



STRATEGIJA TRAJNOSTNEGA TURIZMA V OBČINI POSTOJNA 2024-2029

Marec, 2024

Projekt Strategija trajnostnega turizma v občini Postojna 2024-2029

NAROČNIK:

Zavod Znanje Postojna, javni zavod

Vodenje projekta na strani naročnika:

Ana Širca, Zavod Znanje Postojna, OE Turizem

IZVAJALEC:

RRA Zeleni kras, d.o.o.

Vodenje projekta na strani izvajalca:

Mateja Simčič

Lektura:

dr. Alenka Čuš, univ. dipl. slov.

Obdobje priprave:

junij 2023–december 2023

Postojna, 3. 1. 2024

Strategija trajnostnega turizma v občini Postojna 2024-2029

Vsebina

1. UVOD	8
2. POVZETEK STRATEGIJE 2018–2023.....	10
3. ANALIZA STANJA.....	14
3.1. URESNIČEVANJE STRATEGIJE TURIZMA OBČINE POSTOJNA 2018– 2023	14
KAZALNIKI USPEŠNOSTI PO PODROČJIH DELOVANJA.....	19
3.2. STATISTIČNI PODATKI ZA OBDOBJE 2018-2022.....	24
3.3. PRIHODKI OD TURIZMA IN VLAGANJA V TURIZEM	28
PRIHODKI OBČINE POSTOJNA IZ NASLOVA TURIZMA.....	28
VLAGANJA V TURIZEM IZ PRORAČUNA OBČINE.....	30
PRORAČUN TURIZEM POSTOJNA.....	32
4. METODOLOGIJA PRIPRAVE NOVE STRATEGIJE.....	35
4.1. ANKETIRANJE	35
4.2. POGLOBLJENI INTERVJUJI	36
4.3. STATISTIČNI PODATKI, RAZVOJNI DOKUMENTI IN POROČILA.....	36
4.4 ANALIZA STALIŠČ IN PRIČAKOVANJ DELEŽNIKOV	37
5. OBLIKOVANJE NOVE SWOT ANALIZE.....	40
6. (RE)DEFINIRANJE VIZIJE IN POSLANSTVA.....	44
7. TEMELJNI STRATEŠKI CILJI	48
8. GLAVNI RAZVOJNI IZZIVI	48
9. RAZVOJNI CILJI.....	49
9.1. KAZALNIKI RAZVOJA	50
10. PODROČJA DELOVANJA.....	52
10.1. UPRAVLJANJE DESTINACIJE POSTOJNA	52
10.2. PRODUKTI.....	62
POSTOJNSKA JAMA IN PREDJAMSKI GRAD	63
NOSILNI PRODUKT: OUTDOOR NA KRASU.....	65

KOLESARJENJE.....	66
POHODNIŠTVO	68
JAMSKI TURIZEM	69
TREKING V GOZDU IN OPAZOVANJE MEDVEDA.....	70
PODPORNI PRODUKTI.....	77
10.3. DIGITALNA PREOBRAZBA.....	89
10.4. ZELENO IN TRAJNOSTNO DELOVANJE.....	91
11. ZAKLJUČEK.....	101
11.1. GLAVNI POUDARKI STRATEGIJE – POVZETEK ZA ODLOČEVALCE.....	101
12. AKCIJSKI NAČRT URESNIČEVANJA STRATEGIJE S FINANČNO OCENO IN NOSILCI.....	102
13. VIRI	104
14. PRILOGE	105

Uporabljene kratice v dokumentu

CTM – Center trajnostne mobilnosti

LAS – Lokalna akcijska skupina

MTB – Mountain bike (park), Park za gorska kolesa

NPK – Nacionalna poklicna kvalifikacija

NRP – Načrt razvojnih programov

OPPN – Občinski podroben prostorski načrt

OSVAD – Osrednje vadišče slovenske vojske Postojna

OVE – Obnovljivi viri energije

P+R – parkirišče »parkiraj in se odpelji z javnim avtobusom ali kolesom«

PIP – Podjetniški inkubator Perspektiva (Postojna)

POSbikes – sistem za avtomatizirano izposajo mestnih koles

PZA – parkirišče za avtodome

RDO – regijska destinacijska organizacija

RRA – regionalna razvojna agencija

SGLŠ – Srednja gozdarska in lesarska šola Postojna

STO – Slovenska turistična organizacija

SŽ – Slovenske železnice

SWOT – Strenghts (prednosti), Weaknesses (slabosti), Opportunities (priložnosti) and Threats (tveganja)

TD – Turistično društvo

TIC – Turistično informacijski center

TZS – Turistična zveza Slovenije

URE – Učinkovita raba energije

ZRC SAZU – Znanstvenoraziskovalni center Slovenske akademije znanosti in umetnosti

ZSST – Zelena shema slovenskega turizma

ZVKDS – Zavod za varstvo kulturne dediščine Slovenije

NAGOVOR ŽUPANA

Z veseljem se oziram v prihodnost razvoja turizma naše Občine Postojna do leta 2029. Naš cilj je jasen: postati prepoznavna občina z visoko kulturo bivanja, ki varuje svojo bogato kulturno in naravno dediščino ter spodbuja razvoj turizma in podjetništva, hkrati pa ustvarja okolje, v katerem bodo mladi prepoznali svoje priložnosti.

Pri oblikovanju strateškega razvojnega dokumenta smo prisluhnili mnenju občanov, gospodarstva in strokovnjakov: kakšen turizem si želijo ter kako lahko vsi skupaj doprinesemo k razvoju slednjega zdaj in v prihodnosti. Skupaj smo zastavili cilje v dobro vseh, tako občanov in občank kot tudi v dobro gostov, ki obišejo naš kraj. Zanje si prizadevamo zdaj in si bomo tudi v prihodnje. Strategija razvoja Občine Postojna 2024–2029 je osnova za nadaljnje razprave, nova vprašanja, ideje in rešitve.

Hvala vsem deležnikom za vašo podporo, sodelovanje in angažiranost pri soustvarjanju vseh priložnosti, predvsem pa prihodnosti turizma v Občini Postojna. Strategija je živ dokument, ki se bo sproti dopolnjeval in spreminjal.

Uresničitev naše vizije je odvisna od konstruktivnega sodelovanja vseh nas v Občini, finančnih zmožnosti proračuna ter možnosti pridobivanja sredstev iz državnih in evropskih virov. Vsak nov uspeh bo za vse nov izziv za naprej.

Občina Postojna je destinacija, ki ponuja številne priložnosti. Skupaj jih prepoznavajmo in udeležimo za dobrobit vseh nas.

Igor Marentič, župan Občine Postojna

1. UVOD

Turizem v Občini Postojna se tako kot slovenski turizem ob sprejemanju nove strategije za obdobje 2024–2029 delno sooča z okrevanjem in prilagoditvami po posledicah zdravstvene krize pandemije Covid-19 in pojavom novih varnostno-političnih groženj ter tveganj zaradi vojnih žarišč. Prav tako se sooča z vsesplošnim pomanjkanjem kakovostnega kadra v turizmu. Turizem Postojne je izrazito usmerjen v mednarodne trge, zato omenjene razmere precej vplivajo na turistično povpraševanje, hkrati pa se tveganja odražajo tudi na ponudbeni strani, kjer samo lokalni in regijski ukrepi ne omogočajo dovolj uspešnega reševanja izzivov.

Strategija turizma je zato usmerjena predvsem v ponudbeno stran in pri tem izpostavlja bolj usklajeno ter povezano delovanje vseh deležnikov v turizmu. Obenem z ukrepi zasleduje in podpira odločitve deležnikov za zeleno preobrazbo turizma, ki bo pritegnila odgovorne turiste. Še odločneje kot doslej izraža potrebo po več vlaganjih – tako v kader in znanje kot infrastrukturo.

Ključni izziv postojnskega turizma ostaja postavitve modela, ki bo trajnostno bolj združljiv s Postojnsko jamo, da bodo učinki sodelovanja pozitivni tako za ponudnike in prebivalce kot turiste.

Na osnovi ključnih izzivov, ugotovljenih iz analize stanja in SWOT analize so v strategiji zastavljeni štirje strateški in šest razvojnih ciljev, ki so usmerjeni v odpravo izzivov. Za doseganje ciljev so v strategiji določena štiri glavna področja delovanja: Upravljanje destinacije, Produkti, Digitalna preobrazba ter Zeleno in trajnostno delovanje. Na teh ključnih področjih delovanja je načrtovanih nekaterih ukrepov in aktivnosti, ki so del akcijskega načrta izvajanja strategije. Za ugotavljanje doseganja ciljev smo opredelili devet kvantitativnih kazalnikov, ki oprijemljivo merijo napredek v bolj kakovosten, odgovoren in trajnostno usmerjen turizem Postojne. Zelo pomembno bo spremljanje napredka in zavezanosti odločevalcev k uresničevanju sprejetega v strategiji.



Planinska jama, Simon Kržič

2. POVZETEK STRATEGIJE 2018–2023

Predhodna Strategija razvoja turizma v Občini Postojna je bila na pobudo Občinskega sveta pripravljena za obdobje 2018–2023. Priprava strategije je bila dodeljena Zavodu Znanje Postojna oz. Organizacijski enoti Turizem¹, ki je dokument izdelala v sodelovanju z zunanjim strokovnjakom – Pisarna, Sonja Dolenc s.p.

Strategija umešča destinacijo Postojna v širšo regijsko destinacijo Zeleni kras, ki jo poleg Občine Postojna tvorijo še naslednje občine: Bloke, Cerknica, Ilirska Bistrica, Loška dolina in Pivka. Umeščenost v regijo Zeleni kras Občini Postojna omogoča povezovanje s ponudbo sosednjih občin, oblikovanje skupnih produktov in skupno trženje. Skupen nastop je smiselni, saj se atributi turistične ponudbe, ki se primarno vežejo na doživetja kraškega sveta, vsebinsko ujemajo s ponudbo sosednjih občin.

Kljub že visokemu obisku je bil turizem v lokalni skupnosti prepoznan kot obetavna gospodarska panoga, ki jo je potrebno v Občini bolj kompleksno razvijati. Strategija je na podlagi ugotovljenih pomanjkljivosti in priložnosti turizma ter turistične ponudbe (SWOT Analiza, 2018) opredelila tri glavne izzive:

- 1) Prevelik razkorak med razvitostjo ponudbe Parka Postojnska jama in ostalo turistično ponudbo v Občini.
- 2) Splošna gospodarska in s tem povezana turistično-infrastrukturalna razvitost.
- 3) Razpršeno upravljanje s turizmom in nizka stopnja zavesti lokalnega prebivalstva o potencialih turizma.

Soočanje z izzivi in odpravljanje pomanjkljivosti turistične ponudbe v Občini Postojna je usmerjeno k doseganju želene pozicije, ki bi jo naj turistična ponudba zasedala na trgu. Ta se je oblikovala na naslednji način:

¹Zaradi krajšega in vsebinsko bolj smiselnega poimenovanja se v nadaljevanju strategije namesto formalnega naziva občinskega upravljavca turizma, t. j. *Zavod Znanje Postojna, OE Turizem*, kjer je to primerno, uporablja naziv Turizem Postojna.

Pozicioniranje: Občina Postojna je prometno enostavno dostopna turistična destinacija s svetovno turistično atrakcijo, bogato in ohranjano naravo specifičnega tipa (kras) ter z njo povezano kulturno dediščino, ki omogoča aktivno, kontemplativno in učno preživljanje prostega časa.

Vizija: postati eno- ali večdnevna izhodiščna destinacija za koncentrirano izkustvo in spoznavanje krasa tudi preko meja Občine: turistične atrakcije, drugi kraški pojavi, izobraževalne institucije, aktivno preživljanje časa v naravi ter izročila in druga kulturna dediščina.

Vizija na kratko: postati drugo ime za kras.

Strategija je nadalje opredelila poslanstvo turizma in temeljna načela razvoja turizma v Občini, katerega osnovni namen je izboljšanje življenja prebivalcev in ohranjanje narave. Temeljni kapital turističnega razvoja v Občini Postojna so njene naravne danosti in 200-letna turistična tradicija. Čeprav je turizem v Občini tradicionalna gospodarska dejavnost, se je, kot ugotavlja strategija, zaradi strukture turistične ponudbe razvijala neenakomerno. Nadaljnji razvoj zato zahteva angažma na ravni Občine, prebivalstva in gospodarstva – slednje predstavlja finančna in kadrovska vlaganja ter visok vložek dela.

Izhajajoč iz glavnih izzivov je strategija opredelila **pet področij delovanja**; za vsako področje so bili določeni osnovni cilji, glavni ukrepi in aktivnosti, ki vodijo k **uresničevanju razvojne vizije destinacije**.

Razvojna vizija: KAJ ŽELIMO DOSEČI?

Na osnovi prepoznanega kapitala za turistično dejavnost v Občini želimo, da se ta uveljavi ne le kot dopolnilna, ampak tudi kot strateška gospodarska dejavnost z opaznimi sinergijskimi učinki na dvig kakovosti delovnih mest in zaposlovanje, izboljšanje infrastrukture v Občini, trajnostno mobilnost in stanje okolja, javno življenje in kakovost bivanja vseh prebivalcev ter produktivne odnose z bližnjimi in drugimi občinami.

Pet področij delovanja:

1. Postojnska jama
2. Produkti
3. Infrastruktura
4. Ljudje

5. Upravljanje in trženje

Ad 1) PODROČJE POSTOJNSKA JAMA – cilj: širitev produkta za celostno doživetje destinacije. Upoštevajoč dvojno naravo **produkta Postojnska jama**, ki kot turistična znamenitost širokega slovesa privlači ljubitelje turističnih atrakcij in ljubitelje naravnih znamenitosti oziroma kraškega fenomena, se zavedamo, da imamo opravka z dvema vrstama obiskovalcev in posledično z razdelitvijo ponudbe na dva sklopa – prvi je neposredno vezan na Postojnsko jamo, drugi pa je del širše turistične ponudbe v Občini in regiji.

Za prvo vrsto obiskovalcev naj bi tako razvijali **Postojnski jami komplementarno ponudbo (sklop A)**, za katero je bilo podanih več ukrepov in aktivnosti – od urejanja pešpoti v okolici Postojnske jame in mesta, revitalizacije mestnega hriba Sovič, povečanja privlačnosti mestnega središča do ureditve dodatne točke interesa.

Za drugo vrsto obiskovalcev Postojnske jame, to so pretežno individualni gostje, ljubitelji narave in sprostitve, naj bi razvijali ponudbo **(sklop B)** aktivnosti na prostem ter produkte za aktivno, kontemplativno in učno preživljanje časa v naravi, ki hkrati zajemajo kulturne zanimivosti.

Vizija produkta naj bi bila, da Park Postojnska jama postane tesno povezan s širšim območjem mesta Postojna – tako na področju infrastrukture kot na področju ponudbe in dejavnosti, s katerimi Park pridobiva na avtentičnosti, ki jo prinaša lokalna skupnost. Obisk znamenitosti tako lahko postane odskočna deska za spoznavanje bližnje in širše okolice.

Ad 2) PODROČJE PRODUKTI – cilj: razvoj posamične ponudbe v celovito oblikovane produkte. Ker ima produkt Postojnska jama omejene možnosti za podaljševanje obiska, velja konsistentno razvijati dodatne, predvsem regijsko povezljive produkte, ki so rezultat tradicije ter naravnih in kulturnih danosti. Strategija tako opredeljuje razvoj **nosilnih produktov**, ki so, poleg obeh turističnih atrakcij, naslednji: Raziskovanje krasa, Aktivnosti na prostem (kolesarstvo, pohodništvo, jamski turizem), Doživetja narave (opazovanje živali, speleo wellness, gozdni wellness, klimatski turizem) ter razvoj **nišnih produktov**, kot so: opazovanje živali, jahanje, ribolov, športni turizem, kongresni turizem in zdravstveni turizem. Kot **podporna produkta**

z možnostjo osamosvojitve ob sistematičnem razvoju pa sta bila opredeljena Kulinarika in Kultura.

Ad 3) PODROČJE INFRASTRUKTURA – cilj: zagotovitev infrastrukturne podlage produktov – od manjših posegov v prostor do večjih vlaganj. Za razvoj produktov so potrebna sistematična vlaganja v infrastrukturo. Cilj delovanja na tem področju je bil zagotovitev infrastrukturne podlage produktov – od manjših posegov v prostor (npr. ureditev poti in dostopov) do večjih vlaganj v prometno in drugo infrastrukturo. Poudarjena je bila potreba po jasni usmeritvi Občine v zagotavljanje kakovostne infrastrukture tako za prebivalce in obiskovalce kot tudi za potencialne zasebne vlagatelje. Prav tako je bila poudarjena zaveza Občine, da vse posege v naravo in prostor izvede na trajnostni način. Ker je, kot ugotavlja strategija, območje Občine Postojna na ravni arhitekture degradirano, je bil poudarek na usmeritvi, da se občinske investicije po možnosti izvajajo z natečaji.

Ad 4) PODROČJE LJUDJE – cilj: dvig zavesti in kompetence pri obravnavi obiskovalcev. Razvijanje kompetenc in dvigovanje zavesti o turizmu naj bi sistematično razvijali tako med zaposlenimi v turizmu in s turizmom povezanih dejavnostih kot pri prebivalcih, predvsem društvih, ki naj bi jih bolj integrirali v turistično ponudbo na osnovi poslovnega odnosa z jasno definiranimi obveznostmi in ustreznim plačilom z namenom doseganja trajnejšega in vzdržnega sodelovanja med obema področjema.

Ad 5) PODROČJE UPRAVLJANJE IN TRŽENJE – cilj: oblikovanje preglednega in vključujočega modela upravljanja s strokovno izvedenimi aktivnostmi. Pretežni del turistične ponudbe v Občini Postojna upravlja in trži družba v večinski zasebni lasti. Ob tem dejstvu in ugotovitvi, da preostala ponudba po razvitosti ni primerljiva in zahteva sistematična vlaganja v osnovno infrastrukturo, je nujno usklajeno delovanje Občine in njenega upravljavca turizma na ravni vsebine s kadrovsko pomočjo in finančno podporo.

3. ANALIZA STANJA

Z analizo stanja turizma na destinaciji Postojna smo ugotavljali, v kakšnem obsegu in kako uspešno so bili v minulem šestletnem obdobju uresničeni zastavljeni ukrepi po področjih delovanja, kateri kazalniki uspešnosti so bili doseženi in kateri ne. Analiza podaja statistično sliko kazalnikov in prikazuje prihodke od turizma ter vlaganja v občinski turizem. Pri oceni analize stanja minulega obdobja je potrebno upoštevati upad turističnega prometa in aktivnosti zaradi pandemije Covid-19 v letih 2020 in 2021, kar je na uspešnost doseganja rezultatov precej vplivalo.

3.1. URESNIČEVANJE STRATEGIJE TURIZMA OBČINE POSTOJNA 2018–2023

Uresničevanje prejšnje strategije (2018–2023) je prikazano skozi realizacijo akcijskega načrta 2018–2023, v katerem so zapisani vsi ukrepi po področjih in znotraj ukrepov še posamezne aktivnosti. Pri vsaki od predvidenih aktivnosti je prikazan opis stanja realizacije, iz katerega je razvidno, ali je bila aktivnost realizirana, delno realizirana ali ni bila realizirana. Kvantitativno je stanje realizacije ukrepov razvidno v spodnji tabeli. V nadaljevanju je podan tudi vsebinski opis uresničevanja strategije skozi akcijski načrt.

Tabela 1: Realizacija ukrepov iz strategije turizma 2018–2023 po področjih delovanja

	POSTOJNSKA JAMA	v %	PRODUKTI	v %	INFRA- STRUKTURA	v %	LJUDJE	v %	UPRAVLJANJE IN TRŽENJE	v %	SKUPAJ	v %
Realizirano	4	22,2	17	27,4	2	8,0	5	55,6	14	43,8	42	28,8%
Delno realizirano	8	44,4	15	24,2	11	44,0	2	22,2	10	31,3	46	31,5%
Ni realizirano	6	33,3	30	48,4	12	48,0	2	22,2	8	25,0	58	39,7%
Skupaj	18	100	62	100	25	100	9	100	32	100	146	100

Slaba tretjina ukrepov je bila realizirana v celoti, nadaljnja tretjina ukrepov je bila delno ali realizirana na drugačen način, medtem ko je nerealiziranih ostalo 40 odstotkov zastavljenih nalog.

Največ ukrepov je bilo realiziranih na področjih Ljudje ter Upravljanje in trženje, medtem ko je bila realizacija najslabša na področjih Infrastruktura in Produkti, kjer beležimo skoraj polovico nerealiziranih ukrepov.

V nadaljevanju bomo na kratko povzeli vsebinsko poročilo o realizaciji Akcijskega načrta po zastavljenih področjih ukrepov, iz katerega deloma izhajajo tudi razlogi za nerealizacijo².

Področje Upravljanje in trženje

Z vidika uresničevanja upravljavskih nalog, določenih v strategiji turizma, je bilo delo uspešno. V sodelovanju z Občino, RRA Zeleni kras in drugimi pristojnimi institucijami so se izvajali skoraj vsi ukrepi: od priprave, izvajanja in spremljanja letnih akcijskih načrtov, promocije turistične vizije deležnikom, usposabljanja in izobraževanja ponudnikov, dvigovanja kompetenc delavcev v turizmu do redne komunikacije s ponudniki in motiviranja ponudnikov za trajnostno ponudbo. Občina je pri prijavi projektov na razpise s področja turizma sledila akcijskemu načrtu iz strategije. Občina oz. Turizem Postojna sta uspešno nadaljevala prizadevanja za trajnostni razvoj turizma in implementacijo trajnostnih ukrepov v svoje poslovanje, za kar je destinacija v letu 2022 prejela znak Slovenia Green Destination Gold. Okoljski oziroma trajnostni certifikat so pridobili tudi trije drugi ponudniki znotraj Občine; slednje je prav tako relevantno trženjsko orodje destinacije. Dosežen je napredek pri usklajenem delovanju upravljavca turizma in občine na ravni vsebin, kadrov in financ³, pri čemer je še veliko prostora za izboljšave.

Izziv za v bodoče ostaja določitev razmerij in oblikovanje sheme upravljanja turistične ponudbe v Občini Postojna z namenom usklajenega delovanja in optimizacije vlaganj. Kot izhaja iz poročila o realizaciji akcijskega načrta – s

²Stanje je podrobno prikazano v prilogi 1: Realizacija akcijskega načrta strategije 2018–2023.

³Podatki o prihodkih od turizma in vlaganja vanj so javno dostopni v obliki letnih preglednic, objavljenih na spletni strani Turizma Postojna. Podatki se predstavijo na letnih srečanjih turističnega gospodarstva.

strani deležnikov (največji ponudnik, Turizem Postojna, RDO Postojnska jama-Zeleni kras) zadostnega sodelovanja v tej smeri ni bilo.

Področje Trženje

Trženje ponudbe destinacije Postojna se je v pretežni meri navezovalo na trženje destinacije Zeleni kras, zato znamka Visit Postojna pri trženju ni bila v ospredju. Analiza izvajanja omenjene strategije je pokazala, da glavne aktivnosti v sklopu ukrepa pozicioniranja turistične ponudbe Občine niso bile realizirane. Razlog za to je neizvedena določitev hierarhije pojavljanja blagovnih znamk v destinaciji Zeleni kras, k čemur se zaradi pomanjkanja interesa s strani vodilne destinacije Zeleni kras še ni pristopilo.

Področje Ljudje

Zaradi nezmožnosti doseganja primerne dogovora predlagan ukrep za nadgradnjo prireditve TD Postojna ni bil realiziran, medtem ko je pozitivne premike mogoče zaznati pri vključevanju ostalih društev v turistično ponudbo (Erazmovi dnevi v Pudguri, kulinarčni dogodki). K aktivnostim v smeri vzpostavitve novega izobraževalnega programa na področju turizma se ni pristopilo. Uspešno so se v sodelovanju z RDO in drugimi institucijami izvajala izobraževanja turističnih ponudnikov; s programi PIP Postojna je bila v turizmu spodbujena inovativna podjetniška dejavnost (novi ponudniki turističnih storitev), medtem ko je bilo aktivnosti za dvig zavesti lokalnega prebivalstva o turizmu premalo. Prek turističnega krožka je bilo vzpostavljeno sodelovanje z eno od osnovnih šol, s srednjo šolo so v PIP-u razvijali poslovne ideje v turizmu, prek projektov TZS pa so bili v turizmu vključeni tudi najmlajši.

Področje Infrastruktura

Na področju infrastrukturnih ukrepov je bila destinacija manj uspešna. Pri tem je potrebno upoštevati, da je bilo v času priprave analize stanja kar nekaj investicij v pripravljalni fazi, slednje so se začele realizirati konec leta 2023 ali v začetku leta 2024 (npr. ureditev turistične infrastrukture v Planini, boljša dostopnost in zelena mobilnost v Predjami). Lokalni javni krožni promet, ki naj bi povezal turistične točke Občine, je bil deloma vzpostavljen z vpeljavo avtobusnega prevoza na trasi Planina-Postojna (več točk)-Predjama in nazaj.

Na območju Postojne se k urejanju vstopnih točk javnega prometa in označevanju poti z železniške in avtobusne postaje do mesta in proti Postojnski jami še ni pristopilo, medtem ko je bilo urejeno javno stranišče v središču mesta. Najbolj je bila destinacija uspešna pri urejanju kolesarske infrastrukture. Zgrajeni so bili štirje odseki kolesarskih poti v skupni dolžini 10.446 metrov, ki bodo odslej povezovali Postojno z okoliškimi kraji. To je prvi korak k povezovanju kolesarskih poti s sosednjimi občinami in pomeni začetek uresničevanja sprejete Celostne prometne strategije Občine Postojna v okviru stebra Kolesarjenje. S tlačilnimi poligoni je bila nadgrajena Grajska kolesarska pot, prav tako je bil zgrajen MTB park ter razgledišče na Soviču. Izvedena je bila tudi označitev dveh kolesarskih poti (Erazmova in Jelenova) ter pohodniške Zmajeve poti. Zaključena ali v zaključni fazi je izgradnja treh postajališč oziroma parkirišč za avtodome, in sicer v Postojni (6 PZA), na Prepihu (4 PZA) in v Planini – dve parkirišči za avtodome.

Področje Produkti

V sklopu področja Postojnska jama, kjer si je strategija zastavila izboljšanje povezav med Postojnsko jamo in mestom Postojna ter povečanje privlačnosti samega mesta, je bilo opravljenih več aktivnosti, precej pa jih je še v teku. Tako je Občina uredila sprehajalno pot s počivališči ob reki Pivki, prenovila Tržaško cesto, kjer je sedaj več prostora, namenjenega pešcem ter kolesarjem in manj avtomobilom. Poskrbljeno je za talni taktilni vodilni sistem za slepe in slabovidne. Urejena je bila peš in kolesarska pot na Soviču, ki vključuje tudi Veliki Otok, manjka pa še povezava do Betalovega spodmola. Pripravljena je idejna zasnova štirih sprehajalnih krožnih poti po Postojni in okolici – realizacija je v fazi pridobivanja dovoljenj. Gibalno oviranim prijazna pešpot od Postojnske jame do mesta še ni bila realizirana. Tudi na področju aktivnega upravljanja mestnega središča sta Občina in Turizem Postojna pristopila k večini načrtovanih nalog, čeprav predviden Načrt upravljanja mestnega središča in aktivnosti oživljanja ni bil izdelan. Kljub temu, da se skuša z različnimi aktivnostmi in prireditvami oživljati mestno središče, bi bilo bolj učinkovito k aktivnostim pristopati na podlagi izdelanega celovitega načrta. Na mestnih tematskih poteh, ki povezujejo lokacije TIC, SGLŠ, Mestno knjižnico, OŠ Miroslava Vilharja, Inštitut za raziskovanje krasa ZRC SAZU, Spominsko sobo Alojza Kraigherja, Salon Ozbič, Notranjski muzej Postojna in hrib Sovič, so postavljene oznake točk s

QR kodami. Z digitalizacijo mestne poti imajo tako domačini kot obiskovalci možnost samostojnega raziskovanja slikovite mestne poti in njenih zgodb. Na Soviču so urejene razgledne ploščadi in označene poti, medtem ko dostop do razgledne točke na Koči Mladika še ni označen. Uspešno je bila realizirana tudi v prejšnji strategiji načrtovana obnova in oživitev brivsko frizerskega salona Ozbič, ki daje mestu identiteto in dopolnjuje kulturno ponudbo. Salon Ozbič naj bi bil del t. i. muzejske četrti, ki bi povezovala še Notranjski muzej, Srebotnjakovo hišo, Hišo Luke Čeča in Kraigherjevo sobo. Ukrep ostaja nerealiziran.

KAZALNIKI USPEŠNOSTI PO PODROČJIH DELOVANJA

Strategija si je za ugotavljanje uspešnosti svojega uresničevanja zastavila kazalnike, s katerimi ocenjujemo napredek, ki je bil dosežen v šestletnem obdobju.

Tabela 1: Pregled doseganja najpomembnejših kazalnikov uspešnosti po področjih delovanja iz strategije 2018–2023

Kazalniki	2018	2022/2023	Doseženo/trend
Splošni			
Povečanje števila nočitev s hkratnim podaljšanjem dobe bivanja	164.425 1,56	128.738 1,51	Ne (Covid-19) Ne (Covid-19)
Vsaj ena investicija Občine večjega obsega na dve leti z neposrednim vplivom na turistično ponudbo, 100.000+	√	Obnova Tržaške ceste, Kras revita, kolesarska pot Postojna-Hruševje-Grobišče, Obnova Ravbarjevega stolpa III/1 faza	Da
Letno ena investicija Občine manjšega obsega z neposrednim vplivom na turistično ponudbo – možno prekrivanje z ukrepi drugih strategij	√	√	Da

Postojnska jama			
Število turističnih aktivnosti v Občini, ki so del ponudbe Parka PJ		2: sprehodi grajske gospode pri Predjamskem gradu – društvo Kašča, Furmanski praznik pri Postojnski jami	Da
Število turističnih aktivnosti v Občini, ki so dostopne obiskovalcem Parka PJ in niso del ponudbe Parka PJ		TIC Postojna in Predjama, prireditve v mestu: Poletni utrip, Zmaj 'ma mlade, Poznaš Postojno, Postoj na živi ulici, Furmanski praznik, ogledi Planinske jame, ogledi Muzeja krasa in drugih razstav v muzeju, vodenja po mestu, ogled Salona Ozbič itd.	Da
Število s turizmom posredno povezanih ponudnikov v mestnem središču	14	18	Da
Število obiskovalcev v TIC-ih	18.099	6.410	Ne (Covid-19 in splošen trend upada fizičnega obiska TIC-ev)
Produkti			
Število celovitih proizvodov znotraj posameznega produkta,	2	2	Ni povečanja

ki jih je moč tržiti; število plačljivih aktivnosti			
Zaokrožena ponudba enega produkta (kolesarstvo)	0	1	Da
Izposoja, polnilnice, servis koles in druge podporne storitve	0	2	Da
Število urejenih kolesarskih poti	3	8	Da
Število označenih sprehajalnih poti	1	9	Da
Število ponudnikov lokalne hrane	4	6	Da
Infrastruktura			
Število zasebnih naložb v nove ali celovito prenovljene objekte turistične infrastrukture (nastanitvena in druga ponudba)		7	Povečanje
Obseg vlaganj v javno infrastrukturo z neposrednim turističnim vplivom			Naraščanje
Število ponudnikov (družbe in samostojni podjetniki), ki imajo	69 ⁴	76	Naraščanje

⁴Podatek velja za leto 2020 (Vir podatka: AJPES, metodologija SKEP GZS).

turizem za osnovno dejavnost			
Število ponudnikov, ki poleg nočitev ponujajo dodatno aktivnost (možnost celodnevne oskrbe gosta)	10	13	Naraščanje
Ljudje			
Število zaposlenih v storitvenih dejavnostih, ki so neposredno povezane s turizmom (družbe in s.p.)	290 ⁵	281	Upad
Udeležba zaposlenih v storitvenih dejavnostih, ki niso neposredno povezane s turizmom (bencinski servisi, banke, trgovine) ter na izobraževanjih o lokalni in regijski turistični ponudbi	0	0	Ne
Vključenost društev v stalno turistično ponudbo	2	4	Da
Število aktivnosti TD Postojna	3	3	Enako
Število članov TD Postojna	150	150	Enako
Nov študijski program s področja storitvenih dejavnosti v turizmu			Ne (ni bilo aktivnosti)

⁵Podatek velja za leto 2020 (Vir podatka: AJPEŠ, metodologija SKEP GZS).

Upravljanje in trženje			
Povečanje proračuna za upravljanje in trženje – sredstva ustanovitelja	129.787	184.677	Da
Povečanje proračuna za upravljanje in trženje – zasebna sredstva			Ne
Povečanje proračuna za upravljanje in trženje – samostojno pridobljena sredstva (ne od ustanovitelja)		Evropski projekti	Da
Ocena zadovoljstva turističnih ponudnikov z delovanjem ZZT		80 % anketiranih ponudnikov je izrazilo zadovoljstvo z delom Turizem Postojna.	Doseženo in narašča
Neodvisne objave v medijih			Povečanje

3.2. STATISTIČNI PODATKI ZA OBDOBJE 2018-2022

Statistična slika turističnega obiska destinacije Postojna v obdobju 2018–2022 zajema prikaz števila obiskovalcev, števila prihodov in nočitev, nočitev po državah prihoda, razporeditev prihoda po mesecih, nastanitvene zmogljivosti ter zasedenost nastanitvenih kapacitet.

Za vse podatke velja, da odražajo izrazit padec v letih 2020 in 2021, kar je posledica pandemije Covid-19; v letu 2022 že sledi znatno okrevanje, ki sicer še ne dosega številke rekordnega leta 2019.

Vse znamenitosti, ki jih upravlja podjetje Postojnska jama, d.d. so v letu 2022 zabeležile 1.025.258 obiskov, od tega je Postojnsko jamo obiskalo 611.207 gostov, kar pomeni, da je bila v primerjavi z letom 2019 dosežena 70- oz. 75-odstotna raven obiska pred pandemijo. Opaziti gre prav tako, da se v strukturi vseh obiskovalcev v Parku Postojnska jama povečuje delež obiskovalcev Predjamskega gradu, pa tudi drugih manjših znamenitosti (Vivarij Proteus, EXPO). Tudi znamenitosti izven Parka Postojnska jama (Notranjski muzej in Planinska jama) beležita rast obiska, za obe ponudbi pa velja, da sta v t. i. koronskih letih zabeležili manjši padec obiska, saj ju je namesto tujih obiskalo več domačih turistov. Obisk teh dveh znamenitosti sicer predstavlja zgolj 1,5 odstotka obiskovalcev Postojnske jame.

Zelo raznolika narodnostna struktura obiskovalcev Postojnske jame se je po kriznih letih začela spreminjati in postaja bolj podobna strukturi, kot so jo poznali do leta 2019. Počasi se odpirajo tudi oddaljeni trgi, kot je Daljni vzhod. Večji premik pa je viden na vseh evropskih trgih, ki so najbolj pomembno tržišče. Med vsemi obiskovalci so v letu 2022 zabeležili največ gostov iz Italije (17 %), Nemčije (15 %) in Slovenije (11 %). Sledijo jim predvsem gostje iz sosednjih držav (27 %) in glavnih evropskih trgov (36 %). Iz neevropskih držav se je delež povzpел na 10 %.⁶

Zelo podobno sliko kaže pregled narodnostne strukture nočitev v destinaciji. Pri tem prvo mesto z enakim odstotkom (13,7 %) zasedajo turisti iz Nemčije in Italije, na tretjem mestu so Slovenci (11,5 %), sledijo pa Francija, Madžarska,

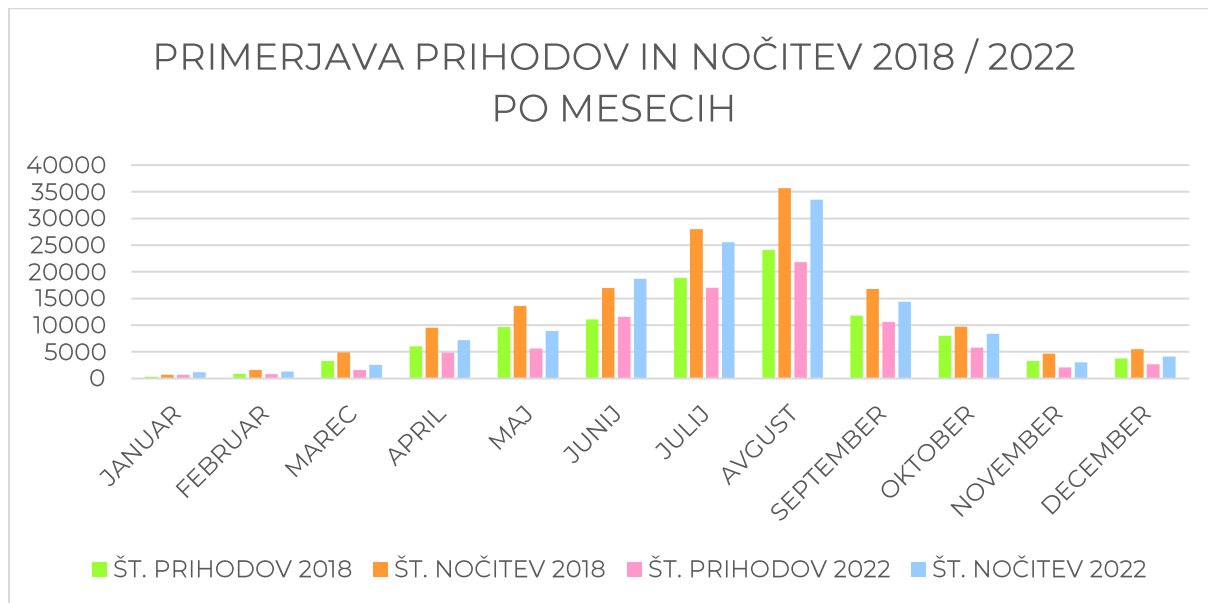
⁶Povzeto iz Letnega poročila družbe Postojnska jama, d.d. za leto 2022.

Poljska, Češka, Nizozemska, Avstrija in Romunija. V primerjavi z letom 2018 gre v 2022 opaziti porast turistov iz Francije in Nizozemske.

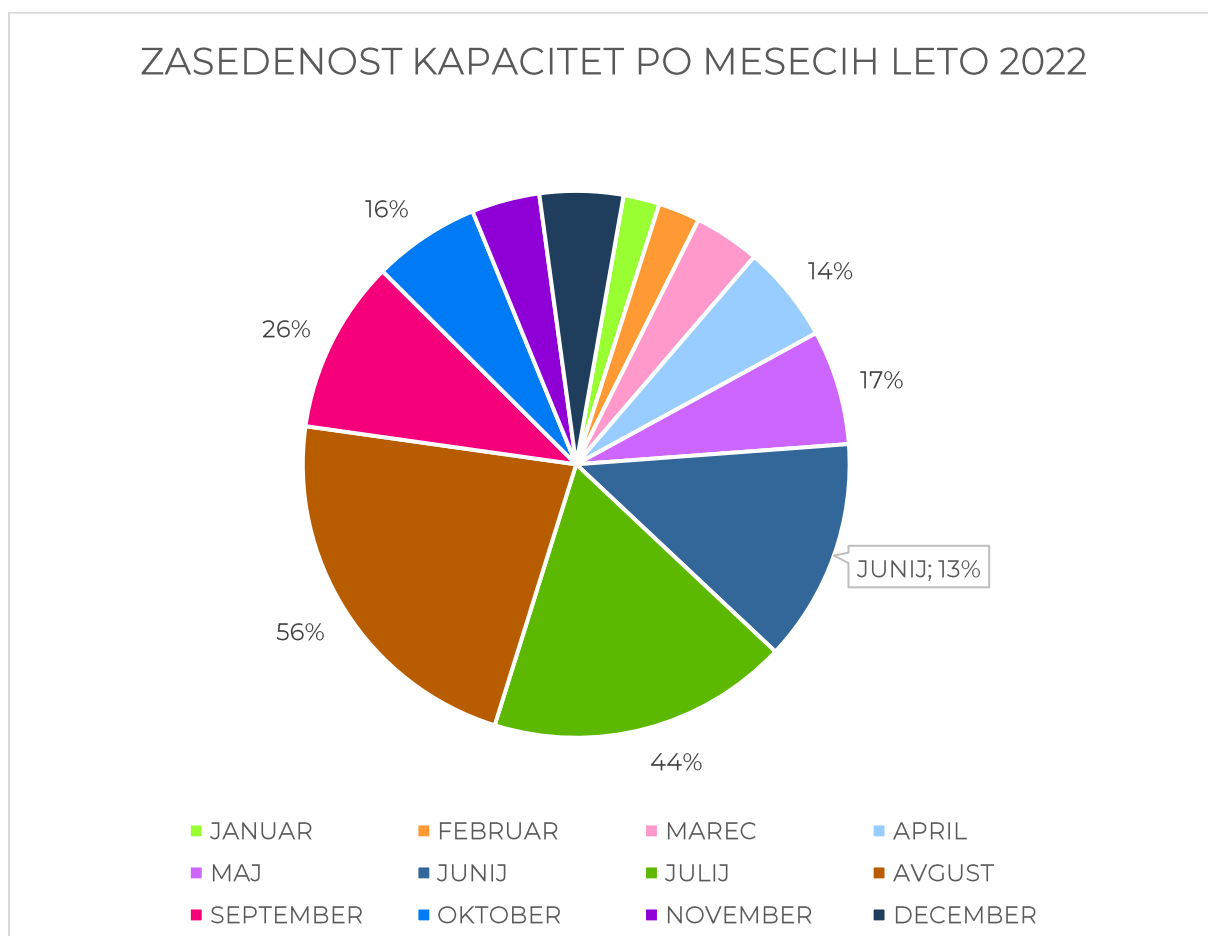
Analiza nočitev za obdobje 2018–2022 razkriva naslednje ugotovitve:

- Povprečna doba bivanja se pri domačih gostih giblje okoli dva dni, pri tujih turistih pa nekaj več kot 1,5 dneva in ne narašča, kar dokazuje pretežno tranzitno naravo turizma.
- Močno prevladujejo tuji turisti, saj le dobro desetino nočitev opravijo domači gosti.
- Delež prihodov glede na število obiskovalcev Postojnske jame znaša slabih 14 odstotkov (2022) in se je v primerjavi z letom 2018 povečal za dober odstotek, kar pomeni, da se več obiskovalcev Postojnske jame odloča za nočitev na destinaciji.
- Primerjava nočitev po mesecih kaže, da je v dveh poletnih mesecih realizacija nočitev 46-odstotna, kar uvršča Postojno (in tudi Zeleni kras) med destinacije, ki so sezonskosti bolj izpostavljene (indeks sezonskosti teh destinacij se giblje med 40 in 60 %). Za destinacije, ki se s sezonskostjo uspešno spopadajo, velja, da vsaj 70 % prenočitev zabeleži izven dveh najbolje obiskanih mesecev.
- Med vrstami turističnih nastanitev največji delež predstavljajo hoteli in hostli (40 %) in se je od leta 2018 povečal za skoraj 5 %, na drugem mestu so sobe in apartmaji (37 %), sledijo kampi in glampingi s 15,4-odstotnim deležem, najmanj ležišč je na turističnih kmetijah (7,3 %), kjer je število ležišč od 2018 celo nekoliko upadlo.
- Povprečna zasedenost turističnih kapacitet v destinaciji je 21 %, kar je pod slovenskim povprečjem (35 %). Zasedenost kapacitet je najvišja v mesecih avgust, julij, september in oktober, pri čemer le v avgustu dosega več kot 50-odstotno zasedenost, kar pomeni, da kapacitete po obsegu zadostujejo.

Graf 1: Primerjava prihodov in nočitev (vsi) po mesecih za obdobje 2018–2022



Graf 2: Zasedenost turističnih kapacitet po mesecih za leto 2022



Občina v primerjavi z regijo Zeleni kras in Slovenijo

Občina Postojna je del vodilne destinacije Zeleni kras, ki jo sestavljajo še občine Bloke, Cerknica, Ilirska Bistrica, Loška dolina in Pivka. Skupaj nastopajo pod znamko območja Zeleni kras, pod okriljem katere razvijajo skupne regijske turistične produkte in jih tržijo prek spletne platforme Zeleni kras ter preko drugih tržno-promocijskih kanalov oziroma orodij. Občina Postojna v destinaciji Zeleni kras ustvari prevladujoč delež nočitev (dobrih 63 % v 2022), ki je še višji pri tujih gostih (68 %). Pa vendar podatki v primerjavi z letom 2018 kažejo, da se delež nočitev destinacije Postojna v strukturi vseh nočitev destinacije Zeleni kras niža (2018 je znašal 76 %), kar pomeni, da ponudba ostalih občin v regiji privlači vedno več turistov. Pomembna ugotovitev je, da imajo vse preostale občine višjo povprečno dobo bivanja, ki znaša po podatkih leta 2022 od 2,62 dneva (Občina Cerknica) do 1,69 dneva (Občina Pivka), medtem ko je v Postojni na račun prevladujočih enodnevnih nočitev povprečna doba bivanja najnižja (1,54). Slovenija je imela v 2022 povprečno dobo bivanja 2,6 dneva.

V Sloveniji je bilo v 2022 zabeleženih 15,6 milijona nočitev. Postojna z ustvarjenimi 128.738 nočitvami k temu številu prispeva 0,8-odstotni delež in je med slovenskimi občinami na 16. mestu.

3.3. PRIHODKI OD TURIZMA IN VLAGANJA V TURIZEM

PRIHODKI OBČINE POSTOJNA IZ NASLOVA TURIZMA

Občina ima več virov prihodkov od turizma: koncesijska dajatev družbe upravljavke Postojnske jame, dividende od deleža Občine v družbi Postojnska jama, d.d., turistična taksa in prihodki od koncesijskih dajatev s strani posebnih iger na srečo.

Koncesijska dajatev je največji prihodek Občine iz naslova turizma. Gre za letno dajatev upravljavca Postojnske jame, Postojnska jama, d.d., ki jo določa Uredba o koncesiji za rabo naravnih vrednot Postojnski jamski sistem in Predjamski jamski sistem⁷. Občina lahko prejeta koncesijska sredstva prosto razpolaga v višini 84 odstotkov, preostali delež pa mora nameniti investicijam v lokalno infrastrukturo. Ta vir je v letu 2022 znašal 1.309.612 EUR.

Lastniški delež Občine Postojna v družbi Postojnska jama, d.d., ki je nosilka koncesije, znaša 25,10 %; za dividende pa je mogoče nameniti največ 25 % čistega dobička družbe. V letih od 2018 do 2023 je Občina prejela **izplačila dividend** v višini 5.770.536 EUR.

Občina Postojna je upravičena do prejemkov iz naslova **koncesijskih dajatev od posebnih iger na srečo** na podlagi Zakona o igrah na srečo.⁸ Občina Postojna namreč sodi v eno od zaokroženih turističnih območij, znotraj katerega se občine dogovorijo o višini deležev koncesijske dajatve, ki jih prejme posamezna lokalna skupnost, in sicer s posebno pogodbo. Prihodek iz tega naslova se usmerja v urejanje prebivalcem prijaznejšega okolja in turistično infrastrukturo. Ta vir Občini Postojna letno prinese okoli 250.000 EUR in je višji kot prihodek od turistične takse.

Po Pogodbi o najemu kulturnega spomenika Predjamski grad in aneksu k tej pogodbi je prihodek Občine Postojna tudi fiksni znesek (45.000 EUR), ki ga Postojnska jama, d.d. plačuje za vlaganja v lokalno komunalno

⁷Uredba o koncesiji za rabo naravnih vrednot Postojnski jamski sistem in Predjamski jamski sistem (Uradni list RS, št. [77/02](#), [41/04](#) – ZVO-1, [66/07](#), [104/20](#) in [44/22](#) – ZVO-2).

⁸Zakon o igrah na srečo (Uradni list RS, št. [14/11](#) – uradno prečiščeno besedilo, [108/12](#), [11/14](#) – popr. in [40/14](#) – ZIN-B).

infrastrukturo, prevoze obiskovalcev in urejanje prostora na območju Predjame.

Po Odloku o turistični taksi in promocijski taksi v Občini Postojna⁹ je **turistična taksa** prihodek proračuna Občine Postojna, medtem ko promocijski del takse odvajajo STO-ju za nacionalno promocijo turizma. Po veljavnem odloku znaša za mesto Postojna 1,60 EUR, za ostale kraje v Občini pa 1,00 EUR na osebo na dan. Promocijska taksa se obračuna poleg turistične takse in znaša 25 odstotkov zneska obračunane turistične takse. Turistična taksa se plačuje od opravljenih nočitev. Ta vir je v letu 2022 znašal 142.854 EUR.

Tabela 2: Prihodki proračuna Občine Postojna iz naslova turizma

Vir/leto/ v EUR	2018	2019	2020	2021	2022
Koncesijska dajatev	1.389.708	1.520.196	684.469	35.634	1.309.612
Dividende ¹⁰	325.714	424.772	2.510.015	0	0
Prihodki po najemni pogodbi za Predjamski grad	45.000	45.000	45.000	45.000	45.000
Koncesijska dajatev od posebnih iger na srečo	258.031	251.310	146.100	103.041	230.641
Turistična taksa	131.117	195.316	55.354	76.607,78	142.854,12
Skupaj	2.149.570	2.436.594	3.440.938	260.283	1.728.107

⁹Odlok o turistični taksi in promocijski taksi v Občini Postojna, Uradni list RS št. 86/2018.

¹⁰ V letu 2021 in 2022 ni bilo priliva v občinski proračun iz tega naslova, v letu 2023 sta bili dve plačili v proračun v skupnem znesku 2.510.015 EUR.

Kot kažejo podatki, prihodki proračuna Občine Postojna iz naslova turizma po letih precej nihajo, na kar najbolj vpliva izplačilo dividend. Ne glede na to so prihodki visoki in omogočajo tudi obsežnejša vlaganja v infrastrukturo turizma in ostale dejavnosti za podporo turizma. Po drugi strani pa nihanja v prihodkih, na katera Občina nima vpliva, ne omogočajo zanesljivih načrtovanj finančnih konstrukcij projektov.

VLAGANJA V TURIZEM IZ PRORAČUNA OBČINE

Tabela 3: Poraba sredstev koncesnine

	2018	2019	2020	2021	2022
Koncesijska dajatev	1.389.708	1.520.196	684.469	35.634	1.309.612
Namen- programi v okviru sprejetega proračuna	1.170.000	1.290.347	587.181	/	1.091,978
Namen – investicije v infrastrukturo	219.708	229.849	97.288	35.634	217.634

Sredstva koncesnine se primarno vlagajo v različne programe v okviru sprejetega proračuna; zgolj približno 15 odstotkov teh sredstev se letno nameni za investicije v infrastrukturo, ki se financirajo tudi iz drugih finančnih virov. Seznam investicij v infrastrukturo, izvedenih tudi s pomočjo sredstev koncesnin, je bil v obdobju 2018–2021 sledeči:

- Ureditev komunalne opreme Prestranek-Rakitnik III. faza
- Urejanje komunalne infrastrukture v Hraščah
- Urejanje Tržaške ceste v Postojni.

Prihodki iz naslova najemne pogodbe za Predjamski grad se namensko vlagajo v infrastrukturo vasi Predjama, od leta 2021 (aneks) pa je upravičen namen tudi sofinanciranje avtobusnih prevozov na relaciji Postojna-Predjama.

Prihodki iz naslova turistične takse se skladno z Zakonom o spodbujanju razvoja turizma namensko porabijo za: dejavnost in prireditve turističnih društev (TD Postojna, TD Pudgura in TZ Kras, Brkini, Notranjska), razvoj in vzdrževanje turistične infrastrukture (kolesarske in pešpoti), program dela in delovanje Turizem Postojna, prireditve v organizaciji Občine.

Prihodki iz izplačanih dividend lastniškega deleža Postojnske jame, d.d. se vlagajo v infrastrukturne projekte Občine in druge programe integralnega proračuna.

Občina Postojna preko vsakoletnih javnih razpisov za pospeševanje razvoja podjetništva dodeljuje tudi sredstva podjetnikom, ki delujejo na področju gostinstva in turizma. Ukrepi so različni, od spodbujanja zasebnih investicij v razširjanje in razvoj, pomoč pri začetnem zagonu podjetij, do sofinanciranja stroškov najemnin podjetnikov v inkubatorju in sofinanciranje plačila komunalnega prispevka oziroma stroška nakupa zemljišča. Pregled razdeljenih sredstev po javnih razpisih kaže, da gre v večini za relativno nizke spodbude, ki pa vendarle predstavljajo določeno podporo malemu gospodarstvu.

PRORAČUN TURIZEM POSTOJNA

OE Turizem Zavoda Znanje Postojna deluje na območju Občine Postojna kot lokalna turistična organizacija za izvajanje javne službe pospeševanja turizma, oblikovanje celovite turistične ponudbe, spodbujanje razvoja turistične infrastrukture, promocije celovite turistične ponudbe in informiranja obiskovalcev. V celoti se financira iz proračuna Občine Postojna.

Tabela 4: Proračun Turizem Postojna (Zavod Znanje, OE Turizem)

Leto	Za delovanje	Za program	skupaj
2018	64.787,00 €	65.000 €	129.787,00 €
2019	82.905,08 €	80.000 €	162.905,08 €
2020	89.682,07 €	80.000 €	169.682,07 €
2021	98.251,96 €	60.000 €	158.251,96 €
2022	98.251,96 €	60.000 €	158.251,96 €
2023	114.677,18 €	70.000 €	184.677,18 €

Kratek povzetek analize stanja

Analiza turizma v Občini Postojna za obdobje 2018–2022 razkriva različne trende in izzive. V letih 2020 in 2021 je pandemija COVID-19 močno vplivala na turizem, kar je povzročilo znaten upad obiskovalcev in prihodkov Občine iz naslova turizma. Kljub temu je bilo izvedenih več pozitivnih ukrepov v skladu s strategijo turizma, zlasti na področju vključevanja lokalnega prebivalstva in izboljšanja upravljanja ter trženja destinacije. Razvojni koraki na področju upravljanja turizma Občine Postojna torej kažejo pozitivne premike, vendar je bilo vlaganj tako v kadre, programe kot infrastrukturo premalo, da bi dosegli večji razvojni preboj.

Infrastruktura in razvoj turističnih produktov sta bila manj uspešni področji, ki potrebujeta dodatno pozornost. Izpostavlja se potreba po nadgradnji in boljši usklajenosti turistične ponudbe ter povečanju prepoznavnosti Postojne kot privlačne turistične destinacije. Poseben poudarek je na razvoju trajnostnega turizma in izboljšanju izrabe obstoječih kapacitet.

Za prihodnjo strategijo so ključna priporočila usmerjena v boljše povezovanje turističnih akterjev, nadaljnji razvoj trajnostnega in doživljajskega turizma, izboljšanje infrastrukture ter nadaljnje trženje destinacije s poudarkom na digitalni promociji in vključevanju inovativnih tehnologij. Predlagane so tudi aktivnosti za boljše vključevanje lokalnega prebivalstva in povečanje njihove vloge v turističnem razvoju.

Celotna analiza vključuje tudi podrobne statistične podatke. Povečuje se obisk v spomladanskih in jesenskih mesecih, kljub temu pa indeks sezonskosti zaradi tranzitne narave turizma z viški v poletnih mesecih še vedno ni ugoden. Povečuje se število turističnih ponudnikov, zlasti ponudnikov nastanitev, kjer se kakovost viša. Povprečna doba bivanja se ne povečuje, rahlo pa se povečuje delež prihodov glede na število obiskovalcev Postojnske jame, kar je pozitivno.



Mesto Postojna iz razgledne točke na Soviču

4. METODOLOGIJA PRIPRAVE NOVE STRATEGIJE

Priprava nove strategije je potekala od junija do decembra 2023. Za pripravo analitičnega in strateškega dela smo uporabili različne metode: anketiranje, poglobljene pogovore, namizne raziskave, sestanke in posvetovanja z naročnikom.

4.1. ANKETIRANJE

Izvedli smo tri različne spletne ankete: med turističnimi ponudniki oziroma turističnim gospodarstvom Občine, društvu, ki se primarno ukvarjajo s turistično ali turizmu komplementarno dejavnostjo, ter prebivalci Občine.

Spletno anketiranje je potekalo od konca julija do sredine oktobra preko spletnega orodja 1KA. Vprašalnik za ponudnike je bil poslan na 186 elektronskih naslovov. Prejeli smo 44 izpolnjenih anket, kar predstavlja 24-odstotni odziv. Vprašalnik za društva je bil poslan na 22 elektronskih naslovov. Prejeli smo osem izpolnjenih anket, kar predstavlja 36-odstotni odziv. Namen anketiranja je bil pridobiti sliko položaja zasebnega in civilnega turističnega sektorja, njihovo oceno sedanjega položaja turizma v Občini kot tudi stališča in predloge za nadaljnji razvoj turizma. Analizi odgovorov obeh spletnih vprašalnikov, ki ju povzemamo v nadaljevanju, sta bili smiselno uporabljeni in upoštevani v analitičnem in strateškem delu dokumenta.

V pripravi strategije smo smiselno upoštevali tudi ugotovitve analiz anketiranja obiskovalcev, ki ga vsako leto opravi Turizem Postojna v okviru aktivnosti ZSST.

4.2. POGLOBLJENI INTERVJUJI

Opravljenih je bilo 15 poglobljenih intervjujev z deležniki na različnih področjih iz javne, zasebne in civilne sfere, v katerih je sodelovalo 21 sogovornikov¹¹. Cilj individualnih pogovorov s ključnimi akterji na področju turizma je bil pridobiti poglobljen vpogled v razvojne izzive na posameznih področjih delovanja, slišati predlagane rešitve in preveriti strinjanje s predlaganimi usmeritvami in ukrepi.

4.3. STATISTIČNI PODATKI, RAZVOJNI DOKUMENTI IN POROČILA

Pri delu smo uporabili razpoložljive statistične podatke iz različnih virov (Občina, Turizem Postojna, RRA Zeleni kras, SURS, AJPES), pregledali smo veljavne razvojne in druge dokumente Občine (prometna strategija, strategija digitalizacije, VISOP, analiza ranljivosti turizma zaradi podnebnih sprememb) in regije (RRP Primorsko-notranjske regije, Strategijo razvoja turizma v destinaciji Zeleni kras) ter države (Strategija slovenskega turizma, Strategija digitalne preobrazbe slovenskega turizma).

Pri analitičnem delu smo izhajali iz poročila o izvajanju Akcijskega načrta strategije turizma Občine Postojna 2018–2022, letnih programov dela in letnih poročil o delovanju Turizem Postojna in RDO, poročil o porabi turistične takse, pregleda razdeljenih sredstev po občinskih razpisih za pospeševanje razvoja podjetništva (gostinstvo, turizem) 2018–2023 ter poročil o izvedenih občinskih projektih na področju turizma ter s turizmom povezanih področjih v zadnjih petih letih.

Strategija upošteva in se vsebinsko smiselno umešča v regijsko strategijo turizma¹² in nacionalni razvojni okvir turizma ter obenem sledi globalnim trendom v turizmu.

¹¹Seznam je dostopen na Zavod Znanje Postojna, OE Turizem.

¹²Strategija razvoja turizma v destinaciji Zeleni kras 2022–2027, RRA Zeleni kras.

4.4 ANALIZA STALIŠČ IN PRIČAKOVANJ DELEŽNIKOV

Glavni poudarki analize anketiranja turističnih in sorodnih društev

- Starostni razpon članov v teh društvih je zelo širok (15–85 let), težave s pridobivanjem mladih članov so prisotne pri obeh turističnih društvih.
- Najpogostejše težave, s katerimi se srečujejo, so premajhna angažiranost članov, premalo vodnikov, nezainteresiranost mladih, finančne in kadrovske težave ter administracija.
- Velika večina društev (86 %) meni, da so lahko zanesljiv partner pri oblikovanju turistične ponudbe Občine in zato vidijo v svoji dejavnosti velik ali srednje velik potencial.
- Kar 71 % jih odgovarja, da upoštevajo smernice za organizacijo trajnostnih dogodkov, 14 % pa jih o tem razmišlja.
- Velika večina jih meni, da se njihov program delno ali v celoti ujema z želeno podobo Občine kot trajnostno naravnane destinacije, ki ponuja edinstvena doživetja krasa in večina tudi ve, da je Postojna nosilka trajnostnega znaka Slovenia Green Destination.
- Po mnenju društev v ponudbi najbolj primanjkuje prikazov starih običajev ter izdelave in možnosti nakupa obrtnih izdelkov, nato ponudbe domače hrane in na tretjem mestu splošnega gostoljubja prebivalcev.

Glavni poudarki analize anketiranja turističnih ponudnikov

- Kar 30 odstotkov je novejših ponudnikov (do pet let), kar je glede na rast panoge pričakovano, pri čemer pa prevladujejo starejši nosilci dejavnosti (73 odstotkov starejših od 45 let), kar odpira vprašanje, kako za delo v sektorju spodbuditi mlade.
- Manj ugodna je tudi ugotovitev, da prevladujejo ponudniki, ki dejavnost opravljajo kot dopolnilno.
- Kapacitete so v povprečju dobro zasedene, širitev svoje ponudbe pa v podobnem deležu pogojujeta dva glavna dejavnika, in sicer družinski dogovor ter nadaljnji turistični razvoj Občine in regije. Petina bi ponudbo širila ob pridobitvi finančnih spodbud. Ponudbe ne namerava širiti zgolj 15 odstotkov respondentov.
- Za nadgradnjo in/ali izboljšanje svoje ponudbe so ponudniki v veliki meri pripravljeni širiti svoje znanje na področju trženja in kakovosti

ponudbe, znanja tujih jezikov, ponujati dodatno storitev, se specializirati za določeno vrsto obiskovalcev ali se posvetiti ponudbi v nizki sezoni. Nekoliko manj, a še vedno dobra polovica jih želi nadgraditi svoje znanje na področju IKT (umetna inteligenca, družbena omrežja).

- Turistična razvitost destinacije Postojna je po mnenju ponudnikov srednje do slabo razvita. Mesto ima veliko večji potencial, možnosti za izboljšave poleg gostinske ponudbe vidijo v aktivnostih na prostem in oglaševanju ponudbe za večdnevni obisk. Ponudnikom se zdi ponudba v Občini primerna za dvo- do tridnevni obisk.
- Več kot polovica ponudnikov svojo ponudbo vidi kot skladno z načrtano podobo destinacije Postojna kot trajnostno naravnane destinacije, ki ponuja edinstvena doživetja krasa.
- Turistični ponudniki vidijo daleč največji razvojni izziv turizma v podaljšanju bivanja obiskovalcev (67 %), na drugem mestu je krepitev podpornega okolja za razvoj ponudbe (33 %) in na tretjem večja avtentičnost ponudbe (27 %).
- Velika večina jih meni, da je za prihodnji trajnostni razvoj turizma dobro, da je Postojna del destinacije Zeleni kras, širšo ponudbo tudi dobro poznajo in jo priporočajo svojim gostom. Pozitivno ocenjujejo vključenost Občine in regije v ZSST, le okoli tretjina vprašanih bi sama pristopila k certificiranju svoje ponudbe, ker bi to zanje pomenilo prednost.

Glavne ugotovitve analiz anketiranja obiskovalcev (anketiranje v okviru ZSST)

- Največ obiskovalcev je zadovoljnih s ponudbo nastanitev (povp. ocena 4,9). Veliko jih je zadovoljnih tudi z občutkom varnosti, prijaznostjo in gostoljubnostjo domačinov, urejenostjo okolice, priložnostmi za pohodništvo in kolesarjenje ter ponudbo kulturnih vsebin (povp. ocena 4,8). Najmanj zadovoljni so s pretočnostjo prometa na cesti Postojna-Predjama (povp. ocena 4,2)¹³.
- Obiskovalci opažajo prizadevanja destinacije po trajnostnem delovanju, vendar bi želeli večjo količino informacij o tem, kako naj

¹³Stopnja zadovoljstva s ponudbo je izražena z oceno 1–5, pri čemer 1 pomeni zelo nezadovoljen, 5 pa zelo zadovoljen.

varčujejo z vodo in energijo in da lahko pijejo vodo iz pipe. Pogrešajo bolj ustrezen javni prevoz, več zabojnikov za ločeno zbiranje odpadkov, več informacij o lokalni hrani in hrani za vegetarijance/vegane.

- Povprečna poraba obiskovalca na dan v destinaciji znaša 112 EUR.

Glavne ugotovitve analiz anketiranja prebivalcev (anketiranje v okviru ZSST)

- Večina lokalnega prebivalstva opaža, da destinacija razvija zeleni turizem (povprečna ocena 4,3).
- Lokalno prebivalstvo je zadovoljno z delom Turizem Postojna (povprečna ocena 4,1).
- Nekoliko manj so prebivalci zadovoljni z razvojem turizma v Občini Postojna (povprečna ocena 3,8).
- Kot edino slabost turizma izpostavljajo prometne težave v visoki sezoni.
- Med izboljšavami prebivalci navajajo skupno vizijo vseh vpletenih, omejitev števila gostov v jami in gradu, višjo koncesnino od upravljanja Postojnske jame, več kulture v mestu, več gostinske in trgovske ponudbe, razvijanje outdoor turizma, več promocije na tujih trgih, več manjših ponudnikov in stalno avtobusno povezavo do Predjame.

5. OBLIKOVANJE NOVE SWOT ANALIZE

Ob pripravi prve strategije turizma Občine Postojna je bila v letu 2018 izdelana SWOT analiza, na podlagi katere so bili opredeljeni trije glavni izzivi, na katere je bilo potrebno odgovoriti:

- 1) Prevelik razkorak med razvitostjo ponudbe Parka Postojnske jame in ostalo turistično ponudbo v Občini.
- 2) Splošna gospodarska in s tem povezana turistična infrastrukturna nerazvitost ter
- 3) Razpršeno upravljanje s turizmom in nizka stopnja zavesti lokalnega prebivalstva o potencialih turizma.

Na osnovi opravljenega napredka, analize stanja ter ob upoštevanju novih okoliščin in družbenih sprememb na različnih ravneh je bila narejena preveritev in posodobitev prejšnje SWOT analize, ki je sedaj sledeča (Tabela 5).

Tabela 5: Analiza prednosti, priložnosti, slabosti in tveganj v turizmu Občine Postojna

Prednosti	Priložnosti
• Postojnska jama je svetovno znana in najbolj obiskana turistična znamenitost Slovenije s sodobnim upravljanjem in razvijajočo se ponudbo • Predjamski grad je še ena od glavnih turističnih znamenitosti Slovenije • Dobro ohranjena narava z visoko koncentracijo kraških pojavov – specifičen, atraktiven tip pokrajine	• Glavni tranzitni tok turistov preko Postojne • Visoka koncentracija obiska tudi izven glavnih poletnih mesecev • Sinergija s turistično ponudbo Postojnske jame • Svetovno središče krasoslovja • Vpis širšega kraškega območja na Unescov seznam • Sinergija s ponudbo sosednjih občin in regij

• Strateška lega na stičišču pokrajin • Ugodna klima • Lega ob avtocesti, po kateri poteka glavni tok turistov kot potencialnih gostov • V bližini veliko turističnih zanimivosti (sinergije) • Zaveza Občine k trajnostnemu turizmu	• Rast povpraševanja po počitnicah v neokrnjeni naravi • Sodelovanje in skupni nastop butičnih gostinskih ponudnikov • Neposredna bližina turističnih središč (Dunaj, Benetke, Opatija ipd.) • Zmožnost prilaganja destinacije na podnebne spremembe • Sooblikovanje programov s turističnimi agencijami • Izobraževanja ponudnikov in začetnikov z možnostjo pridobitve NPK • Priprava kriznega načrta upravljanja turizma (terorizem, naravne katastrofe)
Slabosti	Tveganja
• Z izjemo dveh glavnih turističnih znamenitosti pretežno nerazvita, razdrobljena in neprepoznavna turistična ponudba in storitve • Šibka zasebna podjetniška iniciativa • Produkt Postojnska jama ne vključuje ostale turistične ponudbe • Šibka kulinarična ponudba • Neizoblikovana ali nekoordinirana ponudba kulturnega turizma • Manjko krovne zgodbe in odsotnost trženjske strategije turizma	• Omejeno zanimanje za delo v turizmu • OSVAD kot okolijska nevarnost (onesnažena voda) • OSVAD kot komunikacijska nevarnost (neskladnost z zeleno usmeritvijo območja) • Moteči dejavniki OSVAD za turizem: hrup, navzočnost vojaških vozil, zaprte cone v naravi itd. • Preusmeritev turističnih tokov zaradi podnebnih ali geopolitičnih sprememb • Naravne katastrofe (žledolom, požar, poplave itn.) • Globalne krize (pandemije, vojna žarišča, begunci idr.)

• Nepovezana istovrstna ponudba s sosednjimi občinami (kras) • Pomanjkanje vlaganj v kadre na področju turizma • Nepovezanost oblikovalcev turizma s strokovnimi institucijami (Inštitut za raziskovanje krasa, Notranjski muzej Postojna, ZVKDS itd.) • Premalo sodelovanja med ponudniki • Neprepoznavnost turizma kot gospodarske panoge priložnosti • Nizka turistična zavest prebivalcev Občine • Pomanjkanje vlaganj v produktno infrastrukturo in storitve	• Realna izpostavljenost turizma spremembam podnebja na daljši rok (ogroženost izvajanja produkta Outdoor in druge ponudbe na prostem zaradi višanja temperatur)
---	--

Eden najpomembnejših izzivov, ki jih je pokazala analiza, je nepovezanost glavnih turističnih atrakcij s preostalo ponudbo Občine in turizmom Občine in regije. Predvsem sobodajalci ne prepoznajo vzporedne turistične ponudbe dovolj. Problematika je dolgoletna in povzroča težave pri razvojnem preboju turistične ponudbe destinacije. V skoraj vseh individualnih pogovorih je bil ta izziv izrazito izpostavljen, pri čemer so pogledi na reševanje te problematike različni. Od stališča, da se morajo javne institucije v sodelovanju s ponudniki bolj odločno in ciljno posvetiti iskanju sinergij med ponudbo družbe Postojnska jama in ostalo ponudbo Občine, do stališča, da je obstoječi model upravljanja obeh največjih znamenitosti postal nevzdržen in škodljiv za občinski turizem in lokalno skupnost ter da bi morali začeti resneje razmišljati in delovati v smeri iskanja novega modela upravljanja znamenitosti, ki bi v razvoj in odločanje vključeval skupnost. Glavni sogovornik Občine je pri reševanju tega izziva država oziroma resorni ministrstvi za naravne vire in kulturo, ki sta lastnika kulturne (Predjamski

grad) in naravne dediščine (Postojnski jamski sistem). Problematiko naslavljamo s predlaganimi ukrepi na področju Upravljanja.

6. (RE)DEFINIRANJE VIZIJE IN POSLANSTVA

V obstoječi strategiji turizma je bila vizija Občine Postojna kot turistične destinacije sledeča: *»Postati eno- ali večdnevna izhodiščna destinacija za koncentrirano izkustvo in spoznavanje mesta, tudi preko meja Občine – skozi turistično atrakcijo, druge kraške pojave, izobraževalne institucije, aktivno preživljanje časa v naravi ter izročilo in drugo kulturno dediščino«.*

Vizija na kratko se je glasila: Postati drugo ime za kras.

Skozi analizo je bilo ugotovljeno, da vizija vsebinsko gledano še vedno ustreza dolgoročnim ciljem in željam destinacije. Kras je bistvo in adut destinacije, je osrednji element njene identitete. Ni pa v viziji poudarjena zelena dolgoročna pozicija, torej kaj želimo s to identiteto doseči. Z vizijo bi nameravali tudi bolj poudariti trajnostni razvoj in lokalno vključenost ter edinstvena doživetja.

Redefinirana vizija skuša bolj jasno povzeti, kaj želi destinacija postati, po drugi strani pa naj bi bolj ambiciozno motivirala deležnike k doseganju zelenega cilja. Nova vizija na kratko se tako glasi:

»Postojna – svetovna prestolnica krasa« ali v angleškem jeziku »Postojna - Karst capital of the world«.

Predlagana vizija destinacije Postojna bo poudarila edinstvena doživetja krasa in bolj izrazito izpostavlja mednarodni pomen. Vizija krepi povezavo z lokalno skupnostjo in ohranja trajnostno naravnost.

Vizija je skladna z vizijo slovenskega turizma, ki se glasi: *»zelena butičnost, z manjšim odtisom in večjo vrednostjo za vse«.* Posodobljena vizija destinacije Postojna se ustrezno navezuje na vizijo njene glavne turistične atrakcije Postojnske jame, ki se glasi: *»Postojnska jama – osmo čudo sveta«.*

Elementi posodobljene vizije Postojna – svetovna prestolnica krasa, ki se komunicirajo so naslednji:

1. Svetovno središče za raziskovanje krasa:

- Poudarek na razvoju znanstvenih in izobraževalnih programov, ki privabljajo strokovnjake, študente ter ljubitelje naravoslovja z vsega sveta.
- Poudarek na delovanju Inštituta za proučevanje krasa¹⁴, ki dolgotrajno in uspešno razvija krasoslovje, kar je na temeljih izjemnih naravnih danosti in tradicije to organizacijo uveljavilo kot eno pomembnih mednarodnih krasoslovnih središč.
- Postojna daje Sloveniji sloves kraške in krasoslovne dežele.
- Poudarek na muzejskih prikazih vede o krasoslovju, njeni zgodovini in pomenu za turizem, ki jih ponujata Notranjski muzej in EXPO jama kras.

2. Trajnostni razvoj:

- Zavezanost k trajnostnemu turizmu, vključno z zmanjšanjem ogljičnega odtisa, spodbujanjem lokalnih praks ter uporabo obnovljivih virov energije.
- Vzpostavitev trajnostnih partnerskih programov z lokalnimi podjetji za ohranjanje okolja in spodbujanje ekoloških praks.
- Ozaveščanje lokalnega prebivalstva in ponudnikov.

3. Lokalna vključenost:

- Vključevanje lokalne skupnosti v oblikovanje turistične ponudbe, sodelovanje z različnimi deležniki, da se ohranja avtentičnost in izkušnje obiskovalcem predstavijo z lokalne perspektive.

¹⁴Inštitut za raziskovanje krasa Znanstveno raziskovalnega središča Slovenske akademije znanosti in umetnosti (skrajšano: Inštitut za raziskovanje krasa ZRC SAZU).

- Izobraževalni programi za lokalno prebivalstvo o pomenu turizma, zgodovini kraške pokrajine in načinih ohranjanja kulturne in naravne dediščine.

4. **Edinstvena doživetja:**

- Razvoj turističnih produktov, ki izpostavljajo edinstvene značilnosti kraške pokrajine, vključno z janskimi trekingi, gozdnimi trekingi, kolesarjenjem in pohodništvom, raziskovanjem kraške pokrajine ter degustacijami lokalne hrane.
- Poudarek na ustvarjanju nepozabnih doživetij za obiskovalce, ki bodo gojili spoštovanje do naravne in kulturne dediščine.

5. **Inovacije in tehnologija:**

- Raba inovativnih tehnologij, kot so virtualna resničnost, interaktivne razstave ter digitalni vodiči za obogatitev turističnih doživetij in izobraževalnih programov.
- Spodbujanje razvoja tehnoloških rešitev za trajnostni turizem in ohranjanje naravne dediščine.

Združitev teh elementov predstavlja vizijo, ki ne le poudarja raziskovanje krasi na svetovni ravni, ampak tudi krepi trajnostni razvoj in lokalno vključenost ter ponuja obiskovalcem izjemna in edinstvena doživetja na kraškem območju.

Poslanstvo destinacije: okoljsko in družbeno odgovorno razvijati in upravljati turizem Postojne ter ohranjanje naravne in kulturne dediščine za dobrobit prihodnjih generacij.



Planinska jama, Jaka Ivančič

7. TEMELJNI STRATEŠKI CILJI

1. Postati raziskovalno-izobraževalno turistično središče krasa.
2. Razvijati celovite in kakovostne turistične storitve in produkte, s poudarkom na privlačni in raznoliki ponudbi aktivnosti v naravi ter doživetjih krasa.
3. Krepiati zavest o turizmu kot paradni panogi destinacije med lokalnimi deležniki.
4. Družbeno in okoljsko odgovorno upravljati turizem.

8. GLAVNI RAZVOJNI IZZIVI

1. Razdrobljena in premalo kakovostna ponudba in podporne storitve (večja profesionalizacija ponudbe).
2. Necelovita izkušnja gostov.
3. Nizka turistična pripadnost prebivalcev in šibka podjetniška iniciativa.
4. Koncentracija turizma v visoki sezoni in vprašanje nosilne zmogljivosti.
5. Učinkovitost upravljanja destinacije.

9. RAZVOJNI CILJI

1. Večati kakovost, profesionalnost in diverzifikacijo ponudbe

Cilj je uravnotežiti kakovost, obseg in strukturo nastanitev, gostinske ponudbe in dodatne s turizmom povezane ponudbe (usmerjena podpora naložbam). Cilj je tudi doseči večjo profesionalnost ponudnikov in z ustreznimi produkti zagotoviti celoletnost ponudbe.

2. Krepiiti zadovoljstvo gostov na slabše ocenjenih področjih

Cilj je okrepiti zadovoljstvo obiskovalcev zlasti na področjih trajnostne mobilnosti, gostinske ponudbe, upravljanja z vodo, odpadki ter OVE in URE. K doseganju cilja bodo prispevali ukrepi na vseh področjih delovanja.

3. Večati zadovoljstvo prebivalcev s turizmom

Povprečna ocena zadovoljstva prebivalcev s turizmom znaša 3,4 (podatki 2021). Cilj je izboljšati oceno na vseh parametrih in doseči povprečno oceno nad 4,0 (za 20 %). K doseganju cilja bodo prispevali ukrepi na vseh področjih delovanja.

4. Krepiiti turistično zavest in podjetnost prebivalcev ter identiteto s krajem

Cilj je krepiiti zavest prebivalcev o pomembnosti panoge in identiteti destinacije, ozaveščati o vrednosti naravne in kulturne dediščine za razvoj odgovornega turizma, dvig ugleda poklicev v turizmu in ugleda delodajalcev v turizmu ter zagotavljati bolj avtentično izkušnjo gostov.

5. Nižati vpliv turizma na okolje, naravo in družbo

Cilj je bolj ustrezno upravljanje in usmerjanje turističnih tokov na destinaciji, krepitev trajnostne mobilnosti in povezljivosti, bolj primerna sezonska razporejenost obiska, boljše uresničevanje zelene zaobljube v praksi (na ravni Občine in pri ponudnikih), razvoj nove ponudbe in turistične infrastrukture ob upoštevanju podnebnih sprememb.

6. Doseči kompetentno in vključujoče upravljanje destinacije vključno z odgovorno promocijo

Cilj obsega vzpostavitev sistemskega povezovanja in sodelovanja med deležniki v turizmu in drugimi sektorji, opolnomočenje Turizma Postojna za večjo vlogo pri strateških in razvojnih nalogah, jasno opredelitev finančnih virov namenjenih razvoju turizma, spodbujanje prebivalstva za vključevanje v turizem, kompetentno in kadrovsko primerno upravljavsko strukturo ter usmerjeno promocijo, ki podpira vizijo destinacije in se usmerja na ključne trge izven glavne sezone.

9.1. KAZALNIKI RAZVOJA

Skladno s priporočili aktualne strategije slovenskega turizma si občinska strategija zastavlja kazalnike razvoja, ki jih je smiselno analizirati in primerjati na destinacijski (regijski in lokalni) ravni. Gre za izbor kazalnikov, ki analizirajo turizem v smeri višje konkurenčnosti in celostne trajnosti, obenem pa izražajo tudi specifične upravljanja destinacije. Z opredeljenimi kazalniki bomo ugotavljali uspešnost doseganja postavljenih razvojnih ciljev. Načrtovane vrednosti kazalnikov želimo doseči do leta 2029.

1. Dodana vrednost na zaposlenega v panogi turizem

Povprečna dodana vrednost na zaposlenega v vseh dejavnostih, povezanih s turizmom: +30 %.

2. Razmerje sezonskosti (GINI indeks)¹⁵

Cilj je izboljšati indeks sezonskosti in realizacijo nočitev v dveh najbolj obiskanih mesecih znižati pod 40 odstotkov (v 2022 je bil 46-%).

3. Povprečna doba bivanja turistov

¹⁵Sezonskost je eden od pomembnih ekonomskih kazalnikov za usmerjanje razvoja destinacij. Indeks sezonskosti predstavlja razmerje med številom prenočitev v dveh najbolj zasedenih mesecih leta in številom prenočitev na letni ravni. Za destinacije, ki se s sezonskostjo uspešno spopadajo, velja, da vsaj 70 % prenočitev zabeležijo izven dveh najbolj obiskanih mesecev v opazovanem letu (Kneževič Cvelbar, 2021).

Cilj je dvigniti povprečno dobo bivanja vseh turistov na dva dni (v 2022 je bila ta 1,54).

4. Zadovoljstvo lokalnega prebivalstva s turizmom in kakovostjo bivanja

Povprečno oceno zadovoljstva prebivalcev z razvojem turizma dvigniti za 20 %.

5. Kakovost dojeta s strani gostov

Povprečno oceno turistov o kakovosti in zadovoljstvu z elementi turistične ponudbe dvigniti za 20 %.

6. Ocena destinacije v Zeleni shemi slovenskega turizma

Ta kazalnik pomeni skupno povprečno doseženo oceno destinacije kot trajnostne destinacije skladno s certifikacijsko shemo Green Destination Standard. Glede na stopnjo doseganja kriterijev ločimo ocene od bronze do platinum. Cilj je, da destinacija Postojna ohrani stopnjo Gold ali doseže najvišjo stopnjo Platinum.

7. Kazalniki trajnostnega razvoja turizma

Cilj je, da destinacija pri zadnji presoji doseže v vseh sklopih kriterijev Zelene sheme slovenskega turizma za 20 % boljši rezultat.

8. Proračun za delovanje turističnih organizacij

Proračun Turizma Postojna oz. javne lokalne organizacije pristojne za turizem za izvajanje programa se letno povečuje za najmanj 30 %.

9. Obseg in kompetentnost kadrov

Obseg in kompetentnost kadrov Turizma Postojna oz. javne lokalne organizacije pristojne za turizem se povečujeta skladno z izkazanimi potrebami.

10. PODROČJA DELOVANJA

Izhajajoč iz glavnih razvojnih izzivov in definiranih razvojnih ciljev smo ukrepe in aktivnosti v obdobju 2024–2029 razvrstili v štiri osrednja področja delovanja:

- A) Upravljanje destinacije**
- B) Produkti**
- C) Digitalna preobrazba**
- D) Zeleno in trajnostno delovanje**

10.1. UPRAVLJANJE DESTINACIJE POSTOJNA

Z delovanjem na tem področju se osredotočamo na razvojni izziv učinkovitosti upravljanja destinacije. **Cilji aktivnosti in ukrepov na tem področju so doseči kompetentno in vključujoče upravljanje destinacije vključno z odgovorno promocijo; prispevati h krepitvi zavesti in podjetnosti prebivalcev ter identitete kraja; in večati zadovoljstvo prebivalcev s turizmom.**

Za upravljanje turistične destinacije Postojna je od leta 2016 zadolžen javni občinski Zavod Znanje Postojna, organizacijska enota Turizem (Turizem Postojna), ki na območju Občine Postojna deluje kot javna lokalna organizacija za izvajanje javne službe pospeševanja turizma, oblikovanja celovite turistične ponudbe, spodbujanja razvoja turistične infrastrukture, promocije celovite turistične ponudbe in informiranja obiskovalcev ter turističnega gospodarstva. Področje javnih investicij v turizem je v domeni občinske uprave, prav tako finančna podpora društvom ter finančno spodbujanje malega gospodarstva, kamor sodi tudi podpora turističnim ponudnikom.

Zaradi vsebinskega ujemanja s ponudbo širšega območja, smotrnosti povezovanja širše turistične ponudbe, oblikovanja skupnih produktov in skupnega nagovarjanja obiskovalcev ter učinkovitejšega trženja ponudbe regije, je Občina Postojna skupaj z ostalimi petimi občinami Primorsko-notranjske regije vključena v destinacijo Zeleni kras, s katero upravlja RDO

Postojnska jama-Zeleni kras, ki deluje znotraj regionalne razvojne agencije za Primorsko-notranjsko regijo (RRA Zeleni kras). Del razvojnih in promocijskih nalog tako za celotno destinacijo Zeleni kras upravlja RDO. Te naloge so: razvoj skupnih regijskih produktov, promocija turistične ponudbe regije in destinacije Postojna na tujih trgih ter izobraževanje in usposabljanje deležnikov v turizmu predvsem z namenom razvoja bolj kakovostne in trajnostno naravnane ponudbe.

Delovanje in vsebina programa Turizma Postojna sledita veljavni Strategiji razvoja turizma v Občini Postojna 2018–2023 ter regijski strategiji turizma, ki je načrtovana do leta 2028. Sledita tudi usmeritvam in ciljem aktualne slovenske strategije trajnostnega turizma. Hkrati je Občina Postojna vključena v certifikacijski sistem Zelena shema slovenskega turizma, znotraj katerega si prizadeva za strateško načrtovanje turizma v smeri trajnostnega delovanja. S svojim delovanjem Turizem Postojna prispeva tudi k uresničevanju nalog drugih občinskih strategij: prometne strategije ter programa za kulturo in mladino.

Izhajajoč iz analize in pogovorov z deležniki lahko upravljanje destinacije v zadnjih šestih letih ocenimo kot pozitivno. Opazen napredek se kaže v razvoju novih turističnih programov, pri podpori turističnim ponudnikom in povezovanju med njimi in ostalimi deležniki v turizmu (informiranje, izobraževanje, finančne spodbude in podpora podjetnikom, terensko delo), predstavitvi ponudbe v promocijskih materialih in na družbenih omrežjih ter implementaciji trajnostnih ukrepov v svoje poslovanje. Pomemben je podatek, da je v letu 2022 kar 80 odstotkov anketiranih ponudnikov izrazilo zadovoljstvo z delom Turizem Postojna.

Kljub temu pa ostaja strateški cilj – dvig obsega, kakovosti in profesionalnosti turistične ponudbe Občine, da bo pritegnila in dopolnila izkušnjo gostov, ki obiščejo Postojnsko jamo pa tudi ciljne skupine obiskovalcev, katerih primarni motiv ni obisk osrednjih turističnih atrakcij – še precej odmaknjen. V tej smeri ni bilo dovolj odločnih in sistematičnih prizadevanj, predvsem na strani odločevalcev. Manjko se kaže tako v infrastrukturni nadgradnji (trajnostna prometna ureditev, ki usmerja tokove turistov, lokalni javni promet, sistem izposoje gorskih koles, počivališča za avtodome, označevanje turističnih znamenitosti in servisnih storitev, rekreacijski center z bazenom itd.) kot tudi v izkoriščanju promocije vezane na Postojnsko jamo. Prav tako

gre še vedno zaznati nizko stopnjo zavesti lokalnega prebivalstva o potencialih turizma in pomanjkanje ponosa na glavne turistične attribute Postojne. Medtem ko je bil na področju turističnih nastanitev dosežen napredek, je gostinska ponudba, razen izjem, gledano na splošno, nazadovala, pri čemer globalni problem – pomanjkanje kadra v gostinstvu – ni edini in najpomembnejši vzrok. Precej izstopa neurejenost krajev in okolice (nepokošena trava, neizpraznjene posode za odpadke, dotrajane fasade itd.). Za izboljšanje stanja na navedenih področjih ni dovolj le uspešno delo Turizem Postojna, temveč so nujni usklajeni skupni napor Občine in Turizma Postojna tako na ravni vsebine, kadrov kot tudi financ.

V novem strateškem obdobju je tako potrebno posebej nasloviti izziv učinkovitosti upravljanja destinacije z uresničevanjem naslednjih ukrepov in priporočil:

Kadrovsko in finančno opolnomočenje službe za turizem

V Turizmu Postojna so zaposlene tri osebe: vodja službe, ki skrbi za administrativno, finančno in programsko vodenje enote ter komunikacijo z odločevalci; oseba, ki primarno pokriva informiranje in animacijo turistov; ter zaposleni, ki primarno pokriva operativno sodelovanje s ponudniki. Kadrovska zasedba ne po številu ne po profilu ne zadošča za učinkovitejše doseganje zastavljenih ciljev. Izkazujejo se potrebe po kompetentnem kadru za področje marketinga, zlasti digitalnega marketinga, ki vključuje tudi učinkovito upravljanje destinacijske spletne strani kot ključnega marketinškega orodja. Predlagan večji angažma na področju razvoja nosilnih in podpornih turističnih produktov ter storitev zahteva tudi zaposlitev kompetentnega strokovnjaka za to področje, ki bo hkrati povezovalni člen med razvojnimi vlaganji turističnega gospodarstva in javnim sektorjem.

Po vzoru nekaterih slovenskih občin (Ljubljana, Celje, Koper, Slovenj Gradec itd.) bi bilo smiselno podpreti koncept TCM (Town center management/Management mestnih središč), s katerim občine rešujejo problematiko praznih mestnih jeder, ki lahko postanejo bolj zanimiva tudi za

obiskovalce¹⁶. Za uresničevanje tega pristopa je ključno delo t. i. city managerja.

Glede na zgoraj opisane potrebe bi bilo torej smiselno v naslednjih dveh letih (2024–2025) zaposliti vsaj dve dodatni osebi z za to ustreznimi kompetencami.

Tudi proračunska sredstva za delovanje in program dela ne zadoščajo za ambicioznejše delovanje in doseganje zastavljenih ciljev na področju upravljanja in trženja destinacije. Ta znašajo med 160.000 in 180.000 EUR na leto, od tega za program od 60.000 do 80.000 EUR letno. Primerjava z nekaterimi podobnimi destinacijami po Sloveniji kaže, da se za delo javnih turističnih organizacij namenja iz občinskega proračuna znatno več sredstev. Zavod Kočevsko tako za področje turizma iz občinskega proračuna namenja preko 670.000 EUR letno, Zavod Turizem in kultura Radovljica za področje turizma iz občinskega proračuna prejema preko 500.000 EUR, Zavod turizem Bled pa blizu milijon EUR. Število zaposlenih v navedenih zavodih se giblje med sedem in 15, samo za področje turizma od pet do osem. Pomembno je, da omenjeni zavodi ustvarjajo tudi lastne prihodke od prodaje blaga in trženja storitev, pri čemer ti v strukturi prihodkov predstavljajo od 10- do 30-odсотni delež, odvisno od tega, koliko ponudbe, ki jo tržijo, imajo zavodi v lasti oziroma upravljanju (vstopnine, parkirnine, najem idr.).

Kadrovsko in finančno opolnomočenje Turizma Postojna ter posledično vzpostavitev samostojne pravne osebe med drugim narekujejo tudi ukrepi aktualne slovenske turistične strategije (Ukrepa 6.2.1. in 6.2.2.).

¹⁶**TCM** je način za doseganje ekonomskega, socialnega in kulturnega razvoja mestnih središč v skladu s celotnim okvirjem urbanega razvoja. Je formalno ali neformalno javno-zasebno partnerstvo, ki se osredotoča na vizijo, strateški razvoj in promovira aktivno vključenost različnih deležnikov v mestni management, mestni marketing in razvoj mestnega središča. Zagotavlja vzpostavitev skupne in inkluzivne vizije in strategije, ki v multidisciplinarnem pristopu združuje kratko- in dolgoročne cilje, ki sprožijo aktivnosti na različnih področjih, kot so trgovina, okolje, turizem, kultura, dostopnost in urbani razvoj, kjer se izpolnjujejo pričakovanja deležnikov, uporabnikov in prebivalcev. Več na <https://www.tocema-worldwide.com/index.html> in [TCM publikacija 2017 predogled 6_9_17 TISK - OK.pdf \(podjetniski-portal.si\)](#).

Organiziranost občinskega turizma

Obstoječa organiziranost občinske službe za turizem znotraj Javnega zavoda Znanje, kjer turizem deluje kot ena od organizacijskih enot poleg enot Notranjski muzej in Ljudska univerza, ne omogoča vidnejšega preboja pri doseganju zastavljenih ciljev. Po eni strani sedanja organiziranost omogoča sinergijske učinke sodelovanja med področji zavoda, ki so pomembni za celovit razvoj trajnostnega turizma (muzejska dejavnost, kultura, podjetništvo, šport, izobraževanje odraslih), pa vendar ta vidik ne odtehta prednosti, ki bi jih na dolgi rok prinesla vzpostavitev samostojne organiziranosti službe za turizem v obliki ločene organizacije (javni zavod ali GIZ). S tem bi razvoju turizma v Občini Postojna priznali večjo vlogo, mu omogočili večjo avtonomnost in hkrati tudi večjo odgovornost. Bolj jasno kot doslej bi morali opredeliti naloge zavoda, pristojnosti in razmerja med Zavodom in Občino. Samostojnost področja turizma posledično narekuje redno in proaktivno komuniciranje vodstva zavoda z vodstvom občine, občinskim svetom in svetom zavoda. Samostojna organiziranost predpostavlja tudi večji obseg finančnih sredstev za delovanje in program, ki bi tako postal primerljiv s podobnimi destinacijami v Sloveniji. Pri načrtovanju vzpostavitve samostojnega zavoda je nujno potrebno razmišljati o viru prihodka iz naslova upravljanja nepremičnine in trženja storitev (na primer vstopnina za Ravbarjev stolp, najemnine, PZA).

Aktivno upravljavsko sodelovanje v regiji in povezovanje z drugimi destinacijami

- Nadaljevanje aktivnega sodelovanja predstavnika Turizma Postojna v programskem svetu RDO za bolj ustrezno naslavljanje razvojnih in aktualnih vprašanj.
- Sodelovanje z upravljavci in ponudniki sosednjih in sorodnih destinacij se izvaja pretežno preko RDO, priporočljivo pa je tudi samostojno povezovanje. Destinacija Postojna se aktivno vključi v oblikovanje in izvajanje produkta KRAS+, ki je načrtovan v regijski strategiji turizma¹⁷.

¹⁷Priprava produkta KRAS+ je zasnovana v Strategiji razvoja turizma destinacije Zeleni kras 2022–2027 (glej str. 69) in predvideva zasnovo in trženje produkta, ki ponudi celovito izkušnjo krasa; zajema Kras in Zeleni kras kot celoto. Gre za nišni produkt za raziskovalce in prave ljubitelje krasa: Postojnska jama,

Pobuda za vključitev točke obiska v okviru ponudbe Postojne v »trio kraških znamenitosti«.

- V sodelovanju z RDO in strokovnimi institucijami (Inštitut za raziskovanje krasa) destinacija Postojna poda pobudo za vzpostavitev skupnosti upraviteljev turističnih jam Slovenije z namenom izboljšanja upravljanja jam, izboljšanja varstva jam in upravljanja obiska ter dviga ozaveščenosti javnosti o pomenu podzemnega sveta.

Opredelitev trženjske strategije – krepitev znamke Visit Postojna

Že iztekajoča strategija turizma je v sklopu področja Upravljanje in trženje opredelila več ukrepov na področju trženja. Opredelila je konkretne aktivnosti za pozicioniranje turistične ponudbe Občine, distribucijo trženja in trženje na destinaciji. Analiza izvajanja te strategije je pokazala, da glavne aktivnosti v sklopu ukrepa pozicioniranje turistične ponudbe Občine niso bile realizirane. Razlog za to je neizvedena določitev hierarhije pojavljanja blagovnih znamk v destinaciji Zeleni kras, k čemur se zaradi pomanjkanja interesa s strani vodilne destinacije Zeleni kras še ni pristopilo. Za pripravo trženjske strategije destinacije Postojna in realizacijo že postavljenih ukrepov je zato predhodno nujen skupen pristop k izdelavi arhitekture znamke oziroma znamk v destinaciji Zeleni kras. Veljavna strategija razvoja turizma destinacije Zeleni kras 2022–2027 je predlagala dopolnitev tržnega pozicioniranja destinacije Zeleni kras in naslonitev tržne pozicije na prepoznavnost Postojnske jame. Posledično naj bi sledilo revidiranje zgodbe in podpisa znamke Zeleni kras za področje turizma. Ob upoštevanju tega dejstva bo mogoče podrobneje opredeliti trženjsko strategijo destinacije Postojna, z izvajanjem katere se bo krepila blagovna znamka Visit Postojna. Del trženjske strategije naj vsebuje jasno razmejitev nalog med občinsko in regijsko ravenjo in posledično finančno načrtovanje.

Iz pogovorov z deležniki povzemamo tudi nekaj priporočil za področje trženja: pravočasna priprava letnih planov dela s trženjskimi aktivnostmi, kar bo olajšalo in optimiziralo tudi načrtovanje turističnih ponudnikov; nadgraditi in prilagoditi spletni portal Visit Postojna kot osrednje trženjsko orodje in ga združiti s spletno stranjo Turizem Postojna; uporabljati javne

Expo/Muzej krasa, Cerkniško jezero/Pivška presihajoča jezera; ogled kraških pojavov na Zelenem krasu in večerno dogajanje na Krasu ali v Vipavski dolini s prenočevanjem na Zelenem krasu (naravni del Zeleni kras, kulturni del Kras).

oglasne občinske površine za promocijo primarno turistične ponudbe Občine; nagovarjati turiste ob vstopu v destinacijo z veliki oglasnimi panoji; jasno komunicirati znamko destinacije Visit Postojna v interni in zunanji komunikaciji.

Spremljanje uresničevanja strategije

Poleg že utečenih načinov spremljanja uresničevanja strategije (obravnavo letnih poročil in izvedbenih programov dela na Svetu Zavoda Znanje in Občinskem svetu Postojna) strategija predlaga dodatno letno spremljanje izvajanja dokumenta v delovni skupini, ki deluje proaktivno in daje vsebinski prispevek. Delovno skupino za spremljanje izvajanja strategije naj sestavljajo predstavniki turističnega gospodarstva in zunanji strokovnjak za turizem. Redno spremljanje izvajanja strategije in prilagajanje glede na spremembe v turističnem okolju bo pripomoglo k boljšim rezultatom.

Ambasadorji turizma

Strategija uvaja ambasadorje postojnskega turizma. Gre za osebe iz lokalnega okolja, ki izstopajo na posameznem področju (znanost, kultura, šport itd.) in s svojo karizmo, znanjem, izkušnjami in idejami delujejo kot glasniki turističnih produktov (nosilnih, podpornih, nišnih) ali nastajajočih mikro destinacij (npr. Planina) ter na ta način povečujejo prepoznavnost letih in destinacije nasploh.

Ambasadorji bodo vključevali lokalne ponudnike in prebivalce pri promociji produktov in znamke Visit Postojna ter dolgoročno soustvarjali skupnost, ki jo zaznamuje ponos na destinacijo. Nabor ambasadorjev, njihovo vlogo in delovanje podrobneje opredeli Trženjska strategija destinacije Postojna.

Povzetek ukrepov, aktivnosti in priporočil za področje Upravljanje in trženje destinacije:

1. Kadrovsko in finančno opolnomočenje službe za turizem:

- Zaposlitev dodatnega kadra z ustreznimi kompetencami, zlasti za digitalni marketing in razvoj turističnih produktov.
- Razmislek o zaposlitvi strokovnjaka za področje razvoja, ki bo povezoval turistično gospodarstvo in javni sektor, s poudarkom

na proaktivnem sodelovanju z največjim turističnim ponudnikom v destinaciji.

- Uvesti koncept TCM (Town center management/Management mestnih središč) in zaposlitev novega profila, kot je city manager.
- Povečanje proračunskih sredstev za turizem za doseganje ambicioznih ciljev, pri čemer se zgledujemo po drugih destinacijah v Sloveniji. Temeljit razmislek o alternativnih virih prihodka, kot je upravljanje nepremičnine.

2. Organiziranost občinskega turizma:

- Razmislek o vzpostavitvi samostojnega zavoda ali GIZ za turizem za večjo avtonomnost in odgovornost.
- Jasna opredelitev nalog, pristojnosti ter razmerij med zavodom in občino.
- Proaktivno komuniciranje med vodstvom zavoda, občino, občinskim svetom in svetom zavoda.

3. Aktivno upravljavsko sodelovanje v regiji in širše:

- Aktivno vključevanje Občine v oblikovanje prihodnjega modela upravljanja Postojnske jame in Predjamskega gradu.
- Načrtovanje kriznega upravljanja turizma (aktivna vključitev v projekt Crisis Management & Governance in Tourism).
- Aktivno sodelovanje predstavnika Turizem Postojna v programskem svetu RDO za naslavljanje razvojnih vprašanj.
- Samostojno povezovanje sosednjih destinacij, še posebej v okviru produkta KRAS+.
- Pobuda za vzpostavitev skupnosti upraviteljev turističnih jam Slovenije za izboljšanje upravljanja jam in dvig ozaveščenosti.

4. Sodelovanje s skupnostjo:

- Krepitev ozaveščenosti lokalnega prebivalstva o potencialih in vrednotah turizma s ciljem povečanja lokalnega ponosa na turistične attribute destinacije in zasebne podjetniške iniciative.
- Vključitev prebivalcev v oblikovanje in izvajanje trajnostnih ukrepov ter promocijo turističnih znamenitosti.
- Delavnice in izobraževanja za lokalne ponudnike z namenom izboljšanja kakovosti storitev in gostinske ponudbe.

5. Opredelitev trženjske strategije:

- Skupen pristop k izdelavi arhitekture znamke v destinaciji Zeleni kras za bolj ustrezno pozicioniranje turistične ponudbe.
- Jasna razmejitev nalog med občinsko in regijsko ravenjo ter finančno načrtovanje.
- Pri promociji destinacije poudarjeno komunicirati attribute krasa (jame, kraški pojavi, znanost o krasu, ugodna podnebna klima, 200-letna tradicija turizma ipd.).
- Pravočasna priprava letnih planov dela s trženjskimi aktivnostmi in redno spremljanje izvajanja.
- Nadgradnja in prilagoditev spletnega portala Visit Postojna za bolj primerno interaktivnost in učinkovitost. Vključiti virtualne ogleda in interaktivne vsebine, ki bodo spodbujale zanimanje obiskovalcev za nosilni produkt.
- Raba javnih oglasnih površin za promocijo ponudbe Občine.

6. Spremljanje uresničevanja strategije:

- Uvedba dodatnega letnega spremljanja izvajanja strategije v delovni skupini s predstavniki turističnega gospodarstva in zunanjim strokovnjakom za turizem.
- Redno spremljanje izvajanja strategije ter prilagajanje glede na spremembe v turističnem okolju in sodelovanje z lokalnimi deležniki pri oblikovanju rešitev.

7. Ambasadorji turizma:

- Uvedba ambasadorjev postojnskega turizma iz lokalnega okolja, ki bodo promovirali turistične produkte in povečevali prepoznavnost destinacije.
- Vključevanje lokalnih ponudnikov in prebivalcev pri promociji znamke Visit Postojna.
- Natančna opredelitev vloge, delovanja in nabora ambasadorjev v skladu s trženjsko strategijo destinacije.
- Nasloniti se na promocijo STO, ki ponudbo (zlasti prireditve) trži preko znanih osebnosti.



Ravbarjev stolp, Jaka Ivančič

10.2. PRODUKTI

Znamenitosti Parka Postojnska jama predstavljajo osrednji in najbolj prepoznaven element postojnskega turizma in so vodilni motiv prihoda na destinacijo. Vzporedno glavni ponudbi, ki sloni na edinstveni naravni dediščini kraške pokrajine, se v Občini razvija nosilni produkt OUTDOOR NA KRASU, ki je kombinacija fizične aktivnosti v naravi in raziskovanja ter doživljanja kraških fenomenov. Poleg nosilnih produktov na destinaciji razvijamo še podporna produkta Kultura in Kulinarika ter Nišne oz. posebne produkte (klimatski turizem, kongresni turizem, jahanje, športni turizem). **Cilji aktivnosti in ukrepov na tem področju so doseči večjo kakovost, profesionalnost in diverzifikacijo ponudbe, nižati vpliv turizma na okolje, naravo in družbo ter dosegati bolj celovito izkušnjo gostov.**

POSTOJNSKA JAMA IN PREDJAMSKI GRAD

Postojnska jama je kot svetovna turistična znamenitost zaradi svojega položaja v turistični ponudbi Občine obravnavana kot samostojno področje, saj po svojem pomenu presega vlogo turistične ponudbe v okviru določenega produkta. Gre za tradicionalno, dobro razvito ponudbo, ki se nenehno dopolnjuje in nadgrajuje znotraj Parka Postojnska jama, ki vključuje še Predjamski grad, Jamo pod Predjamskim gradom, Vivarij, EXPO jama kras, druge turistične jame, hotelsko ponudbo in gostinsko ponudbo ter podporne storitve. Posamezni deli so lahko vključeni v produkte postojnskega turizma, na primer Outdoor na krasu, Kultura, Kulinarika). Ko govorimo o Postojnski jami, je tu mišljena celotna ponudba Parka Postojnska jama. Povezovanje ponudbe Parka Postojnske jame s preostalo ponudbo ostaja še vedno zelo okrnjeno.



Predjamski grad, Jaka Ivančič

NOSILNI PRODUKT: OUTDOOR NA KRASU

Produkt »outdoor« je prepoznan kot eden izmed ključnih turističnih produktov slovenskega turizma. Glede na raziskavo Identifikacija tržnega potenciala iz leta 2017 tujci Slovenijo zaznavajo predvsem kot destinacijo za raziskovalce, ki nudi sprostitev v naravi in avanturistične počitnice, kjer pohodništvo in kolesarjenje igrata pomembno vlogo. **Produkt Outdoor na krasu vključuje raziskovanje, spoznavanje in doživljanje kraške pokrajine na aktiven način, in sicer s:**

- pohodništvom,
- kolesarjenjem,
- jamskim turizmom,
- gozdnim trekingom in
- opazovanjem živali v naravnem okolju.



Planinsko polje, Miro Zalokar

Produkt ima izjemen kapital, saj sloni na kraški posebnosti svetovnega slovesa (Postojnska jama), ki jo obkrožajo še druge kraške naravne znamenitosti: Jama Pod Predjamskim gradom, Pivka in Črna jama, Planinska jama, Otoška jama, Planinsko polje, Unška koliševka, kraška planota Nanos.

Trenutno stanje

Ponudba znotraj produkta se je v zadnjih šestih letih najbolj razvila in privablja vedno več obiskovalcev. Ima nosilce, ki se z dejavnostjo ukvarjajo primarno in so pripravljeni svojo ponudbo nadgrajevati ter se pri tem povezovati z drugimi ponudniki oziroma deležniki.

Solidno, vendar še vedno ne dovolj, se je v zadnjih letih razvila tudi infrastruktura produkta, predvsem kolesarska in pohodniška. Skupaj s ponudniki se je na letni ravni trasiralo nove kolesarske in sprehajalne poti, izdelan je bil priročnik za označitev poti, izdani so bili zemljevidi kolesarskih poti, na spletu so dosegljive GPS koordinate poti. Razvila se je kakovostna ponudba opazovanja medveda in gozdnega trekinga, edini ponudnik jamskega turizma izven Postojnske jame izvaja klasične in alternativne ogled Planinske jame.

KOLESARJENJE

Kolesarstvo je eden izmed glavnih in najbolj obetavnih produktov v destinaciji Postojna in Zeleni kras in tako eden najpomembnejših ponudb nosilnega produkta Outdoor na krasu, ki omogoča spoznavanje kraške pokrajine v živo.

Na destinaciji je na voljo kar 12 različno dolgih in zahtevnih kolesarskih poti. Prve štiri so označene v naravi, za vse pa je na voljo digitalni zemljevid poti in/ali GPX koordinate. Vse poti skupaj ponujajo več kot 100 kilometrov razgibanega kolesarjenja po makadamu, gozdnih poteh in asfaltu, ki obiskovalca popelje tudi mimo ali v bližino kulturnih in naravnih posebnosti ter zanimivosti, vključno z osrednjima turističnima atrakcijama.

Na območju delujeta dva registrirana ponudnika vodenih kolesarskih tur in izletov, ki jih je mogoče najeti in ponujata pol-, celodnevne ali večdnevne vodene ture. Paket vključuje licenciranega kolesarskega vodnika, izposoja kolesarske opreme, malico ali kosilo ter razlago ob poti. V CTM Postojna je na voljo izposoja navadnih in električnih koles z opremo.



Green Karst Trail, Tomaž Penko

Kolesarske poti in njihova dolžina: Junior (12 km), Jamska (37 km), Grajska (56 km), Erazmova (27 km), Jelenova (49 km), Veliki Javornik (30 km), Sveta Trojica (46 km), Nanos (58 km), Postojna (65 km), Furmanska (42 km), Velika Krpanova (110 km), Sovič (5,6 km).

Kolesarjenje je na destinaciji vedno bolj prepoznavno skozi kolesarske prireditve, ki jih podpira tudi Občina. Green Karst Trail – »backpacking« kolesarski dogodek na Zelenem krasu je bil doslej izveden dvakrat. Gre za dobrih 300 km dolgo pot, ki poteka po vseh občinah Zelenega krasa, s štartom in ciljem v Postojni in traja štiri dni. Druga tovrstna prireditev je makadamkanje po Zelenem krasu – Human Fish Gravel kolesarski izziv. Gre za kolesarski festival, ki ga organizira agencija Life Events, ki je destinacijo Zeleni kras prepoznala kot raj za makadamkanje. Tretja je korona izziv – kolesarjenje po skrajnih mejah Občine Postojna (100 km dolga krožna kolesarska pot), ki je bila doslej izvedena trikrat. Občina Postojna je tudi gostiteljica ene izmed etap Mednarodne dirke po Sloveniji, ki je glavni kolesarski dogodek v Sloveniji z odlično domačo in mednarodno zasedbo profesionalnih kolesarjev.

Zanimiva novost ponudbe kolesarjenja na destinaciji je **Bike escape Netopirjeva sled**. Predstavlja prvi Bike escape na krasu, ki vključuje odkrivanje zgodovinskih skrivnosti zadnjih prebivalcev gradu Haasberg in skrite koticke Planine skozi lov na zaklad.

Postojna je umeščena tudi na **večdnevno kolesarsko turo »Slovenia Green Gourmet Route (SGGR)«**, ki povezuje najboljše Slovenia Green gastronomske destinacije. Popotniki kolesarijo od zahoda proti vzhodu in na poti spoznavajo raznolikost Slovenije v vseh pogledih (naravne danosti in kulturna dediščina, pestra gastronomska ponudba).

POHODNIŠTVO

Pohodništvo je manj prepoznavno in za zdaj aktivnih nosilcev nima, ki bi razvijali pohodniške prireditve. Na območju je urejenih pet pohodniških poti (Nanos, Sovič, Sv. Lovrenc, Planinska gora, Sv. Trojica), tri daljinske pohodniške poti (Via Dinarica, Jakobova pot in Velika Krpanova pot), ki potekajo čez Postojno, šest sprehajalnih poti ter sedem tematskih poti. Krajše sprehajalne in tematske poti ponujajo raziskovanje kulturne in naravne dediščine krasa in so primerna popestritev za turiste, zlasti družine, ki prenočujejo.

Za produkt Outdoor na krasu so zanimive predvsem poti, na katerih spoznavamo tematiko kraške pokrajine. Taka je predvsem nova **Scilkina pot** v Planini, ki je ime dobila po ogroženi rastlini značilni za kraška polja, ki v Sloveniji uspeva le na Planinskem polju. Gre za nezahtevno označeno pot (južna: 4,7 km, severna: 6,8 km), ob kateri so postavljene informacijske table o Planinskem polju (značilnosti travnikov, Planinska jama, biodiverziteta, poplavljanje). Ima štiri vstopne točke, od katerih je ena pri Ravbarjevem stolpu, v katerem bo urejeno interpretacijsko izobraževalno središče. Ob poti sta poleg Ravbarjevega stolpa še dve zanimivi točki ogleda: ruševine gradu Haasberg in Planinska jama. Med tematskimi potmi velja omeniti novo zgodovinsko pot Planina, ki je nastala na pobudo lokalne skupnosti. **Zgodovinska pot Planina** (4 km) povezuje posamezne lokacije Planinskega

polja in Planine, kjer so še vidni ostanki nekdanje državne meje med Kraljevino Jugoslavijo in Italijo v času med obema vojnama.

V ponudbi so vodene pohodniške ture, ki so varnejše, bolj zanimive in poučne.



Zgodovinska pot Planina

JAMSKI TURIZEM

Pomemben del produkta Outdoor na krasu so poleg klasičnega ogleda jam tudi alternativni ogledi podzemlja, ki omogočajo adrenalinsko doživljanje kraškega podzemlja. Treking po jamah je namenjen manjšim skupinam, ki jih vodi jamski vodnik. Gre za doživljajske ogledе in raziskovanje jam, peš in/ali s čolnom. Dva ponudnika (Postojnska jama in Planinska jama) ponujata naslednje programe: Po poteh Luke Čeča (nagrajen kot Slovenia Unique Experience), Treking skozi tri jame, Pustolovščina v Jami pod gradom, S čolnom v Planinsko jamo.



Planinska jama, Matej Blatnik

TREKING V GOZDU IN OPAZOVANJE MEDVEDA

Trekinge v gozdu izvajata dva izvajalca, Bearoundme in Forest Adventure. Trenutno so v ponudbi programi gozdnega trekinga z opazovanjem medveda ali brez in gozdni trekingi za družine. Gre za vodene zahtevnejše sprehode skozi dinarske gozdove, ki ponujajo stik z divjo naravo, spoznavanje medvedovega naravnega okolja in sobivanja z medvedom ter drugimi velikimi zvermi. Oba ponudnika izvajata tudi program samega opazovanja medveda, ki vključuje ustrezno pripravo obiskovalcev na doživetje. Oba nosita oznako Medvedu prijazno, kar pomeni, da s svojim načinom dela prispevata k sobivanju človeka in velikih zveri.



Opazovanje medveda, Jaka Ivančič

Vsi programi razen opazovanja medveda in kolesarjenje se lahko izvajajo skozi celo leto, kar je z vidika podaljševanja sezone zelo dobrodošlo.

Pomen produkta kolesarjenje za Postojno

Kolesarjenje ima za destinacijo Postojna številne pozitivne učinke, ki ne le krepijo turistično ponudbo, temveč tudi obogatijo celotno doživetje obiskovalcev. Postojna, znana po čudoviti kraški pokrajini, bogati z naravnimi

lepotami in edinstvenimi znamenitostmi, lahko kolesarjem ponudi izjemno doživetje, ki presega klasični turizem.

Intimen stik z naravo. Prvič, kolesarjenje omogoča intimen stik z naravo. Kras je znan po svojih kraških pojavih, jamah in zelenih planotah, ki jih je najbolje doživeti na nekoliko počasnejšem in bolj povezovalnem prevoznem sredstvu, kot je kolo. Kolesarske poti, ki vodijo skozi slikovite pokrajine, omogočajo obiskovalcem, da se poglobijo v naravne lepote, prisluhnejo tišini in uživajo v številnih razgledih, ki jih ponuja kraški svet.

Zdrav načina življenja. Poleg tega kolesarjenje spodbuja zdrav način življenja. S fizično aktivnostjo na svežem zraku obiskovalci ne le raziskujejo kraško pokrajino, temveč tudi izboljšujejo svoje zdravje. Postojna, ki slovi po svojem zdravilnem zraku, lahko s kolesarskimi potmi ponudi edinstveno kombinacijo aktivnega turizma in blagodejnega okolja.

Trajnostni turizem. Kolesarjenje prav tako spodbuja trajnostni turizem. Z izbiro kolesarskih poti in okolju prijaznih prevoznih sredstev obiskovalci prispevajo k ohranjanju narave in zmanjševanju ogljičnega odtisa. Destinacija Postojna lahko kot trajnostna destinacija pritegne okoljsko ozaveščene turiste in s tem okrepi svoj položaj kot privlačna destinacija z visoko stopnjo odgovornosti do okolja.

Gospodarske koristi. Pomen kolesarjenja za Postojno se odraža tudi v gospodarskih koristih. Z razvojem kolesarske infrastrukture in povezovanjem s turističnimi ponudniki se odpirajo nove poslovne priložnosti. Lokalni ponudniki lahko razvijejo storitve in produkte, prilagojene potrebam kolesarjev, kar vodi v ustvarjanje novih delovnih mest in povečanje turističnih prihodkov.

Vključevanje prebivalcev. Da bi še dodatno poudarili pomen kolesarjenja za destinacijo Postojna, je ključno tudi vključiti lokalno skupnost. S sodelovanjem z lokalnimi prebivalci se lahko razvijejo avtentična doživetja, ki obiskovalcem omogočajo, da spoznajo lokalno kulturo, tradicijo in kulinarično ponudbo.

Predlogi ukrepov in aktivnosti za kolesarjenje za različne segmente kolesarjev:

Uvedba električnih gorskih koles za lažje premagovanje daljših razdalj.

Organizacija piknikov ali degustacij na ključnih postojankah ob kolesarskih poteh (v sodelovanju s kmetijami in društvi, kot na primer pri kozolcu toplar).

Sodelovanje z wellness centri za ponudbo paketov, ki vključujejo kolesarske izlete v kombinaciji s sprostitevniimi aktivnostmi, kot so masaže.

Razvoj turističnih paketov, ki združujejo kolesarjenje z drugimi doživetji, kot so ogledi znamenitosti (muzej, salon Ozbič, galerija idr.), degustacije in vodenja po mestu.

Organizacija kolesarskih izletov z osredotočenostjo na fotografiranje kraške pokrajine.

Nadaljevanje označevanja kolesarskih poti v naravi s primerno signalizacijo in vzpostavitev povezav med obstoječimi turističnimi točkami.

Postavitev dodatnih točk za izposajo koles na ključnih lokacijah (Predjama itd.).

Povečati ponudbo specializirane kolesarske opreme za različne zahteve (dogovor s športnimi trgovinami).

Nadaljevati z izvedbo tečajev za turnokolesarske vodnike (v sodelovanju z RDO).

Preko občinskih razpisov za spodbude podjetništva podpreti aktivnosti v podporne storitve kolesarstva, kot so specializacija nastanitvenih obratov za potrebe kolesarskih turistov, prevozi bike-shuttle, ponudba kolesarske opreme itn.

Umeščenost destinacije Postojna v turistični produkt Slovenia Green Gourmet Route, ki poudarja trajnostne značilnosti Slovenije, saj povezuje izključno destinacije, ki nosijo znak Slovenia Green Destination.

Pomen produkta pohodništvo za Postojno

Za povečanje pomena produkta Pohodništvo je ključno razvijati, označevati in promovirati kakovostne pohodniške poti, zagotavljati informacije in storitve za pohodnike ter poudarjati edinstvene naravne in kulturne značilnosti destinacije, ki jih lahko doživijo med pohodi. Pri razvoju in promociji tega podprodukta je pomembno izpostavljati naslednje prednosti:

Naravna kulisa: območje Postojne in okolice je obdano s prelepimi naravnimi pokrajinami, ki ponujajo odlične možnosti za pohodništvo. Pohodniki lahko raziskujejo gozdove, hribe in planote ter uživajo v neokrnjeni naravi.

Družinski turizem: pohodništvo je dejavnost, primerna za različne generacije in ravni telesne pripravljenosti. Destinacija lahko ponudi družinske pohodniške poti, ki so primerne za otroke in odrasle. Krajše sprehajalne in tematske poti so lahko prijetna sprostitev za goste, ki na destinaciji prenočujejo, zato je potrebno s tem sobodajalce redno seznanjati.

Povezovanje z drugimi aktivnostmi, kot so obiski kulturnih znamenitosti, obiski muzejev, zbirk, lokalna kulinarika.

Raznolike poti: raznolikost pohodniških poti omogoča, da destinacija nagovarja različne skupine pohodnikov – od tistih, ki iščejo enostavne sprehode do tistih, ki se želijo preizkusiti v zahtevnejših pohodih ali celo gorništvu (Via Dinarica, Nanos, sv. Lovrenc).

Okolju prijazen turizem: pohodništvo je okolju prijazna aktivnost, ki ne povzroča večjih posegov v naravo. Na ta način destinacija lahko promovira trajnostni turizem in ohranjanje narave.

Sezonska raznolikost: pohodništvo je lahko privlačno skozi vse letne čase. Destinacija lahko ponudi različne vrste pohodniških izkušenj, od spomladanskih cvetočih poti do jesenskih barvitih pokrajin, s čimer lahko prispevamo k celoletnosti turistične sezone.

Predlagani ukrepi in aktivnosti za pohodništvo:

Izvajati specializirana usposabljanja za turistične vodnike po tematskih poteh, kot sta na primer Scilkina učna pot in Zgodovinska pot Planina.

Predlagani ukrepi in aktivnosti za jamski turizem

Raznolika ponudba jam: razviti raznoliko ponudbo jam, ki zajema različne tipologije (vodne jame, suhe jame, udornice, brezna) ter kulturni in naravni pomen jam. Poudarek bo na izkušnji, ki združuje rekreacijo, poučnost in doživetje podzemnega sveta.

Jamska transversala: ustvariti in promovirati "Jamsko transversalo ali festival jam," ki bo obiskovalcem omogočala raznolika doživetja v izbranih jamah. Vsaka jama naj predstavlja unikatno doživetje, kar bo spodbudilo obiskovalce k raziskovanju več različnih jam v regiji (v sodelovanju z destinacijo Zeleni kras oz. drugimi ponudniki jamskega turizma v regiji in širše – Kras-Brkini).

Sodelovanje s strokovnjaki: vzpostaviti tesno sodelovanje z Jamarskim društvom Planina in Društvom za raziskovanje jam Luke Čeča z namenom vzpostavitve mini šole jamarstva (nastanek jam, jamske tehnike, varnostni vidiki idr.) za turiste.

Promocija s poudarkom na aktivnostih na prostem: poudariti jamski treking kot aktivnost na prostem, primerljivo s kolesarjenjem, pohodništvom ali drugimi športi. Cilj je pritegniti ljubitelje narave, avanturiste in vse, ki iščejo edinstveno kombinacijo rekreacije ter odkrivanja skritih podzemnih biserov.

Varstvo okolja: poudariti pomen varovanja narave in okolja. Z ustreznimi ukrepi zagotoviti minimalen vpliv na jamsko okolje, spoštovanje naravnih habitatov in ohranjanje jamskega ekosistema.

Vizija produkta Outdoor turizma

Postojna postane destinacija, ki ponuja aktivnosti na krasu (Outdoor na krasu) kot visokokakovostni, raznovrstni in različnim ciljnim skupinam prilagojen produkt, ki postane motiv večdnednega obiska s prenočevanjem.

Vizija podprodukta jamski treking

Jamska transverzala v destinaciji Postojna naj postane sinonim za edinstveno pustolovščino v podzemnem svetu kraške pokrajine. Produkt naj združuje fizično aktivnost, kulturo ter odkrivanje raznolikosti in lepote jam. Cilj je ustvariti nepozabno izkušnjo, ki dviga zavest obiskovalcev o podzemnih čudesih kraškega sveta.

Vizija podprodukta kolesarjenje na krasu

Kolesarjenje v destinaciji – Postojna Bike Adventures – postane celovito edinstveno doživetje, ki združuje naravna čudesa, zdrav življenjski slog, lokalno kulinariko, kulturno dediščino in trajnostni turizem. Postojna postane priljubljena destinacija za ljubitelje kolesarjenja in narave.

Z ustreznim izvajanjem predlaganih ukrepov in aktivnosti ter nadgradnjo produkta Outdoor na krasu lahko destinacija Postojna postane še privlačnejša za obiskovalce in pripomore k podaljšanju turistične sezone.



Treking po gozdu, Jaka Ivančič

PODPORNI PRODUKTI

Med podporne turistične produkte na destinaciji Postojna uvrščamo Kulturo in Kulinariko. Podporni produkti oz. storitve so sestavni del obiska, ne glede na motiv prihoda.

KULTURA

Kultura je umeščena med podporne produkte, saj noben njen segment, z izjemo Predjamskega gradu, za zdaj ne predstavlja tako privlačne in celovite ponudbe, da bi bil prepoznaven in kot tak samostojen motiv za prihod na destinacijo. Elementi kulturne ponudbe so pomemben del nosilnega produkta Kras Outdoor, v katerega se morajo ti ustrezno umeščati.



Brivnica Ozbič, Matevž Paternoster

Trenutno stanje

Med kulturno ponudbo sodi **Predjamski grad**, kulturni spomenik državnega pomena, ki je druga najpomembnejša znamenitost Občine Postojna in ena od ikon slovenskega turizma.

Druga pomembna stavbna dediščina je **Ravbarjev stolp v Planini**, ki je v fazi temeljite prenove v interpretacijsko izobraževalno središče, ki bo skupaj s Planinskim poljem, Planinsko jamo in območjem ostankov gradu Haasberg tvoril pomembno zaokroženo ponudbo in bo generator razvoja novih in nadgradnje že obstoječih programov in storitev, kot so Bike escape, prireditve društva Škratovke, tematske poti.

Muzejsko ponudbo sestavljajo **Notranjski muzej Postojna** z razstavo o krasu in razstava **EXPO Postojnska jama kras**. Obe razstavi sta sodobni in nudita poglobljeno, poučno, interaktivno in zabavno spoznavanje kraškega sveta, prva s poudarkom na nastanku kraške pokrajine, kraških pojavih in kulturnih vidikih krasa, druga pa s poudarkom na nastanku Postojnske jame in njeni turistični zgodovini. Posebna dragocenost v muzeju je originalni srednjeveški zaklad iz Predjamskega gradu. Notranjski muzej se ponaša s trajnostnim okoljskim certifikatom Zeleni ključ, Postojnska jama pa je za razstavo EXPO prejela priznanje Sejalec. S pričetim projektom Kulturizem kot generator razvoja destinacije bo Notranjski muzej posodobil infrastrukturo in nadgradil vsebino o spoznavanju povezave med človekom in krasom namenjeno družinam.

Živi muzej Brivnica Ozbič – z revitalizacijo legendarnega moškega salona je ohranjena in na ogled ponujena izjemna kulturna dediščina skoraj stoletje trajajoče brivsko-frizerske obrti. Salon z originalno opremo in novim vsebinskim konceptom danes opravlja primarno poslovno dejavnost brivnice in moškega frizerstva. Na voljo so vodeni ogledi brivnice, v družabnem prostoru brivnice pa postavljena stalna etnografska razstava o brivsko-frizerski obrti in družini Ozbič. Z objektom in ponudbo, ki se trži, upravlja Notranjski muzej.

Proteusova jama – Vivarij pred vhodom v Postojnsko jamo predstavlja najznačilnejše predstavnike jamskih živali, med njimi najpomembnejšo človeško ribico. Speleobiološka razstava je del ponudbe Parka Postojnska jama.

Vodeni ogledi mesta Postojna – po dogovoru so na voljo ogledi mesta Postojne pod vodstvom lokalnih turističnih vodnikov. Mestno pot sestavljajo tri poti: Meščanska promenada, V središču krasoslovja in Mesto na meji. Za samostojno raziskovanje mesta je na voljo turistični priročnik Postoj na mestni poti.

Kozolec Toplar – v kozolcu je urejena dragocena etnografska zbirka z več kot 200 eksponati in predmeti. S kozolcem in zbirko upravlja Turistično društvo Pudgura, ogled je mogoč po dogovoru. Društvo pri kozolcu organizira več dogodkov (zeliščarska razstava, gobarska nedelja, disco pod kozolcem).

Sakralna dediščina: mestna poznobaročna cerkev sv. Štefana je vključena v voden ogled po mestni poti (Postoj na mestni poti), ogledi te in drugih cerkva so sicer mogoči tudi v lastni režiji.

Prireditve v Postojni in okolici – najbolj množična prireditve so Jaslice v Postojnski jami, ki traja od 25. 12. do 30. 12. in je najbolj obiskana prireditve v destinaciji. V poletno-jesenski sezoni se zvrsti več prireditev, ki jih obiščejo predvsem domačini: Furmanski praznik, Krompirjeva noč, Erazmovi dnevi v Pudguri, Srečanje starodobnikov, Gobarska nedelja pod kozolcem, Zeliščarski dan pod kozolcem ter festivalskih prireditev: Kulturni utrip Postojne in Zmaj 'ma mlade. Novost so kulinarične prireditve (Koline na Zelenem krasu in Čemaževi dnevi) ter kolesarsko-športne prireditve, ki so podrobneje predstavljene v sklopu produkta Kulinarika in Športni turizem.

Kutinova hiša v Postojni – dvorec v središču mesta, v lasti Občine, v katerem se bo po temeljiti prenovi odprla galerijska (Galerija postojnskih umetnikov) in druga kulturna dejavnost, zanimiva tudi za obiskovalce mesta.

Stanje produkta se je torej v zadnjih letih precej izboljšalo in načrtovani oziroma že začeti projekti dajejo temu produktu velik elan ter obenem terjajo dober premislek o organiziranosti in vsebini ponudbe.

Ukrepi in aktivnosti za podporni produkt Kultura

Razvoj interpretacijskih središč:

Ureditev Ravbarjevega stolpa v Planini v interpretacijsko izobraževalno središče, ki bo povezano s Planinskim poljem, Planinsko jamo, parkom ob

gradu Haasberg, urejenima tematskima potema Scilkina pot in Zgodovinska pot Planina v zaokroženo ponudbo z upoštevanjem izdelanega idejnega vsebinskega interpretacijskega načrta za Ravbarjev stolp. Prav v Ravbarjevem stolpu je namen oblikovati pet-zvezdično doživetje.

Kontinuirano izboljševanje in posodabljanje muzejskih eksponatov in razvoj doživetij v Notranjskem muzeju Postojna, zlasti tistih, ki se nanašajo na kulturno povezavo med človekom in krasom.

Oživljanje kulturnih dediščin:

Spodbujanje kulturnih prireditev in dogodkov v Kutinovi hiši v Postojni, ki bodo predstavljali lokalno umetnost in kulturno dediščino.

Organizacija rednih dogodkov v Brivnici Ozbič, kot so tematske razstave, predavanja o brivsko frizerski obrti ter kulturni dogodki.

Vzpostavitev etnografskih doživetij:

Razvoj etnografskih doživetij v Kozolcu Toplar, vključno z vodenimi ogledi, delavnicami in dogodki za otroke, ki predstavljajo lokalno zgodovino, obrti ter tradicijo (v sodelovanju TD Pudgura in Notranjskim muzejem).

Kulturna sodelovanja in mreženje:

Spodbujanje sodelovanja med kulturnimi ustanovami, društvi in lokalnimi umetniki za ustvarjanje sinergij, izmenjavo izkušenj in oblikovanje idej. Za tovrstno sodelovanje in mreženje omogočiti prostore v obnovljeni Kutinovi hiši.

Vzpostavitev kulturnih mrež in povezav med kulturnimi ustvarjalci, zlasti mladimi, iz pobratenih občin Supetar in Stolac, kar bo okrepilo kulturno ponudbo v destinaciji (glasba, likovna umetnost, ples itd.).

Razvoj kulturnih poti in ogledov:

Oblikovanje tematskih kulturnih poti, ki povezujejo znamenitosti in dediščino na destinaciji (npr. Muzejska četrt, ki vključuje Notranjski muzej, Salon Ozbič, hišo Luke Čeča, Kutinovo hišo, Srebotnjakovo hišo, Kraigherjevo sobo).

Usposabljanje lokalnih turističnih vodnikov za izvajanje vodenih ogledov mesta Postojna, ki vključujejo poti, kot so Meščanska promenada, V središču krasoslovja in Mesto na meji.

Promocija kulturnih dogodkov:

Razvoj marketinških kampanj za promocijo kulturnih dogodkov, festivalov in prireditev na destinaciji.

Vzpostavitev enotnega koledarja dogodkov in prireditev.

Vizija podpornega produkta Kultura

Postojna se uveljavi kot destinacija, ki v svoj nosilni produkt Kras Outdoor uspešno vključuje elemente kulturno-zgodovinske dediščine in umetnosti, ki so inovativno predstavljeni. Kulturna ponudba postane raznovrstna, privlačna in dinamična dopolnitev ogleda glavnih turističnih atrakcij in ponudbe aktivnosti na prostem, ki obiskovalcem omogoči bogato učno izkušnjo o vseh vidikih kraške pokrajine in življenja na njej. V razvoj produkta se dejavno vključujejo prebivalci, društva in posamezni ustvarjalci.



Čemaževi dnevi, Simon Avsec

KULINARIKA

Trenutno stanje

Področje kulinarike oziroma gostinska ponudba trenutno predstavlja velik izziv. Srečujemo se s premajhnim obsegom in prenizko kakovostjo ponudbe hrane, zlasti v mestnem središču. Problematično je zlasti pomanjkanje ponudbe lokalne hrane in tradicionalnih jedi, ki so del identitete območja. Turistične kmetije, ki ponujajo sicer dobro hrano, so maloštevilne in ne poslujejo po odprtem sistemu (potrebna je rezervacija, predhodna najava). Poskusi ulične kulinarike so zamrli. Ponudba za nakup lokalnih prehranskih izdelkov in pridelkov je zelo okrnjena, kmečka tržnica v Postojni deluje zgolj enkrat tedensko, trgovina z lokalnimi izdelki je prenehala z delovanjem. Kot drugod, je tudi v tej destinaciji prisoten problem s kadri v gostinstvu. Kljub temu pa je prav tako viden napredek.

Zelo spodbudni so pozitivni premiki nekaterih gostincev, ki razvijajo sodobne pristope v kulinarični ponudbi in so povezani v Društvo za gostinstvo in turizem Postojna in Pivka. Ob podpori in soorganizaciji Turizma Postojna in RDO je bilo s skupnim nastopom gostincev v zadnjih dveh letih izvedenih nekaj uspešnih tematskih kulinaričnih dogodkov (Čemaževi dnevi, koline), ki dokazujejo, da ima destinacija potencial za razvoj vrhunske kulinarike povezane s tradicijo. Nova je butična hotelska ponudba na podeželju s kakovostno in izvirno restavracijo ter potencialom za nadgradnjo, dobro se je prijela tudi ponudba malic in kosil v podjetniškem središču ob poti med dvema največjima turističnima točkama (Postojnska jama, Predjamski grad).

Ukrepi in aktivnosti na področju kulinarike

Spodbujanje lokalne kulinarične identitete:

Nadaljevati z organizacijo dogodkov in festivalov, ki gradijo na tradiciji (furmanstvo, koline, divja hrana), poudarjajo lokalno kulinariko in sodobne pristope h kulinariki za različne ciljne skupine gostov (gastronomski večeri, ulična prehrana).

Podpirati prizadevanja gostincev in trgovcev za doseganje večje stalnosti in količin pri zagotavljanju lokalnih surovin od proizvajalcev in pridelovalcev (v sodelovanju z RDO in obema LAS).

Razvoj kulinarčnih destinacijskih točk:

Spodbujanje razvoja in promocija gostinskih obratov, ki se specializirajo za lokalno kulinarčno ponudbo ob turističnih prometnih tokovih.

Pri oživljanju centra Postojne (Tržaška cesta) spodbujati tudi raznoliko gostinsko ponudbo, kjer lahko turisti in domačini doživijo raznolikost lokalnih jedi (Kutinova hiša, ulična prehrana).

Vzpostavitev degustacijskega centra v Kutinovi hiši na Tržaški cesti.

Vzpostavitev točk, kjer lahko gostje sodelujejo pri izdelavi določenih surovin in iz njih naredijo kulinarčne izdelke (npr. pašta, čajarnica itd.).

Povečanje ponudbe lokalnih prehranskih izdelkov:

Spodbujanje vzpostavitve redne kmečke tržnice v Postojni, kjer lokalni pridelovalci lahko prodajajo svoje izdelke.

Sodelovanje z lokalnimi trgovci za ponovno uvedbo trgovine z lokalnimi izdelki.

Inovativni pristopi v gostinski ponudbi:

Podpora in spodbujanje gostincev, ki razvijajo sodobne pristope v kulinarčni ponudbi prek promocije, organizacije dogodkov, specializiranih izobraževanj.

Organizacija delavnic za gostince z namenom izmenjave idej in spodbujanja inovacij v menijih.

Povezovanje gostincev:

Nadaljevanje s podporo in soorganizacijo kulinarčnih dogodkov, ki vključujejo več gostincev.

Podpora delovanju društva za gostinstvo in turizem pri organizaciji kulinarčnih dogodkov, izmenjavi izkušenj med gostinci ter spodbujanju sodelovanja.

Pritegniti k sodelovanju največjega gostinskega ponudnika v destinaciji in graditi močnejšo kulinarčno skupnost.

Izobraževanje kadrov:

Sodelovanje z izobraževalnimi institucijami (LUP, Šolski center Postojna – program Munera) in s podjetji za vzpostavitev programov usposabljanja kuharjev in natakarjev v destinaciji¹⁸.

Ponujanje subvencij ali drugih spodbud gostincem za izobraževanje in razvoj kulinarčnih veščin svojega osebja (tečaji tujih jezikov, komunikacija z gosti ipd.).

Pritegniti k sodelovanju največjega gostinskega ponudnika v destinaciji.

Kulinarična doživetja za obiskovalce:

Ustvarjanje kulinarčnih programov, ki turiste seznajajo z lokalno kulinariko in pridelavo hrane (divja hrana, furmanska pojedina, gobe itd.).

Redna ponudba doživetij, kot so kulinarčne ture, delavnice kuhanja in degustacije lokalnih jedi.

Vizija podpornega produkta Kulinarika

Občina Postojna si prizadeva postati turistična destinacija, ki združuje bogato lokalno kulinariko s sodobnimi pristopi in inovacijami v gostinski ponudbi. S sistematičnimi prizadevanji se postopoma razvije v destinacijo, ki zadovolji različne okuse gostov in ponuja tudi izjemna kulinarična doživetja, povezana z identiteto destinacije.

¹⁸Primorsko-notranjska je poleg Zasavske edina regija v Sloveniji, ki nima srednješolskih izobraževalnih programov gastronomije in turizma. Čeprav je glede na vpis v te šole oddelkov dovolj, bi bilo smiselno razmisliti o predlogu za vzpostavitev takega programa v Postojni, ki bi zaradi bližine šolanja ter ob učinkih dodatnih ukrepov in podpornih storitev turističnega gospodarstva (opravljanje učne prakse in vajeništva v turističnih podjetjih) lahko privabil mlade k učenju za te poklice.

NIŠNI IN DRUGI POSEBNI PRODUKTI

Trenutno nobena od posebne ponudbe ni oblikovana kot specializirana in prilagojena ponudba za ciljni segment obiskovalcev, ki bi zadovoljevala njihove jasne potrebe in interese. Zato deluje v glavnem kot dopolnilna ponudba, brez izrazitih potencialov za razvoj v nišne produkte, ki bi gradili na kakovosti in prilagojenosti, kar je ključni dejavnik za privabljanje obiskovalcev. Največji potencial za razvoj nišnega produkta imata sicer področji speleo wellness/speleoterapija in športni turizem.

Klimatski turizem

Medtem ko je speleoterapija posebna oblika zdravstvene terapije, saj vključuje bivanje v jamah, kjer so prisotni specifični mikroklimatski pogoji, ki imajo zdravilne učinke na dihalne težave, je speleo wellness nov pristop v turizmu, ki izkorišča podzemno okolje jam za doživetje sprostitve, zdravja in raziskovanje jam. Zametki razvoja produkta speleoterapije in speleo wellnessa so bili na destinaciji že izdelani. Pred leti je upravitelj Postojnske jame opravil začetne raziskave in poskusni program za speleoterapijo, ki so pokazale ugodne rezultate za vzpostavitev takšnega programa. Vendar so se prizadevanja zaustavila zaradi neskladnosti s koncesijsko rabo postojnskega in predjamskega jamskega sistema. Produkt speleoterapije je sicer umeščen v nosilni produkt makro destinacije Mediteranska & kraška Slovenija Zdravje & Dobro počutje in ga za zdaj izvajajo v umetni jami v sklopu sežanske bolnišnice. Interes za razvoj tega produkta na destinaciji Postojna ostaja aktualen.

Športni turizem

Gre za ponudbo, ki je v Postojni znana kot poletni košarkarski tabor. Produkt se lahko razvije v bolj organizirano ponudbo športnih priprav in treningov različnih športnih ekip. Ugodne poletne temperature in sveže noči omogočajo kakovostno vadbo in počitek. Poleg naravnih klimatskih pogojev je za razvoj produkta najpomembnejša ustrezno razvita športna infrastruktura. Ta je v manjši meri že razvita, z načrtovanimi investicijami v bazen, gradnjo nove športne dvorane v Srednji gozdarski, lesarski in zdravstveni šoli bo zagotovljena dobra infrastrukturna podlaga za razvoj tega produkta, namenjena nišnemu tržnemu segmentu. Ob tem pa je potrebno razvijati storitve, prilagojene potrebam ciljne skupine (prilagojena

ponudba prehrane, masaža, pranje športne opreme, udobne namestitve itd.).



Dirka po Sloveniji, Foto atelje Murovec Postojna

Poslovni turizem

V Parku Postojnska jama je urejeno sodobno prireditveno središče za različne poslovne dogodke manjšega in srednjega obsega, tudi ekskluzivne. Lahka prometna dostopnost Postojne in edinstveno naravno okolje sta ob že vzpostavljeni ponudbi kongresnega turizma priložnost, da se v mestu Postojna in neposredni bližini Postojnske jame razvijajo manjkajoče podporne storitve oziroma dodatna ponudba na višji ravni, namenjene segmentu poslovnih gostov (wellness ponudba, restavracije, kavarne, teambuildingi, vodeni ogledi mesta, vodeni kolesarski izleti ali pohodi itd.). Ta nišni produkt ugodno vpliva na boljšo sezonsko razporejenost obiska, saj se odvija tudi izven visoke poletne sezone. Dobre možnosti za poslovni turizem v manjšem obsegu nudi še Podjetniški inkubator Perspektiva Postojna (OIC Veliki Otok), ki z odličnimi podpornimi storitvami in prilagodljivo sodobno gostinsko ponudbo pod eno streho še pri promociji destinacije ni dovolj izkoriščen.

Jahanje

Pri nekaterih ponudnikih je vzpostavljena ponudba jahanja konj. Grad Prestranek kot specializiran konjeniški center ima eno največjih in najstarejših pokritih jahalnic v Sloveniji ter največjo šolo jahanja na islandskih konjih v Sloveniji.

Ponujajo možnost individualnega in tudi terenskega jahanja na islandskih konjih, počitniške jahalne tabore, šolo jahanja, terapijo s pomočjo konja in možnost najema jahalnih površin. Jahanje in učenje jahanja konj v idilični naravi ponujata še Penzion Lippizaner Lodge iz Landola in Ekoturizem Hudičevce z Razdrtega, kjer imajo poleg konj tudi veliko drugih živali, ter ponujajo jahanje in pomoč pri oskrbi konja kot celodnevno ponudbo za družine.

Ponudba ni oblikovana na ravni nišnega produkta, kljub temu pa se lahko ob danih izjemnih naravnih pogojih in primernih spodbudah nosilcev (sofinanciranje projektov) razvije v bolj kakovostno dopolnilno ponudbo počitnic na podeželju.



Turistična kmetija Hudičevce

10.3. DIGITALNA PREOBRAZBA

Digitalizacija v turizmu je za destinacijo Postojna zelo pomembna, zlasti za prepoznavanje in upravljanje turističnih tokov, ki je ključno za učinkovito načrtovanje infrastrukture, javnega prevoza itd. Delovanje na področju Digitalna preobrazba bo prispevalo k doseganju razvojnih ciljev: **doseči kompetentno in vključujoče upravljanje destinacije vključno z odgovorno promocijo; krepiti zadovoljstvo gostov; in večati zadovoljstvo prebivalcev s turizmom.**

Občina Postojna je 2021 izdelala Strategijo pametne občine¹⁹, ki opredeljuje nekaj konkretnih ciljev in ukrepov digitalizacije tudi na področju turizma. Strokovne podlage in jasno vodilo za načrtovanje, usklajevanje in operativno delovanje daje nova nacionalna strategija digitalne preobrazbe slovenskega turizma²⁰, ki z vizijo odraža skupen pogled razvoja na tem področju: *»Slovenija postane vzorčni primer pametne destinacije, ki krepi in spodbuja razvoj trajnostnih, butičnih, personaliziranih in inovativnih doživetij«*. Izhajajoč iz strategije pametne občine, nacionalne strategije digitalne preobrazbe turizma ter na podlagi izraženih potreb in pričakovanj lokalnih deležnikov, predlagamo naslednje ukrepe in aktivnosti:

1. Digitalizirano štetje obiskovalcev in gibanje turistov po Občini (Strategija pametne občine)
2. Dostop do izbranih zbirk, razstav in publikacij Notranjskega muzeja in drugih muzejskih vsebin na aplikaciji (Strategija pametne občine)
3. Nadgradnja in prilagoditev vsebine spletne destinacijske strani Visit Postojna
4. Aktivnejše in bolj učinkovito upravljanje z lastnimi spletnimi družbenimi omrežji (Facebook, Instagram)
5. Nadaljnje posodabljanje fototeke v skladu s trženjsko strategijo Visit Postojna
6. Izdelava video vsebin turističnih produktov (zlasti nosilnega in podpornih) ter o novostih ponudbe v skladu s trženjsko strategijo Visit Postojna

¹⁹Strategija vzpostavitve pametne Občine Postojna, 2021.

²⁰Strategija digitalne preobrazbe slovenskega turizma 2022–2026, 2022.

7. Uporaba izdelanega 3D modela Ravbarjevega stolpa pri bogatitvi izkušnje doživetja zgodovine Ravbarjevega stolpa (digitalizacija kulturne dediščine)
8. Vzpostavitev rezervacijskega sistema, preko katerega si lahko uporabniki izdelajo lasten itinerarij obiska na destinaciji (preko projekta Smart Tourism Destination)
9. Redna uporaba spletnega orodja TIM (Tourism Impact Model) za strateško načrtovanje na podlagi realnih podatkov
10. Spodbujanje uporabe digitalnega vavčerja za turistična podjetja (Slovenski podjetniški sklad) za izboljšanje digitalnega poslovanja turističnega gospodarstva (v sodelovanju z RDO)
11. Spodbujanje turističnih ponudnikov za vključitev v marketplace, t.j. nacionalne spletne platforme za širok nabor turističnih storitev in produktov, ki bo deležnikom v panogi omogočil, da svoje produkte in storitve tržijo na vključujoč in tržno nevtralen način (v sodelovanju z RDO)
12. Digitalna podpora turističnim društvom pri pridobivanju sredstev na razpisih (v sodelovanju z Boreo)
13. Aplikacija Zeleni kras s ponudbo Postojne in regije
14. Zemljevid GPX
15. Aplikacija za mestne poti
16. Redno udeleževanje Turizem Postojna na IT TOUR strokovnem dogodku (Dnevi slovenskega turizma) in nacionalnih izobraževalnih programih, kot je digitalna akademija v turizmu.

10.4. ZELENO IN TRAJNOSTNO DELOVANJE

Zelena preobrazba je horizontalno področje delovanja, kar pomeni, da je vpeto v vsa ostala prednostna področja delovanja in v večino ukrepov znotraj teh področij.

Občina Postojna je 2018 pristopila k zavezi trajnostnega razvoja turizma in se vključila v Zeleno shemo slovenskega turizma. ZSST je uveljavljen nacionalni program in certifikacijska shema, katere nosilci izkazujejo sistematičen pristop k razvoju odgovornega, trajnostnega turizma. Krovna znamka Slovenia Green destinacijam in ponudnikom ponuja konkretna orodja za oceno in izboljšanje **trajnostnega delovanja**. ZSST sledi merilom mednarodne fundacije Green Destinations – Green Destinations Standard, ki so priznani s strani Global Sustainable Tourism Council.

Občina Postojna je kot destinacija v letu 2019 na podlagi ocene stanja na terenu prejela srebrni znak. Poleg tega je del destinacije Zeleni kras, ki je nosilka bronastega znaka. V Občini so trije ponudniki s pridobljenim trajnostnim znakom (Notranjski muzej kot atrakcija ter Penzion Mirjam in Hotel Center kot nastanitev). V letu 2022 je bil opravljen ponovni postopek ocenjevanja, v katerem je destinacija Postojna dosegla viden napredek na področju strateškega načrtovanja turizma in implementacije trajnostnih ukrepov v svoje poslovanje ter prejela zlati znak. Upoštevanje smernic in uresničevanje ukrepov na okoljskem, družbenem in gospodarskem področju spodbuja destinacije k učinkoviti rabi energije in vode, trajnostne mobilnosti, ozelenitvi turističnih nastanitev, zelenemu naročanju ter prilagajanju na podnebne spremembe.

Destinacija je najboljše rezultate dosegla v kategoriji Narava in krajina (10), Okolje in podnebje (8,8) ter Poslovanje turističnih podjetij (8,9), kjer destinacija izkazuje številne aktivnosti na področju usposabljanja turističnega gospodarstva in zelene promocije. Priložnosti za izboljšave pa ima destinacija pri izdelavi kriznega načrta za turizem, ukrepih za nižanje in kompenzacijo ogljičnega odtisa ter ščitenju gastronomske dediščine.

Ukrepi in aktivnosti za trajnostni razvoj destinacije

Občinski zeleni koordinator ZSST v sodelovanju z zeleno ekipo vsaka tri leta izdela akcijski načrt ukrepov za spodbujanje trajnostnega razvoja destinacije, ki ga potrdi občinski svet in predstavlja konkretno vodilo za izvajanje ukrepov. Akcijski načrt, ki se letno posodablja, zajema naslednje naloge:

1. Uresničevanje komunikacijskega načrta za vključujoči trajnostni in sonaravni razvoj destinacije
2. Komunikacija nasvetov za odgovornega turista
3. Spodbujanje turistov za najem lokalnih vodnikov
4. Izvajanje strategije merjenja in minimiziranja ogljičnega odtisa ter priprava načrta za pilotno merjenje ogljičnega odtisa (v sodelovanju z Umanotero in društvom Fokus)
5. Ozaveščanje turističnega gospodarstva o pomenu uresničevanja ukrepov za zmanjšanje rabe vode (v sodelovanju s Kovod Postojna)
6. Ozaveščanje turističnih ponudnikov o zmanjševanju količin trdnih odpadkov
7. Ozelenitev destinacije – dobrodelna akcija zbiranja prispevkov za drevesa (v sodelovanju z Zavodom za gozdove)
8. Podpora pri iskanju in uresničevanju rešitev za učinkovito ravnanje z odpadnimi vodami (v sodelovanju s Kovod Postojna)
9. Izvajanje prometne strategije Občine s spodbujanjem kolesarjenja kot oblike trajnostne mobilnosti v mestu in do nekaterih turističnih točk
10. Izvajanje samopostrežnega sistema izposoje koles POSbikes
11. Izboljšanje delovanja CTM za upravljanje sistema POSbikes, izposajo in servis koles, carsharing, ozaveščanje, svetovanje in izobraževanje o trajnostni mobilnosti
12. Nakup dodatnih e-koles in ureditev dodatnih polnilnic e-koles
13. Avtobusni prevozi na linijah Planina-Postojna-Postojnska jama-Predjama za turiste in prebivalce v času turistične sezone z namenom zmanjševanja osebnega motornega prometa
14. Ureditev novih polnilnih postaj za električne avtomobile
15. Izgradnja P+R parkirišča pri bencinskem servisu Petrol na Reški cesti
16. Uvedba plačila parkirnine prek mobilne aplikacije
17. Povečanje peš con s pametnim upravljanjem oziroma dostopom.



POSBikes, izposoja koles

Trajnostna mobilnost

Občina Postojna želi glede na Celostno prometno strategijo²¹ povečati delež trajnostne mobilnosti v občini. Največji izziv pri mobilnosti v turizmu v Občini predstavljata Postojnska jama in Predjamski grad. Velika prometna obremenitev zaradi velikega števila turistov zelo negativno vpliva na kakovost bivanja in obiskovanja predvsem v **Predjami**, zato je Občina Postojna v okviru projekta Predjama Sustainable²² pristopila k reševanju tega problema. Glavni cilj projekta je s pripravo mobilnostnega načrta in izvedbo ključnih ukrepov vplivati na mobilnostne navade ljudi in s tem prispevati k blaženju podnebnih sprememb. Ukrepi so razporejeni med pet stebrov: aktivna mobilnost (hoja, kolesarjenje), javni potniški promet, motorizirani osebni promet, informiranje in promocija ter upravljanja in načrtovanje. Do leta 2027 (nekateri tudi prej) so tako načrtovani naslednji ukrepi:

1. Peš povezave v Predjami
2. Prijeten in varen prostor med lipo in Staro damo (ureditev ploščadi brez avtomobilov)
3. Urbana oprema v Predjami
4. Pločnik med Predjamo in Bukovjem
5. Kolesarska infrastruktura na ploščadi med lipo in Staro damo
6. Označitev Zmajeve pešpoti in ureditev počivališč
7. Kolesarske povezave med Postojno in Predjamo
8. Avtobusi z opremo za prevoz koles
9. Izboljšave na avtobusni in železniški postaji v Postojni
10. Redni avtobusni prevoz na relaciji Postojna-Predjama
11. Linija Furmana do Postojnske jame
12. Celovito upravljanje mirujočega prometa v Predjami

²¹Celostna prometna strategija Občine Postojna, 2017.

²²Projekt Predjama Sustainable – upravljanje trajnostne mobilnosti na turistični lokaciji Predjama (2022–2024) je sofinanciran s sredstvi Finančnega mehanizma EGP v višini 499.499 EUR. Vodilni partner projekta je Občina Postojna, partnerji so Postojnska jama d.d., IPoP – Inštitut za politike prostora in Občina Strand iz Norveške. V 2022 je bil izdelan Mobilnostni načrt turistične destinacije Predjama, v katerem so zastavljeni kratkoročni, srednjeročni in dolgoročni ukrepi (v roku pet let) za zmanjšanje osebnega motornega prometa na lokaciji brez zmanjšanja obiska ter hkrati izboljšanje življenja prebivalcev in izkušnje obiskovalcev.

13. Signalizacija in ovire za prepoved ustavljanja in parkiranja ob cestišču Predjama-Bukovje
14. Redarski nadzor nad parkiranjem
15. Ureditev P+R na Prepihu in prestopanje na avtobus
16. Vodenje prometa v Predjami (talna signalizacija poteka prometa in parkiranja)
17. Ureditev PZA na prostoru bivšega Erazma in omejitev nadaljevanja poti za avtodome
18. Informiranje o trajnostnih oblikah mobilnosti do Predjame
19. Promocija parkiranja pri Postojnski jami
20. Digitalni prikazovalniki zasedenosti parkirišč v Predjami
21. Dostopnost informacij o javnem potniškem prometu (digitalni prikazovalniki na postajališčih)
22. Promocija jutranjega in izvensezonskega obiska gradu
23. Sodelovanje s SŽ
24. Delavnice o razvoju in potencialih Predjame in Bukovja še na drugih področjih.

Pomembno je, da med projektom vzpostavljena delovna skupina za usklajevanje in spremljanje izvajanja ukrepov, ki jo sestavljajo lokalni prebivalci in institucije, aktivno deluje tudi v prihodnje, ne le do konca projekta.

Tudi **prometni dostop do Parka Postojnska jama** postaja z rastjo obiska zelo obremenjujoč za mesto in njegove prebivalce. V načrtovanju je nova obvoznica do parkirišč Postojnske jame, ki bo sprostila promet in zastoje na Kosovelovi ulici. Gradnjo nove obvoznice je smiselno povezati z načrtovano gradnjo P+R parkirišča v območju OPPN Petrol ob Reški cesti, od koder bi turiste do mesta in parkirišč v Parku Postojnska jama usmerjali z avtobusi, kolesi ali peš. Ob primerni organizaciji in jasni komunikaciji načinov mobilnosti ter ponudbe na P+R bi lahko povečali zanimanje turistov za prihod v mesto.

Pri prostorskem načrtovanju prometnih povezav **v mestu** in ostale (turistične) infrastrukture je potrebno zasledovati naslednji cilj – usmerjati turiste v središče mesta s trajnostnimi načini mobilnosti (P+R, shuttle, kolesa, hoja) in pri tem poskrbeti za čim več zelenih površin.

Ranljivost turizma v Občini Postojna zaradi podnebnih sprememb

Občina Postojna je v letu 2021 izdelala analizo ranljivosti turizma zaradi podnebnih sprememb. Ta ugotavlja, da je turizem na postojnskem izpostavljen spremembam podnebja in njegova sposobnost prilagajanja bo pomemben dejavnik dolgoročne konkurenčnosti destinacije. Na destinaciji se nahajajo najbolj množično obiskane znamenitosti v Sloveniji. Kljub velikemu obisku je turizem v lokalni skupnosti prepoznan kot obetavna gospodarska panoga, ki jo je potrebno v Občini bolj kompleksno razvijati. Bogata in ohranjena narava kraškega tipa in z njo povezana kulturna dediščina sta pri tem ključna razvojna vira, razvoj turistične ponudbe pa je v veliki meri usmerjen v aktivno preživljanje časa v naravi.

Za analizo njegove ranljivosti turizma zaradi podnebnih sprememb je pomembno dejstvo, da turistični produkti, ki v destinacijo privabijo največ obiskovalcev (jamski turizem, muzejski turizem), niso neposredno odvisni od vremena oz. podnebja. Podnebnim spremembam so v večji meri izpostavljene turistične dejavnosti na prostem (športno-rekreativne aktivnosti, spoznavanje kulturne dediščine na prostem, opazovanje narave, prireditve na prostem) in infrastruktura na prostem, v veliki meri tudi turizem na podeželju. Ker vremenski pogoji vplivajo na človekovo ugodje, bodo pričakovano povišanje temperatur in spremenjeni padavinski vzorci v prihodnosti vplivali na ta segment turizma v destinaciji v vseh letnih časih.

Posredno je podnebnim razmeram izpostavljen postojnski turizem kot celota, saj se predvideva, da bodo te povsod po svetu vplivale na konkurenčnost destinacij in povzročile pomembne spremembe turističnih tokov.

Podnebje v Občini Postojna se je od šestdesetih let prejšnjega stoletja že segrelo za 1,7 °C, letna količina padavin se je zmanjšala za dobrih 10 %, višina snežne odeje se je več kot prepolovila. Trend segrevanja se bo v prihodnosti nadaljeval. Sredi stoletja bo povprečna temperatura zraka lahko še za 1,8 °C višja, kot je danes. Poleti se bo povečevalo število vročih dni s temperaturo nad 30 °C, vročinski valovi bodo pogostejši, močnejši in daljši. Toplejša poletja bodo v destinaciji Postojna še nekaj časa povečevala privlačnost destinacije, proti sredini stoletja pa bo poletna vročina pri turističnih aktivnostih na prostem vse neprijetnejša, še posebej v urbanem okolju. Povečala se bo potreba po razvoju poletne turistične ponudbe npr. v hladnejših, višje ležečih

območjih destinacije, ob vodnih virih in v zaprtih (klimatiziranih) prostorih. Povečal se bo tudi vročinski stres na delovnem mestu za turistične delavce, kar lahko zmanjša privlačnost poklicev v turizmu.

V toplejših pomladih in jesenih se bo zmanjšala fiziološka obremenitev za ljudi zaradi mraza pri aktivnostih na prostem in ogrevanje destinacije lahko v teh letnih časih poveča njeno privlačnost. Temperaturni pogoji za zimske aktivnosti na prostem se v destinaciji ne bodo bistveno izboljšali. Povišanje zimske temperature pa pomeni tudi krajšanje kurilne sezone in zmanjšanje stroškov turističnih ponudnikov za ogrevanje stavb (turističnih namestitev, muzejev, gostinskih lokalov ipd).

Poleti in jeseni se pričakujejo daljša sušna obdobja, ki jih bodo prekinjale močne padavine. Število dni s snežno odejo se bo še naprej zniževalo. Povišanje temperatur in spremenjeni padavinski vzorci bodo vplivali na naravo v destinaciji, ki je za turizem neprecenljiv razvojni vir. Lahko se poslabša biotska raznovrstnost in stanje gozdov, ki pokrivajo skoraj 70 % površine Občine. Podnebne spremembe bodo vplivale tudi na kmetijsko pridelavo in s tem na razvijajočo se gastronomsko ponudbo na osnovi lokalnih pridelkov. Rastna doba se bo podaljševala in mogoče bo gojenje toplotno zahtevnejših kultur.

Ob nadaljevanju globalnega segrevanja bodo kot poletne turistične destinacije pridobivale na privlačnosti hladnejše destinacije in destinacije s ponudbo, ki je neodvisna od poletne vročine, kar je konkurenčna prednost destinacije Postojna. Zaradi poslabšanja pogojev za poletni turizem v sredozemskih obalnih destinacijah in smučarski turizem v nižje ležečih zimsko-športnih destinacijah pa bo **postojnski turizem soočen z veliko konkurenco destinacij**, ki bodo prav tako poskušale podaljšati sezono na pomlad in jesen.

Ranljivost turizma v Občini Postojna ni odvisna samo od naštetih vplivov podnebnih sprememb, ampak tudi od zmožnosti destinacije za prilagajanje nanje. Destinacija ima zaradi raznolikosti turistične ponudbe veliko še ne povsem izkoriščenega potenciala za razvoj turizma na podeželju, institucionalne organiziranosti in ekonomske trdnosti precejšnjo zmožnost prilagajanja podnebnim spremembam. **Ranljivost celotnega sektorja turizma v destinaciji Postojna zaradi podnebnih sprememb je zato**

ocenjena kot zmerna. Ranljivost segmenta turizma, ki je vezan na aktivnosti na prostem pa proti sredini stoletja postane visoka. Ranljivost destinacije bolj kot vplivi podnebnih sprememb, ki bodo tudi pozitivni, povečuje zaenkrat omejena zasebna podjetniška iniciativa in zanimanje za delo v turizmu v lokalni skupnosti, zaradi česar obstaja nevarnost, da destinacija turističnih priložnosti, ki jih bodo prinesle podnebne spremembe, ne bo izkoristila v polnosti.

Zato je med predlaganimi ukrepi, s katerimi lahko Občina Postojna zmanjša tveganja za turistični sektor, zaradi podnebnih sprememb na prvem mestu informiranje, ozaveščanje in usposabljanje deležnikov turizma v destinaciji. Slednje naj izboljša podobo turizma v lokalnem okolju kot dolgoročno obetavne gospodarske dejavnosti ter poveča prepoznavanje ne samo groženj, ampak tudi priložnosti v zvezi s podnebnimi spremembami. **Pomembna področja ukrepanja** so še prilagoditev turistične ponudbe in trženja destinacije podnebnim spremembam, omilitev vpliva ekstremnih vremenskih dogodkov, aktivno upravljanje zaščitene narave ter pridobivanje podnebnih sredstev iz različnih programov in skladov ter sodelovanje v partnerskih projektih na področju blaženja in prilagajanja podnebnim spremembam.

Ukrepi za prilaganje podnebnim spremembam destinacije

»Turistični ponudniki in destinacije se bodo prilagodili, ali pa tudi ne. Turisti se bodo prilagodili zagotovo.«²³

Medtem ko se turisti prilagajajo na spremembe hitro – s spremembo destinacije in/ali s spremembo časa dopustovanja, je prilagajanje destinacij na podnebne spremembe počasnejše in dražje, zato ga je potrebno pravočasno in strokovno načrtovati. Zgodnje prilagajanje je stroškovno učinkovitejše, poleg izogibanja škodljivim učinkom omogoča izkoriščanje tudi možnih koristi podnebnih sprememb in povečuje dolgoročno konkurenčnost turistične destinacije.

1. Diverzifikacija turističnih produktov – prilagoditev turistične ponudbe podnebnim spremembam: razvoj ponudbe, ki se ne

²³Citat iz dokumenta Analiza ranljivosti turizma v Občini Postojna zaradi podnebnih sprememb, april 2021, dr. Renata Karba, Umanotera, Slovenska fundacija za trajnostni razvoj.

- izvaja na prostem (doživljajska ponudba v Notranjskem muzeju, Ravbarjevem stolpu, Postojnski jami, Jami pod Predjamskim gradom, Planinski jami, Salonu Ozbič).
2. Ciljano trženje destinacije ciljnim skupinam, ki so fleksibilne glede časa dopustovanja: prilagoditev produktov za zimsko, spomladansko in jesensko sezono in priprava ter izvajanje marketinških akcij, nagovarjanje skupin starejših in družin brez šoloobveznih otrok.
 3. Infrastrukturni ukrepi za omilitev vpliva izjemnih vremenskih dogodkov na turizem: povečanje zelenih in vodnih površin, ki ublažijo občutek vročine, izboljšujejo mikroklimo in zmanjšujejo pregrevanje ozračja; namestitev pitnikov v mestu in na turističnih točkah; ohranjanje prepustnosti tal v urbanem okolju (tlakovanje – naravna drenaža); zasaditev dreves za senco na parkiriščih (novi P+R v Postojni).
 4. Urbanistični in gradbeni ukrepi blaženja in prilagajanja podnebnim spremembam: pri prenovi ali novogradnji turističnih objektov upoštevati najvišje standarde energetske učinkovitosti in varčnosti; nadaljevati z energetsko celovito prenovo (javnih) stavb; vgrajevati tehnologije za varčno rabo in ponovno rabo vode; spodbujanje samooskrbe z energijo iz obnovljivih virov energije. Pomemben projekt na tem področju je energetska samooskrba podjetja Postojnska jama, ki je v teku.
 5. Informiranje, ozaveščanje in usposabljanje deležnikov turizma v destinaciji o podnebnih spremembah in ukrepih prilagajanja nanje: Turizem Postojna naj v okviru ZSST nadaljuje z izvajanjem programa informiranja, ozaveščanja in usposabljanja za turistične ponudnike, lokalno skupnost in obiskovalce (učinkovita raba energije, raba obnovljivih virov energije).
 6. Aktivacija sredstev iz različnih programov in skladov za ukrepe blaženja in prilagajanja podnebnim spremembam ter sodelovanje v partnerskih projektih: Občina naj nadaljuje z aktivnim vključevanjem v projekte, ki zagotavljajo sredstva in znanje za ukrepe blaženja in prilagajanja podnebnim spremembam (LIFE IP CARE4CLIMATE, KRAS.RE.VITA, Predjama Sustainable).

7. Sistem spremljanja stanja okolja in zgodnjega opozarjanja na ekstremne vremenske dogodke deležnikov turizma: posodobitev občinske regulative na področju varnosti ter zaščite in reševanja z vključitvijo za turizem pomembnih podnebnih vsebin vzpostavitev učinkovitega sistema zgodnjega opozarjanja na ekstremne vremenske dogodke za turistične deležnike (obiskovalce, zaposlene v turizmu in lokalno skupnost) ter usposabljanje lokalnih turističnih deležnikov v zvezi s tveganji in ukrepi za njihovo zmanjševanje.
8. Aktivno upravljanje zaščitenih območij narave: Občina Postojna naj se ob predhodnih dogovorih priključi ustanovitvi širšega Notranjskega regijskega parka, ki bo vključeval tudi Planinsko polje, s čimer bo zagotovljeno aktivno upravljanje tega občutljivega kraškega območja, med drugim redno spremljanje turističnega obiska in posledično ohranitev biotske in ekosistemske pestrosti.

Podrobneje so ukrepi predstavljeni v Analizi ranljivosti turizma v Občini Postojna zaradi podnebnih sprememb.²⁴

²⁴Analiza ranljivosti turizma v Občini Postojna zaradi podnebnih sprememb je dostopna na: <https://www.turizem-postojna.si/DownloadFile?id=548672>

11. ZAKLJUČEK

11.1. GLAVNI POUDARKI STRATEGIJE – POVZETEK ZA ODLOČEVALCE

Strategija razvoja trajnostnega turizma v Občini Postojna 2024–2029 je usmerjena v krepitev trajnostnega turizma, z jasnim fokusom na ohranjanje naravnih in kulturnih virov, inovacije ter vključevanje lokalne skupnosti. Poudarja potrebo po izboljšanju infrastrukture in večji profesionalizaciji storitev, digitalni transformaciji in zelenih praksah.

Za odločevalce je ključno sporočilo usmerjeno v nujno podporo finančni in kadrovski krepitvi upravljavca turizma ter v dosledno načrtovanje in izvajanje ukrepov, ki bodo dolgoročno ohranjali okolje in naravo kot temelj odgovornega turizma.

Strategija naslavlja tudi izziv nepovezanosti glavnih turističnih atrakcij z ostalo turistično ponudbo v Občini. Pri tem predlaga odločnejše zavzemanje za sistemsko komuniciranje med vpletenimi deležniki, ki bo zasledovalo koristi celotnega turističnega gospodarstva, prebivalcev in obiskovalcev.

Osrednji razvojni cilji vključujejo izboljšanje kakovosti, profesionalnosti in večanje diverzifikacije ponudbe, krepitev zadovoljstva gostov in prebivalcev s turizmom, krepitev turistične zavesti in podjetnosti prebivalcev ter identiteto kraja, zniževanje vpliva turizma na okolje, naravo in družbo ter doseganje bolj učinkovitega upravljanja destinacije, ki med drugim pomeni tudi pridobivanje prihodkov izven proračunskega okvira.

Strategija zastavlja konkretne ukrepe za doseganje teh ciljev, vendar le-ti zahtevajo večja vlaganja v človeške vire in večja finančna sredstva. Kazalniki uspeha bodo večja dodana vrednost na zaposlenega v panogi, izboljšanje sezone turizma, daljša doba bivanja turistov, večje zadovoljstvo prebivalcev, boljša izkušnja turistov, boljše doseganje trajnostnih kazalnikov v ZSST, višji proračun in več kompetentnih kadrov v lokalnem upravljanju turizma.

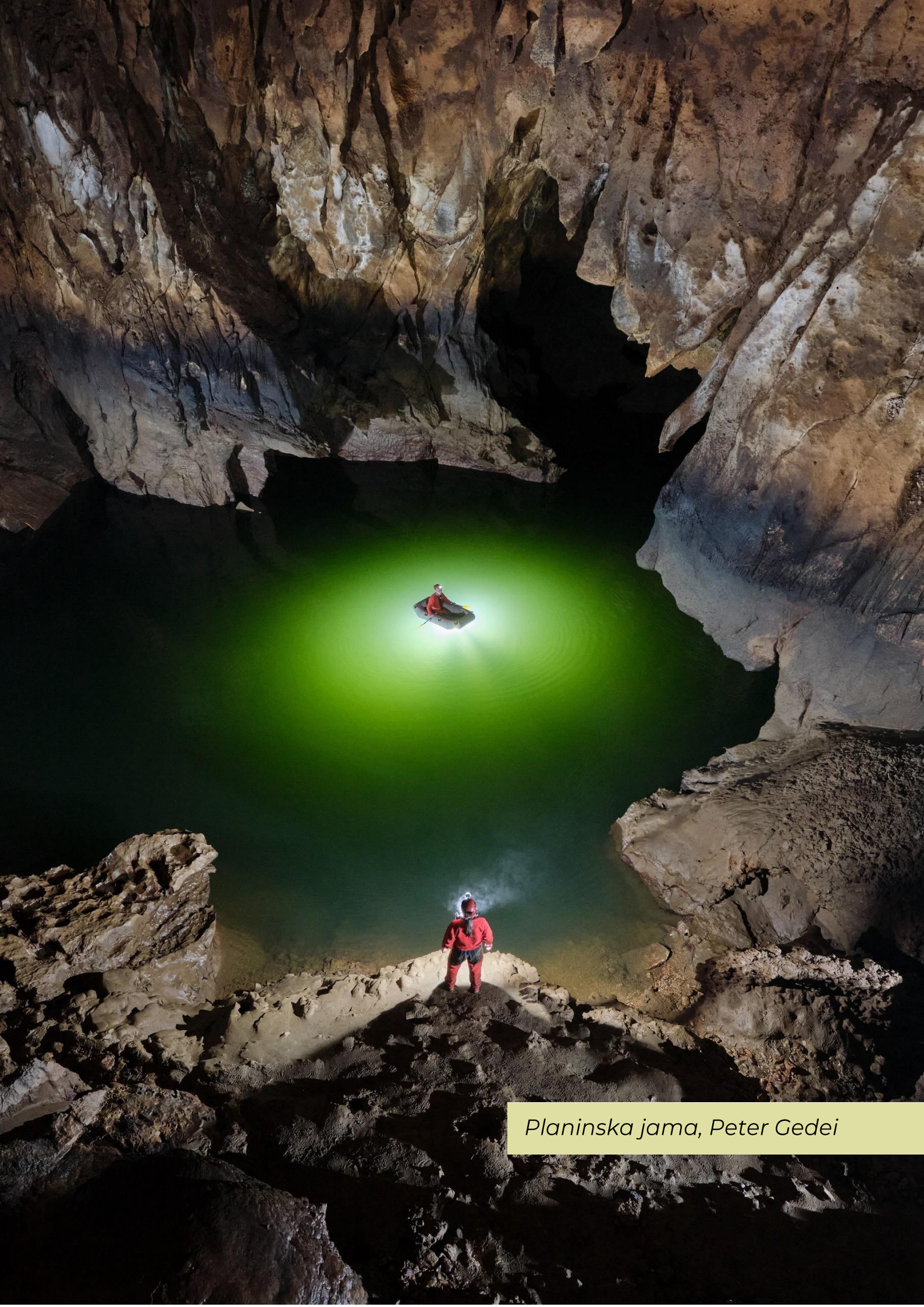
Vodilni turistični produkt destinacije je Outdoor na krasu, ki združuje aktivnosti na prostem z doživetji in raziskovanjem kraških posebnosti.

»**Postojna – svetovna prestolnica krasa**« je **nadgrajena vizija Postojne kot turistične destinacije**. Vizija poudarja edinstvena doživetja krasa in bolj izrazito izpostavlja mednarodni pomen.

12. AKCIJSKI NAČRT URESNIČEVANJA STRATEGIJE S FINANČNO OCENO IN NOSILCI

Strategija turizma in njeno uresničevanje sta v rokah različnih institucij. Nekatere aktivnosti se bodo izvajale prek društev, drugih enot javnega zavoda ter neposredno prek Občine Postojna. Del nalog bo izvajala RDO Zeleni kras, ki poleg sofinanciranja vseh šestih občin regije pridobiva tudi sredstva iz naslova razpisov gospodarskega ministrstva in STO. Kljub temu je za večji del zastavljenih projektov in aktivnosti akcijskega načrta predvidena izvedba prek Turizma Postojna. Ključne aktivnosti iz strategije smo zbrali v tabeli, kjer po letih predstavljamo projekcijo načrtovanih finančnih sredstev za aktivnosti in določamo glavnega nosilca za izvedbo aktivnosti. V kolikor bo Turizem Postojna začel pridobivati sredstva tudi iz naslova tržne dejavnosti in upravljanja nepremičnin, bomo le-ta vlagali nazaj v primarno dejavnost, torej upravljanje destinacije. V akcijski načrt uresničevanja strategije je vključena tudi ocena stroškov drugih investicij in vlaganj Občine Postojna za projekte, ki so vključeni v NRP.

Preglednica ukrepov in aktivnosti je del Akcijskega načrta uresničevanja strategije trajnostnega turizma v Občini Postojna 2024–2029, ki je priloga tega dokumenta.



Planinska jama, Peter Gedei

13. VIRI

1. Strategija razvoja turizma v Občini Postojna 2018–2023
2. VISOP – Vizija in strategija Občine Postojna (do leta 2035)
3. Strategija razvoja slovenskega turizma 2022–2028
4. Strategija digitalne preobrazbe slovenskega turizma 2022–2026
5. Strategija razvoja turizma v destinaciji Zeleni kras 2022–2027
6. Strategija vzpostavitve pametne občine, Postojna 2021
7. Celostna prometna strategija Občine Postojna, 2017
8. Načrt dela OE Turizem (Zavod Znanje Postojna) za leto 2020, 2021, 2022, 2023, 2024
9. Poročila o delu OE Turizem za leto 2019, 2020, 2021, 2022, 2023
10. Letna poročila o poslovanju družbe Postojnska jama, d.d. za 2019, 2020, 2021, 2022
11. Akcijski načrt ukrepov ZSST za nadaljnji trajnostni razvoj turizma v Občini Postojna za leto 2023
12. Mobilnostni načrt trajnostne destinacije Predjama, 2022
13. Analiza ranljivosti turizma v občini Postojna zaradi podnebnih sprememb, 2021
14. Regionalni razvojni program Primorsko-notranjske regije za obdobje 2021–2027
15. Lokalni program za kulturo Občine Postojna 2022–2026
16. Lokalni program za mladino v Občini Postojna 2018–2024
17. Letna publikacija STO Turizem v številkah, 2022

14. PRILOGE

- Priloga 1: Statistični podatki za področje turizma v Občini Postojna za obdobje 2018–2022
- Priloga 2: Akcijski načrt uresničevanja strategije trajnostnega turizma v Občini Postojna 2024–2029