

Napovednik

► Poročilo sejamskih in borznih nastopov	3
► Projekti STO za leto 2001	4
► Wellness v Sloveniji	5
► Pregled aktivnosti na področju naravne in kulturne dediščine	6
► Utrinek s turističnega področja »Gore in jezera«	7
► Delo oddelka za pospeševanje prodaje STO	7
► Kratko o delu predstavništev in informacijskih uradov STO v tujini	8

TURIZEM

Informativno glasilo Slovenske turistične organizacije

št. 1 letnik VI, april 2001



Osem mesecev je, odkar sem nastopila delo na tem vročem stolu. Pravzaprav sprva nisem zares verjela »vročemu« poimenovanju. Prepričana sem bila, da je vendar vsem v interesu, da se povežemo, da so v turizmu rezultati dobri, da iz sredstev, ki jih imamo na voljo, iztisnemo več, za gospodarstvo, za vse, ki posredno lahko dobro živijo od turizma. Teh pa ni malo, ocenjujemo, da je bruto družbeni pribodek od turizma vsaj devet odstoten. Odkrito priznam, ni bilo in še vedno mi ni lahko.

Pa vendar me nekatera dejstva obrabrujejo. Cilji, ki so del moje vizije, postajajo vseturistični. Nibče več ne govori, da to, kar delamo, ni nič novega. Razviti dober informacijski sistem, ne oddaljen od nas in naših lokalnih subjektov, je ena prednostnih nalog. Sistem mora biti funkcionalen, da se ga bo resnično uporabljalo in polnilo z novimi in novimi podatki. Vesela sem, da je že



To poletje se je pokazalo tudi kot odlična priložnost, da se lotimo zajemanja tranzitnih gostov. Skeptiki ne verjamejo, da nam bo uspelo gosta, ki se je odločil Slovenijo obiskati le v tranzitu, prepričati, da kak dan ali dva preživi tudi pri nas. Nekateri, nasprotno, trdijo, da je projekt zelo dober. Poskusili bomo s pilotnim projektom na eni od stranskih poti.

Ugotovili smo, da nekatere akcije iz prejšnjih let niso bile prav zastavljene. Vsi pač delamo napake, vendar so smiselne le, če se iz njih česa naučimo. Ne želimo rušiti, želimo le nadgrajevati. Pa saj rušenje bi bilo popolnoma nesmiselno, saj celoten razvoj temelji na evoluciji. Menimo, da je najučinkovitejše zbiranje informacij o uspešnosti naših projektov merjenje učinkov akcij. Sicer pa to, upravičeno, zahtevajo od nas tudi na Ministrstvu za gospodarstvo.

Tudi ocenjevanje gradov je bila ena takih akcij merjenja. V današnjem času je vzdrževanje gradov iz prihodkov, ki jih sami ustvarjajo, izredno težko, skoraj nemogoče. Vso pohvalo

si zato zaslužijo tisti, ki jim to uspeva, tisti, ki vzdržujejo svojo ponudbo in delajo dobro ime vsej Sloveniji.

Prepričana sem, da si zaslužijo, da se jim v naslednjem letu, ki še velja za leto kulturne dediščine, bolj intenzivno pomaga. Mi na STO bomo aktivni tudi v bodoče, vi pa nam pomagajte s sugestijami, predlogi in pripombami. Kaj si res le domišljam, da je mogoče, da se združimo v svojih interesih? Se bodo cilji uresničili ali zrušili, ker so previsoko v oblakih?

Barbara Gunčar

»Gradove svetle zida si v oblake«

bil narejen ITIS, strateški plan, ki načrtuje, kako bomo, sicer po fazah, vendar pa celovito in globalno informacijsko povezali uso Slovenijo.

Dobra novica je, da del tega sistema že pilotno deluje. Omogočiti mu moramo, da postane useslovenski in ga nadgraditi z novimi stopnjami. Povezati ga moramo z ostalimi, tudi neturističnimi subjekti. Pomembnost tega projekta potrjuje tudi dejstvo, da mu je veliko pozornost namenila celo vladna politika.

V fazi realizacije je tudi postavitve strateških ciljev, na osnovi katerih bomo nadgradili večletni marketinški plan.

Svetovni medijski kongres

Majski dnevi leta 2002 bodo potekali v znamenju svetovnega medijskega kongresa. Od 9. do 12. maja se bo namreč v novi dvorani hotela Union v Ljubljani zbralo kakih petsto medijskih založnikov, direktorjev, glavnih urednikov in vplivnih svetovnih komentatorjev z vseh celin. Ti predstavljajo organizacijo IPI (International Press Institute), ki združuje okoli tri tisoč založnikov, izdajateljev, urednikov in znanstvenikov s področja tiska in elektronskih medijev iz več kot 120 držav.

Gre za izjemno multimedialno in interdisciplinarno medijsko združenje na svetu. Organizacija, ki je bila ustanovljena pred več kot petimi desetletji v ZDA (leta 2000 je bil v Bostonu ob 50-letnici jubilejni kongres) se zavzema za svobodo izražanja mnenj, za neodvisnost in razvoj medijev, spremlja uresničevanje novinarskih in demokratičnih svoboščin, podpira medije in novinarje v tiski ter vzpodbuja uveljavljanje novih medijskih tehnologij. Člani se

zbirajo na vsakoletnih kongresih in skupščinah IPI, ki so, podobno kot sestanki gospodarstvenikov in državnikov v Davosu, medijska srečanja na vrhu. Vodstvo IPI predstavlja upravni odbor, katerega predsednik je glavni urednik Neue Zürcher Zeitung dr. Hugo Butler, iz Slovenije pa je član odbora Mitja Meršol, odgovorni urednik Dela, ki je hkrati tudi predsednik slovenskega nacionalnega odbora Društva za medije IPI (izvršni direktor je Boris Bergant, pomočnik generalnega direktorja RTVS). Do sredine 90. let je bil sedež IPI v Londonu, zadnja leta pa je na Dunaju. Direktor IPI je ugledni poznavalec medijskih področij, profesor Johann Fritz.

Po zadnjih kongresih na Tajvanu (1999), Bostonu (2000) in letos v New Delhiju bo prihodnje leto torej na vrsti Slovenija. Kongres bo obravnaval tri glavna tematska področja: ob udeležbi predsednikov držav in najvišjih predstavnikov OZN bo ena izmed tem Balkan, naslednji zbir

vprašan – ki jih bodo skupaj z znanimi novinarskimi imeni obravnavali predsedniki vlad držav kandidat za EU – bo zadeval včlanjevanje v Evropsko unijo; tretji del kongresa pa bo posvečen medijskim vprašanjem in problemom, ki so povezani s političnimi in kapitalskimi pritiski na medije in novinarje.

Seveda pa bo kongres predvsem priložnost za veliko promocijo Slovenije in predstavitev njenih lepote ter zmogljivosti. Po tradiciji se namreč ugledni gostje podajo tudi na več organiziranih izletov. Tako bo tudi v Sloveniji. In na to se bo treba seveda zelo dobro pripraviti. Pisma, ki jih člani IPI iz ZDA, Japonske in od drugod že zdaj naslavlajo na slovenski organizacijski odbor (in veliko zanimanje, ki so ga pokazali že med promocijo Slovenije v New Delhiju) kažejo, da bi svetovni medijski vrh najraje že kar jutri pokukal v nedri skrivnostne in še neodkrite lepote Slovenije.

Mitja Meršol

Razvoj integralnega turističnega informacijskega sistema STO

Trenutno stanje na področju informatike odraža pomanjkanje integralnega informacijskega sistema, ki bi podpiral dejavnosti STO. Govorimo o informacijskem sistemu, ki bi podpiral dejavnosti zavoda, opredeljene v 7. členu uredbe o ustanovitvi.

Bili so številni poskusi individualnih in celovitih informacijskih rešitev na področju turizma. Dosedanji projekti informatizacije na področju turizma so nastali na podlagi podjetniških pobud. STO je bila v večini primerov le naročnik aplikacij – delnih rešitev. STO je sicer že doslej vlagala precej truda v informacijsko podporo svoje dejavnosti. Namen teh naporov je povezava med ponudniki in odjemalci turističnih storitev na ravni informiranja in drugih aktivnosti, na primer analize učinkov, podpora odločanju ...

Na STO in MGMT smo se zato že v začetku leta 2000 odločili za sistematičen pristop k informacijski podpori turističnega gospodarstva Slovenije, to je k izdelavi strateškega plana razvoja integralnega turističnega informacijskega sistema (ITIS). Na projektu sodelujejo predstavniki STO, MGMT, Fakulteta za elektrotehniko računalništvo in informatiko iz Maribora in Institut za projektni management in informacijsko tehnologijo iz Ljubljane.

Strateški plan je zasnovan na podlagi enotne metodologije razvoja informacijskih sistemov v državni upravi in metodologije vodenja projektov v državni upravi za področje informacijskih tehnologij.

Prva faza strateškega planiranja, katere rezultat je strateški plan, ki je povzel obstoječe stanje, ponudil integracijo podatkovnih elementov, procesov in funkcij ter podal smernice in konkretne predloge nadaljnjega razvoja ITIS je bila uspešno zaključena. Predlagani projekti so finančno, terminsko in kadrovsko opredeljeni. Dobljeni rezultati – izdelki strateškega plana – morajo služiti kot osnova za pripravo in izvedbo javnih razpisov.

Operativni plan razvoja Integralnega Turističnega Informacijskega Sistema za leto 2001

Ugotovljeno je bilo, da so vsi projekti in naloge, opredeljeni v strateškem planu, vsebinsko primerni in izvedljivi, vendar ne v tako kratkem časovnem obdobju (dve leti) in z razpoložljivimi finančnimi sredstvi. Kot posledica te ugotovitve se je oblikoval kompromis in nastal je nov operativni plan aktivnosti za leto 2001, ki bolj natančno upošteva časovne in finančne okvire naročnika (STO).

Operativni plan projektov razvoja ITIS za leto 2001:

- 1 Analiza in poenotenje PB ITIS ter izdelava prototipa dinamične spletne strani STO
- 2 Izdelava tehničnega dela razpisne dokumentacije ter priprava celotne razpisne dokumentacije
- 3 Izvedba javnega razpisa
- 4 Širitev CBC Phare in vzpostavitev dinamičnih spletnih strani STO
- 5 Produkcija A/V izdelkov na ustreznih medijih
- 6 Razvoj sistema za podporo odločanju STO in LTO
- 7 Razvoj centralnega rezervacijskega sistema
- 8 Vzpostavitev centralnega skrbništva sistema ITIS na STO
- 9 Vzpostavitev in skrbništvo Turističnega inf. portala Slovenije
- 10 Prevzem projektov
- 11 Uskladitev strateškega plana ITIS
- 12 Nadzor nad izvajanjem projekta

Rezultati projekta bodo delujoči aplikativni izdelki, ki bodo omogočali vnašanje, preverjanje in objavljanje podatkov s področja turizma na spletnih straneh ter analiziranje podatkov in pomoč pri odločanju na področju turizma. Razvoj ITIS se nahaja na mrtvi točki, ker bo iz letošnjega proračuna STO predvidoma dobila za svoje delovanje le polovico sredstev v primerjavi z lanskim letom, tako bo tudi načrtovano delovanje na področju informacijske dejavnosti ohranjeno na najnujnejše vzdrževanje obstoječih statičnih strani na internetu, hkrati pa bosta pod vprašajem tudi izvajanje strateškega plana in razvoj. Če želimo, da bo informatizacija uspešna, kar je v razvijajoči se informacijski družbi nujno, mora postati eden od glavnih ciljev STO in biti uglasena z ostalimi cilji.

Odločitev za pristop k razvoju celovite informacijske podpore slovenskemu turizmu je v rokah tistih, ki odločajo o sredstvih, zahtevala pa bo še veliko truda in konsenza vseh turističnih subjektov in delavcev, temu primerno pa bo potrebno zagotoviti tudi zadostna finančna sredstva.

Lučka Letič

Organi upravljanja in svetovanja slovenske turistične organizacije



Upravni odbor STO

Upravni odbor je najvišji organ upravljanja zavoda. Imenuje ga Vlada Republike Slovenije. Naloge in pristojnosti upravnega odbora so določene z ustanovitvenim aktom (uredbo), s statutom in poslovnikom zavoda.

V upravni odbor STO so bili imenovani:

- na predlog ministra, pristojnega za turizem: Aldo Babič, (direktor Casino Portorož), Maks Brečko (direktor Unior Turizem), predsednik UO STO in Srečko Vilar (MG)
- na predlog Ministrstva za finance: Albin Pišek (Turistično društvo Ptuj)
- na predlog Ministrstva za okolje in prostor: Zlata Vidmar, direktorica hotela LEV INTERCONTINENTAL
- na predlog Ministrstva za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano: Janez Pevec, generalni sekretar na MKGP
- na predlog Ministrstva za šolstvo in šport: mag. Drago Balent, državni sekretar na Ministrstvu za znanost, šolstvo in šport
- na predlog zaposlenih v zavodu: Maja Pak, generalna sekretarka na STO
- na predlog Ministrstva za kulturo: Miloš Ekart, svetovalec direktorja Uprave RS za kulturno dediščino
- na predlog Ministrstva za ekonomske odnose in razvoj: Anton Grabeljšek, direktor Zavoda za obvezne rezerve nafte in njenih derivatov
- na predlog Turistične zveze Slovenije: Alojz Šoster, glavni tajnik TZS

Strokovni svet SNTO

Na podlagi Uredbe o preoblikovanju javnega gospodarskega zavoda »Center za promocijo turizma Slovenije« – »Slovenian tourist board« v javni gospodarski zavod »Slovenska nacionalna turistična organizacija« – ima zavod za obravnavanje vprašanj in predlaganje rešitev s področja strokovnega in programskega dela strokovni svet, ki je kolegijski organ, sestavljen iz desetih članov – strokovnjakov iz posameznega področja dela, imenuje jih upravni odbor na predlog generalnega direktorja.

Za člane strokovnega sveta Slovenske nacionalne turistične organizacije so bili imenovani:

- prof. dr. Janez Bogataj, Filozofska fakulteta, oddelek za etnografijo
- prof. dr. Bogomir Kovač, Ekonomska fakulteta Ljubljana
- prof. dr. Tanja Mihalič, Ekonomska fakulteta Ljubljana
- mag. Marjan Tkaličič, Visoka šola za hotelirstvo in turizem Portorož
- Helena Cvikel, Visoka šola za hotelirstvo in turizem Maribor
- Marino Antolovič, direktor Hoteli Morje
- Vladimir Petrovič, direktor Krka zdravilišča
- Vladimir Kovač, direktor Kompas Bled
- Vilma Topolšek, predsednica Združenja turističnih kmetij in
- Milan Razdevšek, direktor javnega gospodarskega zavoda za turizem Maribor

Nadzorni odbor SNTO

Nadzorni odbor opravlja nadzor nad poslovanjem zavoda. Sestavljen je iz treh članov, ki jih imenuje Vlada RS. Na predlog Ministrstva za gospodarstvo sta bili v nadzorni odbor imenovani Andreja Rupar in Hildegarda Kranjc, na predlog Ministrstva za finance pa Milojka Kolar.

Forum SNTO

Na podlagi Uredbe o preoblikovanju javnega gospodarskega zavoda »Center za promocijo turizma Slovenije« – »Slovenian tourist board« v javni gospodarski zavod »Slovenska nacionalna turistična organizacija« – »Slovenian tourist board« in statuta STO je forum posvetovalni organ, sestavljen iz 24. članov. V forum se lahko glede na problematiko vključijo še predstavniki in organizacije s področja turizma in s turizmom povezanih področij (lokalne, področne in regionalne turistične organizacije, združenja, strokovna telesa in posamezniki), ki lahko tvorno prispevajo k oblikovanju programa zavoda.

V forum so bili imenovani naslednji člani:

- mag. Sonja Lebe, Ministrstvo za gospodarstvo
- Bojana Omeršel, Ministrstvo za ekonomske odnose in razvoj
- Janez Pevec, Ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano
- Simona Pavlič Možina, Urad Vlade Republike Slovenije za informiranje
- Danilo Daneu, Gospodarska zbornica Slovenije – Združenje za turizem in gostinstvo
- Srečko Šajn, Postojnska jama
- Kotnik Jože, Hotel Kotnik
- Tone Matjašič, Združenje turističnih agencij Slovenije
- Vladimir Petrovič, Hotelsko združenje Slovenije
- Jožica Krašovec, Združenje turističnih kmetij Slovenije
- Gorazd Bedrač, Združenje slovenskih žičničarjev
- Marjan Bolko, Casino Ljubljana
- Vekoslava Gojčič, Terme Ptuj
- prof. dr. Tanja Mihelič, Ekonomska fakulteta v Ljubljani
- prof. dr. Boris Snoj, Ekonomsko – poslovna fakulteta v Mariboru
- dr. Marjan Tkaličič, Turistika Portorož
- Jana Špec, Višja strokovna šola za gostinstvo in turizem Bled
- Aleš Arih, Višja strokovna šola za gostinstvo Maribor
- Franci Zidar, Skupnost gradov na Slovenskem
- Srečko Ritonja, Postojnska jama
- Tanja Bezget, Mednarodni inštitut za turizem
- Bojan Sodnik, Adria Airways
- Bogdan Valentin, Združenje svetovalcev za turizem Slovenije
- Gorazd Hartner, Slovenske železnice

Organizacija in sistemizacija dela

Organizacija in sistemizacija dela STO sta opredeljeni s Pravilnikom o organizaciji in sistemizaciji delovnih mest na STO. Področje dela STO je vsebinsko razdeljeno na:

- Računovodstvo in finance
- Kabinet (organizacija in koordinacija dela, odnosi z vladnimi službami, priprava sej upravnega odbora in strokovnega sveta, priprava načrtov trženja, režijske službe; tajništvo, pravna služba, kadrovske zadeve)
- Oddelek za promocijo (tržno komuniciranje: sejamski nastopi, odnosi z javnostmi, oglaševanje, promocijski materiali in pospeševanje prodaje)
- Oddelek za informacijski sistem (prospektni materiali, elektronski mediji, informiranje tujih turistov v Sloveniji)
- Oddelek za razvoj turističnih področij in turističnih proizvodov
- Oddelek za raziskave in izobraževanje

Informativni uradi v tujini

Država/e	Mesto	Vodja urada	Pogodbeni partner
USA, Kanada	New York	Darja Gačnik	Slovenia Travel inc.
Velika Britanija, Irska	London	Zvone Ciglič	Adria Airways d.d.
Švica	Zürich	Zvone Petek	Adria Airways d.d.
Benelux	Rotterdam	Andrej Zupančič	Kompas d.d.
Madžarska	Budimpešta	Brane Casar	Kompas d.d.
Hrvaška	Zagreb	Aleksandra Pukšar	Kompas d.d.

Poleg treh predstavništev v tujini, ki delujejo kot samostojne organizacijske enote STO in kjer so redno zaposleni predstavniki, izvaja STO promocijsko informativne dejavnosti tudi prek šestih informativnih uradov v tujini.

So slovenska hotelska podjetja pripravljena na uvedbo standarda »USALI«?

Slovenska turistična organizacija je pri Ekonomski fakulteti v Ljubljani naročila analizo možnosti spremljanja uspešnosti poslovanja po metodologiji HORWATH v slovenskih hotelskih podjetjih. Cilj analize je bila primerjava dosežkov izbranih hotelskih podjetij s povprečjem svetovne in evropske hotelske industrije ter opredelitev mer uspešnosti v slovenskih hotelskih podjetjih za potrebe ustreznih turističnih in drugih institucij v Sloveniji. Namen naloge je bil predstavitev možnosti uporabe standardnega sistema spremljanja uspešnosti poslovanja v hotelirstvu – USALI v Sloveniji, ki omogoča primerjanje z mednarodno hotelsko industrijo. Iz tega izhaja, da je bil glavni namen naloge ugotoviti, v kolikšni meri so naša hotelska podjetja pripravljena na uvedbo standarda USALI, ki je osnova mednarodne primerjave po metodologiji Horwath.

54 podjetjem, ki vključujejo 58,9 % celotne populacije hotelov so zastavili vprašalnik, v katerem so ugotavljali, ali med spremljanjem uspešnosti poslovanja po standardu USALI in spremljanjem uspešnosti poslovanja v proučevanih podjetjih obstajajo značilne razlike. Hkrati so pridobili še podatke o velikosti in lastniški strukturi proučevanih podjetij, o oblikovanju mest odgovornosti in vrsti hotelov v obravnavanih podjetjih.

Z drugim vprašalnikom so analizirali možnost neposredne uporabe standarda USALI oziroma metodologije Horwath v šestih hotelih.

Odgovori na vprašalnika kažejo, da imamo na državni ravni slabo urejeno evidenco o delovanju hotelov. Raziskovalci so iz različnih evidenc, ki med seboj niso usklajene, poskusili izluščiti podatek o številu hotelov v Sloveniji, vendar ne morejo z gotovostjo trditi, da je podatek v celoti pravilen. Sistem vrednostnega spremljanja delovanja hotelirstva je v Sloveniji prilagojen SRS, ki pa niso usklajeni s standardom USALI. Zato so imela izbrana podjetja pri izpolnjevanju drugega vprašalnika velike težave, kljub temu, da so ga izpolnjevali ljudje, ki dobro poznajo delovanje hotelskih podjetij, prav tako pa tudi vsebino standarda USALI.

Na podlagi analize je bilo mogoče sprejeti naslednje ugotovitve:

- V Sloveniji imamo 168 hotelov.
- Po številu hotelskih sob (primerjalno merilo po mednarodnih primerjavah) so največje zmogljivosti v zdraviliških krajih, sledijo obmorski in gorski kraji.
- Slovenija ima v povprečju največ hotelov s tremi zvezdicami (51,2 %).
- Glede na velikost hotelov je v Sloveniji največ hotelov (46,5 %) pod 100 sob, kar se po mednarodni razvrstitvi šteje med manjše hotele.
- V povprečju največjo stopnjo zasedenosti zmogljivosti dosežajo hoteli v zdraviliških krajih (58,5 %), medtem ko je slovensko povprečje 40,63 %. Ta podatek je zaskrbljujoč, saj je svetovno povprečje 67,7 %, evropsko pa 64,5 %.
- Obračun stroškov in prihodkov po posameznih hotelih je pomanjkljiv. V posameznih podjetjih razporejajo stroške in prihodke po

hotelih, vendar so podlage za razporejanje splošnih stroškov bolj posledica proste presoje kot pa pridobljene na strokovni način.

● Uspešnost poslovanje podjetja spremljajo na podlagi kazalnikov, ki jih opredeljujejo SRS. Ti kazalniki so splošni in niso najbolj prilagojeni potrebam v hotelirstvu.

● Pri spremljanju zasedenosti USALI standard in metodologija Horwath uporabljata za merilo izračuna sobo, pri naših merilih pa je osnova postelja. Iz tega izhaja, da je zaradi primerljivosti potrebno podatke preračunavati, kar povečuje verjetnost napak in tako zmanjšuje kakovost informacij. Odstopanja so opazna tudi pri spremljanju tržne strukture gostov, saj USALI standard opredeljuje tržne strukture gostov na drugačen način, kot jih navajajo vprašani hoteli.

● Hotelska podjetja spremljajo rezultate poslovanja večinoma na ravni hotelov, kar pomeni, da ni podatkov o uspešnosti različnih tipov hotelov.

● V podjetjih le delno poznajo novosti na področju računovodstva, kar pa je osnova za spremljanje uspešnosti poslovanja po standardu USALI. Poleg tega se računovodske rešitve v posameznih podjetjih razlikujejo, kar bi ob uvajanju standarda USALI zahtevalo različne prilagoditve za posamezna podjetja. Z gotovostjo pa lahko trdimo, da primerjava po standardu USALI v Sloveniji zaenkrat ni mogoča.

Za spremljanje uspešnosti poslovanja podjetij po standardu USALI bi bilo potrebno v hotelskih podjetjih poenotiti spremljanje ekonomskih kategorij, ki so odločujoče za spremljanje uspešnosti po standardu USALI, tako na ravni podjetja kot na posameznih nižjih ravneh. Določiti bi bilo treba obvezno členitev kotnega načrta (globino in širino), ki bi zagotavljala podatke neposredno iz knjigovodstva in ne bi bili potrebni različni preračuni, ki so lahko tudi subjektivni. Nadalje bi bilo potrebno seznaniti tako vodstvene kot druge kadre v hotelskih podjetjih s prednostmi, ki jih prinaša v slovenski hotelski prostor standard USALI. Izbrati bi bilo treba tudi primerno programsko opremo, ki bo prilagojena posebnostim hotelirstva.

Dejstvo je, da misel o morebitni vpeljavi standarda USALI in metodologije Horwath vprašani sprejemajo z naklonjenostjo, vendar ob tem opozarjajo, da je pred tem potrebno zagotoviti vse potrebne pogoje za strokovno uporabo standarda USALI. Izrazili pa so bojazen pred preveliko administracijo.

Če se torej želimo v čim krajšem času vključiti v mednarodne primerjave, bi bilo potrebno zagotoviti poenoteno spremljanje računovodskih in drugih informacij hotelskih podjetij, oblikovati uporaben model za spremljanje uspešnosti poslovanja slovenskih hotelskih podjetij, podati predloge sprememb v računovodskih in drugih informacijskih podlagah za uveljavitev modela v slovenskem prostoru ter sprejeti poseben standard Računovodske rešitve v hotelirstvu SRS.

Poročilo sejmskih in borznih nastopov v prvem tromesečju leta 2001

Z leti je STO v sodelovanju s posameznimi turističnimi subjekti pripravila (upoštevajoč primarnost trgov, neposreden poslovni interes ter priložnost za predstavitev in promocijo ne le slovenske turistične ponudbe, temveč tudi Slovenije kot države) predlog borz in kombiniranih ter splošnih sejmov, ki ga vsako leto znova preveri ter potrdi upravni odbor STO.

Naši sejmski nastopi opravljajo torej mnogo pomembnejše in širše poslanstvo kot je zgolj promocija Slovenije kot zanimive, bogate, raznolike in mnogim še vse premalo poznane turistične destinacije.

Od januarja do konca marca je STO predstavila slovensko turistično ponudbo na štirinajstih sejmi na primarnih (Avstrija, Italija, Nemčija, Hrvaška) in sekundarnih (Nizozemska, Belgija, Švica, Madžarska) turističnih trgih v Evropi.

Letos poteka tretje leto, odkar se STO predstavlja na sejmi s sodobno oblikovano stojnico, ki s pultom in vitrino, v kateri so predstavljeni izdelki, značilni za posamezno področje, celovito predstavlja vseh pet turističnih »clustrov«. Na osrednjem stolpu z ekranom se ves čas vrti film s predstavitev Slovenije ter njene ponudbe.

Med omenjenimi sejmskimi predstavitev velja še posebej omeniti tri pomembne borzne nastope, ki niso namenjeni zgolj ali predvsem splošni publiki, temveč predvsem strokovni javnosti: turističnim agencijam, organizatorjem potovanj ter novinarjem. Prva, najpomembnejša turistična borza v Italiji je potekala sredi februarja v Milanu. STO se je letos tretjič, a prvič na odprti, enotno oblikovani stojnici (230 m²) predstavila skupaj s predstavnikoma turističnega gospodarstva (HIT Nova Gorica in Časno Portorož). Sicer pa se je na omenjeni borzi predstavilo tudi največ predstavnikov turističnega gospodarstva, ki se zavedajo, kako pomembna je prisotnost na tržišču, od koder prihaja največ turistov.

Zlasti pomembnejši nastopi v tujini (razen izjemoma, glede na finančno situacijo) so pospremljeni s premišljeno izbrano animacijo. Tako smo se v Milanu s predstavitev masaž in nege telesa (obraz) osredotočili na praktično

predstavitev ponudnikov programov »Wellness«, ki so bili v novoizdanem katalogu – še čisto sveži – prvič predstavljeni prav na BIT Milano 2001. Predstavitev je vzbudila veliko zanimanja in požela vrsto pohval, saj smo se med ponudniki takih in podobnih programov edini predstavili na ta način. Intervju z našim predstavnikom v Milanu Borisom Bajžljem ter predstavitev animacije je bila še v času borze prikazana tudi v osrednjih poročilih na RAI 2.

V Berlinu, največji turistični borzi v Evropi, smo se predstavili na 130 m² površine. Odločili smo se, da v letu naravne in kulturne dediščine izpostavimo 300-letnico Slovenske filharmonije v Ljubljani, kar je sovpadlo s predstavitev letošnjih trendov na berlinski borzi: kulturno dediščino ter izpostavitvijo posameznih mest kot kulturno turističnih destinacij. Več o naši animaciji v okviru »veselih uric«, namenjenih srečanju s poslovnimi partnerji, prijatelji Slovenije ter novinarji ob domačih dobrotah (potici, gibanici in izbranih vinih naših poslovnih partnerjev iz Poslovne skupnosti za vinogradništvo in vinarstvo Slovenije, ki vedno požanjejo pohvale) je v svojem prispevku predstavila kolegica Sonja Tomažič.

Med več kot 170 predstavljenimi deželami pa je bila Slovenija izbrana med tistih osem, ki jih je zadnji dan borze obiskala enajstčlanska delegacija nemškega parlamenta, sestavljena iz političnega in strokovnega dela, da bi se srečala s predstavnikoma iz Slovenije. Gostje so z zanimanjem prisluhnili besedam našega münchenskega predstavnika Janeza Repanška ter podatkom mag. Albina Paniča, na našem berlinskem konzulatu zadolženega za gospodarstvo, ki sta na kratko predstavila uspešnost minule sezone, gospodarsko situacijo v Sloveniji ter njena prizadevanja za vključevanje v EU. Gostje so v pogovoru izkazali dobro poznavanje Slovenije.

Zadnji med borznimi nastopi je pred kratkim minil v Moskvi. Manjša stojnica (64 m²) je bila pogosto premajhna za številne obiskovalce, ki so se želeli pogovoriti in navezati poslovne stike s prisotnimi predstavniki turističnega gospodarstva. Ker je ruski trg v marsičem specifičen (nujna je povezava s turističnimi agencijami zavoljo izdaje garantnega pisma ter izdelave vizuma), mora biti deležen posebnih pristopov, predvsem pa mora biti naša prioriteta skrb čimprejšnji prevod splošne publikacije o Sloveniji v ruski jezik (zaenkrat imamo le nekaj posameznih publikacij ter katalog zdravilišč, kar je zagotovo premalo). Ker so Rusi tudi pogosti zdraviliški gostje, smo tudi njim z animacijo (masažo) želeli predstaviti letošnjo novost



Obisk nemških parlamentarcev, Odbor za turizem; Berlin, 7. 3. 2001



Predstavitev v Milanu

Matvejevo z namenom, da šahovsko velesilo opozorimo na šahovsko olimpiado, ki bo prihodnje jesen potekala na Bledu. Ne zgodi se namreč prav pogosto, da bi se Slovenija lahko ponašala z gostiteljstvom tako prestižnega svetovnega dogodka.

Dasiravno so stroški participacije sorazmerno visoki in so zlasti letos, zavoljo znane finančne situacije utemeljeni, se predstavniki turističnega gospodarstva odzivajo vabilom za udeležbo in skupni nastop znotraj predstavitev STO, ki je zagotovo učinkovitejši od samostojne predstavitve, saj nedvomno pripomore k prepoznavnosti posameznih destinacij znotraj Slovenije.

Do poletja načrtujemo še dva pomembnejša borzna nastopa (Ženeva, Köln) ter sejmski nastop v Bologni, jeseni pa še preostale tri (borza v Londonu, Leipzigu in Zagrebu).

Brina Čebovin

(že omenjene programe Wellnes), poleg tega pa smo v popoldanskih urah gostili tudi mednarodno šahovsko velemojstrico, Rusinjo Svetlano



stregli s slovensko hrano in vini. Izvirno in estetsko oblikovan jedilni in vinski list kot tudi celotna dekoracija, organizacija in vzdušje so med obiskovalci poželi veliko pohval, kar nam zagotovo pomeni vzpodbudo in izziv za nadaljnje delo.

6. 2. 2001 smo v sodelovanju s slovenskim predstavništvom v Milanu organizirali že tradicionalni, deveti po vrsti, »Slovenski večer« za italijanske novinarje, turistične agencije in organizatorje potovanj, na katerem nagradimo najboljše novinarske prispevke ter najboljšo turistično agencijo po mnenju predstavnikov slovenskega turističnega gospodarstva.

Tokrat prvič smo gostom postregli s slovensko hrano in vini. Izvirno in estetsko oblikovan jedilni in vinski list kot tudi celotna dekoracija, organizacija in vzdušje so med obiskovalci poželi veliko pohval, kar nam zagotovo pomeni vzpodbudo in izziv za nadaljnje delo.

Delegacija nemških parlamentarcev obiskala slovensko stojnico v Berlinu

Slovensko stojnico na 35. turistični borzi v Berlinu je obiskala tudi enajstčlanska delegacija predstavnikov nemškega parlamenta. Predsednik delegacije je po skoraj enourni predstavitvi izrazil naklonjenost do Slovenije ter se izkazal za velikega poznavalca naše dežele. Direktorica Slovenske turistične organizacije mag. Barbara Gunčar je goste povabila na obisk v Slovenijo, ki letos praznuje deseto obletnico samostojnosti ter 300-letnico ustanovitve Slovenske filharmonije.

V okviru svojega poldnevnega obiska je delegacija predstavnikov, ki so v nemških parlamentarnih strankah zadolženi za turizem ter njihovih strokovnih sodelavcev izmed vseh 179 na borzi predstavljenih dežel za svoj obisk izbrala osem paviljonov, med njimi slovenskega kot prvega. Slovensko turistično ponudbo sta jim predstavila predstavnik Slovenske turistične organizacije v Nemčiji Janez Repanšek in generalna direktorica Slovenske turistične organizacije mag. Barbara Gunčar. S podatki o vključevanju Slovenije v Evropsko unijo na področju turizma je predstavitev dopolnil tudi mag. Albin Panič, ki je zadolžen za gospodarstvo na slovenskem veleposlaništvu v Berlinu.

Nemški parlamentarci so našim predstavnikom postavili vrsto vprašanj s področja gospodarskega razvoja, turistične situacije in vključevanja Slovenije v Evropsko unijo. Zanimal jih je odnos med ekologijo in turizmom, razvijanje mladinskega turizma ter odstotek prihodka turizma v bruto domačem proizvodu. Med drugim so izvedeli, da je vrsta slovenskih podjetij (npr. Zdravilišče Radenci) že uveljavila ekološke standarde ISO 14000 in da so tudi naša kopališča vključena v mednarodni projekt modre zastave (mednarodni standardi za čistočo kopališč).

Direktorica Slovenske turistične organizacije je delegaciji predstavila tudi letošnjo novost – katalog s programi Wellness. Ti programi so bili zelo dobro sprejeti, saj se je povpraševanje po njih močno povečalo.





Projekti Slovenske turistične organizacije za leto 2001

Na predstavitvi na Ministrstvu za gospodarstvo so sodelavci STO državni podsekretarki mag. Darji Radič predstavili več kot dvajset projektov, ki jih nameravajo ob ustrezni finančni podpori izpeljati v letošnjem letu. Vsi projekti temeljijo na treh skupnih izhodiščih, namreč, da so bili zanje postavljeni temelji že v preteklem delovanju STO, da zanje obstajajo potrebe, ki jih zaznamujejo tudi svetovni trendi turizma ter da se z njihovo realizacijo obetajo STO-ju dodatni viri prihodka.

Na STO-ju kot tudi na Ministrstvu za gospodarstvo smo se strinjali, da je prioritetni projekt integralni turistični informacijski sistem Slovenije – ITIS, ki podaja sistematičen pristop k informacijski podpori turističnemu gospodarstvu Slovenije, vključno z njegovimi subjekti in ojemalci storitev, turisti.

V okviru projekta je že nastal t.i. lokalni turistični informacijski sistem, računalniški on-line sistem zbiranja, urejanja in predstavljanja podatkov s področja turizma na internetu, v info kioskih, itd., ki ga je mogoče najti na spletnem naslovu sloveniatravelnet.com. Sistem zajemanja podatkov deluje na lokalni ravni, distribucija podatkov pa poteka v svetovnem merilu.



Sistem je nastal za potrebe šestnajstih obmejnih občin z Avstrijo, tako da ga bo potrebno z ustreznimi programsko in tehnično nadgradnjo razširiti in prilagoditi na področje celotne Slovenije, prav tako bo treba poskrbeti za marketinško adaptacijo, za polnjenje baze s podatki in za analizo obiska strani. Pomemben del projekta predstavlja usposabljanje zaposlenih v LTO-jih in TIC-ih za ažuriranje in dopolnjevanje baze s podatki, torej za delo z elektronsko promocijo. Cilj projekta je, da bi iz



pilotskega prerasel v vseslovenski. Naslednji pilotski projekt pod okriljem sistema ITIS, rezervacijski sistem, se uvaja na področju Julijskih Alp, ki ima dovolj dobro razvite lokalne turistične organizacije, da prevzemajo trženje celotnega področja. Z uvedbo rezervacijskega sistema želijo izboljšati izkoriščenost kapacitet, zmanjšati stroške trženja in izkoristiti sinergijske učinke. Enake potrebe je v tem trenutku čutiti tudi na področju podeželja, saj bo zasedenost posameznih turističnih kmetij ob skupnem trženju večja.

Zadnji projekt pod okriljem ITIS, ki ga na STO uvajamo že letos, pa je internetna aplikacija za komunikacijo med STO in LTO-ji ter drugimi subjekti turistične organiziranosti. Internetna aplikacija omogoča takojšnje informiranje, razreševanje problemov, znižanje stroškov papirja ter telefonskih klicev.

Med projekte pospeševanja prodaje smo uvrstili projekt Slovenskega turističnega radia, ki že deluje in je nastal z namenom, da turiste, tuje in domače, oskrbi s koristnimi informacijami. RTV Slovenija ugotavlja, da je radio pridobil število poslušalcev, zaradi dobre glasbe pa ga radi poslušajo tudi mladi. Z novimi prijemi, vključevanjem v mednarodne

Projekt »STO priporoča«, »Recommended by STO« si bo v prvi vrsti prizadeval za splošen dvig kakovosti turističnih in s turizmom povezanih storitev v Sloveniji. Namen projekta je oblikovanje blagovne znamke v turizmu, tako imenovanega znaka kakovosti STO, ki bo deloval v smeri povečane privlačnosti ponudbe, povečane prepoznavnosti posameznih segmentov in produktov v turizmu ter njihove diferenciacije. Svetovni trend razvoja diferenciacije turistične ponudbe, kjer tako ponudniki kot potrošniki opredeljujejo prepoznaven odnos med blagovno znamko in kakovostjo na eni ter ceno na drugi strani, moramo upoštevati tudi v Sloveniji. Naziv »Slovenska gostilna« bodo pridobile tiste gostilne, ki bodo zadoštile standardom, ki jih bo določila STO. Na STO-ju smo pozornost namenili tudi razvijanju mednarodnih projektov. Skozi sodelovanje obmejnih dežel Avstrije, Italije, Madžarske in Slovenije želimo doseči, da bomo nekatere skupne produkte (npr. lipicance, golf, kolesarjenje, smučanje, vinske ceste) predvsem na oddaljenih trgih z manjšimi stroški prodajali kot skupno destinacijo, imenovano »Južne Alpe«.

Glede na bližino in zanimive produkte bi bilo potrebno celovito obdelati tudi področje Spodnje Avstrije, ki je zaenkrat še premalo obdelano tržišče. Načrtujemo vseslovensko predstavitev izdelkov »Slovenska tržnica«, k sodelovanju bomo povabili tudi Avsenike. Pričakujemo, da bo sodelovanje zanimivo tudi za Ministrstvo za kmetijstvo, saj je to področje primerno za ogled naravne pridelave hrane.

Svetovni trendi v razvoju turizma so usmerjeni k trženju turističnih produktov in temu sledimo tudi v Sloveniji. Zato smo na STO-ju izpostavili tri tržno izredno zanimive produkte. Gre za kolesarjenje, Wellness in mladinski turizem.

V tujini je zaznati veliko povpraševanje po organiziranih kolesarskih poteh. Te v Sloveniji sicer obstajajo, vendar ne v tolikšem obsegu, da bi omogočale prečkanje cele države. Produkt je mogoče povezati z avstrijskim in od njih pridobiti tudi obsežno znanje. Kolesarjem je potrebno prilagoditi hotele, prehrano in servise, skratka vse, kar organiziran turist te vrste potrebuje.

V letošnjem letu smo pričeli s promocijo programov Wellness, kajti ponekod v Sloveniji se že pojavljajo prve oblike tovrstne ponudbe, ki je vsako leto bolj prisotna tudi drugje v Evropi. V projekt bomo poleg zdravilišč poskušali vključiti tudi gorske kraje (v Avstriji je namreč vsak kraj nad 800 m klimatsko zdravilišče), ki bodo na ta način lahko podaljšali sezono. O pomenu programov Wellness smo že nekajkrat govorili tudi z ZZZS, saj vlaganje v preventivo dol-

goročno prinaša prihranke pri porabi sredstev za kurativo, k projektu pa je vsekakor potrebno vključiti tudi Ministrstvo za zdravstvo. Za programe Wellness se večinoma odločajo bolj osveščeni gostje, ki predstavljajo tudi višji plačilni razred.

Mladinski turizem je v Sloveniji zaenkrat prepuščen zgolj samoiniciativi mladih. Imamo premalo mladinskih prenočišč, komaj dva ali tri. Prepričani smo, da mora vsaka država, ki s turizmom misli resno, najti prostor tudi za študente, mlade, ki nimajo denarja, pa jih dežela zanima. Gre namreč za vzgojo turistov, ki se bodo vračali kasneje v objekte višjega cenovnega razreda.

Zaradi potrebe po zmanjšanju števila turističnih časopisov se na STO-ju dogovarjamo s Turistično zvezo Slovenije o združitvi časnikov Turizem in Lipov list. Ugotavljamo



tranzitnih potnikov v prihodnosti naraščalo. S projektom Stranske poti so boljše od glavnih želimo predstaviti Slovenijo prav njim. Ugotavljamo pa, da so roki razpisov lahko tisto, kar bo lahko zavrlo realizacijo projekta že v letošnjem letu.

Ena od stopenj razvoja produktov so tudi ustrezni katalogi.



namreč, da se teme ponavljajo, združevanje pa bi bilo smiselno predvsem zaradi zmanjševanja stroškov.

V vseh naših planih in predvidevanjih ugotavljamo, da bo število

Ugotavljamo, da obstaja povpraševanje po katalogu igralnic in katalogu naših naravnih parkov, ki bi jih bilo potrebno narediti na državni ravni.

Gospodarski rezultati v turizmu najboljši, odkar je Slovenija samostojna

Analize kažejo, da je bil lanski turistični obisk boljši od leta 1990 in tudi od leta 1997, doslej najboljšega turističnega leta. Zabeležili smo 5 % več turističnih nočitev kot leta 1997 in 11 % več kot leta 1999. Italijanskih nočitev je bilo več za 21 %, madžarskih za 21 %, hrvaških za 18 % in avstrijskih za 10 %. Posledično so rasli tudi prihodki. Razveseljiva je tudi rast nočitev gostov iz oddaljenih trgov, iz ZDA za 86 %, iz Kanade za 96 %, z Japonske za 88 % in iz Avstralije za 55 %, prav tako pa so v večjem številu pričeli prihajati tudi gostje iz Turčije in Rusije.

Domači turizem je ostal na približno enakem nivoju, kar je svojevrsten uspeh, saj vemo, da je sosednja Hrvaška za Slovence vse bolj privlačna.

Vse te številke in ugodne stopnje rasti so prav gotovo posledica vlaganj v promocijo na teh trgih, saj je STO v lanskem letu za akcije promocije v tujini vložila 36 % več kot je načrtovala, za 81 % več je vložila za akcije odnosov z javnostmi, za oglaševanje pa za 58 % več.

Dodatne številke nočitev so prinesli posebni projekti (Sydney), kjer se je indeks povzpela na 274. Tudi v Sloveniji je indeks porasel nad stopnjo inflacije, na 118. Za sofinanciranje različnih programov neposredno gospodarstvu in drugim turističnim subjektom je STO lani namenila približno 54 milijonov tolarjev. Oddelek za raziskave in izobraževanje je od 125 milijonov tolarjev porabil približno 35 %.



Wellness v Sloveniji

Strateški cilj slovenskega turizma je razviti razpoznavne, tržno zanimive in kakovostne turistične proizvode, ki bodo temeljili na ustvarjalni izrabi domačega znanja in naravne in kulturne dediščine. Težimo k temu, da Slovenija postane država z jasno in prepoznavno identiteto, s prepoznavnimi turističnimi področji, ob tem pa spremljamo svetovne trende gibanja turističnega povpraševanja, da lahko uresničujemo zastavljeni strateški cilj.

Na turističnem področju zdravilišč smo se prav zaradi navedenega cilja odločili, da pristopimo k projektu Wellness v Sloveniji. Kot začetek projektna naloga šteje popis analize stanja in priprava prvega produktne kataloga s konkretnimi ponudbami in cenami za sedemnajst turističnih subjektov v Sloveniji. Razveseljuje dejstvo, da so se ob vseh petnajstih slovenskih naravnih zdraviliščih v katalog vključili tudi trije ponudniki programom Wellness, ki niso vključeni v turistično področje zdravilišč. Kar še bolj potrjuje dejstvo, da je še kako pomembna vloga priprave analize stanja in povezovalne funkcije, ki jo vrši STO.

Kaj sploh je Wellness?

Wellness so programi za dobro počutje telesa in duha celotne družine. Wellness pomeni nasprotje od bolečin, bolezni in utrujenosti, pomeni telesno in duševno ugodje.

Programi Wellness temeljijo na štirih osnovnih faktorjih: prehrani, gibanju, oddihu in negi telesa oz. lepotilnih kurah.

Omenjene faktorje lahko odlično dopolnimo z različnimi rekreativnimi dejavnostmi po lastni izbiri, s plavanjem, smučanjem, tenisom, golfom in jahanjem.

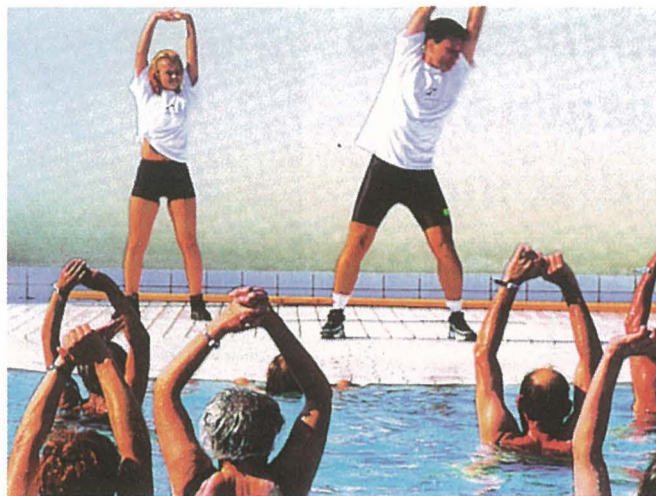
Cilj Wellness programov je, da postane Wellness način življenja in ne le način preživljanja dopusta.

Prehrana

Zdrava prehrana ne pripomore le k pridobitvi zelene postave, ampak preprečuje nastanek mnogih bolezni. Pomembni so bogati, vitaminsko polni zajtrki.

Laboratorijske meritve so pokazale, da se nam ob bolj rednem uživanju sadja, zelenjave in vlaknin občutljivost na insulin spremeni že po dveh tednih, s čimer se skoraj nemudoma zmanjša tveganje za diabetes.

Najbolj neposredna korist spremenjenega načina prehranjevanja je znižan krvni tlak. Tudi če nimate hipertenzije, z znižanjem krvnega pritiska žile postanejo prožnejše. Ob že omenjeni pomembnosti uživanja sadja in zelenjave pa je potrebno spodbujati tudi uživanje lahkih, mlečnih izdelkov in polnovrednih žitaric, dovoljene so tudi zmerne količine pustega mesa. Pravilna in zdrava prehrana ni dieta za eno bolezen, je dieta za vse bolezni.



Gibanje

Programi Wellness nudijo ob zdravi prehrani tudi zabave polno gibanje. Pomembno je predvsem, da je gibanje pravilno vedeno, v skladu s starostjo in telesno pripravljenostjo posameznika. Če pa ob gibanju še uživata, se ne bodo sprostiti le hormoni zadovoljstva, ampak se bo povečalo izogrevanje odvečnih maščob. Voditelji Wellness programov vedo, da je potrebno z ljudmi začeti na stopnji, na kateri trenutno so in jih vzpodbujati, da jo nadgrajujejo. Če si s prenapornim začetnim treningom nakopljejo bolečine, z vadbo prenehajo, kar pa ni namen in smisel programa Wellness.

Oddih

Le tisti, ki je predhodno resnično aktiven, lahko občuti blagodejnost oddiha.

Z morsko soljo, kameno soljo, talasoterapijo, gorskimi zelišči in z nežnimi masažami je mogoče odstraniti stres in psiho-fizične obremenitve. Napetosti in blokade se izgubijo in po telesu lahko ponovno prične krožiti pozitivna življenjska energija.

Ob vsem tem pa mora posameznik osvojiti takšne tehnike sproščanja, ki mu bodo omogočale ostati miren tudi v vsakodnevnih stresnih situacijah.

Savna pomeni mnogo več kot le potiti se. Redni obiski savne zmanjšujejo stres v človeškem telesu in zvišujejo novo telesno energijo v boju proti različnim infekcijam.



Nega telesa

In šele, ko smo sproščeni in sta telo in duša harmonizirana in uravnovešena, napoči čas za obisk »beauty centra«. Začne se zgodba kot iz pravljice: fango obloge, nega obraza, masaže, kopeli, podvodne masaže, aromaterapija, piling telesa ...

Omenjeni prospekt smo letos že predstavili v kombinaciji z medijsko podporo in animacijskim programom na izbranih turističnih borzah, na milanskem BIT-u in na MITT-u v Moskvi, na nekaj izbranih sejnih v Avstriji in v Parmi v Italiji. Z zadovoljstvom lahko ugotovimo, da so bili programi pozitivno



sprejeti in da se ljudje že zanimajo za ponudnike tovrstnih storitev v Sloveniji. Na STO namreč že prihajajo odgovorne kartice, ki so sestavni del kataloga, z izraženimi željami, da jim pošljemo še več informacij o tem ali onem turističnem ponudniku.

Ker se zavedamo, da samo prospekt ne more zadovoljiti naših prodajnih načrtov, smo se odločili, da pristopimo k celotnemu projektu WELLNESS V SLOVENIJI kot k razvojnemu projektu. V projekt se vklju-

čuje STO, Skupnost slovenskih naravnih zdravilišč in ostali ponudniki programov Wellness. Ob tem naj poudarim, da so projekt podprli tudi mnogi ugledni ljudje iz zdraviliškega gospodarstva, med njimi mag. Roman Matek, direktor Zdravilišča Laško, Franc Huber, direktor Term Lendava, Jože Duh, pomočnik direktorja za marketing v Zdravilišču Radenci, Tina Savnik in Matjaž Tavčar iz Term Čatež, Marko Lenček, direktor marketinga Term Palace ter mag. Rudi Rumbak, sekretar Skupnosti slovenskih naravnih zdravilišč.

Projekt vsebuje predvsem izobraževanje na temo Wellness z obiskom ISPA konference v Angliji (ISPA je mednarodno združenje term oz. International SPA Association), pospešeno promocijo programov Wellness v tujini na izbranih sejemskih nastopih, oglaševanje v ciljnih medijih in organizacijo študijskih tur tujih novinarjev v Sloveniji, pripravo novega kataloga Wellness ter akcijo merjenja učinkov našega projekta.

V Sloveniji želimo prepričati odgovorne, da je s preventivnimi zdravstvenimi aktivnostmi, kar Wellness do določene mere zagotovo je, možno prihraniti v zdravstveni blagajni tudi do 7%. Primer iz sosednjih držav (če se že toliko spogledujemo z Evropo) kaže, da se sistemsko vzpodbujajo tako skrb za lastno zdravje občanov kot delodajalcev, predvsem pa skrb za zdravje zaposlenih. V Sloveniji pa je DURS leta 1997 spremenil tolmačenje zakona o dohodnini tako, da se preventivno zdravljenje oz. preventivni rekreativni programi, ki so ga delodajalci plačevali zaposlenim, uvršča med bonitete. Ker v Sloveniji nimamo izdelanega sistema zdravstvenega zavarovanja, ki bi pokrival preventivno zdravljenje, se je v zadnjih letih potovanje na zdraviliško zdravljenje s strani delodajalcev popolnoma ustavilo.

Lepota prihaja od znotraj, človek je zadovoljen, ko se dobro počuti. Najkrajša pot je Wellness.

Mojca Marovič

Udeležili smo se največjega sejma turizma v Skandinaviji – TUR 2001 v Göteborgu

Slovenska turistična organizacija je slovenski turizem predstavila tudi na največjem in najpomembnejšem sejmu turizma v Skandinaviji, ki se je med 21. in 26. marcem letos odvijal v Göteborgu. Prvi trije dnevi so bili namenjeni izključno poslovnosti, potem pa so sejem odprli tudi za javnost, tako da si ga je skupno ogledalo cca 50.000 obiskovalcev.

Slovenski razstveni prostor je bil namenjen tako javnosti kot poslovnim razgovorom. Z zakupom miz so na sejmu sodelovali Hotel Belvedere Izola, Hoteli Morje Portorož ter Kompas d.d., od slovenskih ponudnikov turističnih storitev pa so bili večino poslovnega dela sejma prisotni še Albatros Bled, Gorenjka Kranjska Gora in Intours Ljubljana.

Sodelujoči so poslovni del sejma ocenili kot zelo uspešnega, saj so dobili veliko število kontaktov z resnimi poslovnimi partnerji, povečano zanimanje za Slovenijo na skandinavskem trgu pa so opazili tudi ostali udeleženci.

V promocijsko ponudbo smo poleg prospektov Slovenije vključili tudi nekaj ponudb švedskih TO in agencij: Kristianstadt Airport, SV Studienforbundet, Are Tours, Tranatours itd.

Čeprav udeležbo na sejmu lahko ocenjujemo kot uspešno, pa se je pojavilo nekaj ugotovitev, predlogov in pripomb, ki jih bomo skušali upoštevati v prihodnjih letih. Predvsem smo ugotovili sledeče:

- zaradi pozne prijave lokacija slovenske stojnice ni bila idealna, vendar je bilo zanimanje tako poslovnih gostov kot publike zelo veliko
- ovira za povečanje obsega turističnega prometa je odsotnost letalske povezave Skandinavija-Slovenija (trenutno obstaja le let Kristianstadt-Ljubljana in linija Kopenhagen-Ljubljana)
- pri organizatorjih potovanj je največji porast povpraševanja po avtobusnih programih in incentiveh
- pri nestrokovni javnosti lahko zanimanje za turistične kraje in področja ocenimo po naslednji lestvici (1-največje povpraševanje): 1. Portorož-morje, 2. Bled, 3. Postojna, 4. Kranjska Gora, 5. Mesta; za turistične produkte pa: 1. morje, 2. kamping, 3. golf, 4. hiking in trekking, 5. obiski in ogledi v tranzitu za Hrvaško
- ocena udeležencev je, da je zanimanje za Slovenijo v letošnjem letu bistveno povečano, tako da lahko pričakujemo porast tako števila gostov kot števila nočitev
- na sejmu je potrebno nastopati tudi v prihodnje, z nekaj dopolnitvami: napisi v švedskem jeziku, nekaj splošnih informacij o Sloveniji v švedskem jeziku, bolj centralna lokacija stojnice, eventualno sodelovanje s slovenskimi društvi na Švedskem (društvo dr. France Prešeren)

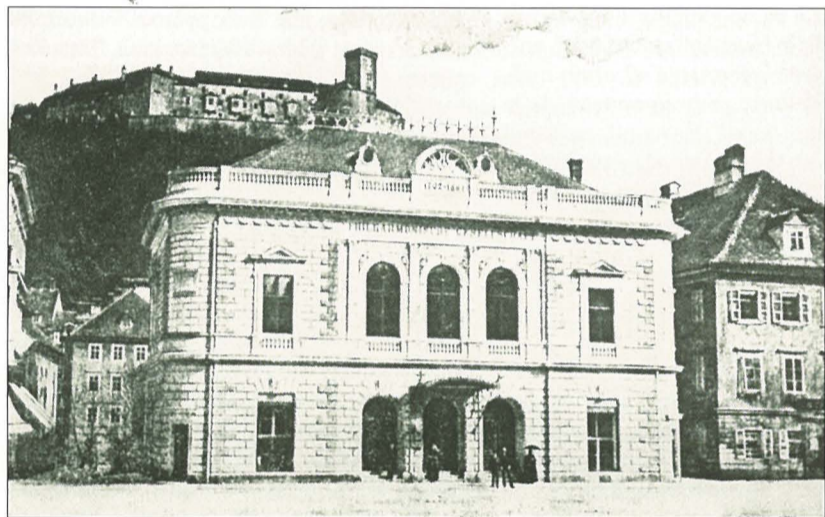
Bojan Meden

Pregled aktivnosti na področju naravne in kulturne dediščine v obdobju od januarja do aprila 2001



Tudi Slovenska turistična organizacija je podprla vseslovenski projekt razglasitve letošnjega in prihodnjega leta za »leti naravne in kulturne dediščine v turizmu«.

V okviru vseslovenskega projekta in po tehtnem posvetu in razgovori s predstavniki stroke s področja etnologije, varstva naravne in kulturne dediščine ter Ministrstva za kulturo smo na STO-ju pripravili štiri poglobitvene projekte, ki smo jih javnosti že predstavili in jih predstavljamo tudi v tokratni številki. Že v začetku letošnjega leta pa smo pričeli tudi z mnogimi dodatnimi aktivnostmi, ki po preteku treh mesecev kažejo rezultate, ki jih lahko ocenimo kot uspešne.



V mesecu februarju smo začeli s pripravami na promocijski nastop junija v Izraelu, ki bo obeležil desetletnico obstoja naše države in bo časovno sovpadal z obiskom našega zunanega ministra v Izraelu. Ob tej priložnosti bodo v prostorih znamenite humanistične univerze v Tel Avivu odkrili doprsni kip dr. Franceta Prešerna. Dogodek bomo popestrili s promocijo idrijske čipke, s pregledno razstavo zgodovinskega razvoja čipkarstva v Idriji ter s priložnostno razstavo najlepših čipk Idrijske čipkarske šole. Tudi za ta dogodek predvidevamo glasbeni prispevek, nastop dveh mladih in že uveljavljenih glasbenikov, ustnega harmonikarja iz Idrije in spremljevalnega pianista iz Ljubljane.

Za ta dogodek nam je uspelo pridobiti tudi dovolj sponzorskih sredstev, da jih bo Čipkarska šola lahko namenila za izdajo kvalitetnega dvojezičnega kataloga v povečani nakladi, ki bo dobrodošel tudi na avgustovskem mednarodnem čipkarskem festivalu.

V začetku marca smo se udeležili Berlinske turistične borze. Za nastop na borzi smo skupaj z Imago Slovenija pripravili predstavitev jubileja tristoletnice Slovenske filharmonije s spremnim programom: izvirnim slikovnim gradivom, sedemminutnim filmom na temo naravne in kulturne dediščine (ki je bil premierno prikazan prav na Berlinski borzi) in glasbenim sporedom članov Glasbene mladine Slovenije. Predstavili smo izvirno ljudsko glasbo vseh slovenskih regij (od Režije in Koroške do Prekmurja) in doživeli topel sprejem številne publike.



Izvajanje izvirne ljudske glasbe je bilo sprejeto z velikim zanimanjem.

Marca smo sodelovali pri pomembnem kulturnem dogodku v Münchnu ob odprtju spominskega obeležja našemu znamenitemu rojaku, slikarju Antonu Ažbetu, ki je živel, ustvarjal in vodil slovito slikarsko šolo v Münchnu; tam je tudi umrl in letos smo se mu prvič oddolžili s postavitvijo obeležja – slikarjeve podobe – reliefa, ki je delo našega znanega kiparja Mirsada Begiča. Kulturni dogodek smo obogatili z glasbenim nastopom mednarodno uveljavljenega mojstra igranja na citre, prof. Petra Napreta iz Velenja. Kulturni večer so popestrili slikarjevi rojaki iz Poljanske doline z izvirno kulinarično ponudbo. Vino nam je prijazno doniral prof. dr. Protner iz Maribora, predstavniki

Narodne galerije Ljubljana pa so strokovno izredno zanimivo predstavili našega velikega rojaka.

V Ljubljani smo se aktivno vključili v akcije revitalizacije Ljubljanskega gradu. Promocijsko bomo tudi v bodoče sodelovali pri otvoritvi novonastalega virtualnega muzeja na Gradu, ki bo prvi tovrstni muzej v državi. Prav tako se bomo aktivno vključili pri promociji in trženju njihovih večnamenskih dvoran, ki bodo z manjšimi popravki in dodatki pripravljene za trženje že konec meseca maja. Tudi v ta namen nameravamo pridobiti sponzorska sredstva.

V okviru projekta Dolina Soče, Kobariški muzej, Muzej Soške fronte na prostem smo skupaj s člani Društva ljubiteljev Soške fronte ustanovili delovno skupino, ki je sestavljena iz treh mladih zgodovinarjev, študentov podiplomskega študija in ene gor-



ske vodnice-germanistke. Ti so že pričeli z zbiranjem in urejanjem slikovnega gradiva, muzejskih eksponatov in z raziskavami na terenu ter z zbiranjem vojaških predmetov po bojiščih soške fronte. Dva člana te skupine imata status pripravnika gorskega vodnika in bosta v mesecu maju pri Planinski zvezi Slovenije opravljala izpit za aktivnega, strokovnega gorskega vodnika. S tem izpitom bosta na razpolago kot strokovna kustosa – vodnika na terenu za potrebe Kobariškega muzeja. Z odličnim znanjem zgodovine in znanjem dveh svetovnih jezikov bodo vsi trije člani na voljo Kobariškemu muzeju za vodstvo na terenu, tudi za zahtevne goste iz vojaških delegacij, ki so v muzeju vedno bolj pogosti gostje. Poudariti moram, da vsi štirje člani delovne skupine opravljajo vse našeto delo prostovoljno in da nameravajo tudi izbrane eksponate podariti Kobariškemu muzeju.

Sonja Tomažič

Pripravlja se katalog turističnih spominkov in izdelkov Slovenije

Turistični spominki in izdelki so eden najboljših medijev turistične promocije, vendar pa analize kažejo, da je bil ta medij doslej v Sloveniji premalo izkoriščen. Zato smo se na STO odločili prisluhniti predlagateljem projekta, Turistični zvezi Slovenije, Obrtni zbornici Slovenije, Združenju spominkarjev Slovenije in tudi na lastno iniciativo prevzeti projekt izdelave Kataloga turističnih spominkov in izdelkov Slovenije. Cilje projekta smo strnili v štiri ključne točke, šlo naj bi za razširitev prepoznavnosti turistične ponudbe Slovenije, organiziran sistem prodaje turističnih spominkov in izdelkov, povečanje prodaje ter pospeševanje razvoja turističnih spominkov in izdelkov.

V katalogu bodo turistični spominki in izdelki predstavljeni v treh sklopih. Prvi sklop bo zajemal turistične spominke po predlogu TZS oziroma Združenja spominkarjev Slovenije, ki morajo ustrezati določenim merilom. Imeti morajo namreč umetniško-etnološko in komercialno vrednost, hkrati pa morajo prepoznavno in izvirno predstavljati turistični objekt, kraj, regijo ali Slovenijo kot turistično destinacijo. V tem sklopu bodo zajeti tudi spominki, ki so sodelovali na natečaju za najboljši turistični spominek Slovenije.

Drugi sklop bo zajemal turistične spominke, predlagane s strani Obrtne zbornice Slovenije. To so visoko kvalitetni turistični spominki, ki že imajo znak domače in umetnostne obrti. V tretjem sklopu pa bodo predstavljeni turistični izdelki, ki jih za svojo promocijo države Slovenije namenja Slovenska turistična organizacija. V primerjavi z artikli, predstavljenimi v prvih dveh sklopih kataloga, gre v tem delu v večji meri za praktične izdelke za široko uporabo, ki nosijo oznako turistične identitete Slovenije.

Poleg že omenjenih ciljev si na STO od projekta obetamo tudi povečanje prihodkov v turizmu, enotnejšo in bolj agresivno ponudbo turističnih spominkov in izdelkov slovenskega porekla na turistično frekventnih mestih ter, nenazadnje, ponovno oživitev pomena tradicije slovenskega spominka. Omenjeni projekt je že v delu, predvidoma bo zaključen konec leta 2001.

Marija Rožman

Predstavitve Slovenije izraelskim organizatorjem potovanj in novinarjem

V času med 17. in 21. februarjem je STO v sodelovanju z zainteresiranimi gospodarskimi organizacijami uspešno izvedla dve predstavitveni delavnici, tako imenovana »workshopa« za izraelske organizatorje potovanj in novinarje. Poleg predstavnikov STO je sodelovalo še približno dvajset udeležencev iz trinajstih podjetij, predvsem s področja zdravilišč, igralništva, incoming agencij, nekaterih hotelov in Adria Airways. Izvedba workshopa je bila sicer načrtovana že za lanski november, vendar je bila zaradi nestabilnih razmer preložena na sedanji termin, ki je bil tako po mnenju slovenskih kot izraelskih udeležencev bolj primeren, glede na napeto situacijo v Izraelu pa je izraelska stran še toliko bolj cenila naš prihod.

Slovenijo je v letu 2000 obiskalo 10.895 izraelskih turistov, ki so prispevali skupaj 30.623 nočitev, kar pomeni 83 % povečanje števila gostov v primerjavi z letom '99. Glede na število prebivalcev Izraela (5,8 milijona), je njihovo tržišče za slovenski turizem zagotovo svojevrsten fenomen. V letu 2000 so namreč izraelski gostje predstavljali cca 1 % vseh tujih gostov v Sloveniji. Največji del izraelskih gostov obišče Slovenijo v okviru svoje ture po Srednji Evropi, najpogosteje pa bivajo v zdraviliščih oziroma na kmečkih turizmih. Opazno je povečano zanimanje za igralništvo in nekatere športne in kulturne dejavnosti.

Adria Airways od aprila letos leti na liniji Ljubljana – Tel Aviv – Ljubljana.

Workshopa v Haifi se je udeležilo 35 organizatorjev potovanj, workshopa v Tel Avivu pa celo 66 udeležencev, kar kaže na močno povečano zanimanje tega tržišča za Slovenijo. 20. februarja zvečer je bil organiziran tudi sprejem in predstavitve slovenske turistične ponudbe v rezidenci slovenskega veleposlanika v Izraelu g. Petra Toša.

Bojan Meden



Utrinek s turističnega področja »Gore in jezera«

Z dopolnjeno organizacijsko strukturo v Slovenski turistični organizaciji (STO) je januarja 2001 tudi turistično področje »Gore in jezera« dobilo produktno vodjo. S tem so bili postavljeni prvi temelji za opredelitev formalnega sodelovanja med nacionalno in lokalno ravniyo oziroma lokalnimi turističnimi organizacijami (LTO), ki so (bile) ustanovljene v skladu z Zakonom o pospeševanju turizma.

Prva srečanja med STO in predstavniki lokalnih turističnih organizacij so bila namenjena vzpostavitvi aktualnega pregleda o dogajanju na turističnem področju »Gore in jezera«, aktualiziranju starih podatkovnih baz, opredelitvi oblik in načina sodelovanja na področju promocije. Predstavniki LTO-jev na turističnem področju »Gore in jezera« so ob teh priložnostih izpostavili svoja pričakovanja, med drugim bolj formalno komunikacijo med STO in LTO-ji, prisotnost predstavnika LTO-jev v organih STO, manj razdrobljeno razdeljevanje sredstev, več sodelovanja pri oglaševanju in trženju ter organizaciji študijskih obiskov novinarjev.

Razveseljava je bila ugotovitev, da se je do danes na področju »Gore in jezera« razvilo dobro sodelovanje med LTO in hotelirji na Bledu, v Kranjski Gori, Bohinju, Sotočju Tolmin, Bovecu in Mariboru, s čimer so se strinjali tudi hotelirji.

Nenazadnje je LTO organizacija, ustanovljena tudi z namenom združevanja in promoviranja lokalne turistične ponudbe in naj bi delovala kot kakovosten vezni člen med nacionalno turistično organizacijo ter gospodarstvom.

Izbrane promocijske aktivnosti

Na področju oglaševanja v tujih medijih sta na angleškem trgu v reviji ABTA za organizatorje potovanj izšla dva kvalitetna oglasa z novim konceptom, ki vključuje tudi odzivni kupon, s katerim želimo meriti učinkovitost oglaševanja v tujih medijih.

Ob tej priložnosti oglaševanja smo žal ugotovili, da je tako nacionalna kot lokalna diateka osiromašena, še posebno pa primanjkuje kvalitetnih fotografskih utrinkov z gorskih območij na Koroškem in Štajerskem.

Ponatis področnega prospekta »Gore in jezera« bo izšel v mesecu maju, tudi s pomočjo večine hotelirjev, ki so na sestanku s predstavniki STO izkazali pripravljenost finančno podpreti ponatis. Hkrati gre pohvala in zahvala tudi tistim hotelirjem, ki v skladu s svetovnimi trendi prevzemajo tudi vse ali večji del stroškov bivanja tujih novinarjev v Sloveniji.

Hkrati pripravljamo novinarski šotor in študijsko turo za italijanske turistične novinarje pred odmevnim športnim dogodkom Giro di Italia, kjer želimo pozitivne učinke velikih športnih dogodkov izkoristiti tudi za promocijo slovenske turistične ponudbe.

Študijska tura za nemške novinarje na območju Triglavskega narodnega parka v začetku junija bo opozorila na naravne parke in pestro paleto aktivnost znotraj njih, obisk novinarjev RAI2 pa bo vključeval tudi potep po območju Pohorja in Prekmurja.

Pomembnejši projekti

Med najpomembnejšimi projekti glede na pomen razvoja informacijske infrastrukture in sistema za slovenski turizem izstopa pilotni projekt uvedbe rezervacijskega sistema za direktno trženje nameštitev in prireditvev na območju Julijskih Alp, ki ga za razpis pripravlja STO in Skupnost Julijskih Alp.

Če bo pilotni projekt uspešen, bo rezervacijski sistem vpeljan za celotno Slovenijo.

Z uvedbo rezervacijskega sistema lahko pričakujemo povečanje prodaje nastanitvenih zmogljivosti, povečanje prodaje programov, paketov, proizvodov, večjo preglednost nad rezervacijami, hitrejšo odzivnost turističnih ponudnikov in večjo učinkovitost prodaje nasploh. Glede na izredno nujnost in perspektivnost tovrstnega projekta tako pohvala skupnosti Julijskih Alp, ki je projekt tudi inicirala, ni odveč, hkrati pa se prek takih in podobnih skupnih akcij dokazuje nujnost povezovanja med slovenskimi turističnimi kraji,

če želimo uspešno, inovativno in bolj učinkovito promocijo slovenskega turizma.

Pripravljen je tudi predlog projekta za katalog Triglavskega narodnega parka in izbranih regijskih parkov, ki ga Slovenija kljub vedno večjemu povpraševanju tako s strani gostov kot turističnega gospodarstva še nima. Zavedati se moramo, da je trend v smeri ekološkega turizma in naravnih (tematskih) parkov izrazit, z omejenim projektom pa želimo povečati zavedanje glede pomembnosti naravnih parkov, ohranjanja naravne dediščine, povečati zanimanje tujih in domačih gostov za TNP in regijske parke v Sloveniji ter povečati število prenočitev na področju naravnih parkov.

Žal zaključujem z ugotovitvijo, da smo leto začeli z željo – tako turističnega gospodarstva kot STO – razvijati kvalitetne turistične proizvode, vendar pa kaže, da bodo tovrstni projekti zaradi pomanjkanja finančnih sredstev ostali predvsem na idejni ravni. Če želimo v bodoče razvijati in promovirati proizvode ter nadgrajevati kataloge, je pomembno, da imamo tudi na terenu razvito in usrezno ponudbo. Razvoj proizvoda (npr. »kolesarjenje«) se namreč ne konča pri označeni in vzdrževani kolesarski poti, temveč vključuje tudi t.i. »kolesarjem prijazne hotele« s športnim zajtrkom, stojali za kolesa, ipd. Torej vzpodbuda hotelirjem na področju »Gore in jezera«, da še naprej vztrajajo v svojih iskanjih inovativnih programov z željo, da bi v naslednjih mesecih zaživel še kakšen »kolesarjem prijazen hotel«!

Tinkara Pavlovčič

Delo oddelka za pospeševanje prodaje STO

V prvih treh mesecih smo skušali predvsem zagotoviti kontinuiteto dela ter izpolniti program delovanja oddelka, ki je v tem obdobju najbolj intenziven. Poleg čimbolj pogostih kontaktov s tujimi organizatorji potovanj (direktnih ali preko predstavnikov) na oddelku koordiniramo tudi delo naših predstavništev v Milanu, na Dunaju in v Münchnu ter delo informacijskih uradov v Budimpešti, Zürichu, Londonu, Rotterdamu, Zagrebu in New Yorku, pripravljamo in izvajamo pa tudi študijska potovanja za agente. Glede na interese gospodarstva pripravljamo tudi izvedbo dodatnih workshopov in sejmov.

Doslej smo izvedli tri študijska potovanja za agente oziroma prodajalce, pripravili smo šest predstavitev slovenske turistične ponudbe za različne skupine tujih udeležencev ter organizirali in izvedli dodatne sejme in workshope v Dublinu, Haifi in Tel Avivu, v Göteborgu, v Zagrebu in Beogradu, sodelovali smo na Slovenskem večeru v Milanu, na BIT Milano ter na ITB Berlin.

Prejeli smo tudi podatke tujih organizatorjev potovanj, ki kažejo na precej večje zanimanje za Slovenijo glede na lansko leto – v Italiji in Nemčiji nad 10 % povečanje, prav tako vzpodbudni so podatki iz Velike Britanije. Vsi organizatorji potovanj seveda pričakujejo tudi povečano podporo STO pri njihovih aktivnostih, kar pa glede na trenutni proračun ni izvedljivo.

STO je sodelovala in podprla interes hotelskih in agencijskih podjetij tudi v Zagrebu (Hrvaška predstavlja pomembno tržišče za trženje zdravilišč in področja planin) in Beogradu, kar je pomenilo prvi pomembnejši poslovni kontakt z Jugoslavijo po krizi.

Med ostalimi aktivnostmi v začetku letošnjega leta naj omenim še sodelovanje v okviru projekta Playing Together (Senza Cofini), v katerem se skupaj z ADAC-om dogovarjamo za izdajo motoristične karte treh dežel, dokončno je dogovorjena izvedba skupščine RDA aprila 2002 v Portorožu (ustanovljen je organizacijski odbor, začele so se tudi že pripravljalne aktivnosti), znan pa je tudi že gostitelj SIW 2001 (11. – 13. oktober), to je Bled.

Bojan Meden

Pregled do 10. 4. 2001 formalno ustanovljenih LTO-jev na turističnem področju »Gore in jezera«

Št.	Naziv organizacije	Ulica	Poštna št.	Kraj	Telefon	Telefaks	E-mail	Domača stran	Kontaktna oseba
1	LTO Turizem Bled, zavod za pospeševanje turizma	C. svobode 11	4260	Bled	04 578 05 02	04 578 05 01	eva.stravs@dtz.bled.si	www.bled.si	Eva Štravs Podlogar
2	LTO Bohinj	Triglavska cesta 35	4264	Bohinjska Bistrica	94 577 01 16	04 572 18 64	lto@bohinj.si	www.bohinj.si	Iris Ravnik
3	LTO Bovec	Trg golobarskih žrtev 8	5230	Bovec	05 384 19 10	05 384 19 15	obcina.turizam@bovec.si info.lto@bovec.si	www.bovec.si	Marko Vidič
4	LTO – Zavod za turizem občine Kranjska Gora	Borovška 99a	4280	Kranjska Gora, p.p. 6	04 588 50 20	04 588 50 21	info@kranjska-gora.si	www.kranjska-gora.si	Klavdija Gomboc
5	LTO – Zavod za turizem Maribor	Partizanska 47	2000	Maribor	02 252 48 97	02 251 52 71	majda.slokan@maribor.si	www.maribor.si	Majda Slokan
6	LTO Sotočje Tolmin	Ul. Petra Skalarja 4	5220	Tolmin	05 381 00 84	05 381 00 83	info@lto-sotocje-tolmin.si	www.dolina-soce.com	Janko Humar
7	LTO Rogla – Zreče g.i.z.	Cesta na Roglo 11/J	3214	Zreče	03 759 04 70	03 759 04 71	obcina.zrece@siol.net	www.zrece.si	Darija Fedran
8	LTO Idrija*	Lapajnetova ulica 7	5280	Idrija	05 372 61 14	05 377 38 98	karmen.makuc@idrija.si	-	Karmen Makuc
9	Agencija za razvoj turizma in podjetništva*	Tomšičeva 23	1240	Kamnik	01 839 14 70	01 831 81 92	infocenter.kamnik@siol.net	www.kamnik.si	Nuša Lisjak

* Omenjena LTO-ja sodita tudi v turistično področje mest



Slovenska turistična organizacija ima svoja predstavništva na primarnih trgih (Italija, Avstrija in Nemčija) ter informativne urade na sekundarnih trgih (Hrvaška, ZDA, Velika Britanija, Nizozemska in Belgija, Švica ter Madžarska). Osnovna naloga naših predstavništev in informativnih uradov je predvsem promocija slovenske turistične ponudbe, ustvarjanje ugodnega image-a Slovenije kot nove oziroma »sveže« turistične destinacije, ki zadovoljuje gosta s kvalitetno turistično ponudbo in naravnimi lepotaми, seveda s ciljem pridobiti v Slovenijo čim večje število gostov iz tržišča, na katerem delujejo.

Italija Aktivnosti odnosov z javnostmi so potekale kot sporočila za javnost in obiski pri redakcijah oziroma obiski novinarjev v predstavništvu. Do konca meseca februarja je naše predstavništvo poskrbelo za izdajo kar 53 člankov. Aktivnosti potekajo tudi na področju sodelovanja z veleposlaništvom in generalnim konzulatom ter na področju sodelovanja z organizatorji potovanj in turističnimi agencijami. Šestega februarja letos je bil izveden tradicionalni slovenski večer, ki je doživel rekordno udeležbo; udeležilo se ga je kar 112 tujih udeležencev. Najpomembnejša dosedanja prireditve pa je vsekakor BIT.

Kratko o delu predstavništev in informacijskih uradov STO v tujini

Nemčija V sklopu aktivnosti odnosov z javnostmi je bila izvedena tiskovna konferenca na temo »Wellness«, ki se je udeležilo šestindvajset novinarjev.

Seveda sodijo sem tudi stiki z redakcijami ter »press clippingi«. V mesecu januarju je potekal individualni obisk svobodnega novinarja Andreasa Graeve, ki je obiskal Piran in Dolenjske Toplice. Udeležili so se tudi sejma CMT v Stuttgartu in CBR v Münchnu. Obseg njihove dejavnosti zajema tudi sodelovanje z organizatorji potovanj in turističnimi agencijami ter srečanja s turističnimi predstavniki drugih držav.

Avstrija Po raziskavah Fessel in Gfk tudi za letos kaže, da bodo po Evropi največ potovali Avstrijci, najpogosteje pa bodo obiskovali sredozemske države Italijo (22 %), Grčijo (19 %), Španijo (9 %) in letos vse bolj tudi Hrvaško, nekoliko manj pa Turčijo (6 %) ki je svoj čas že zasedala drugo mesto za Italijo.

Upoštevajoč način in obliko počitnic je letos trend h kratkim počitnicam še toliko bolj izrazit.

Seveda ostajajo kot velika stalnica počitnice s kopanjem, večji je interes za kulturni turizem in s tem tudi za mesta. V nadaljnjem porastu so Wellness, kolesarjenje in pohodništvo.

Avstrijski organizatorji potovanj, ki pripeljejo največ gostov v Slovenijo: Reiseclub, Terra, Union, Blaguss, Platzl nam poročajo o eno- do dvo-mestnih povečanjih v prvih treh mesecih, podatki zdravilišč govore celo o 30 % povečanjih.

Negativni trenutki, ki spremljajo prihajajočo turistično sezono, ki se pričinja z velikonočnimi prazniki, pa so ukrepi v zvezi s širitvijo slinavke in parkljevke. Zaradi poostrenih carinskih ukrepov se Avstrijci namreč bojijo zastojev na meji v času praznikov. Zanimivo je, da doslej nismo imeli vprašanj v zvezi s krizo v Makedoniji, kar pa ne pomeni, da pri nekaterih, ki nas še vedno uvrščajo na Balkan, to ne povzroča zadržkov.

Najpomembnejše aktivnosti smo v preteklih treh mesecih izvajali na področju pospeševanja prodaje z nastopi na večjih specializiranih sejmih Ferien Dunaj, IRU Linz, TOURF Salzburg, pa tudi na manjših v Gradcu in Innsbrucku. Konec marca

smo se udeležili sejma v Tullnu, ki je naravnost na »kampiste«, ki so zvrst turistov, ki smo jim v zadnjih letih namenili premalo pozornosti. Letos vse kaže, da na tem področju lahko pričakujemo pozitiven trend. Kot odlična sta se v januarju izkazala hišna sejma avstrijskih turističnih velikarov RUEF-e in ÖVB-ja, kjer smo bili priča neverjetni koncentraciji potencialnih gostov za Slovenijo.

Na področju stikov z javnostjo naj navedemo le nekoliko zanimivih člankov, ki so izšli kot promocija v časopisih OÖN, Süd-Ost Journal, Die Presse, Ihr Einkauf.

Hrvaška Zaradi specifičnosti hrvaškega trga so prevladovala predvsem aktivnosti odnosov z javnostmi. Poudarek je bil predvsem na smučarskem turizmu in na promociji turističnih kmetij, ki postajajo za naše sosede vse pomembnejša turistična destinacija. Na temo »kmetije« je bilo izvedeno tudi študijsko potovanje hrvaških novinarjev. Velik del aktivnosti je bilo usmerjenih v pripravo in izvedbo dogodka, imenovanega »Slovenski dnevi turizma«.

ZDA Pomembnejši del dela našega predstavništva v ZDA so prav odnosi z javnostmi in udeležba na nekaterih sejmih in borzah (CEETB New Orleans, ETC Santa Monica, San Diego, Minneapolis, Chicago, Detroit, Philadelphia), nič manj pa ne zaostajajo z obiski in sodelovanjem z organizatorji potovanj in turističnimi agencijami. Skladno s potrebami sodelujejo z veleposlaništvom in konzulati.

Velika Britanija Naše predstavništvo v Veliki Britaniji sodeluje na področju odnosov z javnostmi s Charismo. Poleg izvajanja sprotnih aktivnosti, kot so med drugim tudi redni stiki z veleposlaništvom in konzulati ter sodelovanje z organizatorji potovanj in turističnimi agencijami, so obiskali redakcijo ABTA magazina v zvezi s člankom o Sloveniji, ki naj bi izšel marca 2001. Pridobili so tudi individualni obisk novinarja South West Evening Post-a – Nicka Parrya. 16. januarja letos so se udeležili sestanka Association of Snow Sports Countries, v kateri bo Slovenija sodelovala tudi v prihodnji zimski sezoni.

Nizozemska in Belgija Delo našega predstavništva za nizozemski in belgijski trg je bilo vezano predvsem na promocijske dejavnosti, stike z javnostmi ter sodelovanje z organizatorji potovanj in turističnimi agencijami. Potrebno pa je povedati, da je njihovo delo vsekakor bilo, tako kot tudi delo ostalih predstavništev in informativnih uradov, podrejeno razmeram, povezanim s proračunom.

Švica Delovanje na švicarskem trgu je bilo dokaj aktivno na področju odnosov z javnostmi. Na radiu »L« Liechtenstein je bila izvedena enourna oddaja o Sloveniji. Prav tako so poskrbeli za izdajo kar nekaj člankov o Sloveniji. Njihovo aktivno delovanje pa se kaže pri obisku različnih redakcij v smislu bodoče izvedbe študijskih potovanj za novinarje. Udeležili so se tudi naslednjih sejmov in borz: Ferienmesse Bern, FESPO Zürich, Ferienmesse Basel, Ferienmesse St. Gallen. Seveda so sodelovali tudi z organizatorji potovanj.

Madžarska Aktivnosti našega predstavništva so bile podobne razmeram v Nizozemski in Belgiji in so bile promocijske narave.

Robert Vuga

Seznam zaposlenih

ga. mag. Barbara Gunčar, generalna direktorica
tel. 01 5891 840

e-mail: barbara.guncar@slovenia-tourism.si

ga. Maja Pak, generalna sekretarka
tel. 01 5891 840

e-mail: maja.pak@slovenia-tourism.si

g. Ivan Potočnik, finančni direktor
tel. 01 5891 840

e-mail: ivan.potocnik@slovenia-tourism.si

g. Bojan Meden, vodja pospeševanja prodaje
tel. 01 5891 846

e-mail: bojan.meden@slovenia-tourism.si

ga. Brina Čehovin, vodja sejmskih nastopov
PR tujina, tel. 01 5891 843

e-mail: brina.cehovin@slovenia-tourism.si

ga. Mojca Marovič, produktni vodja za turistično področje »Zdravilišča« in t.p. »Mesta«, tel. 01 5891 862

e-mail: mojca.marovic@slovenia-tourism.si

ga. Tinkara Pavlovčič, produktni vodja za turistično področje »Gore in jezera«, tel. 01 5891 862

e-mail: tinkara.pavlovvic@slovenia-tourism.si

ga. Jana Apih, produktni vodja za turistično področje »Podeželje«, tel. 01 5891 844

e-mail: jana.apih@slovenia-tourism.si

ga. Lučka Letič, vodja informacijskega sistema
tel. 01 5891 847

e-mail: lucka.letic@slovenia-tourism.si

ga. Marija Rožman, vodja produkcije promocijskega materiala, tel. 01 5891 853

e-mail: marija.rozman@slovenia-tourism.si

ga. Boža Šugljčič, vodja distribucijskega centra STO
tel. 01 436 36 40

e-mail: boza.sugljic@slovenia-tourism.si

g. Robert Vuga, strokovni sodelavec za delo s predstavništvom in informacijskimi uradi
tel. 01 5891 864

e-mail: robert.vuga@slovenia-tourism.si

ga. Sonja Tomažič, strokovni sodelavec za naravno in kulturno dediščino, tel. 01 5891 860

e-mail: sonja.tomazic@slovenia-tourism.si

ga. Helena Klun, upravni organizator
tel. 01 5891 861

e-mail: helena.klun@slovenia-tourism.si

ga. Bernarda Grahek, pomočnik za finance
tel. 01 5891 861

e-mail: bernarda.grahek@slovenia-tourism.si

ga. Jelena Počuča, tajnica, tel. 01 5891 850

e-mail: jelena.pocuca@slovenia-tourism.si

