



STRATEGIJA TRAJNOSTNEGA RAZVOJA IN TRŽENJA TURISTIČNE DESTINACIJE MORAVSKE TOPLICE

ZA OBDOBJE 2025–2030

MORAVSKE TOPLICE
MAREC 2025

NASLOV DOKUMENTA **STRATEGIJA TRAJNOSTNEGA RAZVOJA IN TRŽENJA
TURISTIČNE DESTINACIJE MORAVSKE TOPLICE ZA OBDOBJE
2025-2030**

NAROČNIK **Občina Moravske Toplice**

Odgovorna oseba na strani naročnika
Alojz Glavač

Vodja projekta na strani naročnika
Mojca Breščak

IZVAJALEC **TIC Moravske Toplice**

Odgovorna oseba na strani izvajalca
Sonja Bily

Delovna skupina na strani izvajalca
**Sonja Bily, Janja Bürmen, Vanja Samec,
Rimska Čarda d.o.o. Moravske Toplice,
PSG Franc Gönc s.p**

SODELUJOČI **Terme 3000** (g. Igor Magdič)

DELEŽNIKI **Terme Vivat** (g. Tilen Grah)

Panonska Vas (ga. Maja Kadiš, g. Matevž Kadiš)

Hiša Tara (ga. Ljerka Šrok, g. Aleš Šrok)

Posestvo Passero (g. Tomaž Sotošek)

Posestvo Podlipje (g. Stane Lovrenčec)

Turistična kmetija Puhan (ga. Katarina Puhan, g. Dorian Gjerkeš)

Gostilna Oaza (ga. Barbara Plohl)

Picerija Perunika (g. Bojan Berden)

Panon galerija vin (ga. Larisa Lara Gutman, g. Jože Gutman)

Glamping Na brejgi (g. Grega Rijavec)

Zeliščna kmetija Vidov Brejg (ga. Tanja Buzeti)

Lončarska vas Filovci (g. Gregor Bojnec)

www.visitmoravsketoplice.com



STRATEGIJA TRAJNOSTNEGA RAZVOJA IN TRŽENJA TURISTIČNE DESTINACIJE MORAVSKE TOPLICE

ZA OBDOBJE 2025-2030

Kazalo vsebine

UVOD	
Celostni pristop k uspehu	7
Turistična destinacija Moravske Toplice	8
Namen Strategije	10
Metodologija in veljavnost dokumenta	10
POVZETEK ANALIZE STANJA 2024	
Organizacija turizma	12
Analiza turističnih trendov	13
Trajnostna destinacija	16
Blagovna znamka destinacije	16
Trženje in tržno pozicioniranje	19
Digitalna promocija	20
Klasična promocija	21
Poglobljeni intervjuji s ponudniki	22
Raziskava mnenj s ključnimi ponudniki nastanitev	22
Raziskava mnenj s ključnimi gostinskimi in drugimi ponudniki	23
Povzetek izsledkov vseh intervjujev	23
Anketiranje turistov in prebivalstva	24
Pogled v prihodnost	26
SWOT analiza turizma destinacije Moravske Toplice	27
Trendi v turizmu	30
Ključne ugotovitve/izzivi	32
OBLIKOVANJE STRATEGIJE, VIZIJA IN STRATEŠKE USMERITVE	
Vizija destinacije Moravske Toplice	40
STRATEŠKI CILJI	45
Strateški razvojni cilji slovenskega turizma	46
Strateški razvojni cilji Pomurja	49
STRATEŠKI CILJI DESTINACIJE MORAVSKE TOPLICE	
RAZVOJNE PRIORITETE 2025-2030	57

Kazalo tabel

Tabela 1: Swot analiza – Tržno pozicioniranje in edinstvenost	27
Tabela 2: Swot analiza – Trajnost in okoljska naravnost	28
Tabela 3: Swot analiza – Digitalizacija in infrastruktura	28
Tabela 4: Swot analiza – Socialni in gospodarski razvoj	29
Tabela 5: Swot analiza – Trendi v turizmu	29
Tabela 6: Ključne besede za destinacijo Moravske Toplice	41
Tabela 7: Strateški cilji destinacije Moravske Toplice	54
Tabela 8: Prioritetna področja razvoja destinacije Moravske Toplice	58

PRIORITETA 1

Organizirana in kvalitetna destinacija	59
UKREP 1.1: Vzpostavitev modela destinacijskega upravljanja	60
UKREP 1.2: Regijsko in širše povezovanje destinacije Moravske Toplice	61
UKREP 1.3: Spremljanje in izvajanje strategije	61
PRIORITETA 1: Kazalniki in akcijski načrt	62

PRIORITETA 2

Urejenost destinacije	64
UKREP 2.1: Ureditev središča kraja Moravske Toplice	64
UKREP 2.2: Ureditev prometne in parkirne infrastrukture	65
UKREP 2.3: Zasnova in označitev rekreativnih poti, razvoj turističnih poti za gibalno ovirane	65
PRIORITETA 2: Kazalniki in akcijski načrt	66

PRIORITETA 3

Destinacija kvalitetnih doživetij in dobrega počutja ..	68
UKREP 3.1: Razvoj in nadgradnja turističnih produktov	69
UKREP 3.2: Moravske Toplice – Destinacija druženja	69
UKREP 3.3: Aktivni turizem in šport	70
UKREP 3.4: Vključevanje lokalne kulture in gastronomije v turistično ponudbo destinacije	71
UKREP 3.5: Uravnavanje sezonskosti	72
UKREP 3.6: Razvoj podporne infrastrukture in novih investicij	73
PRIORITETA 3: Kazalniki in akcijski načrt	74

PRIORITETA 4

Prepoznavna destinacija	76
UKREP 4.1: Krepitev identitete destinacije	77
UKREP 4.2: Trženje in promocija destinacije in podporne aktivnosti	78
UKREP 4.3: Sodelovanje s Slovensko turistično organizacijo (STO)	79
UKREP 4.4: Sprotno merjenje uspešnosti promocije in prepoznavnosti	79
PRIORITETA 4: Kazalniki in akcijski načrt	80

PRIORITETA 5

Trajnostna usmeritev	82
UKREP 5.1: Spodbujanje trajnostnega turizma s poudarkom na spremljanju poslovanja turističnih podjetij	83
UKREP 5.2: Varovanje in ohranjanje naravnih virov ..	83
UKREP 5.3: Trajnostna in mehka mobilnost	84
UKREP 5.4: Komuniciranje trajnosti in komuniciranje prilagajanja na podnebne spremembe	84
UKREP 5.5: Razogljičenje – zmanjševanja ekološkega odtisa turizma	85
UKREP 5.6: Ravnanje z odpadki	86
UKREP 5.7: Povečanje energetske učinkovitosti	86
UKREP 5.8: Spodbujanje prodaje lokalnih izdelkov, kilometer 0, širitev kratkih nabavnih verig	87
PRIORITETA 5: Kazalniki in akcijski načrt	88

PRIORITETA 6

Digitalizacija	90
UKREP 6.1: Digitalizacija destinacije in krepitev digitalne prisotnosti destinacije	91
UKREP 6.2: Pametne tehnologije za prihodnost turizma	92
PRIORITETA 6: Kazalniki in akcijski načrt	94

ZAKLJUČEK	96
VIRI	98
PRILOGE	99
P1: Akcijski načrt po prioritetah	
P2: Analiza stanja	
P3: Intervjuji, anketni vprašalniki	
P4: Akcijski načrt po prioritetah (excel tabela)	100



Celostni pristop k uspehu

Strategija razvoja destinacije Moravske Toplice za obdobje 2025–2030 je več kot le načrt – je vizija, ki združuje trajnost, inovativnost in sodelovanje. To je zgodba o odgovornem turizmu, ki obiskovalce očara, prebivalce navdaja s ponosom in ščiti ter ohranja naravo za prihodnje generacije. S tem celostnim pristopom v Moravskih Toplicah ne gradimo le prepoznavne destinacije, temveč ustvarjamo prostor, ki povezuje ljudi, naravo in kulturo v harmonično celoto, ki se bo ohranila še dolgo v prihodnost.

Struktura strategije je usmerjena v preoblikovanje turizma z močnim poudarkom na trajnostnih in digitalnih rešitvah. Za uspešno implementacijo je ključno medresorsko sodelovanje in sistematično spremljanje kazalnikov. Za učinkovito izvajanje aktivnosti bomo akcijski načrt po potrebi revidirali.

Strategija trajnostnega razvoja in trženja turistične destinacije Moravske Toplice za obdobje 2025–2030 obravnava celotno območje turistične destinacije Moravske Toplice (območje občine Moravske Toplice). Zasnovana je kot celovit okvir za trajnostni razvoj in trženje destinacije, pri čemer temelji na usmeritvah in ciljih iz Strategije slovenskega turizma 2022–2028. Ključni poudarki so na trajnostnem modelu načrtovanja, upravljanja in razvoja destinacije ob podpori naprednih digitalnih rešitev ter povečanju kakovosti in prepoznavnosti.

Turistična destinacija Moravske Toplice

Turistična destinacija Moravske Toplice se nahaja na skrajnem severovzhodu Slovenije, kjer se stikata ravninski in gričevnat svet, v bližini tromeje med Avstrijo, Madžarsko in Hrvaško. Destinacijo Moravske Toplice opredeljujemo kot območje občine Moravske Toplice, ki zajema 28 naselij (Andrejci, Berkovci, Bogojina, Bukovnica, Čikečka vas, Filovci, Fokovci, Ivanci, Ivanjševci, Ivanovci, Kančevci, Krnci, Lončarovci, Lukačevci, Martjanci, Mlajtinci, Moravske Toplice, Motvarjevci, Noršinci, Pordašinci, Prosenjakovci, Ratkovci, Sebeborci, Selo, Središče, Suhi Vrh, Tešanovci, Vučja Gomila).

Vodilna destinacija Moravske Toplice je ena od 35 glavnih slovenskih destinacij, ki so v Strategiji trajnostne rasti slovenskega turizma (2017–2021) opredeljene kot ključni akter slovenskega turizma na ravni destinacije. Destinacija Moravske Toplice se uvršča v VD Pomurje (RDO). Pomurje zajema vodilne turistične občine: Občino Moravske Toplice, Občino Lendava, Občino Radenci, Mestno občino Murska Sobota in destinacijo Jeruzalem –Občina Ljutomer. VD Moravske Toplice in regija Pomurje (RDO) spadata v makroregijo Termalna Panonska Slovenija.



Konkurenčne prednosti

Bogastvo Moravskih Toplic predstavljajo zdravilni vrelci; Terme 3000 in Terme Vivat so nosilke termalnega turizma in ključna stebra turističnega gospodarstva. Poleg zdravilnih termalnih vrelcev so Moravske Toplice odlično izhodišče za številne rekreativne aktivnosti.

Konkurenčnost in privlačnost občine Moravske Toplice kot turistične destinacije gradimo na dragoceni kulturni, etnološki in sakralni dediščini, bogatih naravnih danostih, narodnostni raznolikosti (predstavniki madžarske manjšine v 5 dvojezičnih naseljih), verski raznolikosti (predstavniki katoliške, evangeličanske, binkoštno in kalvinske veroizpovedi), idilični naravi, čistem okolju, avtentičnosti turistične ponudbe, lokalnih izdelkih, lokalnem značaju destinacije in varni destinaciji za sprostitve in aktivni oddih.

Moravske Toplice so prejele zlati znak Slovenia Green za destinacije in imajo 10 certificiranih predstavnikov turističnega gospodarstva, ki se razvijajo v smeri trajnostnega poslovanja in upravljanja turistične dejavnosti.

Strateška lega in dostopnost

Zaradi strateške lege in bližine mednarodnih letališč (Ljubljana 193 km, Zagreb 170 km, Gradec 129 km, Dunaj 225 km, Celovec 240 km, Trst 286 km, Budimpešta 291 km) so Moravske Toplice lahko dosegljive in ponujajo izvrstno izhodišče za odkrivanje sosednjih in čezmejnih regij ter obratno – so privlačna destinacija za obiskovalce iz teh regij.

Destinacija ima zaradi bližine državnih meja odlične možnosti za mednarodno sodelovanje. Mejni prehodi: Madžarska (Prosenjakovci, 15 km), Avstrija (Gedrovci-Sicheldorf, 18 km), Hrvaška (Petišovci-Mursko Središče, 35 km).

Občina se ponaša z dobro prometno povezanostjo, saj je enostavno dostopna preko avtoceste A5. Medkrajevna javna avtobusna povezava, ki jo zagotavlja Avtobusni promet Murska Sobota – AP MS d.d. med tednom omogoča dobro povezanost Moravskih Toplic z Mursko Soboto in okoliškimi kraji. Trenutno linija med vikendi ni redna, zato bi dostopnost ob vikendih lahko bila boljša.

Namen Strategije

Namen Strategije trajnostnega razvoja in trženja turistične destinacije Moravske Toplice za obdobje 2025–2030 je pripraviti pregleden dokument, ki opredeljuje cilje, strateške prioritete in konkretne ukrepe za trajnostni razvoj te turistične destinacije. Med cilji strategije smo opredelili kvantitativne in kvalitativne cilje.

Metodologija in veljavnost dokumenta

Metoda, ki je vključevala sistematično zbiranje in obdelavo podatkov iz sekundarnih virov, je bila uporabljena za analizo trendov v turizmu ter oceno trenutnega stanja, vključno z analizo turistične ponudbe, povpraševanja in trženja destinacije. Za pripravo strategije smo uporabili pristop, ki združuje tako kvantitativno raziskovalno metodo, analizo številčnih podatkov kot tudi kvalitativno raziskovalno metodo ter proučevanje kakovostnih informacij.

Kvantitativno raziskovanje je vključevalo izvedbo fizične in spletne ankete za različne deležnike – prebivalce, obiskovalce in turistično gospodarstvo iz območja občine Moravske Toplice. Na anketo se je odzvalo skupaj več kot 350 različnih deležnikov.

S kvalitativno metodo, ki je temeljila na poglobljenih intervjujih z različnimi deležniki v turizmu (kot so večji ponudniki nastanitev, gostinski obrati in drugi), smo preučili mnenja in predloge sodelujočih. V intervjujih so sodelovali ključni deležniki s področja turizma, turističnega gospodarstva in kulture. V proces priprave s predstavitvijo predloga strategije so vključeni ključni turistični deležniki iz občine Moravske Toplice.

Na osnovi analize stanja, pridobljenih rezultatov analize anketnih vprašalnikov in intervjujev ter v skladu s trendi na področju turizma smo zasnovali vizijo destinacije Moravske Toplice ter opredelili strateške cilje, strateške usmeritve in akcijski načrt ukrepov.

Strategijo trajnostnega razvoja in trženja turistične destinacije Moravske Toplice za obdobje 2025–2030 je dne 22. 4. 2025 na 19. seji potrdil Občinski svet Občine Moravske Toplice. Dokument velja do morebitne posodobitve ali sprejetja nove strategije.



POVZETEK ANALIZE STANJA 2024

Organizacija turizma

Turizem v občini Moravske Toplice je zasnovan na treh ključnih nivojih, ki skupaj ustvarjajo zaokroženo in kakovostno turistično ponudbo.

Na **gospodarskem nivoju** dominirata destinaciji **Terme 3000 in Terme Vivat**, ki sta glavni nosilki termalnega turizma in hkrati pomembni ponudnici nastanitvev, ter skupaj obvladujeta več kot 42 % vseh nastanitvenih zmogljivosti na tem območju. Ob njiju deluje še **210 manjših nastanitvenih ponudnikov**, kar obiskovalcem omogoča pestro izbiro namestitev različnih kategorij. Ponudba na tem območju zajema pretežno hotelske in apartmajske nastanitve, zaznavamo pa pomanjkanje kampov in butičnih prenočišč v naravi, kar predstavlja pomembno priložnost za nadaljnji razvoj.

Institucionalni **nivo predstavlja TIC Moravske Toplice**, ki povezuje turistično ponudbo občine s storitvami, kot so informacijska podpora, recepcijska dejavnost za določene nastanitve, izposoja koles, prodaja lokalnih izdelkov, organizacija prireditev in razvoj turizma z izvajanjem nacionalnih in mednarodnih projektov.

Civilno-družbeni nivo pa s svojimi dejavnostmi oblikuje 85 društev, ki s kulturnimi in turističnimi dogodki ohranjajo lokalno tradicijo, skrbijo za povezavo z lokalno skupnostjo in bogatijo izkušnjo obiskovalcev.

Turistična ponudba in analiza obiska:

Občina Moravske Toplice beleži visoko zasedenost nastanitvenih kapacitet, še posebej poleti in med vikendi, ko se zasedenost močno poveča. Po pandemiji COVID-19 se je število nočitev stabiliziralo in doseglo ravni pred pandemijo, okrevanje se odraža tudi v prihodkih od turistične takse, ki so po izteku turističnih bonov sicer upadli, a kažejo na nadaljnjo rast. Glavni **motivi za obisk** Moravskih Toplic so termalna voda, bogata gastronomska in kulturna dediščina ter aktivnosti na prostem, kot sta kolesarjenje in pohodništvo. Struktura gostov je mednarodno raznolika, vseeno pa je destinacija v veliki meri **odvisna od avstrijskih gostov**, kar predstavlja tveganje za prihodnost. Raznolikost trga se postopoma izboljšuje z **večjim deležem turistov iz Češke, Nemčije in Nizozemske**.

Gostinska ponudba:

Destinacija vključuje 20 gostinskih objektov, vendar je gostinska ponudba prav tako omejena; številni vinotoči in gostinski obrati namreč delujejo le ob koncih tedna, kar zmanjšuje dostopnost lokalne kulinarike za obiskovalce. Obnova vinogradniške tradicije in podpora mlajši generaciji gostincev bi lahko izboljšala dostopnost in prepoznavnost kulinarčne ponudbe, hkrati pa bi omogočila obiskovalcem trajnejši stik z lokalno kulturo in običaji.

Občina Moravske Toplice je v obdobju 2018–2023 zabeležila pomembne premike v številu nočitev in strukturi gostov. Najbolj uspešno leto je bilo 2019, ko je smo na tem območju zabeležili **558.544 nočitev**, kar je odraz uspešne promocije in stabilne mednarodne privlačnosti. Pandemija COVID-19 je leta 2020 povzročila močan upad na **393.094 nočitev**, vendar je okrevanje sledilo že leta 2022, ko smo dosegli **537.719 nočitev**, leto 2023 pa se je zaključilo stabilno, s **529.544 nočitvami**.

Povprečna dolžina bivanja:

Povprečna dolžina bivanja je skozi celotno obdobje ostajala stabilna pri **3,1 dneva**, kar destinacijo uvršča med privlačne točke za daljše obiske. V obdobju pandemije so domači turistični boni nekoliko podaljšali dolžino bivanja domačih gostov, kar je pozitivno vplivalo na izkoristek kapacitet.

Sezonska nihanja in mesečni obiski:

Destinacija Moravske Toplice je izrazito sezonska z največ turističnimi obiski v poletnih mesecih. V juliju in avgustu vsako leto beležimo najvišje število nočitev. Denimo, julija 2023 smo zabeležili **14,65 % več nočitev** kot julija 2019, kar odraža uspeh poletnih turističnih kampanj. Nasprotno pa v zimskih mesecih, kot sta januar in februar, beležimo najnižje število nočitev. Januarja 2023 smo imeli **18,56 % manj nočitev** kot januarja 2019, kar poudarja potrebo po razvoju zimskih produktov, kot so wellness paketi, športne aktivnosti in tematski dogodki. Jesenski meseci, kot sta september in oktober, so zaradi dogodkov, kot je **Martinov pohod**, stabilno priljubljeni in omogočajo bolj uravnoteženo razporeditev obiska skozi celo leto.

Struktura turistov:

V obdobju pandemije so domači gostje predstavljali glavnino obiskovalcev, pri čemer so leta 2021 ustvarili kar **361.709 nočitev**, to leto je bilo rekordno leto za domači trg. Po pandemiji se je njihov delež nekoliko zmanjšal, vendar ostajajo pomemben segment turistične strukture. Tujih gostov je bilo med pandemijo bistveno manj (leta 2020 so ustvarili le **72.556 nočitev**), a so se številke leta 2023 skoraj povsem vrnile na raven iz leta 2019, saj so prispevali **263.075 nočitev**. Ključni trgi ostajajo Avstrija, Nemčija in Češka, pri čemer Avstrija predstavlja največji delež. To pa predstavlja tudi tveganje zaradi dolgotrajne odvisnosti od enega trga, kar ustvarja potrebo po diverzifikaciji.

Izkoristek zmogljivosti in razvojne priložnosti:

Največji nastanitveni zmogljivosti, Terme 3000 in Terme Vivat, dosejata izjemno visoko zasedenost v poletnih mesecih, ki lahko preseže **59 %**, medtem ko je zasedenost pozimi le okoli **41 %**. Razvoj zimskih aktivnosti in produktov bi lahko pomagal povečati zasedenost v manj obiskani sezoni. Potencial za rast vključuje tudi razvoj kampov in butičnih prenočišč, saj bi s tem destinacija privabila širši krog obiskovalcev, ki iščejo bolj edinstvena in naravna doživetja.

Doživetja, kultura, narava in sprostitvev:

Destinacija Moravske Toplice ponuja raznolike aktivnosti za rekreacijo in sprostitvev, vključno s širokim naborom kolesarskih in pohodniških poti, ki skupaj **presegajo 350 km** in vodijo skozi slikovito prekmursko pokrajino. Med priljubljenimi točkami je tudi **golf igrišče Livada**, ki slovi po svoji izjemni urejenosti in privablja tako domače kot tuje obiskovalce. **Termalna ponudba z wellness** storitvami je osrednji del destinacije, saj obiskovalci uživajo v zdravilnih učinkih termalne vode, kar prispeva k splošni privlačnosti destinacije. Poleg termalnih doživetij Moravske Toplice obiskovalcem omogočajo vpogled v bogato kulturno dediščino z znamenitostmi, kot sta Plečnikova cerkev v Bogojini, romanska rotunda v Selu in tradicionalna lončarska vas v Filovcih. Dopolnitev ponudbe z lokalno obrtjo, tržnicami in degustacijami lokalnih pridelkov omogoča avtentično prekmursko izkušnjo, ki obiskovalcem daje občutek povezanosti z lokalno tradicijo.

PRIMARNE VRSTE TURIZMA:



SEKUNDARNE VRSTE TURIZMA:

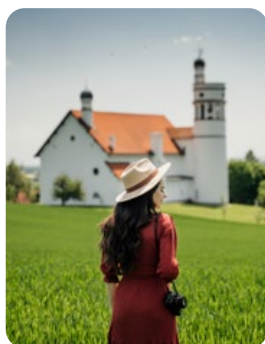


Občina se ponaša z bogato in raznoliko kulturno ter gastronomsko dediščino, kar predstavlja enega njenih najmočnejših atributov. Poleg številnih spomenikov snovne oziroma nepremične dediščine je območje še posebej prepoznavno po nesnovni dediščini. Prav ta dediščina podeželskim naseljem in vasem občine Moravske Toplice daje izrazito avtentičen, poseben in edinstven značaj.

KULTURA:

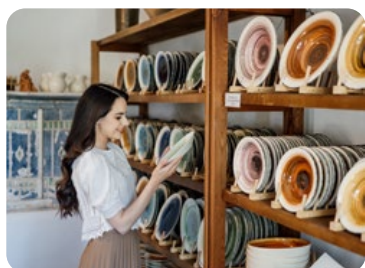
Stavbna dediščina:

- » Cerkev sv. Nikolaja in Device Marije, Selo (Romanska rotunda)
- » Cerkev Gospodovega vnebohoda, Bogojina (Plečnikova cerkev)
- » Cerkev sv. Martina, Martjanci (Martjanska cerkev)
- » Evangeličanska cerkev Dobrega pastirja Jezusa, Moravske Toplice
- » Muzej na prostem: Magdina hiša, Filovci
- » Muzej na prostem: Lončarska vas, Filovci
- » Kulturno-tehniški spomenik Česarov mlin, Berkovci



Nesnovna ali premična dediščina ter živa dediščina:

- » Obrt lončarstvo: Lončarska vas, Filovci
- » Obrt medičarstvo: Medičarstvo Celec, Ratkovci
- » Folklorna plesna zapuščina in ljudska glasba: Folklorna skupina KUD Jožef Košič Bogojina, FS KTD Male rijtar Tešanovci



Največje turistične prireditve:

- » Festival buč
- » Festival ajde
- » Poletje v Moravskih Toplicah
- » Martinov pohod,
- » Veseli December

Trajnostna destinacija

Turistična destinacija piše zeleno zgodbo od leta 2019, ko se je v okviru Zelene sheme slovenskega turizma (ZSST) pridružila destinacijam z bronastim trajnostnim znakom Slovenia Green Destination BRONZE. V letu 2022 je na podlagi ocene mednarodno akreditiranega partnerja Global Sustainable Tourism Council (GSTC) uspešno pridobila zlati znak Slovenia Green Destination GOLD.

Ključno poslanstvo destinacije je spodbujanje trajnostnega razvoja, tudi med lokalnimi ponudniki. Danes se destinacija lahko pohvali z 10 certificiranimi prejemniki trajnostnih znakov kot sta Eko marjetica in Zeleni ključ. Naloga TIC Moravske Toplice je spodbujanje ponudnikov k certificiranju.

Blagovna znamka destinacije

TIC Moravske Toplice za promocijske namene uporablja lastno blagovno znamko Moravske Toplice, pod katero predstavlja turistične zanimivosti Moravskih Toplic in okoliških krajev, pri čemer je poudarek na promociji rekreacije in kulturnih ter naravnih posebnosti.

Destinacija se zaradi svoje kakovostne in inovativne turistične ponudbe na zemljevidu Slovenije uvršča med popularne zelene destinacije, kjer gost zaradi vseh atributov območja ponovno najde stik s samim seboj. Zato smo turizem ljudje in zato so turizem tudi emocije.

Atributi: Destinacijo Moravske Toplice, aktivno, zeleno in zdravo destinacijo opredeljujemo kot celoletno in vse sezonsko termalno in rekreativno destinacijo.

Motivi prihoda: Razlogi za obisk destinacije so raznoliki, gostje najpogosteje iščejo aktivna doživetja, kot so kolesarjenje in pohodništvo. Pomembna motivacija za obisk so tudi mirno okolje, lepote narave in pokrajine, domača hrana ter občutek pristnosti, ki ga nudijo lokalni ponudniki.

Vrednote, ki nas ženejo/Obljuba blagovne znamke: Naše delovanje ženejo in usmerjajo vrednote, integriteta ter predanost ljudem. Na teh temeljih sledimo aktualnim smernicam in se trudimo zagotavljati kakovost ponudbe ter dobrobit turistov, lokalnih prebivalcev in turističnega gospodarstva. Naš cilj je kakovost turistične ponudbe, izdelkov in komunikacije, zato stremimo k stalnim izboljšavam. Ustvarjalnost, kakovost ponudbe in informiranja ter optimizem in ljudje so pri nas na prvem mestu. Vrednote pri našem delu in v odnosu do lokalne skupnosti, gosta in poslovanja odražajo pojmi: doslednost, čustva, prijaznost, učinkovito in dosledno komuniciranje, družbeno odgovorno in trajnostno poslovanje.

Identiteta destinacije oziroma identiteta blagovne znamke: Identiteta destinacije so posebjene lastnosti in turistične vrednote destinacije. Gre za identiteto osebnosti, ki skrbi zase, ceni zdravje in dobro počutje v lastni koži, išče harmonijo in mir sredi vrveža, ceni spoštljive in prijazne medčloveške odnose, je radovedna, odprta za nova doživetja in nove načine razmišljanja, raziskovalna in sodobna, pa vendar je prepletena s tradicijo, na kateri gradi, saj ji daje globlji pomen in stabilnost.

Podobo blagovne znamke Moravske Toplice bi lahko opisali z besedami kot so zdrava, usmerjena k sebi in naravi, odprta, emotivna, igriva, zanesljiva, raziskovalna, potepuška, zvedava in spoštljiva, radostna, oziroma taka, ki si prizadeva takšna postati in tako komunicirati. Imidž blagovne znamke želimo graditi s tržnim komuniciranjem na tej osnovi.

Vizualna identiteta/Jedro identitete blagovne znamke - logotip destinacije Moravske Toplice:

TIC Moravske Toplice za promocijske namene uporablja lastno blagovno znamko Moravske Toplice, pod katero predstavlja turistične zanimivosti Moravskih Toplic in okoliških krajev, pri čemer je poudarek na promociji dragocenosti iz kulturne in naravne zakladnice.

Celostna podoba blagovne znamke/Arhitektura blagovne znamke in struktura logotipa

Pomen logotipa destinacije Moravske Toplice: v besedi MORAVSKE je črka O v svetlo zeleni barvi (kar predstavlja naravo - zeleni list), v besedi TOPLICE je črka O v svetlo modri barvi (kar predstavlja vodno kapljico - vodo). Nad napisom so razporejeni grafični elementi v odtenkih zelene barve, v rumeni, oranžni in rjavi barvi različnih velikosti in obrnjeni v različne smeri.



Slika 1:
Vizualizacija blagovne znamke
logotip destinacije
Moravske Toplice

VIR: lastni

Moravske Toplice so destinacija, kjer se v zdravilni vodi kopamo že skoraj 65 let, zato je voda osnova identitete blagovne znamke te destinacije, poleg aktivnih doživetij v naravi. Logotip destinacije sporoča vizijo in identiteto blagovne znamke, pri čemer sta dodatna sestavna dela imena še znak in grafična oblika imena. Osnova je grafični element (kvadrat z zaobljenimi tremi vogali) v svetlejši modri barvi, v katerem je napis TURISTIČNO-INFORMATIVNI CENTER ali krajša oblika zapisa TIC MORAVSKE TOPLICE.



Slika 2:
Vizualizacija logotipa
TIC Moravske Toplice z
identiteto blagovne znamke

VIR: lastni

Edinstvena prednost, ki jo ponuja ta blagovna znamka in predstavlja nekaj, kar druga destinacija ne more ponuditi, je TOP kolesarsko doživetje s številnimi označenimi kolesarskimi potmi in mnogimi lokalnimi ponudniki, gostinci in znamenitostmi ob kolesarskih/pohodnih poteh. Poleg tega destinacijo odlikuje bogata kulturna, narodnostna in verska dediščina. Opredeljujemo jo kot celoletno rekreativno destinacijo, v čemer se po konkurenčnih značilnostih razlikuje od drugih destinacij.

Destinacija bo z inovativnimi pristopi, zeleno ponudbo in podporo lokalnih skupnosti postala priljubljena točka za ljubitelje kolesarjenja, rekreacije in narave ter zgled trajnostnega razvoja v turizmu.

Ključna sporočila destinacije:

- » Zdrava, zelena, trajnostna destinacija
- » Novi (zeleni) produkti in doživetja ter nabor zanimivih prireditev (aktivna doživetja na prostem, kolesarstvo, zakladnica kulturnih in gastronomskih doživetij, narava nas povezuje)

Slika 3:
Vizualizacija blagovne znamke
Slovenia Green, certifikat
trajnosti za destinacije

VIR: STO



Destinacija uvaja zelene ukrepe za poslovanje v turizmu pod lastno blagovno znamko, kot prejemnica trajnostnega certifikata za destinacije Slovenia Green pa tudi pod blagovno znamko Slovenia Green.

Poslanstvo:

Namen in poslanstvo je učinkovitejša organizacija, spodbujanje razvoja in dejavnosti na navedenih področjih z namenom zagotavljanja javne službe in boljše prepoznavnosti zelene občine Moravske Toplice.

Namen tržnega komuniciranja je privabiti obiskovalce, povečati prepoznavnost destinacije in ustvariti konkurenčno prednost. Za strateški model tržnega komuniciranja je potrebno pridobiti analizo stanja s pregledom ciljnih skupin, opredeliti cilje, ciljno publiko, kanale komuniciranja, ključna sporočila ter določiti proračun. Pomemben del na koncu je merjenje uspešnosti s ključnimi kazalniki učinka in ustrežna optimizacija. Vse to se bo upoštevalo pri vzpostavitvi strateškega modela trženja, ki se bo pripravil v okviru akcijskega načrta.

Ciljne skupine. Med obiskovalci destinacije Moravske Toplice po opažanjih v TIC Moravske Toplice prevladujejo družine, starejši seniorji, pari z aktivnim življenjskim slogom, ki jih zanima kultura, kulinarika, rekreacija (kolesarjenje, pohodništvo), sproščanje, narava, wellness, zdravje.

Priložnost predstavljajo tudi mladostniki, ki jih bo še treba nagovoriti, ter mame in ženske, pri kateri bo treba okrepiti komunikacijo.

Pri analizi obiskovalcev spletne strani destinacije glede na geografsko poreklo prevladujejo Slovenci, med tujimi obiskovalci so to Avstrijci, Nemci, Čehi, Hrvati, Madžari, prebivalci Beneluksa in Poljaki.

Analiza obiska spletne strani destinacije po spolu kaže, da ima spletna stran sorazmerno uravnoteženo zastopanost obeh spolov, vendar z rahlim presežkom žensk, saj jo obiskuje 55 % žensk in 45 % moških (vir: Google Analytics).

Destinacija sodeluje z lokalnimi turističnimi organizacijami in občinami, lastniki nastanitev (hoteli, apartmaji, kampi, hostli), gostinci in ponudniki lokalne kulinarike, ponudniki doživetij in aktivnosti, potovalnimi agencijami, regionalnimi in nacionalnimi partnerji ter številnimi drugimi.

Pri razumevanju **vrednot**, ki jih cenijo obiskovalci turistične destinacije, lahko izpostavimo varnost, prijaznost, sprejetost, doslednost, mir, učinkovito komuniciranje in skrb za naravo v smislu trajnostnega delovanja. V turističnem kontekstu je razumevanje hobijev obiskovalcev ključnega pomena za oblikovanje ponudbe, ki bo ustrezala njihovim interesom. Zanimanja naših gostov so rekreacija, potovanja, šport, kolesarjenje, želja po počitnicah.

Z razumevanjem različnih trgov (ali tržišč) in potreb njihovih obiskovalcev lahko destinacija bolje prilagodi svojo ponudbo. Domači trg je Slovenija, na primarnem evropskem trgu izpostavljam Avstrijo, Nemčijo, Češko, Slovaško, Italijo, Madžarsko, Poljsko in države Beneluksa.

Digitalna promocija

Digitalna promocija destinacije poteka na različnih digitalnih kanalih, ki omogočajo ciljno usmerjen doseg specifičnih občinstev in učinkovito komunikacijo s potencialnimi obiskovalci.

Spletna stran www.visitmoravsketoplice.com je najpomembnejši kanal digitalne prisotnosti destinacije. Na spletni strani obiskovalci najdejo vse ključne informacije o destinaciji – od nastanitve, aktivnosti, dogodkov, pa do informacij o prevozu, zgodovini in kulturi destinacije.

Družbena omrežja omogočajo, da se destinacija poveže z občinstvom na bolj sproščen in interaktiven način.

Ključna družbena omrežja so:

- » **Facebook stran @VisitMoravskeToplice**, ki je uporabna za širjenje splošnih informacij, deljenje informacij o dogodkih, oglaševanje ter druge načine informiranja.
- » **Instagram profil moravsketoplice** se uporablja za vizualno predstavitev destinacije, s poudarkom na slikah in videih ter za objavljanje fotografij naravnih lepote, aktivnosti in doživetij.
- » **Youtube** se uporablja za video vsebine, ki predstavljajo utrip destinacije.
- » **E-novičnik (email newsletter)** omogoča digitalno promocijo ter ohranjanje stika z obstoječimi in potencialnimi obiskovalci ter redno obveščanje o novostih, dogodkih, ponudbah in posebnostih destinacije.

Promocija destinacije poteka tudi na drugih spletnih straneh, ki so specifično usmerjene v turizem, promocijo regije ali trajnostni razvoj.

- » Destinacija Moravske Toplice je umeščena tudi na spletno stran **Občine Moravske Toplice** www.moravske-toplice.si
- » Destinacija Moravske Toplice je celoletna in vedno zanimiva turistična destinacija predstavljena na portalu **Visit Pomurje** www.visitpomurje.eu, regijski turistični platformi, ki promovira Pomurje kot turistično destinacijo in vključuje informacije o nastanitvah, prireditvah, kulinariki in drugih doživetjih v tej regiji.
- » Občasno se novice in novosti iz destinacije pojavijo tudi na osrednjem nacionalnem turističnem portalu oziroma spletni strani **Slovenske turistične organizacije (STO)** www.slovenia.info, ki je osrednji vir za promocijo Slovenije kot turistične destinacije. Spletna stran Slovenske turistične organizacije (STO) promovira Slovenijo kot celoto, z vsemi pomembnimi turističnimi informacijami, paketi in promocijami, namenjenimi domačim in mednarodnim obiskovalcem.

- » Promocija destinacije Moravske Toplice kot članice **Konzorcija Slovenija Green** se na spletni strani www.slovenia-green.si osredotoča na promocijo trajnostnega turizma v Sloveniji in tako predstavlja pomemben korak k širši prepoznavnosti destinacije. Na tej platformi so namreč izpostavljene destinacije, ki so prejele prestižni certifikat Slovenija Green, ki potrjuje, da te destinacije izpolnjujejo visoke standarde trajnosti in odgovornosti do okolja. S tem znakom se Moravske Toplice postavljajo ob bok tistim destinacijam, ki skrbijo za ohranjanje naravnih virov in spodbujajo ekološki turizem.
- » Promocija destinacije Moravske Toplice na portalu **Slovenija Outdoor** je odličen način za predstavitev Moravskih Toplic kot idealne destinacije za aktivni turizem. Portal Slovenia Outdoor je namenjen ljubiteljem narave in tistim, ki iščejo avanture v naravi, saj ponuja informacije o pohodništvu, kolesarjenju, vodnih športih in drugih aktivnosti na prostem.

Klasična promocija

Klasična promocija destinacije vključuje raznovrstne tradicionalne kanale oglaševanja, ki omogočajo učinkovito komunikacijo z različnimi ciljnim skupinami. Najpogostejši kanali promoviranja in komuniciranja so naslednji:

- » Promocija v tiskovinah: Objava člankov, PR člankov, oglasov in drugih vsebin v časopisih, revijah, brošurah, katalogih, zemljevidih in drugih tiskovinah, ki obiskovalcem nudijo ključne informacije o destinaciji, njenih znamenitostih in aktivnosti.
- » Radijsko oglaševanje: Oglaševanje na radijskih postajah (lokalnih, regionalnih in nacionalnih) je osredotočeno na promocijo dogodkov, prireditev in aktivnosti destinacije.
- » Lokalne, regionalne in nacionalne televizije: Oglaševanje na televiziji omogoča doseg širšega občinstva, kar destinaciji pomaga pridobiti večjo prepoznavnost in zaupanje.
- » Lokalne, regionalne in nacionalne radijske postaje: Oglaševanje na različnih radijskih postajah zagotavlja obveščanje širše javnosti o aktualnih dogodkih in posebnih ponudbah destinacije.
- » Promocijske tiskovine in distribucija promocijskega materiala (brošure, zloženke, zemljevidi, drugi promocijski izdelki kot so kape, majice, mape, vrečke, torbe in drugi drobni promocijski materiali)) omogočajo trajno prepoznavnost destinacije
- » Spletne televizije: Predstavitev destinacije na spletnih TV platformah.
- » Sejemske predstavitve: Predstavitev destinacije na sejmih, kjer se vzpostavijo neposredni stiki z obiskovalci in partnerji.

Poglobljeni intervjuji s ponudniki

Analiza intervjujev s ponudniki turističnih storitev je ključna za razumevanje njihovega stališča o trenutnem stanju turizma v destinaciji, njihovih potrebah, izzivih ter priložnostih za izboljšanje ponudbe.

Raziskava mnenj s ključnimi ponudniki nastanitev

Ocena zadovoljstva ponudnikov in predlogi izboljšav so nastali na podlagi povzetkov intervjujev s ponudniki nastanitev.

- » Na splošno so ponudniki nastanitev v občini Moravske Toplice s poslovanjem večinoma zadovoljni, še posebej poleti, ko je zasedenost kapacitet blizu 100 %.
- » Povprečna letna zasedenost dosega približno 70 %, vendar pa se ponudniki nastanitev soočajo s težavami izven sezone, zlasti v zimskem času.
- » Kot enega večjih izzivov izpostavljajo **pomanjkljivo urejenost centra kraja**, saj bi le-ta lahko izboljšal splošno privlačnost destinacije in spodbudil razvoj dodatnih storitev, kot so lokali, trgovine ter kulturni in družabni objekti.
- » Poudarjajo, da gostje pogosto pogrešajo **dodatne atrakcije in doživetja**, ki bi bila na dosegu peš ali s kolesom, ter kakovostno gostinsko ponudbo, ki je na trenutke nezadostna.
- » Intervjuvanci poudarjajo, da je trenutno sodelovanje med ponudniki in TIC-em omejeno na manjši krog sodelujočih, kar je posledica nezaupanja in **pomanjkanja koordinacije**. TIC je identificiran kot ključni akter za izboljšanje sodelovanja in za povezovanje z okoliškimi občinami.
- » Glede privlačnosti destinacije in ponudbe intervjuvanci izpostavljajo potrebo po: **urejeni infrastrukturi** (gradnja večnamenske dvorane za večje dogodke za potrebe turistične ponudbe destinacije in vzpostavitev luksuznih nastanitev), **povezovanju in promociji** (večja podpora občine in TIC pri organizaciji dogodkov, promociji destinacije na sejnih ter oblikovanju skupnih zgozb, ki povezujejo različne ponudnike).
- » Ponudniki opozarjajo na **problem nizkih cen apartmajev**, ki jih pogosto oddajajo »hobi« ponudniki. To povzroča stagnacijo kakovosti storitev in otežuje dvig standardov. Izrazili so potrebo po vzpostavitvi dolgoročne strategije oziroma »masterplana«, ki bi usmerjal razvoj destinacije in omogočil, da se uveljavi kot privlačna lokacija tudi za obiskovalce z višjo kupno močjo.

Destinacija ima številne **druge priložnosti** za nadaljnji razvoj, predvsem s povečanjem **dostopnosti gostinske ponudbe** med tednom, razvojem novih aktivnosti in produktov ter diverzifikacijo trga, ki bi **zmanjšala trenutno odvisnost od avstrijskih gostov**. Usmeritev promocije v države, kot so **Češka, Nemčija in Poljska**, bi lahko privabila širši krog obiskovalcev. Povečanje kamping ponudbe ter razvoj butičnih prenočišč v naravi pa bi prispevala k privlačnosti destinacije za sodobne turiste, ki iščejo avtentična in trajnostna doživetja.

Raziskava mnenj s ključnimi gostinskimi in drugimi ponudniki

Ocena zadovoljstva ponudnikov in predlogi izboljšav so nastali na podlagi povzetkov intervjujev z gostinskimi in drugimi turističnimi ponudniki z namenom oblikovanja ocene zadovoljstva.

- » Intervjuji z gostinskimi in drugimi ponudniki so razkrili, da večina opozarja na **»sezonskost« turizma**, ki je **omejena na pomladne in jesenske mesece**. Potrebno bo **pritegniti več turistov** v destinacijo **v zimskih mesecih**. Gostje večinoma izbirajo nastanitve s 3 ali 4 zvezdicami, kar kaže na povpraševanje po srednjem kakovostnem razredu storitev. Poudarili so, da petičnih gostov praktično ni, kar bi lahko predstavljalo priložnost za prihodnji razvoj.
- » Gostje so vedno bolj osredotočeni na kakovostno infrastrukturo in urejenost okolja, zato ponudniki opozarjajo na težave z zastarelimi ali neobnovljenimi objekti ter slabo infrastrukturo v centru občine, kar zmanjšuje splošno privlačnost destinacije.
- » Izpostavili so potrebo po boljši podpori s strani lokalnih institucij, zlasti pri pridobivanju sredstev in pripravi projektne dokumentacije.
- » Občutijo **pomanjkanje koordinacije** in dodatnih virov za organizacijo izobraževanj, usposabljanj ter **izboljšanje digitalne promocije**. Predlagali so **določitev skupnega social media managerja**, ki bi celovito vodil promocijo destinacije. Prav tako so poudarili potrebo po digitalizaciji vsebin, kot so interaktivne spletne strani in sezname ter urniki.
- » Kar zadeva infrastrukturo, so izpostavili pomanjkanje kakovostnih restavracij in podpornih storitev za kolesarje, kar ovira nadaljnjo rast turizma.
- » Med največjimi ovirami za razvoj destinacije so intervjuvanci izpostavili **pomanjkanje osrednjega turističnega jedra v Moravskih Toplicah**. Center občine ne deluje kot privlačna destinacija, kar zmanjšuje njen potencial kot celovite turistične destinacije.
- » Razdrobljenost ponudbe in nepovezanost med posameznimi ponudniki prav tako omejujejo možnost rasti. Izrazili so pomanjkanje vsebin za otroke in družine.

Povzetek izsledkov vseh intervjujev

Čeprav se sodelovanje med ponudniki **izboljšuje**, ostajajo izzivi, zlasti pri sodelovanju z večjimi ponudniki, kot sta oba hotelska kompleksa. Ponudniki opažajo, da se gosti redko odpravijo do drugih lokacij v regiji, kar omejuje možnosti za širše vključevanje lokalnih ponudnikov. Predlagajo razvoj **skupnih produktov in doživetij**, ki bi vključevala kulinariko, vino, naravne danosti in kulturno dediščino. Analiza intervjujev z deležniki turizma razkriva **potrebo po več organiziranih vodenih izletih**, čezmejnemu povezovanju in **dodatni ponudbi predvsem v zimski sezoni**. Prav tako se pojavlja težnja po razvoju **edinstvenih produktov, kot so adrenalinske izkušnje, trajnostna doživetja in butične izkušnje**.

Anketiranje turistov in prebivalstva

Analiza anket s turisti in prebivalci je ključna za razumevanje njihovega stališča o trenutnem stanju turizma v destinaciji, njihovih potrebah, izzivih ter priložnostih za izboljšanje ponudbe.

Anketni vprašalniki, ki se v sklopu Zelene sheme uporabljajo za zbiranje povratnih informacij s strani obiskovalcev turističnih destinacij in njenih prebivalcev, pogosto vsebujejo vprašanja, ki se osredotočajo na trajnostni turizem, ekološke prakse in zadovoljstvo z naravnimi in kulturnimi vsebinami.

Povzetek rezultatov anket z obiskovalci

Rezultati ankete kažejo, da so obiskovalci destinacijo v veliki meri ocenili pozitivno, še posebej glede prijaznosti domačinov, občutka varnosti in možnosti za rekreativne aktivnosti. Kljub temu so izrazili nekatere pomanjkljivosti, kot so **slabe avtobusne povezave in nezadostne** možnosti za uporabo **javnega prevoza, nefunkcionalna urejenost središča kraja**, zlasti pomanjkanje **prireditvenega prostora, nezadostno** število **košev za odpadke na javnih površinah**, poudarili so potrebo po **več zelenih površinah** za sprostitev in rekreacijo, kritike so se nanašale na potrebo po **obnovi lesenih skulptur v parku**, obiskovalci so predlagali tudi **pogostejše prireditve in rekreativne dogodke**.

Povzetek rezultatov anket s prebivalci

Prebivalci opozarjajo na **dvig cen nepremičnin**, ki je posledica povečanega razvoja turizma. Kot problem izpostavljajo povečano onesnaževanje, predvsem zaradi **večjih količin odpadkov**. Obenem prebivalci kot tudi obiskovalci pogrešajo boljšo **urejenost središča kraja, vključno z namenskimi prostori za prireditve**. Kritični so do kratkega odpiralnega časa gostinskih obratov in do raznolikosti ponudbe. Predlagajo **več javnih prireditev**, ki bi oživile družbeno in kulturno dogajanje v kraju. Izpostavljajo pomanjkanje **ugodnosti za lokalne** prebivalce, ki bi prebivalce spodbudile k večji vključenosti v turistične dejavnosti. Poudarjajo potrebo po **obnovi naravnih in rekreativnih območij**, kot so trim steze, parki in gramoznice, za izboljšanje kakovosti življenja in turistične ponudbe.

**Na podlagi podanih izsledkov zastavimo izhodišča
za ključne strateške cilje razvoja:**

- » Ureditev središča kraja, vključno s parkiriščem pri trgovini Mercator, za izboljšanje funkcionalnosti in videza območja.
- » Vzpostavitev funkcionalnega prireditvenega prostora, ki bi omogočal pogostejšo organizacijo dogodkov.
- » Zasnova novih zelenih površin za sprostitev in rekreacijo, ki bi izboljšale kakovost bivanja in privlačnost kraja.
- » Obnova lesenih skulptur v parku, kar bi obogatilo estetsko vrednost in kulturno dediščino destinacije.
- » Organizacija pogostejših prireditev in rekreativnih dogodkov, ki bi pritegnili več obiskovalcev in povečali vključenost lokalne skupnosti.
- » Krepitev zelene infrastrukture, ki podpira trajnostni razvoj in ohranja naravne vrednote destinacije.
- » Razvoj novih športnih in turističnih dejavnosti, ki bi privabile tako turiste kot domačine.
- » Uvedba ugodnosti za prebivalce občine, da bi spodbudil in okreplili njihovo vključenost v turizem.
- » Promocija zdravja, zlasti z ustvarjanjem okolja, ki spodbuja aktivni življenjski slog.
- » Izboljšanje turistične infrastrukture, vključno z rekreativnimi območji in orientacijskimi tablami.
- » Podpora lokalnemu gospodarstvu z večjo vključitvijo lokalnih podjetnikov in ponudnikov v turistične dejavnosti.
- » Daljši odpiralni časi gostinskih obratov, ki bi izboljšali dostopnost storitev za obiskovalce.
- » Razširitev gostinske ponudbe z večjo pestrostjo kulinarčnih in storitvenih možnosti.
- » Boljše vključevanje lokalnih ponudnikov, da bi turizem postal tesneje povezan z lokalnim okoljem in tradicijo.

Pogled v prihodnost

Ponudniki v intervjujih prepoznajo veliko neizkoriščenega potenciala destinacije. Predlagajo razvoj **mladinskega turizma, zelenega turizma in oblikovanje zgodb, ki bi povezoval naravne in kulturne znamenitosti v edinstvena doživetja**. Obenem pa opozarjajo na pomanjkanje ustreznega kadra in podporne infrastrukture, kar bi lahko omejevalo dolgotrajno privlačnost destinacije. Menijo, da je prihodnost v razvoju **večdnevni programov** ter **izboljšanju kakovosti storitev in infrastrukture**.

Analiza intervjujev razkriva potrebo po usmerjenem razvoju turistične destinacije, ki združuje trajnost, kakovost in prilagodljivost potrebam sodobnega turista. Vizija prihodnosti izhaja iz teh spoznanj in se osredotoča na ustvarjanje destinacije, kjer bo **kakovost** bivanja za goste temeljna vrednota, obenem pa bo zagotovljena močna **podpora lokalnemu gospodarstvu**.

Za prihodnost destinacije so na podlagi izsledkov intervjujev pomembni koraki v naslednjih smereh:

- » **Diverzifikacija nastanitvenih kapacitet** - razvoj butičnih nastanitev in glamping ponudbe, ki bo nagovarjala goste z željo po ekskluzivnosti in povezavi z naravo. Poudarek na tem, da se obstoječe zmogljivosti nadgradijo v smeri večje personalizacije in dodane vrednosti.
- » **Tesnejše sodelovanje med deležniki** - vzpostavitev platforme za sodelovanje med TIC, ponudniki nastanitev in lokalnimi obrtniki, ki bo omogočila lažjo koordinacijo promocijskih aktivnosti, delitev znanja in ustvarjanje novih produktov. Intervjuji so pokazali potrebo po močnejši povezavi med vsemi akterji v turizmu.
- » **Celovita izkušnja za obiskovalce** - destinacija se mora osredotočiti na integracijo lokalnih zgodb, kulinarčnih doživetij in kulturne dediščine v nastanitvene ponudbe. Ustvarjanje »paketov doživetij«, ki bodo vključevali raznolike aktivnosti, kot so vodeni ogledi, degustacije in rekreacijski programi.
- » **Podaljšanje sezone in razširitev ponudbe** - z razvojem zimskih aktivnosti in vsebin za nepredvidljive vremenske razmere lahko destinacija privabi goste skozi celo leto. Dodajanje adrenalinskih in edinstvenih wellness doživetij bi dodatno pripomoglo k večji privlačnosti.

SWOT analiza turizma destinacije Moravske Toplice

SWOT analiza po posameznih področjih je nastala na podlagi izsledkov analize stanja, analize intervjujev, analize anketnih vprašalnikov za turiste, obiskovalce in turistično gospodarstvo, kot tudi povratnih informacij obiskovalcev na turistično-informativnem centru Moravske Toplice ter ključnih dejstev.

SWOT ANALIZA - TRŽNO POZICIONIRANJE IN EDINSTVENOST	
PREDNOSTI	<ul style="list-style-type: none"> » Termalna in wellness ponudba z edinstveno termalno-mineralno vodo. » Močna gastronomska tradicija s prepoznavnimi izdelki, kot sta prekmurska gibanica in bučno olje. » Ikonične kulturne in naravne znamenitosti, kot sta Plečnikova cerkev in krajinski park Goričko. » Raznolika infrastruktura z možnostmi nastanitev za različne ciljne skupine. » Prepoznavnost destinacije na podlagi trajnostnih praks in zlatega znaka Slovenia Green
SLABOSTI	<ul style="list-style-type: none"> » Prevelika odvisnost od avstrijskega trga. » Pomanjkanje luksuznih butičnih nastanitev. » Neenakomerna razpoložljivost gostinske ponudbe (omejeni odpiralni časi in pomanjkanje inovativnih restavracij). » Pomanjkljiva urejenost osrednjega trga kot zbirališča za dogodke in druženje. » Premalo vinarjev in tradicije vinogradništva.
PRILOŽNOSTI	<ul style="list-style-type: none"> » Diverzifikacija trgov (povečanje privlačnosti za goste iz Nemčije, Češke, Poljske in drugih evropskih držav). » Razvoj novih, tematskih turističnih produktov (kulturni, gastronomski, športni produkti). » Krepitev blagovne znamke in promocije kot trajnostne destinacije na mednarodnih trgih. » Večja povezanost z okoliškimi destinacijami in razširitev čezmejnih projektov.
NEVARNOSTI	<ul style="list-style-type: none"> » Močna konkurenca doma (druge slovenske termalne destinacije) in v tujini (Madžarska, Avstrija). » Makroekonomski dejavniki, ki vplivajo na proračune turistov.

Tabela 1 :
Swot analiza -
Tržno pozicioniranje
in edinstvenost

SWOT ANALIZA - TRAJNOST IN OKOLJSKA NARAVNANOST

PREDNOSTI	<ul style="list-style-type: none"> » Zlati znak Slovenia Green potrjuje zavezanost k trajnosti » Obstoječe trajnostne prakse pri 10 turističnih ponudnikih » Omrežje urejenih pohodniških in kolesarskih poti
SLABOSTI	<ul style="list-style-type: none"> » Pomanjkanje celovitih trajnostnih rešitev v javnem prometu in infrastrukturi » Premalo reciklažnih točk in ločenega zbiranja odpadkov na javnih površinah » Premalo zasajenih zelenih površin
PRILOŽNOSTI	<ul style="list-style-type: none"> » Širitev trajnostnih praks med vse ponudnike in povečevanje števila certificiranih nastanitev » Vpeljava novih trajnostnih infrastrukturnih rešitev (reciklaža, polnilne postaje, energetska učinkovitost) » Ozaveščanje obiskovalcev o pomenu trajnostnega turizma » Tople zime kot podaljšanje sezone » Izzivi povezani s podnebnimi spremembami (poplave, suše, vročina in premalo zelenih površin)
NEVARNOSTI	<ul style="list-style-type: none"> » Porast rabe netrajnostnih oblik mobilnosti » Povečan pritisk na naravne vire in okolje » Posledice podnebnih sprememb » Poplavno območje ob potokih (Kobiljski, Martjanski potok, Lipnica itd.)

Tabela 2:
Swot analiza -
Trajnost in okoljska
naravnost

SWOT ANALIZA - DIGITALIZACIJA IN INFRASTRUKTURA

PREDNOSTI	<ul style="list-style-type: none"> » Obstoječe dobro razvito omrežje kolesarskih in pohodniških poti » Pripravljeni temelji za digitalno preobrazbo (QR kode, interaktivni zemljevidi)
SLABOSTI	<ul style="list-style-type: none"> » Neizkoriščen potencial digitalnih rešitev za izboljšanje uporabniške izkušnje » Pomanjkanje enotnega sistema za promocijo in rezervacije
PRILOŽNOSTI	<ul style="list-style-type: none"> » Razvoj pametnih rešitev (mobilne aplikacije, personalizacija) » Krepitev digitalne prisotnosti na mednarodnih platformah
NEVARNOSTI	<ul style="list-style-type: none"> » Hitra tehnološka rast konkurentov » Nezadostna podpora manjšim ponudnikom pri digitalizaciji

Tabela 3:
Swot analiza -
Digitalizacija in
infrastruktura

SWOT ANALIZA - SOCIALNI IN GOSPODARSKI RAZVOJ	
PREDNOSTI	<ul style="list-style-type: none"> » Aktivno sodelovanje lokalne skupnosti in društev pri promociji destinacije » Močna povezanost z lokalnimi ponudniki in pridelovalci
SLABOSTI	<ul style="list-style-type: none"> » Pomanjkanje usposobljenega kadra in omejena dostopnost izobraževanj » Razdrobljenost manjših ponudnikov brez skupne promocije
PRILOŽNOSTI	<ul style="list-style-type: none"> » Vzpostavitev javno-zasebnih partnerstev za sofinanciranje trajnostnih projektov » Izobraževanja za lokalne ponudnike za povečanje konkurenčnosti
NEVARNOSTI	<ul style="list-style-type: none"> » Nezadostno vključevanje manjših ponudnikov v širšo strategijo » Demografski izzivi v regiji, povezani z odseljivanjem mladih

Tabela 4:
Swot analiza - Socialni in gospodarski razvoj

SWOT ANALIZA - ORGANIZIRANOST IN UPRAVLJANJE DESTINACIJE	
PREDNOSTI	<ul style="list-style-type: none"> » Vedno bolj aktivna vloga TIC pri trženju storitve izposoje koles in izdelkov lokalnih ponudnikov » Vključenost destinacije v Konzorcij Slovenia Green » Aktivna vloga TIC pri zasnovi skupnega trženja Pomurja
SLABOSTI	<ul style="list-style-type: none"> » Finančna sredstva za osnovne aktivnosti, premalo finančnih sredstev za nadgradnjo obstoječih doživetij, prireditev, aktivnosti » Različni nosilci celostnega razvoja destinacije » Pomanjkljivo spremljanje kakovosti » Manjka konkretnejši (poslovni) model o celostnem sodelovanju s ponudniki in turističnim gospodarstvom » Pomanjkanje kadra pri TIC za izvedbo vseh načrtovanih aktivnosti
PRILOŽNOSTI	<ul style="list-style-type: none"> » Okrepiti poslovni model obstoječe organizacije v vodilno turistično organizacijo » Vzpostaviti mrežo z deležniki s področja turizma in ciljano okrepiti sodelovanje » Pripraviti program trženja turistične destinacije » Dvig prepoznavnosti destinacije
NEVARNOSTI	<ul style="list-style-type: none"> » Nezaupanje med deležniki vodi v nesodelovanje na področju turizma » Premalo finančnih sredstev omejuje razvoj novih produktov, promocijo, vzdrževanje infrastrukture in sodelovanje med deležniki. » Okrnjene možnosti sofinanciranja razvoja turizma destinacij » Slaba prepoznavnost blagovne znamke destinacije

Tabela 5:
Swot analiza - Trendi v turizmu

Trendi v turizmu

Trajnostni turizem ostaja temeljni steber razvoja slovenskega turizma. Načela trajnosti vključujejo **ravnovesje** med okoljskimi, gospodarskimi in socialno-kulturnimi vidiki, kar zagotavlja dolgoročen razvoj, ki spoštuje okolje, koristi lokalnim skupnostim ter ohranja naravne in kulturne vire.

Strategija slovenskega turizma 2022-2028 izpostavlja najnovejše globalne trende v turizmu s katerimi bo Slovenija še naprej utrjevala svoj položaj med vodilnimi zelenimi in butičnimi destinacijami na svetu. Sodoben turizem postaja bolj premišljen, pri čemer imajo pomembno vlogo spremembe v potovalnih navadah, poudarek na **avtentičnosti** in **lokalnosti** ter prilagoditve potrebam po **varnosti in zdravju**, ki so po pandemiji in globalnih negotovostih postale ključni dejavniki pri izbiri destinacij.

Na strani povpraševanja se kažejo novi vzorci, kot so **več kratkih potovanj** namesto daljših dopustov, porast povpraševanja po **unikatnih, lokalnih in trajnostnih doživetjih** ter **priljubljenost manj obiskanih destinacij z neokrnjeno naravo**. Generacije Y in Z ter seniorji s svojimi potrebami in pričakovanji oblikujejo prihodnost turistične ponudbe.

Ponudniki turizma se morajo prilagoditi tem spremembam z zagotavljanjem visoke ravni **varnosti, higienskih standardov in digitalno podprtih rešitev**. **Trajnostno poslovanje, butična ponudba in personalizirana izkušnja** so ključni elementi za uspeh. Dodatno je treba poudariti, da morajo organizacije na destinaciji **odgovorno in trajnostno upravljati** razvoj turizma, pri tem pa upoštevati **okoljske, družbeno-kulturne in gospodarske vidike ter interese lokalne skupnosti**.

V sodobnem turizmu se oblikujejo nove zgodbe, ki temeljijo na **bogati naravni in kulturni dediščini**, edinstveni **lokalni kulinariki in vrhunskih vinih, trajnostni kulinariki**, pitni vodi, tradiciji čebelarstva. Pomemben del teh zgodb so **priznani kuharski mojstri, vrhunske restavracije ter kulinarični dogodki**, ki ponujajo nepozabne izkušnje. Poleg tega ostajajo ključni elementi turizma **raziskovanje, pustolovščine, bogata dediščina in gastronomija**.

Slovenija je postala prepoznavna kot zelena, zdrava in aktivna destinacija. Sedaj je pomembno, da dodatno izpostavimo naš **lokalni značaj**, ki vključuje globoko povezavo z našo **kulturo in tradicijo** v širšem pomenu besede. Vrednote naših destinacij bodo usmerjene v **trajnost, unikatnost in iskreno iskanje avtentičnosti**. Ključnega pomena bosta dvig kakovosti in dodane vrednosti na podlagi bogate **tradicije in narodne identitete**.

Obenem **digitalne tehnologije** vse bolj spreminjajo obraz turizma. S hitrim napredkom digitalizacije in z inovacijami so turistične izkušnje postale **bolj dostopne**, saj so različne platforme omogočile **enostavno pridobivanje informacij o destinacijah**, spremljanje navad obiskovalcev in prilagajanje storitev njihovim potrebam, zato uporaba pametnih naprav, aplikacij in tehnologij v turizmu narašča. Z digitalizacijo in avtomatizacijo se bodo **birokratski postopki zmanjšali** ter **načrtovanje in izvedba potovanj pa se bosta optimizirala**.

Trendi v okviru **Strategije Digitalna Slovenija 2030** so **pametni management, pametne poslovne rešitve, konkurenčen kader in napredno trženje s prodajo**. Razvijajo se tudi **pametne destinacije** z integracijo naprednih tehnologij, ki bodo omogočile boljšo izkušnjo za obiskovalce, vključno z izboljšano infrastrukturo in storitvami. Digitalna plačila poenostavijo finančne transakcije in pomenijo večjo dostopnost in udobje za turiste.

Eko-turizem s pomočjo digitalnih platform spremlja trajnostne prakse in spodbuja odgovorno ravnanje z viri. S sledenjem navedenim korakom destinacija krepi svojo pozicijo kot **digitalno napredna, trajnostna turistična destinacija**.

Ključne ugotovitve/izzivi

Analiza stanja turistične destinacije Moravske Toplice razkriva številne prednosti in potencialne, a tudi ključne izzive, ki jih je treba nasloviti za trajnostni razvoj destinacije. Destinacija se ponaša z edinstveno termalno-mineralno vodo, bogato kulturno, gastronomsko in naravno dediščino ter dobro razvito infrastrukturo za kolesarski in pohodniški turizem. Z zlatim znakom Slovenia Green in certificiranimi ponudniki destinacija utrjuje svoj trajnostni značaj, kar ji daje močno osnovo za nadaljnji razvoj. Kljub navedenim prednostim pa analiza opozarja na nekatere pomanjkljivosti, kot so **prevelika odvisnost od avstrijskega trga, pomanjkanje luksuznih butičnih nastanitev in omejena razpoložljivost gostinske ponudbe, predvsem med tednom**. Prav tako je očitna **potreba po ureditvi središča kraja**, s čimer bi izboljšali splošno **privlačnost destinacije** ter zagotovili več priložnosti za dogodke in druženje.

Obiskovalci destinacijo ocenjujejo pozitivno glede prijaznosti domačinov, varnosti in možnosti za rekreativne aktivnosti, vendar izpostavljajo težave, kot so **slabe avtobusne povezave**, pomanjkanje **zelenih površin** in **nezadostno urejeno središče kraja**. Struktura obiskovalcev kaže stabilno **povprečno dolžino bivanja pri 3,1 dneva, a sezonskost ostaja izziv**, saj destinacija beleži visoko obiskavnost poleti in **upad pozimi**. V primerjavi s celotno Slovenijo sezonska nihanja v Moravskih Toplicah niso tako izrazita, saj termalni turizem kljub hladnejšim mesecem še vedno pritegne določeno število obiskovalcev. Kljub temu je opazen **sezonski upad**, ki kaže na potrebo po nadaljnjem razvoju **zimskih in izven sezonskih turističnih produktov**, ki bi pripomogli k uravnoteženi razporeditvi obiska skozi vse leto. Odvisnost od avstrijskega trga predstavlja tveganje, zato je diverzifikacija trgov ključnega pomena. Trgi, kot so Nemčija, Češka in Poljska, ponujajo priložnosti za privabljanje širšega kroga obiskovalcev.

Ponudniki v destinaciji prepoznavajo velik neizkoriščen potencial za **razvoj novih produktov** in doživetij, ki bi združevali lokalne zgodbe, kulturno dediščino in naravne vire. Intervjuji razkrivajo potrebo po močnejšem sodelovanju med deležniki, izboljšanju digitalne prisotnosti ter razvoju **celovitih turističnih paketov**, ki bi vključevali kulturne in gastronomske vsebine. Pomanjkanje usposobljenega kadra, razdrobljenost ponudnikov in nezadostna povezanost s TIC-om ostajajo pomembni izzivi, ki omejujejo možnosti za rast in inovacije.

Trajnost je ključna vrednota destinacije, vendar analiza razkriva potrebo po dodatnih prizadevanjih za **širitev trajnostnih praks, izboljšanje reciklažnih točk** in povečanje zelenih površin. Digitalizacija, čeprav ima destinacija že postavljene temelje, ponuja še veliko priložnosti za izboljšanje uporabniške izkušnje in povečanje prepoznavnosti na mednarodnih trgih. **Pametne rešitve, kot so mobilne aplikacije, interaktivni zemljevidi in personalizirane storitve**, bi lahko pomembno prispevale k modernizaciji in privlačnosti destinacije.

Glavni izzivi za prihodnost vključujejo uravnavanje sezonskih nihanj z razvojem zimskih produktov, izboljšanje infrastrukture, diverzifikacijo trgov in produktov ter okrepitev trajnostnih in digitalnih praks. Ti izzivi zahtevajo celovit pristop, ki bo temeljil na sodelovanju vseh deležnikov, odgovornem upravljanju in inovativnosti. Strategija razvoja destinacije Moravske Toplice tako izhaja iz navedenih ugotovitev in opredeljuje konkretne ukrepe, ki bodo omogočili dolgoročno konkurenčnost, odpornost in privlačnost destinacije.







OBLIKOVANJE STRATEGIJE, VIZIJA IN STRATEŠKE USMERITVE

Oblikovanje strategije, vizija in strateške usmeritve

Izhodišča za oblikovanje vizije in strategije sta nacionalna in regijska strategija ter slovenska digitalna strategija.

Dokument Strategija razvoja in trženja turizma v občini Moravske Toplice 2025–2030 sledi viziji Slovenije. Trajnostni razvoj je osrednja usmeritev v tem novem strateškem obdobju, saj Strategija slovenskega turizma 2022–2028 (SST 2022–2028) poudarja potrebo po nadaljevanju in nadgradnji trajnostnega pristopa ter drugih uspešnih praks.

VIZIJA SLOVENIJE

Zelena butičnost. Manjši odtis. Večja vrednost za vse.

Slovenija, opisana v Strategiji slovenskega turizma za obdobje 2017–2021, se predstavi kot zelena in butična destinacija, ki ponuja 5-zvezdična doživetja.

Vizija Slovenije na podlagi Strategije slovenskega turizma 2022–2028 predstavlja našo državo kot globalno zeleno butično destinacijo, namenjeno zahtevnim obiskovalcem, ki iščejo raznolika, aktivna doživetja, mir in osebne koristi. Ta širša in nadgrajena vizija še naprej krepi trajnostni koncept razvoja turizma, ki spodbuja dvig kakovosti in povezanosti v celotni verigi vrednosti. Vse deležnike usmerja k višji dodani vrednosti, ob tem pa poleg naravnih vrednot poudarja pomen kulture, avtentičnosti, zdravja in kakovosti bivanja.

Še naprej gradimo „zeleno zgodbo“ Slovenije, pri čemer odločno krepimo zeleno vrednost – nadgrajujemo zeleno infrastrukturo in ponudbo ter v ponudbi in podobi krepimo avtentične (kulturne) elemente.

ZELENO = OKOLJSKA + DRUŽBENO-KULTURNA + EKONOMSKA TRAJNOST, z močnim slovenskim zelenim lokalnim karakterjem

Pospešujemo butičnost – kakovostno ponudbo (ki jo odlikujejo principi lokalnega karakterja, kulturnih vsebin, trajnostnega razvoja, odgovornega doživljanja narave, premium storitev, 5-zvezdičnih doživetij, personalizirane izkušnje, vrhunske gastronomije, tehnoloških inovacij in digitalno podprtih procesov). Ustvarjamo ponudbo z višjo dodano vrednostjo, po meri zahtevnejšega in odgovornega obiskovalca.

BUTIČNO = PREMIUM + AVTENTIČNO (PRISTNO SLOVENSKO – izražen LOKALNI KULTURNI KARAKTER DESTINACIJ)

ZELENA BUTIČNOST.

Manjši odtis. Večja vrednost za vse.

POJASNILO VIZIJE

Naša zelena zaveza se izraža v manjšem (okoljskem in družbenem) odtisu. Uspešno ohranjamo biodiverzitetu, kakovost okolja in naravnih vrednot ter z upoštevanjem nosilnih zmogljivosti ravnatežje med življenjem in obiskom.

Razvijamo turizem višje dodane vrednosti V INTERESU VSEH DELEŽNIKOV:

- 1 ZADOVOLJNA LOKALNA SKUPNOST** (uravnotežen razvoj turizma, ki prinaša vrednost v lokalno ekonomijo, podpira vloške v urejeno okolje ohranjeno naravo in kulturno krajino, prinaša nove priložnosti za mlade, krepi lokalno identiteto ter omogoča ohranjanje kulturne dediščine).
- 2 USPEŠNA PODJETJA**, ki skrbijo za MOTIVIRANE in ZADOVOLJNE ZAPOSLENE in vlagajo v razvoj ponudbe.
- 3 NAVDUŠENI OBISKOVALCI**, ki dobijo bolj poglobljeno izkušnjo, ostanejo dlje in potrošijo več, cenijo tako naravo kot kulturne vsebine in avtentični karakter destinacij, radi priporočajo naprej in se vračajo.

Pojasnilo nove vizije še naprej gradi na »zeleni zgodbi« Slovenije, pri čemer se krepijo zelene vrednote, nadgrajuje zelena infrastruktura in ponudba, v vsebini in podobi pa izstopajo avtentični kulturni elementi. Zeleni pristop v tem kontekstu vključuje okoljsko, družbeno-kulturno in ekonomsko trajnost, s poudarkom na slovenskem zelenem lokalnem karakterju. Pospešuje se razvoj butičnosti, s kakovostno ponudbo, ki vključuje principe lokalnega značaja, kulturne vsebine, trajnostni razvoj, odgovorno doživljanje narave, premium storitve, 5-zvezdična doživetja, personalizirane izkušnje, vrhunske gastronomije ter tehnološke inovacije in digitalno podprte procese. S tem se ustvarja ponudba višje dodane vrednosti, zasnovana za zahtevne in odgovorne obiskovalce.

Slika 4:
Pojasnilo vizije turističnega razvoja Slovenije

VIR: Strategija slovenskega turizma 2022–2028



Slika 5: **Značilnosti nadgrajene vizije 2028**
VIR: Strategija slovenskega turizma 2022–2028

Butičnost je v tem kontekstu povezana s premium kakovostjo in avtentičnostjo – z izrazitim lokalnim kulturnim značajem destinacij. Zelena butičnost pomeni manjši okoljski in družbeni odtis, a večjo vrednost za vse. Slovenija razvija turizem višje dodane vrednosti v korist vseh deležnikov. To vključuje zadovoljno lokalno skupnost, saj uravnotežen razvoj turizma prinaša vrednost lokalni ekonomiji, podpira vlaganja v urejeno okolje, ohranjanje narave in kulturne krajine ter omogoča nove priložnosti za mlade. Turizem krepi lokalno identiteto in ohranja kulturno dediščino.

Uspešna podjetja skrbijo za motivirane in zadovoljne zaposlene ter vlagajo v razvoj ponudbe, medtem ko navdušeni obiskovalci doživijo poglobljeno izkušnjo, ostanejo dlje, trošijo več in cenijo naravo ter kulturne vsebine.

Slovenska zelena zaveza se kaže v manjšem okoljskem in družbenem odtisu, uspešno ohranja biotsko raznovrstnost, kakovost okolja in naravnih vrednot ter zagotavlja ravnotežje med lokalnim življenjem in turizmom ob upoštevanju nosilnih zmogljivosti.

VIZIJA STRATEGIJE DIGITALNA SLOVENIJA 2030

Z digitalno preobrazbo družbe, države, lokalnih skupnosti in gospodarstva izboljšati kakovost življenja prebivalcev Slovenije na trajnosten in zaupanja vreden način.

S pospešenim **digitalnim preoblikovanjem družbe, države, lokalnih skupnosti in gospodarstva želi Slovenija izkoristiti** razvojne priložnosti digitalnih tehnologij ter postati ena izmed **vodilnih digitalnih družb**. Prizadeva si za **uravnoteženo in inovativno rabo digitalnih tehnologij** v vseh segmentih družbe ter za zagotavljanje možnosti za večjo **vklučenost vsakega prebivalca v informacijsko družbo**. Digitalna preobrazba zajema pametni management, pametne poslovne rešitve ter napredno trženje in pametno prodajo.

VIZIJA RAZVOJA POMURJA

Zdravo. Pomurje 2030.

Vizija razvoja Pomurja do leta 2030 temelji na **zdravju** kot ključni vrednoti, ki bo vodila regijo k trajnostnemu razvoju. Pomurje bo izkoristilo svoje primerjalne prednosti, kot so naravne danosti, ugodne klimatske razmere, kulturna dediščina in strokovno znanje, za dvig konkurenčnosti na področju kmetijstva, turizma, zdravstva in nege. Razvoj regije bo usmerjen v trajnostne, integrirane in inovativne rešitve, ki bodo omogočile boljše kakovostno življenje, zdravo naravno okolje, kohezivno družbo in gospodarsko rast.

Strategija vključuje tri ključna področja razvoja: zdravo naravno, družbeno in **gospodarsko okolje, zdravo hrano in vitalno podeželje ter zdravo staranje in povezano družbo**. Pomurje bo spodbujalo tudi razvoj tehnoloških in socialnih inovacij, ki temeljijo na edinstvenih prednostih regije. Zdravstveno naravnan turizem, pridelava zdrave hrane ter spodbujanje storitev za zdravo staranje bodo ključne komponente za trajnostno prestrukturiranje regije, ki bo ustvarila boljše pogoje za življenje ter povečala privlačnost Pomurja tako za mlade kot za turiste. (RCMS, 2022).

Vizija destinacije Moravske Toplice

Vizija destinacije Moravske Toplice je usklajena s Strategijo slovenskega turizma 2022–2028, saj poudarja trajnostno naravnane prakse, varnost, visoko kakovost storitev ter vključevanje lokalnih skupnosti kot temeljev razvoja. Moravske Toplice bodo tako prispevale k doseganju nacionalnih strateških ciljev in prepoznavnosti Slovenije kot vodilne zelene destinacije.

Na podlagi nacionalnih izhodišč in trendov, opredelitve identitete destinacije, analize stanja, anket in intervjujev lahko zastavimo smer razvoja turistične destinacije Moravske Toplice v obliki vizije, ki je uresničljiva za vse deležnike in podrobneje opredelimo strateške kvalitativne in kvantitativne cilje in razvojni model z akcijskim načrtom ukrepov ter aktivnosti s kazalniki učinka.

POSŁANSTVO

Poslanstvo destinacije in vseh njenih deležnikov do leta 2030 je soustvarjanje privlačne in kakovostne celostne turistične ponudbe destinacije, ki temelji na trajnostnem razvoju, inovativnosti, vključevanju in zadovoljstvu vseh deležnikov.

VIZIJA DO 2030

Postati vodilna termalna trajnostna destinacija, ki z vrhunsko infrastrukturo, privlačnim izgledom kraja, mehko mobilnostjo spodbuja zdravje in aktivni turizem, posebej kolesarjenje, ter zagotavlja visoko kakovost bivanja ter doživetij za domačine in obiskovalce, ob tem pa navdušuje z raznolikim dogajanjem, inovativnimi tehnologijami, pristopi za prihodnost in sodobnimi oblikami trženja. Poudarek je na zagotavljanju visokokakovostnih doživetij za obiskovalce.

Moravske Toplice bodo do leta 2030 prepoznane kot **vodilna termalna in trajnostna destinacija** v Sloveniji in širši regiji. Z edinstvenim črno-termalnim bogastvom, neokrnjeno naravo in **bogato mrežo urejenih kolesarskih poti** bodo privabile obiskovalce, ki iščejo sprostitev, aktivnosti v naravi in nova doživetja. Celostna ponudba temelji na **lokalnem značaj destinacije s poudarkom na pristni kulturi in kakovosti**.

Destinacija z edinstveno lokalno identiteto in dušo je povezana s tradicijo, zdravjem, trajnostjo in digitalnimi inovacijami, ki nagovarjajo sodobne popotnike.

Z inovativnimi pristopi, zeleno ponudbo in **lokalnimi zgodbami** bodo Moravske Toplice navduševale obiskovalce vseh generacij vse leto ter ostale zgled trajnostnega razvoja in avtentičnih doživetij. Destinacija bo sinonim za zeleno, varno in kakovostno doživetje, ki temelji na spoštovanju naravnih virov, kulturne dediščine ter dobrobiti lokalne skupnosti.

Moravske Toplice se bodo razvijale kot trajnostno naravnana destinacija, ki povezuje tradicionalne vrednote in inovacije. **Z inovativnimi pristopi k digitalizaciji**, butično ponudbo ter razvojem zelenih produktov bodo nagovarjale sodobne popotnike, hkrati pa ohranjale svojo edinstveno lokalno identiteto. Destinacija bo s svojo dostopnostjo, prilagodljivostjo in vključevanjem vseh deležnikov zgled za trajnostni razvoj in družbeno odgovorno upravljanje v slovenskem turizmu.

Na podlagi analize stanja je del vizije destinacije Moravske Toplice tudi, da postane prepoznavna z integracijo naprednih tehnologij, ki bodo omogočile boljšo izkušnjo za obiskovalca. Skladno z razvito digitalizirano infrastrukturo, kakovostnimi prodajnimi produkti, naprednim trženjem bomo s pametnim upravljanjem krepili vpliv blagovne znamke.

POZICIONIRANJE

Destinacijo Moravske Toplice – aktivno, zeleno in zdravo destinacijo pozicioniramo kot letoletno termalno in kolesarsko destinacijo v vseh sezonah, prepoznavno in privlačno za obiskovalce, ki si želijo aktivni in doživljajski oddih v neokrnjeni naravi. Oblikovali bomo sestavljena turistična doživetja, kjer bo v ospredju vizija ustvarjanja dobrega počutja. Poudarek bo na inovativnih produktih zelenega in aktivnega turizma ter oživljanju središča kraja s kreativnimi vsebinami, gastronomijo in kulturnim turizmom. Z razvito in digitalizirano infrastrukturo ter dobrimi prodajnimi digitalnimi potmi je cilj privabiti nove obiskovalce v to trajnostno destinacijo in jih navdahniti za ponoven in daljši obisk. Vseprisotno je stalno obveščanje o letoletni ponudbi z naprednimi oblikami trženja in prilagojenim načinom komuniciranja.

KLJUČNE BESEDE ZA DESTINACIJO MORAVSKE TOPLICE

VODILNA TERMALNA IN TRAJNOSTNA	KOLESARSKA IN AKTIVNA	GASTRONOMSKA IN KULTURNA	DESTINACIJA ČEZMEJNEGA SODELOVANJA
NARAVNE DANOSTI	IZHODIŠČE ZA RAZISKOVANJE POMURJA	OKUSI POMURJA	IZHODIŠČE ZA RAZISKOVANJE ŠTIRIH DRŽAV
RAZVAJANJE	ŠPORT IN REKREACIJA	GOSTOLJUBNA	RAZNOLIKOST DOŽIVETIJ
LOKALNI ZNAČAJ	NARAVA	DOŽIVETJA IN PRIREDITVE	
		ARHITEKTURA IN KRAJINA	

Tabela 6:
Ključne besede
za destinacijo
Moravske Toplice

Destinacija Moravske Toplice



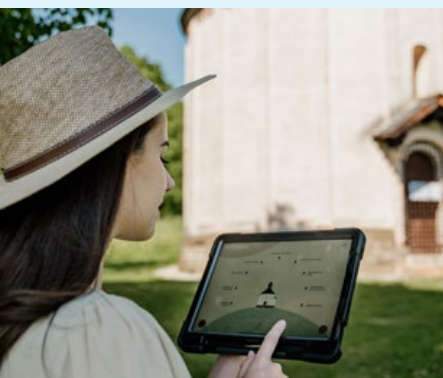
TOP KOLESARSKA DESTINACIJA

Moravske Toplice se uveljavljajo kot ena izmed vodilnih kolesarskih destinacij, ki obiskovalcem ponuja razvito in dobro vzdrževano kolesarsko infrastrukturo. Mreža raznovrstnih kolesarskih poti – od cestnih, trekning in družinskih tras – omogoča edinstvena doživetja v objemu narave. Destinacija zagotavlja visok standard storitev za kolesarje, vključno s specializiranimi nastanitvami, prilagojeno prehrano in dodatnimi ugodnostmi za ljubitelje kolesarjenja. Ob tem aktivno spodbuja trajnostno mobilnost, zmanjšanje ogljičnega odtisa ter vključuje lokalne ponudnike, gostinsko ponudbo in znamenitosti ob poteh, kar obiskovalcem omogoča poglobljen stik s kulturno in naravno dediščino tega območja.



UREJENA IN ZDRAVA

Kraj, ki zagotavlja kakovostno in dostopno življenjsko okolje tako za domačine kot obiskovalce. Destinacija razvija javni prostor, ki omogoča udobno in varno gibanje, hkrati pa spodbuja aktivni življenjski slog. Skrb za dobro počutje temelji na celostnem pristopu k razvoju, ki enakovredno upošteva ekonomske, socialne in okoljske vidike ter ustvarja ravnovesje med potrebami turistov in lokalnega prebivalstva.



PAMETNA DESTINACIJA

Z vpeljavo inovativnih digitalnih rešitev Moravske Toplice postajajo napredna pametna turistična destinacija. Digitalizacija omogoča personalizirana in interaktivna doživetja za obiskovalce, izboljšuje dostopnost informacij ter prispeva k učinkovitejšemu upravljanju turističnih tokov. Hkrati tehnološke rešitve prispevajo k izboljšanju kakovosti življenja lokalne skupnosti, povečujejo prepoznavnost destinacije in krepijo njeno konkurenčnost v sodobnem turističnem prostoru.

DESTINACIJA DRUŽENJA NA DOGODKIH

Moravske Toplice se razvijajo v dinamično destinacijo z živahnim dogajanjem, kjer obiskovalci in domačini skozi vse leto uživajo v raznolikih kulturnih, športnih in družabnih prireditvah. Programi, prilagojeni različnim generacijam, bogatijo krajevno središče ter združujejo sodobne kreativne vsebine s tradicijo in kulturnim turizmom. Z aktivnim oživljanjem javnih prostorov destinacija postaja stičišče druženja in edinstvenih doživetij.



SODELOVALNA IN ČEZMEJNA DESTINACIJA

Destinacija, ki s svojo geografsko lego naravno povezuje turistične tokove med Slovenijo, Avstrijo, Madžarsko in Hrvaško. Sodelovanje v čezmejnih projektih omogoča vzajemno nadgradnjo obstoječih turističnih produktov in razvoj novih doživetij, ki temeljijo na skupni kulturni in naravni dediščini. Trajnostno upravljanje čezmejnega turizma krepi gospodarsko in socialno povezanost regij ter obiskovalcem ponuja poglobljeno in razširjeno turistično izkušnjo



CELOLETNA DESTINACIJA KULTURNEGA IN GASTRONOMSKEGA BOGASTVA

Povezovanje bogate kulturne dediščine z naravnim okoljem omogoča ustvarjanje unikatnih gastronomskih doživetij. Lokalna kulinarika, prepletena z vinsko tradicijo in sodobnimi gastronomskimi pristopi, ponuja avtentične okuse regije. Obiskovalcem je omogočen stik z zgodovinskimi in kulturnimi zakladi, ki se skozi celo leto odražajo v festivalskih dogodkih, kulinaričnih večerih in tematskih doživetjih.



UNIKATNA DOŽIVETJA, KI ZAZNAMUJEJO

Moravske Toplice razvijajo kakovostna, inovativna doživetja, ki temeljijo na zeleni in aktivni ponudbi, trajnostnem razvoju ter prepletanju kulture in tradicije. Skrbno oblikovani produkti spodbujajo dobro počutje, zdravje in ustvarjalnost ter obiskovalcem omogočajo pristna doživetja, ki jih zaznamuje lokalni značaj in pridih pustolovščine.







STRATEŠKI CILJI

Strateški razvojni cilji slovenskega turizma

Strategija slovenskega turizma (2022–2028) se osredotoča na trajnostno rast, kakovostno ponudbo, vključevanje lokalne skupnosti in okolju prijazne rešitve, ob hkratni digitalni preobrazbi ter izboljšanju upravljanja turizma. To vodi k povečanju konkurenčnosti in uravnoteženemu razvoju slovenskega turizma.

Splošni in strateški cilji slovenskega turizma (2022–2028), oblikovani na podlagi Strategije trajnostnega razvoja Slovenije, omogočajo celovit in uravnotežen razvoj turističnih destinacij v Sloveniji in so naslednji:

» **SC1 – Kakovost, vrednost in celoletnost ponudbe:**

Cilj je izboljšati kakovost turistične ponudbe z uravnoteženjem obsega nastanitvev in gastronomije, zmanjšati sezonska nihanja ter digitalno preoblikovati turistične destinacije. Poseben poudarek je na trajnostnih praksah in povečanju dodane vrednosti.

» **SC2 – Zadovoljstvo prebivalcev, zaposlenih in gostov:**

Turizem mora povečati ugled in zadovoljstvo lokalnih prebivalcev, turističnih delavcev in obiskovalcev. Spodbuja se vključevanje lokalne skupnosti v razvoj ter zagotavljanje pristne izkušnje za goste.

» **SC3 – Pozicioniranje turizma kot generatorja vrednosti in trajnostnega razvoja:**

Turizem se razvija kot gospodarska platforma, ki ustvarja priložnosti za druga podjetja, krepi lokalne verige vrednosti in spodbuja urejenost prostora.

» **SC4 – Razogljičenje in uravnoteženje slovenskega turizma:**

Poudarek je na zmanjšanju vpliva turizma na okolje, kar vključuje boljše upravljanje turističnih tokov, spodbujanje trajnostne mobilnosti in prilagajanje infrastrukture podnebnim spremembam.

» **SC5 – Kompetentne in učinkovite upravljaljske strukture:**

Cilj je izboljšati organizacijske in upravljaljske sposobnosti destinacij, vključno z medsektorskim sodelovanjem in boljšim izkoriščanjem finančnih virov za trajnostni razvoj turizma.

Razvojni cilji (ključne usmeritve znotraj strateških ciljev):**» Kakovost in trajnost:**

Usmeritev v standarde višje kakovosti, trajnostne gradnje, digitalno transformacijo in zmanjševanje sezonskih nihanj.

» Zadovoljstvo deležnikov:

Spodbujanje vključevanja lokalnega prebivalstva, krepitev kompetenc kadrov in zagotavljanje edinstvenih turističnih doživetij.

» Ekonomija in lokalna skupnost:

Razvoj lokalnih verig vrednosti in podjetniških priložnosti, ki temeljijo na sodelovanju med turizmom in drugimi sektorji.

» Podnebne spremembe:

Trajnostna mobilnost, zelene rešitve v praksi in prilagajanje turističnih produktov za zmanjšanje podnebnega vpliva.

» Upravljanje:

Povečanje kompetenc organizacij, povezanih z destinacijo, izboljšanje sodelovanja med sektorji ter boljše koriščenje finančnih sredstev za razvoj.

Kakovost, vrednost in celoletnost ponudbe: Poudarek je na razvoju visoko kakovostne, inovativne in raznolike turistične ponudbe, ki bo privlačna za obiskovalce skozi vse leto.

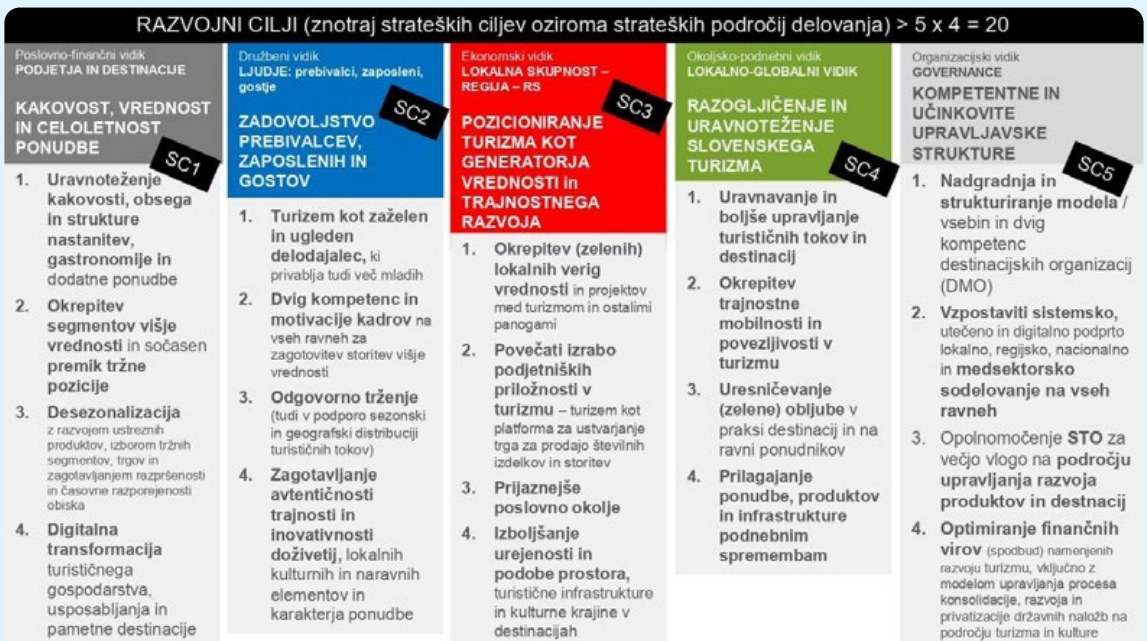
- » Zadovoljstvo prebivalcev, gostov in zaposlenih: Turizem mora prispevati k večjemu zadovoljstvu lokalnega prebivalstva, gostov in zaposlenih v turističnem sektorju, saj je zadovoljstvo vseh deležnikov ključno za uspešen razvoj destinacije.
- » Pozicioniranje turizma kot generatorja trajnostnega razvoja: Turizem se pozicionira kot gonilna sila gospodarskega razvoja, ki spodbuja trajnostni razvoj in prispeva k rasti tudi v drugih gospodarskih panogah.
- » Razogljičenje in uravnoteženje turizma: V ospredju je zmanjšanje ogljičnega odtisa turizma z uvajanjem okolju prijaznih praks in trajnostnih rešitev za ohranjanje naravnega okolja.
- » Trajnostno naravnana rast turizma: Cilj je podaljšanje povprečne dobe bivanja turistov na (20-odstotna rast) in zmanjšanje ogljičnega odtisa na prenočitev do leta 2030.
- » Dvig kakovosti storitev in infrastrukture: Uvedba standardov za trajnostno gradnjo in prenovu infrastrukture ter spodbujanje ponudnikov, da pridobijo zelene certifikate za nastanitve in turistične produkte, kar bo izboljšalo celotno izkušnjo gostov.
- » Krepitev lokalne skupnosti: Prebivalci se aktivno vključujejo v razvoj turističnih produktov, kar povečuje njihovo zadovoljstvo in pripadnost destinaciji ter prispeva k boljši povezanosti lokalne skupnosti.
- » Digitalna preobrazba destinacije: Uvedba pametnih tehnologij in rešitev optimizira upravljanje turističnih tokov, izboljša izkušnjo gostov ter poveča učinkovitost destinacije na vseh ravneh.



Slika 6:

Prikaz strateškega razvojnega okvirja slovenskega turizma

VIR: Strategija slovenskega turizma 2022-2028



Slika 7:

Razvojni cilji znotraj strateških področij delovanja

VIR: Strategija slovenskega turizma 2022-2028

Zdravo naravno, družbeno in gospodarsko okolje: Pomurje bo ohranjalo zdravo življenjsko okolje s poudarkom na biotski pestrosti, nizki urbanizaciji in območjih Natura 2000. Ključni cilji vključujejo prehod v nizkoogljično družbo, trajnostno mobilnost, učinkovito rabo obnovljivih virov energije, prilagoditev na podnebne spremembe ter ohranjanje naravnih virov. Spodbujanje inovacij in ustvarjalnosti bo pripomoglo k razvoju zdrave podjetniške kulture.

Zdrava hrana in vitalno podeželje: Pomurje bo razvijalo kmetijstvo kot temelj gospodarstva s poudarkom na pridelavi zdrave hrane, ekološki pridelavi, funkcionalni hrani in povezavi s turističnimi dejavnostmi. Razvijale se bodo krajevne verige vrednosti, ki omogočajo povezovanje lokalnih proizvajalcev z gostinstvom in zdraviliškim turizmom.

Zdravo staranje in povezana družba: Pomurje bo naslovido izzive starajoče se družbe s spodbujanjem storitev za starejše, oskrbe na domu in socialnih inovacij. Povečanje zaposlovanja v komplementarnih storitvah, kot so storitve socialne in zdravstvene oskrbe, bo pripomoglo k večji avtonomiji starejših in zmanjšanju pritiska na institucionalno oskrbo.

Strateški cilj Pomurja je ustvariti zdravo naravno, družbeno in gospodarsko okolje, ki bo temelj za dobro počutje tako prebivalcev kot obiskovalcev. Pomurje se osredotoča na izjemno biotsko pestrost, nizko stopnjo urbaniziranosti in območje Natura 2000, ki zagotavljajo odlične pogoje za bivanje v zdravju prijaznem okolju. Zdravo okolje bo ključno za trajnostni razvoj in dolgoročni obstanek regije ter privlačnost za turistični obisk, priseljevanje mladih in ustvarjalnih ljudi.

Pomurje bo spodbujalo okoljsko ozaveščenost in vključitev vseh deležnikov v trajnostno ravnanje z naravnimi viri. Bistven prehod v nizkoogljično družbo bo zahteval spremembe pri rabi energije in trajnostni mobilnosti, še posebej na podeželju, kjer se bo izboljšal javni prevoz. Vlaganja v prilagoditev na podnebne spremembe in ohranjanje vitalnosti ekosistemov bodo ključna za zagotovitev kakovosti življenja in ohranjanje naravnih virov.

Poleg tega bo Pomurje spodbujalo zdravo družbo, odprto za inovacije, ustvarjalnost in razvoj podjetniške kulture. S tem bo izboljšalo gospodarsko okolje z vključujočim trgom dela, podporo zagonskim podjetjem in inovativnim pristopom. Regija bo v prihodnosti vlagala v razvoj kadrov, vseživljenjsko izobraževanje ter poslovne modele, ki temeljijo na krožnem gospodarstvu. Pomurje bo na ta način postalo privlačno za turiste in dolgoročno naseljevanje, hkrati pa bo privabilo investicije domačih in tujih vlagateljev.

Strateški cilji destinacije Moravske Toplice

Strategija razvoja turistične destinacije Moravske Toplice temelji na celostnem pristopu k trajnostnemu, konkurenčnemu in inovativnemu razvoju turizma.

Skozi strateške, razvojne, kvalitativne, kvantitativne in trženjske cilje si prizadevamo doseči **usklajen sistem upravljanja, kakovostna doživetja ter trajnostno rast turističnega obiska**. Poudarek je na vključevanju lokalnega prebivalstva in ponudnikov v turistično zgodbo, **spodbujanju digitalizacije in trajnostnih praks ter na večji prepoznavnosti destinacije na domačem in mednarodnem trgu**.

Osnovni strateški cilji se osredotočajo na vzpostavitev učinkovitega sistema upravljanja in sodelovanja, kjer **vsi deležniki prispevajo** k razvoju turizma v destinaciji. **Poudarek je na digitalni transformaciji, razvoju kompetenc zaposlenih ter trajnostnem upravljanju destinacije**. Turistična ponudba se bo gradila na avtentičnih in inovativnih doživetjih, ki odražajo lokalni značaj in spodbujajo kakovost življenja tako prebivalcev kot obiskovalcev.

RAZVOJNI CILJI

Razvojni cilji so usmerjeni v oblikovanje kakovostnih in avtentičnih turističnih produktov, ki izhajajo iz lokalnega okolja. Poudarek je na izobraževanju zaposlenih v turizmu, sodelovanju ponudnikov ter ustvarjanju pogojev za trajnostni razvoj turistične dejavnosti..

- » Vzpostavitev usklajenega sistema poslovanja, upravljanja, sodelovanja, povezovanja in promocije turistične ponudbe destinacije.
- » Zagotavljanje digitalne transformacije, prilagajanje sodobnim trendom, nadgrajevanje znanj in veščin na področju digitalizacije.
- » Zagotavljanje usposobljenega in kakovostnega kadra oziroma zaposlenih v turizmu (ambasadorji destinacije kot receptorji, turistični vodniki, posredno tudi gostinci, ponudniki nastanitev) z organizacijo skupnih izobraževanj za zaposlene v turizmu.
- » Upravljanje zelene destinacije, kjer se spodbuja trajnostno delovanje, ustvarjanje turističnega okolja, ki podpira trajnostni razvoj in dobro počutje tako turistov kot lokalnega prebivalstva, spodbujanje lokalne kulture in vključevanje lokalnega značaja destinacije.
- » Dosledno merjenje učinkov v turizmu, spremljanje in evalvacija.
- » Zagotavljanje kakovosti in razvoj novih avtentičnih, inovativnih doživetij in produktov, ki odražajo lokalni značaj destinacije.
- » Vzpostavljen sistem zagotavljanja kakovosti ponudbe pod blagovno znamko Okusi Moravskih Toplic, ki povezuje lokalne ponudnike, pridelovalce, predelovalce in izdelovalce živilskih in kulinarčnih izdelkov, in v okviru katere so ponudniki motivirani k doseganju zadostne količine lokalnih pridelkov in izdelkov. Uvedba učinkovite logistične in prodajne mreže z lokalnimi trgovinami, ki sodelujejo pri skupni prodaji in promociji.
- » Razvijanje infrastrukture za prostočasne aktivnosti domačinov in dvig nivoja preživljanja prostega časa - pohodne, kolesarske poti in postajališča, urejena z interpretativnimi elementi in signalizacijo, komunikacijsko-informativna infrastruktura.

KVALITATIVNI CILJI

Kvalitativni cilji zagotavljajo vrhunska doživetja in prireditve, izboljšanje kompetenc turističnega kadra ter dvig konkurenčnosti in prepoznavnosti destinacije. Ključna je skrb za trajnostno ravnanje in celostno promocijo destinacije na domačem in mednarodnem trgu.

- » Kakovostna/vrhunska in nova doživetja, prireditve, aktivnosti in programi z odličnimi lokalnimi turističnimi vodniki, ki odražajo značaj destinacije
- » Izboljšanje usposobljenosti turističnega kadra, navdihovanje, motiviranje in nagrajevanje
- » Izboljšana promocija na podlagi načrta trženja
- » Povečanje konkurenčnosti in imidža destinacije
- » Boljša mednarodna prepoznavnost
- » Zmanjšanje ogljičnega odtisa skozi trajnostne prakse in energetske učinkovite rešitve
- » Enakomernejša razporeditev turističnih tokov skozi celo leto s spodbujanjem obiska izven glavne sezone in razvojem celoletnih turističnih vsebin

KVANTITATIVNI CILJI

Ti cilji določajo merljive kazalnike uspešnosti turizma, kot so rast števila prihodov in prenočitev, podaljšanje povprečne dobe bivanja ter zmanjšanje sezonskih nihanj. Prav tako se spremlja kakovost storitev, trajnostne prakse in ekonomski vpliv turizma. Kvantitativne cilje destinacije bomo dosegli z aktivacijo ključnih razvojnih sprožilcev, ki premikajo destinacijo iz potenciala v uspeh.

Trajnostna - uravnotežena rast turističnega obiska

Kazalniki okoljske trajnosti:

- » Povečanje deleža premikanja gostov po destinaciji s trajnostnimi prevoznimi sredstvi (kolesi, električnimi vozili, peš) za 20 % do leta 2030.
- » Ukrepi zmanjšanja ogljičnega odtisa skozi upravljanje prometa in spodbujanje trajnostne mobilnosti.
- » Spodbujanje trajnostnih prihodov turistov: Povečanje prihodov gostov z javnim prevozom, električnimi vozili, kolesi ali peš za 20 % do leta 2030.
- » Zmanjšanje emisij CO₂ zaradi turizma za vsaj 10 % glede na izhodiščno leto.
- » Zmanjšanje količine odpadkov za vsaj 5 %.
- » Zmanjševanje sezonske obremenitve infrastrukture: Prerazporeditev turističnih obiskov (zmanjšanje vrha turistične sezone) za 10 % do leta 2030 s spodbujanjem prihodov izven vrhunca sezone.
- » Blažitev sezonskih nihanj – dvig prenočitev v zimskem času izven sezone (4 %) z razvojem privlačnih zimskih doživetij in izboljšanjem promocije izven glavne sezone.

Kazalniki družbene trajnosti:

- » Povečanje deleža tujih gostov za 5 %.
- » Povečanje deleža obiskovalcev izven glavne sezone za vsaj 5 %.
- » Dvig povprečne ocene zadovoljstva obiskovalcev, prebivalcev, turističnega gospodarstva v anketnih vprašalnikih Zelene sheme slovenskega turizma z izboljšanjem kakovosti storitev, večjo dostopnostjo informacij, boljšo infrastrukturo in vključevanjem lokalnih skupnosti v razvoj turistične ponudbe.
- » Povečanje zadovoljstva lokalnega prebivalstva z razvojem turizma (merjeno z anketami) za vsaj 10 %.

Ekonomski kazalniki trajnosti:

- » Povečanje prihodkov od turističnih dejavnosti izven glavne turistične sezone za 10 % do leta 2030.
- » Povečanje deleža sredstev, ki jih turisti potrošijo pri lokalnih ponudnikih za 5 %.
- » Rast števila tujih gostov za 10 % do leta 2030, kar bo prispevalo k širši prepoznavnosti regije.
- » Povečanje deleža tujih gostov za 5 %.
- » Podaljšanje povprečne dobe bivanja turistov iz 3,1 na 4 nočitve (zmanjševanja sezonskih nihanj in okoljskih vplivov turizma).
- » Povečanje števila turističnih prireditev (2 novi turistični prireditvi do 2030).

TRŽENJSKI CILJI

Trženjski cilji se osredotočajo na povečanje prepoznavnosti destinacije, privabljanje novih ciljnih segmentov ter povečanje prihodkov iz turizma. Digitalne strategije, sodelovanje z lokalnimi ponudniki in razvoj inovativnih produktov bodo pripomogli k bolj učinkoviti promociji in večji konkurenčnosti destinacije.

- » Povečanje prepoznavnosti blagovne znamke/destinacije:
- » Privabiti nove ciljne segmente
- » Zagotoviti višje prihodke s povečanjem števila rezervacij, nakupov ali dolžine bivanja.
- » Ustvarjanje pozitivne uporabniške izkušnje – vračanje gostov
- » Povečati učinkovitost digitalnih trženjskih aktivnosti
- » Spodbujanje trajnosti: promovirati trajnostne prakse in povečati delež obiskovalcev, ki se zanimajo za trajnostne produkte
- » Krepitev sodelovanja z deležniki: povezati lokalne ponudnike, podjetja in organizacije za boljše trženjske učinke
- » Razvoj inovativnih povezanih in skupnih produktov ter storitev, ki bodo povečali zanimanje ciljne publike

STRATEŠKI CILJI DESTINACIJE MORAVSKE TOPLICE			
RAZVOJNI	Učinkovitejše upravljanje	Merjenje učinkov v turizmu	Razvijanje mehke mobilnosti
KVALITATIVNI	Kakovostnejša doživetja, izboljšana turistična izkušnja	Povečana prepoznavnost in konkurenčnost, večja in boljša promocija	Odprava sezonskosti
KVANTITATIVNI	Uravnotežena rast - rast prihodov in prenočitev gostov	Povečanje deleža tujih gostov in novi ciljni trgi, podaljšana doba bivanja	Dvig ocene trajnosti, več doživetij in prireditev
TRŽENJSKI	Dvig ugleda blagovne znamke in prihodkov s trženjem doživetij in digitalno prisotnostjo na trgu	Krepitev sodelovanja z deležniki	

Tabela 7:
Strateški cilji
destinacije
Moravske Toplice





RAZVOJNE PRIORITETE 2025-2030

Razvojne prioritete 2025-2030

Destinacija Moravske Toplice je že v danem trenutku ena od najbolj prepoznavnih termalnih destinacij v Sloveniji. Namen tega dokumenta je zasnovati strategijo za nadaljnji razvoj, ki bo destinacijo v obdobju 2025–2030 dodatno okrepila z mednarodno prepoznavnostjo in pozicioniranjem kot vodilne trajnostne termalne destinacije, ki z vrhunsko infrastrukturo, atraktivnim izgledom kraja, mehko mobilnostjo in digitalnimi rešitvami spodbuja zdravje in aktivni turizem ter zagotavlja visoko kakovost bivanja in doživetij za domačine in obiskovalce, ob tem pa navdušuje z raznolikim dogajanjem ter inovativnimi tehnologijami in pristopi za prihodnost.

Pomemben poudarek dokumenta sta Trajnostni razvoj in Digitalizacija, ki se bosta kot horizontalni prioriteti prepletali pri izvajanju vseh aktivnosti iz strategije.

Strateške cilje destinacije Moravske Toplice se bo doseglo s sledenjem sledečim prioritetam:



Tabela 8:
Prioritetna področja
razvoja destinacije
Moravske Toplice

PRIORITETA 1: ORGANIZIRANA IN KVALITETNA DESTINACIJA

Za uspešen in trajnostno naravn razvoj turizma je ključna dobro organizirana destinacija z jasno opredeljenimi vlogami, odgovornostmi in usklajenim delovanjem vseh deležnikov. Učinkovit destinacijski menedžment omogoča usmerjanje razvoja, povezovanje ponudnikov, zagotavljanje kakovosti storitev in dolgoročno konkurenčnost na trgu.

Moravske Toplice si prizadevajo postati referenčna destinacija s profesionalno vodenim destinacijskim menedžmentom, ki vključuje celovito načrtovanje, izvajanje in nadzor nad turističnim razvojem ter zagotavlja trajnostno rast turizma. Destinacija potrebuje sodobno organizacijsko strukturo, ki bo omogočala učinkovito koordinacijo, transparentnost in proaktivno sodelovanje vseh ključnih deležnikov v turizmu – od javnega sektorja in gospodarstva do civilne družbe. Zaradi naraščajočih potreb na področju trženja, promocije, digitalizacije in trajnostnega razvoja bo nujno tudi postopno prilagajanje kadrovske kapacitete v okviru destinacijske menedžerske organizacije (DMO). Krepitev strokovnega kadra bo pripomogla k bolj usmerjenemu razvoju turizma ter večji povezanosti z lokalnimi ponudniki, regijskimi in nacionalnimi partnerji. Poleg organizacijskih sprememb bo destinacija aktivno razvijala nove projekte, ki bodo krepili turistično ponudbo in zagotavljali dodatne vire financiranja. S tem se bo omogočilo dolgoročno stabilno poslovanje DMO, večja neodvisnost od proračunskih sredstev in ustvarjanje novih delovnih mest.

Kaj želimo doseči:

- » Vzpostaviti stabilno, kompetentno in učinkovito destinacijsko menedžersko organizacijo (DMO), ki bo združevala javni in zasebni sektor ter usklajevala razvoj in trženje destinacije.
- » Okrepiti vlogo TIC Moravske Toplice kot ključnega upravljalca turistične destinacije ter ga nadgraditi v sodobno DMO s širšim obsegom delovanja.
- » Povezati turistične ponudnike in ustvariti trajnosten model sodelovanja, ki bo spodbujal kakovostno ponudbo in inovativne turistične produkte.
- » Okrepiti sodelovanje na regijski in nacionalni ravni ter zagotoviti aktivno prisotnost destinacije v širših razvojnih in promocijskih pobudah.
- » Vzpostaviti sistem rednega spremljanja in evalvacije turističnega razvoja ter prilagajanja strategij glede na trende in potrebe trga.
- » Prilagoditi kadrovske kapacitete glede na potrebe razvoja destinacije in izvajanja strateških ukrepov ter v naslednjih letih zagotoviti najmanj dve dodatni zaposlitvi.

UKREP 1.1:

Vzpostavitev modela destinacijskega upravljanja

Za učinkovito vodenje turistične destinacije je ključnega pomena jasno opredeljen model upravljanja, ki vključuje vse relevantne deležnike in zagotavlja usklajeno delovanje ter transparentno odločanje. TIC Moravske Toplice bo v okviru reorganizacije prevzel vlogo vodilne DMO (destinacijske menedžerske organizacije), ki bo skrbela za strateško usmerjanje razvoja in trženja turizma. Nova organizacijska struktura bo omogočila boljše povezovanje javnega in zasebnega sektorja ter vzpostavila trajnostne temelje za razvoj kakovostnih turističnih produktov. V sklopu tega ukrepa bodo deležniki destinacije preučili možnosti za vzpostavitev turistične agencije, ki bi se osredotočala na trženje paketov in privabljanje domačih in tujih gostov. Ob tem se bo prilagajala tudi kadrovska struktura, s poudarkom na strokovnih profilih, ki bodo ključni za izvajanje razvojnih, promocijskih in digitalnih aktivnosti.

Aktivnosti:

1. Razvoj TIC Moravske Toplice v sodobno DMO – organizacija bo sledila smernicam Strategije slovenskega turizma 2022–2028 ter usmeritvam Slovenske turistične organizacije (STO).
2. Vzpostavitev delovnih teles in redno komuniciranje – oblikovana bodo delovna telesa, ki bodo omogočala sodelovanje in soupravljanje destinacije med ključnimi turističnimi deležniki.
3. Uvedba rednih srečanj in sodelovanja s ponudniki – z rednimi sestanki in terenskim delom se bo krepilo sodelovanje z zasebnimi ponudniki, društvi in krajevnimi skupnostmi.
4. Kadrovska okrepitev in usposabljanja – postopno prilagajanje kadrovske strukture glede na potrebe destinacije ter zagotavljanje strokovnih izobraževanj in usposabljanj.
5. Vzpostavitev svetovalnih služb za ponudnike – TIC/DMO bo zagotavljal podporo turističnim ponudnikom pri razvoju produktov, promociji in digitalizaciji poslovanja.

UKREP 1.2:

Regijsko in širše povezovanje destinacije Moravske Toplice

Sodelovanje in povezovanje destinacije na regijski in nacionalni ravni sta ključna dejavnika za večjo prepoznavnost ter vključevanje v širše razvojne projekte. Krepitev partnerstev z drugimi destinacijami omogoča izmenjavo dobrih praks, skupno trženje ter boljše izkoriščenost finančnih mehanizmov za razvoj turizma. Destinacija Moravske Toplice se bo aktivno vključila v oblikovanje nove turistične regionalizacije ter tesneje sodelovala z drugimi vodilnimi destinacijami v Pomurju in širše.

Aktivnosti:

1. Aktivna udeležba v procesih oblikovanja nove turistične regionalizacije – destinacija se bo strateško umeščala v regijske in nacionalne turistične strukture.
2. Priprava projektnih idej v sodelovanju z drugimi destinacijami – povezovanje z lokalnimi turističnimi organizacijami in ponudniki za razvoj skupnih turističnih produktov.
3. Vključevanje v združenja na področju turizma – sodelovanje z združenji, kot so Konzorcij Slovenia Green, Slovenska turistična organizacija in druge turistične mreže.

UKREP 1.3:

Spremljanje in izvajanje strategije

Za uspešno implementacijo strategije in doseganje zastavljenih ciljev je ključno, da se izvajanje ukrepov redno spremlja in prilagaja na podlagi merljivih kazalnikov uspešnosti. S spremljanjem ključnih kazalnikov, anketiranjem deležnikov ter rednimi evalvacijami bo destinacija zagotavljala učinkovito izvajanje strategije in pravočasne prilagoditve.

Aktivnosti:

1. Vzpostavitev sistema monitoringa in evalvacije – redno spremljanje izvajanja strategije, analiza uspešnosti posameznih ukrepov in prilagajanje aktivnosti glede na rezultate.
2. Zbiranje povratnih informacij od turističnih ponudnikov in obiskovalcev – anketiranje gostov in deležnikov ter upoštevanje njihovih predlogov pri prilagajanju strategije.
3. Letna poročila o izvajanju strategije – priprava poročil z analizami o napredku in dosežkih, ki bodo predstavljena ključnim deležnikom in javnosti.

PRIORITETA 1
Kazalniki in akcijski načrt

PRIORITETA	UKREPI	KAZALNIKI
PRIORITETA 1 Organizirana in kvalitetna destinacija	UKREP 1.1. Vzpostavitev modela destinacijskega upravljanja	<ul style="list-style-type: none"> » Število sodelovanj in skupnih projektov v sodelovanju s STO (letno vsaj pet) » Organizacijska rast in število obiskovalcev TIC/DMO » Sprejeti sklepi in izvedeni ukrepi » Redna srečanja in sodelovanje s ponudniki » Število sestankov in terenskih obiskov » Stopnja zadovoljstva ponudnikov » Novi skupni projekti in partnerstva » Povečanje števila zaposlenih (+2) » Izvedena strokovna usposabljanja (3-5 na leto) » Razviti novi turistični produkti (eden na leto)
	UKREP 1.2. Regijsko in širše povezovanje destinacije Moravske Toplice	<ul style="list-style-type: none"> » Aktivna udeležba na sestankih in delavnicah na ravni regije » Prispevanje predlogov in pobud na ravni regije » Vključitev destinacije v uradne strateške dokumente na ravni regije » Razvoj skupnih projektov z drugimi destinacijami » Priprava projektnih idej in prijav na razpise » Število realiziranih skupnih projektov » Pridobljena sredstva in razvoj novih turističnih produktov » Vključevanje v turistična združenja » Članstvo in aktivno sodelovanje v združenjih (Slovenia Outdoor, Konzorcij Slovenia Green) » Skupne promocijske kampanje in certifikati (npr. Slovenia Green) » Pridobljene ugodnosti in priložnosti za destinacijo » Vključevanje prebivalcev, društev in drugih nevladnih akterjev ter predvsem mladih v turistične prireditve in programe
	UKREP 1.3. Spremljanje in izvajanje strategije	<ul style="list-style-type: none"> » Vzpostavitev monitoringa in evalvacije » Vzpostavljen sistem spremljanja strategije » Sprotna analiza uspešnosti ukrepov » Prilagoditve strategije glede na ugotovitve » Implementacija izboljšav na podlagi podatkov » Zbiranje povratnih informacij » Izvedba anket in raziskav » Dvig povprečne ocene zadovoljstva obiskovalcev » Implementacija predlogov pridobljenih iz anketiranja » Izboljšava ponudbe na podlagi povratnih informacij » Priprava letnih poročil, število pripravljenih poročil

Akcijski načrt ukrepov:

STRATEŠKI CILJ/ UKREP /PROJEKT	STOPNJA NIJUNOSTI (1 zelo nujno)	NOSILEC	PARTNERJI	2025	2026	2027	2028	2029	2030	SKUPAJ	OBČINA MT	EU/RS	DRUGO
1. ORGANIZIRANA IN KVALITETNA DESTINACIJA													
1.1.													
Vzpostavitev modela destinacijskega upravljanja	1	TIC MT	OMT Turistično gospodarstvo NVO			70.000	50.000	50.000	50.000	220.000			
1.2													
Regijsko in širše povezovanje destinacije Moravske Toplice	2	TIC MT	OMT Turistično gospodarstvo NVO			25.000	25.000	25.000	25.000	100.000			
1.3													
Spremljanje in izvajanje strategije	2	TIC MT	OMT Turistično gospodarstvo NVO		10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	50.000			
SKUPAJ					10.000	105.000	85.000	85.000	85.000	370.000			

PRIORITETA 2 UREJENOST DESTINACIJE

Urejenost destinacije je ključnega pomena za zagotavljanje kakovostne izkušnje obiskovalcev in izboljšanje privlačnosti Moravskih Toplic kot turistične destinacije. S premišljeno infrastrukturo, trajnostnimi rešitvami in estetsko dovršenostjo destinacije se ustvarja prijetno okolje, ki spodbuja obiskovalce k daljšemu bivanju in večji potrošnji. Hkrati urejenost kraja povečuje kakovost življenja lokalnega prebivalstva, krepi občutek skupnosti ter spodbuja njihovo aktivno vključevanje v razvoj in promocijo kraja.

Cilj prioritete usmeritve: Ustvariti urejeno, privlačno in trajnostno destinacijo, ki s svojo infrastrukturo, urejenostjo in enotno podobo obiskovalcem ponuja vrhunsko izkušnjo, domačinom pa prijetno in funkcionalno okolje za vsakodnevno življenje.

Kaj želimo doseči:

- » Vzpostavitev urejenega in prepoznavnega središča naselja Moravske Toplice, kot osrednje točke za obiskovalce in prebivalce
- » Uvedba trajnostnih rešitev za prometno in turistično infrastrukturo
- » Razvoj povezanosti znotraj občine z izboljšano mrežo pohodniških in kolesarskih poti
- » Spodbujanje digitalizacije za izboljšanje informiranosti in izkušenj obiskovalcev
- » Krepitev podobe destinacije in enotnega pristopa pri upravljanju turističnih mikrodestinacij
- » Spodbujanje sodelovanja med lokalnimi ponudniki in skupnostjo za celovito ureditev prostora

UKREP 2.1:

Ureditev središča kraja Moravske Toplice

Središče kraja Moravske Toplice predstavlja srce lokalnega dogajanja in pomembno stičišče za turiste ter domačine. Njegova prenova je ključnega pomena za izboljšanje estetske podobe, funkcionalnosti ter družabnega življenja v kraju. Z zasnovo privlačnega in prijetnega prostora, ki združuje naravne elemente, sodobno urbano opremo in prostor za dogodke, bo središče kraja postalo dinamično zbirališče, ki spodbuja socialne stike, krepi lokalno identiteto in povečuje privlačnost destinacije tako za obiskovalce kot za prebivalce.

Aktivnosti:

1. Priprava in sprejetje Kataloga urbane opreme za občino Moravske Toplice (OMT; TIC; Čista narava)
2. Oblikovanje osrednjega trga kot prepoznavne točke za obiskovalce in zbirališča za domačine (nosilec OMT)
3. Postavitev urbane opreme (klopi, fontane, osvetlitev, označevalne table) za izboljšanje estetske privlačnosti in funkcionalnosti (nosilec OMT)
4. Zasnova prireditvenega prostora z lokalno tržnico za kulturne, kulinarične in družabne dogodke (OMT)
5. Zasaditev zelenih površin in dreves za naravni hlad ter prijaznejše okolje – (OMT)
6. Arboristični načrt zasaditve in vzdrževanja javnih površin (OMT)

UKREP 2.2:

Ureditev prometne in parkirne infrastrukture

Učinkovita in trajnostna prometna ter parkirna infrastruktura je ključnega pomena za nemoteno mobilnost prebivalcev in obiskovalcev ter za izboljšanje dostopnosti turističnih točk v občini. Z uvedbo sodobnih rešitev, bo destinacija pripomogla k zmanjšanju prometnih obremenitev, izboljšala izkušnjo obiskovalcev ter prispevala k okoljskemu ravnovesju.

Aktivnosti:

1. Izdelava enotnega parkirnega režima z jasno označenimi parkirnimi območji (OMT)
2. Postavitev polnilnih postaj za električna vozila in e-kolesa (OMT)
3. Vzpostavitev rednih linij javnega prevoza, tudi med vikendi, ter uvedba trajnostnih prevoznih rešitev za učinkovito povezovanje destinacij znotraj občine (OMT)

UKREP 2.3:

Zasnova in označitev rekreativnih poti, razvoj turističnih poti za gibalno ovirane

Razvoj in nadgradnja rekreativnih poti je ključna za spodbujanje aktivnega življenjskega sloga in privlačnosti občine kot destinacije za ljubitelje narave in rekreacije. Urejene in dostopne poti za gibalno ovirane osebe, ki vodijo do kulturnih znamenitosti ter dobro označene pohodne ter kolesarske poti, opremljene z interpretacijskimi točkami in osnovno infrastrukturo, izboljšujejo izkušnjo obiskovalcev ter povezujejo lokalne znamenitosti in mikrodestinacije v celovito turistično ponudbo.

Aktivnosti:

1. Ureditev in promocija pohodnih in kolesarskih poti z informativnimi in usmerjevalnimi tablami, počivališči in panoramskimi točkami.
2. Vzpostavitev omrežja postajališč za kolesa in počivališč ob priljubljenih kolesarskih in pohodnih poteh, opremljenih z osnovno infrastrukturo, kot so klopi, mize in informativne table.
3. Nadgradnja obstoječih tematskih poti ter dodajanje interpretacijskih točk.
4. Postavitev dodatnih kolesarskih servisnih točk ter polnilnic za e-kolesa ob pomembnih kolesarskih poteh.
5. Ureditev in posodobitev večnamenskih športnih površin, ki omogočajo izvedbo različnih športnih prireditev in dogodkov.
6. Spodbujanje povezanosti mikrodestinacij z mrežo pešpoti in kolesarskih poti, ki povezujejo znamenitosti.

PRIORITETA 2

Kazalniki in akcijski načrt

PRIORITETA	UKREPI	KAZALNIKI
PRIORITETA 2 Urejenost destinacije	UKREP 2.1: Ureditev središča kraja Moravske Toplice	<ul style="list-style-type: none"> » Pripravljen koncept ureditve osrednjega trga Moravskih Toplic » Določitev partnerjev za realizacijo koncepta » Realizacija koncepta osrednjega trga z urbano opremo in prireditvenim prostorom do leta 2029
	UKREP 2.2: Ureditev prometne in parkirne infrastrukture	<ul style="list-style-type: none"> » Vzpostavljen parkirni režim z jasno označenimi območji do leta 2028 » Postavitev vsaj 6 novih polnilnih postaj za električna vozila in e-kolesa do leta 2030
	UKREP 2.3: Zasnova in označitev rekreativnih poti, razvoj turističnih poti za gibalno ovirane	<ul style="list-style-type: none"> » Povečanje števila označenih pohodnih in kolesarskih poti za 25 % do leta 2030 » Povečanje uporabe digitalnih zemljevidov za 50 % v petih letih » Izvedba vsaj šestih novih trajnostnih projektov v petih letih » Povečanje deleža dostopnih turističnih točk za 10 % » Zasnova vsaj ene poti, ki bo dostopna za gibalno ovirane osebe » Povečanje števila obiskovalcev osrednjih turističnih točk za 30 % do leta 2030 » Uporaba pametnih turističnih rešitev (interaktivni zemljevidi, QR-kode) na vsaj petih ključnih lokacijah do leta 2030 » Povečano povezovanje z ostalimi destinacijami iz Pomurja in realizacija vsaj ene skupne označene poti

Akcijski načrt ukrepov:

STRATEŠKI CILJ/ UKREP / PROJEKT	STOPNJA NIJUNOSTI (1 zelo nujno)	NOSILEC	PARTNERJI	2025	2026	2027	2028	2029	2030	SKUPAJ	OBČINA MT	EU/RS	DRUGO
2 UREJENA DESTINACIJA													
2.1. Ureditev središča kraja Moravske Toplice	2	OMT	TIC Turistično gospodarstvo NVO					500.000	3.500.000	4.000.000			
2.2. Ureditev prometne parkirne infrastrukture	2	OMT	TIC Turistično gospodarstvo NVO					600.000	2.000.000	2.600.000			
2.3. Razvoj in označitev rekreativnih poti	1	OMT	TIC Turistično gospodarstvo NVO			1.000.000	1.100.000			2.100.000			
SKUPAJ						1.000.000	1.100.000	1.100.000	5.500.000	8.700.000			

PRIORITETA 3: DESTINACIJA KVALITETNIH DOŽIVETIJ IN DOBREGA POČUTJA

Destinacija, ki ponuja kvalitetna doživetja in dobro počutje, je prostor, kjer se prepletajo vrhunska ponudba, avtentičnost lokalnega okolja in trajnostne rešitve. Gre za celostno izkušnjo, ki vključuje sprostitev, odkrivanje kulturne in naravne dediščine, vrhunske gastronomije ter aktivnosti, ki krepijo telesno in duševno blagostanje. Takšna destinacija ne privablja le obiskovalcev, ampak gradi na dolgoročni vrednosti in prepoznavnosti lokalnega okolja kot prostora za življenje in obisk.

Cilj prioritete usmeritve: Okrepiti pozicijo Moravskih Toplic kot destinacije, ki ponuja celostna, avtentična in kakovostna doživetja, osredotočena na termalno-wellness ponudbo, trajnostni razvoj, bogato gastronomsko dediščino in aktivnosti na prostem.

Kaj želimo doseči:

- » Vzpostavitev smernic in kriterijev za butična, trajnostna, edinstvena doživetja z visoko dodano vrednostjo.
- » Razvoj inovativnih in avtentičnih produktov na področju termalnega, športnega, kulturnega in gastronskega turizma.
- » Razvoj kulture in varstvo kulturne dediščine destinacije.
- » Dvig kakovosti storitev in izkušenj za obiskovalce.
- » Oblikovanje celostnih paketov in doživetij, povezanih z lokalnimi dogodki.
- » Spodbujanje nišnega turizma in specializiranih doživetij.
- » Povečanje potrošnje turistov z daljšim bivanjem in večjo vključenostjo lokalnih ponudnikov.
- » Razvoj podporne turistične ponudbe, ki vključuje gastronomijo, vinarstvo, domačo obrt ter kulturno in naravno dediščino.
- » Načrtovanje in iskanje partnerjev za nove investicije (npr. doživljajski park, Rimska Čarda, camping ponudba).

UKREP 3.1:

Razvoj in nadgradnja turističnih produktov

Razvoj in nadgradnja turističnih produktov sta ključnega pomena za zagotavljanje konkurenčnosti in dolgoročne privlačnosti destinacije. S sodobnimi in inovativnimi pristopi k oblikovanju doživetij lahko destinacija nagovarja širšo ciljno publiko, poudarja svojo edinstvenost ter zadovoljuje spreminjajoče se potrebe in pričakovanja obiskovalcev. Povečanje kakovosti in raznovrstnosti turistične ponudbe prispeva k boljši izkušnji gostov, spodbuja trajnostne prakse ter krepi prepoznavnost destinacije kot območja, ki spoštuje lokalno kulturo, naravo in dediščino. S tem se ustvarja dodana vrednost za obiskovalce in pozitivni učinki za lokalno skupnost.

Aktivnosti:

1. Vzpostavitev smernic in kriterijev za razvoj butičnih ter trajnostnih turističnih produktov z lokalno noto.
2. Spodbujanje inovativnosti pri oblikovanju produktov, kot so doživljajski park, tematske poti, edinstveni wellness programi, selfness programi (Rimska Čarda) in gastronomski festivali.
3. Krepitev podporne turistične ponudbe: povečanje in izboljšanje kakovosti lokalnih storitev, povezovanje z nosilci nastanitvenih kapacitet ter vključevanje zanimivosti celotne občine oziroma destinacije.
4. Razvoj vsebin za specializirana vodenja (npr. tematske ture po kulturnih in naravnih znamenitostih, pohodniške, kolesarske ture).

UKREP 3.2:

Moravske Toplice – Destinacija druženja

Moravske Toplice imajo kot eno osrednjih turističnih središč v regiji, izjemen potencial za razvoj destinacije, ki združuje tradicijo, kulturo in sodobne trende. Z vzpostavitvijo pestrega programa prireditev in dogodkov lahko kraj utrdi svojo vlogo kot privlačna točka skozi vse leto, ne le v vrhuncu turistične sezone. Dogodki in prireditve niso le priložnost za privabljanje obiskovalcev, temveč tudi za krepitev lokalne identitete in povezanosti skupnosti. Inovativni koncepti, ki povezujejo tradicijo in sodobnost, pa omogočajo ustvarjanje edinstvenih doživetij, ki odražajo bogato dediščino kraja in hkrati sledijo sodobnim turističnim trendom.

Aktivnosti:

1. Vzpostavitev letnega programa prireditev in dogodkov za uravnoteženo razporeditev skozi leto (kulturni, gastronomski, športni dogodki).
2. Posodobitev konceptov obstoječih dogodkov z vključevanjem sodobnih trendov in dodajanjem inovativnih elementov.
3. Uvedba novih prireditev, ki združujejo tradicijo in inovativnost (npr. festival vinogradniške tradicije).
4. Oblikovanje integralnih turističnih produktov (ITP-jev), ki povezujejo dogodke z lokalno turistično ponudbo.
5. Povezovanje kulturnih ustanov z lokalno skupnostjo za spodbujanje avtentičnih doživetij in izvajanje dogodkov, ki promovirajo kulturno dediščino.

UKREP 3.3:

Aktivni turizem in šport

Razvoj aktivnega turizma in športnih dejavnosti je ključnega pomena za izkoriščanje naravnih in prostorskih potencialov Moravskih Toplic. Aktivni turizem spodbuja zdrav življenjski slog in obiskovalcem omogoča doživetja na prostem, ki združujejo gibanje, sprostitvev in stik z naravo. Poleg tega športni dogodki in aktivnosti ne privabljajo le rekreativcev, temveč tudi profesionalne športne klube in organizatorje, kar destinaciji zagotavlja širšo prepoznavnost. Raznolika športna infrastruktura in urejene poti ustvarjajo priložnost za vključevanje lokalne skupnosti ter izboljšanje kakovosti bivanja za prebivalce, hkrati pa krepijo privlačnost kraja za obiskovalce skozi vse leto.

Aktivnosti:

1. Razvoj novih outdoor aktivnosti in doživetij ter tematskih avantur, prilagojenih različnim ciljnim skupinam kot so družine, rekreativci in športni navdušenci (pohodniki in kolesarji), npr. gourmet tura za pohodnike in kolesarje, družinski kolesarski vikend, ipd.
2. Organizacija izobraževanja in certificiranja kolesarskih vodnikov, razvoj novih outdoor aktivnosti, vključno s pohodniškimi in kolesarskimi potmi, ter tematskimi avanturami, prilagojenimi različnim ciljnim skupinam, kot so družine, rekreativci in športni navdušenci.
3. Povezovanje športnih in rekreativnih poti v celovito mrežo, ki obiskovalcem nudi raznolike možnosti za gibanje in raziskovanje destinacije.
4. Vzpostavitev partnerstev s športnimi društvi, klubi in organizatorji, z namenom razvoja in promocije destinacije kot atraktivne lokacije za treninge, rekreativne aktivnosti ter organizacijo športnih dogodkov na lokalni in mednarodni ravni.

UKREP 3.4:

Vključevanje lokalne kulture in gastronomije v turistično ponudbo destinacije

Kultura in gastronomija sta srce identitete vsake destinacije, saj obiskovalcem omogočata globlje razumevanje in doživljanje lokalnega okolja. V Moravskih Toplicah bogata prekmurska dediščina ponuja edinstveno priložnost za oblikovanje turističnih doživetij, ki presegajo običajno ponudbo in obiskovalcem predstavljajo zgodbe kraja skozi okuse, tradicije in kulturne običaje. Poudarjanje prekmurske kulinarike in lokalne kulture obogati izkušnjo obiskovalcev ter obenem spodbuja ohranjanje dediščine in prispeva k trajnostnemu razvoju regije. S tem ukrepom si destinacija prizadeva postati sinonim za avtentična doživetja, ki povezujejo preteklost z inovativnostjo sedanjosti.

Aktivnosti:

1. Spodbujanje turističnih produktov, ki izpostavljajo prekmursko kulinarično in kulturno dediščino (npr. degustacije, kuharske delavnice, tematski ogledi) ter organizacija kulinaričnih delavnic, kjer obiskovalci spoznajo pripravo tradicionalnih jedi, kot sta prekmurska gibanica in bograč.
2. Krepitev kulturne dediščine skozi tematske dogodke, ki promovirajo lokalno kulturo in gastronomijo, kot so festivali prekmurske gibanice, bučnega olja in vin.
3. Oblikovanje certifikata kakovosti – motiviranje ponudnikov k uporabi lokalnih sestavin.
4. Razvoj vrhunskih gastronomskih doživetij z vključevanjem lokalnih sestavin in tradicij.
5. Spodbujanje idej za razvoj lokalnih produktov in sodelovanje pri pridobivanju sredstev za projekte na območju Krajinskega parka Goričko.

UKREP 3.5:

Uravnavanje sezonskosti

Sezonskost predstavlja enega ključnih izzivov v turizmu, saj neenakomerna porazdelitev obiskovalcev vpliva na stabilnost turističnega sektorja in celotne lokalne ekonomije. Spopadanje s tem izzivom z razvojem produktov in dogodkov, ki privabljajo obiskovalce tudi v nizki sezoni, omogoča bolj uravnotežen turistični tok skozi celo leto. Kulturni, wellness in športni dogodki, prilagojeni hladnejšim mesecem, skupaj s ciljanimi promocijskimi kampanjami in tematskimi sezonskimi programi, ustvarjajo dodatno vrednost za destinacijo. Tovrsten pristop zmanjšuje sezonska nihanja ter hkrati krepi privlačnost Moravskih Toplic kot destinacije z raznovrstno in celostno ponudbo, ki je na voljo vse leto.

Aktivnosti:

1. Oblikovanje zimskih turističnih produktov, ki vključujejo wellness pakete, adventna doživetja, zimske pohode in kulinarčne vikende ter zagotavljajo raznovrstna doživetja v nizki sezoni.
2. Spodbujanje ugodnosti za obisk izven glavne sezone ter uvajanje sezonskih kulinarčnih doživetij, ki povezujejo lokalno gastronomijo in turistične ponudnike.
3. Razvoj sezonskih tematskih programov, kot so zimski festivali in spomladanske kulinarčne ture, ki združujejo lokalno ponudbo in naravne značilnosti regije.
4. Organizacija kulturnih, wellness in poslovnih dogodkov izven glavne sezone, vključno z glasbenimi, kulinarčnimi in družabnimi prireditvami, ki ohranjajo atraktivnost destinacije skozi vse leto.
5. Razširitev športne in rekreativne ponudbe z organizacijo zimskih pohodov in maratonov.
6. Okrepitev promocije destinacije skozi celo leto z izvajanjem ciljnih kampanj za manj znane atrakcije in aktivnosti v nizki sezoni.
7. Vzpostavitev partnerstev z organizatorji dogodkov, društvi in mladimi za razvoj festivalskega turizma, vključno s koncerti, tematskimi vikendi in gastronomskimi doživetji, ki privabljajo obiskovalce tudi izven vrhunca turistične sezone.
8. Sodelovanje z lokalnimi ponudniki pri ustvarjanju celostnih turističnih produktov, ki vključujejo sezonske nastanitvene pakete, gastronomske izkušnje in organizirane aktivnosti v naravi.

UKREP 3.6:

Razvoj podporne infrastrukture in novih investicij

Razvoj podporne infrastrukture in novih investicij je ključen za zagotavljanje dolgoročne konkurenčnosti destinacije Moravske Toplice. Občina se ponaša z edinstvenimi naravnimi in kulturnimi danostmi, ki ponujajo obilo priložnosti za ustvarjanje inovativnih turističnih produktov. S celovitim pristopom k načrtovanju in izvedbi novih projektov si destinacija prizadeva ne le povečati privlačnost za obiskovalce, temveč tudi podpreti trajnostno gospodarsko rast in izboljšati kakovost življenja lokalnega prebivalstva. Poudarek na butičnih izkušnjah, prepoznavnih atrakcijah ter aktivni vlogi lokalne skupnosti in podjetnikov omogoča razvoj turističnih produktov, ki bodo izstopali tako na domačem kot na mednarodnem trgu.

Aktivnosti:

1. Razvoj turistične ponudbe na območju KP Goričko v občini Moravske Toplice.
2. Spodbujanje lokalnih idej in podpora pri pridobivanju sredstev za izvedbo projektov.
3. Oblikovanje produktov, ki vključujejo naravne in kulturne značilnosti območja.
4. Oblikovanje in izvedba prepoznavne atrakcije destinacije – prebojnega turističnega projekta z visoko dodano vrednostjo in tržnim potencialom (na primer tematski zabavišni park s poudarkom na lokalnem značaju – doživljajski park za družine).
5. Kamping ponudba in druge inovativne oblike nastanitev.
6. Fontana vina kot simbol kraja in promocijska atrakcija.

PRIORITETA 3
Kazalniki in akcijski načrt

Kazalniki:

PRIORITETA	UKREP	KAZALNIKI
PRIORITETA 3: Destinacija kvalitetnih doživetij in dobrega počutja	UKREP 3.1: Razvoj in nadgradnja turističnih produktov	<ul style="list-style-type: none"> » Vzpostavljene smernice in kriteriji za razvoj butičnih in trajnostnih turističnih produktov z lokalno noto » Izvedba delavnic za spodbujanje inovativnosti pri oblikovanju produktov, kot so doživljajski park, tematske poti, edinstveni wellness programi, selfness programi (Rimska Čarda) in gastronomski festivali (vsaj 5) » Motivacijske delavnice za krepitev turistične ponudbe: povečanje in izboljšanje kakovosti lokalnih storitev, povezovanje z nosilci nastanitvenih kapacitet (5). » Razvite vsebine za specializirana vodenja (npr. tematske ture po kulturnih, naravnih znamenitostih, pohodniške, kolesarske ture) (5).
	UKREP 3.2: Moravske Toplice - Destinacija druženja	<ul style="list-style-type: none"> » Priprava letnega koledarja prireditev » Posodobitev konceptov obstoječih dogodkov z vključevanjem sodobnih trendov in dodajanjem inovativnih elementov » Uvedba treh novih prireditev, ki združujejo tradicijo in inovativnost » Oblikovanje petih integralnih turističnih produktov (ITP-jev), ki povezujejo dogodke z lokalno turistično ponudbo.
	UKREP 3.3: Aktivni turizem in šport	<ul style="list-style-type: none"> » Razvoj vsaj treh novih outdoor aktivnosti v destinaciji » Povezava športnih in rekreativnih poti v celovito mrežo » Vzpostavitev partnerstev s športnimi društvi, klubi in organizatorji športnih dogodkov
	UKREP 3.4: Vključevanje lokalne kulture in gastronomije v turistično ponudbo destinacije	<ul style="list-style-type: none"> » Povečanje števila tematskih paketov, ki vključujejo lokalno gastronomijo in kulturno dediščino, za 30 % v petih letih. » Organizacija vsaj treh kulinarčnih delavnic in degustacij letno do leta 2030, s poudarkom na prekmurski kulinariki. » Vključitev 70 % lokalnih gastronomskih ponudnikov v integralne turistične produkte do leta 2030.
	UKREP 3.5: Uravnavanje sezonskosti	<ul style="list-style-type: none"> » Povečanje števila kulturnih dogodkov za 20 % in za 20 % večja udeležba na kulturnih dogodkih do leta 2030. » Povečanje števila dogodkov na osrednjem prireditvenem prostoru za 30 % do leta 2030 s poudarkom na organizaciji dogodkov izven glavne sezone.
	UKREP 3.6: Razvoj podporne infrastrukture in novih investicij	<ul style="list-style-type: none"> » Priprava najmanj dveh konceptov za nove turistične atrakcije v destinaciji.

Akcijski načrt ukrepov:

STRATEŠKI CILJ/ UKREP / PROJEKT	STOPNJA NUJNOSTI (1 zelo nujno)	NOSILEC	PARTNERJI	2025	2026	2027	2028	2029	2030	SKUPAJ	OBČINA MT	EU/RS	DRUGO
3 DESTINACIJA KVALITETNIH DOŽIVETIJ IN DOBREGA POČUTJA													
3.1.	1	TIC MT	Turistično gospodarstvo Lokalni ponudniki		20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	100.000			
3.2	1	TIC MT	Turistično gospodarstvo Lokalni ponudniki		60.000	60.000	60.000	60.000	60.000	300.000			
3.3	1	TIC MT	OŠZ		80.000	20.000	20.000	20.000	20.000	160.000			
3.4	1	TIC MT	Turistično gospodarstvo Lokalni ponudniki		30.000	20.000	20.000	20.000	20.000	110.000			
3.5	2	TIC MT	Turistično gospodarstvo Lokalni ponudniki		15.000	15.000	15.000	15.000	15.000	75.000			
3.6	1	OMT	TIC Turistično gospodarstvo		200.000	100.000	100.000	100.000	100.000	600.000			
SKUPAJ					405.000	235.000	235.000	235.000	235.000	1.345.000			

PRIORITETA 4: PREPOZNAVNA DESTINACIJA

Prepoznavnost destinacije je ključen dejavnik za uspešno pozicioniranje na turističnem trgu, saj povečuje privlačnost za obiskovalce, gradi ugled in krepi konkurenčnost. Moravske Toplice z edinstveno kombinacijo naravnih lepot, kulturnih vrednot in trajnostnega razvoja stremijo k ustvarjanju močne in prepoznavne blagovne znamke, ki privablja obiskovalce ter spodbuja dolgoročno rast. Vzpostavitev usklajenega načrta promocije, izvedenega v sodelovanju z lokalnimi ponudniki in regionalnimi partnerji, zagotavlja, da destinacija izstopa kot zdrav, trajnosten in aktiven cilj za obiskovalce.

Cilj prioritete usmeritve: Krepitev in oblikovanje identitete destinacije – imidž promocija na osnovi s ponudniki usklajenega načrta, načrtna in ciljna promocija destinacije v sodelovanju s ponudniki oziroma posameznimi skupinami ponudnikov, podporne aktivnosti za dvig prepoznavnosti kot so internetna trgovina s tipičnimi izdelki iz destinacije, organizacija večjih in prepoznavnih dogodkov, sodelovanje s STO pri oblikovanju načrta promocije Slovenije in sodelovanje pri promocijskih aktivnostih Pomurske regije.

Kaj želimo doseči:

Povečati prepoznavnost destinacije z izgradnjo močne blagovne znamke, ki temelji na naravni lepoti, kulturnih vrednotah in trajnostnem razvoju, ter s ciljno usmerjenimi promocijskimi aktivnostmi, ki vključujejo inovativne digitalne pristope.

Cilji:

- » Pozicioniranje destinacije na domačem in mednarodnem trgu
- » Preoblikovati in krepiti identiteto destinacije ter blagovne znamke
- » Okrepiti komunikacijske aktivnosti, tržno komunikacijske in aktivnosti odnosov z javnostmi
- » Učinkovito promovirati imidž destinacije na podlagi usklajenega načrta s ponudniki, ciljno in načrtovano promovirati destinacijo v sodelovanju z lokalnimi ponudniki in specifičnimi skupinami ponudnikov.
- » Okrepiti sodelovanje Pomurske regije pri promocijskih aktivnostih na nacionalnem nivoju (Sodelovanje STO)
- » Večja vključenost lokalnih akterjev v promocijske aktivnosti.

UKREP 4.1:

Krepitev identitete destinacije

Prepoznavna in močna identiteta destinacije je temelj uspešnega razvoja turizma, saj omogoča jasnejše pozicioniranje na turističnem trgu in učinkovitejše nagovarjanje ciljnih skupin. Moravske Toplice imajo priložnost izkoristiti svoje edinstvene trajnostne vrednote, bogato kulturno dediščino in naravne danosti za oblikovanje blagovne znamke destinacije, ki izstopa. Krepitev identitete skozi avtentične zgodbe, usklajeno vizualno podobo in strateške promocijske kampanje bo ne le povečala privlačnost destinacije za obiskovalce, ampak tudi spodbudila povezovanje lokalne skupnosti, ponudnikov in deležnikov pri skupnem oblikovanju dolgoročne vizije trajnostnega turizma.

Aktivnosti:

1. Nadgradnja razvoja inovativne blagovne znamke destinacije.
2. Ustvarjanje avtentičnih zgodb, ki temeljijo na trajnostnih vrednotah, tradiciji, lokalni kulturi in naravi.
3. Vzpostavitev spletne trgovine, ki ponuja avtentične izdelke in spominke iz destinacije, za povečanje njene prepoznavnosti.
4. Oblikovanje, promocija in trženje integralnih turističnih produktov (ITP-jev), ki predstavljajo celotno ponudbo občine.
5. Promocija oblikovanih ITP in bolj prepoznavnih dogodkov, ki bodo privabili širok krog obiskovalcev, povečali dobo bivanja potrošnje, hkrati pa okrepili prepoznavnost destinacije in njeno atraktivnost na trgu.
6. Izvajanje rednih kampanj za ozaveščanje o destinaciji kot trajnostni izbiri.
7. Spodbujati uporabo blagovne znamke med lokalnimi ponudniki in deležniki.

UKREP 4.2:

Trženje in promocija destinacije ter podporne aktivnosti

Učinkovito trženje in premišljena promocija sta ključna za povečanje prepoznavnosti in privlačnosti destinacije Moravske Toplice. Z usklajenim pristopom med lokalnimi ponudniki in jasno opredeljenim imidžem destinacije je mogoče doseči večjo sinergijo med deležniki in ciljno občinstvo nagovoriti z avtentičnimi vsebinami. Krepitev promocijskih aktivnosti, ki temeljijo na lokalnih posebnostih in trajnostnih vrednotah, ter oblikovanje prilagojenih paketov za različne ciljne segmente omogočata, da destinacija izstopa kot zaželena izbira na konkurenčnem turističnem trgu. S spodbujanjem sodelovanja med ponudniki in izobraževanjem o trajnostnih praksah destinacija gradi celovito in prepoznavno zgodbo, ki nagovarja sodobnega obiskovalca.

Aktivnosti:

1. Učinkovita promocija destinacije na podlagi usklajenega načrta s ponudniki.
2. Širitev promocije na Češko, Nemčijo, Poljsko in skandinavske države.
3. Priprava in izvedba usmerjenih kampanj za ključne segmente (npr. družine, seniorje, aktivne popotnike).
4. Oblikovanje promocijskih paketov in vključevanje lokalnih ponudnikov v trženje tematskih paketov (npr. kulinarika, kultura, wellness) ter organizacija večjih kulturnih, športnih in trajnostnih dogodkov, ki povečajo obisk in podaljšajo čas bivanja turistov.
5. Vzpostaviti mrežo trajnostnih ponudnikov, ki promovirajo izdelke pod enotno blagovno znamko.
6. Vzpostavitev in promocija spletne trgovine za lokalne izdelke.
7. Razviti ciljne promocijske kampanje za ključne trge (odgovorne počitnice za družine, seniorje in aktivne popotnike).
8. Vzpostavitev mreže trajnostnih ponudnikov: Ustvarjanje povezav med ponudniki, ki so vključeni pod enotno blagovno znamko destinacije.
9. Izvedba nagradnih kampanj in promocijskih akcij, ki spodbujajo obisk destinacije, z aktivnim vključevanjem turistov (npr. fotografiranje na ključnih lokacijah in deljenje vsebin na družbenih omrežjih).

UKREP 4.3:

Sodelovanje s Slovensko turistično organizacijo (STO)

Sodelovanje s Slovensko turistično organizacijo (STO) predstavlja ključno priložnost za povečanje prepoznavnosti destinacije Pomurje na nacionalni in mednarodni ravni. Z vključevanjem Pomurja v strateške projekte in kampanje STO, kot so »I feel Slovenia«, ter uporabo njihovih komunikacijskih kanalov, lahko regija poudari svoje edinstvene značilnosti. Skupaj z STO lahko regija uresniči vizijo, da postane ena izmed najbolj prepoznavnih trajnostnih destinacij v Sloveniji in širše.

Aktivnosti:

1. Aktivno vključevanje destinacije Moravske Toplice in Pomurja v kampanje STO, kot so »I feel Slovenia«, in digitalne promocije.
2. Prijave projektov za sofinanciranje promocijskih aktivnosti in vsebin.
3. Promocija destinacije Moravske Toplice in Pomurja v STO kanalih.
4. Vključevanje lokalnih produktov in storitev v nacionalne promocijske platforme, kot je Zelena shema slovenskega turizma (ZSST).

UKREP 4.4.

Sprotno merjenje uspešnosti promocije in prepoznavnosti

Sprotno merjenje uspešnosti promocije je ključno za prilagajanje strategij in izboljšanje turistične ponudbe. Redno spremljanje kazalnikov, anketiranje obiskovalcev ter analiza povratnih informacij omogočajo učinkovito prilagajanje destinacije potrebam turistov in krepitev njene konkurenčnosti.

Aktivnosti:

1. Spremljanje digitalnih kazalnikov: redna analiza obiskov spletne strani, ogledov vsebin, interakcij na družbenih omrežjih in medijskih omemb.
2. Redno izvajanje anket o prepoznavnosti destinacije med domačimi in tujimi turisti.
3. Uvedba sistema za povratne informacije od turistov in obiskovalcev – sistematično zbiranje komentarjev turistov in lokalnih ter drugih deležnikov.
4. Prilagajati strategije glede na analizo podatkov in povratne informacije, revidiranje in poročanje.

**PRIORITETA 4 -
Kazalniki in akcijski načrt**

PRIORITETA	UKREPI	KAZALNIKI
PRIORITETA 4: Prepoznavna destinacija	UKREP 4.1: Krepitev identitete destinacije	<ul style="list-style-type: none"> » Število sodelujočih lokalnih ponudnikov se poveča za 20 % letno. » Število ustvarjenih zgodb in vsebin – cilj 12 povezanih vsebin letno. » Stopnja zadovoljstva lokalnih ponudnikov, cilj je ocena »zelo zadovoljen«.
	UKREP 4.2: Trženje in promocija destinacije ter podporne aktivnosti	<ul style="list-style-type: none"> » Število izvedenih promocijskih kampanj (cilj: pet letno). » Povečanje dosega na družbenih omrežjih (cilj: +15 % sledilcev letno). » Število oblikovanih promocijskih paketov (cilj: tri letno). » Število obiskovalcev na dogodkih (cilj: trije večji dogodki s 500 obiskovalci na dogodek).
	UKREP 4.3: Sodelovanje s Slovensko turistično organizacijo (STO)	<ul style="list-style-type: none"> » Sodelovanje v vsaj treh nacionalnih kampanjah letno (npr. »I feel Slovenia«). » Pridobljena sredstva STO na ravni regije (cilj: en projekt letno). » Doseganje petih objav letno na spletni strani Slovenia.info, družbenih omrežjih in STO novičnikih. » Število promocijskih vsebin Pomurja v nacionalnih in mednarodnih STO kampanjah.
	UKREP 4.4. Sprotno merjenje uspešnosti promocije in prepoznavnosti	<ul style="list-style-type: none"> » Povečanje prepoznavnosti regije za 10 % v naslednjih treh letih, merjeno z nacionalnimi raziskavami. » Število izvedenih anket (cilj: enkrat na dve leti z vsaj 400 udeleženci). » Število povratnih informacij od turistov (cilj: 200 letno). » Čas odziva na povratne informacije v roku 48 ur. » Prilagoditev strategij na podlagi analiz na vsake tri leta.

Akcijski načrt ukrepov:

STRATEŠKI CILJ/ UKREP / PROJEKT	STOPNJA NIJUNOSTI (1 zelo nujno)	NOSILEC	PARTNERJI	2025	2026	2027	2028	2029	2030	SKUPAJ	OBČINA MT	EU/RS	DRUGO
4. PREPOZNAVNA DESTINACIJA													
4.1	1	TIC MT	Turistično gospodarstvo		50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	250.000			
4.2	1	TIC MT	Turistično gospodarstvo		60.000	60.000	60.000	60.000	60.000	300.000			
4.3	1	TIC MT	Turistično gospodarstvo		20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	100.000			
4.4.	2	TIC MT			5.000	2.500	2.500	1.000	1.000	12.000			
SKUPAJ					135.000	132.500	132.500	131.000	131.000	662.000			

PRIORITETA 5: TRAJNOSTNA USMERITEV

Trajnostna usmeritev je ključni element dolgoročnega razvoja destinacije Moravske Toplice, saj temelji na odgovornem odnosu do naravnih virov, lokalne skupnosti in obiskovalcev. Z uvajanjem energetske učinkovitih rešitev, podpiranjem trajnostnih praks med turističnimi ponudniki, vzpostavitvijo sistema za merjenje ogljičnega odtisa v turizmu se destinacija krepi kot okolju prijazna izbira za sodobne turiste. Spodbujanje mehke mobilnosti, ohranjanje zelenih certifikatov ter postopno uvajanje konceptov, kot je »zero waste«, Moravske Toplice krepijo svoj zgled trajnostne destinacije. Skladno s strategijo slovenskega turizma 2022-2028 destinacija stremi k merjenju in zmanjševanju okoljskega vpliva.

Cilj prioritete usmeritve: Vzpostaviti Moravske Toplice kot trajnostno in okolju prijazno destinacijo, ki z uvajanjem energetske učinkovitih rešitev, zmanjšanjem ogljičnega odtisa in spodbujanjem trajnostnih praks med turističnimi ponudniki zagotavlja odgovoren razvoj. Cilj je ohraniti in nadgraditi zelene certifikate, podpirati mehko mobilnost ter vzpostaviti destinacijo kot zgled trajnostnega turizma, ki združuje odgovorno upravljanje naravnih virov, podporo lokalni skupnosti ter sodobne trajnostne tehnologije.

Razvojna prioriteta: **Zelene Moravske Toplice – Trajnostni model razvoja in upravljanja destinacije Moravske Toplice**

Kaj želimo doseči:

- » Spodbujanje turističnih ponudnikov k certificiranju in pridobitvi trajnostnih znakov oziroma spodbujanje okolju prijaznega poslovanja turističnih podjetij (varčevanje z energijo, okolju prijazna energija, lokalna hrana)
- » Poudarjati destinacijo kot destinacijo mehke mobilnosti in raja za kolesarje (možnost izposoje)
- » Razogljichenje v destinaciji, spremljanje ogljičnega odtisa turistične dejavnosti
- » Ohranitev zlatega znaka za destinacije Slovenia Green Destination GOLD in pridobitev znaka Platinum
- » Postopoma na destinaciji uvesti koncept zero waste in trajnostno ravnanje z viri
- » Spodbujati ponudnike za uvajanje kratkih nabavnih verig

UKREP 5.1:

Spodbujanje trajnostnega turizma

s poudarkom na spremljanju poslovanja turističnih podjetij

Z ozaveščanjem turističnih deležnikov o trajnostnih praksah in spodbujanjem uvajanja okolju prijaznih rešitev destinacija sledi smernicam trajnostnega razvoja. Turistična podjetja in njihovo poslovanje igrajo ključno vlogo pri oblikovanju trajnostne in uspešne destinacije. Spodbujanje odgovorne rabe naravnih virov, energetske učinkovitosti ter pravilnega ravnanja z odpadki in odpadnimi vodami je osrednjega pomena za dolgoročno ohranjanje okolja in izboljšanje kakovosti turističnih storitev. Prav tako je nujno, da podjetja razvijajo produkte, ki združujejo naravno in kulturno dediščino ter podpirajo trajnostni turizem, ob tem pa izboljšujejo dostopnost za obiskovalce. Podaljšanje povprečne dobe bivanja in usmerjanje naložb v butične nastanitve ne prispevata le k večji gospodarski stabilnosti, temveč tudi k izboljšanju celotne izkušnje obiskovalcev ter povečanju privlačnosti destinacije.

Aktivnosti:

1. Izobraževanje turističnih deležnikov o trajnostnih praksah, organizacija delavnic za ponudnike nastanitev, restavracije, vodiče in priprava spletnih gradiv o trajnostnih praksah
2. Spodbujanje ponudnikov k trajnostnemu certificiranju
3. Spodbujanje turističnega gospodarstva k objavi podatkov o odgovorni rabi virov in trajnostnih praksah
4. Spremljanje značilnosti turističnega obiska z vidika trajnostnih ukrepov, zadovoljstva obiskovalcev in dostopnosti
5. Razvoj produktov, ki vključujejo naravno in kulturno dediščino ter podpirajo trajnost
6. Usmeritev naložb v butične nastanitve za bolj avtentično in trajnostno turistično izkušnjo

UKREP 5.2:

Varovanje in ohranjanje naravnih virov

Varovanje in ohranjanje naravnih virov je temelj trajnostnega razvoja destinacije, saj zagotavlja ohranitev naravne dediščine za prihodnje generacije in hkrati povečuje kakovost bivanja lokalnega prebivalstva. Učinkovito upravljanje naravnih virov zahteva odgovorno ravnanje vseh deležnikov, od turističnih ponudnikov do obiskovalcev. S tem se zmanjšuje pritisk na okolje in spodbuja spoštljiv odnos do narave.

Aktivnosti:

1. Vzpostavitev informacijskih interpretativnih tabel z vsebinami, ki ozaveščajo mimoidoče
2. Revidiranje analize vplivov turizma
3. Spodbujanje lokalnih iniciativ za obnovo in zaščito naravnih habitatov, torej podpora projektom, ki vključujejo lokalno skupnost pri revitalizaciji gozdov, travnikov in vodnih virov ter zagotavljajo dolgoročno varstvo naravne dediščine (Krajinski park Goričko, Natura 2000)
4. Skrb za zaščito, oživljanje in varovanje kulturne dediščine

UKREP 5.3:

Trajnostna in mehka mobilnost

Trajnostna in mehka mobilnost je ključni element trajnostnega razvoja, ki prispeva k zmanjšanju okoljskih obremenitev in izboljšanju dostopnosti turističnih destinacij. Z uvajanjem okolju prijaznih prevoznih sredstev, izboljšanjem infrastrukture za pešce in kolesarje ter nadgradnjo javnega prevoza se spodbuja trajnostne oblike mobilnosti, ki zmanjšujejo odvisnost od avtomobilov. Takšni ukrepi ne le prispevajo k zmanjšanju emisij toplogrednih plinov, temveč tudi izboljšujejo izkušnjo obiskovalcev, ki lahko okolju prijazno raziskujejo destinacijo in njene naravne lepote.

Aktivnosti:

1. Nadgradnja trajnostnega koncepta kolesarjem prijazna destinacija in ponudnik
2. Popularizacija pohodništva in kolesarstva ter izposoje koles
3. Razvoj aplikacije za trajnostno mobilnost, ki uporabnikom omogoča načrtovanje poti z javnim prevozom, izposajo koles ali pešačenjem, skupaj z informacijami o času potovanja in emisijah CO₂.
4. Spodbujanje uporabe javnega prevoza
5. Turistični program za uvajanje mehke mobilnosti (?)

UKREP 5.4:

Komuniciranje o trajnosti in komuniciranje glede prilagajanja na podnebne spremembe

Destinacijski menedžment je ključen za celovito in trajnostno upravljanje turističnih destinacij, saj omogoča učinkovito usmerjanje in načrtovanje turističnega razvoja. Z usklajevanjem različnih deležnikov in vključevanjem trajnostnih pristopov se zagotavlja ohranjanje naravnih virov, kulturne dediščine in kakovosti življenja lokalne skupnosti. Aktivnosti, kot so članstvo v trajnostnih konzorcijih, razvoj načrtov za trajnostni turizem in prerazporejanje turističnih tokov, omogočajo, da destinacija ostane privlačna, uravnotežena in odporna na izzive sodobnega turizma.

Podnebne spremembe predstavljajo enega največjih izzivov sodobnega časa, ki vpliva na vse vidike življenja, vključno s turizmom. Trajnostno upravljanje z energijo in prilagajanje na podnebne spremembe sta ključna koraka za zmanjševanje negativnih vplivov na okolje ter zagotavljanje dolgoročne konkurenčnosti destinacije. Zmanjševanje odvisnosti od fosilnih goriv, energetska sanacija objektov in ozaveščanje deležnikov o pomenu podnebnih sprememb prispevajo k zmanjšanju ogljičnega odtisa ter povečujejo odpornost skupnosti. Moravske Toplice s temi ukrepi krepijo svojo zavezanost trajnosti in postajajo zgled odgovornega upravljanja v turizmu.

Aktivnosti:

1. Širjenje informacij o trajnostnih pobudah, dogodkih in uspehih destinacije, ter priprava vizualno privlačnih in informativnih vsebin, ki obiskovalcem predstavijo konkretne trajnostne ukrepe, kot so energetska učinkovitost, mehka mobilnost in lokalni izdelki.
2. Redno obveščanje občinskega sveta o napredku trajnostnih projektov in doseženih rezultatih, kar zagotavlja preglednost in spodbudo za nadaljnje ukrepe.
3. Oblikovanje letnega poročila o trajnostnem razvoju destinacije, ki vključuje dosežke, izzive in prihodnje cilje. Poročilo je namenjeno tako lokalnim deležnikom kot širši javnosti in služi kot transparenten prikaz prizadevanj na področju trajnosti.
4. Spodbujanje učinkovite rabe energije s pomočjo strokovnjaka za izobraževanja na področju URE in OVE ter spodbujati prijave podjetij na razpise za energetska sanacijo in snovno učinkovitost.
5. Spodbujanje zmanjševanja odvisnosti od fosilnih goriv.
6. Priprava analize o podnebnih spremembah.
7. Osveščanje o podnebnih spremembah za deležnike.

UKREP 5.5.:

Razogljichenje – zmanjševanje ekološkega odtisa turizma

Razogljichenje predstavlja temeljni steber trajnostnega razvoja, saj je zmanjševanje ogljičnega odtisa ključno za ohranjanje okolja in prilagajanje turizma sodobnim podnebnim izzivom. V turizmu, ki je tesno povezan z naravnimi viri in lokalnimi skupnostmi, je potreba po okolju prijaznih praksah še posebej izrazita. Z uvajanjem sistemov za merjenje in spremljanje emisij, ozaveščanjem turističnih ponudnikov in obiskovalcev ter spodbujanjem energetske učinkovitosti, destinacija Moravske Toplice postavlja jasne cilje za zmanjšanje vplivov na okolje. Tak pristop ne le povečuje trajnostno naravnost destinacije, temveč tudi krepi njeno konkurenčnost in privlačnost za odgovorne obiskovalce, ki iščejo okolju prijazne izkušnje.

Aktivnosti:

1. Ozaveščanje turističnih ponudnikov in obiskovalcev o pomenu zmanjševanja ogljičnega odtisa
2. Vzpostavitev sistemov za natančno merjenje in spremljanje ogljičnega odtisa v turizmu
3. Natančno merjenje merjenja ogljičnega odtisa, kar je ključni element za doseganje trajnostnih ciljev (razogljichenje)
4. Priprava študije za postopno vzpostavitev monitoringa ogljičnega odtisa
5. Spodbujanje zmanjševanja ogljičnega odtisa v turizmu
6. Ozaveščanje obiskovalcev o ogljičnem odtisu

UKREP 5.6:

Ravnanje z odpadki in zero waste

Ravnanje z odpadki je ključno za ohranjanje čistega in privlačnega okolja, ki podpira trajnostni razvoj turizma in izboljšuje kakovost življenja lokalnih prebivalcev. Zmanjševanje količine komunalnih odpadkov ter uvajanje podrobnih smernic za občino brez plastike so koraki, ki prispevajo k uresničevanju vizije Moravskih Toplic kot »zero waste« občine. Takšne prakse ne le zmanjšujejo negativne vplive na okolje, temveč tudi zagotavljajo, da destinacija ostaja vodilni primer trajnostnega upravljanja, ki odgovarja na sodobne izzive in povečuje prepoznavnost na globalni ravni.

Aktivnosti

1. Spodbujanje zmanjševanja količine komunalnih odpadkov.
2. Določitev podrobnih smernic za občino brez plastike; spodbujanje uporabe trajnostnih alternativ, kot so biorazgradljivi materiali ali večkratno uporabni izdelki, pri organizaciji dogodkov in v vsakodnevem življenju lokalne skupnosti.
3. Prepoved plastike za enkratno uporabo za vse organizatorje prireditev v destinaciji.
4. Priprava celovitega načrta za implementacijo »zero waste« strategije, ki vključuje zmanjševanje odpadkov, povečanje recikliranja in ozaveščanje prebivalcev ter turistov.
5. Vzpostavitev dodatnih košev za smeti v središču kraja.

UKREP 5.7:

Povečanje energetske učinkovitosti

Povečanje energetske učinkovitosti je ključno za trajnostni razvoj občine Moravske Toplice ter za ohranjanje konkurenčnosti destinacije na področju trajnostnega turizma. Z energetsko sanacijo javnih objektov, spodbujanjem obnovljivih virov energije in izobraževanjem prebivalcev ter podjetij se zmanjšuje poraba energije, emisije toplogrednih plinov in stroški upravljanja. Takšni ukrepi ne le izboljšujejo kakovost življenja lokalnega prebivalstva, temveč tudi prispevajo k bolj trajnostni turistični ponudbi, s čimer destinacija postaja zgled okolju prijaznega razvoja in upravljanja.

Aktivnosti:

1. Spodbujanje pridobivanja trajnostnih certifikatov, ki vključujejo zahteve po energetske učinkovitosti, za hotele, penzione in druge nastanitvene kapacitete.
2. Uvedba pametnih sistemov za spremljanje in optimizacijo porabe energije na turističnih točkah.
3. Postavitev »zelenih počivališč« za kolesarje, kjer so na voljo tudi solarne klopi za obiskovalce, kjer lahko polnijo svoje naprave.

UKREP 5.8:

Spodbujanje prodaje lokalnih izdelkov, kilometer 0, širitev kratkih nabavnih verig

Ta ukrep spodbuja trajnostno potrošnjo z večanjem dostopnosti in promocije lokalnih izdelkov ter povečevanjem uporabe kratkih nabavnih verig v turizmu. Cilj je okrepiti lokalno gospodarstvo, zmanjšati ekološki odtis, podpreti lokalne ponudnike in obiskovalcem ponuditi avtentične izkušnje, ki temeljijo na lokalnih posebnostih.

Aktivnosti:

1. Vzpostavitev in širitev kratkih nabavnih verig – sodelovanje med lokalnimi ponudniki, turističnimi podjetji in trgovinami.
2. Promocija izdelkov kilometer 0 – vključevanje v turistično ponudbo (npr. jedilniki, dogodki, paketi).
3. Vzpostavitev ali nadgradnja tržnic lokalnih izdelkov – fizičnih ali digitalnih.
4. Izobraževanje ponudnikov in promocijske kampanje – ozaveščanje o pomenu lokalne potrošnje.
5. Podpora lokalnim ponudnikom pri izboljšanju kakovosti in prepoznavnosti izdelkov – Okusi Moravskih Toplic - certifikati in marketinška podpora.

PRIORITETA 5
Kazalniki in akcijski načrt

PRIORITETA	UKREP	KAZALNIKI
PRIORITETA 5: Trajnostna usmeritev	UKREP 5.1: Spodbujanje trajnostnega turizma s poudarkom na spremljanju poslovanja turističnih podjetij	<ul style="list-style-type: none"> » Povečanje števila označenih pohodnih in kolesarskih poti za 25 % do leta 2030 » Število novih trajnostnih ponudnikov (cilj: 12 v dveh letih)
	UKREP 5.2: Varovanje in ohranjanje naravnih virov	<ul style="list-style-type: none"> » Povečanje uporabe digitalnih zemljevidov za 50 % v petih letih
	UKREP 5.3: Trajnostna in mehka mobilnost	<ul style="list-style-type: none"> » Izvedba vsaj šestih novih trajnostnih projektov v petih letih
	Ukrep 5.4: Komuniciranje o trajnosti in komuniciranje glede prilagajanja na podnebne spremembe	<ul style="list-style-type: none"> » Izvedba programov za ozaveščanje o ohranjanju naravnih virov – cilj: en dogodek letno » Število digitalnih vsebin o prilagajanju na podnebne spremembe – cilj: dve letno
	UKREP 5.5.: Razogljičenje – zmanjševanje ekološkega odtisa turizma	<ul style="list-style-type: none"> » Načrt in strategija razogljičenja » Zmanjšanje ogljičnega odtisa turistične dejavnosti » Število projektov za obnovo in ohranjanje naravnih virov – cilj: dva projekta v petih letih » Delež obiskovalcev, ki uporabljajo trajnostne oblike prevoza – cilj: 30 % do leta 2030 » Izvedba promocijskih kampanj za trajnostno mobilnost – cilj: dve kampanji letno
	UKREP 5.6: Ravnanje z odpadki	<ul style="list-style-type: none"> » Zmanjšati količine odpadkov za 10 % » Izvedba vsaj dveh zero waste dogodkov do leta 2030
	UKREP 5.7: Povečanje energetske učinkovitosti	<ul style="list-style-type: none"> » Prehod na obnovljive vire energije do leta 2030 » Izvedba aktivnosti, ki ozaveščajo o energetske učinkovitosti – cilj: pet dogodkov letno.
	UKREP 5.8: Spodbujanje prodaje lokalnih izdelkov, kilometer 0, širitev kratkih nabavnih verig	<ul style="list-style-type: none"> » Promocija lokalnih izdelkov v kampanjah in dogodkih – cilj: pet kampanj letno » Povečanje prodaje lokalnih izdelkov prek turističnih kanalov – cilj: +20 % letno.

Akcijski načrt ukrepov:

STRATEŠKI CILJ/ UKREP / PROJEKT	STOPNJA NUJNOSTI (1 zelo nujno)	NOSILEC	PARTNERJI	2025	2026	2027	2028	2029	2030	SKUPAJ	OBČINA MT	EU/RS	DRUGO
5. TRAJNOSTNA USMERITEV													
5.1	1	TIC MT	Turistično gospodarstvo		3.000	2.500	2.500	2.500	5.000	15.500			
Spodbujanje trajnostnega turizma (ozaveščanje) s poudarkom na spremijanju poslovanja turističnih podjetij													
5.2		TIC MT	Turistično gospodarstvo		2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	12.500			
Varovanje in ohranjanje naravnih virov													
5.3	1	OMT	TIC MT		50.000	200.000	150.000	50.000	50.000	500.000			
Trajnostna in mehka mobilnost													
5.4	1	TIC MT	OMT Turistično gospodarstvo		10.000	7.000	6.000	6.000	6.000	35.000			
Komuniciranje trajnosti in prilagajanja na podnebne spremembe													
5.5	1	TIC MT	OMT Turistično gospodarstvo		20.000	10.000	10.000	5.000	5.000	50.000			
Okoljski in energetski ukrepi ter zmanjševanje ogljičnega odtisa - analiza													
5.6 in 5.7	1	TIC MT	OMT Turistično gospodarstvo		2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	10.000			
Ravnanje z odpadki in naravnimi viri in povečanje energetske učinkovitosti - ozaveščanje													
5.8	1	TIC MT	Turistično gospodarstvo Lokalni ponudniki		5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	25.000			
Spodbujanje prodaje lokalnih izdelkov, širitev kratkih nabavnih verig													
SKUPAJ					92.500	229.000	178.000	73.000	75.500	648.000			

PRIORITETA 6: DIGITALIZACIJA

Digitalizacija predstavlja ključni temelj za prihodnji razvoj turistične destinacije Moravske Toplice, saj omogoča povezovanje sodobnih tehnologij z izboljšano uporabniško izkušnjo in trajnostnimi praksami. S celovitim pristopom k digitalni transformaciji destinacija ne le povečuje svojo prepoznavnost, temveč tudi izboljšuje učinkovitost upravljanja, optimizira vire ter krepi vezi med lokalnimi ponudniki in obiskovalci.

Digitalizacija omogoča inovativne pristope k promociji, upravljanju ter trajnostnemu razvoju, hkrati pa postavlja Moravske Toplice na zemljevid sodobnih in naprednih destinacij. S ciljnim digitalnimi rešitvami destinacija odgovarja na pričakovanja sodobnih obiskovalcev, ki iščejo hitro, prilagodljivo in interaktivno izkušnjo. Poudarek je na ustvarjanju enotne digitalne infrastrukture, ki bo povezovala lokalno ponudbo, spodbujala trajnost in omogočala boljšo analitiko za strateško odločanje. Cilj je, da digitalizacija postane most med tradicijo destinacije in njenim inovativnim ter trajnostnim razvojem.

Kaj želimo doseči:

- » Povečati dostopnost in uporabnost informacij o destinaciji s sodobnimi digitalnimi orodji.
- » Cilj je povečati prepoznavnost destinacije na mednarodnih trgih ter ustvariti močno digitalno identiteto, ki bo nagovarjala specifične ciljne skupine.
- » Izboljšati promocijo destinacije preko digitalnih kanalov ter povečati digitalno prisotnost na mednarodnih trgih.
- » Spodbujati inovativnost in trajnost skozi uporabo digitalnih tehnologij v turistični ponudbi.
- » Omogočiti povezovanje ponudnikov in obiskovalcev prek enotne digitalne platforme.
- » Zbirati podatke o vedenju obiskovalcev in uspešnosti promocijskih aktivnosti za učinkovitejše načrtovanje in upravljanje destinacije.
- » Spodbujati digitalno transformacijo lokalnih turističnih ponudnikov za večjo konkurenčnost.

UKREP 6.1:

Digitalizacija destinacije in krepitev digitalne prisotnosti destinacije

Digitalizacija postaja nepogrešljivo orodje za izboljšanje funkcionalnosti in urejenosti krajev. Z uvajanjem tehnoloških rešitev omogoča učinkovitejše upravljanje prostora, boljšo informiranost obiskovalcev in optimizacijo storitev. S sodobnimi digitalnimi orodji lahko destinacija ne le izboljša dostopnost in preglednost informacij, temveč tudi spodbuja trajnostno rabo virov ter prispeva k urejenemu, obiskovalcem prijaznemu okolju.

V sodobnem turističnem okolju je digitalna prisotnost destinacije ključnega pomena za učinkovito trženje in povezovanje z obiskovalci. Z izboljšanjem spletne platforme in digitalnih kanalov lahko destinacija doseže širšo ciljno publiko ter poveča prepoznavnost na globalnem trgu. S pomočjo inovativnih digitalnih vsebin in prilagojenih oglaševalskih kampanj se destinacija lahko bolje pozicionira kot sodobna in privlačna izbira, ki izpolnjuje pričakovanja digitalno povezanih turistov. Digitalna orodja omogočajo interaktivno predstavitev lokalnih znamenitosti, aktivnosti in ponudbe, kar prispeva k ustvarjanju edinstvene izkušnje za obiskovalce, hkrati pa krepi trajnostno in dolgoročno tržno strategijo.

Aktivnosti:

1. S sodobnimi digitalnimi orodji podkrepiti spletno mesto destinacije, digitalna omrežja in kanale ter izboljšati uporabniško izkušnjo.
2. Vpeljava ciljnih oglaševalskih kampanj na digitalnih platformah, ki naslavljajo specifične trge in segmente obiskovalcev (npr. družine, seniorji, aktivni popotniki).
3. Razvoj digitalnih vsebin, kot so video predstavitve, virtualni vodiči in interaktivne zgodbe, ki poudarjajo unikatnost destinacije.
4. Razvoj interaktivnih zemljevidov z informacijami o poteh, znamenitostih, lokalni ponudbi ter vzpostavitev e-info kioskov in digitalnih vodnikov destinacije na ključnih točkah za obiskovalce (center Moravskih Toplic, Selo, Bogojina itd.)
5. Uvedba QR kod na ključnih točkah za dostop do informacij o kulturni dediščini, dogodkih in turistični ponudbi in digitalizacija kulturne in naravne dediščine
6. Optimizacija spletne strani z možnostjo virtualnih ogledov kraja in okolice.
7. Vzpostavitev avtomatov z lokalnimi domačimi izdelki na ključnih turističnih točkah, ki obiskovalcem omogočajo dostop do avtentičnih produktov destinacije na uporabniku prijazen način.

UKREP 6.2:

Pametne tehnologije za prihodnost turizma

Digitalna transformacija turizma je ključni korak k povečanju konkurenčnosti destinacije Moravske Toplice na sodobnem trgu, kjer obiskovalci pričakujejo hitro, enostavno in prilagodljivo dostopnost informacij ter storitev. S celovitim uvajanjem pametnih rešitev in digitalnih orodij destinacija izboljšuje uporabniško izkušnjo, spodbuja interaktivnost ter povezuje različne elemente turistične ponudbe. Digitalizacija ne le modernizira turistične storitve, ampak tudi odpira nove priložnosti za promocijo lokalnih ponudnikov in privabljanje novih ciljnih skupin, s čimer se krepi trajnostni razvoj ter povečuje zadovoljstvo obiskovalcev in lokalnega prebivalstva.

Digitalna transformacija turizma ni zgolj trenutni trend, temveč vizija prihodnosti, ki vključuje uvedbo pametnih tehnologij za izboljšanje dostopnosti, uporabniške izkušnje in trajnosti destinacije. S pomočjo naprednih digitalnih rešitev destinacija Moravske Toplice stremi k ustvarjanju inovativnega turističnega okolja, ki presega tradicionalne pristope in nagovarja sodobne obiskovalce.

Merjenje vsega s pomočjo UI z namenom razumevanja gosta do obisti:

- » Kaj so impulzi, ki sprožijo določeno obnašanje gosta (namen tega spoznanja je zvišanje prihodkov na eni strani ali znižanje stroškov na drugi)
- » Prilagajanje glasbe, ki vpliva na prodajo
- » Prilagajanje vonja – sprememba prodajnih artiklov!!
- » Prilagajanje svetlobe
- » Individualizacija ponudbe – marketing
- » Personalizacija plačila
- » Avtomatizacija razporeditve sedišč na prireditvah
- » Avtomatizirano naročanje surovin in produktov

Aktivnosti:

- 8.** Razvoj personaliziranih digitalnih platform, podprtih z umetno inteligenco, ki obiskovalcem v realnem času, na podlagi njihovih interesov in vedenjskih vzorcev, predlagajo prilagojene aktivnosti, dogodke in namestitve.
- 9.** Digitalizacija procesov, kot so rezervacije, nakupi vstopnic in dostop do lokalnih informacij, kar povečuje učinkovitost in zmanjšuje potrebo po ročnem delu.
- 10.** Vzpostavitev digitalnih senzorjev in orodij, ki omogočajo spremljanje števila obiskovalcev, njihovih poti ter vzorcev vedenja na destinaciji, kar omogoča prilagajanje ponudbe, optimizacijo turističnih tokov in trajnostno upravljanje.
- 11.** Vzpostavitev enotne platforme destinacije, ki vključuje rezervacije, dogodke in lokalne informacije.
- 12.** Podpora digitalizaciji lokalnih ponudnikov z uporabo nacionalnih in evropskih sredstev.
- 13.** Oblikovanje kartice ugodnosti destinacije, ki vključuje dostop do dogodkov, namestitev in lokalnih storitev.
- 14.** Spodbujanje nadaljnega razvoja digitalizacije turistične ponudbe (VR, AR, pametne atrakcije, e-vodniki).
- 15.** Vzpostavitev pametne destinacije s pametnim načinom upravljanja poslovnih procesov.
- 16.** Uvedba pametnih sistemov za upravljanje turističnih tokov in merjenja podatkov.

PRIORITETA 6:
Kazalniki in akcijski načrt

PRIORITETA	UKREPI	KAZALNIKI
PRIORITETA 6: Digitalizacija	UKREP 6.1: Digitalizacija destinacije in krepitev digitalne prisotnosti destinacije	<ul style="list-style-type: none"> » Število ustvarjenih digitalnih vsebin (videoposnetkov, interaktivnih člankov, infografike, virtualni ogledi, interaktivni vodiči) – cilj: 30 letno » Število razvitih novih digitalnih rešitev (npr. e-vodniki) – cilj: dve letno » Doseg objavljenih vsebin – cilj: 100.000 ogledov letno » Število objav o lokalnih trajnostnih projektih na družbenih omrežjih – cilj: 50 letno » Število postavljenih digitalnih oznak (npr. QR kod) – cilj: 50 oznak do leta 2025 » Postavitev interaktivnih digitalnih točk: vsaj tri v petih letih » Delež turistične ponudbe, dostopne preko digitalnih kanalov – cilj: 80 % do leta 2027
	UKREP 6.2: Pametne tehnologije za prihodnost turizma	<ul style="list-style-type: none"> » Število razvitih VR/AR projektov – cilj: vsaj dva v petih letih » Število digitalno upravljanih procesov na destinaciji – cilj: 2 dva ključna procesa do leta 2027 » Število uporabnikov pametnih sistemov destinacije – cilj: 60 % obiskovalcev letno » Kartica ugodnosti destinacije: število izdanih kartic ugodnosti – cilj: 3.000 letno » Stopnja digitalne preobrazbe turističnih ponudnikov – cilj: 50 % do leta 2030 » Vsaj eno novo digitalizirano doživetje na temo kulturne dediščine do leta 2030

Akcijski načrt ukrepov:

STRATEŠKI CILJ/ UKREP / PROJEKT	STOPNJA NUJNOSTI (1 zelo nujno)	NOSILEC	PARTNERJI	2025	2026	2027	2028	2029	2030	SKUPAJ	OBČINA MT	EU/RS	DRUGO
6. DIGITALIZACIJA													
6.1													
Digitalizacija destinacije in krepitev digitalne prisotnosti destinacije	1	TIC MT	OMT Turistično gospodarstvo		300.000	100.000	50.000	50.000	50.000	50.000			
6.2													
Pametne tehnologije za prihodnost turizma	1	TIC MT	OMT Turistično gospodarstvo		400.000	100.000	50.000	20.000	20.000	20.000			
SKUPAJ					700.000	200.000	100.000	70.000	70.000	70.000			
										1.140.000			

ZAKLJUČEK

Strategija razvoja in trženja destinacije Moravske Toplice za obdobje 2025–2030 predstavlja ambiciozno, a hkrati realistično vizijo trajnostne preobrazbe, ki temelji na globokem razumevanju turizma kot mostu med naravo, kulturo in lokalno skupnostjo ter obiskovalci. Turizem ni zgolj gospodarska dejavnost, temveč ključen dejavnik povezovanja, soustvarjanja in ohranjanja avtentičnosti kraja. Moravske Toplice stremijo k temu, da postanejo vodilni zgled trajnostne destinacije, kjer so naravni viri zaščiteni, kulturna dediščina negovana, lokalna skupnost pa aktivno vključena v vsak korak razvoja.

Vizija te strategije presega zgolj turistične cilje – njen namen je ustvariti celovito izkušnjo za obiskovalce, ki združuje odgovoren odnos do okolja, vrhunsko kakovost turistične ponudbe in sodelovanje vseh deležnikov. Trajnostni razvoj je osrednji element te zgodbe, saj Moravske Toplice vidijo svojo prihodnost v ponudbi, ki temelji na spoštovanju narave in ljudi, a hkrati vključuje inovativne pristope in sodobne tehnologije. S sodobnimi digitalnimi rešitvami, premišljeno načrtovanimi promocijskimi kampanjami in inovativnimi praksami želijo Moravske Toplice postati sinonim za kakovostno, zdravo in trajnostno destinacijo, ki privlači turiste iz vsega sveta.

Osrednji stebri strategije so zasnovani okoli šestih prioritet, ki zagotavljajo celovito, usklajeno in trajnostno usmeritev razvoja destinacije:

1. Organizirana in kakovostna destinacija

Za uspešno upravljanje destinacije je ključno sodelovanje vseh deležnikov, od lokalne skupnosti do turističnih ponudnikov. Prioriteta se osredotoča na vzpostavitev jasnih struktur destinacijskega menedžmenta, ki omogočajo usklajeno načrtovanje, izvajanje in promocijo destinacije. Na ta način destinacija postaja ne le bolj organizirana, temveč tudi bolj vključujoča in povezana, kar zagotavlja dolgoročen uspeh.

2. Urejenost destinacije

Kakovost infrastrukture ima neposreden vpliv na zadovoljstvo obiskovalcev in njihovo izkušnjo. Strategija vključuje nadgradnjo prometne infrastrukture, vzpostavitev trajnostnih rešitev, kot so polnilne postaje za električna vozila, ter urejanje javnih površin, ki odražajo identiteto destinacije. Poudarek je tudi na razvoju podporne infrastrukture za aktivni turizem, kar omogoča večjo dostopnost in udobje za obiskovalce.

3. Destinacija kvalitetnih doživetij in dobrega počutja

Moravske Toplice se osredotočajo na razvoj avtentičnih in vrhunskih turističnih produktov, ki temeljijo na lokalni identiteti. Tematske poti, butični dogodki in gastronomske izkušnje so ključni elementi, ki oblikujejo unikatno ponudbo destinacije. Hkrati strategija spodbuja razvoj športnega in wellness turizma, ki zagotavlja aktiven in zdrav oddih ter nagovarja sodobne turiste.

4. Prepoznavna destinacija

Za uspeh na globalnem turističnem trgu je ključno, da je destinacija prepoznavna in ima močno blagovno znamko. S ciljno usmerjenimi promocijskimi kampanjami v sodelovanju s Slovensko turistično organizacijo in regionalnimi partnerji Moravske Toplice gradijo svoj ugled kot trajnostna in avtentična destinacija. Digitalni kanali in inovativne promocijske rešitve omogočajo doseganje širšega občinstva in učinkovito nagovarjanje ciljnih skupin.

5. Trajnostna usmeritev

Trajnostni razvoj je temeljni princip strategije. Ukrepi vključujejo zmanjševanje okoljskega odtisa, uvajanje konceptov, kot je »zero waste«, spodbujanje mehke mobilnosti in trajnostno certificiranje ponudnikov. Poudarek je na energetski učinkovitosti, zaščiti naravnih virov in spodbujanju trajnostnih praks med ponudniki ter obiskovalci.

6. Digitalizacija

Digitalna transformacija je osnova za učinkovito upravljanje in promocijo destinacije. Razvoj digitalnih orodij omogoča izboljšanje dostopa do informacij, večjo prepoznavnost in podporo trajnostnim praksam. Digitalizacija destinacije zagotavlja sodobno uporabniško izkušnjo in omogoča zbiranje podatkov za natančno spremljanje ter prilagajanje strategij.

VIRI

- » Strategija slovenskega turizma 2022–2028,
Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo, 2022
<https://www.gov.si/assets/ministrstva/MGTS/Dokumenti/DTUR/Nova-strategija-2022-2028/Strategija-slovenskega-turizma-2022-2028-dokument.pdf>

- » Regionalni razvojni program Pomurske regije 2021–2027,
Razvojni center Murska Sobota, 2022
https://www.rcms.si/upload/files/RRP_Pomurje_2021-2027_13-6-2022.pdf

- » Strategija trajnostne rasti slovenskega turizma (2017–2021),
Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo, 2017
https://www.slovenia.info/uploads/dokumenti/kljuni_dokumenti/strategija_turizma_kljucni_poudarki_koncno.pdf

- » Digitalna Slovenija 2030,
Vlada Republike Slovenije, 2023
https://www.gov.si/assets/ministrstva/MDP/Dokumenti/DSI-2030-potrjena-na-Vladi-RS_marec-2023.pdf

PRILOGE

- » Priloga 1: Akcijski načrt po prioritetah
- » Priloga 2: Analiza stanja
- » Priloga 3: Intervjuji, anketni vprašalniki
- » Priloga 1: Akcijski načrt po prioritetah (excel tabela)

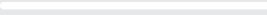
PRILOGA 1: AKCIJSKI NAČRT PO PRIORITETAH (excel tabela)

STRATEŠKI CILJ/ UKREP/ PROJEKT	STOPNJA NUJNOSTI (1 zelo nujno)	NOSILEC	PARTNERJI	2025	2026	2027	2028	2029	2030	SKUPAJ	OBČINA MT	EU/RS	DRUGO
1. ORGANIZIRANA IN KVALITETNA DESTINACIJA													
1.1.	1	TIC MT	OMT Turistično gospodarstvo NVO			70.000	50.000	50.000	50.000	220.000			
1.2.	2	TIC MT	OMT Turistično gospodarstvo NVO			25.000	25.000	25.000	25.000	100.000			
1.3.	2	TIC MT	OMT Turistično gospodarstvo NVO		10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	50.000			
SKUPAJ				10.000	105.000	85.000	85.000	85.000	85.000	370.000			
2. UREJENA DESTINACIJA													
2.1.	2	OMT	TIC Turistično gospodarstvo NVO					500.000	3.500.000	4.000.000			
2.2.	2	OMT	TIC Turistično gospodarstvo NVO					600.000	2.000.000	2.600.000			
2.3.	1	OMT	TIC Turistično gospodarstvo NVO			1.000.000	1.100.000			2.100.000			
SKUPAJ						1.000.000	1.100.000	1.100.000	5.500.000	8.700.000			
3. DESTINACIJA KVALITETNIH DOŽIVETIJ IN DOBREGA POČUTJA													
3.1.	1	TIC MT	Turistično gospodarstvo Lokalni ponudniki		20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	100.000			
3.2.	1	TIC MT	Turistično gospodarstvo Lokalni ponudniki		60.000	60.000	60.000	60.000	60.000	300.000			
3.3.	1	TIC MT	OŠZ		80.000	20.000	20.000	20.000	20.000	160.000			
3.4.	1	TIC MT	Turistično gospodarstvo Lokalni ponudniki		30.000	20.000	20.000	20.000	20.000	110.000			
3.5.	2	TIC MT	Turistično gospodarstvo Lokalni ponudniki		15.000	15.000	15.000	15.000	15.000	75.000			
3.6.	1	OMT	TIC Turistično gospodarstvo		200.000	100.000	100.000	100.000	100.000	600.000			
SKUPAJ				405.000	235.000	235.000	235.000	235.000	235.000	1.345.000			

STRATEŠKI CILJ/ UKREP / PROJEKT	STOPNJA NUJNOSTI (1 zelo nujno)	NOSILEC	PARTNERJI	2025	2026	2027	2028	2029	2030	SKUPAJ	OBČINA MT	EU/RS	DRUGO
4. PREPOZNAVNA DESTINACIJA													
4.1	1	TIC MT	Turistično gospodarstvo		50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	250.000			
4.2	1	TIC MT	Turistično gospodarstvo		60.000	60.000	60.000	60.000	60.000	300.000			
4.3	1	TIC MT	Turistično gospodarstvo		20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	100.000			
4.4.	2	TIC MT			5.000	2.500	2.500	1.000	1.000	12.000			
				SKUPAJ	135.000	132.500	131.000	131.000	131.000	662.000			
5. TRAJNOSTNA USMERITEV													
5.1	1	TIC MT	Turistično gospodarstvo		3.000	2.500	2.500	2.500	5.000	15.500			
5.2		TIC MT	Turistično gospodarstvo		2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	12.500			
5.3	1	OMT	TIC MT		50.000	200.000	150.000	50.000	50.000	500.000			
5.4	1	TIC MT	OMT Turistično gospodarstvo		10.000	7.000	6.000	6.000	6.000	35.000			
5.5	1	TIC MT	OMT Turistično gospodarstvo		20.000	10.000	10.000	5.000	5.000	50.000			
5.6 in 5.7	1	TIC MT	OMT Turistično gospodarstvo		2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	10.000			
5.8	1	TIC MT	Turistično gospodarstvo Lokalni ponudniki		5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	25.000			
				SKUPAJ	92.500	229.000	178.000	73.000	75.500	648.000			
6. DIGITALIZACIJA													
6.1	1	TIC MT	OMT Turistično gospodarstvo		300.000	100.000	50.000	50.000	50.000	550.000			
6.2	1	TIC MT	OMT Turistično gospodarstvo		400.000	100.000	50.000	20.000	20.000	590.000			
				SKUPAJ	700.000	200.000	100.000	70.000	70.000	1.140.000			

FINANČNI NAČRT STRATEGIJE TT OMT (v EUR)

STRATEŠKI CILJ/ UKREP / PROJEKT		2025	2026	2027	2028	2029	2030	SKUPAJ
1.	ORGANIZIRANA IN KVALITETNA DESTINACIJA		10.000	105.000	85.000	85.000	85.000	370.000
2.	UREJENA DESTINACIJA		0	1.000.000	1.100.000	1.100.000	5.500.000	8.700.000
3.	DESTINACIJA KVALITETNIH DOŽIVETIJ IN DOBREGA POČUTJA		405.000	235.000	235.000	235.000	235.000	1.345.000
4.	PREPOZNAVNA DESTINACIJA		135.000	132.500	132.500	131.000	131.000	662.000
5.	TRAJNOSTNA USMERITEV		92.500	229.000	178.000	73.000	75.500	648.000
6.	DIGITALIZACIJA		700.000	200.000	100.000	70.000	70.000	1.140.000
SKUPAJ STRATEGIJA TT OMT			1.342.500	1.901.500	1.830.500	1.694.000	6.096.500	12.865.000







www.visitmoravsketoplice.com

