolja - kratke oskrbne verige na podeželju.

- Jedi naj ne bodo samo kopija neke preteklosti, ampak tudi jedi primerne za današnji čas. Ne le tradicija, ampak tudi inovacija, kreativni pristopi. (npr. poseben krožnik za sprejeme - za krajnsko klobaso)
- Lani je izšla knjiga o slovenskih kolinah v Braziliji. Brazilci imajo svinje, ne znajo pa meso dobro predelati v izdelke, kot je to tradicija na območju Prlekije.
- Če hoče biti Slovenija uspešna na kulinarinem področju, moramo graditi na lokalni pridelavi, predelavi in prodaji.
- Popolnoma smo zanemarili ribje bogastvo v Sloveniji. Ponudba postaja sicer spet bolj pestra s sladkovodnimi ribami, predvsem po zaslugi ribogojnic.
- Med je izjemno pomemben za Slovenijo in slovensko čebelarstvo izjema v svetovnem merilo.
- Prlekija je dežela pogač, ki bi morale biti (pogače in gibance) vedno na razpolago.
- V Sloveniji imamo okrog 110 različnih nadevov v poticah.
- Od leta 2006 je aktualna Strategija gastronomije Slovenije in Prlekija je ena od 24 gastronomskih regij (3 vinske dežele, 365 različnih avtohtonih jedi).
- Hrana danes spet združuje ljudi. Za mizo skušamo spet komunicirati. Gostu moramo o jedi povedati zgodbo, zato moramo poznati pridelovalce in območje od koder določeno živilo prihaja itd.

Ponudba pridelkov in prehranskih izdelkov naših kmetij za oskrbo lokalnih gostincev:

- V Prlekiji imamo pestro ponudbo osnovnih kmetijskih pridelkov in izdelkov.
- Zavedamo se, da moramo zagotoviti kvalitetne in tržno zanimive izdelke. Danes je težko kupiti nekatere prehranske izdelke od registriranega ponudnika.
- Iz zdravstvenega vidika se priporoča uživanje sezonske zelenjave in sadja iz lokalnega okolja, ki je optimalno dozorelo.
- Zakonodaja za prodajo izdelkov že zaustavlja nekatere pridelovalce.
- Naši kmetje sami iščejo kupce - so prepuščeni sami sebi. Pogosto sprašujejo, kaj naj sejejo, kam naj prodajo in po kakšni ceni - rabijo svetovanje in pomoč.
- Velika podjetja težko kupujejo od lokalnih ponudnikov, ker so živila predraga, ceneje jih kupijo iz tujine.
- Za pridelavo in prodajo pridelkov je dovolj številka kmetijskega gospodarstva, predelava pa zahteva posebne registracije dopolnilnih dejavnosti. Teh na območju Destinacije Jeruzalem Slovenija ni veliko (Tabela 10).
- Nekateri ponudniki prodajajo celo na tržnici v Domžalah.
- Turiste se lahko povabi v trgatev, kar je nepozabno doživetje.
- Na spletni strani KGZS je ikona »Kupujmo domače«, kjer se povežejo ponudniki s kupci pridelkov in prehranskih izdelkov.

Tabela 10: Dopolnilne dejavnosti na kmetiji na območju Destinacije Jeruzalem Slovenija

	2000	2017
Turistične kmetije	5 (1 nast.+ 4 izl.)	6 (5 nast. + 1 izl.)
Peka kruha, potic...	1	10
Predelava sadja in zelenjave	3	5
Predelava mesa	0	5
Predelava mleka	0	1
Domače obrti	1	1
Izdelava testenin	0	6
Predel. in prodaja bučnega olja	0	5
izobraževanje	0	5
Strojne usluge	3	19
Proizvodnja električne energije	1	6
Zeliščarstvo, urejanje okolice	1	5

Vir: KGZS Enota Ptuj (5.9.2018).

Gostitelj pove, da glavnino živil kupujejo lokalno od različnih kmetij. Že dolgo se poslužujejo lokalnih ponudnikov. Zakonodaja bi kmetom morala malo bolj prisluhniti. S kakovostjo živil so zadovoljni. Dobro bi bilo vzpostaviti logistiko za dostavo živil v gostinske obrate in javne ustanove, saj kmetije niso v stanju za vsako prodajo izdati e-računa, gostinci pa vedno nimajo časa komunicirati za nabavo z vsakim ponudnikom. Nujno je vzpostaviti standarde ponudbe prleških jedi, saj so gosti vedno bolj osveščeni in želijo tradicionalne jedi iz lokalnih živil po prepoznanih recepturah.

39

Tretja delavnica za nadgradnjo kakovosti ponudbe vinarjev in gostinskih ponudnikov (člani SDS1 DJS) je bila izvedena 12. 9. 2018 na temo »Kakšen naj bo izgled in počutje v gostinskih obratih Destinacije Jeruzalem Slovenija«.

Izhodiščno temo delavnice je podala dr. Tanja Lešnik Štuhec, pridružili so se ji arhitekta in oblikovalca Jurij Oven in Darko Štrakl ter Dalibor Šoštarčič.

Tabela 11: Tretja delavnica za nadgradnjo kakovosti ponudbe vinarjev in gostinskih ponudnikov v DJS

DS2: SS1	Nadgradnja kakovosti ponudbe vinarjev in gostincev, tretje srečanje, 12. 9. 2018, 10.00-13.00, Turistična kmetija Ozmec, Velika Nedelja
Tema:	Kako izgled in udobje gostinskega obrata vpliva na počutje gostov v Destinaciji Jeruzalem Slovenija?
Vsebina:	• Uvod - Karmen Štumberger • Predstavitev Turistične kmetije Ozmec - Sonja in Franc Ozmec • Predstavitev: - Kaj pritegne goste v vinsko destinacijo? - dr. Tanja Lešnik Štuhec - Kako doseči zadovoljstvo gostov z udobjem v gostinskih - prehrabnih in prenočitvenih obratih v DJS? - Jurij Oven, arhitekt in oblikovalec, ARHITEKTURA OBLIKOVANJE

	- Stanje in pogled na ambient gostinskih obratov v DJS, Darko Štrakl, arhitekt, Prodesigne Ljutomer (Svetinjska klet) - Razmišljanje o ambientu gostinskih obratov v TD Jeruzalem - Učinkovita raba energije v gostinskih obratih, Dalibor Šoštarčič, LEA Ptuj • Razprava: - Posnetek stanja - kakšna je trenutna lokalno dodana vrednost opreme in udobja za goste v gostinskih prehrabnih in nastanitvenih obratih v DJS? - Vizija - kakšno lokalno dodano vrednost opreme in udobja za goste želimo v gostinskih prehrabnih in nastanitvenih obratih v DJS?
Vabljeni:	Vinogradniki in gostinci - gostilne in turistične kmetije ter vinotoči, ki ponujajo hrano, vinarji, pivovar, kmetije s pridelavo in predelavo, idr., KGZ - dopolnilne dejavnosti

Kaj pritegne goste v destinacijo? Ugotovitve raziskave izvedene na Štajerski vinski destinaciji v Avstriji:

- Čarobna vinogradniška krajina - arhitektura in udobje v prostoru sta na prvem mestu pri odločitvi za vinsko destinacijo.
- Gosti želijo vinske ceste s celovito in raznoliko ponudbo - celoten poglobljen paket doživetij.
- Ponudniki stremijo k vedno višji kakovosti - poglobljenih doživetjih, ki temeljijo na inovativnih - kreativnih povezanih idejah ponudnikov.
- Sobe med vinogradi - veriga okrog 70 ponudnikov v treh vinorodnih regijah avstrijske Štajerske z enotnimi standardi za zagotavljanje najvišje kakovosti ponudbe nastanitvenih obratov.
- Odlični vinotoči - veriga 60 ponudnikov v treh vinorodnih regijah avstrijske Štajerske z enotnimi standardi za zagotavljanje najvišje kakovosti kulinarčne ponudbe pušelšankov.
- Gosti pričakujejo kakovostno in raznoliko prenočitveno doživljajsko ponudbo z lokalno dodano vrednostjo.

40

Kako doseči zadovoljstvo gostov z udobjem v gostinskih prehrabnih in nastanitvenih obratih v Destinaciji Jeruzalem?

- Malo lokacij z lepo teraso s pogledom na vinograde imamo v destinaciji (Malek jo ima, vendar ni v funkciji v dežju).
- Redko je lep pogled na vinogradniško krajino iz gostinskih lokalov (Gostišče Taverna ima lep pogled, vendar pogled sega na parkirišče z avtomobili. Podjetje Puklavec Family Wines razmišlja o nastanitvenih kapacitetah na Jeruzalemu. Gospa Olga Ozmec razmišlja o glampingu v sklopu Kmetije Ozmec).
- Hiša na območju Prlekije je izgubila identiteto - oblika in barva, nekoč tipična panonska hiša (pritlična, v obliki črk I, L, U, neposreden stik z naravo - veliko

možnosti, da se spremeni funkcije v turistične namene; danes so to velike stavbe, s kletjo, zelo posebne in močne barve; ni več lokalnega obrtniškega znanja za obnovo, če naletiš na rokodelca je zaseden in drag - prenova se ne splača, raje gradimo.

- Primeri prakse: Hrvatova domačija na Goričkem. Gostinski obrati prehrabne in nastanitvene stroke v Brdih ponujajo celovit paket doživetij, med drugim tudi mize med vinogradi, bazen med vinogradi in tradicionalne ter sofisticirane prehrabne obrate z veliko dodane vrednosti. Na tem moramo v Destinaciji Jeruzalem Slovenija še delati.
- Arhitekt naj poudari arhitekturo, slog ambienta naj ostane v domeni lastnika investicije oz. ponudnika - gostinca. Pomembni so čistoča, red, odličen servis.
- Zakonodaja se spreminja, s 1. 10. novi Pravilnik o kategorizaciji nastanitvenih obratov v Sloveniji.

Razmišljanje o arhitekturnih značilnostih in ambientu gostinskih obratov v Destinaciji Jeruzalem Slovenija.

- Ambient mora ponujati toplino prostora, udobje in asociacijo na spomine iz otroštva, pomembna je dobra akustika, še predvsem v kleti, kjer lahko gosti tudi zapojejo - glasba je pomemben element ambienta.
- Kako dosežemo toplino prostora:
Pravilna izbira materialov (les, opeka, kamen, železo), ne preveč različnih vrst materialov - pravilno razmerje je ključno. Les starih preš je zelo aktualen tako za tradicionalne kot sofisticirane gostinske obrate v vinorodni regiji.
Odprt kamin, lončena peč.
Oprema - pohištvo po meri, opeka, železo.
Ponovna uporaba obstoječih predmetov je zelo popularna - preša kot zgodovinski element našega prostora, doge sodov se dajo uporabiti v vseh različicah slogov
Svetloba - primerna osvetlitev naredi čudeže v ambientu - igra senc.
Umestitev starega pohištva v nove prostore (les iz puš), paziti da ne prerestaviramo pohištva; staro obnovljeno pohištvo naredi odličen interier.
Previdno z opečnato steno - pustiti določene dele brez ometa z občutkom.
- Primeri prakse - Enoteka v Ljutomeru, Renoviranje Svetinske kleti.
- Funkcionalnost objektov: naravna - zunanja svetloba; razkriti pogledi na vedute in okolico.
- Terasa naj bo čim večja, primerno osenčena, poleti brajda ali mize pod lipo ali oreh. Reklamna senčila močnih barv in reklamnih napisov so pogosto moteča - raje nevtralno barvo.
- Razporeditev prostorov v gostinskem lokalu je bistvena: ločiti čiste in umazane poti v kuhinji in primerno locirati toaletne prostore.
- Pri notranji opremi se lastniki pogosto čutijo poklicane, da sami opremijo prostore, kar je pogosto zgrešeno, tudi kičasto.

- CGP gostinskega obrata - logotip - se mora prepoznati zunaj in znotraj obrata - napisne table, v ambientu, krožnikih..., z lesenimi panoji zakrijemo neprivlačne elektro omarice in še kaj.

Učinkovita raba energije v gostinskih obratih

- Učinkovita raba energije - URE in obnovljivi viri energije - OVE
- PURES - Pravilnik o učinkoviti rabi energije - znižati porabo energije:
 - Ovoj (izolacija fasade, stropa ali ostrešja - 20 -30% prihrank
 - Regulacija - kurilni sistemi
 - URE pri ohlajanju vinske kleti, najbolj učinkovita toplotna črpalka voda-voda

Stari objekti so potrebni obnove, nove graditi z veliko občutka do krajine in s pogledom na vinograde. Več udobja z velneško ponudbo in dobrim počutjem, objekti za rekreacijo in odličnimi prostori za delavnice in pokušnje.

Četrta delavnica za nadgradnjo kakovosti ponudbe vinarjev in gostinskih ponudnikov (člani SDS1 DJS) je bila izvedena 14. 11. 2018 na temo »Kakovostna prleška kulinarika v gostinskih obratih - delavnica za gostince«.

Izhodiščno temo delavnice je podala dr. Tanja Lešnik Štuhec, pridružili so se ji Dino Kruhoberec, najemnik Gostišča Taverna na Svetinjah in Franci Jezeršek, priznan slovenski gostinec.

Tabela 12: Četrta delavnica za nadgradnjo kakovosti ponudbe vinarjev in gostinskih ponudnikov v DJS

DS2: SS1 -	Nadgradnja kakovosti ponudbe vinarjev in gostincev, četrto srečanje, 14. 11. 2018, 10.00-13.00, Gostišče Taverna, Svetinje
Tema:	Kakovostna prleška kulinarika v gostinskih obratih - delavnica za gostince
Vsebina:	• Uvod • Predstavitev Gostišča Taverna - Lidija Kupljen in Dino Kruhoberec • Predstavitev: Pomen kakovostne gastronomske ponudbe za odličnost destinacije - dr. Tanja Lešnik Štuhec • Delavnica: Predstavitev prleške kulinarike v Taverni - Prleški zajtrk in meni - Dino Kruhoberec • Predstavitev - Kako kulinarično zadovoljiti goste v različnih gostinskih obratih vinske destinacije - Franci Jezeršek • Razprava: - Kaj, za koga in kako lahko ponudimo gastronomsko ponudbo v gostilni/gostišču, na turistični kmetiji, v vinotoču, pivnici... v DJS?
Vabljeni:	Vinogradniki in gostinci - gostilne in turistične kmetije ter vinotoči, ki ponujajo hrano, vinarji, pivovar, kmetije s pridelavo in predelavo, idr., KGZ - dopolnilne dejavnosti

Pomen kakovostne gastronomske ponudbe za odličnost destinacije.

- Raziskava na območju Štajerske vinske dežele je pokazala, da ljudje najprej pričakujejo lepo krajinsko podobo, odlično kulinariko in kulinarčna doživetja, šele nato okušanje vina. Raznolika in kakovostna ponudba je tisto, kar moramo zagotoviti gostom. Za kakovostno lokalno gastronomijo je potrebno vzpostaviti visoke standarde kakovosti.
- V standardu sobe med vinogradi je šest skupin kriterijev, ki jih je potrebno zagotoviti: Lega ponudnika, lepa krajina in signalizacija; Kakovost ponudbe; Celovito oblikovana ponudba; Okolica ponudnika; Trajnostna nota; Človek (najbolj pomemben moment, ljudje ko pridejo nazaj si želijo srečati isti obraz).
- Odličnost gastronomskih doživetij v vinski destinaciji med ponudniki sob med vinogradi temelji na: Zavezi na prostovoljni osnovi, Verigi pridelovalcev in predelovalcev, Verigi gostincev in vinogradnikov, Navzkrižni promociji, trženju in prodaji, Skupnih projektih in trženjskih kampanjah, Članarini in participaciji glede na storilnost.
- Rezultati odličnosti gastronomskih doživetij: Pričakuje se, da bodo vina in ostale pijače vrhunske, povezana vinska cesta, različni gastronomski ponudniki s poglobljenimi zgodbami, dobre možnosti za sproščanje, mobilnost, vzpostaviti konkretna prizorišča, muzeje, razstave, urediti poti, tematski park, specializirane delavnice pokušnje v verigi ponudnikov odprtih vrat skozi vse leto.

Prleški zajtrk:

- Oprema jedilnice in celotna arhitektura gostinskega obrata je zelo pomembna.
- Čim več jedi za zajtrk izdelati v hiši ponudnika - po lastnih recepturah (npr.: domača pašteta, mošančke, meso iz tünke v zaseki, domače klobase in tünke, jajca in prezvruršt, domači žganci in sir ter bučno olje.
- Dodati tudi: mlečno juho ali mlečni gris, med, mlad sir, marmelade - ponudba odvisna od segmenta gostov in aktivnosti, ki jih bo počel, pa tudi od vrste gostinskega ponudnika (turistična kmetija, restavracija, vinotoč itd.).
- Pomembna so imena jedi, zgodbe jedi ter alergeni - vse lični napisati in komunicirati z gosti.
- Nujno se je znotraj verige ponudnikov dogovoriti o ceni zajtrka, da ne pride do dumpinških cen in nelojalne konkurence med ponudniki.
- Ponudba sirov bi bila v lokalnem okolju zelo zaželen.
- Veliko je še za nadgraditi, tudi na področju predstavitve jedi.
- Najprej jemo oziroma pijemo z očmi. Kolikor te jed nagovori, toliko si pripravljen plačati.

Kako kulinarčno zadovoljiti goste v različnih gostinskih obratih vinske destinacije

- Restavracija se od gostilne razlikuje po razporedu prostorov, izboru hladnih in toplih jedi, menijih za kosila in večerje, garderobi. Zamenjati in nadgraditi jedilne liste za vsako od štirih sezon v letu - harmonija hrane in vina; voditi evidenco, katere jedi goste pritegnejo k nakupu.
- Gostilna - v gostilni so jedi nekoliko bolj preproste, manj zahtevne, nižja cena. Ambient, naj bo prilagojen prostoru iz katerega prihajamo. Pomembno je, da se

gost v gostilni dobro počuti. Ponudba - čutiti vpliv letnega časa. Prvo berivko, krvavice, vsi težko čakamo. Ponudba jedi mora biti ponujena ob pravem času - sezoni.

- Okrepčevalnica: Gostu se hitro po naročilu postreže enostavne prigrizke, da si jih zapomni in da ostanejo v spominu. Pomembna je kakovostna kava. Kava je obred. Ljudje, ki kuhajo kavo morajo imeti določena znanja.
- Premični objekti in odprta kuhinja: na enem mestu se najde zelo različne okuse. Vsak ponudnik ponuja samo eno vrsto hrane, tista naj bi bila čimbolj kvalitetna in pripravljena tako, da jo z lahkoto pojemo. Lahko, da je gostilna, okrepčevalnica ali premičen objekt znan le po eni jedi. Jezerški imajo šmorn. Zgodba se je prijela. Potrebno jo je znat spromovirati. Foodtruck-i so potencial, ki jih ne smemo zanemariti.
- Turistična kmetija: je posebna zgodba. V Avstriji ponujajo jedi in pijače izključno iz lastnega okolja. Turistična kmetija lahko gre v 2 smeri: (i) tradicionalna kuhinja z eno do tremi prepoznanimi jedmi, ki se odlično prodajajo, (ii) gostom ponujajo dogajanje na kmetiji, širši izbor jedi, zelo enostavne jedi, značilne za območje. Ljudje doživijo kmetijo na različne načine.
- Jasno mora biti po kaj gremo v gostinski lokal - smo lačni ali gremo na obred - doživetje je vedno bolj pomembno kot količina hrane.
- Vinotoč: ponudba vina in prigrizka k vinu.
- Obrati za pripravo in dostavo jedi so v porastu.
- Doživetja: večerja v zraku (Ljubljana), večerja na zajli (Krvavec), primeri catering dogodkov (finger food).

44

Prleško kosilo:

- Predstavitev prleških jedi - za različne ciljne skupine, ne preveč mesa, tudi za vegetarjance.
- Lokalna sezonska živila.
- Specializacija ponudnikov - ni potrebna, da vsak ponuja vso ponudbo, znati moramo napotiti gosta tudi k drugemu ponudniku.
- Bitno je, da iz hiše oz. destinacije odhajaš z okusom po Prlekiji

3.1.3 Ukrepi za udejanjanje vizije in ciljev na področjih vinogradništva in gastronomije v Destinaciji Jeruzalem Slovenija

Posnetek stanja na področju vinogradništva in vinarstva potrjujejo dejstvo, da je na območju Destinacije Jeruzalem Slovenija nekaj zelo kakovostnih vinarjev in veliko povprečnih, ki še niso jasno načrtali svoje vizije na področju vinogradništva in sami ne kletarijo, temveč obdelujejo vinsko trto za prodajo grozdja. Pravkar smo priča

resnim težavam teh vinogradnikov, saj je največji odkupovalec spremenil strateški nastop na trgu in se odločil graditi na kvaliteti in ne na kvantiteti.

Posnetek stanja na področju gastronomske ponudbe v Destinaciji Jeruzalem Slovenija je prav tako zaskrbljujoč. Vsaka prepoznana vinska destinacija ima vinu skladno gastronomsko ponudbo več odličnih ponudnikov, ki lahko zadovoljijo različne okuse z lokalno dodano vrednostjo v raznovrstnih gostinskih obratih. Analiza ponudbe kaže, da imamo v občinah Središče ob Dravi in Sveti Tomaž samo dva ponudnika prehrane, v Ormožu je stanje sicer nekoliko boljše, vendar še vedno zaskrbljujoče.

Veliko je pomanjkanje nastanitvenih kapacitet vseh vrst - ni hotela, penziona, kampa, malo je turističnih kmetij, obstoječe pa se nahajajo v občini Ormož, na območju vinskih cest VTC 14 in 15.

Da bi se spopadli s temi izzivi smo zapisali ukrepe za katere aktivnosti (projekte) bodo peljale delovne skupine treh centrov DMMO Turizem Jeruzalem v obravnavanem programskem obdobju.

Neposredno se na razvoj ponudbe vinarjev in gostincev nanašajo spodaj navedeni razvojni in trženjski ukrepi in njim podrejene aktivnosti.

45

Pod ukrepom **UR1 - Vzpostaviti in graditi DMMO Jeruzalem Slovenija z Destinacijsko Znamko Jeruzalem Slovenija (DZ JS) in Kolektivno Blagovno Znamko Jeruzalem Slovenija (KBZ JS) ter mrežo TIC-ev in IT ter profesionalno skupino zaposlenih** so za vinarje in gostince najpomembnejše aktivnosti:

- UR-A2: Mreženje in vzpostavitev partnerskega Dogovora o poslovnem sodelovanju v Destinaciji Jeruzalem Slovenija
- UR-A8: Vzpostavitev mreže informacijskih točk na območju DJS
- UR-A9: Usposobljen kader v Mreži TIC-ev in IT v DJS za usklajen sistem formiranja in trženja ponudbe

Pod ukrepom **UR2 - Nadgradnja sistema klasičnega in digitalnega trženja Destinacije Jeruzalem Slovenija z destinacijsko znamko (DZ) in kolektivno blagovno znamko (KBZ) - spletna stran in socialna omrežja** so za vinarje in gostince najpomembnejše aktivnosti:

- UR2-A2: Nadgradnja in usklajeno skrbništvo interaktivne spletne strani DJS
- UR2-A3: Razvoj, skrbništvo in upravljanje digitalnih orodij za trženje DJS v socialnih mrežah
- UR2-A4: Usposobljen kader za sodobno trženje ponudbe DJS
- UR2-A5: Trganka s ponudbo DJS v spletni in fizični obliki
- UR2-A6: Nadgradnja destinacijske brošure
- UR2-A7: Specializirani vodniki po personah slovenskega turizma (Foodiji, Družabni, Aktivni, prireditve ...)

Pod ukrepom **UR3 - Nadgradnja sistema destinacijskih turističnih programov in vodniške službe v Destinaciji Jeruzalem Slovenija** so za vinarje in gostince najpomembnejše aktivnosti:

- UR3-A2: Oblikovanje ITP TK1-5 v DJS
- UR3-A3: Načrt usposabljanja kadra za odlična doživetja v DJS
- UR3-A4: Vzpostavitev ponudbe ITP po Pravilniku CKP DZ Jeruzalem Slovenija

Pod ukrepom **UR4 - Usposobljeni zaposleni na kmetijah, pri rokodelcih, v gostinstvu in turizmu v Destinaciji Jeruzalem Slovenija** so za vinarje in gostince najpomembnejše aktivnosti:

- UR4-A1: Načrt izobraževanja kadra v turističnem gospodarstvu in z njim povezanimi dejavnostmi v DJS
- UR4-A2: Izvedba usposabljanja v DJS
- UR4-A3: Strokovne ekskurzije ogledov dobrih praks za ponudnike DJS

Pod ukrepom **UR6 - Kakovostna in raznolika gostinska idr. dejavnost - investicije v prehrabne, nočitvene, vinogradniške, sadjarske, rokodelske... objekte in okoljsko vzgojo v Destinaciji Jeruzalem Slovenija** so za vinarje in gostince najpomembnejše aktivnosti:

- GU6-A1: Razviti standarde za nastanitvene obrate in spodbujanje investicij v DJS
- GU6-A2: Razviti standarde za prehrabne obrate in spodbujanje dviga kakovosti ponudbe v DJS
- GU6-A3: Spodbujanje kmetij k večji samooskrbi in ekološki preusmeritvi v DJS
- GU6-A4: Razviti standarde kakovostne ponudbe za projekt Dnevi odprtih vrat ponudnikov v DJS
- GU6-A5: Spodbujanje k vzpostavljanju ponudbe inovativnih izdelkov in doživljajskih zgodb DJS
- GU6-A6: Spodbujanje ponudnikov k pristopu k zeleni shemi turizma v DJS

Pod ukrepom **UT1 - Vzpostavljen sistem strateškega in operativnega trženja - celostno komuniciranje z DZ Jeruzalem Slovenija in KBZ Jeruzalem Slovenija** sta za vinarje in gostince najpomembnejši aktivnosti:

- UT1-A1: Akcijski načrt in izvajanje strateškega trženja destinacije Jeruzalem z DZ JS
- UT1-A2: Akcijski načrt komuniciranja ponudbe znotraj in izven destinacije Jeruzalem Slovenija

Pod ukrepom **UT2 - Trženje in prodaja ponudbe s KBZ interno in eksterno** sta za vinarje in gostince najpomembnejši aktivnosti:

- UT2-A1: Izvajanje Akcijskega načrta sistema trženja ponudbe s KBZ JS
- UT2-A2: Prodajna mesta Mreže ponudnikov KBZ JS

Pod ukrepom **UT4 - Trženi programi nadgrajenih gastronomskih in rokodelskih zgodb - dnevi odprtih vrat** sta za vinarje in gostince najpomembnejše aktivnosti:

- UT4-A1: Vzpostavitev trženja sistema ponudbe deležnikov DJS - Dnevi odprtih vrat ponudnikov DJS
- UT4-A2: Katalog ponudbe s KBZ JS (spletni in tiskani)

Pod ukrepom **UT6 - Vzpostavljena in tržena ponudba drugih doživetij za domačine in obiskovalce** je za vinarje in gostince najpomembnejša aktivnost:

- UT6-A1: Spodbujanje trženja programov za prepoznane ciljne skupine

Pod ukrepom **UT7 - Celovito tržena turistična infrastruktura** so za vinarje in gostince najpomembnejše aktivnosti:

- UT7-A1: Partnerski dogovori za celovito turistično infrastrukturo DJS
- UT7-A2: Skupna kartica ponudbe v Destinaciji Jeruzalem Slovenija
- UT7-A3: Destinacija Jeruzalem Slovenija zelena dostopna eko destinacija

Aktivnosti ukrepov so podrobno opisane v dokumentu Načrt razvoja... v poglavju 5.

47

Peta delavnica za nadgradnjo kakovosti ponudbe ponudnikov na področjih vinogradništva in gastronomije v Destinaciji Jeruzalem Slovenija (člani SDS2 DJS) je bila izvedena 4. 12. 2018, ko smo z vsemi deležniki izvedli **strokovno ekskurzijo po Destinaciji Jeruzalem Slovenija**. Glej poglavje 3.4.

3.2 Dnevi odprtih vrat ponudnikov Destinacije Jeruzalem Slovenija

Veriga ponudnikov s področij kmetijstva, rokodelstva in dobrega počutja v Destinaciji Jeruzalem Slovenija povezuje raznolike ponudnike:

- kmetije, ki se ukvarjajo s kmetijsko pridelavo in predelavo vseh vrst (vinogradniki, sadjarji, zelenjadarji, zeliščarji, vrtnarji, cvetličarji, živinorejci, poljedelci) in ponujajo ogled vinograda in kleti; sadovnjaka in sušilnic ter stiskalnic sadja; obdelovalnih površin in hlevov; ter pokušnje, delavnice in prodajo v trgovinici na domačem dvorišču,
- gostince, ki ponujajo ogled gostinskega lokala, pokušnje, delavnice in prodajajo lokalne izdelke v lastni trgovinici,
- rokodelce, ki omogočajo ogled rokodelske spretnosti, preizkušanje obiskovalcev v spretnostih in prodajo izdelkov v lastni trgovinici.
- čebelarje, ki ponujajo ogled čebelarske dejavnosti, apiturizem in prodajo izdelkov iz čebeljih pridelkov na lastnem dvorišču,
- ponudnike doživetij v naravi - naravoslovni in naravovarstveni turizem,
- ponudnike izkušenj bogate kulturne dediščine,
- ponudnike rekreacije v naravi ali v dvoranskih športih (vodeni pohodi, kolesarske ture, tekaški in kolesarski maratoni, jahanje v maneži ali turno jahanje, ipd.)
- ponudnike razvajanja telesa in duha,

ki lahko poskrbijo za poglobljena doživetja in dobro počutje domačinov in obiskovalcev Destinacije Jeruzalem Slovenija, po obisku pa lahko pošljejo izdelke s prodajo po spletu tudi na dom - za pookus destinacije.

48

Iz posnetka stanja, ki je predstavljen v dokumentu »Načrt razvoja gospodarstva in dviga kakovosti življenja na območju LAS UE Ormož v obdobju 2019-2025« so razvidne prednosti, slabosti, priložnosti in nevarnosti obravnavanih področij v DJS.

Prednosti na področjih raznovrstne ponudbe v DJS:

- Umestitev območja med Muro in Dravo, med slovensko-hrvaško mejo ter Gornjo Radgono in Ptujem, ponuja raznolike podobe v ravninskem delu ob rekah ter lepe razgledne točke po mehkih gričih.
- Relativno dobro ohranjeno naravno okolje in biotska raznovrstnost ter visok delež zavarovanih območij (Drava, nižinski poplavni svet (Natura 2000), varstvo ptic in specifičnih rastlinskih in živalskih vrst in habitatnih tipov - Lagune).
- Bogata zgodovina poselitve območja sega v najzgodnejša obdobja prazgodovine pa vse do nemškega viteškega reda Križnikov, ki so odločilno vplivali na Jeruzalem in širšo okolico vse do danes.
- Bogata snovna (gradovi, cerkve, zbirke - etnološki muzej v Grajski pristavi Ormož, gradu Ormož in Velika Nedelja ter dvorcu Temnar) in nesnovna kulturna dediščina.

- Prleški človek - dober srčen in gostoljuben, tipično narečje in prirojen smisel za humor, bogata društvena dejavnost in obujanje tradicionalnih šeg in običajev.
- Odlične vinogradniške lege, lepa krajinska podoba z vinogradi, veliko vinogradnikov, pestra ponudba vina ter gastronomska ponudba - prleška kulinarika.
- Nekaj uspešnih podjetnikov s prepoznanimi blagovnimi znamkami vina.
- Lepa kulturna krajina (vinorodni griči, KP Jeruzalemske gorice (1992, 1370 ha, kličaje).
- Klimatsko in pedološko ugodni pogoji za vinogradništvo in sadjarstvo, v ravninskem delu tudi za pridelavo poljščin, vrtnin in zelišč.
- Ugodni naravni pogoji za naravi prijazno kmetijsko pridelavo, vključno z ekološkim kmetijstvom.
- Bogastvo naravnih vodnih virov.
- Razpoložljive pohodniške in kolesarske poti ter vinska turistična cesta po mehkih gričih.
- Vrsta tradicionalnih prireditev, festivalov in dogodkov.
- Nekaj ponudnikov nastanitvenih kapacitet.
- V destinaciji letno cca 20.000 obiskovalcev - glavnina izletnikov.
- Odlične zgodbe in legende, ki čakajo na obuditev v turistične namene.
- Kakovostno življenjsko okolje - mir na podeželju in zdravo ter varno okolje.

Slabosti na področjih raznovrstne ponudbe v Destinaciji Jeruzalem Slovenija:

- Majhno število podjetij in šibka podjetniška tradicija in iniciativa na podeželju, pomanjkanje delovnih mest, relativno visoka stopnja brezposelnosti, slaba ekonomska moč prebivalstva, pomanjkanje domačega kapitala in slabo zaznan interes za investicije iz mednarodnega okolja, siva ekonomija.
- Pomanjkljiva infrastruktura za hitrejši razvoj gospodarstva in z njim povezanih dejavnosti.
- Nizka stopnja inovativnosti pri oblikovanju proizvodov in storitev - doživetij za domačine in obiskovalce - pomanjkljiva znanja v stroki ter šibek prenos izkušenj med generacijami, manjši ponudniki težko sledijo trendom v turizmu in zakonodaji.
- Pomanjkanje vrhunskih menedžerskih znanj in izkušenj ter šibka usposobljenost zaposlenih pri manjših ponudnikih.
- Nizka stopnja sodelovanja in povezovanja med različnimi sektorji ter razdrobljenost in nepovezanost turistične ponudbe in akterjev.
- Nizka konkurenčnost in produktivnost kmetijskega sektorja ter premalo izkoriščeni potenciali na podeželju - turizem in šibka ponudba rokodelskih spretnosti in izdelkov.
- Ni konkretnega povezovalca ponudnikov - gonila strateškega napredka.

- Slabo vzdrževani objekti kulturne dediščine in pogosto zaprti za javnost, slabo izkoriščena kulturna dediščina in ponudba obeh gradov ter cerkva v turistične namene.
- Slabo izkoriščena društvena dejavnost v namene promocije območja.
- Slabo izkoriščene naravne danosti - ni celovito oblikovane doživljajske ponudbe, pomanjkanje znanj na področju varovanja narave, slaba ozaveščenost prebivalstva o pomenu varstva okolja in ohranjanja narave.
- Šibko zavedanje o lepoti kulturne krajine in njeni vključenosti v prepoznavnost območja.
- Šibko sodelovanje in povezovanje med turističnimi ponudniki in organizacijami za trženje in promocijo - ni skupnega portala, šibka uporaba digitalnega marketinga, manko promocijskim materialov, manko doživljajskih turističnih vodnikov, ni celovite signalizacije ponudnikov - usmerjevalne in informacijske table.
- Povprečno šibka kakovost obstoječe gostinske in turistične ponudbe: manko števila in raznovrstnosti nastanitvenih kapacitet, malo kakovostne gastronomske ponudbe - gost ne dobi prleških jedi pri gostinskih ponudnikih, odpiralni čas ponudnikov ni prijazen obiskovalcem, v ožjem območju ni ponudbe za razvajanje (termalni/velneški centri).
- Pomanjkljiva kolesarska infrastruktura in ponudba na kolesarskih in pohodnih poteh ter neprilagojena za dostopni turizem.
- Razdrobljena kmetijska posest, majhna kmetijska gospodarstva in šibka podjetniška iniciativa, malo registriranih dopolnilnih dejavnosti ter premalo mladih prevzemnikov.
- Nepovezanost kmetov pri nastopanju na trgu ter nizka samooskrba z lokalno pridelano hrano za javni in zasebni sektor - ni kratke dobaviteljske verige za gostince.
- Pomanjkljiva znanja v stroki ter šibek prenos izkušenj med generacijami.

Priložnosti na področjih raznovrstne ponudbe v DJS:

- Vključevanje bogate snovne in nesnovne kulturne dediščine (društvena dejavnost) v oblikovanje razvojnih priložnosti in prepoznavnosti DJS.
- Investirati v (prazne) javne in zasebne objekte kulturne dediščine za razvoj turistične infrastrukture - rjave investicije v turizem ter v nove zelene investicije za kakovostna doživetja narave in kulturne dediščine.
- Izkoristiti potencial bogate in raznolike prleške kuhinje v kakovostno gastronomsko ponudbo.
- Oblikovati visokokakovostna doživetja v povezavi z naravo in biotsko raznovrstnostjo - razvoj zelenega turizma.
- Izkoristiti lepo vinorodno kulturno krajino za nadgradnjo v visokokakovostna vinska doživetja.
- Izkoristiti klimatsko in pedološko ugodne pogoje za vinogradništvo in sadjarstvo v ravninskem delu tudi za pridelavo poljščin, vrtnin in zelišč ter njihovo

predelavo v visoko kakovostne prehranske izdelke - kratka oskrbna veriga lokalne hrane.

- Spodbujati naravi prijazno kmetijsko pridelavo ter ekološko kmetijstvo z odlično predelavo in doživetji na kmetijah.
- Nadgradnja infrastrukture za hitrejši gospodarski razvoj ter inovativnost in kreativnost pri oblikovanju proizvodov in storitev - doživetij za domačine in obiskovalce.
- Spodbujanje izobraževanja in usposabljanja na področjih kmetijstva, rokodelstva, turizma in z njimi povezanimi dejavnostmi na operativnih in menedžerskih pozicijah predvsem mladih, spodbujanje medgeneracijskega učenja, sodelovanja in prenos izkušenj med generacijami.
- Spodbujanje konkurenčnosti in produktivnosti tudi kmetijskega sektorja z dopolnilnimi dejavnostmi in rokodelstva - vzpostavljanje kratkih oskrbnih verig z lokalno in ekološko pridelanimi živili.
- Vzpostaviti destinacijsko in KBZ JS ter ponudbo za visokokakovostna doživetja sonaravnega in trajnostno naravnega turizma.
- Vzpostaviti oz. nadgraditi portal za predstavitev in trženje ponudbe destinacije Jeruzalem.
- Vzpodbuditi mlade za nove trende v turizmu - povezano in celovito ponudbo ponuditi nišnim skupinam v povezavi s partnerji za razvoj kulturnega, vinskega, zelenega, romarskega turizma in doživetij za manjše skupine poslovnega turizma.
- Spodbuditi ponudnike za skupno vlaganje oz. nadgradnjo v kakovostne doživljajske zgodbe z lokalno dodano vrednostjo za prepoznane ciljne skupine turistov - razvoj produktov za nišne skupine.
- Spodbuditi podjetništvo na podeželju z možnostjo razvoja dopolnilnih dejavnosti v povezavi s kulturno dediščino, območji Natura 2000 in ostalimi naravovarstveno vrednimi območji.
- Nadgraditi ponudbo vinske ceste, pohodniških in kolesarskih poti ter vzpostaviti izkustveni park za neponovljiva doživetja.
- Nadgraditi doživetja pri vinogradnikih z nastanitvenimi doživljajskimi kapacitetami ter programom delavnic in degustacij.
- Nadgraditi ponudbo gostinskih obratov s kakovostno nastanitveno (bazen, oddelek dobrega počutja) in gastronomsko ponudbo.
- Vzpostaviti verige lokalnih ponudnikov za oskrbo gostinskih idr. ponudnikov z lokalno hrano in pijačo - kratke lokalne oskrbne verige.
- **Spodbuditi kmetije k registraciji dopolnilnih dejavnosti in rokodelce ter vinogradnike za pristop v sistem Odprtih vrat v destinaciji Jeruzalem - visokokakovostne doživljajske zgodbe podeželja.**
- Nadgraditi tradicionalne prireditve, festivale in dogodke v povezano ponudbo lokalno prepoznavnih zgodb z odmevnostjo v širšem mednarodnem prostoru.
- Zadržati obiskovalce (20.000 obiskovalcev letno) vsaj dve noči v destinaciji Jeruzalem s poglobljenimi lokalnimi zgodbami - paketi po meri prepoznanih ciljnih skupin.

Nevarnosti na področjih raznovrstne ponudbe v DJS:

- Nezaupljivost do sprememb in šibka podjetniška iniciativa.
- Padanje kupne moči.
- Težave zaradi hitro spreminjajoče in neustrezne zakonodaje in administrativne ovire ter slab inšpekcijski nadzor.
- Počasno uvajanje tehnoloških sprememb ter šibka inovativnost.
- Manko virov za investicije in šibek interes za investicije v turizem iz širšega prostora.
- Nadaljnje šibko medsebojno sodelovanje in povezovanje.
- Nadaljevanje neugodnih trendov gospodarjenja v kmetijstvu in zaraščanje kmetijskih površin ter nestimulativna kmetijska politika za investicije v pridelavo in predelavo ter druge dopolnilne dejavnosti na kmetiji.
- Prepočasna implementacija modela javno zasebnega partnerstva za razvoj infrastrukture, razvoja in trženja ter prodaje turističnih produktov.
- Neupoštevanje razvojnih smernic, trendov in strateških razvojnih dokumentov in s tem nepripravljenost za črpanje razvojnih sredstev.
- Zaostajanje v razvoju za drugimi konkurenčnimi destinacijami.
- Izguba prepoznavnosti tradicionalne kulturne krajine in manko sredstev za upravljanje (za)varovanih območij.
- Lahkomiselno vključevanje naravnih vrednost ter materialne in nematerialne kulturne dediščine pri razvoju turistične ponudbe.
- Izključevanje vrednot narave ter kulturne dediščine in tradicij pri načrtovanju regionalnega razvoja.
- Klimatske spremembe in naravne nesreče.
- Onesnaževanje okolja.

52

3.2.1 Vizija in cilji aktivnosti Dnevi odprtih vrat Destinacije Jeruzalem Slovenija

Vizija

V destinacijo Jeruzalem Slovenija prihajajo gosti na obisk h kmetijam, rokodelcem, vinogradnikom, sadjarjem, gostincem idr. in se preizkušajo v vsakdanu kmečkega človeka, ustvarjajo rokodelske izdelke, okušajo dobrote odlične prleške kuhinje ter svetovno priznanih vin in drugih pijač ter bučnega olja, ki jih ustvarjajo marljivi in kreativni domačini.

Na področju ponudnikov, ki bi lahko odprli vrata so: lastniki kmetij, rokodelskih delavnic, vinskih kleti, gostinskih lokalov, ustanov narave in kulture ter kulturne dediščine ter ponudniki rekreacije in dobrega počutja idr. - na vse te se nanašajo **razvojni in trženjski cilji**, ki si jih je v strateškem obdobju 2019-2025 zadala Destinacija Jeruzalem Slovenija in so predstavljeni v poglavju 1.2.

3.2.2 Delavnice za aktivnost ponudnik Odprtih vrat Destinacije Jeruzalem Slovenija

Za nadgradnjo kakovosti ponudbe raznovrstnih ponudnikov Odprtih vrat Destinacije Jeruzalem Slovenija (DJS) je bilo v letu 2018 izvedenih pet delavnic. Na delavnice so bili povabljeni rokodelci, kmetje, vinarji, gostinci ind., ki sestavljajo Specializirano delovno skupino SDS2 DJS.

Prva delavnica za nadgradnjo kakovosti ponudbe raznovrstnih ponudnikov Odprtih vrat DJS (člani SDS2 DJS) je bila izvedena 29. 8. 2018 na temo »Kaj lahko vinarji, gostinci, rokodelci, kmetje idr. ponudimo v Destinaciji Jeruzalem Slovenija ob osnovni ponudbi in kdaj?«.

Delavnico sta izpeljali dr. Tanja Lešnik Štuhec in priznana strokovnjakinja za gastronomijo Mojca Polak, mag. marketinga.

Tabela 13: Prva delavnica za nadgradnjo kakovosti ponudbe ponudnikov Odprtih vrat DJS

DS2: SS2	Nadgradnja kakovosti ponudbe raznovrstnih ponudnikov Odprtih vrat DJS, prvo srečanje, 29. 8. 2018, 13.00-16.00, Mladinski center Ormož
Tema:	Posvet - Kaj lahko vinarji, gostinci, rokodelci, kmetje idr. ponudimo v Destinaciji Jeruzalem Slovenija ob osnovni ponudbi in kdaj?
Vsebina:	• Uvod • Predstavitev: Pomen pokušin in delavnic v turistični ponudbi - dr. Tanja Lešnik Štuhec • Predstavitev: Pokušina in delavnica lokalnih produktov - Hinka Hržič (kaj kdo ponuja in za koga?) • Predstavitev izvedbe pokušin oz. delavnic ponudnikov DJS: - vinske pokušine in delavnice - Klet P&F, Danijela Zidarič - pokušine in delavnice prehranskih izdelkov - Moja Biodežela, Zvonko Pukšič - pokušine olja - Oljarna Središče ob Dravi, Dragica Florjanič - pokušine medu in izdelkov iz medu - Čebelarstvo Tigeli - Dragica Tigeli - pokušina in delavnica zdravilnih zelišč - Iztok Luskovič - rokodelske delavnice - Zavod Marianum Veržej, Urška Ambrož • Razprava: - Posnetek stanja delavnic, degustacij in drugih vodenih doživetij - Vizija tovrstnih doživetij v DJS - Kaj potrebujemo, da bi lahko nudili še bolj kakovostna avtohtona in neponovljiva doživetja v DJS?
Vabljeni:	Vinogradniki in gostinci, rokodelci, kmetje z dopolnilnimi dejavnostmi, ponudniki zdravega načina življenja idr.

Pomen pokušenj in delavnic v Destinaciji Jeruzalem Slovenija:

- V Sloveniji največ pozornosti žanjejo majhni, družinski pridelovalci vina, ki za svojimi steklenicami stojijo z imenom in obrazom, a velik posel, ko govorimo o prodaji, tiči drugje.
- Med štiri najpomembnejše kleti po prihodku v letu 2015 spada klet Puklavec Family Wines.
- Letošnja bera nagraj na vinskih tekmovanjih (Decanter, AGRA 2018...) je zelo dobra.
- Naši najboljši chefi kuhajo s svežimi, resnično kakovostnimi živili, žal na vzhodu Slovenije še nimamo svetovno prepoznanega chefa, imamo pa nekaj odličnih gostincev.
- Kmetijska pridelava in predelava sta vedno bolj pomembni. Za gostince zelenjava z lastnega vrta ali od sosednjega kmeta, vzpostavljena lokalna dobaviteljska veriga, lastna zoričnica mesa, sirov...
- Izjemna pozornost se namenja samooskrbi s hrano, predelavi zelenjave in sadja. vložninam, alternativnemu zdravljenju.
- Rokodelske delavnice so izjemno privlačne za turiste. Največkrat gre za lončarjenje, filcanje, rože iz krep...
- Hrana in vino - pomembna odločitvena dejavnika pri izboru počitniških turističnih destinacij in ena največjih atrakcij številnih destinacij po svetu. Gastronomski turizem - ena pomembnejših turističnih niš, ki povezuje podeželski in urbani turizem.
- Dobro počutje - povezano s turistovo vključenostjo v lokalno okolje, pogosto tudi z ustvarjanjem z rokami ali enostavno s sproščanjem v naravi ali ob ogledu kulturnega življenja sodobnega ali preteklega časa.
- Turizem hrane in vina kot nišni TP v treh različicah: Turizem za gurmane, Kulinarčni turizem, Turizem kuhinje/vinske sorte. V vseh so osnova delavnice in pokušenje.
- Slovenija bo leta 2021 nosilka naziva Evropska gastronomska regija.

54

Vizija prihodnosti Destinacije Jeruzalem Slovenija - Kvalitativni trženjski cilji do leta 2025 in projektno ideje.

- Pomen pokušenj in delavnic v turistični ponudbi - bistveno je, da se zavedamo po čem smo že prepoznavni. V vinu imamo paradne konje v Slovenskem merilu.
- Kmetijska ekološka pridelava in predelava dobivata na veljavi. Rokodelstvo, nakit, mila, izdelki iz keramike in gline, igrače iz blaga. Zelo težko je na spletni strani najti degustacijski meni, ki bo gosta prepričal, da bo dal več za dvo- ali tri dnevni program. Gastronomski turizem je ena pomembnejših niš.
- Dobro počutje - pomembno je, da znamo predstaviti ljudem delavnice, ki so za njihovo boljše počutje, za dušo, vse to privablja turiste.

- Ločimo tri vrste nišnih produktov - turizem za gurmane, kulinarčni turizem, turizem kuhinje / vina (celotnega programa morata bit odlično vodena vinski in kulinarčni program.
- Žal v Sloveniji ni močnih vinogradniških združenj.
- Posamezni ponudniki hrane in pijače delajo destinacijo zanimivo.
- Vinski festivali - velikokrat smo preveč lokalno omejeni.
- Pokazati celoten proces dela, saj tako bolj cenijo produkt in razumejo ceno.
- Slovenija bo leta 2021 gastronomska regija - kakšno vlogo bo imela destinacija Jeruzalem v tej zgodbi?
- Paziti moramo na vse, na prostor, posode, kozarce, na nastop pred gosti.
- Pomembno, da daš na delavnici nek napotek ali nekaj tudi za domov. Nek recept, nek pripomoček. Darilni paketek z recepturo, s končnim izdelkom.

Poskušnja in delavnica lokalnih produktov.

- Zelo pomembna je povezava med gostinci, turističnimi kmetijami in drugimi ponudniki. V zadnjem času je pomembna neposredna prodaja izdelkov, pridelkov. Torej zelo kratke dobavne poti. Povezovanje je izjemnega pomena, prav tako skupno nastopanje na trgu.
- Posebej se poudarja uživanje sezonske hrane, izven sezonska hrana pa se za prodajo posebej obdela, da zdrži dalj časa. Če se nekaj predela smo že pri dopolnilnih dejavnostih.
- Dopolnilna dejavnost na kmetiji - lahko preraste v razne obrti, samostojne podjetnike itd.
- Na kmetijah so redki večji zaslužki iz dopolnilne kot iz osnovne dejavnosti.
- V razpredelnici Dopolnilnih dejavnosti na kmetijah na našem območju v letu 2000 in 2017 se pokaže, da je veliko več nastanitvenih turističnih kmetij, predelava mesa je na primer narasla iz 0 na 5. Le ena kmetija pa se ukvarja z predelavo mleka. (Tabela 10)
- Malo turističnih kmetij je tudi učnih kmetij. Nekaj kmetij ima registrirane dopolnilne dejavnosti in dobro delajo (npr. Marta Gregorc - registriranih več dopolnilnih dejavnosti, kmetija Pukšič, EKO kmetija Kosec).
- Kmetije z dopolnilno dejavnostjo imajo znanja v stroki, izkušnje in posebnosti.
- Čim več pridelkov se poskuša tržiti na turističnih kmetijah, ki imajo tudi po 4 zlata jabolka (npr. na Turistični kmetiji Hlebec).

Predstavitve ponudnikov:

- Danijela Zidarič - predstavitev: »Degustacije v podjetju Puklavec Family wines.« Široka ponudba pokušenj v Vinski kleti Ormož kot tudi v Zidanici Malek. Individualni gost potroši več kot gost v skupini. Prihodnost v celovitih programih (npr. Srečanje z Napoleonom, V rokah boga, Vinska kočija, Teambuilding, pokušina v vzorčnem vinogradu, slepa pokušina).

Pri degustacijah poskušajo sodelovati z lokalnimi ponudniki (kruh peče Zdenka Kralj, posode za kruh je izdelala lončarka Urša Ambrož...).

Med vini se najbolj poudari šipon.

- Zvonko Pukšič: - predstavitev (Ekološka kmetija ZEL - Moja Biodežela)
 »Jesti zdravo je premalo, potrebno je razmišljati zdravo. Šele ko si sam zadovoljen, lahko celemu svetu ponudiš največ.
 Najprej smo se odločili da gremo iz prašičereje v ekološko pridelavo. Najprej smo prodajali svežo zelenjavo, a kupcev ni bilo, zato smo jo začeli vlagati. Prodaja na ekološki tržnici ni stekla po željah. Potem ponudili eko trgovinam, Mercatorju. Mi smo mikro pridelava in predelava, vse delamo ročno. Na polici skupaj z industrijskimi izdelki je nemogoče kupcu pokazati našo dodano vrednost. Zato smo se umaknili iz trgovin. Sedaj delamo ozimnice po naročilu (nov tržni model). Mi lahko izbiramo, kdo so naši kupci, smo se postavili v pozicijo moči. Imamo nekaj kar ljudje želijo. Pripravimo zelo kvalitetne izdelke, industrija nam ne more slediti. Zelenjavo takoj predelamo. Uporabljamo tradicionalne recepture.
 Naša dodana vrednost je, da kupcem ponudimo velik privilegij. Naši kupci vedo o naših izdelkih vse, v trgovini pa ne več kaj kupiš. Pošiljamo jim e- novice.
 V določenem obdobju smo najprej pošiljali degustacijski paketek interesentom. Težava je bila v tem, da so bili navajeni na neke okuse, in je bil naš okus drugačen. Skozi predstavitev pa jim prikažemo, zakaj je naš okus takšen kot je - bio (paprika ima res okus po papriki). Lotili smo se tudi vinogradništva, imamo 2 vini. Ukvarjamo se tudi z izobraževanji o pridelavi sadja in zelenjave.
 Sodelovali so z osnovnimi šolami, jim dali ponudbo, ustanove se sami odločijo, če jih izberejo ali ne.
- Hinka Hrzič: Šole nimajo sredstev in pričakujejo, da dajo kmetje izdelke pod ceno, tudi tradicionalni slovenski zajtrk - stalno je kmet tisti, ki bi moral delati zastoj, sponzorsko, medtem ko se Mercatorju plača. To pa ni prihodnost in ni pravično do kmeta.
- Iztok Luskovič - predstavitev: Botanik
 Osnovne šole res nimajo sredstev; dodatne programe plačajo starši, tako tudi mi izvajamo naravoslovne dni za osnovne šole, izkušnje so dobre.
 Botanik je socialno podjetje, sam pa je ekološki kmet, ki prideluje zelišča.
 Začel je iz nič kot zasebni zavod, zelo naivno, kar je imelo prva leta svoj davek. Koristi sredstva prek razpisov za socialno podjetje in je lahko zaposliv kader preko zavoda za zaposlovanje.
 Sredstva, ki jih vloži v spletno promocijo in prodajo so boljše poplačana kot, če je fizično na stojnicah.

Vedno manj so v specializiranih trgovinah, ker se ne da tam povedati zgodbe. Osredotočeni so na spletno prodajo.

Ponujamo delavnice (4 urne) tradicionalnih postopkov priprave zeliščnih pripravkov s sodobnimi trendi, degustacije (45 minut). V roku 5 let bo prevzel kmetijo kot mlad prevzemnik, kjer bo lahko na enem mestu ponudil celostno ponudbo izdelkov in doživetij.

Goste sprejemamo na trgu v Ormožu, kjer imamo prostore, na izrecno željo tudi na polju - vodeni ogled vrta (Čukova graba). Okrog 15 skupin na sezono (maj-avgust).

Ponujajo liker s 33 zelišči - rastline, ki jih vso leto nabiramo (ročno nabrano, vsaka rastlina se dodaja, ko je njen čas za dodati, serije so zelo omejene). Rastline vlagajo v vinsko žganje ali tropinovec. Ta izdelek ni ekološko certificirani, medtem ko čaji so.

- Matej Skoliber - predstavitev Skolibeer
Dolgoročno želi vzpostaviti pivnico z lastnimi pivi, ki jih danes lahko pokusimo v domači pivovarni Skolier. Prodaja v gostinskih lokalih V Središču ob Dravi in v Ormožu.
- Dragica Florjanič -predstavitev: Oljarna Središče ob Dravi
Povabi na Praznik buč, ki ga Oljarna organizira že 16. leto. Zbranih je veliko receptov iz buč, moke iz bučnih semen in olja.
Skupinam, ki obišejo Oljarno podrobno predstavijo produkte iz buč, lahko jih tudi degustirajo in si ogledajo proizvodnjo. Ponosni so na svoje produkte.
- Čebelarstvo Tigeli - predstavitev: Čebelarški muzej
Muzeja čebelarstva imajo že 22 let. Obiskovalce pritegnejo z zgodbo o čebeli, medu in medonosnih rastlinah. Vodeno si ogledajo Čebelarški muzej, učni čebelnjak, in vrtove medonosnih rastlin. Ogled traja več kot eno uro. Na koncu je degustacija medenjakov, medu, medenega likerja. Če je slabo vreme sprejmejo skupino v brunarici.
Izdelke prodajajo na tržnicah. Izdelki so izjemne kakovosti in so pridobili veliko priznanj. V letu 2017 so imeli prvo razstavo medenih hišk.
Ponudbo poskušajo nadgrajevati in ponuditi zmeraj kaj novega.
- Urša Ambrož - predstavitev: Center DUO, Veržej (Marianum)
Gostje prihajajo in vedno doživijo kaj novega, kar jih tako bogati, da se vračajo. Zavod Marianum ima penzion, DUO Center, center rokodelskih dejavnosti.
Vsakega gosta, ki pride v DUO center sprejmejo v informacijskem prostoru, kjer predstavijo širšo turistično ponudbo območja in ponudnike. Sledi voden ogled razstav, ogled eko muzeja, kovaške delavnice in lončarske delavnice. Imamo

veliko in raznovrstno ponudbo v trgovini in ljudje čutijo dodano vrednost lokalnega okolja.

- **Stanko Bezjak** - predstavitev: športni pedagog, aktivni kolesar
Kolesarstvo v območju potrebuje zagon. Ob današnjem načinu življenja ljudje iščejo vedno bolj aktivni dopust. Urediti je treba kolesarske steze, da privabimo kolesarje. Velik poudarek bi dali družinskemu kolesarjenju. Zelo dobre kolesarske poti lahko speljemo po obrobni cestah, ne po glavnih prometnicah. Turistu je potrebno ob označenih kolesarskih poteh ponuditi spremljajočo ponudbo, da bo ostal v destinaciji vsaj dva dni in bo nekaj tudi kupil itd.
- **Boštjan Kosec** - predstavitev: Ekološka kmetija Kosec
Redijo ekološko govedino, ukvarjajo pa se tudi s konceptom kulinarike - delavnice, žar akademije, tematski produkti. Ustanovljena je ekološka združba kmetov, vzpostavili bodo kolektivno blagovno znamko. Dolgoročno bodo sodelovali tudi z gostinci. Zelo dobro bi bilo, da bi imela vsaka osnovna šola turistični krožek, da bi vzgajali nove rodove, ki bi se zavedali pomembnosti turizma na območju, kjer živijo.
- **Dragica Florjanič**: Vsak mora narediti nekaj za svoj kraj, za svoje območje. Prav je, da si vzajemno pomagamo. Vsi ponudniki bi morali tako razmišljati in živeti.

58

Druga delavnica za nadgradnjo kakovosti ponudbe raznovrstnih ponudnikov Odprtih vrat DJS (člani SDS2 DJS) je bila izvedena 5. 9. 2018 na temo »Kako izpeljem odlično pokušino oz. delavnico v vinski kleti, gostilni, na kmetiji, v rokodelski delavnici z lokalno dodano vrednostjo destinaciji Jeruzalem Slovenija«.

Delavnico so izpeljali dr. Tanja Lešnik Štuhec, Robert Gorjak, Mojca Polak In Urša Ambrož.

Tabela 14: Druga delavnica za nadgradnjo kakovosti ponudbe ponudnikov Odprtih vrat DJS

DS2: SS2	Nadgradnja kakovosti ponudbe raznovrstnih ponudnikov Odprtih vrat DJS, drugo srečanje, 5. 9. 2018, 13.00-16.00, Turistična kmetija Hlebec, Kog
Tema:	Kako izpeljem odlično pokušino oz. delavnico v vinski kleti, gostilni, na kmetiji, v rokodelski delavnici z lokalno dodano vrednostjo destinaciji Jeruzalem Slovenija
Vsebina:	• Uvod - mag Karmen Štumberger • Predstavitev: Zakaj pokuševalnice in delavnice pritegnejo turiste? - dr. Tanja Lešnik Štuhec • Predstavitev izvedbe vinske pokušine in delavnice - Robert Gorjak • Predstavitev izvedbe kulinarčne pokušine in delavnice, Mojca Polak • Predstavitev izvedbe rokodelske delavnice - Urša Ambrož, Zavod Marianum Veržej • Razprava: - Kakšno vlogo imajo pri izvedbi pokušine in delavnice: vabilo in promocija dogodka, karizma izvajalca - strokovnjaka, strokovna terminologija, lokalna živila in gradiva, kakovost pridelkov in izdelkov, lokacija izvedbe, ambient, celostna podoba, čistoča in urejenost, drobni inventar, usposobljen izvajalec, količina hrane in pijače oz. izdelkov, ki jih ponudim ...
Vabljeni:	Vinogradniki in gostinci, rokodelci, kmetje z dopolnilnimi dejavnostmi, ponudniki zdravega načina življenja idr.

59

Zakaj pokušnje in delavnice pritegnejo turiste?

- Gre za gradnjo lastne osebnosti skozi gradnjo kompetenc - izobraževanje in okušanje okusov regije, spoznavanje z značilnostmi območja, spoštovanje hrane in pijač, rokodelskih izdelkov ter pridelovalcev in predelovalcev, ki zanje ustvarjajo zgodbe.
- Na doživetja vplivajo: lokacija izvedbe in urejenost ambienta; celostna podoba pridelka, izdelka, jedi ali pijače; izvor živil in gradiv; drobni inventar; senzorične lastnosti - barva, vonj, izgled, okus, tekstura; napotki in recepture za poustvarjanje; družba sookuševalcev, soustvarjalcev; strokovnost in karizmatičnost vodje pokušnje; darilo kot presenečenje za domov.
- Možnost nakupa - stik z lokalnimi pridelovalci je pri potovanjih vedno bolj pomemben. Preko pokušenj in delavnic najbolj pristno doživimo destinacijo. Šele, ko nekaj lokalnega pokušamo zares začutimo dotično destinacijo. Potrošnja turistov pomeni ekonomsko korist za lokalno okolje in manjši vpliv turizma na okolje, kot, če bi živila potovala izven lokalnega območja.
- Proizvodnja hrane in pijače je atrakcija - pogledati za zaveso - proizvodnja.
- Vinska/kulinarčna destinacija je konkurenčna, ko je ponudba unikatna, usklajena, celovita in ko je sodelovanje med deležniki učinkovito. Pomembno je,

da vsi deležniki govorijo enotno zgodbo o povezani, skupni perspektivi. S tem raste kakovost ponudbe, saj se deležniki trudijo za odličnost. Destinacija mora imeti strateški dokument razvoja in trženja ponudbe.

- Družabni foodiji so tipična persona - ciljna skupina, ki ceni kulinariko in vina, si želi hedonističnega doživljanja, potuje z družino in za 10 dni porabi okrog 2.500 EUR.
- Raziskava na Avstrijski Štajerski vinski regiji je leta 2013 pokazala pričakovanja vinskih turistov. Gost želi cel paket, celotno poglobljeno zgodbo. Ponudniki pa menijo, da je pomembno, da je regija zelo raznolika, da je veliko ponudnikov in da je visok nivo kakovosti.
- Na področju potovanja ločimo tri nišne skupine gostov:
Turizem za gurmane - osnovni namen potovanja je obisk določenih ekskluzivnih restavracij visoke kakovosti, odličnih vinarjev, festivalov in sejmov vina in kulinarike.
Kulinarični turizem - namen obiska je spoznati hrano in vino destinacije v najširšem pomenu besede - obiski lokalne tržnice, festivalov kulinarike oz. vina, restavracij, vinarjev idr. ponudnikov hrane in pijače kot del življenjskega stila turista.
Turizem kuhinje/vina - namen obiska destinacije je podoben kot pri kulinaričnem turizmu, vendar gosta zanima specifična vrsta kuhinje - nacionalne ali regionalne oz. določena vrsta vin oz. vinorodnih dežel.
- Prikaže primere dobrih praks iz Avstrije: Hotel Loisium in Vinotoč Krispel.
- Pomembno je povezati vse ponudnike v destinaciji, male in velike.

Kako izvedem vinsko pokušino in delavnico?

- Belvin je edina profitna organizacija v državi, ki izvaja tečaje, dogodke, izlete v povezavi z vinom. Nujno je iti po svetu in videti kaj drugi počnejo.
- Samo tehnična izvedba degustacije ni dovolj, zgodba o vinu je zelo pomembna. Pomembno je, da se temeljito pripravimo. Ločimo dve vrsti degustacij - za profesionalce in za kupce - končne kupce ali vinoljube. Lahko ponudimo primerjave vzorcev, pare ali trojke (npr. mladi in stari renski rizling). Nujno je vnaprej pripraviti seznam vin, ki se bodo degustirala. Zelo dobro je sprejet personaliziran seznam in napotki za pokušnjo za vsakega gosta posebej.
- Profesionalnost - zelo pomembna je priprava. Priprava prostora, svetloba, vonjave. Klet je vedno potrebno pokazati gostom, ampak ne da se pa pripraviti profesionalne degustacije v kleti.
- Vsak kozarec za nov vzorec - občutek luksuza. Kozarci - za boljša vina tudi boljši kozarci. Lahko za bela vina ene kozarce, za rdeča vina druge kozarce itd. Odlivalniki - nujna zadeva, še posebno pri več vzorcih.
- Prigrizek: sir, jabolka, kruh. Ampak lahko tudi meso, saj so prišli ljudje po doživetje. Drugo je, če so profesionalci, tam najprej stroga degustacija in ostalo pozneje.

- Komunikacija z gostom - najprej se predstaviti. Nato povedati širši kontekst vinorodne regije. Nato nekaj o hiši, o kleti. Nato o vinih. Da smo znani po belih, suhih vinih. Šipon itd. Opis vin prilagoditi ciljni skupini. Neumna vprašanja in negativno energijo preslišiš, ostaneš profesionalen. Cilj pokušine je dvojen, prvi je zaslužek, drugi pa navdušen gost. 80% možnosti, da se gost vrne.
- Organizirajo degustacije v Ljubljani za 110 EUR.

Kako kakovostno izvedem kulinarično pokušnjo in delavnico?

- S kulinaričnimi delavnicami bogatimo naše ime, si delamo najboljšo promocijo, gradimo javno podobo.
- Skozi kulinarične delavnice povemo zgodbe lokalnega okolja. Pomembno je vpletanje prepoznavnih trendov in uporabiti primeren droben inventar - embalažo pri pokušnjah.
- Na etiketah se izpostavi do 5 let stare nagrade, več ne.
- Dosledno vztrajati na kakovosti.
- Pripravljati izdelke za alternativne ciljne skupine (za otroke, za nosečnice, za jedce brez glutena, brez laktoze itd.).
- Danes je kuharsko znanje zelo iskano in zelo problematično. Osnovno gospodinjstvo znanje v Sloveniji je vedno slabše, ker otroci ne rabijo znati kuhati.
- Pomembno je, da jim daste recepture na listu z vašim logotipom, da se tudi doma spomnijo od kje je recept. Dodajte element presenečenja.
- Ne pustiti da na koncu vse pojejo. Režite jim malo in s tem nakažite, da so živila kakovostna in dragocena. Zelo pomembno je udeležencem dati nekaj za domov - kar je sam spekel, skuhal itd.
- Pri pokušnji poskrbeti za nevtralizatorje (voda, kruh, jabolko), ustrezno temperirati vzorce, poskrbeti za informacijske tablice, pripraviti cenik in darilne pakete.
- Pomembno je najprej poskusiti čist izdelek, šele nato z dodatki k izdelku itd.
- Nadalje sledi praktičen prikaz degustacije sirov.

61

Kako kakovostno izvedem rokodelsko delavnico?

- V sklopu Zavoda Marianum deluje penzion, kamp in Center Duo (ekomuzej, trgovinica in delavnice) - stacionarni gosti so tudi udeleženci delavnic, pridejo pa tudi individualni gosti in družine, ki jim ponudijo različne delavnice.
- Delavnice rokodelskih izdelkov (iz gline) - delavnica je en dan ali več dni, nekaj časa traja, da se izdelek posuši in si ga lahko odnesejo domov.
- Otroci imajo veliko teoretičnega znanja, a v praksi jim veliko manjka. Zato je za njih zelo zanimivo, ko začnejo ustvarjati z glino.
- Za večdnevne goste - vodene skupine oblikujejo programe za team buildinge.
- Učijo stare tehnike glaziranja, vsak izdelek je unikaten, drugačen.

Tretja delavnica za nadgradnjo kakovosti ponudbe raznovrstnih ponudnikov Odprtih vrat DJS (člani SDS2 DJS) je bila izvedena 12. 9. 2018 na temo »Kako tržim ponudbo na domu kot član verige Ponudnik odprtih vrat TD Jeruzalem?«.

Delavnico sta izpeljali dr. Tanja Lešnik Štuhec in Urška Topolšek Planinšek iz Ekološke turistične kmetije Urška.

Tabela 15: Tretja delavnica za nadgradnjo kakovosti ponudbe ponudnikov Odprtih vrat DJS

DS2: SS2	Nadgradnja kakovosti ponudbe raznovrstnih ponudnikov Odprtih vrat DJS, drugo srečanje, 12. 9. 2018, 13.00-16.00, Turistična kmetija Ozmec, Velika Nedelja
Tema:	Kako tržim ponudbo na domu kot član verige Ponudnik odprtih vrat TD Jeruzalem?
Vsebina:	• Uvod • Delavnica: Kako tržim ponudbo na domu? - dr. Tanja Lešnik Štuhec • Predstavitev: Trženje ponudbe TK Urška v destinaciji Rogla-Pohorje - Urška Topolšek Planinšek • Razprava: - Kako tržim lastno ponudbo na domu - Vodenje skozi trženjski načrt ponudnika (pomen: blagovne znamke in celostne grafične podobe izdelkov in izvajana storitev, standardov poslovanja, urejenost okolja in ponudnika ter drobni inventar, primerna cena za vrednost, kaj odnesejo domov - kako jih opremimo za lastna ustvarjanja? - Kako pomembna je navezava ponudnika na destinacijsko organizacijo in sodelovanje z drugimi ponudniki - horizontalno in vertikalno?
Vabljeni:	Vinogradniki in gostinci, rokodelci, kmetje z dopolnilnimi dejavnostmi, ponudniki zdravega načina življenja idr.

62

Kako tržim ponudbo na domu?

Na osnovi Trženjskega načrta in dodatnih učnih listov so deležniki oblikovali lasten trženjski načrt.

Trženje ponudbe TK Urška v Destinaciji Rogla-Pohorje

- Turistična kmetija deluje 27 let, Urška je mlada prevzemnica.
- Mala ekološka kmetija, 14 ha, od tega 5 ha gozda, 2 njivi, 2 rastlinjaka, cvetlični vrt na 500 m.n.v.
- Sprejmejo samo 20 oseb v jedilnici (kosilo 18 EUR) in 2 dvoposteljni sobi in 2 družinski sobi.
- Kmečki velnes in bazen, ki je največji magnet za goste.
- Glavnina gostov je iz Belgije.

- Imeli so okoljski znak EU marjetico - prešli na Zeleni ključ (Green Key), so pa tudi v Zeleni shemi slovenskega turizma - Green accommodation.
- Osredotočiti se na lastno kakovost, ustvarjati personalizirane zgodbe za goste, si vzeti čas za goste in jih razvajati, ustvarjati kratke filmčke o lastnih aktivnostih in komunicirati preko njih z javnostmi.
- Prisotnost na vseh digitalnih socialnih omrežjih.

Pogovor o skupni prihodnosti - sodelovanju v Destinaciji Jeruzalem Slovenija:

- Kakšna bi naj bila naša celostna komunikacijska podoba? Celovito usklajena, z zgodbo, ki nas pozicionira na trgu skladno s specializacijo za ciljne skupine gostov.
- Koliko sredstev bi lahko namenili v skupni proračun za komuniciranje z javnostmi? Običajno 3-5 % prihodka - vse ne gre v direktno promocijo.
- Kako bi se lahko povezali in skupaj predstavljali in tržili destinacijo? Poslovni dogovor o sodelovanju pri strateškem trženju - mnogi ne verjamejo, da bi bilo to možno.
- Kje vidimo največ priložnosti? Vzpostaviti DMO, ki bi prevzela povezovanje in trženje ponudbe.

Četrta delavnica za nadgradnjo kakovosti ponudbe raznovrstnih ponudnikov Odprtih vrat DJS (člani SDS2 DJS) je bila izvedena 14. 11. 2018 na temo »Poslovnik verige »Ponudnik odprtih vrat TD Jeruzalem« in Poslovnik promocijske akcije »Vikend odprtih vrat TD Jeruzalem«.

Delavnico je izpeljala dr. Tanja Lešnik Štuhec.

Tabela 16: Četrta delavnica za nadgradnjo kakovosti ponudbe ponudnikov Odprtih vrat DJS

DS2: SS2	Nadgradnja kakovosti ponudbe raznovrstnih ponudnikov Odprtih vrat DJS, drugo srečanje, 14. 11. 2018, 13.00-16.00, Gostišče Taverna, Svetinje
Tema:	Poslovnik verige »Ponudnik odprtih vrat TD Jeruzalem« in Poslovnik promocijske akcije »Vikend odprtih vrat TD Jeruzalem
Vsebina:	• Uvod • Delavnica: Vzpostavitev sistema verige »Ponudnik odprtih vrat TD Jeruzalem« - Tanja Lešnik Štuhec • Vzpostavitev sistema promocijske akcije - prireditve »Vikend odprtih vrat v Destinaciji Jeruzalem Slovenija« (pomlad in jesen) - Tanja Lešnik Štuhec • Razprava: - Poslovnik verige »Ponudnik odprtih vrat TD Jeruzalem« - Poslovnik promocijske akcije »Vikend odprtih vrat TD Jeruzalem«
Vabljeni:	Vinogradniki in gostinci, rokodelci, kmetje z dopolnilnimi dejavnostmi, ponudniki zdravega načina življenja idr.

Za ugotovitve iz delavnice glej poglavja 3.2.3.1, 3.2.3.2 in 3.2.3.3.

Peta delavnica za nadgradnjo kakovosti ponudbe ponudnikov Odprtih vrat Destinacije Jeruzalem Slovenija (člani SDS2 DJS) je bila izvedena 4. 12. 2018, ko smo z vsemi deležniki izvedli strokovno ekskurzijo po Destinaciji Jeruzalem Slovenija. Glej poglavje 3.4.

3.2.3 Ukrepi

Posnetek stanja na področju ponudnikov Odprtih vrat Destinacije Jeruzalem Slovenija potrjuje dejstvo, da je na območju Destinacije Jeruzalem Slovenija **nekaj kakovostnih ponudnikov**, še predvsem vinarjev in turističnih kmetij, ki ponujajo lastna vina, pa tudi veliko takih, ki še niso jasno načrtali svoje vizije, morda celo registrirali dejavnosti in dolgoročno nastavili cilje poslovanja.

Malo je rokodelcev, ki bi ob izdelovanju izdelkov ponudili tudi izkušnje z rokodelskimi spretnostmi. **Manjka** ponudnikov, ki bi organizirano ponujali **programe rekreacije in doživetij narave in kulturne dediščine** za prepoznane ciljne skupine. **Redke kmetije prinašajo tržne viške**, malo je registriranih za **dopolnilne dejavnosti na kmetiji** in redke imajo posajene tržno zanimive kulture, ki lahko predelane v prehranske izdelke prinesejo dodano vrednost ponudniku in kupcu.

Posnetek stanja na področju **gastronomske ponudbe** v Destinaciji Jeruzalem Slovenija je prav tako zaskrbljujoč. Ponudba je **povprečne kakovosti, slabo inovativna in redko nosi zgodbo lokalnega okolja**, saj ni **vzpostavljene organizirane dobaviteljske verige**. **Manjka nastanitvenih kapacitet** različnih vrst, ki bi ob nočitvi in hrani ponujale še druge vrste doživetij. Obe **vinski cesti** na območju Jeruzalemsko-ormoških gor (VTC 14 in 15) in Krajinski park Jeruzalemske gorice potrebujejo **koordinatorja, celovito signalizacijo in povezano ponudbo**.

Da bi se spopadli s temi izzivi smo zapisali ukrepe za katere aktivnosti (projekte) bodo peljale delovne skupine treh centrov DMMO Turizem Jeruzalem v obravnavanem programskem obdobju.

Neposredno se na razvoj ponudnikov Odprtih vrat Destinacije Jeruzalem Slovenija nanašajo spodaj navedeni ukrepi in njim podrejene aktivnosti.

Pod ukrepom **UR1 - Vzpostaviti in graditi DMMO Jeruzalem Slovenija z Destinacijsko Znamko Jeruzalem Slovenija (DZ JS) in Kolektivno Blagovno Znamko Jeruzalem Slovenija (KBZ JS) ter mrežo TIC-ev in IT ter profesionalno skupino zaposlenih** so za ponudnike Odprtih vrat najpomembnejše aktivnosti:

- UR-A2: Mreženje in vzpostavitev partnerskega Dogovora o poslovnem sodelovanju v Destinaciji Jeruzalem Slovenija
- UR-A8: Vzpostavitev mreže informacijskih točk na območju DJS
- UR-A9: Usposobljen kader v Mreži TIC-ev in IT v DJS za usklajen sistem formiranja in trženja ponudbe

Pod ukrepom **UR2 - Nadgradnja sistema klasičnega in digitalnega trženja Destinacije Jeruzalem Slovenija z destinacijsko znamko (DZ) in kolektivno**

blagovno znamko (KBZ) - spletna stran in socialna omrežja so za ponudnike Odprtih vrat najpomembnejše aktivnosti:

- UR2-A2: Nadgradnja in usklajeno skrbništvo interaktivne spletne strani DJS
- UR2-A3: Razvoj, skrbništvo in upravljanje digitalnih orodij za trženje DJS v socialnih mrežah
- UR2-A4: Usposobljen kader za sodobno trženje ponudbe DJS
- UR2-A5: Trganka s ponudbo DJS v spletni in fizični obliki
- UR2-A6: Nadgradnja destinacijske brošure
- UR2-A7: Specializirani vodniki po personah slovenskega turizma (Foodiji, Družabni, Aktivni, prireditve ...)

Pod ukrepom **UR3 - Nadgradnja sistema destinacijskih turističnih programov in vodniške službe v Destinaciji Jeruzalem Slovenija** so za ponudnike Odprtih vrat najpomembnejše aktivnosti:

- UR3-A2: Oblikovanje ITP TK1-5 v DJS
- UR3-A3: Načrt usposabljanja kadra za odlična doživetja v DJS
- UR3-A4: Vzpostavitev ponudbe ITP po Pravilniku CKP DZ Jeruzalem Slovenija

Pod ukrepom **UR4 - Usposobljeni zaposleni na kmetijah, pri rokodelcih, v gostinstvu in turizmu v Destinaciji Jeruzalem Slovenija** so za ponudnike Odprtih vrat najpomembnejše aktivnosti:

- UR4-A1: Načrt izobraževanja kadra v turističnem gospodarstvu in z njim povezanimi dejavnostmi v DJS
- UR4-A2: Izvedba usposabljanja v DJS
- UR4-A3: Strokovne ekskurzije ogledov dobrih praks za ponudnike DJS

Pod ukrepom **UR5 - Spodbujena lokalna oskrba in gradnja sistema blagovne znamke (BZ) Jeruzalem Slovenija in destinacijske znamke (DZ) Jeruzalem Slovenija - učinkovito povezani turistični idr. ponudniki v Destinaciji Jeruzalem Slovenija** so za ponudnike Odprtih vrat najpomembnejše aktivnosti:

- UR5-A1: Izvajanje aktivnosti za nadgradnjo sistema podeljevanja pravice do uporabe KBZ Jeruzalem Slovenija
- UR5-A2: Vzpostavitev sistema promocije in trženja ponudbe s KBZ Jeruzalem Slovenija - gradnja znamke
- UR5-A3: Vzpostavitev sistema prodajnih mest s KBZ Jeruzalem Slovenija

Pod ukrepom **UR6 - Kakovostna in raznolika gostinska idr. dejavnost - investicije v prehranske, nočitvene, vinogradniške, sadjarske, rokodelske... objekte in okoljsko vzgojo v Destinaciji Jeruzalem Slovenija** so za ponudnike Odprtih vrat najpomembnejše aktivnosti:

- UR6-A1: Razviti standarde za nastanitvene obrate in spodbujanje investicij vanje v DJS

- UR6-A2: Razviti standarde za prehrabne obrate in spodbujanje dviga kakovosti ponudbe v DJS
- UR6-A3: Spodbujanje kmetij k večji samooskrbi in ekološki preusmeritvi v DJS
- UR6-A4: Razviti standarde kakovostne ponudbe za projekt Dnevi odprtih vrat ponudnikov v DJS
- UR6-A5: Spodbujanje k vzpostavljanju ponudbe inovativnih izdelkov in doživljajskih zgodb DJS

Neposredno se na trženje ponudnikov Odprtih vrat Destinacije Jeruzalem Slovenija nanašajo spodaj navedeni ukrepi in njim podrejene aktivnosti.

Pod ukrepom **UT1 - Vzpostavljen sistem strateškega in operativnega trženja - celostno komuniciranje z DZ Jeruzalem Slovenija in KBZ Jeruzalem Slovenija** je za ponudnike Odprtih vrat najpomembnejša aktivnost:

- UT1-A2: Akcijski načrt komuniciranja ponudbe znotraj in izven destinacije Jeruzalem Slovenija

Pod ukrepom **UT2 - Trženje in prodaja ponudbe s KBZ interno in eksterno** je za ponudnike Odprtih vrat najpomembnejša aktivnost:

- UT2-A2: Prodajna mesta Mreže ponudnikov KBZ JS

67

Pod ukrepom **UT3 - Trženje in prodaja programov vzpostavljene doživljajske infrastrukture v naravnem in kulturnem okolju** so za ponudnike Odprtih vrat najpomembnejše aktivnosti:

- UT3-A1: Projekt s kolesom po destinaciji Jeruzalem
- UT3-A2: Center za interpretacijo narave in kulturne dediščine kot ČŠOD v destinaciji Jeruzalem
- UT3-A3: Reka Drava - učilnica v naravi
- UT3-A4: Vzpostaviti vsebine v praznih in zapuščenih stavbah na atraktivnih legah v DJS

Pod ukrepom **UT4 - Trženi programi nadgrajenih gastronomskih in rokodelskih zgodb - dnevi odprtih vrat** sta za ponudnike Odprtih vrat najpomembnejši aktivnosti:

- UT4-A1: Vzpostavitev trženja sistema ponudbe deležnikov DJS - Dnevi odprtih vrat ponudnikov DJS
- UT4-A2: Katalog ponudbe s KBZ JS (spletni in tiskani)

Pod ukrepom **UT5 - Tržene prireditve na občinskem in destinacijskem nivoju** sta za ponudnike Odprtih vrat najpomembnejši aktivnosti:

- UT5-A1: Vzpostavitev sistema oblikovanja in trženja destinacijskih prireditev
- UT5-A2: Učinkovito informiranje in trženje prireditev s pomočjo skupne enotne

baze naslovov za trženje ponudbe DJS

Pod ukrepom **UT6 - Vzpostavljena in tržena ponudba drugih doživetij za domačine in obiskovalce** je za ponudnike Odprtih vrat najpomembnejša aktivnost:

- UT6-A1: Spodbujanje trženja programov za prepoznane ciljne skupine

Pod ukrepom **UT7 - Celovito tržena turistična infrastruktura** so za ponudnike Odprtih vrat najpomembnejše aktivnosti:

- UT7-A1: Partnerski dogovori za celovito turistično infrastrukturo DJS
- UT7-A2: Skupna kartica ponudbe v Destinaciji Jeruzalem Slovenija
- UT7-A3: Destinacija Jeruzalem Slovenija zelena dostopna eko destinacija

Aktivnosti ukrepov so podrobno opisane v dokumentu Načrt razvoja... v poglavju 5.

3.2.3.1 Poslovniki verige Ponudnik odprtih vrat v Destinaciji Jeruzalem Slovenija

Zakaj razmišljati o »Odprtih vratih ponudnikov Destinacije Jeruzalem Slovenija« in o promocijski akciji „Vikend odprtih vrat Destinacije Jeruzalem Slovenija«?:

- Trdimo lahko, da Destinacija Jeruzalem Slovenija še ni prepoznana kot destinacija z uveljavljeno celovito, povezano in organizirano ponudbo za prepoznane ciljne skupine turistov.
- Ponudniki se med seboj slabo poznajo in samoiniciativno redko sodelujejo.
- Lokalna ponudba (razen nekaj vrhunskih izjem) ni prepoznana v širšem območju.
- Destinacija Jeruzalem Slovenija sicer gravitira na večja mesta (Ptuj, Maribor, Zagreb, Ljubljana), vendar v njih ne ponujajo ponudbe s KBZ JS in turističnih programov s celovito ponudbo Destinacije Jeruzalem Slovenija.
- Obiskovalci nimajo možnosti brez najave obiskati in spoznati manjše raznovrstne ponudnike, ki bi ponujali poglobljena doživetja in sprejeli v rednem odpiralnem času na pokušnjo, delavnico ali v program za dobro počutje, samo eno ali dve osebi.

Prav to je razlog, da je bila spodbujena aktivnost »**Odprta vrata ponudnikov Destinacije Jeruzalem Slovenija**«.

69

Ponudniki bodo odprli svoja vrata s Spomladansko promocijsko akcijo Vikend odprtih vrat DJS, ponujali svoje storitve in ponudbo čez vse poletje in zaključili akcijo z Jesenskim vikendom odprtih vrat DJS: in sicer:

- „**Spomladanski vikend odprtih vrat ponudnikov Destinacije Jeruzalem Slovenija**“ bo organiziran v vikendu tik pred velikonočnimi prazniki (12. - 14. 4. 2019) za vse tri občine Destinacije Jeruzalem Slovenija in širše kot vstop v Odprta vrata ponudnikov DJS - Letni koledar Odprtih vrat ponudnikov DJS.
- „**Letni koledar Odprtih vrat ponudnikov Destinacije Jeruzalem Slovenija**“ bo vzpostavljen za obdobje od 15. 4. do 24. 10. 2019, ko bo vzpostavljena promocijska akcija za zaključek sezone.
- „**Jesenski vikend Odprtih vrat ponudnikov Destinacije Jeruzalem Slovenija**“ bo organiziran tik pred prireditvijo Martinovanje v Ormožu, v času od 25. do 27. 10. 2019, za vse tri občine Destinacije Jeruzalem Slovenija in širše, kot zaključek Odprtih vrat ponudnikov DJS skozi vse leto.

Za vzpostavitev akcije je sestavljena **Projektna skupina za Vikend odprtih vrat (VOV) in Dneve odprtih vrat (DOV) ponudnikov Destinacije Jeruzalem Slovenija**, ki se je prvič srečala 28. 11. 2018 in nadaljuje s srečanji (23.1.2019 in 30.1.1 2019, 15.2.2019) za vzpostavitev **Poslovnika verige Ponudnik odprtih vrat Destinacije Jeruzalem Slovenija**.

Projektno skupino za DOV v ožjem in širšem smislu sestavljajo predstavniki občin oz. TIC-ev, ki pokrivajo določena tematska področja in drugi akterji, in sicer za naslednje skupine ponudnikov: vinarji, kmetijci, gostinci, rokodelci, ponudniki s področja kulture - tudi organizatorji prireditev, ponudniki s področja narave in športnih oz. rekreacijskih aktivnosti.

V namen proučitve stanja pripravljenosti za sodelovanje, je bil **izdelan vprašalnik in koordinatorice aktivnosti** so pridobile lepo število vinogradnikov, drugih kmetij, rokodelcev, društev ter ustanov za doživetja narave in kulturne dediščine, k sodelovanju.

Javni zavod za turizem, kulturo in šport Občine Ormož je prevzel promocijske aktivnosti akcije »Odprta vrata ponudnikov Destinacije Jeruzalem Slovenija«. Prva informacija o »Spomladanskem vikendu odprtih vrat Destinacije Jeruzalem Slovenija« je z letakom in spremljajočo besedo do ciljne javnosti prišla že **30.1.2019**, ko so predstavnice JZ TKŠ predstavile aktivnost na **Sejmu Alpe Adria: Turizem in prosti čas**, ki poteka od 30.1. do 2.2. 2019 v Ljubljani.

Isti dan, 30. 1. 2019, je bil Poslovnik ter koraki izvajanja aktivnosti predstavljen ponudnikom, ki so se odločili pristopiti k projektni aktivnosti.

70

Stanje glede **sodelovanja ponudnikov pri VOV in DOV** in ponudbi posebnih doživetij za obiskovalce na dan 30.1.2019 je sledeče:

- 19 vinogradnikov bo ponudilo doživetja na področju okušanja vin.
- 7 ponudnikov bo ponudilo doživetja na področju kulinarike (štiri kmetije z dopolnilno dejavnostjo, Jeruzalem SAT - Oljarna, čebelarstvo in društvo).
- 7 rokodelcev bo ponudilo na ogled ročne spretnosti izdelave izdelkov ter možnost preizkušanja v teh spretnostih.
- Na področju kulture sta se priključila JZ RS za kulturne dejavnosti s številnimi prireditvami skozi vse leto ter Pokrajinski muzej Ptuj, Enota Ormož, z razstavami v obeh gradovih - Ormož in Velika Nedelja.
- Na področju narave in športa bodo sodelovali Planinsko društvo Maks Meško Ormož z organiziranimi pohodi, JZ TKŠ s športnimi društvi in Športno šolo DADA, Ribiška družina Ormož in Nogometni klub Ormož z organizacijo prireditev ter DOPPS z aktivnostmi v NR Ormoške lagune.

Mnogi ponudniki, ki nimajo lastne delavnice odprtih vrat bodo sodelovali na Sejmu na cvetni petek in drugih organiziranih sejmi v DJS in širše.

Prav tako bodo ponudniki sodelovali v sklopu številnih prireditev, ki bodo organizirane v DJS v obdobju od Spomladanskega do Jesenskega vikenda Odprtih vrat Destinacije Jeruzalem Slovenija.

Osnovna vodila za koordinacijo aktivnosti Odprta vrata ponudnikov Destinacije Jeruzalem Slovenija:

- Občinski koordinator organizira srečanja s partnerji na občinskem nivoju in oblikuje program s časovnico na nivoju občine - programi usklajeni do 15. februarja 2019 za celotno DJS.
- V vsaki občini ali po vrstah ponudnikov se izbere krovno tematiko in okrog nje pomreži ostalo dogajanje (npr. vino in kulinarika, rokodelstvo, kultura, narava ipd.) - usklajeno na nivoju DJS.
- Ponudnike in njihove dogodke se razvrsti v tematske zgodbe po ciljnih skupinah.
- Vzpostavi se kombinacijo doživetij glede na ciljne skupine (otroci-starši).
- Vzpostavi se Letni koledar odprtih vrat ponudnikov Destinacije Jeruzalem Slovenija.
- Z vsakim ponudnikom se sklene Dogovor o partnerstvu v Mreži ponudnikov Destinacije Jeruzalem Slovenija (dan, ura, ponudba)
- Oblikuje se priporočene ture za obisk individualnih gostov - stacionarnih in izletnikov - objava v digitalnih orodjih.
- Programe se ponudi turističnim agencijam, ki bodo pripeljale v destinacijo manjše skupine za poglobljena doživetja Destinacije Jeruzalem Slovenija.

71

3.2.3.2 Poslovník komunikacije, promocije in trženja akcije Odprta vrata ponudnikov Destinacije Jeruzalem Slovenije

Vodila za **interno in eksterno komunikacijo** akcije **Odprta vrata ponudnikov Destinacije Jeruzalem Slovenije**, ki vključuje tudi **Spomladanski vikend Odprtih vrat ponudnikov Destinacije Jeruzalem Slovenija**:

- Določi se termine dogodkov, natančno definira ure, vsebino ponudb (doživetij) ter ugodnosti za obiskovalce pri vsakem ponudniku.
- Ponudnike se temeljito obvešča o njihovi vlogi v celoviti akciji.
- Spodbuja se sodelovanje med ponudniki v lokalnem okolju ter širše.
- Gradi se pripadnost akciji - ponudniki, lokalno prebivalstvo, stalni gosti, promotorji, novinarji idr.
- Občinska nagrada naj poudarja lokalno dodano vrednost občine - komunikacija s ponudniki.
- Glavna nagrada naj bo zelo atraktivna - predstavlja višek doživetja v DJS - komunikacija s ponudniki.
- Ob vsaki priložnosti - na nivoju občin in DJS se komunicira in promovira ,Spomladanski VOV ponudnikov Destinacije Jeruzalem Slovenija 2019‘.
- Ponudniki so ambasadorji VOV - ozvestiti jih kako naj komunicirajo akcijo z javnostmi.

- Poiskati ambasadorje za VOV izven DJS, ki lahko vplivajo na prepoznavnost promocijske akcije in akcije DOV DJS nasploh (športniki, politiki, kulturniki, podjetniki ...) ter jih opremiti s primernimi vsebinami za komuniciranje akcije z javnostmi.

Vodila za **interne in eksterne promocijske aktivnosti in trženje akcije Odprta vrata ponudnikov Destinacije Jeruzalem Slovenije**, ki vključuje tudi **Spomladanski vikend Odprtih vrat ponudnikov Destinacije Jeruzalem Slovenija**:

- Oblikuje se načrt promocije in trženja akcije Odprta vrata ponudnikov DJS.
- Oblikuje se trganko - zemljevid z označenimi in opisanimi ponudniki in koledarjem prireditve in sejmov v DJS.
- Promocijske materiale in aktivnosti se oblikuje tudi v angleškem jeziku.
- Oblikuje se plakat in letak z zemljevidom in vrisanimi točkami ponudnikov ter jumbo plakat.
- Vzpostavi se sistem usmerjanja in označevanja na terenu - usmerjevalne table, transparent, letaki, oznaka na vratih za VOV in DOV, roll-up KBZ JS.
- Vzpostavi se sistem promocije - dogajanje 'Spomladanskega VOV DJ 2019' se promovira v vseh občinah, v destinaciji in širše, in to s širokim naborom komunikacijskih orodij za učinkovito doseganje ciljnih skupin in aktivno vključevanje ponudnikov v promocijo prireditve - 'od ust do ust', TV, radio, socialna omrežja...
- Sistematično se izvaja promocijo / obveščanje v lokalnem okolju in širše (cenejše letake množično razdeliti (avtomobili).

72

3.2.3.3 Marketinški splet akcije Odprta vrata ponudnikov Destinacije Jeruzalem Slovenije

V nadaljevanju je predstavljena akcija Odprta vrata ponudnikov Destinacije Jeruzalem Slovenija po marketinškem spletu 8P za Destinacijo Jeruzalem Slovenija kot celoto, za ponudnike in za obiskovalce.

Poslovnik akcije **Odprta vrata ponudnikov Destinacije Jeruzalem Slovenija po marketinškem spletu 8P za destinacijo kot celoto**:

- P1 - Predstavljena raznolika, kakovostna in ciljno oblikovana ponudba doživetij na območju DJS.
- P2 - Predstavljena odlična kakovost storitev in unikatna gostoljubnost za ceno doživetij v DJS.
- P3 - Promocijska akcija VOV DJS direktno nagovarja domačine in obiskovalce - turiste in jih vabi k obisku in nakupu v DJS.
- P4 - Usklajena in povezano komunicirana ponudba treh občin DJS v in izven območja ter medsebojna promocija med ponudniki.

- P5 - Promovira se usposobljene ponudnike območja, partnersko povezovanje in sodelovanje pri promociji in prodaji ter s tem zagotavlja zadovoljstvo ponudnikov, partnerjev in koristnikov.
- P6 - Predstavitve pridelave in proizvodnje ter storitev v DJS so osnovane na standardih izvajanja, usklajena je promocija in prodaja celovite ponudbe.
- P7 - Usklajena je celovita podoba akcije ‚Spomladanski VOV ponudnikov DJS 2019‘.
- P8 - Družbeno odgovorna promocijska akcija.

Poslovnik akcije **Odperta vrata ponudnikov Destinacije Jeruzalem Slovenija po marketinškem spletu 8P za ponudnike:**

- P1 - Vsak ponudnik predstavi kakovostna doživetja na lastnem prodajnem mestu - jedilnici, ateljeju, delavnici, trgovinici, stojnici, parku, vrtu, dvorišču, degustacijskem prostoru idr.
- P2 - Vsak ponudnik predstavi usklajeno kakovost storitev / izdelkov / doživetij in unikatno gostoljubnost za ceno doživetja.
- P3 - Vsak ponudnik direktno nagovarja turiste oz. je vključen v mrežo posrednikov pri prodaji in promociji.
- P4 - Vsak ponudnik izvaja promocijo lastne ponudbe ter sodeluje v partnerstvu na območju DJS.
- P5 - Vsak ponudnik specializiran in partnersko povezan za skupno promocijo in prodajo - zadovoljni vsi deležniki akcije.
- P6 - Vsak ponudnik posluje skladno s standardi izvajanja ponudbe, promocije in prodaje.
- P7 - Usklajena podoba vsakega ponudnika in skupne akcije.
- P8 - Družbeno odgovorno ravnanje ponudnika in partnerstev.

73

Poslovnik akcije **Odperta vrata ponudnikov Destinacije Jeruzalem Slovenija po marketinškem spletu 8P za obiskovalce:**

- P1 - Odlična izkustvena, kulinarčna in rokodelska doživetja ter nakup za domov.
- P2 - Primerna cena za kakovost.
- P3 - Lahek dostop do ponudnika pred, na in tudi po obisku - morda spletna prodaja in prodajna mesta.
- P4 - Celovito komunicirana ponudba doživetij (direktno pri ponudnikih in indirektno pri posrednikih) v DJS pritegne prvič in naslednjič - izvirna orodja komuniciranja.
- P5 - Strokovno in gostoljubno komuniciranje kakovostne ponudbe zadovolji vse deležnike.
- P6 - Stalna in celovita kakovost navdihne in pritegne k lojalnosti.
- P7 - Usklajena komunikacijska podoba pritegne in se vtisne v spomin.
- P8 - Družbeno odgovorno ravnanje je temelj zadovoljstva deležnikov.

Vprašanja, ki si jih postavimo glede načrtovanja, organizacije in izvedbe promocijske akcije VOV:

- **Zakaj prireditev ,VOV ponudnikov DJS 2019'?**
(promocijska akcija, prikaz in prodaja certificirane ponudbe)
- **Koga nagovarjamo s promocijsko akcijo ,VOV ponudnikov DJS 2019'?**
(vse ciljne skupine prepoznanih obiskovalcev s tematskimi zgodbami in kombiniranimi programi)
- **Kaj bomo dosegli s promocijsko akcijo ,VOV ponudnikov DJS 2019'?**
(promocijo destinacije in ponudnikov, mreženje, večji obisk/prodaja)
- **S kom se bomo povezali pri akciji ,VOV ponudnikov DJS 2019'?**
(partnerske mreže: ponudnikov, promocije in prodaje)
- **Kdaj bo potekala akcija ,VOV ponudnikov DJS 2019'?**
(v vikendu pred veliko nočjo vsaj dve leti kot uvod v Letni koledar OVP DJS)
- **Kako bo izvedena akcija ,VOV ponudnikov DJS 2019'?**
(scenarij akcije - zakaj, kdo, kdaj, kaj, kako, s kom, za koliko - 15. februar 2019)
- **Kakšna bo evalvacija promocijske akcije ,VOV ponudnikov DJS 2019'?**
(evalvacijska srečanja, anketiranje in intervjuji)

Vprašanja, ki si jih postavimo glede promocije akcije VOV:

- **Kdo so ciljne skupine - koga nagovarjamo s promocijsko akcijo ,VOV ponudnikov DJS 2019'?**
(domačine in obiskovalce; manjše ciljne skupine - družine, pare, upokojene; izletnike in stacionarne goste - stalne obiskovalce in naključne padalce; idr.)
- **Kakšna komunikacijska orodja uporabljamo?**
(direktna komunikacija ,od ust do ust', spletna omrežja, TV, radio, časopisi / revije, plakati / letaki / transparenti, mobilne aplikacije ipd.)
- **S kom smo povezani pri promociji akcije VOV ponudnikov DJS 2019'?**
(mreža partnerjev pri promociji / prodaji)
- **Kdaj poteka promocija akcije ,VOV ponudnikov DJS 2019'?**
(npr. v tiskanih medijih, na radiju, TV, kdaj izobesimo plakate in transparente, razdelimo letake; kdaj nagovorimo stalne obiskovalce idr.)
- **Kaj obljudljamo koristnikom?**
(enkratno doživetje, kompetence in druženje)
- **Koliko stanejo promocijske aktivnosti?**
(kalkulacija po predračunih)
- **Kdo bo plačal promocijske aktivnosti in po kakšnem ključu bomo delili stroške?**
(projekt, občina, prispevki?)

Vprašanja, ki si jih postavi **ponudnik - ambasadur promocijske akcije VOV:**

- **Kdo so ciljne skupine - za koga oblikujemo ponudbo akcije ,VOV ponudnikov DJS 2019'?**
(domačine in obiskovalce; manjše ciljne skupine - družine, pare, upokojene; izletnike in stacionarne goste - stalne obiskovalce in naključne padalce; idr.)
- **Kaj bomo ponudili v naši hiši v sklopu akcije ,VOV ponudnikov DJS 2019'?**
(kakovostna doživetja, ki jih lahko zagotovimo v primerni količini ob predvidenih terminih)
- **S kom se bomo povezali pri ponudbi akcije ,VOV ponudnikov DJS 2019'?**
(partnerska mreža pri ponudbi, promociji, prodaji)
- **Kako se bomo sami promovirali?**
(mailing lista stalnih obiskovalcev - kupcev, socialne mreže, CGP ambient in zaposleni, brošure, letaki, ipd.)
- **Kako bomo izpolnjevali obljubljeni ponudbo?**
(najvišja kakovost doživetij, povezana doživetja, specializirana doživetja ipd.)
- **Koliko bomo zaračunali za izdelke, storitve, doživetja koristnikom?**
(manjše doživetje zastoj, ostalo privlačno in po stalni ceni)
- **Koliko bomo plačali za skupne promocijske aktivnosti?**
(ključ)
- **Kdo bo evalvirati primernost izvedene ponudbe?**
(samoevalvacija in OO)

75

Za **gostoljuben sprejem obiskovalcev** predlagamo, da ponudniki upoštevajo naslednja vodila:

- G - gostu se posvetim, prijazno, neprisiljeno, ljubeznivo.
- O - do gosta, zaposlenih in partnerjev imam profesionalen odnos.
- S - izdelke in storitve prodajam skozi doživetja z dodano vrednostjo.
- T - turizem smo ljudje - sledim strategiji povpraševanja - popolno doživetje občutim - prizadeti vse čute (profiliranje trga - nišne ciljne skupine).
- L - pripadnost in ljubezen do dela, ponos na poreklo.
- J - jaz in gosti - gojim dolgoročen odnos.
- U - ubrano in povezano - celovita zgodba s CGP.
- B - bogata zgodovina, dediščina in tradicija, narava, ročne spretnosti, znanja, vino, kulinarika.
- N - novo, inovativno, kreativno, povezano.
- O - usklajena oprema in inventar sta nadgradnja izdelka/storitve.
- S - sam ali v partnerski navezi.
- T - trajnostno, sonaravno, z nizkim ogljičnim odtisom.

Za samoevalvacijo ponudnikov priporočamo, da svojo ponudbo preverijo po sledečih elementih in se sami ocenijo.

Element / merilo	Neza- dostno	Zadost -no	Dobro	Prav dobro	Odlično
Dostop do ponudnika (komunikacija pred obiskom, dostop do lokacije ponudnika, delovni čas ipd.)					
Sprejem gostov (gostoljubno, uniforma, dobrodošlica ipd.)					
Strokovna predstavitev ponudbe (strokovna terminologija, inventar, ambient, orodja komuniciranja ipd.)					
Kakovost izdelka / storitve / doživetja (visoka / vedno enaka / kot obljubljena, sestavljenost doživetja, zadovoljitev vseh članov družine)					
Komunikacija z gosti (strokovna, neprisiljena ipd.)					
Primerna kakovost za ceno (Ali je cena edino merilo nakupa?)					
Standardi poslovanja ponudnika (ISO, HACCP, specializacija ipd.), promocije (načrtovano komuniciranja) in prodaje (direktna / indirektna prodaja, načini plačila ipd.), registracije idr.					
Celostna podoba ponudnika (okolica, ambient, inventar, promocijska orodja, izgled prodajalca, usklajena paleta izdelkov / storitev ipd.)					
Poslovitev od gostov (gostoljubno, nagovor k naslednjemu obisku, orodja komuniciranja ipd.)					
Poprodajne aktivnosti (direktna pošta, zahvala po nakupu, informiranje o specializirani ponudbi in dogodkih, voščila ipd.)					
Partnerstvo (partnerji pri oblikovanju ponudbe / promocije ipd.)					
Družbeno odgovorno ravnanje (sonaravno ravnanje, recikliranje, obnovljivi viri energije, botrstva, donacije ipd.)					

3.3 Zdravje in dobro počutje v Destinaciji Jeruzalem Slovenija

Zdravje in dobro počutje imata v Destinaciji Jeruzalem Slovenija že dolgo tradicijo. **Dr. Majerič velja za začetnika spajevske filozofije** na območju DJS v povezavi z naravo (Drava, KP-a, NR Ormoške Lagune, konji, čebelarstvo idr.) in kulturno dediščino (muzejska postavitve zgodbe dr. Majeriča). Ponudbo s konceptom spajevske filozofije dr. Majeriča je moč umestiti v ponudbo obstoječih ponudnikov dobrega počutja in gostincev. Spodbuditi je potrebno kreativne ljudi, ki že živijo zdrav življenjski slog in bi lahko svoja spoznanja in vrednote delili z domačini in obiskovalci.

Veriga ponudnikov s področja zdravja in dobrega počutja v Destinaciji Jeruzalem Slovenija povezuje (oz. bo povezovala) raznolike ponudnike za zdrav življenjski slog, ki se ukvarjajo z/s:

- rekreacijo v naravi (pohodništvo - pohodi in sprehodi, kolesarstvo - ture po programih in maratoni, konjenišstvo - jahanje v maneži, turno jahanje, galopiranje, skupinski športi - nogomet, golf, ...),
- programi telesne vadbe ter fitnesa (joga, pilates, ...),
- zdravo prehrano (ekološke kmetije, zeliščarstva, gostinski obrati - ekološko pridelana hrana, užitne rastline iz narave idr.),
- naravno kozmetiko (zeliščarstva),
- čebelarstvom in apiturizmom (vdihanje aerosolov, opazovanje čebel pri delu, meditacija v čebelnjaku...),
- različnimi oblikami wellnesa in selfnesa (gozdni wellness / selfness, wellness / selfness med vinogradi),
- s ponudbo tretmajev in delavnic za zdrav življenjski slog - preventiva in kurativa,
- s ponudbo okoljske vzgoje in doživetij v naravi - upravljavci krajinskih parkov, naravnih rezervatov, ČŠOD idr.,
- odkrivanje energije zemlje - geomantijo - na tematskih pohodih in delavnicah,
- različnimi masažami, terapijami in delavnicami za dobro počutje (meditacije, zvočne terapije, ... vrtnarjenje oz. vrtičkarstvo, permakultura, slikanje, izdelovanje izdelkov iz gline ind. naravnih mas...),

in lahko poskrbijo za poglobljena doživetja in dobro počutje domačinov in obiskovalcev Destinacije Jeruzalem Slovenija.

Iz posnetka stanja, ki je predstavljen v dokumentu »Načrt razvoja gospodarstva in dviga kakovosti življenja na območju LAS UE Ormož v obdobju 2019-2025« so razvidne prednosti, slabosti, priložnosti in nevarnosti kot osnova obravnavanih področij v DJS.

Prednosti na področjih zdravja in dobrega počutja v DJS:

- Umestitev območja med Muro in Dravo, med slovensko-hrvaško mejo ter Gornjo Radgono in Ptujem, ponuja raznolike podobe v ravninskem delu ob rekah ter lepe razgledne točke po mehkih gričih s pozitivnimi energetske silnicam.
- Relativno dobro ohranjeno naravno okolje in biotska raznovrstnost ter visok delež zavarovanih območij (Drava, nižinski poplavni svet (Natura 2000), varstvo ptic in specifičnih rastlinskih in živalskih vrst in habitatnih tipov - Lagune).
- Lepa kulturna krajina (vinorodni griči, KP Jeruzalemske gorice, kličaji).
- Mir na podeželju, osončenost, čist zrak, pozitivna energija (destinacija za odklop, počitek in dobro počutje ter osebno rast).
- Klimatsko in pedološko ugodni pogoji za vinogradništvo in sadjarstvo, v ravninskem delu tudi za pridelavo poljščin, vrtnin in zelišč - za naravi prijazno kmetijsko pridelavo, vključno z ekološkim kmetijstvom.
- Relativno velika količina zdrave in ekološko pridelane hrane in zelišč.
- Bogastvo naravnih vodnih virov in bližina term v Sloveniji (Ptuj, Banovci, Lendava, Radenci, Mala Nedelja) in širše.
- Prleški človek - dober srčen in gostoljuben, tipično narečje in prirojen smisel za humor, bogata društvena dejavnost in obujanje tradicionalnih šeg in običajev.
- Razpoložljive pohodniške in kolesarske poti ter vinski turistični cesti po mehkih gričih.
- Vrsta tradicionalnih prireditev, festivalov in dogodkov.
- Kakovostno življenjsko okolje - mir na podeželju in zdravo ter varno okolje.
- Multikulturnost.
- Prijaznost in gostoljubnost domačinov.

78

Slabosti na področjih zdravja in dobrega počutja v DJS:

- Šibek interes za podjetništvo, nizka stopnja podjetniške kulture in pomanjkanje vrhunskih menedžerskih znanj in izkušenj ter šibka usposobljenost zaposlenih pri manjših ponudnikih na področjih zdravja in dobrega počutja.
- Manjka mladih ponudnikov s sodobnimi pristopi v stroki in trženju (klasičnem in digitalnem), z znanjem mednarodnih jezikov ter oblikovanjem promocijskih orodij, ki bi nas pripeljali na zemljevid turističnih destinacij; trenutno imamo nekaj ponudnikov z vrhunskimi vini, veliko druga, kar naredi destinacijo privlačno, pa še manjka (zgodbe zdrave ekološke destinacije, ki ponuja tudi interaktivne vsebine aplicirane z novimi tehnologijami - obogatena resničnost).
- Manjka kakovostnih prireditev in dogodkov (gastronomskih, kulturnih, športnih, za zdrav življenjski slog, ...) ter paketne ponudbe, ki bi pritegnila zahtevne goste in jih zadržala v destinaciji nekaj dni.
- Premalo izkoriščeni potenciali na podeželju - nizka konkurenčnost in produktivnost kmetijskega sektorja; manko števila in raznovrstnosti nastanitvenih kapacitet z dopolnilno ponudbo (bazen, degustacijski prostori, delavnice v naravi ipd.); malo kakovostne gastronomske ponudbe; ni

prepoznavnih turističnih blagovnih znamk - ponudnikov in privlačne doživljajske ponudbe za prepoznane ciljne skupine turistov (ekološke usmeritve, izkustveni parki, doživljajske točke); v ožjem območju ni ponudbe za razvijanje (termalni/velneški centri); pomanjkljiva je kolesarska infrastruktura in ponudba na kolesarskih in pohodnih poteh ter neprilagojena za dostopni turizem.

- Nizka stopnja sodelovanja in povezovanja med različnimi sektorji ter šibko povezovanje javnega in zasebnega sektorja, razdrobljenost in nepovezanost turistične ponudbe in akterjev.
- Šibka ozaveščenost lokalnih prebivalcev za celovito ureditev območja kot turistične destinacije (osvetlitev, ureditev vrtov, fasad, okolice gospodarskih poslopij ipd.).
- Nizka samooskrba z lokalno pridelano hrano za javni in zasebni sektor - ni vzpostavljene kratke dobaviteljske verige za gostince.
- Pomanjkljiva znanja v stroki za zdravje in dobro počutje ter šibek prenos izkušenj med generacijami.
- Mladi niso najbolj zaposljivi za izjemno hitro rastoč tehnološki napredek na trgu dela.
- Okolje ni najbolj privlačno za mlade družine.
- Starejša populacija potrebuje kakovostnejšo oskrbo na domu.
- Domačini v turizmu ne vidijo priložnosti.

79

Priložnosti na področjih zdravja in dobrega počutja v DJS:

- Investiranje v nove zelene investicije za kakovostna doživetja narave in kulturne dediščine ter v javne in zasebne objekte kulturne dediščine za razvoj turistične infrastrukture - vzpostaviti destinacijo za sonaravni in trajnostno naravnan ter kulturni in izobraževalni turizem v vseh letnih časih.
- Oblikovati visokokakovostna doživetja v povezavi z naravo in biotsko raznovrstnostjo, opazovanje ptic in specifičnih rastlinskih in živalskih vrst in habitatnih tipov) - razvoj naravoslovnega in naravovarstvenega turizma ob reki Dravi.
- Izkoristiti potencial bogate in raznolike prleške kuhinje v kakovostno gastronomsko ponudbo - zdrava prehrana.
- Izkoristiti lepo kulturno krajino za nadgradnjo v visokokakovostna vinska doživetja stacionarnih turistov s programi za zdravje in dobro počutje (rekreacija, delavnice za osebno rast, meditacije, masaže...).
- Izkoristiti klimatsko in pedološko ugodne pogoje za vinogradništvo in sadjarstvo v ravninskem delu tudi za pridelavo poljščin, vrtnin in zelišč ter njihovo predelavo v visoko kakovostne prehranske izdelke - kratka oskrbna veriga lokalne hrane ter spodbujati naravi prijazno kmetijsko pridelavo ter ekološko kmetijstvo z odlično predelavo in doživetji na kmetijah - ekološki turizem.
- Spodbujanje izobraževanja in usposabljanja na področjih kmetijstva, rokodelstva, turizma, zdravja in dobrega počutja in z njimi povezanimi dejavnostmi na operativnih in menedžerskih pozicijah predvsem mladih.

- Spodbujanje konkurenčnosti in produktivnosti malih ponudnikov, tudi kmetijskega sektorja z dopolnilnimi dejavnostmi in rokodelstva za vzpostavljanje kratkih oskrbnih verig z lokalno in ekološko dodano vrednostjo.
- Spodbuditi ponudnike za skupno vlaganje oz. nadgradnjo v kakovostne doživljajske zgodbe z lokalno dodano vrednostjo za prepoznane ciljne skupine turistov - razvoj produktov za nišne skupine.
- Vzpostaviti močne povezave s termami/velneškimi centri v Sloveniji, Avstriji in na Hrvaškem za oblikovanje celovitih integralnih turističnih produktov.
- Rast deleža lokalne (samo)oskrbe ter bolje izkoriščena energetska učinkovitost.
- Spodbujanje medgeneracijskega učenja, sodelovanja in prenos izkušenj med generacijami ter pomoč mladim pri pridobivanju novih znanj za večjo zaposljivost ter brezposelnim za prestrukturiranje.
- Graditi privlačno okolje za kakovostno in aktivno življenjsko okolje in preživljanje prostega časa

Nevarnosti na področjih zdravja in dobrega počutja v DJS:

- Manko sredstev za upravljanje (za)varovanih območij, kulturne krajine, objektov narave in kulturne dediščine ter za rekreacijo in dobro počutje.
- Lahkomiselno vključevanje naravnih vrednosti ter snovne in nesnovne kulturne dediščine pri razvoju turistične ponudbe ter njihovo izključevanje pri načrtovanju regionalnega razvoja.
- Počasno uvajanje tehnoloških sprememb ter šibka inovativnost na področju turizma in z njim povezanimi dejavnostmi, ki delajo destinacijo privlačno.
- Pomanjkanje lastnih in draga najeta finančna sredstva za doseganje zastavljenih ciljev posameznih podjetnikov in destinacije kot celote.
- Zaostajanje v razvoju za drugimi konkurenčnimi destinacijami na področjih zdravja in dobrega počutja ob prepoznani vinski zgodbi - druge destinacije bolje zadovoljujejo pričakovanja in potrebe ciljnih skupin gostov - nepovezana ponudba in marketinške aktivnosti.
- Druge regije so bolj privlačne za življenje in delo ter obiskovalce.
- Težko sledenje zakonodaji in birokraciji.
- Klimatske spremembe in naravne nesreče ter onesnaževanje okolja.

3.3.1 Vizija in cilji aktivnosti za zdravje in dobro počutje v Destinaciji Jeruzalem Slovenija

Vizija

V Destinaciji Jeruzalem Slovenija krepimo zdravje in kakovost življenja lokalnih prebivalcev in obiskovalcev s številnimi aktivnostmi za dobro počutje in privlačnimi dogodki ter vabimo turiste, da se pri nas odlično počutijo v sozvočju z naravo (zavarovani parki narave in api turizem) ter kulturno dediščino (filozofijo zdravljenja po dr. Majeriču).

Direktno se na področja zdravja in dobrega počutja nanašajo **vsi razvojni in trženjski cilji**, ki si jih je v strateškem obdobju 2019-2025 zadala Destinacija Jeruzalem Slovenija in so predstavljeni v poglavju 1.2.

Osnovni cilj na področju zdravja in dobrega počutja je vzpostaviti destinacijo, ki bo pritegnila z zdravim, ekološko usmerjenim načinom življenja ob odličnih vinih, prleški kulinariki, razvajanjih telesa in duha, tako v naravi kot v sonaravno grajenih in opremljenih prostorih, z doživetji, ki jih izvajajo navdihujoči in strokovno usposobljeni ljudje, ki živijo zdrav način življenja.

81

3.3.2 Delavnice za ponudnike zdravja in dobrega počutja v Destinaciji Jeruzalem Slovenija

Za nadgradnjo kakovosti ponudbe raznovrstnih ponudnikov na področjih zdravja in dobrega počutja v Destinaciji Jeruzalem Slovenija (DJS) je bilo v letu 2018 izvedenih pet delavnic. Na delavnice so bili povabljeni vinarji, gostinci, rokodelci, kmetje, ponudniki doživetij narave in kulturne dediščine ter rekreacije in zdravega načina življenja idr. ponudniki, ki sestavljajo Specializirano delovno skupino SDS3 DJS.

Prva delavnica za nadgradnjo kakovosti ponudbe raznovrstnih ponudnikov zdravja in dobrega počutja v DJS (člani SDS3 DJS) je bila izvedena 29. 8. 2018 na temo »Posvet - Kakšna dodatna doživetja lahko ponudimo v TD Jeruzalem na področjih narave in kulturne dediščine?«.

Delavnico so izpeljali dr. Tanja Lešnik Štuhec, dr. Ivo Mulec in mag. Dominik Bombek. Opravičila sta se Matej Mertik in Nevenka Korpič.

Tabela 17: Prva delavnica za nadgradnjo kakovosti ponudbe zdravja in dobrega počutja v DJS

DS2: SS3	Nadgradnja kakovosti ponudbe raznovrstnih ponudnikov zdravja in dobrega počutja v DJS, prvo srečanje, 29. 8. 2018, 16.00-19.00, Mladinski center Ormož
Tema:	Posvet - Kaj lahko vinarji, gostinci, rokodelci, kmetje idr. ponudimo v Destinaciji Jeruzalem Slovenija ob osnovni ponudbi in kdaj?
Vsebina:	• Uvod - mag Karmen Štumberger • Predstavitve: Narava in kulturna dediščina kot vrednoti človeštva - dr. Tanja Lešnik Štuhec • Predstavitve: Pomen narave in kulturne dediščine za unikatno doživetje turistične destinacije - dr. Ivo Mulec • Predstavitve ponudbe na področjih narave: Naravni rezervat Ormoške Lagune in KP Središče ob Dravi v ustanavljanju - mag. Dominik Bombek Krajinski park Jeruzalem - doživetja krajinske podobe - Matek Mertik • Predstavitve: Ponudba na področjih kulturne dediščine v Destinaciji Jeruzalem Slovenija - Nevenka Korpič, PMPO • Razprava: - Posnetek stanja doživetij narave in kulturne dediščine - Vizija tovrstnih doživetij v Destinaciji Jeruzalem Slovenija - Kaj potrebujemo, da bi lahko nudili avtohtona in neponovljiva doživetja?
Vabljeni:	Vinogradniki in gostinci, rokodelci, kmetje z dopolnilnimi dejavnostmi, ponudniki zdravega načina življenja idr.

82

Narava in kulturna dediščina kot vrednoti človeštva.

- Narava in kulturna dediščina kot vrednoti destinacije, prav tako rekreacija, športne aktivnosti ter športna infrastruktura
- Doživetja narave so lahko aktivna / pasivna. Za oboje se moramo odlično pripraviti.
- Kaj pritegne turiste v Slovenijo: čudovita narava, pitna voda, prijazni in gostoljubni ljudje....
- Persone ciljnih skupin slovenskega turizma pričakujejo odlična doživetja - družabni foodiji, sproščeni eskapisti, večno mladi, predane mame, aktivne družine...

Pomen narave in kulturne dediščine za unikatno doživetje turistične destinacije.

- Doživetja v destinaciji so po navadi neotipljive narave. Prvih 5 minut se moraš počutiti sprejetega ali pa ti destinacija ne bo ostala v spominu. »Doživetje v destinaciji«: enkratni dogodek, kvalitetno, lepo okolje, visok pričakovan nivo storitev, prijaznost domačinov - gostoljubje.
- Prav tako pa vključuje tudi otipljive dele: Javno in turistično infrastrukturo, turistično super strukturo (vse vrste nastanitev), privatne storitve in poizvedbe,

turistične atrakcije (naravne in izgrajene). En slab del v verigi komponent turističnega produkta lahko zmanjša pozitivno doživetje turista.

- Narava in kulturna dediščina: Dediščina je nasledstvo iz preteklosti s katero živimo danes in jo prenašamo v prihodnje generacije.
- Narava: griči posejani z vinogradi, gozdovi, lepo ohranjeno okolje, mir/tišina in pozitivna energija, reka Drava, Krajinski park, Ormoške lagune. »Pot razgledov« po gorica.
- Kulturna dediščina: (lepo ohranjena) vaška jedra, atraktivni in sodobni muzeji, cerkve, stare šole v novi funkciji, tradicionalna lokalna arhitektura, zgodovinske /spominske zgradbe /hiše.
- Pomembno je, da tako javni sektor kot zasebni opravijo svoj del naloge. Objekte, ki so v slabem stanju ne smemo zanemarjati, saj imajo svojo dušo.
- Večina dediščine ni bila narejena za turistične namene in zato potrebuje poseben pristop.
- Pomembna je signalizacija v destinaciji ter osebna in neosebna interakcija domačinov z gosti.

Naravni rezervat Ormoške Lagune in KP Središče ob Dravi v ustanavljanju

- Zelo pogosto je negativno mnenje o Naturi 2000, a tako mnenje je krivično.
- David Coultard ob obisku v Sloveniji: Kaj vam je znano o Sloveniji?« Ne prav veliko. Vem, da ima dva milijona prebivalcev, da je blizu Italije in da ima čudovito naravo...«
- Določeno deli narave morajo ostati nedotaknjeni - se vanje ne posega z infrastrukturo itd.
- Krajinski park Središče ob Dravi v ustanavljanju - prepoznalo se je izjemno naravo na tem območju. Krajinski park lahko prinese večjo prepoznavnost, konkretno varstvo narave in kulturne dediščine. Spodbuja se trajnostni razvoj, ki je skladen s tradicijo območja. Nekoč mlinarstvo, iskanje zlata, lovljenje rib s križarki, kmečka opravila, pletarstvo. Priložnosti za razvoj: Doživetja ob reki, naravoslovni turizem, domača samooskrba, priložnosti za izobraževanje. Naloga Krajinskega parka: povezovalna funkcija, ki bi poveže ljudi, projekte, dejavnosti.
- Naravni rezervat Ormoške lagune: varstvo narave; izobraževanje - pripravljena je učna pot, kmetijstvo - paša bivolov, turizem in rekreacija, lokalna ponudba.

Druga delavnica za nadgradnjo kakovosti ponudbe raznovrstnih ponudnikov zdravja in dobrega počutja v DJS (člani SDS3 DJS) je bila izvedena 5. 9. 2018 na temo »Delavnica - Kako izpeljem odlično pokušino / delavnico v vinski kleti, gostilni, na kmetiji, v rokodelski delavnici z lokalno dodano vrednostjo Destinacije Jeruzalem Slovenija«.

Delavnico so izpeljali dr. Tanja Lešnik Štuhec, Urša Ambrož, Iztok Luskovič, Dragica Tigeli, Barbara Kukovec, Tanja Arih Korošec in Nevenka Korpič.

Tabela 18: Druga delavnica za nadgradnjo kakovosti ponudbe zdravja in dobrega počutja v DJS

DS2: SS3	Nadgradnja kakovosti ponudbe raznovrstnih ponudnikov zdravja in dobrega počutja v DJS, prvo srečanje, 5. 9. 2018, 16.00-19.00, Turistična kmetija Hlebec, Kog
Tema:	Kakšno ponudbo na področju dobrega počutja lahko ponudimo v TD Jeruzalem? (api terapije, pilates, wellness med vinogradi, delavnice zeliščarstva,...)
Vsebina:	• Uvod • Predstavitev: Dobro počutje kot sestavina doživetij Destinacije Jeruzalem Slovenija - dr. Tanja Lešnik Štuhec • Predstavitve ponudbe za dobro počutje in zdrav življenjski slog: - Rekreativna za ženske (pilates) - Urška Ambrož - Programi na področju zdravilnih idr. rastlin - Iztok Luskovič - Programi na področju medonosnih rastlin - Dragica Tigeli - Programi gozdnega wellnessa - Tanja Lešnik Štuhec - Programi api terapije - Barbara Kukovec • Predstavitev ponudbe programov api terapije - Tanja Arih, TA Arih • Predstavitev filozofije zdravljenja po dr. Majeriču - Nevenka Korpič • Razprava: - Posnetek stanja ponudbe na področjih dobrega počutja - Vizija tovrstnih doživetij v TD Jeruzalem - Kaj potrebujemo, da bi lahko nudili avtohtona in neponovljiva doživetja?
Vabljeni:	Vinogradniki in gostinci, rokodelci, kmetje z dopolnilnimi dejavnostmi, ponudniki zdravega načina življenja idr.

Dobro počutje kot sestavina doživetij Destinacije Jeruzalem Slovenija.

- Dobro počutje pogosto obravnavamo v povezavi z zdraviliškim turizmom in turizmom dobrega počutja.
- Gre za vzpostavljanje telesnega, duševnega in socialnega dobrega počutja z uporabo zdravstvenih, športnih, rekreativnih, sproščujočih idr. storitev v različnih okoljih.
- Gre za potovanja in bivanja oseb s temeljnima motivoma - sprostitve ali krepitev človekovega zdravja ter beg od vsakdanjega stresa.

- Vključuje bivanje v specializiranih bivalnih enotah z ustrezno strokovno in individualno obravnavo v destinaciji.
- Vključuje aktivnosti: telesni fitnes, zdrava prehrana, osebna sprostitve in duševne aktivnosti.
- Gozdni selfness Cerklje je nov zeleni trend v slovenskem turizmu - temelji na izkoriščanju naravnih danosti in lepot Cerkljanskega ter vključuje naravne materiale, vire in lokalne izdelke. Izhaja iz posameznikove zavestne odločitve o skrbi za svoje dobro počutje in zdravje, in se v nasprotju z obstoječimi selfness programi, odvija v idiličnem naravnem okolju. Udeleženci programa se naučijo nekaj tehnik za lažje spopadanje s stresom, okrepijo svoje zdravje in poskrbijo za vitalnost z lahkotnim gibanjem, hkrati pa gozd in naravno okolje spoznajo v drugačni luči, saj ga občutijo z vsemi svojimi čutili. Ponujajo 4 programe: Klasična izvedba, Sprostitev pod krošnjami, Kulinarično doživetje na gozdni jasi, Popolno gozdno razvajanje. Klasična izvedba traja 6 ur in je celovito organizirana.
- Podobne zgodbe na relaciji vinograd - gozd, travnik, bi lahko organizirali in tržili v Destinaciji Jeruzalem Slovenija.

Predstavitve ponudbe za dobro počutje in zdrav življenjski slog:

Programi na področju **medonosnih rastlin**

- Čebelarstvo Tigeli predstavi svoje izdelke, svoje delo ter čebelarški muzej.
- Ko otroci obiščejo čebelarstvo, jim damo tudi kakšno domačo nalogo, damo jim tudi semena z medovitimi rastlinami - razne delavnice.
- Svoje izdelke prodajajo izključno doma in po hotelih, kjer imajo tudi predstavitve Čebelarstva. To se pa predstavljajo vsaki teden. Ves med, ki se ga pridelava se ga tudi prodaja.

Programi na področju **zdravilnih idr. rastlin**

- Botanik ima vedno v ponudbi delavnice, za manjše in večje skupine itd.
- Izdelava zeliščnih izdelkov po starih recepturah.
- Lahko govorimo le o zeliščih in ne o zdravilnih rastlinah. Z našimi izdelki pa lahko sodelujemo na področju velneških storitev.
- Čez 3-5 let gremo v prevzem kmetije kot mlad prevzemnik in postopoma v velneške aktivnosti in ponudbo. Zaenkrat pa se bodo ukvarjali z izdelki (čaji, mazila, tinkture ipd.,) in z delavnicami.

Rekreacija za ženske (**pilates**)

- Urša Ambrož vodi delavnice pilatesa, ki ga je izum Josefa Pilatesa. Oblikoval je vaje za razne šole, študije, za baletnike, plesalce. Kasneje je postalo pilates pravo gibanje.
- Ne smemo čakati na dobro počutje, ampak naredimo nekaj, da se bomo dobro počutili zdaj ta trenutek.

- Pilates je umirjena vadba, izhaja iz notranjega ustroja mišic.
- Tudi ponudniki lahko to ponudijo kot dodatno ponudbo za njihove goste.

Programi api terapije

- Barbara Kukovec je štiri leta apiterapevtka, čebelarka.
- Ponudbo sestavljajo sklopi dejavnosti: 1. sklop je povezan z minerali, 2. sklop predstavlja ponudba apiterapije, medene masaže, zvočne masaže, 3. sklop sestavljajo delavnice, izdelava produktov iz voska, kreme itd. Pridobivajo propolis, cvetni prah, penečo medico, naslednje leto tudi matični mleček.
- Želi si sodelovanja s ponudniki.

Predstavitev ponudbe programov api terapije

- TA Aritours je družinsko podjetje s 25 leti delovanja; v outgoingu se ukvarjajo z romanji in v incomingu pripeljejo turiste iz tujine v destinacijo.
- Z Apiturizmom se je začela ukvarjati Tanja pred 10 leti. Dela na doživetjih, ljudem predstavlja vrednote čebelarstva. Slovenska čebelarska zveza je navezala stik z Aritoursom in nastal je Apitour in Api Routes.
- Apiterapija je zdravljenje s čebeljimi piki, s čebeljimi produkti.
- Tempo življenja nam ne dovoljuje časa zase, zato pa s pomočjo dobre ponudbe storitev lahko to nekako nadoknadimo.
- Apiturizem - je edinstven, ker ga v tujini ni. Velnes in izobraževalni turizem sta najbolj rastoča trenda v tujini, apiturizem se nanju navezuje.
- Če veš kaj hočeš in če pridobiš strokovna znanje in kompetence, potem ti uspe. Že več kot 10 let razvijamo Apiturizem. Ni bilo primerjav ali dobrih praks v tujini. Začeli so iz nič, sedaj že 35 različnih čebelarjev, ki se ukvarjajo z apiturizmom. Ponudba: Npr. ležanje na panjih, kjer deluje vibracija itd., medeni piknik.
- Za programe najamemo vodnike, ki so usposobljeni in vedo veliko o čebelah itd. Slovenska čebela je ena izmed najbolj miroljubnih čebel in tudi ena najbolj medonosnih čebel.
- Certifikati: 3 čebelice pomenijo, da se izvaja doživetje.
- Apiturizem.si je spletna stran z vsemi ponudniki apiturizma.
- Ponudnikov programov dobrega počutja med čebelarji ni veliko. Čebelarski turizem ni masovni turizem. Je pa velika priložnost. Za zdravje smo pripravljeni plačati vedno več.
- Imamo pomankanje strokovnega kadra v Sloveniji. Vedno primanjkuje dobrih ponudnikov, zato bo zelo vesela, če bo še kdo zašel med čebelarje.

86

Predstavitev filozofije zdravljenja po dr. Majeriču

- Nevenka Korpič (PMPO) je raziskovala osebnost in dejanja dr. Otmarja Majeriča - bil je bil zelo pomembna osebnost Ormoža v prvi polovici 20. stoletja. V Ormožu je takrat že delovalo Olepševalno društvo. Za turistično ponudbo je po svoje

skrbel tudi dr. Otmar Majerič (razgledne točke pa Hajndl, Hum, Jeruzalem, Svetinje). Obstajajo zelo dobro ohranjene razglednice.

- Pred 2. sv. vojno se je ime Ormoža res daleč slišalo. Dr. Otmar Majerič je bil po poklicu zdravnik. Izhajal je iz velike družine. Bil je prvi, ki je imel v Ormožu avto. Boter je bil več kot 50tim otrokom v Ormožu. Zelo solidaren. Leta 1927 je ustanovil v Ormožu sanatorij. Z visoko frekvenčno metodo je zdravil paciente (revmo, išjas itd.). Imel je zelo dobro reklamo, tako da so se k njemu hodili zdraviti ljudje iz celotne Banovine. V Ormož je dal napeljati vodovod in je bil tudi prvi, ki je uporabljal električno energijo.
- Leta 1932 je ob reki Dravi zgradil kopališče. 3Tri bazene, za plavalce, za neplavalce in za otroke. To vodo je tudi ogreval, 5-6 stopinj višja temperatura kot v Dravi. Ponujal je čolne, pedoline, kabine za preoblačenje, teraso za sončenje, restavracijo. Bila je tudi vstopnina v kopališče.
- Leta 1942 je bil izgnan in kopališče je propadlo.
- Kupil je grad v Predvdoru - pacienti so ostali na okrevanju v alpski klimi.
- Velechovsky - še vedno imajo v lasti en del sanatorija, daljni sorodniki dr. Majeriča.
- Leta 1935 je dal snemati promocijski film o Ormožu, ki je v celoti ohranjen in na spletu.
- Bil je založnik številnih razglednic, veliko je naredil za lep izgled Ormoža.
- Leta 1942 so ga zaprli na Ptuju. Preselili so ga v nemško taborišče pri Novi vasi pri Ptuju in tam je dr. Majerič zapornike zdravil. Nato so ga preselili v Maribor, kasneje v Nemčijo, kjer je deloval v raznih krajih. Po 2. sv. vojni ni bil zaželen v Jugoslaviji, zato se ni vrnil, tudi v Avstriji ni bil zaželen, zato je migriral v ZDA. Tam je še enkrat naredil diplomu za zdravnika. Leta 1957 je v New Yorku umrl in tam je pokopan.
- Dr. Majerič je imel zelo human odnos do pacientov, tako domačih kot tujih. Priznani so njegovi uspehi v povezavi z medicino. Bil je zelo prepoznavna osebnost Ormoža in je veliko pripomogel k turističnemu ogledu Ormoža.

Tretja delavnica za nadgradnjo kakovosti ponudbe raznovrstnih ponudnikov zdravja in dobrega počutja v DJS (člani SDS3 DJS) je bila izvedena 12. 9. 2018 na temo »Kako tržim ponudbo v povezavi z zavarovano naravo, NR Ormoške Lagune?«.

Delavnico je izpeljal mag. Dominik Bombek v Naravnem rezervatu Ormoške lagune.

Tabela 19: Tretja delavnica za nadgradnjo kakovosti ponudbe zdravja in dobrega počutja v DJS

DS2: SS3	Nadgradnja kakovosti ponudbe raznovrstnih ponudnikov zdravja in dobrega počutja v DJS, prvo srečanje, 12. 9. 2018, 16.00-19.00, NR Ormoške lagune
Tema:	Kako tržim ponudbo v povezavi z zavarovano naravo? - NR Ormoške lagune
Vsebina:	Vodeni terenski ogled po NR Ormoške lagune (sprehod po učni poti od točke do točke): - na terenu se spoznamo z različnimi vrstami ptic in si jih pogledamo - spoznamo zgodovino območja - spoznamo povezavo med območjem NR Ormoške lagune in Tovarno sladkorja Ormož - spoznamo ornitološki pomen območja v obdobju 1980-2006 - vloga DOPPS in projekti: * - 2006-2012 po zaprtju TSO, izginjanje ugodnega habitata (mokrišče) za številne ogrožene vrste - 2012 - 2017 projekt LIVEDRAVA - obnovili in vzpostavili 50 ha habitatov, za gnezdenje in selitveno postojanko nacionalno ter mednarodno pomembnih populacij ptic - 2017 - promoviramo območje kot NR, odprt za javnost, namenjen izobraževanju in ozaveščanju obiskovalcev o pomenu mokrišč (družine, šole, fakultete...), svoj prostor najde še turizem, rekreacija in raziskovanje - predstavitev upravljanje zaraščenosti s pašo vodnih bivolov - ogled filma Reka Drava - darila narave za vse generacije Razprava: - Kakšne programe v navezi z naravo lahko oblikuje vsak ponudnik v Destinaciji Jeruzalem Slovenija?
Vabljeni:	Vinogradniki in gostinci, rokodelci, kmetje z dopolnilnimi dejavnostmi, ponudniki zdravega načina življenja idr.

Narava na območju Destinacije Jeruzalem Slovenija je **velik, vendar še slabo izkoriščen potencial**, ki lahko povezano predstavlja pomemben podstat za različna doživetja v širši destinaciji. Samo **upravljana narava** z dovolj sredstvi (kadri, opreme) lahko prinese rezultate na dolgi rok.

Posnetek stanja z udeleženci delavnice:

1. Kako učinkovito v destinaciji Jeruzalem upravljamo z (za)varovano naravo?
Naravni rezervat Ormoške lagune upravlja DOPPS, Krajinski park Jeruzalem nima upravljavca, Krajinski park Središče ob Dravi je v ustanavljanju, reka Drava je v Naturi 2000.
2. Koga nagovarjamo?
Predvsem šolske skupine
3. Kako smo povezani ponudniki doživetij v naravi in ostali ponudniki?
DOPPS je vzpostavil podstat, vendar ostali ponudniki še niso izkoristili priložnosti.
4. Ali ponudniki promoviramo Ormoške Lagune kot turistično znamenitost?
Ja, mnogi.
5. Kje vidimo največ izzivov?
Povezovanje, sodelovanje tako naravnih znamenitosti kot z ostalo ponudbo.

Vizija z udeleženci delavnice:

1. Kako bi lahko v destinaciji Jeruzalem upravljali z (za)varovano naravo?
Zavarovana območja potrebujejo upravljavski načrt in ekipo sodelavcev, ki bo povezovala ponudbo narave s ponudniki v zaledju.
2. Koga bi morali nagovarjati?
Družine, specializirane manjše skupine.
3. Kako bi se lahko povezali ponudniki doživetij v naravi in ostali ponudniki?
Prepoznati potencialne ciljne skupine, vzpostaviti verige ponudnikov za doživetja narave in kulturne dediščine in sistematično ter fokusirano tržiti doživetja - zgodbarjenje.
4. Kako bi lahko ponudniki promovirali Ormoške Lagune, KP Jeruzalem in KP Središče ob Dravi kot turistične znamenitosti? Kaj pa širše območje?
Smiselno je oblikovati doživetja tudi s Savskim ribnikom, Ptujskim jezerom in skupaj tržiti ponudbo. Manjkajo doživljajske nastanitvene kapacitete, ponudba in servis koles, izposoja kanujev ipd.
5. Kje vidimo največ priložnosti?
Konjeniki in DOPPS, Oljarna in navezava na čebelarstvo, zeliščne zgodbe in rokodelstvo v Veržaju, kjer je tudi penzion in glamurozni kamp.

Četrta delavnica za nadgradnjo kakovosti ponudbe raznovrstnih ponudnikov zdravja in dobrega počutja v DJS (člani SDS3 DJS) je bila izvedena 14. 11. 2018 na temo »Kako lahko vsak ponudnik vključi elemente filozofije zdravega načina življenja po dr. Majeriču v lastno ponudbo?«.

Delavnico so izpeljal dr. Tanja Lešnik Štuhec, mag. Slavka Gojčič in Anton Prosnik.

Tabela 20: Četrta delavnica za nadgradnjo kakovosti ponudbe zdravja in dobrega počutja v DJS

DS2: SS3	Nadgradnja kakovosti ponudbe raznovrstnih ponudnikov zdravja in dobrega počutja v DJS, prvo srečanje, 14. 11. 2018, 16.00-19.00, Gostišče Taverna, Svetinje
Tema:	Kako tržim ponudbo v povezavi z zavarovano naravo? - NR Ormoške lagune
Vsebina:	• Uvod • Predstavitev: Wellness kot sestavina uspešne turistične destinacije in Kakšno velneško ponudbo pričakujejo gosti v Destinaciji Jeruzalem Slovenija? - dr. Tanja Lešnik Štuhec • Predstavitev: Potenciali velneške ponudbe za gostinska idr. podjetja in ponudnike v Destinaciji Jeruzalem Slovenija - mag. Slavka Gojčič • Predstavitev: Kako zgradim naravni bazen? - Anton Prosnik, Izer • Delavnica z gongi - zvočna kopel - Marjan Zelenik • Razprava: - Posnetek stanja - kaj že ponujamo v DJS? - Vizija - kaj lahko ponudimo, kje in za koga?
Vabljeni:	Vinogradniki in gostinci, rokodelci, kmetje z dopolnilnimi dejavnostmi, ponudniki zdravega načina življenja idr.

90

Zdravje in dobro počutje v TD Jeruzalem - kaj lahko vsak izmed ponudnikov ponudi na tem področju?

- Na področje zdravja in dobrega počutja spadajo delavnice za zdrav slog življenja, geomantija, turno jahanje, fitnes, zvočna terapija, masaže, savne, selfness, zdrava prehrana, glasba v naravi, ples, prireditve na to temo, ekološka gradnja itd.
- Pomembna je zgodba okolja v katerem se izvajajo aktivnosti.
- Kaj pričakuje gost ko pride v vinsko destinacijo?
Pohodništvo, e-bike, samo vodena in vodena doživetja po poteh, druženje z domačini ob posebnih priložnostih.
- Prikazani so bili primeri iz Vulkanlanda, kako se lahko v destinaciji resnično dobro povežejo zadeve in se razvije zelo bogata zgodba.

Potenciali velneške ponudbe za gostinska idr. podjetja in ponudnike v Destinaciji Jeruzalem Slovenija

- Vse o čemer govorimo je povezano z zdravjem in dobrim počutjem.
- Zdravje je dinamičen proces telesnega, duševnega in duhovnega dobrega počutja, brez motenj v delovanju organizma, med ljudmi in v okolju, v katerem posameznik nenehno išče ravnotežje ter tako optimira svoje dobro počutje. (Svetovna zdravstvena organizacija (WHO), 1948)
- Wellbeing - dobro počutje; Fitnes - urjenje, telesna pripravljenost, splošno stanje dobrega zdravja, običajno kot posledica vadbe in prehrane, fizično zdravje (večpomenskost - v matematiki, biologiji,..); Velnes - uriti dobro počutje.
- Velneška dejavnost: Ko štiri temeljna področja velnesa kot zdravega življenjskega sloga (celoviti življenjski slog po meri posameznika na štirih temeljnih področjih - telesnih aktivnostih, zdravem prehranjevanju, duševnih aktivnostih, sprostitvi) ponudimo kot storitve za uporabnika za plačilo in dodamo še dve področji - ponudbo storitev s področja lepote in telesne nege in zdravstvene storitve, opredelimo te aktivnosti kot velneško dejavnost, pri kateri morajo biti izpolnjeni: infrastrukturni, kadrovski, ponudbeni pogoji, ki jih predpisuje zakonodaja za opravljanje dejavnosti.
- Stebri velneške ponudbe:
 - **Ponudbo storitev za telesne aktivnosti** - vodna (bazenska) ponudba (doživljajska, tematska) s savnami, druge vodne in obvodne atrakcije; bogata vodena vodna in obvodna animacija; fitnes (kardio, trenažerji); drugi športi (kolesarjenje, pohodništvo, tenis, golf,..).
 - **Ponudbo storitev zdravega prehranjevanja** - velneška kuhinja: ekološko pridelana živila, živila iz okolja, izbor jedi z lokalno noto, dietna priprava hrane, razne oblike vegetarijanske, polnovredne, makrobiotične prehrane.
 - **Ponudbo storitev za sproščanje** - različne vrste sprostitev masož, različne sprostitevne obloge, kopeli, različne oblike meditacij, joge,.. telesne aktivnosti kot oblika sprostitve, veliko prostorov namenjenih počitku, kjer delujejo zvok, vonj, barve,..
 - **Ponudbo storitev na področju duševnih aktivnosti** - večerne animacije, učenje plesa, petja, različna predavanja, delavnice za samoizraznost, različni koncerti, razstave, šole čustvene inteligence in osebne rasti, vodeni izleti v okolico, izobraževanja o zdravem življenjskem stilu, duhovni rasti, izobraževanja novih smeri, filozofij (TKM, akupunktura, ajurveda, meditacija, qigong, reiki, shiatsu, tai chi, joga,..), spoznavanje slovenske tradicije na področjih zdravilstva, zeliščarstva, šeg, obredov, kulinarike, etnologije,..(predavanja, delavnice) izobraževanja s področja klasične, komplementarne medicine.
 - **Ponudbo storitev za lepoto in telesno nego** - tretmaji za nega obraza; različne vrste pilingov (mehanski - sol, sladkor, olja, zelišča, semena,...); različne obloge in kopeli za razstrupljanje telesa (za boj proti celulitu, anti-aging programi, programi proti debelosti,...); obloge za poživljanje,

revitalizacijo, hidriranje, hranjenje,..; kopeli za počivanje, revitalizacijo, hidriranje, hranjenje,..; različne masaže (počivanje,..); naravna kozmetika.

- **Ponudbo zdravstvenih storitev** (klasične, komplementarne medicine) - kurativa: razgovor in pregled pri zdravniku specialistu; vodne terapije (bazen, individualne kopeli); kineziterapija (individualno, skupinsko razgibavanje); termoterapija (parafin, termopak); Fango (blatne) obloge; različne terapevtske masaže,
- Velneška dejavnost se v grobem izvaja za dve skupini uporabnikov: za rezidente oziroma domicilno prebivalstvo, za turiste oziroma goste - velneški turizem.

Kako zgradim naravni bazen?

- Predstavitev izgradnje naravnega bazena je bila odlična spodbuda. Bazen bi bil izjemna pridobitev za mnoge ponudnike v Destinaciji Jeruzalem Slovenija, saj je prav plavanje med vinogradi in razvajanje v naravi, trend v vinskih in ruralnih destinacijah.

Delavnica z gongi - je skozi zvočno kopel v kleti na Maleku popeljala udeležence delavnice v meditativno stanje. Prav takšne delavnice so lahko zanimive za turiste.

Peta delavnica za nadgradnjo kakovosti ponudbe ponudnikov zdravja in dobrega počutja v Destinaciji Jeruzalem Slovenija (člani SDS2 DJS) je bila izvedena 4. 12. 2018, ko smo z vsemi deležniki izvedli **strokovno ekskurzijo po Destinaciji Jeruzalem Slovenija**. Glej poglavje 3.4.

3.3.3 Ukrepi

Osnovni cilj na področju zdravja in dobrega počutja je vzpostaviti destinacijo, ki bo pritegnila z zdravim, ekološko usmerjenim načinom življenja ob odličnih vinih, prleški kulinariki, razvajanjih telesa in duha, tako v naravi kot v sonaravno grajenih in opremljenih prostorih, z doživetji, ki jih izvajajo navdihujoči in strokovno usposobljeni ljudje, ki živijo zdrav način življenja.

Posnetek stanja na področju ponudnikov zdravja in dobrega počutja v Destinaciji Jeruzalem Slovenija potrjuje dejstvo, da na območju Destinacije Jeruzalem Slovenija nimamo tovrstne ponudbe, ki bi lahko izjemno nadgradila ponudbo vinarjev, turističnih kmetij.

Da bi se spopadli s temi izzivi smo zapisali ukrepe za katere aktivnosti (projekte) bodo peljale delovne skupine treh centrov DMMO Turizem Jeruzalem v obravnavanem programskem obdobju.

Neposredno se na razvoj ponudnikov zdravja in dobrega počutja v Destinaciji Jeruzalem Slovenija nanašajo spodaj navedeni razvojni ukrepi in njim podrejene aktivnosti.

Pod ukrepom **UR1 - Vzpostaviti in graditi DMMO Jeruzalem Slovenija z Destinacijsko Znamko Jeruzalem Slovenija (DZ JS) in Kolektivno Blagovno Znamko Jeruzalem Slovenija (KBZ JS) ter mrežo TIC-ev in IT ter profesionalno skupino zaposlenih** so za ponudnike Odprtih vrat najpomembnejše aktivnosti:

- UR-A2: Mreženje in vzpostavitev partnerskega Dogovora o poslovnem sodelovanju v Destinaciji Jeruzalem Slovenija
- UR-A8: Vzpostavitev mreže informacijskih točk na območju DJS
- UR-A9: Usposobljen kader v Mreži TIC-ev in IT v DJS za usklajen sistem formiranja in trženja ponudbe

Pod ukrepom **UR2 - Nadgradnja sistema klasičnega in digitalnega trženja Destinacije Jeruzalem Slovenija z destinacijsko znamko (DZ) in kolektivno blagovno znamko (KBZ) - spletna stran in socialna omrežja** so za ponudnike Odprtih vrat najpomembnejše aktivnosti:

- UR2-A2: Nadgradnja in usklajeno skrbništvo interaktivne spletne strani DJS
- UR2-A3: Razvoj, skrbništvo in upravljanje digitalnih orodij za trženje DJS v socialnih mrežah
- UR2-A4: Usposobljen kader za sodobno trženje ponudbe DJS
- UR2-A5: Trganka s ponudbo DJS v spletni in fizični obliki
- UR2-A6: Nadgradnja destinacijske brošure
- UR2-A7: Specializirani vodniki po personah slovenskega turizma (Foodiji,

Družabni, Aktivni, prireditve ...)

Pod ukrepom **UR4 - Usposobljeni zaposleni na kmetijah, pri rokodelcih, v gostinstvu in turizmu v Destinaciji Jeruzalem Slovenija** so za ponudnike Odprtih vrat najpomembnejše aktivnosti:

- UR4-A1: Načrt izobraževanja kadra v turističnem gospodarstvu in z njim povezanimi dejavnostmi v DJS
- UR4-A2: Izvedba usposabljanja v DJS
- UR4-A3: Strokovne ekskurzije ogledov dobrih praks za ponudnike DJS

Pod ukrepom **UR6 - Kakovostna in raznolika gostinska idr. dejavnost - investicije v prehrambne, nočitvene, vinogradniške, sadjarske, rokodelske... objekte in okoljsko vzgojo v Destinaciji Jeruzalem Slovenija** so za ponudnike Odprtih vrat najpomembnejše aktivnosti:

- UR6-A1: Razviti standarde za nastanitvene obrate in spodbujanje investicij vanje v DJS
- UR6-A2: Razviti standarde za prehrambne obrate in spodbujanje dviga kakovosti ponudbe v DJS
- UR6-A3: Spodbujanje kmetij k večji samooskrbi in ekološki preusmeritvi v DJS
- UR6-A4: Razviti standarde kakovostne ponudbe za projekt Dnevi odprtih vrat ponudnikov v DJS
- UR6-A5: Spodbujanje k vzpostavljanju ponudbe inovativnih izdelkov in doživljajskih zgodb DJS

94

Neposredno se na trženje ponudnikov zdravja in dobrega počutja v Destinaciji Jeruzalem Slovenija nanašajo spodaj navedeni ukrepi in njim podrejene aktivnosti.

Pod ukrepom **UT1 - Vzpostavljen sistem strateškega in operativnega trženja - celostno komuniciranje z DZ Jeruzalem Slovenija in KBZ Jeruzalem Slovenija** je za ponudnike Odprtih vrat najpomembnejša aktivnost:

- UT1-A2: Akcijski načrt komuniciranja ponudbe znotraj in izven destinacije Jeruzalem Slovenija

Pod ukrepom **UT2 - Trženje in prodaja ponudbe s KBZ interno in eksterno** je za ponudnike Odprtih vrat najpomembnejša aktivnost:

- UT2-A2: Prodajna mesta Mreže ponudnikov KBZ JS

Pod ukrepom **UT3 - Trženje in prodaja programov vzpostavljene doživljajske infrastrukture v naravnem in kulturnem okolju** so za ponudnike Odprtih vrat najpomembnejše aktivnosti:

- UT3-A1: Projekt s kolesom po destinaciji Jeruzalem
- UT3-A2: Center za interpretacijo narave in kulturne dediščine kot ČŠOD v

destinaciji Jeruzalem

- UT3-A3: Reka Drava - učilnica v naravi
- UT3-A4: Vzpostaviti vsebine v praznih in zapuščenih stavbah na atraktivnih legah v DJS

Pod ukrepom **UT4 - Trženi programi nadgrajenih gastronomskih in rokodelskih zgodb - dnevi odprtih vrat** sta za ponudnike Odprtih vrat najpomembnejši aktivnosti:

- UT4-A1: Vzpostavitev trženja sistema ponudbe deležnikov DJS - Dnevi odprtih vrat ponudnikov DJS
- UT4-A2: Katalog ponudbe s KBZ JS (spletni in tiskani)

Pod ukrepom **UT6 - Vzpostavljena in tržena ponudba drugih doživetij za domačine in obiskovalce** je za ponudnike Odprtih vrat najpomembnejša aktivnost:

- UT6-A1: Spodbujanje trženja programov za prepoznane ciljne skupine

Aktivnosti ukrepov so podrobno opisane v dokumentu Načrt razvoja... v poglavju 5.

3.4 Strokovna ekskurzija za oblikovanje doživetij v Destinaciji Jeruzalem Slovenija

Strokovna ekskurzija za oblikovanje doživetij v Destinaciji Jeruzalem Slovenija - delavnice s predstavitvami dobrih praks ponudnikov na štirih točkah - Sveti Tomaž, Središče ob Dravi, Svetinje in Kog v sklopu projekta

„NAČRT RAZVOJA GOSPODARSTVA IN DVIGA KAKOVOSTI ŽIVLJENJA NA OBMOČJU LAS UE ORMOŽ V OBDOBJU 2019-2025“

Program:

- 7.45 - zbor pri gradu Ormož in odhod na študijsko turo
- 8.30-10.30 - Turistično informativna pisarna Sveti Tomaž, Savci (delavnica 1)
- 11.00-13.00 - Oljarna Središče ob Dravi (delavnica 2)
- 13.30-15.30 - Gostišče Taverna (kosilo) (delavnica 3)
- 16.00-19.00 - Košarkina hiša, Kog (delavnica 4)

Na vseh štirih lokacijah so ponudniki predstavili svojo dejavnost in po želji izvedli degustacijo. Koordinacijo ponudnikov je izvedla Blanka Kosi Raušl s pomočjo Anite Bolčevič in Urške Ambrož. Povsod so zbrane pozdravili tudi župani. Koordinatorica in izvajalka projekta sta predstavili korake izvajanja projekta.

96

V Sv. Tomažu je bila prva delavnica. Predstavili so se naslednji ponudniki:

- Urša Ambrož, lončarka, Rokodelski center DUO, Veržej in lastna delavnica v Vičancih - lončarski izdelki ter programi pilatesa za skupinsko vadbo.
- Katja Jurkovič, Pep's wine d.o.o. - predstavitev ponudbe vin lokalnih vinarjev pod znamko Pep's wine in pokušnja vin.
- Mitja Ozmec, predstavitev TK Sonja Ozmec in Mizarstva Mitja Ozmec, pokušnja vina, jabolčnega soka in postržake.
- Kmetija David Bezjak, pridelava bučnic za bučno olje, bučna semena in pšenice za testenine.
- Čebelarstvo Marin Peter, Cvetkovci, vzreja čebeljih družin in pridelava več vrst medu.
- Društvo gospodinj Sveti Tomaž, peka kruha in drobnega pekovskega peciva ter priprava obloženih kruhkov za prireditve.
- Olga Ozmec - predstavitev Izletniške kmetije Olga Ozmec - domače mesnine, narezki in vino.
- Blanka Kosi Raušl - predstavitev TIP Sveti Tomaž in Domačije dr. Stanka Cajnkarija.

V Središču ob Dravi je bila druga delavnica na terenu. V Oljarni so se predstavili:

- Sonja Krabonja, direktorica Jeruzalem SAT Oljarna-Mešalnica Središče d.o.o. - je kot gostiteljica pozdravila zbrane.
- Katja Čurin, Oljarna Središče - predstavila izdelke iz bučnega olja in bučnic ter pokušnjo različnih olj, bučnic, namazov in peciva iz bučnih semen in bučnega olja.
- Čebelarstvo Boris Borko - predstavitev medu in pokušnja medu.
- Margita Potočnik, izdelovalka nakita - predstavitev nakita.
- Sebastjan Rudolf, Nunska Graba - predstavitev Počitniške hiše Podhamer in izkušnje z gosti.
- Dragica Florjančič, predsednika TD Središče - predstavitev delovanja Turističnega društva Središče in prireditve Praznik buč, ki ga organizirata Oljarna in TDS.
- V Trgovini Oljarne Središče je možnost prodaje izdelkov lokalnih ponudnikov - večina udeležencev je v Trgovini kupila izdelke Oljarne - olja, bučna semena, namaze ...

Stanko Ivanuša je kot lokalni vodnik s pomočjo voznika avtobusnega podjetja Pohorje Turizem vodil udeležence do Svetinj.

97

V Gostišču Taverna je bila tretja delavnica. Predstavili so se:

- Dino Kruhoberec, najemnik Gostišča Taverna - predstavil poslovanje gostinskega obrata in predstavil meni iz živil lokalnih ponudnikov. Tam smo imeli tudi kosilo iz živil lokalnih pridelovalcev.
- Lidija Kupljen, lastnica Gostišča Taverna in podjetja Vina Kupljen - predstavitev družinskega podjetja ter vodena pokušnja vin Kupljen.
- Marija Glavinič, MGM vino z Vrha Glavinič - predstavila družinsko podjetje z vrhunskimi vini z blagovno znamko MGM Glavinič ter sok aronije ter pokušnja vin.
- Boštjan Kosec, Ekološka kmetija Kosec in Ekološka kmetija Zadravec - predstavitev obeh ekoloških kmetij in združenja ekoloških pridelovalcev ekološke reje govedi za meso - ekomeso.si.

Stanko Ivanuša je udeležene vodil do Koga.

V Košarkini hiši na Kogu je bila četrta delavnica. Predstavili so se naslednji ponudniki:

- Anton Luskovič - predstavitev zgodbe Košarkine hiše na Kogu.
- Ksenija Lukman, članica Kulturno-turističnega društva KOG in predsednica Kmečkih žen KOG je predstavila zbirke v Košarkini hiši.

- Zvonko Pukšič, lastnik Biokmetije Zel in član TKD Kog - predstavitev življenjske filozofije in poslanstva kmetovanja in priprave prehranskih izdelkov pod znamko Eko podeželje.
- Kelemina Silva, filcarka - predstavitev filcanih izdelkov iz Sovenove volne.
- Lukman Drago, član TD Kog in Slavko Bedekovič, KS Kog - predstavitev Vin s Koga in vodena degustacija.
- Vera Zabavnik, članica Kmečkih žen Kog - predstavitev pogač in pokušnja odličnih kulinaričnih dobrot.

Karmen Štumberger, koordinatorica projekta NOST se je zahvalila vsem ponudnikom za predstavitev in odlične pokušnje in jih povabila k sodelovanju pri nadaljnjih aktivnostih.

Zlatko Zadavec, direktor JARA, ki skrbi za LAS UE Ormož, ki je zagotovila sredstva za operacijo projekt NOST, je spregovoril o pomenu projekta in nadaljnjih aktivnostih.

Tanja Lešnik Štuhec je naredila povzetek izpeljanih delavnic na štirih lokacijah v destinaciji Jeruzalem Slovenija in se zahvalila vsem prisotnim za odlično sodelovanje. Vse je pozvala k sodelovanju pri nadaljnjih aktivnostih.

98

Ilona Stermecki iz Turistične agencije Pohorje Turizem je podala mnenje k izvedenim delavnicam na terenu - študijski turi in izpostavila kakovost ponujenih doživetij za goste, ki imajo velika pričakovanja in znajo ceniti lokalno pridelana visoko kakovostna živila in pokušnje.

Stanko Ivanuša je udeležene vodil do Ormoža, kjer smo druženje zaključili in popeljali udeležene na mesta, kjer so se nam na začetku dneva tudi pridružili.

Udeleženi smo delili mnenje, da je bila strokovna ekskurzija odlično izpeljana, saj se je predstavilo kar 8 ponudnikov na prvi delavnici, 5 na drugi delavnici, 4 na tretji delavnici in 6 na četrti delavnici. Ob 23 ponudnikih (vsaj 30 udeležencev) se je strokovne ekskurzije udeležilo še 15 drugih oseb, kar pomeni, da je bilo skupaj udeleženih 45 oseb, saj nekateri niso vpisani na Listi prisotnih (npr. Lidija Kupljen, Dino Kruhoberec, Boštjan Kosec).

4 ZAKLJUČEK

Z gotovostjo lahko trdimo, da ima destinacija Jeruzalem Slovenija velik potencial za razvoj v celovito povezano vinsko zeleno butično podeželsko destinacijo med Dravo in Muro, ki bo pritegnila s privlačnimi zgodbami vse, ki cenijo mir in nepozabne poglede na vinorodno krajino ob zvokih klopotca ter aktivnostih v naravi.

Prav ob šegah in navadah ter prleškem narečju gostoljubnih domačinov, ob okušanju odličnih vin, kulinarike in bučnega olja, dobi beseda lokalno v Destinaciji Jeruzalem Slovenija pravi pomen.

Ob preizkušanju v rokodelskih spretnostih, razvajanju v termah, z api terapijo in ob tretmajih za nego telesa in duha, pa lahko občutimo, da čas v Destinaciji Jeruzalem Slovenija teče drugače.

Vse to je moč doseči povezano, s kreativno in inovativno zgodbo gostoljubnih Prlekov, ki vabijo v goste.