



Vključenost tržnic v prostor

Primer mestne tržnice v Novem mestu

IZVLEČEK

Tržnice so sestavni del mestnega prostora, na katerem ob njihovi temeljni vlogi trženja proizvodov in oskrbe s hrano, izstopa družbena funkcija. Tržnice so tudi ena pomembnejših povezav med mestom in podeželjem, saj podeželska območja oskrbujejo urbana središča z lokalno pridelano hrano. Na primeru Mestne tržnice Novo mesto smo prepoznavali vključenost tržnice v prostor, pri čemer nas je zanimala predvsem njena povezanost z lokalnim prebivalstvom in zaledjem (kmetijskim okoljem).

Ključne besede: tržnice, mestna tržnica, lokalno pridelana hrana, kratke prehranske verige, Novo mesto

ABSTRACT

Integration of the Farmers' Markets into the Local Environment:

The example of Novo mesto Farmers' Market

Farmers' Markets are a public place where, in addition to the primary function of food supply and product marketing, their social function stands out. Rural areas supply urban centers with locally grown food, this is why the markets are an important link between the city and countryside. This article gives an example of the Novo mesto Farmers' Market integration into the local environment, which we analysed on the basis of two main market connections. One is with the residents of the Municipality of Novo mesto and visitors coming from other municipalities, the other with agricultural environment, comparing with the number of providers who sell at the Farmers' Market.

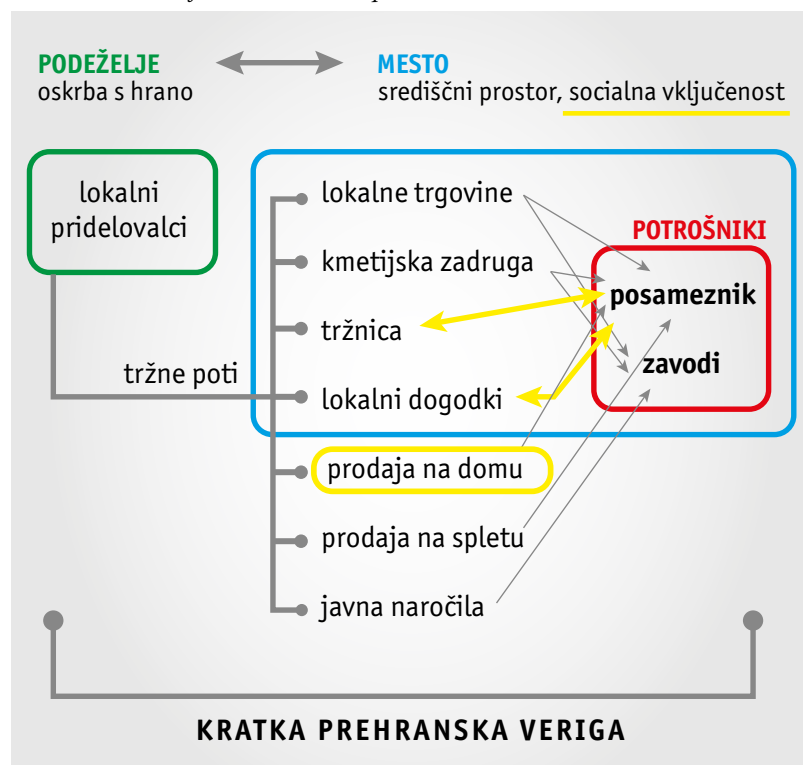
Key words: markets, Farmers' Market, locally produced food, short food chains, Novo mesto

Tržnice so pokriti prostori, na katerih je organizirana prodaja, pri čemer se ob stikih pripadnikov različnih generacij ter starostnih skupin odraža tudi njihova družbena vloga. Na tržnicah se ohranja tradicija in vzpostavljajo medsebojne povezave, zato lahko odsevajo identiteto mesta in so pomemben del življenja obiskovalcev. Ovsec (2009) jih opredeljuje kot diferenciran mestni prostor, ki izraža tako družbene spremembe kot tudi gospodarske in politične razmere. Poleg izstopajoče socialne vključenosti ne smemo pozabiti, da je prvotna funkcija tržnega prostora prodaja: »Če ne bi tržnice v prvi vrsti uspešno delovale kot prostori menjave in potrošnje, ne bi obstajale oz. ne bi delovale kot družbeni prostori.« (Japelj 2018, 16)

Lutman in Batista (2010) sta že pred desetletjem zaznali zmanjšanje ponudbe in prodaje na Plečnikovi tržnici v Ljubljani. Tudi na novomeški mestni tržnici so branjevke in ostali ponudniki opazili, da se je število obiskovalcev zmanjšalo. Na upad povpraševanja je imela zagotovo velik vpliv pospešena globalizacija z razmahom trgovskih centrov, ki zagotavljajo stalno in pestro ponudbo, živila pa nudijo po nižjih cenah. Za preprečitev zatona lokalnih tržnih prostorov je pomembno izvajanje njihovega oživljanja in revitalizacije. Ob premikanju trgovanja na splet smo priča posodabljanju prehranskih sistemov, vse več ponudbe je digitalizirane, kar spreminja nakupovalne navade in neposredno vpliva tudi na prostor.



Slika 1: Model vključenosti tržnice v prostor (Vir: Hudoklin 2020).



Avtorica besedila:

NUŠA HUDOKLIN, univ. dipl. geogr.
ter univ. dipl. etn. in kult. antrop.
E-pošta: hudoklin.nusa@gmail.com

COBISS 1.04 strokovni članek

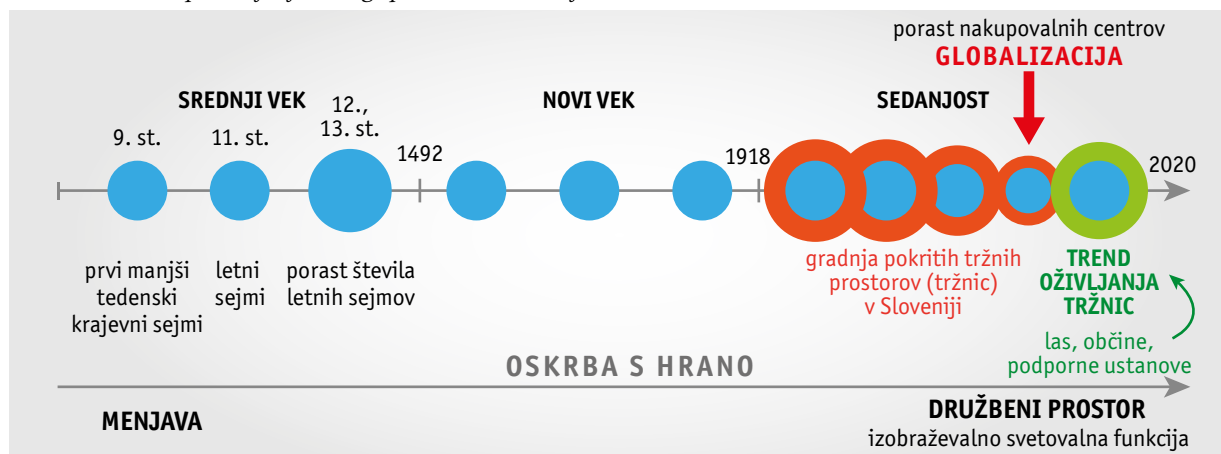
Kako se tržnice prilagajajo sodobnim spremembam?

V Angliji so vlogo tržnic s poudarkom na oskrbi z lokalno pridelano hrano raziskovali Smith, Ilbery in Maye (2014). Tradicionalni živilski prostori naj bi bili – razen splošnih prispevkov o tem, da so hitre spremembe v prehranskem sistemu, ki se kažejo predvsem v hitrem porastu, marginalizirale tržni prostor –v agroživilski literaturi zapostavljeni. Glavni raziskovalni vprašanji članka sta *Kako se tržnice prilagajajo spremembam v preskbi s hrano* in, *kako prostorska razporeditev odraža geografski odnos s krajem*. Raziskavo so začeli z zbiranjem, analizo in interpretacijo sekundarnih virov. S tem so kvalitativno in kvantitativno preučili večje število tržnic na območju Anglije, jih s pomočjo izbranih kriterijev kvalificirali in izbrali dve tržnici, na katerih so pozneje izvedli podrobno študijo primera. V raziskavo sta bili vključeni tržnici na prostem in v pokritem prostoru, pri čemer je bila ena v mestnem in druga v podeželskem okolju, kar je zagotovilo mestno-po-

deželski kontrast. Kontrastni tržnici v Newcastleu in Cambridgeu obratujeta vsaj trikrat tedensko. Smith in sodelavci so raziskavo nadaljevali s terensko metodo polstrukturiranih intervjujev z upravljalci, ponudniki in obiskovalci tržnice (kupci). Zbrani odgovori so neposredno izražali izkušnje in perspektive, ki so pomagale pri razumevanju prostorskih in družbenih povezav ter prilagajanju tržnic na sodobne spremembe. Poleg kakovostne ponudbe in podpore lokalnim pridelovalcem intervjuvanci cenijo predvsem družbeno vlogo tržnice, ki je prepoznavna v močni lokalni identiteti. Avtorji ugotavljajo, da je vsaka tržnica edinstvena in da so geografske razmere pomemben del njene identitete. V Newcastleu, kjer je zaznavno gospodarsko nazadovanje, so se začeli prilagajati močni konkurenci, medtem ko v Cambridgeu, za katerega je značilna gospodarska rast, iščejo inovacije v smislu povečanega povpraševanja po lokalnih pridelkih. Pri študijah primera je treba upoštevati medsebojno součinkovanje notranje dinamike tr-

žnic in zunanjihe pritiskov (globalni prehranski sistemi, komercialni pritiski ipd.); njuno ustrezno razmerje je namreč pomembno za uspešno prilagajanje spremembam (Smith, Ilbery in Mayeclavci 2014). Raziskovalno domnevo, da so *tradicionalne živilske tržnice v kritični točki: nekatere propadajo, druge se (re) gentrificirajo za kupce z višjimi prihodki*, so avtorji med glavnimi spoznanji zavrgli z razlago, da tržnice niso v kritični točki, saj se kljub edinstvenim razlikam uspešno prilagajajo hitrim spremembam. Tovrstno prilagajanje je opazno prevsem v širši ponudbi, oplemeniteni tudi z uvoženimi/eksotičnimi izdelki. Menim, da je ovržena domneva potrebna kritične presoje in nadaljnih raziskav (nadaljnje raziskave s podrobnejšo analizo perspektiv kupcev in ponudnikov priporočajo tudi avtorji študije). Študijo dveh tržnic, ki sta bili po zastavljenih kriterijih sicer dobro izbrani, je vprašljivo posplošiti že na ravni ostalih tržnic v Angliji. Z neustreznim upravljanjem se nekatere tržnice (tudi v Sloveniji, ki je od Anglije tako po površini kot

Slika 2: Časovno spreminjanje tržnega prostora (v Sloveniji) (Vir: Hudoklin 2020).



po številu prebivalstva veliko manjša) težje prilagajajo spremembam in stagnirajo oziroma postopoma propadajo. V številnih primerih lahko zasledimo proces gentrifikacije na tržnicah, kar pomeni, da si prebivalci z nižjimi prihodki ne morejo privoščiti lokalno pridelane hrane, katere cena je praviloma višja od uvožene v supermarketih.

Prostori tržnice se tako spreminjajo pod vplivom različnih gospodarskih, družbenih in političnih sprememb. Opazili smo, da so imeli v zadnjih desetletjih pomemben vpliv učinki globalizacije, zaradi katerih so tržnice začele postopoma izgubljati svojo funkcionalno vlogo središčnega prostora skupnosti (Japelj 2018). Na pomenu pa so pridobivale konvencionalne prehranske verige s pestrejšo in zaradi masovne pridelave pogosto tudi cenejšo ponudbo. Na spodnji sliki je predstavljen model časovnega spremljanja slovenskega tržnega prosora, vse od prvih sejmov in živilskih trgov do gradnje pokritih tržnih prostorov na začetku 20. stoletja, pa tudi njihovih revitalizacij v 21. stoletju.

Mestna tržnica Novo mesto: od tržnih pravic do sodobnosti

Novo mesto je od ustanovitve leta 1365 imelo pravico do tedenskih sejmov in petih letnih sejmov, pri čemer je bil vse do druge svetovne vojne osrednji prostor trgovanja Glavni trg (Vrhovec 1891). Po škodi, ki so jo na stavbenem fondu povzročila nemška letalska bombardiranja jeseni 1943, je potekala gradnja novih objektov (Merlin 2009). Živilski trg so v petdesetih letih 20. stoletja premestili v

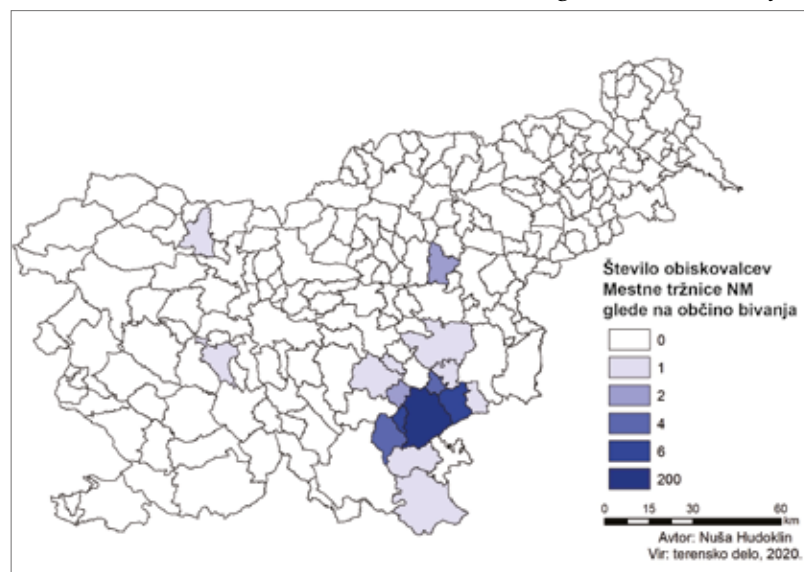
novi mestno tržnico na sosednjem Florjanovem trgu. Sedaj je v lasti Mestne občine Novo Mesto, ki je z odlokom o urejanju javnih tržnic leta 2006 za upravljalca prostora izbrala javno podjetje Komunala Novo mesto, d. o. o. Prostor mestne tržnice se deli na pokriti del, kjer prodajajo živilske izdelke in tekstil, ter nepokriti del, kjer poteka prodaja rokodelskih izdelkov in suhe robe. Živilski del tržnice obratuje trikrat tedensko, ob ponedeljkih, petkih in sobotah dopoldan. Ponudnik tekstila prihaja na tržnico dvakrat tedensko, prodajalci suhe robe pa le vsak petek.

Na Glavnem trgu je 12 let delovala ekološka tržnica, ki so jo leta 2016 zaradi prenove mestnega jedra priključili k mestni tržnici. Tam se ni ohranila, saj naj ne bi bilo jasne meje med ekološkimi in konvencionalnimi ponudniki, ekološki ponudniki so bili nezadovoljni tudi z nizko higiensko ravno tržnice in neozaveščenostjo

obiskovalcev o ekološko pridelani hrani. Zaradi tega so si ekološki ponudniki poiskali druge tržne kanale (Marinček 2020).

Tako kot ponudniki in obiskovalci, so tudi snovalci Trajnostne urbane strategije Novo mesto 2030 izpostavili, da je novomeška centralna tržnica neurejena. Med pregledom virov in literature smo našli dva velikopotezna načrta za njeno ureditev. V dvajsetih letih 20. stoletja, ko so tržni dnevi in sejmi še potekali na Glavnem trgu, je bil pripravljen načrt za novo mestno tržnico, vendar ni bil izveden (ZVKDS 2020). Sedanji tržni prostor je pokrit s preprosto montažno konstrukcijo (Golob 2009). Leta 2012 je bil zasnovan 1,6 milijona evrov vreden projekt za obnovo tržnice, prilagojen sodobnim potrebam in novim standardom (medmrežje 1). Vendar je zaradi finančnih težav prišlo le do manjše prenove, ki je vključevala zamenjavo salonitne kritine in čiščenje

Slika 3: Število obiskovalcev Mestne tržnice Novo mesto glede na občino bivanja.



pokritega dela. Povzamemo lahko, da je bila novomeška mestna tržnica deležna velikih idej, vendar do njihovih uresničitev ni prišlo.

Ponudba in povpraševanje

Na terenu (med decembrom 2019 in avgustom 2020) smo opazili skromno število lokalnih živilskih ponudnikov, kar nakazuje slabo vpetost tržnice v njeno kmetijsko okolje. Prisotnih je bilo pet stalnih pridelovalcev z lokalno živilsko ponudbo: zelenjave, suhomesnatih izdelkov, medu, kruha in peciva. Vsi ponudniki imajo dejavnost registrirano v okoliških občinah, dva v Šmarjeških Toplicah in po eden v Metliki, Šentjerneju in Krškem. V toplejših mesecih so svoje presežke prodajale tri branjevke iz matične Mestne občine Novo mesto (Hudoklin 2020).

Značilnosti obiskovalcev tržnice so predstavljene na podlagi spletnega vprašalnika, ki so ga respondenti izpolnjevali maja 2020. Izpolnilo ga je 209 prebivalcev Mestne občine Novo mesto in obiskovalcev tamkajšnje tržnice ne glede na občino bivanja. Ker je Novo mesto regionalno središče, smo v raziskavi predpostavili, da obiskovalci na novomeško mestno tržnico prihajajo s celotnega območja regije Jugovzhodna Slovenija. Analiza odgovorov nakazuje, da med obiskovalci tržnice prevladujejo občani matične občine (77 %), preostali pa prihajajo z območja Dolenjske in Bele krajine oziroma občin Šmarješke Toplice, Dolenjske Toplice, Straža, Mirna Peč, Mirna, Trebnje, Črnomelj, Sevnica, Škocjan, Semič, Šentjernej in Kostanjevica na Krki.

Sodelujoči v raziskavi lokalno pridelano hrano najpogosteje razumejo kot hrano, pridelano znotraj regije, v kateri stanujejo, polovica kot hrano, pridelano v Sloveniji, majhen delež pa tudi kot hrano, pridelano znotraj meja domačih občin. Enotne opredelitve koncepta »lokalno« ni, v literaturi pa smo največkrat zasledili kriterij čimkrajše razdalje med krajem pridelave in krajem porabe. Nanj moramo sicer gledati kritično, saj zgolj fizična bližina ne zagotavlja trajnosti. Potrebno je upoštevati še socialno bližino, ki je na tržnicah prek neposrednih osebnih stikov med obiskovalcem in pridelovalcem običajna.

Skoraj vsi, ki so sodelovali v anketi, Mestno tržnico Novo mesto poznajo, jnekaj več kot polovica jo je tudi že obiskalo. Večinoma so zanje izvedeli naključno, ko so se sprehajali ali peljali mimo nje. Obiskovalci so mnenja, da tržnica poživlja mestno jedro in povezuje mesto s podeželjem. Čeprav na novomeški mestni tržnici ni veliko prostora za druženje, precej obiskovalcev tržnico dojema kot socialni prostor, ki jim daje občutek pripadnosti lokalni skupnosti. Pri interpretaciji rezultatov bi dodali, da predstavljene ugotovitve niso popolnoma reprezentativne. Zaradi razmeroma slabe odzivnosti na spletni vprašalnik in želje po čim večji odzivnosti smo vprašalnik delili tudi prek facebook strani Dolenjske tržnice, katere člani so ljubitelji lokalno pridelane hrane. Od njih smo prejeli več kot tretjino v analizo vključenih odgovorov, ki so zagotovo prispevali k pozitivnejšemu značaju rezultatov (Hudoklin, 2020).

Kako urejajo tržnice drugod?

V sklopu oživljanja mestnih jeder občine, lokalne akcijske skupine (v nadaljevanju LAS) in druge podporne ustanove prepoznajo potencial tudi v oživljanju tržnic. LAS za mesto in vas je na območju občin Medvode, Domžale, Komenda, Mengeš, Trzin in Vodice izvedel enoletni projekt Oživitev tržnic. Namenjen je bil »... širjenju ponudbe prodajalcev na tržnicah v posameznih občinah in s tem tudi kroženju ponudnikov na tržnih prostorih v vseh občinah ...«, pri čemer so investirali v nakup stojnic, s katerimi bi lahko povečali in izboljšali ponudbo ter posledično število obiskovalcev (Oživitev tržnic 2018). Nasprotno je na mestni tržnici v Novem mestu stojnic in prodajnih mest zaenkrat veliko več od sedanje ponudbe. Tako bi morala LAS Dolenjska in Bela krajina, ki pokriva preučevano območje, za morebitno oživljanje tržnice izbrati pristop, ki bi jo bolje povezal s podeželskim zaledjem in tako v večji meri izkoristil prodajni prostor.

Uspešno izvedena oživljanja oziroma revitalizacije tržnic lahko povzročijo tudi negativne posledice. V Nemčiji so na primer berlinski tržnici Markthalle Neun dodali vzporedno ponudbo, prireditve, sejme ulične prehrane in podobno. Tovrstni dogodki ustvarjajo odpadke in povzročajo hrup, ki moti okoliške prebivalce. Prav tako lahko tržnice povzročajo gentifikacijo, saj z višjimi cenami lokalnih živilskih pridelkov in proizvodov izključujejo prebivalce z nižjimi dohodki, kar pogloblja socialne razlike med družbenimi skupinami (Japelj 2018).



Slika 4: Upoštevanje varnostne razdalje na tržnici Novo mesto (foto: Nuša Hudoklin).

Nekatere tržne prostore zunaj časa obratovanja uporabljajo za javne razprave ali okrogle mize, v Domžalah so na primer tržnemu prostoru dodali prireditveno ploščad, kjer organizirajo številne dogodke. Spet drugod so ti prostori zaradi slabega upravljanja dotrajani in slabše funkcionalno izkoriščeni.

Kako bi bilo smiselno urediti tržnico v Novem mestu?

Anketni vprašalnik je obsegal tudi vprašanja o predlogih, s katerimi bi lahko izboljšali sedanje stanje. Ko smo februarja 2020, pred izbruhom epidemije Covid-19 v Sloveniji, anketo še osebno izvajali na tržnici, je bila najbolj izpostavljena dostopnost. Čeprav je novomeška mestna tržnica umeščena med pomembnimi prometnicami, je zaradi lokacije v mestnem jedru zaznati precejšnje

pomanjkanje parkirnih mest. S prenovo mestnega jedra, ki se je končala leta 2019, promet skozenj poteka enosmerno, kar je položaj dodatno otežilo. Nekateri anketiranci so zaradi potrebe po večjih prostorih in pomanjkanja parkirišč predlagali spremembo lokacije tržnice, najraje v bližini nakupovalnih središč.

Kljub temu menimo, da mora tržnica navzlic pomanjkanju prostora ostati v mestnem jedru. V raziskavi je bila najpogostejše nakazano, da mestna tržnica potrebuje več oglaševanja in boljšo promocijo. Tržnica še nima spletne strani, ki bi uporabnikom ponudila vpogled v njen obratovalni čas in njeno ponudbo. Prav tako ni medijsko izpostavljena. Leta 2019 je časopis Dolenjski list še vedno redno objavljala tedenske prispevke »z novomeške tržnice« o sezonski živilski

ponudbi, z marcem 2020 pa so ti zapisi izginili. Kot primer dobre prakse izpostavljamo projekt 'Novomeška tržnica' na Glavnem trgu, ki poteka v določenem delu leta in ga podpira tudi Mestna občina Novo Mesto. Promocija projekta je potekala v različnih medijih, na radiu, televiziji, v revijah in časopisih in na socialnih omrežjih. Za večjo prepoznavnost se nam zdi smiselna še uporaba prometne signalizacije, tako da bi usmerjevalne table dodali k že obstoječim smerokazom v mestnem središču.

S terenskim delom ter ob pregledu virov in literature smo ugotovili, da je treba uskladiti tudi poimenovanje; na objektu mestne tržnice je logotip projekta 'Novomeška tržnica', ki v času našega raziskovanja ni poskrbel ne za urejanje ne za promocijo mestne tržnice. Predlagamo nov napis na objektu: Mestna tržnica (Novo mesto) in/ali dogovor o novem sodelovanju pri upravljanju tržnice. Prepoznali smo tudi potrebo po dolgoročni viziji, ki bi vključevala ureditev higienskih razmer in spodbujanje interesa za prodajo na tržnici, saj je ob močnem podeželskem zaledju in številnih lokalnih pridelovalcih za to še kar nekaj neizkoriščenega potenciala (Hudoklin 2020).

Primer dobre prakse: 'Novomeška tržnica' na Glavnem trgu

'Novomeška tržnica' je projekt, ki se pred mestno hišo na Glavnem trgu izvaja enkrat tedensko, predvidoma od spomladi do sredine jeseni. Z izvajanjem se je začelo leta 2016, naslednja tri leta je bilo zaradi prenove

mestnega jedra začasno prekinjeno, ponovno pa je zaživel leta 2020. Z namenom podpore lokalnim pridelovalcem na stojnicah poteka prodaja izključno slovenskih izdelkov. Organizatorji se povezujejo tudi z različnimi društvi, skrbijo za sodelovanje ter zagotavljajo vzporedno ponudbo in dogajanje. Projekt sicer nakazuje interes Mestne občine Novo Mesto za spodbujanje prodaje lokalno pridelane hrane, vendar bolj z vidika oživitve mestnega jedra kot ohranjanja stalnega tržnega prostora.

Mestna tržnica Novo mesto v času epidemije Covid-19

V Sloveniji je bila marca 2020 razglašena epidemija. Skladno s prizadevanji za zajezitev širjenja virusa so v veljavo stopili ukrepi in odloki, s katerimi sta bila začasno prepovedana neposredna prodaja blaga in nudenje storitev, iz katerih pa so bile izvzete prodajalne z živili. Tako

so ponudniki tekstila, rokodelskih izdelkov in suhe robe za dva meseca prekinili s prodajo, živilski del tržnice pa je obratoval nemoteno. Nepredvidljiva kriza je s praznimi policami v trgovinah nakazala odvsnost Slovenije od uvoza nekaterih živilskih proizvodov iz tujih držav ter vzbudila zanimanje za lokalno ponudbo. Prodajalka na novomeški mestni tržnici je spomladi 2020 zaznala veliko novih obiskovalcev, ki so raje prihajali na tržnico po domače pridelke kot pa odšli v trgovino po »italijansko« solato. Prodajalci so pri svojem delu nosili zaščitne maske in uporabljali rokavice. Protiepidemioloških navodil so se držali tudi obiskovalci, ki so dosledno upoštevali varnostno razdaljo. Ker zaradi ostrih ukrepov druženje in pogovarjanje na tržnici ni bilo mogoče, se je v času epidemije nekoliko zmanjšal socialni pomen tržnice, bolj pa je prišla do izraza njena vloga oskrbe s hrano.

Sklep

Prostor in delovanje tržnice se lahko spreminjata glede na različne gospodarske in družbene spremembe. V zadnjih desetletjih sta izrazita predvsem globalizacija in prilagajanje spremembam v preskrbi s hrano, na katero se tržnice različno prilagajajo, kar se skupaj z geografskimi in zgodovinskimi posebnostmi odraža v edinstvenosti vsake tržnice. Mestna tržnica Novo mesto je razmeroma dobro povezana z lokalnim prebivalstvom, slabo pa je vpeta v njeno kmetijsko zaledje. Zavedamo se, da je ob skromni ponudbi manjše tudi povpraševanje in posledično pomanjkanje interesa po širši ponudbi. Za izhod iz začaranega kroga je potrebno spodbujanje delovanja in razvoja tržnice tako s strani občine kot upravljalca. Izboljšano sodelovanje z lokalnimi pridelovalci bi obogatilo živilsko ponudbo in s tem poskrbelo za vitalnost tržnice, kar bi pomembno prispevalo k ohranitvi sedanjega tržnega prostora. 

Viri in literatura

1. Golob, T. 2009: Konservatorski program za prenovu tržnice. Osebni vir.
2. Hudoklin, N. 2020: Vpetost novomeške tržnice v lokalno okolje. Diplomsko delo, Filozofska fakulteta Univerze v Ljubljani. Ljubljana.
3. Japelj, P. 2018: Aktivnosti lokalne pobude kot orodje za zagon revitalizacije. Študija primera: Problematika in potenciali male tržnice v Mariboru. Magistrsko delo, Fakulteta za družbene vede Univerze v Ljubljani. Ljubljana.
4. Lutman, M., Batista, E. 2010: Ljubljanske tržnice. Medmrežje: <http://www.dedi.si/dediscina/295-ljubljanske-trznice> (18. 8. 2020).
5. Marinček, M. 2020: Združenje za ekološko kmetovanje Dolenjske, Posavja in Bele krajine. Intervju, 17. 6. 2020.
6. Medmrežje 1: https://www.youtube.com/watch?v=_kkuNauFHGU (1. 5. 2020).
7. Merlin, I. 2009: Projektna naloga za izvedbo urbanistično arhitekturne delavnice Mestna tržnica Novo mesto. Medmrežje: <https://www.novomesto.si/mma/-/20170901134895/> (3. 7. 2020).
8. Ovsec, D. 2009: Etnološki pogled na ljubljansko tržnico. Arhitektov bilten 39-181/182.
9. Oživitev tržnic 2019. Medmrežje: <https://www.medvode.si/post/144799> (27. 8. 2020).
10. Smith, J., Ilbery, B., Maye, D. 2014. The traditional food market and place: new insights into fresh food provisioning in England. *Area*, 46-2. Medmrežje: <https://rsg-ibg.onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/area.12083> (28. 12. 2020).
11. Trajnostna urbana strategija Novo mesto 2030 2017. Medmrežje: <https://www.zmos.si/wp-content/uploads/2019/01/MO-Novo-mesto-IN-TUS.pdf> (9. 6. 2020).
12. Vrhovec, I. 1891: Zgodovina Novega mesta. Ljubljana.
13. Zavod za varstvo kulturne dediščine Slovenije, OE Novo mesto (ZVKDS) 2020. Osebni vir.