

**UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE**

KATJA GRAJŽL

KULTURNI TURIZEM V MARIBORU

DIPLOMSKO DELO

Ljubljana 2007

**UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE**

KATJA GRAJŽL

Mentor: izredni prof. dr. Andrej Lukšič

KULTURNI TURIZEM V MARIBORU

DIPLOMSKO DELO

Ljubljana 2007

Zahvala

Iskreno se zahvaljujem mentorju prof. dr. Andreju Lukšiču za strokovno vodstvo ter Brigiti Pavlič za pomoč pri nastajanju diplomskega dela.

Posebej se zahvaljujem svojim staršem za vso podporo in skrb v času študija. Matiji za neizmerno ljubezen, razumevanje in nesebično pomoč v vseh trenutkih ter vsem ostalim, ki so kakorkoli pripomogli pri nastanku tega dela.

Hvala!

Kulturni turizem v Mariboru

Mesto Maribor. Mesto z osmimi mostovi, s tri tisočletno kulturno zgodovino, ki leži ob reki Dravi s pridihom srednjeveškega centra in zelenim Pohorjem. Nekdaj znano industrijsko mesto potrebuje novo strategijo za razvoj. Turizem je v visokem porastu, zato moramo turistom ponuditi nekaj, kar jih bo privabilo. Biti moramo unikatni. Ponuditi moramo našo kulturo in zgodovino. Razvijati moramo kulturni turizem. To je mogoče doseči le z usmerjeno turistično politiko in tesnim sodelovanjem vseh akterjev. Pomembni so vsi: od države, EU, do vsakega občana, ki lahko s svojimi idejami in pozitivno naravnostjo prinese napredek. Kulturne prireditve že imamo, vendar jih večino obiščejo le ljudje iz bližnje okolice, lahko pa bi privabile tudi tujce. Ti bi si poleg kakšnega dobrega koncerta ogledali tudi mesto z okolico, nekje prenočili, se najedli ter morda obiskali vinsko cesto. Znano je, da kulturni turisti porabijo več denarja. V interesu vseh bi moral biti razvoj kulturnega turizma. Za razvoj kulturnega turizma pa je potrebna načrtno usmerjena turistična politika, sodelovanje vseh akterjev in dobra promocija. Vse to je pot do razvoja kulturnega turizma.

Ključne besede: Maribor, turizem, kulturni turizem, turistična politika, Evropska prestolnica kulture – EPK.

Cultural tourism in Maribor

The city of Maribor. The city with eight bridges and a three-thousand-year-old cultural history; a city on the banks of the Drava River with a medieval centre and green hills of Pohorje. Maribor was used to known as the industrial city, but now it needs a new development strategy. The number of tourists is increasing and that is why we need to offer them something that will draw them to Maribor. We have to be original and offer our culture and history. We also need to develop cultural tourism. And this can only be achieved by a well-directed tourist policy and a close cooperation of all participants. Everybody is important: the state, the EU, every townsman. They can all contribute with their ideas and a positive attitude. We already have cultural events; however, they are only visited by the people from the surrounding towns. Such cultural events could attract the foreigners as well. Besides good concerts, they could go sightseeing in Maribor, spend the night there, have a good meal and perhaps travel along the wine route. It is a well known fact that cultural tourists spend more money than the others. For this reason, the development of cultural tourism should be in the interest of all people. But to develop cultural tourism, we need a planned cultural policy, the cooperation of all people involved and a good promotion. All this leads to the development of cultural tourism.

Key words: Maribor, tourism, cultural tourism, tourism policy, European Capital of Culture – ECC.

Kazalo

UVOD.....	6
1. MESTO MARIBOR.....	8
1.1 ZGODOVINA MESTA MARIBOR	8
1.2 SESTAVINE KULTURNEGA TURIZMA V MARIBORU.....	10
1.3 KULTURNO-TURISTIČNE USTANOVE V MARIBORU.....	26
1.4 AKTERJI	32
2. TURIZEM.....	38
2.1 TURISTIČNI MOTIVI.....	39
2.2 TURISTIČNI KRAJI.....	40
2.3 KULTURNI TURIZEM.....	41
2.4 TURISTIČNA POLITIKA	48
3. OBSTOJEČI KULTURNI PROJEKTI V MARIBORU.....	49
3.1 MARIBOR – SEDEŽ EVROPSKE ORKESTRSKE AKADEMIJE	49
3.2 EVROPSKA PRESTOLNICA KULTURE - EPK.....	51
4. PROMOCIJA KULTUREGA TURIZMA	60
5. POGLED V PRIHODNOST.....	62
5.1 ANALIZA PODATKOV TURISTIČNEGA OBISKA V MARIBORU	62
5.2 SWOT ANALIZA KULTURNEGA TURIZMA V MARIBORU	70
SKLEP	74
LITERATURA IN VIRI.....	77

UVOD

V Mariboru živim leto dni, zato večino ljudi presenetim s temo mojega diplomskega dela. Preden sem se preselila v Maribor, sem živela v Krškem in študirala v Ljubljani. Ljubljana je krasno staro mesto z dušo. Predvsem čas okoli božiča je še posebno čaroben. Ko se prebujajo pomlad, mesto preplavijo tujci, ki si ogledujejo naše glavno mesto. Vsako pomlad mojega študija sem bila vedno bolj navdušena nad občutnim povečanjem obiska tujcev. Ker tudi sama obožujem potovanja, me preveva krasen občutek, ko vidim, da so tako kot jaz tudi tujci navdušeni nad našo lepo deželico. Poletje je čas, ko se v Ljubljani zvrsti veliko koncertov in festivalov za različne populacije. Mesto je kljub počitnicam polno in toplo.

Jeseni 2006 sem se preselila v Maribor. Nad mestom sem bila takoj navdušena. Reka Drava s svojimi mostovi mu daje prav poseben čar. Potem pa sem se začela spraševati. Zakaj ni turistov, če je mesto tako lepo, tako domače? Kako to, da je v Ljubljani toliko turistov, tu pa tako malo?

Tako sem kar dolgo razmišljala o vzrokih pomanjkanja turizma v Mariboru, s čim lahko povečamo število turistov in kakšna strategija razvoja turizma je najboljša za mesto Maribor. Neprestani razvoj turističnih destinacij nas žene k odkrivanju novih poti za ohranjanje konkurenčnosti.

Menim, da bi bila ena izmed pravih razvojnih strategij kulturni turizem. Prav kultura je tisto, kar turiste najbolj zanima. Zanima jih kultura bivanja, kultura preživljanja prostega časa, prehranjevanja, itd. Kulturni turizem je veliko več kot le ogledovanje turističnih znamenitosti. Gostom bi lahko ponudili našo zgodovino, etnologijo in kulturno dediščino. Seveda jim moramo omenjeno ponuditi na zanimiv in privlačen način. Razviti in prodati jim moramo neko privlačno zgodbo, ki bo privabila tujce in postala značilnost in namen, zaradi katerega bodo tujci obiskali naše mesto.

V začetku svojega dela bom opisala, kakšno je stanje na področju turizma in kulture v Mariboru. Če želimo privabiti tujce, jim moramo ponuditi mesto Maribor z njegovimi značilnostmi in njegovo zgodovino ter prireditve, ki so tradicionalne za ta del Slovenije. Na razvoj turizma v veliki meri vplivajo različni akterji. Turistična politika lahko z usmeritvami povzroči razvoj kulturnih projektov. Vlada RS je 31.05.2007 sprejela sklep,

da se pristojnim institucijam EU za nominacijo za naslov Evropske prestolnice kulture 2012 predlaga Mestno občino Maribor z regijo, kar daje moji temi še večjo aktualnost.

V mestu Maribor je kulturno dogajanje kar precej živahno, vendar obiskujejo kulturne dogodke večinoma ljudje iz ožje okolice. Temeljno vodilo mojega diplomskega dela je misel, da je kulturni turizem strategija, ki bi lahko, z uspešnimi turističnimi dejavnostmi seveda, bila konkurenčna prednost.

Turizem je danes ena najhitreje razvijajočih se gospodarskih dejavnosti, ki temelji na vse intenzivnejši človekovi potrebi po potovanjih, odkrivanju neznanega, želji po zabavi, sprostitvi in rekreaciji.

V svojem delu bom skušala potrditi naslednjo hipotezo: **Lahko govorimo o kulturnem turizmu v Mariboru.**

Namen moje diplomske naloge je predstaviti stanje v Mariboru in obstoječe kulturne projekte, ki že vsebujejo elemente kulturnega turizma.

Ker so projekti v Mariboru financirani s strani občine, države, skladov EU in sponzorjev, bom navedla tudi možnosti financiranja, saj so občina-država-skladi EU med seboj zelo prepleteni in povezani.

Posluževala se bom strokovne literature, objavljenih člankov na spletu, vladnih, EU in občinskih spletnih straneh. Prav tako bom opisala dejansko stanje razvoja kulturnega turizma v Mariboru.

1. MESTO MARIBOR

Slika 1.1: Mesto Maribor



Vir: Maribor Pohorje 2007.

Zakaj bi se tujec ustavil prav v Mariboru? Kaj lahko ponudi Maribor z okolico?

Tukaj, kjer se reka vsa utrujena od vijugaste poti prebije na prostrano ravnino in tukaj, kjer se sončni žarki poigravajo po pobočjih Piramide, Kalvarije in Pohorja, so se ustavili prijazni ljudje, ki so vse do danes ohranili domačnost in toplino (glej Radanovič 1996).

Maribor je mestna občina in drugo največje slovensko mesto. Je pa tudi gospodarsko, kulturno, izobraževalno in znanstveno raziskovalno središče severovzhodne Slovenije. Šteje približno 114.436 prebivalcev in leži na nadmorski višini 269.5m. »Mesto je nastalo v 12. stoletju in stoji na stiku petih naravno geografskih enot: Slovenskih goric, Kozjaka, Dravske doline, Pohorja in Dravskega polja. Mesto leži na območju sistema teras, ki jih je oblikovala Drava. Ugodne temperaturne razmere so vzrok, da se v neposredni bližini mesta nahajajo odlične vinogradniške lege« (Radanovič 2004: 11).

1.1 ZGODOVINA MESTA MARIBOR

Maribor je v slabem tisočletju doživljal vzpone in padce. Iz nepomembnega mesta se je sredi 18. stoletja vendarle začel počasi vzpenjati. V drugi polovici 19. stoletja se je iz

mirnega podeželskega mesteca, v katerem so živeli trgovci, v mnogih cehih združeni obrtniki, nekaj uradništva in vojakov pa malo plemstva, spremenil v gospodarsko razgibano mesto. V avstrijskem cesarstvu mu je bilo usojeno živeti v senci Gradca, glavnega mesta vojvodine Štajerske, kateri je Maribor več stoletij pripadal tja do zloma Avstro Ogrske leta 1918. Poleg tega se je mnogo meščanov oklepalo nemške nacionalne miselnosti in se otepalo prebujajoče se slovenske okolice. Slovenci so v obdobju narodnega prebujenja mesto na novo poimenovali. Prvič ga je v nekem pismu leta 1836 zapisal pesnik Stanko Vraz. Sestavil ga je iz osnove mar (kar pomeni vnemo, skrbnost) in pripone bor (boj) po zgledu na nemško-zahodno slovansko dvojico Brandenburg: Branibor. Slovenci so v ljudski govorici za mesto uporabljali ime Marprog, prirejeno po nemškem Marburg, nastalem iz srednjeveškega Marcpurch, kar je pomenilo grad v obmejni krajini.

V ustavni dobi po letu 1861 je Maribor postal politično, gospodarsko in kulturno središče Slovencev na Štajerskem. Mesto se je razmahnilo v novi državi, Kraljevini Srbov, Hrvatov in Slovencev (Jugoslaviji), potem ko je po koncu prve svetovne vojne razpadla Avstro-Ogrska. Med drugo svetovno vojno je Maribor veliko trpel, predvsem zaradi družbenih in političnih nasprotij, ki so bila značilna za takratno državo. Mnogo slovenskih razumnikov in drugih nasprotnikov nacizma je bilo pregnanih, uporniško gibanje, ki se je utrdilo v mestu, so oblastniki zatirali na vse načine; ustreljenih je bilo na stotine borcev in talcev. Maribor je bil med vojno zelo porušen od letalskih napadov. Ko je bilo mesto leta 1945 osvobojeno, so se iz pregnanstva in vojaških enot vanj vračali nekdanji Mariborčani, pridružili pa so se jim ljudje iz raznih krajev Slovenije in tudi Jugoslavije. Obnoviti je bilo treba porušeno mesto in narediti močno industrijo.

Dolga leta je Maribor sodil v vrh jugoslovanske industrijske proizvodnje; veljal je za pravo industrijsko mesto. A to mu ni bilo v poseben prid, saj se je razvijal enostransko. Kasneje se je zaradi družbenih in gospodarskih potreb razvilo šolstvo in univerza (glej Vodnik po mestu 2007).

1.2 SESTAVINE KULTURNEGA TURIZMA V MARIBORU

Kot prvi korak pri nastajanju kulturnega turizma je, da mesto že lahko ponudi nekatere kulturne prireditve, kulturno dediščino in značilnosti, ki privabijo kulture željne turiste. Poleg vseh omenjenih zanimivosti v Mariboru moram omeniti pomembnejše kulturne dogodke, ki bi lahko bili zanimivi za turiste, kateri pridejo v mesto predvsem z namenom, da obišejo kulturno prireditev.

Zanimivosti, ki lahko privabijo kulturne turiste, bom razdelila na:

- Kulturno dediščino Maribora.
- Etnologijo.
- Prireditve:
 - visoka kultura,
 - popularne prireditve,
 - alternativne prireditve.

1.2.1 KULTURNA DEDIŠČINA MARIBORA

Če želim govoriti o kulturni dediščini Maribora, menim, da je primerno razložiti, kaj pomeni pojem kulturna dediščina.

»Mnenju, da je kultura vse tisto, kar zna človek narediti mimo nature ali iz nje, kaže pritrčiti, saj iz njega lahko izpeljemo tudi pojmovanje kulturne dediščine. Torej je kulturna dediščina vsa tista človeška ustvarjalnost, ki je nastala mimo lastnega delovanja narave ali iz nje« (Bogataj 1992: 11).

Pri kulturni dediščini govorimo o dediščini bivanja in prehranjevanja, oblačenja, gostoljubnosti in veseljačenja, o dediščini obrti in drugih oblikah vsakdanjega gospodarskega prizadevanja človeka v mestih, trgih in na podeželju. Torej gre za široko, etnološko pojmovanje dediščine, ki izvira iz etnološkega pojmovanja kulture in struktur načinov življenja. Dediščine nam ne predstavljajo le spomeniki, ampak vse kulturne sestavine, ki so se v oblikah in načinih ohranile iz določenih zgodovinskih obdobj, ali jih vsaj poznamo kot oblike življenjskega sloga preteklosti (glej Bogataj 1992: 15).

Pa si poglejmo kulturno dediščino v Mariboru, ki je zanimiva za ogled.

1.2.1.1 STOLNA CERKEV SV. JANEZA KRSTNIKA

Stolna cerkev stoji na sredini Slomškovega trga. Zgrajena je bila v prvi polovici 12. stoletja, kot bazilika v slogu romantike. Najprej je bila posvečena svetemu Tomažu in kasneje svetemu Janezu Krstniku. Dejavni umetniki so ves čas skrbeli za poslikavo in opremo v duhu svojega časa, medtem ko se je starejša morala umakniti. Dandanes nas nič ne moti, če ni bila zgrajena v enem zamahu, če ni izpoved ene same stilne dobe, temveč se je v njej romanika stikala z gotiko in jima ob strani stoji še barok. Sedaj diha v skladnem lesku vseh stoletij, v katerih je rasla iz skromne župnijske cerkvice prek romanske bazilike od stolnice, ko je Maribor sredi preteklega stoletja postal sedež škofije. V njej se pretehtano, ubrano in dostojanstveno družijo slogi, ki so se nekoč pretakali po severni in zahodni Evropi (glej Maribor Pohorje 2007).

1.2.1.2 MARIBORSKI GRAD

Eden od najimpozantnejših arhitektonskih spomenikov v mestu se bohoti prav v njegovem osrčju: Mariborski mestni grad, katerega obdajajo zmeraj živahni Grajski trg, Trg svobode in Trg generala Maistra, v njem pa je Pokrajinski muzej Maribor, kjer si lahko ogledamo zbirke neprecenljive vrednosti.

Grad, ki ga krasijo različna stilna in gradbena obdobja, je dal med letoma 1478 in 1483 zgraditi cesar Friderik III. z namenom, da utrdi severovzhodni del mestnega obzidja. Grad so sčasoma spremenili v bogato fevdalno bivališče.

Slika 1.2.1.2.1. Mariborski grad



Vir: Maribor Pohorje 2007.

Osrednji prostor gradu je slavnostna dvorana, imenovana tudi viteška dvorana. Dvorana ima bogato notranjo opremo s slikarijami umetniških družin Quadrijev in Lorenza Lauriga. Na ovalnem stropu je podoba konjenskiške bitke med krščansko in turško vojsko, ki jo je leta 1763 naslikal graški slikar Johann Gebler. V viteški dvorani je leta 1847 koncertiral, kakor je zapisal tedanji kronist, "pred izbrano publiko", tudi Franz Liszt. V gradu so bivale tudi številne znane osebnosti, in sicer cesarja Leopold I. in Karel VI., cesarica Marija Terezija, ruski prestolonaslednik in kasnejši car Pavel I. ter papež Pij VI.

Med pomembne gradbene dosežke gradu sodijo:

- baročno stopnišče iz let 1747 do 1759,
- Loretska kapela ob južni fasadi, ki je nastala med letoma 1665 in 1675 in
- viteška dvorana v prvem nadstropju s čudovito stropno slikarijo Jožefa Geblerja in stenskimi podobami.

Vzhodna grajska fasada se v severovzhodnem vogalu zaključuje z grajsko bastijo, delom gradbenika Domenica dell' Allio iz let 1556 in 1562. Predstavljala je obrambno točko ob mestnem jarku (glej Hartman in ostali 2007).

1.2.1.3 POKRAJINSKI MUZEJ

Pokrajinski muzej je splošni muzej, ki se ukvarja z zbiranjem, varovanjem, ohranjanjem, raziskovanjem in razstavljanjem kulturne dediščine s področja arheologije, etnologije in

širše kulturne zgodovine na prostoru širše mariborske regije. Z muzejskimi zbirkami, razstavami in prireditvami spodbujajo zanimanje za kulturo in zgodovino našega prostora in širijo vedenja o njem.

Arheološka zbirka obsega najdbe z območja Podravja do Pomurja. V zbirki je raznovrstno kamnito orodje in keramika iz mlajše kamene in bakrene dobe, bronasto dobo pa zastopajo najdbe bronastih izdelkov, obilica lončenih posod in bronastega nakita ter ostanki lončenine iz mlajše železne dobe (glej Pokrajinski muzej Maribor 2007).

1.2.1.4 GLAVNI TRG S KUŽNIM ZNAMENJEM IN ROTOVŽEM

V Mariboru se je v 17. stoletju prvič pojavila kuga, zaradi katere je umrla tretjina prebivalstva. V zahvalo za prenehanje kuge so Mariborčani leta 1681 postavili kužno znamenje, to je steber s podobo Marije. Tega so v 18. stol. nadomestili z današnjim, ki je delo Jožefa Štrauba. Na kužnem znamenju je okoli Matere božje razvrščenih šest svetnikov (glej Hlevnjak in ostali 2007).

Slika 1.2.1.4.1: Glavni trg s kužnim znamenjem in Rotovžem



Vir: Maribor Pohorje 2007.

Leta 1515 pa je bil na današnjem Glavnem trgu zgrajen poznogotski rotovž. Italijanski mojstri so ga med letoma 1563 in 1565 renesančno prezidali. Na balkonu je upodobljen

mestni grb z dvema levoma in letnico 1565. Posebej zanimiva je baročna dvorana, ki danes služi za poroke in županove sprejeme (glej Hlevnjak in ostali 2007).

1.2.1.5 ŽIDOVSKI TRG

Židovski trg lahko najdemo ob raziskovanju židovske četrti mesta, ki se je oblikovala na Lentu, najstarejšem delu Maribora. Trg se ponaša s sinagogo.

Sinagoga Maribor je od leta 2001 prostor različnih kulturnih prireditev, v njej se vrstijo razstave, koncerti, predavanja, strokovna srečanja. Za obiskovalce je zanimiva tudi kot kulturnozgodovinski spomenik o srednjeveški judovski skupnosti v Mariboru, zato je med tujimi gosti veliko obiskovalcev iz Izraela.

V štajerskih mestih so se Judje pojavili v 13. stol., v Mariboru jih prvič zasledimo med letoma 1274 in 1296. Sinagoga je bila versko, duhovno in kulturno središče mariborske srednjeveške judovske skupnosti. Prvič je omenjena leta 1429, čeprav naj bi obstajala že prej.

V preteklosti srednjeveške Evrope so Judje odigrali izjemno pomembno vlogo. S svojo dejavnostjo na gospodarskem in kulturnem področju so pripomogli k napredku in sooblikovali podobo Maribora. Mariborski Judje so bili izjemno aktivni na gospodarskem področju, zlasti pri trgovanju in denarništvu. V Mariboru je bila judovska četrt v jugovzhodnem delu obzidanega mesta. Postopoma so se začeli Judje trgovsko povezovati tudi s Prago, Dubrovnikom in Benetkami. Velike dobičke jim je prinašala prav trgovina z beneškim blagom. Za časa Maksimiljana I. pa so se začele krepiti protijudovske zahteve, zato je cesar 9. marca 1496 izdal ukaz, da morajo Judje zapustiti Koroško in 18. marca še Štajersko. Kot zadnji rok, do katerega naj bi se Judje izselili, je bil 6. januar 1497.

Spomin na močno srednjeveško judovsko skupnost ohranja judovska sinagoga. Kasneje so sinagogo preuredili v cerkev vseh svetnikov, jo izročili v roke vojski, kasneje pa je prešla v meščanske roke. V 90-ih letih je bila temeljito obnovljena in je postala nov mestni kulturno prireditveni prostor (glej Pokrajinski muzej Maribor 2007).

1.2.1.6 LENT

Lent je stari del Maribora ob Dravi. Ime Lent izvira iz stare nemške besede *Lander*, kar pomeni prostor za pristajanje, saj je bilo tu pomembno pristanišče, kjer je letno pristajalo do 1100 splavov. Tu je stala zelo pomembna vodna utrdba - Benetke. Nastala je v 16. stoletju. Leta 1919 so Lent preimenovali v Pristan. V 80-tih letih 20. stoletja so začeli Lent načrtno obnavljati in danes ga poživljajo številne gostilne, kavarne, obnovili pa so tudi starejše hiše, kar daje Lentu čar starinskosti. Daleč na okoli je znana 400 let stara vinska trta sorte žametovka ali modra kavčina, ki je verjetno najstarejša na svetu in še danes rodi. Na Lentu se odvijajo tudi različne prireditve, prva odmevnejša je bila Splavarski krst leta 1985. Od leta 1993 se tu odvija Festival Lent, ki je privabil mnoge ljudi od blizu in daleč ter doživel ugodno kritiko Mariborčanov (glej Maribor Pohorje 2007).

V 80. letih se je začela načrtna akcija, da bi Lent obnovili in mu vdihnili novo življenje. Stare stavbe so prenovljene, k njim so dozidane arhitektonsko načrtovane nove stanovanjske in poslovne hiše.

1.2.1.7 STARA TRTA

Stara trta na mariborskem Lentu je v slovenski in svetovni dediščini svojevrsten dragulj. Gre za največjo živo vinsko trto na svetu, saj so jo ob reki Dravi posadili pred več kot 400 leti. Starost Stare trte so ugotovili s pomočjo natančnih strokovnih meritev slovenskih strokovnjakov in izvedencev za trtno genetiko v Parizu. V Štajerskem deželnem muzeju v Gradcu lahko občudujemo slike iz let 1657 in 1681, kjer je dobro vidno pročelje hiše v Vojašniški ulici 8, sezidane v 16. stoletju, ki je bilo že tedaj bohotno poraščeno z danes čaščeno Staro trto. Kot na slikah se Stara trta še danes opira na latvenik ali »brajdo«, kakor na Štajerskem pravimo takšnemu lesenemu podporniku.

Najstarejša trta na svetu je naša Stara trta, ki je z vpisom v Guinnessovo knjigo rekordov postala še bolj znana. Slovenski vinarji in vinogradniki so si Staro trto izbrali za kraljico vinskih trt, zato ji v Mariboru posvečajo kar nekaj turistično promocijskih in protokolarnih prireditev.

Kraljico vseh trt najdemo na pročelju Hiše stare trte, turistično informacijskega centra in hkrati razstaviščnega in prireditvenega prostora.

Slika 1.2.1.7.1: Hiša stare trte



Vir: Maribor Pohorje 2007.

Stara trta je največja etnografska znamenitost Maribora in je iztočnica in cilj vseh vinskih cest, ki se raztezajo po gričevnatem mestnem vinskem okolišu. Obisk štajerske prestolnice bo zagotovo popestrilo potepanje po slikovitih vinorodnih pobočjih. Od tu se lahko turisti odpravijo na pot po mariborski vinski turistični cesti. Pot se začne pri Stari trti in znameniti Vinagovi kleti, ter vodi preko Kamnice s sv. Urbanom, Kalvarije, Piramide, Meljskega hriba, Malečnika vse do Nebove (glej Maribor Pohorje 2007).

1.2.1.8 OBRAMBNI STOLPI

Po sprehodu po Mariboru lahko še vedno občudujemo ostanke obrambnih stolpov.

Židovski stolp

Židovski stolp, postavljen v drugi polovici 15. stoletja, boste našli med potepanjem po Lentu in sicer ob sinagogi na Židovskem trgu. Nekoč je tam prebival mestni stražni mojster, danes pa lahko sem pridete tudi na ogled fotografske razstave – v njem ima

namreč svoje prostore Fotoklub Maribor, ki ponuja na ogled dela domačih in tujih avtorjev.

Vodni stolp

Mogočno renesančno mestno utrdbo iz 16. stoletja si lahko ogledate tik ob Dravi na Lentu, mimo nje pa vas bo popeljala Usnjarska ulica, ena najstarejših v mestu. Prebivalci so stolp zgradili zaradi stalno prisotnega strahu pred turškimi vpadi in z njim pomaknili obrambo mesta tudi k reki. Danes stoji na novih temeljih, 142 cm višjih od prvotnih, ki jih je bilo treba zvišati zaradi naraščanja vodne gladine ob dograditvi jezua v Melju. Nad Vodnim stolpom se iz stare židovske četrti dviga Židovski stolp.

Sodni stolp

Sodni stolp iz 14. stoletja je eden od obrambnih stolpov mestnega obzidja, ki so nekoč ščitili mesto. Okoli leta 1540 so ga pozidali v trdnjavsko obliko, sedanja podoba pa je iz leta 1830. Ime je dobil v času, ko so v njem izrekli sodbe. Povezujemo ga s čarovniškimi procesi, saj so tukaj izrekli sodbe ženskam, ki so bile spoznane za čaravnice. Sodni stolp je zaradi svoje oblike poznan tudi kot Okrogli stolp, zaradi bližine Minoritskega samostana pa kot Samostanski stolp. Najdete ga na spodnjem delu mariborske tržnice na Lentu.

Čeligijev stolp

Čeligijev stolp je edini še ohranjen stolp izmed petih stolpov severnega mestnega obzidja. Stavba, imenovana tudi Črni stolp, je ime dobila po znamenitih mariborskih pivovarjih Tscheligijih. V letih 1460 – 1465 zgrajeno kamnito stavbo, ki je skoraj kvadratne oblike, danes pa jo obkrožajo novozgrajeni bloki. V bližini, na vogalu Gregorčičeve in Gledališke ulice, stoji prav tako s pivom povezano poslopje nekdanje Gambrinusove restavracije in dvorane. Stavba je dobila ime po legendarnem flandrijskem kralju Gambrinusu, ki naj bi izumil varjenje piva (glej Maribor Pohorje 2007).

1.2.1.9 CERKEV SV. BOLFENKA NA POHORJU

Cerkev Sv. Bolfenka leži na Pohorju in je krasen kraj za počitek in uživanje v neokrnjeni naravi. Prav zaradi idilične lege te cerkve menim, da predstavlja krasno točko za obisk. Cerkev Sv. Bolfenka na Pohorju uvrščamo v center naravne in kulturne dediščine v Mariboru. Skozi stoletja je ta cerkev doživljala mnogo sprememb. V njeni neposredni bližini je tekla že prazgodovinska pot, kar dokazujejo gomile, poštelški okopi, pohorska livarna in druge najdbe na poti do Sv. Areha. Cerkev Sv. Bolfenka je bila zgrajena leta 1501 na mestu, kjer je pred tem zelo verjetno že stala manjša kapela. Prvi pisni dokumenti o začetku gradnje objekta na tem mestu sodijo namreč v leto 1291.

Cerkev je zgradil Wolfgang Herzenskraft Limbuški v takrat značilnem nemškem poznogotskem stilu. Po reformah Jožefa II. leta 1785 je bila opuščena, del notranje opreme pa prenesen v okoliške cerkve. Leta 1856, ko je bila zgradba že v zelo slabem stanju, je postala last takratnega mariborskega župana in notarja Otmarja Reiserja. Ta jo je pričel leta 1861 prenavljati. Na severno steno stolpa so namestili razgledni balkon, ki je bil pred tem del tedanje kavarne Pix v Mariboru.

S prenovo je nadaljeval dr. Otmar Reiser ml., ki je zgradbo podedoval. Na prenovljeno streho stolpa je namestil pozlačeni glavič s križem, ki ga je 1861 blagoslovil takratni škof Anton Martin Slomšek. Leta 1878 je v stavbi uredil stanovanje za logarja in šest sob za planince z vpisno knjigo. Zato lahko Bolfenk štejemo za najstarejšo planinsko postojanko na Pohorju, ki je beležila 600 do 1000 obiskovalcev letno.

Čez vse leto se zvrstijo številni glasbeni dogodki in druge prireditve: šole v naravi, predavanja, simpoziji in družabna srečanja. Bolfenk na Pohorju pa je tudi turistično informacijski center, kjer postrežejo z informacijami o Pohorju in Mariboru tudi v tujih jezikih ter muzej, kjer si lahko ogledate zanimive stalne ali priložnostne razstave (glej Vodnik po mestu 2007).

1.2.1.10 FRANČIŠKANSKA CERKEV

Med sprehodom po starem mestnem jedru nikakor ne moremo spregledati rdečkaste Frančiškanske cerkve s samostanom, ki se bohota v središču mesta. Cerkev je nastala na mestu nekdanjega kapucinskega samostana in Cerkve Matere usmiljenja, pri kateri je bil od leta 1786 sedež slovenske predmestne župnije. Poleg zunanosti je zelo bogata tudi notranjost.

Slika 1.2.1.10.1: Frančiškanska cerkev



Vir: Maribor Pohorje 2007.

Poznate legendo o frančiškanskih menihih?

»Pred davnimi časi so dobili frančiškanski menihi od kmeta v dar kravo. A s seboj niso imeli vrvi, kar jim je seveda povzročilo težave. Od takrat naprej nosijo zmeraj okoli svojega pasu vrv« (glej Maribor Pohorje 2007).

1.2.1.11 DVOREC BETNAVA

Na obrobju mesta stoji očarljivi dvorec Betnava, kjer si lahko podrobneje ogledamo kulturno-zgodovinske sledi, ki so jih skozi stoletja puščali pomembni ljudje in dogodki ter tako obogatili zgodovino mesta Maribora, kakor tudi celotne Slovenije. S pomočjo muzejske zbirke Betnava historia Lavantina potujte skozi zgodovino mariborske škofije ter spoznajte pomembno vlogo Antona Martina Slomška in njegovega

dela za naš kraj. Nato se še sprehodite skozi park na otoku in po okolici, kjer je potekala škofova beatifikacija.

Od leta 2001 je Betnava spet v lasti Rimskokatoliške škofije Maribor, ki namenja skrb oživitvi arhitekturne podobe iz 18. stoletja in bogatemu duhovnemu izročilu Lavantinske, kasneje Mariborske škofije. Obdaja jo urejen park (zanimiva je 35 m visoka platana z obsegom 706 cm), v bližini, severno od gradu, pa se nahaja Betnavski gozd, ki je priljubljeno rekreacijsko območje prebivalcev bližnjih sosesk (glej Maribor Pohorje 2007).

1.2.1.12 MESTNI PARK

Sprehodite se severno od mestnega jedra ter se sprostite v lepo urejenem parku, ki je skupaj s tremi ribniki, Piramido in Kalvarijo priljubljeno sprehajališče

Pot je speljana med raznolikim drevjem, urejenimi cvetličnimi nasadi in fontanami, tudi preko čudovitih treh ribnikov, ki predstavljajo dom številnim vodnim pticam. V ribnikih srečate labode, račke, pa tudi kakšno želvo, ki je v domačem akvariju prehitro zrasla. Obiščete pa lahko tudi Akvarij-terarij, ki je zelo priljubljen tako med otroki kot odraslimi. V manjšem delu parka je urejeno otroško igrišče in otroci so navdušeni nad igrali (glej Maribor Pohorje 2007).

1.2.2 ETNOLOŠKA DEDIŠČINA

Etnologija je veda, ki se ukvarja z raziskovanjem vsakdanjega življenja. S tradicionalnimi prireditvami nam skuša približati našo zgodovino in pretekle navade. K etnološki dediščini sodi tudi gastronomija in kultura vina.

1.2.2.1 SPLAVARJENJE

Nekoč je bila Drava glavna prometna povezava, saj so po njej prevažali les iz pohorskih in kozjaških gozdov. Še danes se lahko popeljemo s splavom, ki obiskovalcu ponudi

povsem nov pogled na mesto. Bogato tradicijo, povezano s splavarjenjem, ima tudi vsakoletna turistično-etnografska prireditev Splavarski krst.

Splavarski krst je tradicionalen dogodek, ki se je prvič zgodil že leta 1985. Ključni namen prireditve je ohraniti spomin na splavarjenje, nekoč značilno transportno in tovarno dejavnost na reki Dravi. Splavarji na krstu krstijo mladega splavarja, hkrati pa poteka odlična zabava ob privlačnem glasbenem in folklornem programu (glej Maribor Pohorje 2007).

1.2.2.2 MARTINOVANJE

Martinovanje v Mariboru je največje martinovanje v Sloveniji, kjer se lahko pridružimo nekaj tisoč Mariborčanom in okoliškim prebivalcem ob svečanem krstu mošta. Martinovanje na Trgu svobode je obogateno s prihodom vinskih kraljic, bračev, folkloristov, kmečkih žena ter splavarjev, ki s seboj prinesejo jesenske pridelke in dobrote ter se na ta način zahvalijo jeseni.

Prireditev ob svetem Martinu, svetniku, ki mošt spremeni v vino, pomeni simboličen zaključek vsega vinogradnikovega prizadevanja, hkrati pa tudi zaključek mariborskega cikla prireditev, namenjenih v čast naši Stari trti, najstarejši trti na svetu (glej Maribor Pohorje 2007).

1.2.2.3 KULTURA VINA IN KULINARIKA

Nepogrešljiv del slovenske turistične ponudbe je bogastvo, raznolikost in okusnost slovenske hrane ter kakovost vin. Slovenija leži na stičišču panonske, alpske in sredozemske kulture, kar se zrcali tudi v kulinarčni dediščini. Slovenska kuhinja izhaja iz skromnosti in velike ljubezni pri pripravljanju različnih jedi.

Že srednjeveški popotniki, ki so potovali skozi naše kraje, so tukajšnje ljudi označili za gostoljubne. Gostilničarska obrt in gostilničarski poklic sta predstavljala pomembno tradicijo. Na Slovenskem je imel gostilničar velik ugled in je bil v številnih krajih poleg župana, učitelja in župnika eden izmed pomembnejših oblikovalcev gospodarskega in kulturnega življenja v domačem kraju.

Do začetka 20. stoletja je bila kulinarčna ponudba v gostilnah sestavljena iz drugačnih jedi. Kmet, ki je odšel po opravkih v mesto, je pogosto zavil tudi na pijačo in si privoščil jed, ki je ni bilo na domačem jedilniku. Ni si naročil štrukljev ali žgancev, temveč nekaj posebnega, nekaj, kar ni jedel vsak dan. Naročil si je slastno prato, vampe, nadevane telečje prsi ali kaj drugega. Po drugi svetovni vojni pa so ljudje opuščali tradicionalni način prehranjevanja, gostilne pa so pričele prevzemati posamezne tradicionalne jedi v svojo ponudbo. Tudi danes imamo številne restavracije z notranjo podobo po modelu tipične slovenskosti. Tradicionalno štajersko kuhinjo lahko danes preizkusimo predvsem na turističnih kmetijah in v nekaterih mariborskih gostilnah.

Na spletni strani Zavoda za turizem Maribor lahko najdemo nekaj tipičnih štajerskih jedi, ki jih lahko pripravi prav vsak. Zasledimo lahko recepte za: štajersko mlečno juho, štajersko kislo juho, gobovo juho s kislo smetano, koruzne žgance, krompirjevo solato z bučnim oljem, z ocvirki zabeljen krompir in ajdove klobase.

Sestavni del obroka je vino. Ni dobrega kosila ali večerje, če ni zraven postreženo izbrano vino. Značilna vina štajerskega okoliša so predvsem bela. Najpogostejše sorte so laški rizling, zeleni silvanec, renski rizling, chardonnay in beli pinot (glej Hlevnjak in ostali 2007).

1.2.2.4 VINAGOVA VINSKA KLET

Za Slovence pravijo, da imamo dobro vino in da ga radi tudi poizkušamo. Našo malo državo pokrivajo številne vinske ceste s turističnimi kmetijami, ki dajo obiskovalcem vtis domačnosti in topline, predvsem pa so kraj, kjer lahko okušajo pristnost štajerske gastronomije. Kot posebnost Maribora bi omenila Vinagovo klet, ki leži v centru Maribora in je ena izmed največjih klasičnih vinskih kleti v Centralni Evropi. Vhod v Vinagovo klet je iz grajskega trga. Pod mestom se vijejo tuneli, ki so dolgi več kot dva kilometra in pokrivajo območje 20.000 m². Malo je mest na svetu, ki bi imela takšno vinsko klet v samem centru mesta. Velike in staroslavne vinske kleti so podobne majhnim mestom z ulicami. Ulice so hodniki in v vsakem je kaj zanimivega. Vsak hodnik je bivališče vin. Prijazni vodiči na zanimiv in duhovit način pripovedujejo značilnosti in zgodbe kleti in zaključijo svoj del z degustacijo vin in njihove penine. Najbolj navdušujoča pa je arhivska klet, ki je še dodatno zaklenjena in hrani najstarejše vino te

kleti – to je laški rizling, pozna trgatev letnik 1946 iz Svečine. V kleti imajo tudi koncerte. Takrat gorijo na sodih le svečke in ozračje je res omamno (glej Vinag Maribor 2007).

1.2.3 PRIREDITVE

Prireditve lahko razdelimo na prireditve visoke kulture, popularne prireditve in alternativne prireditve.

1.2.3.1 PRIREDITVE VISOKE KULTURE

Med prireditve visoke kulture bi lahko uvrstili:

➤ Boršnikovo srečanje

Boršnikovo srečanje je postal vsakoletni tekmovalni festival in dobil svoje ime leta 1970. Je osrednji slovenski gledališki festival. Vsako leto se v drugi polovici oktobra zvrstijo najboljše predstave domačih gledališč v pretekli sezoni. Festival je tekmovalnega značaja, saj ob njegovem zaključku vsako leto podelijo nagrade za najboljše predstave, režijo, igralske, glasbene in druge umetniške dosežke. Posebne pozornosti je deležna podelitev Boršnikovega prstana, ki ga vsako leto prejme igralec oziroma igralka, ki je pustila globoko umetniško sled. Pregled najboljših slovenskih uprizoritev je največja slovenska gledališka manifestacija.

Boršnikovo srečanje je namenjeno lokalni publiki oziroma je osredotočeno na Slovence. To srečanje ni primer prireditve, ki bi pritegnila tuje obiskovalce, saj gre za slovenski gledališki festival (glej Slovensko narodno gledališče Maribor 2007).

➤ Festival Maribor

V nasprotju z Boršnikovim srečanjem, pa je Festival Maribor namenjen izključno in predvsem kulturnemu turizmu. Vsak, ki je spremljal Glasbeni september v preteklih letih, je opazil, da se festival spreminja. V zadnjih letih se je, po besedah gospe Brigitte Pavlič,

v Evropi razvilo izjemno veliko število festivalov komorne glasbe. Osnovna zamisel je bila vsaj v večini primerov neke vrste poletna akademija, druženje glasbenikov, skupno muziciranje in ustvarjanje v prijetnem, pogosto neformalnem ambientu gradov, samostanov, ruralnega okolja in v manjših krajih. Da takšen festival zaživi in se obdrži, pa mora izpolnjevati številne pogoje. Znan in karizmatičen umetniški vodja okoli sebe zbere odlične glasbenike. Vodja tudi s svojim imenom pritegne publiko, finančno in moralno podporo države in kraja, kjer se festival dogaja. Pomembno je, da je prepoznavnost festivala v interesu kraja in države, močnih sponzorjev in donatorjev, kulturnih ambasadorjev in ima podporo medijev.

Tako se je festival komorne glasbe preoblikoval v Festival Maribor. Od leta 2008 dalje prevzema umetniško vodstvo festivala Richard Tognetti, izjemen violinist, komponist in karizmatični vodja Avstralskega komornega orkestra, ki ga v številnih publikacijah nemalokrat označujejo za najboljši komorni orkester na svetu. Pod Tognettijevim vodstvom bo festival dobil nove dimenzije in ohranil lastno produkcijo.

S programskega zornega kota se nam obeta zanimiva širitev repertoarja za klasično-glasbene sestave in stilistično raznovrstna glasba. Festivalska ponudba se bo dopolnjevala in nadgrajevala v smislu EPK 2012.

Ena od značilnosti festivalskega dogajanja ostaja revitalizacija objektov kulturne dediščine z glasbo, koncertno dogajanje pa se bo selilo na za to vrsto glasbe netipična prizorišča. V tem smislu bo na pomenu pridobila izdelava dramaturgije posameznih koncertov. Programska usmeritev in bodoče umetniško vodstvo festivala bo v rokah Richarda Tognettija, ki je že pritegnil angleško radijsko in TV hišo BBC, ki bo koncerte od leta 2008 dalje snemala in v okviru svojih programov in ob sodelovanju RTV Slovenija predvajala (glej Pavlič 2007).

1.2.3.2 POPULARNE PRIREDITVE

Med najpomembnejše popularne prireditve bi uvrstila:

- **Festival stare trte**

Festival stare trte je osrednje dogajanje, ki ga v Mariboru predstavijo v čast Stari trti. Tu sodijo prireditve od trte do vina, od rezi do martinovanja. Festival Stare trte je eden najpomembnejših dogodkov na temo vina in kulinarike, ekoloških kmetovalcev, pristnih štajerskih pridelkov, kulturne dediščine in tradicije v državi. Festival se kakovostno razvija in v nekaterih, predvsem strokovnih vsebinah, dobiva pomembne mednarodne dimenzije. Posebej pomembno dejstvo pa je, da se razvija izključno na podlagi tradicije, kulture, dediščine in doživetij ter dosežkov lokalnega prebivalstva in kot tak predstavlja pomembno osnovo za nadaljnji razvoj mednarodno konkurenčnih produktov iz sfere turističnih prireditev.

Vrhunec prireditev v čast Stare trte je njena trgatve, ko se pred njenim domom na Lentu zberejo številni obiskovalci od blizu in daleč. Mnogi obiskovalci so dobitniki cepiča Stare trte. Brači so najeti s strani gospodarja Stare trte, mariborskega župana, da oberejo pridelek, stehtajo, izmerijo vsebnost sladkorja, zmeljejo, sprešajo, napolnijo v posode in predajo Vinagu v oskrbo in kletarjenje. Nadzoruje jih mestni viničar gospod Tone Zafošnik, ki za trto že vsa leta skrbi in jo neguje.

Prvi grozd, ki ga poskusi in oceni gospodar, je zelo pomemben, saj gospodar zaukaže začetek trgatve, ko ugotovi, da je grozdje zrelo.

Pridelek Stare trte in njegovo vino sta simbolična. Za zmleto grozdje poskrbijo v Vinagovi vinski kleti. Po negovanju vino ustekleničijo v posebne 2,5 decilitrske stekleničke, ki jih je za ta namen oblikoval uveljavljeni slovenski umetnik Oskar Kogoj.

Velik del stekleničk tega posebnega vina je podarjenih kot dragoceno protokolarno darilo, nekaj pa jih vendarle ostane za strastne zbiralce redkih vin. Skupaj s stekleničko se preda v last tudi dokument o izvoru dragocene vsebine (glej Maribor Pohorje 2007).

➤ **Festival Lent**

Kulturno–prireditveni center Narodni dom Maribor je prireditelj največjega festivala – to je Festival Lent. Festival Lent ob pričetku poletja na dravsko nabrežje privabi približno pol milijona obiskovalcev in mesto spremeni v živahno kulturno in družabno središče. Kvalitetna multikulturna ponudba zadovolji široko paleto okusov tudi najzahtevnejših obiskovalcev festivala. Multikulturni festival je pred petnajstimi leti izšel iz folklornega festivala Folkart in se lahko pohvali s številnimi nagradami, med katerimi je kar dvaintrideset nagrad svetovnega festivalskega združenja IEFA, ki pod svojim okriljem združuje več kot 2500 festivalov z vsega sveta. Festival Lent je tudi uvrščen med 50 najboljših evropskih prireditev. Na dosedanjih festivalih na Lentu so nastopili mnogi umetniki svetovnega slovesa. Program obsega vse, od glasbe, gledaliških predstav, plesa, športnih prireditev in prireditev za otroke (glej Sraka.com informacijski portal 2007)

1.2.3.3 ALTERNATIVNE PRIREDITVE

Alternativne prireditve so namenjene ožjemu krogu občinstva. V Mariboru se alternativne prireditve večinoma odvijajo v prostorih Pekarne Maribor.

1.3 KULTURNO -TURISTIČNE USTANOVE V MARIBORU

Kulturno-turistične ustanove v Mariboru s svojo naravo dela pomembno vplivajo na razvoj kulturnega turizma.

1.3.1 ZAVOD ZA TURIZEM MARIBOR

Javni gospodarski zavod za turizem Maribor oz. krajše Zavod za turizem Maribor je ustanovila Mestna občina Maribor na 15. seji Mestnega sveta Mestne občine Maribor, dne 28.02.2000.

Zavod deluje kot lokalna turistična organizacija za pospeševanje turizma, oblikovanje celovite turistične ponudbe, spodbujanje razvoja turistične infrastrukture, promocije celovite turistične ponudbe in informiranje obiskovalcev. Zaradi smotrnosti turističnega

razvoja širšega območja se povezuje s turističnim gospodarstvom in tudi drugimi lokalnimi skupnostmi.

Zavod svojo dejavnost in obstoj ter izvajanje programov financira iz:

- proračunskih sredstev ustanovitelja (namenska in nenamenska sredstva),
- sredstev članarin,
- prostovoljnih finančnih prispevkov in donacij,
- lastnih prihodkov od prodaje blaga in storitev,
- sredstev Slovenske turistične organizacije za pospeševanje razvoja turizma,
- sredstev proračuna Republike Slovenije, pridobljenih na podlagi javnih razpisov za pospeševanje razvoja turizma ter
- sredstev Evropske skupnosti, pridobljenih na podlagi javnih razpisov za pospeševanje razvoja turizma.

Delovanje zavoda je opredeljeno v naslednjih vsebinskih sklopih: tržno komuniciranje, organizacija turističnih prireditvev, vodenje razvoja in EU projekti, informativna dejavnost in servisiranje gostov, mednarodno sodelovanje, turistična društvena dejavnost ter izvajanje projektov za oživljanje mestnega jedra. Zavod upravlja z dvema Turistično informacijskima centroma, TIC Maribor in TIC Bolfenk, s katerima poslujejo za obiskovalce praktično vse dni v tednu.

Kljub temu, da je prireditvena dejavnost samo ena od mnogih, ki jih izvaja zavod, pa je potrebno povedati, da ravno temu segmentu Zavod za turizem Maribor posveča veliko pozornosti. Prireditve, ki jih izvaja zavod, imajo namen poudariti našo naravno in kulturno dediščino, našo tradicijo in naše značilnosti, ki predstavljajo pomembne konkurenčne prednosti v širšem, mednarodnem prostoru. Organizirajo vrsto malih dogodkov, ki zapolnjujejo živahen utrip v mestnem jedru, pa tudi nekaj velikih prireditvev (Festival Stare trte ipd.), ki se s svojimi atraktivnimi vsebinami razvijajo v pomemben mednarodni dogodek. Tudi zaradi številnih kulturnih, etnografskih, prodajno razstavnih in zabavno družabnih dogodkov, ki so jih izvajali v preteklem letu, se je po statistikah Zavoda za turizem bistveno povečalo število obiskovalcev mestnega jedra. Mnogi

priznavajo, da ima Maribor razpoznavno, veselo in gostoljubno štajersko dušo (glej Razdevšek in drugi 2007).

1.3.1.1 TURISTIČNO INFORMACIJSKI CENTER – TIC

Turistično informacijski center ali krajše TIC je center, ki je namenjen informiranju gostov. TIC je navadno v centru mesta in vidno označen. V turistično informacijskem centru imajo promocijske materiale o mestu in njegovi okolici. Promocijski materiali so v slovenskem in v tujih jezikih. V TIC-u imajo tudi programe prireditev, ki se dogajajo v mestu, zato je najboljši vodič po prireditvah ob prihodu v nepoznano mesto. Turistično informacijski centri so dobrodošli ob iskanju nastanitve, iskanju primerne vodiča za po mestu, ali informaciji o ponudbi pristne domače hrane, kmečkem turizmu ali vinskih poteh.

1.3.2 KULTURNO - IZOBRAŽEVALNO DRUŠTVO KIBLA

Kulturno-izobraževalno društvo Kibla je ena izmed organizacij z najdaljšim stažem prijavljanja na evropske razpise v Sloveniji. Številni uspešno izvedeni projekti pričajo o zavzetosti in viziji društva ter o njihovi mednarodni usmerjenosti. Zanimivo pa je, da pri projektih vedno sodelujejo kot soorganizator in da se, navkljub številnim izkušnjam z evropskimi projekti, še niso odločili za vlogo prijavitelja projekta. Kibla je pričela s svojim delom leta 1996 kot multimedijski center KiberSRCeLab. Skupen projekt Narodnega doma Maribor in Zavoda za odprto družbo Slovenija je že čez dve leti pričel delovati kot kulturno-izobraževalno društvo, pod isto streho pa danes združujejo knjigarno, internetno kavarno, galerijo, grafični laboratorij in še kaj. V Sloveniji slovijo kot organizacija, ki sodeluje v največjem številu uspešnih projektov, sofinanciranih s strani Evropske komisije. Prvi projekt, v katerem so sodelovali, je stekel že leta 2002, ko Slovenija še ni bila članica EU. Od takrat so sodelovali v petih projektih programa Kultura 2000 ter v mnogih drugih evropskih programih. Kibla je izrazito usmerjena v delovanje v mednarodnem okolju, v okviru tega pa so za svoj poglobitni cilj

postavili predstavljanje slovenske umetnosti v tujini ter sočasno predstavljanje svetovne umetnosti doma. Delujejo kot povezovalni člen med Mariborom in svetom.

Kibla želi nadgrajevati svoje projekte, saj je boljše nadaljevati iz neke točke kot pa vsakič znova začeti iz nič. Po mnenju zaposlenih v Kibli je glavni pogoj za uspešno izveden projekt finančna neodvisnost organizacije. Če v projekt vstopa organizacija, ki ni finančno stabilna in če je njen razlog za sodelovanje v projektu zgolj pridobitev finančnih sredstev, je možnost, da se projekt ne izvede v celoti oz. da pride do zapletov, precej večja. Treba se je zavedati, da Evropska komisija nakaže del sredstev šele po zaključku projekta, do takrat pa je kritje vseh stroškov odgovornost organizatorja. Tudi zaradi tega v Kibli veliko pozornost namenjajo razporejanju njihovih finančnih virov. So tako prejemniki državnih sredstev preko ministrstev, vladnih uradov ali pa lokalnih struktur kot evropskih skladov in programov, pa tudi sponzorskih sredstev iz gospodarskega sektorja. Kibla pridobiva sredstva tudi z nudenjem storitev lastnega produkcijskega in prireditvenega centra ter založniške dejavnosti. Ker se finančna sredstva zagotavljajo iz štirih ali petih virov, morebitna prekinitev dotoka iz enega vira ne ogrozi izpeljave projekta. Zdi se, da je osredotočenost na en sam finančni vir (običajno državni) ključna napaka slovenskih organizacij, ki se prijavljajo na tovrstne razpise. Krivdo pa je moč pripisati pomanjkanju strokovnega kadra iz področja kulturnega managementa, saj je nerealno pričakovati, da bo umetnik povrh še manager. Društvo že od samega začetka dokazuje, da jih zanima mednarodno povezovanje, ki sega izven meja Evropske unije. V skoraj desetletnem delovanju so sodelovali z več kot 40 partnerji iz celega sveta. V tem obdobju so se skozi uspešna sodelovanja oblikovala trdna strateška partnerstva, ki se nadgrajujejo z vsakim novim projektom. Pomembno vlogo pa imajo tudi argumentirani konflikti, saj prispevajo h kreativnemu procesu in bogatijo medsebojno sodelovanje. Kljub temu, da je Kibla sodelovala pri tolikšnem številu uspešnih projektov, se je vedno odločala za t.i. so-organizacijo in ne koordinacijo projekta. V Kibli menijo, da je prevzeti vodenje projekta velikanska odgovornost. Koordinator sicer nima odločilne vloge pri projektu, ima pa najpomembnejšo, vsaj kar se tiče administrativne plati projekta. Nujno je, da je koordinator sposoben organizator, ki ima na voljo vso potrebno infrastrukturo. Običajno so partnerji raztreseni po vsej Evropi,

kar pomeni, da mora nekdo neprestano usmerjati in voditi komunikacijo med partnerskim konzorcijem, saj se drugače kakšen partner mimogrede »izgubi«. Organizacija, ki se odloči, da bo prevzela vlogo prijavitelja/koordinatorja, mora imeti zaposleno osebo, ki bo dnevno skrbela za administrativni del, kakor dolgo pač projekt traja. Organizacije, ki se ne pripravijo na takšne okoliščine, se morajo spopasti z možnostjo, da bo birokratski del projekta »požrl« vso ekipo, kar pomeni, da lahko zmanjka volje in časa za kreativno delo. Prav zaradi tovrstnih zadržkov se je Kibla doslej raje odločala za vlogo soorganizatorja kot prijavitelja, saj je želela izkoristiti priložnost in se kar največ naučiti od bolj izkušenih partnerjev. S preteklimi projekti so si prislužili sloves zanesljivega partnerja, hkrati pa so upravičili zaupanje financerjev in tudi dokazali, da gre za trdno in zaupanja vredno organizacijo (glej Bofulin 2007).

1.3.3 SLOVENSKO NARODNO GLEDALIŠČE (SNG) MARIBOR

Maribor ima svoje gledališče že od 1785. leta. Sprva je životarilo v skromnih razmerah, leta 1852 pa se je vselilo v novo pozidano poslopje, v katerem deluje še danes.

Slovenci so v Mariboru začeli uprizarjati igre v slovenščini leta 1865, in sicer v svojem društvu - v Čitalnici. Ko so v Narodnem domu dobili zelo lepo gledališko dvorano, so leta 1909 ustanovili Slovensko gledališče, prednika današnjega Slovenskega narodnega gledališča. Tega je ustanovil gledališki navdušenec Hinko Nučič leta 1919. V obdobju med vojnama je bilo gledališče osrednja kulturna in umetniška ustanova Maribora.

Po drugi svetovni vojni pa je Slovensko narodno gledališče dobilo popolne korpuse drame, opere in baleta. Od 1966. leta se v Mariboru vsako jesen srečujejo slovenska dramska gledališča na Borštnikovem srečanju, ki je največji slovenski gledališki festival (glej Hartman in ostali 2007).

Slovensko narodno gledališče se nahaja v starem mestnem jedru, ob čudovitem Slomškovem trgu s Stolnico in parkom. Tu je mesto za doživljanje prijetnih trenutkov ob mnogih kulturnih dogodkih, ki nam jih ponuja gledališka hiša. Lahko se naužijemo svetovne in domače dramske klasike ali pa si ogledamo klasični in sodobni, domači in tuji baletni repertoar (glej Slovensko narodno gledališče Maribor 2007).

1.3.4 KULTURNO-PIREDITVENI CENTER NARODNI DOM

Pri mariborskem občinstvu je v Kulturno-prireditvenem centru Narodni dom najbolj priljubljena komedija, kjer so v obnovljeni veliki dvorani pogoste predstave lastne produkcije in najboljše tovrstne produkcije v Sloveniji. V kletnih prostorih posloplja Narodnega doma so družabni prostori, ki so primerni za komorne gledališke predstave in nočno druženje ob glasbi. Tradicionalna elitna glasbena prireditev na najvišji evropski ravni je mednarodni festival Glasbeni september. Festival sestavljajo izbrana dela baroka in druga klasična dela iz slogovno različnih glasbenih obdobij. Glavna značilnost festivala je, da izvajalci pripravljajo v mnogih slovenskih mestih koncerte v obliki glasbenih delavnic.

Prostori Narodnega doma so s svojo raznolikostjo in možnostmi na voljo tudi za prireditve, plese, sprejeme in druge družabne dogodke gostujočih organizatorjev (glej Maribor Pohorje 2007).

1.3.5 LUTKOVNO GLEDALIŠČE

Svoje otroke pa lahko pripeljemo v vznemirljivo hišo lutk. V lutkovnem gledališču nam predstavijo domišljijski svet iz sodobne otroške in mladinske literature. Otroci se lahko udeležijo delavnic, na katerih si izdelajo lutko ali pa slišijo zanimive pripovedi iz življenja lutk in gledališča.

Lutkovno gledališče deluje poklicno od leta 1975 in ga lahko najdemo na Rotovškem trgu. Vse bolj poznan pa postaja poletni lutkovni festival, ko pridejo k nam lutkarji z vseh koncev sveta. Osnovna ideja festivala je potovanje lutkovnih predstav po Sloveniji.

1.3.6 UMETNOSTNA GALERIJA

Umetnostna galerija je osrednja muzejsko-galerijska ustanova v severovzhodni Sloveniji. V njej lahko občudujemo dela tukajšnjih umetnikov od konca 19. stol. do danes. V Umetnostni galeriji, Razstavnem salonu Rotovž na Trgu Borisa Kraigherja in Razstavnem salonu Rotovž na Rotovškem trgu, se lahko prepričamo o uspešni

raziskovalni, dokumentacijski, pedagoški in razstavní dejavnosti muzeja sodobne umetnosti, ustanovljenega leta 1954, ki ima v svoji stalni zbirki približno 2200 slikarskih, kiparskih in grafičnih del.

Ob razstavah potekajo v Umetnostni galeriji Maribor tudi najrazličnejše druge aktivnosti: javna vodstva, predavanja, predstavitve umetnikov, ustvarjalne delavnice, koncerti, s čimer postaja galerija tudi živahen prostor druženja, ustvarjalnosti in refleksije (glej Maribor Pohorje 2007).

1.4 AKTERJI

Tu se bom osredotočila na akterje, ki s svojim financiranjem pomembno vplivajo na razvoj kulturnega turizma. Nanj pa vplivajo tudi z odločanjem, saj se odločajo, kaj se jim zdi pomembno, kje vidijo razvoj in če vidijo razvoj v kulturnem turizmu.

1.4.1 EVROPSKA UNIJA

V nasprotju z nacionalnimi proračuni proračun EU ne sme v nobenem letu izkazovati primanjkljaja. Sredstva za financiranje skupnih politik, kot npr. kmetijska politika, razvojnih in raziskovalnih programov, se preko različnih politik in programov prelivajo nazaj v države članice. Velik del sredstev iz proračuna EU pa je namenskih in jih država lahko črpa le na podlagi projektov, ki jih odobri Evropska komisija. Tako Slovenija finančnih sredstev iz evropskega proračuna ne prejema samodejno, temveč je višina prejetih sredstev odvisna od kakovostno pripravljenih programov (glej Urad Vlade RS za komuniciranje 2007). Na spletni strani Evropske unije lahko zasledimo številne kulturne programe, saj je kultura v povezujoči se Evropi ena od bistvenih sestavin njene identitete. EU sestavlja mozaik različnih kultur, tradicij in jezikov. Na ravni EU obstajajo nekateri skupni predpisi, toda kultura je v pristojnosti držav članic. Nevmešavanje EU v kulturne politike držav članic je utemeljeno z namenom varovanja in ohranjanja kulturne raznolikosti. V EU pa obstaja več instrumentov za spodbujanje kulturnih dejavnosti in programov. Gre za finančne vire iz kohezijske politike EU, iz katerih lahko črpajo nosilci kulturnih projektov. Nacionalna kulturna politika se mora čim bolj intenzivno vključevati

v programsko obdobje v okviru kohezijske politike EU 2007–2013 (glej Ministrstvo za kulturo 2007).

Cilj Evropske unije na kulturnem področju je ohraniti in podpirati raznolikost ter pomagati, da postane dostopna drugim. Unija med kulturno razsežnost poleg jezika, literature, arhitekture, kinematografije, vključuje tudi mnoga druga področja. Ta področja so znanstveno raziskovanje, izobraževanje, podpora novim tehnologijam in informacijski družbi ter področje družbenega in regionalnega razvoja.

EU kulturnikom držav članic omogoča sodelovanje v programih za spodbujanje umetniške in kulturne ustvarjalnosti v Evropi, ki pokrivajo področja od literature do kulturne dediščine. Obenem skrbi tudi za promocijo jezikov in sicer s sofinanciranjem prevodov leposlovja in humanistike. Prav kultura je za EU tista podlaga, na kateri se lahko gradi zaupanje med narodi in regijami ter ustvarja trajne čezmejne prijateljske povezave. Programi in akcije EU pa v ničemer ne morejo nadomestiti nacionalne skrbi za kulturo, temveč jih lahko samo bogatijo.

Program "Prestolnice kulture" želi poudariti različnost in pestrost evropske kulture. Za kulturno prestolnico Evrope izberejo vsako leto eno ali dve mesti, program Kultura pa jima pomaga tako pri financiranju razstav in dogodkov, ki opozorijo na kulturno dediščino mesta in regije, kot tudi pri financiranju najrazličnejših predstav, koncertov in drugih prireditev, na katerih nastopijo igralci in umetniki z vse Evrope. Izkušnje so pokazale na dolgoročen vpliv programa na kulturo in turizem izbranih mest.

Program bi se moral prvotno končati leta 2004, zaradi njegove uspešnosti pa so ga podaljšali za naslednjih petnajst let. Leta 2006 je kulturna prestolnica postalo mesto Patras v Grčiji, leta 2007 pa si prvič naslov delita dve evropski mesti, in sicer Luksemburg in mesto Sibiu v Romuniji. V letu 2012 si bo Maribor delil naslov Evropske prestolnice kulture z mestom Guimaraes na Portugalskem.

Področje kulture je tudi po vstopu Slovenije v EU v pristojnosti slovenske države. Slovenija si kot majhna država prizadeva za ohranjanje in negovanje kulturne samobitnosti ter kulturne in jezikovne raznolikosti. Evropsko načelo spoštovanja kulturne raznolikosti ne more nadomestiti vrzeli, ki bi nastala zaradi podcenjenosti pomena kulture

doma. Še naprej bomo morali biti pozorni na okolja in priložnosti, v katerih se bosta slovenska kultura in slovenski jezik polnovredno uveljavljali, razvijali in se dokazovali ter nenazadnje tudi bogatili, tako kot sta se v svoji zgodovini. Ohranjanje slovenske identitete in krepitev jezikovne zavesti torej ostaja slovenska naloga (glej European Commission 2007).

1.4.2 DRŽAVA IN NJENE INSTITUCIJE

Slovenija je svoje turistične cilje in ukrepe zapisala v Resoluciji o strateških ciljnih na področju razvoja turizma v Republiki Sloveniji s programom aktivnosti in ukrepov za njeno izvajanje, ki jo je sprejel Državni zbor RS 24. januarja 1995 in je bila objavljena v Uradnem listu št. 7/95, dne 4. februarja 1995.

Temeljni cilj, zapisan v resoluciji, pravi, da si mora Slovenija prizadevati za razvoj razpoznavnih in tržno zanimivih, kakovostnih turističnih proizvodov, ki bodo temeljili na izrabi domačega znanja in ustvarjalnosti, na naravni in kulturni dediščini in na drugih danostih in prednostih, s katerimi se bo Slovenija uvrstila med razvite turistične države.

Kot turistično prepoznavni proizvodi, ki so se na turističnem trgu sposobni samostojno tržiti, so v resoluciji zapisani naslednji:

- gore (lahka dostopnost, zavarovana območja, možnosti za različne aktivnosti),
- morje s Krasom (voda, klima, znamenitosti, zabava),
- območje naravnih zdravilišč (kakovostna naravna zdravilna sredstva, številne privlačnosti, vrhunske storitve),
- mesta (ugodne prometne povezave, različna kulturna ponudba, kongresna dejavnost),
- podeželje (zdrava domača hrana, kakovostna vina, vinsko-turistične poti, domača obrt, prireditve, popotništvo, kolesarjenje),
- igralništvo.

Učinki, ki jih pričakuje Slovenija od načrtno vodene turistične politike, se morajo odražati v:

- večjem deviznem prilivu od turizma,
- večjem zaslužku od prodanega blaga in storitev na turističnem trgu,
- izgradnji novih in v boljši izkoriščenosti prenočitvenih zmogljivosti,
- višji kakovosti storitev,
- enakomernejšemu razvoju regij,
- večji stopnji zaposlenosti in izboljšani kakovosti življenja zaposlenih in domačinov (glej Zorko 1999).

Ministrstvo za gospodarstvo, direktorat za turizem, je v mesecu marcu 2007 objavil cilje in strategijo turistične politike za leto 2007 z usmeritvami za leto 2008.

Turizem predstavlja pomembno razvojno in poslovno priložnost za Slovenijo. Glede na obstoječ razvojni potencial lahko turizem v naslednjih letih postane ena izmed vodilnih panog slovenskega gospodarstva. Turizem je integrirana dejavnost, ki posega na vsa področja gospodarskega in družbenega življenja. Turizem se integrira na lokalni, regionalni in državni ravni, zato je pri strateškem načrtovanju potrebno upoštevati tudi strateške usmeritve lokalne in regionalne ravni. Vključuje vrsto raznovrstnih dejavnosti, ki imajo za svoj razvoj izdelane razvojne strategije.

Ne nazadnje je slovenski turizem del svetovnega in evropskega turizma, zato je potrebno upoštevati tudi temeljna načela in razvojne usmeritve turizma UNWTO in Evropske unije. V obdobju od 2007 do 2013 je Vlada Republike Slovenije med prednostne naloge uvrstila tudi turizem, kar je razvidno iz osnutka Državnega razvojnega programa za obdobje od 2007 do 2013, kjer je turizem predstavljen kot eno izmed pomembnih področij v okviru razvojno investicijske prioritete »Konkurenčno gospodarstvo in hitrejša rast«. Turizem ima pomembno mesto tudi v strateških dokumentih za črpanje evropskih sredstev, kjer je vključen v posebni razvojni prioriteti »Povezovanje naravnih in kulturnih potencialov« v osnutku Nacionalnega strateškega referenčnega okvirja. Opaziti je, da se trendi, ki so v svetu prisotni že dalj časa, vse bolj uresničujejo tudi pri nas.

Tako so kot enega najmočnejših trendov izpostavili hitrejšo rast števila prihodov tujih gostov od števila prenočitev, kar je po eni strani posledica pospešene rasti števila kratkih potovanj in vikend počitnic, po drugi strani pa trend krajšega bivanja gostov v enem kraju.

Med trendi, ki že danes bistveno zaznamujejo turistično dejavnost, rast njihovega vpliva pa pričakujemo tudi za leto 2007, so rast povpraševanja po potovanjih in počitnicah oz. destinacijah, ki nudijo več vrednosti za manj denarja (*»value for money«*), porast povpraševanja po avtentičnih doživetjih in večja intenzivnost preživljanja počitnic, iskanje novih turističnih destinacij kot alternativa klasičnim, rast *»online«* rezervacij in uporabe sodobnih tehnologij v turizmu, hitrejša rast individualnih potovanj in potovanj v lastni organizaciji, porast *»last minute«* rezervacij, nadaljnja rast uporabe nizkocenovnih prevoznikov znotraj Evrope, naraščanje zavesti o zdravju in zdravem načinu življenja na počitnicah in večji poudarek na varovanju okolja in trajnostnem turizmu.

Splošni cilj *»Razvojnega načrta in usmeritev slovenskega turizma 2007–2011«* je spodbuditi investicijski cikel v turizmu, katerega skupna vrednost v naslednjem strateškem obdobju (2007–2011) naj bi bila 1,1 mrd. EUR. V obdobju 2007–2011 se bo nadaljevalo uresničevanje v prejšnjem strateškem obdobju začetega investicijskega cikla. Investicijski cikel bo obsegal: investicije v prenočitvene kapacitete visoke kakovosti in investicije v izgradnjo druge turistične infrastrukture v velikih podjetjih in v segmentu malih in srednjih podjetij, nadalje v razvoj novih integralnih turističnih proizvodov in njihovo učinkovito integracijo v sodobne turistične distribucijske kanale ter v izgradnjo javne turistične infrastrukture, pomembne za razvoj turizma. V tem obdobju se načrtuje tudi bolj sistematski pristop k izvedbi investicij v javno športno turistično infrastrukturo in k izvedbi investicij v ohranjanje naravnih vrednot, obnovi objektov javne kulturne infrastrukture za potrebe oživitve mest ter obnovi objektov kulturne dediščine z namenom njihove učinkovite valorizacije v turistične namene. Omenjeni vsebini sta v domeni Ministrstva za kulturo, Ministrstva za šolstvo in šport ter Ministrstva za okolje in prostor (glej Ministrstvo za gospodarstvo 2007).

1.4.3 OBČINA MARIBOR

Občina je po mojem mnenju najpomembnejši akter, ki s svojim financiranjem vpliva na razvoj kulturnega turizma. Menim, da je zelo pomembno, za kakšne projekte se občina odloči oz. kakšnim projektom bo dala prednost. Če meni, da je kulturni turizem dobra strategija za razvoj Maribora, bo več financ usmerila v projekte, ki težijo k razvoju kulturnega turizma. V nasprotnem primeru bodo osebe, ki so odgovorne za upravljanje s finančnimi sredstvi, le-ta namenila kakšnim drugim projektom.

Na internetni strani sem zasledila članek o strategiji turizma v mestu Maribor. Članek je bil objavljen januarja 2002 in pravi, da je cilj mariborske turistične strategije razvijanje turizma v regiji in uveljavitev blagovne znamke Maribor oziroma Maribor-Pohorje.

Javni gospodarski Zavod za turizem Maribor je skupaj s Športnim centrom Pohorje ter Mariborsko razvojno agencijo pripravil predloge in pripombe na strategijo slovenskega turizma od 2001 do 2006, ki jo pripravljajo na Ministrstvu za gospodarstvo v Ljubljani. Osnovni poudarek je na tem, da v strategiji slovenskega turizma Maribora in njegovih turističnih potencialov skoraj ni. Pripravljavci dopolnil predlagajo, da se turizem obravnava kot izvozna panoga tudi pri dodeljevanju subvencij, garancij in kreditov. Pohorje in Maribor v turizmu nista nepomembna, zato bi morala biti pohorski turizem in blagovna znamka Maribor-Pohorje uvrščena med turistične programe posebnega pomena. Širše turistično področje, ki povezuje Maribor, Pohorje, Podravje in Prlekijo, je pomembna regionalna turistična destinacija. Na Pohorju je največje smučišče v Sloveniji z več športno rekreacijskimi centri in na tem področju se razvija tudi zdraviliški turizem. Naravne znamenitosti Pohorja, kot so šotna barja z jezerci, slapovi, pragozdni predeli, avtohtone rastline, vinorodna pokrajina, mariborsko jezero, Mariborski otok ter mnoga druga jezera, so dediščina Pohorja in Podravja ter predstavljajo pomembno vez narave in človeka. Pohorski turizem izraža poseben način preživljanja prostega časa, s svojo bogato ponudbo in kvalitetno turistično infrastrukturo ter s kvalitetnimi načrti razvoja zato pomeni enega izmed pomembnih temeljev slovenskega turizma. Mesto Maribor ima nekaj svetovno prepoznavnih stalnic, oblikuje pa tudi nove produkte, ki so usklajeni s sodobnim turističnim povpraševanjem. Dobro skupno delo na turističnem razvoju se

odraža v oblikovanju sodobne turistične strategije za območje Maribora z okolico. Maribor je eno izmed redkih mest v Sloveniji, kjer je turistična strategija že pripravljena. Raznovrstna turistična ponudba, zimski turizem, vinske ceste, velike mednarodne prireditve kot npr. Zlata lisica, nakupovalni turizem, termalni turizem, velike festivalske, športne, kulturne in mestne prireditve so turistični programi, ki utemeljujejo uvrstitev dodatne blagovne znamke Maribor (Maribor-Pohorje) v strategijo slovenskega turizma (glej Mestna občina Maribor 2002).

Na uradni spletni strani Mestne občine Maribor lahko zasledimo tudi kratek pregled Maribora v obdobju 2003 – 2006.

Pod dosežki oz. načrti s področja kulture so izpostavili priprave na kandidaturo Maribora za Evropsko prestolnico kulture 2012. Po 25-ih letih se je z obnovo stare dvorane in izboljšano akustiko večje dvorane zaključila prenova SNG v Mariboru. Obnovljena je bila tudi Unionska dvorana in kompleks stavbe Union. V tem obdobju se je pričela sanacija Minoritskega samostana in izdelava projektne dokumentacije ter pridobitev gradbenega dovoljenja za rekonstrukcijo Minoritskega samostana in izgradnjo Lutkovnega gledališča Maribor. Za prihodnost pa je pripravljen projekt obnove severnega obrambnega stolpa (glej Mestna občina Maribor 2006).

1.4.4 SPONZORJI IN DONATORJI

Sponzorji ali donatorji lahko s svojim financiranjem spodbudijo razvoj kulturnih projektov. Sponzorji so pogosto povezani z izpeljavo kulturnih programov. Če bi prišlo veliko gostov iz tujine z namenom, da obiščejo kulturni dogodek, bi jim lahko zraven ponudili še prenočišče, izlet po vinski cesti, ogled mesta ali jih peljali na ogled katerega drugega slovenskega mesta. Tako pridobijo vsi. Kulturniki, ker so njihove predstave obiskane, turistični delavci, ker lahko ponudijo aranžmaje in ponudniki turističnih storitev (hoteli, restavracije).

2. TURIZEM

Moja hipoteza je: V Mariboru lahko govorimo o kulturnem turizmu. Za kulturni turizem je potrebna vizija in usmerjena politika. Ker je kulturni turizem splet turizma in kulture,

je pomembno, da omenim, kaj je turizem, kakšni so turistični motivi in kaj je kulturni turizem.

Splošno uveljavljena beseda turizem izhaja iz francoske in angleške besede tour, ki pomeni krožno gibanje ali krožno potovanje. Prve definicije so turizem označevale enostransko. Leta 1942 pa sta Hunziker in Krapf oblikovala univerzalno definicijo. Ta definicija se glasi: »Turizem je splet odnosov in pojavov, ki nastanejo zaradi potovanja in bivanja tujcev v nekem kraju, v kolikor to bivanje ne povzroči stalne naselitve in ni zvezano s pridobitno dejavnostjo.« (Jeršič 1987:10). V tej definiciji pridemo do ugotovitev, da turizem ni samo potovanje ali bivanje ljudi zunaj stalnega kraja, temveč je zelo širok splet odnosov in pojavov.

Kmalu se nam porodi vprašanje: Kdo sploh je turist? Govorimo lahko o širšem in ožjem smislu besede turist. V širšem smislu so turisti tiste osebe, ki potujejo in se začasno zadržujejo v drugem kraju svoje ali druge države, ki ni kraj njihovega bivanja, niti kraj dela. V ožjem smislu pa so turisti samo tisti obiskovalci nekega kraja, pri katerih sta poglobljena rekreacijski ali kulturni motiv. Sama se bom osredotočila bolj na turiste v ožjem smislu, saj so ti bolj zanimivi za moje nadaljnje raziskovanje (glej Jeršič 1987).

2.1 TURISTIČNI MOTIVI

Pod pojmom turistični motivi razumemo želje in pričakovanja, ki usmerjajo ravnanje turistov. Turistične motive lahko razdelimo na:

Telesne motive, ki izvirajo iz želje po sprostitvi in počitku ali po telesni in športni dejavnosti. Ti motivi izhajajo iz želje po ohranitvi telesnega zdravja in telesne zmogljivosti.

Duševne motive, ki temeljijo na želji po duševni sprostitvi in obnovi duševnih moči. Turisti s takšnim motivom zavestno spremenijo klimo, mestno okolje in način življenja.

Kulturne motive, ki jih spremlja želja po spremembi okolja zaradi spoznavanja drugih pokrajin, njihovih ljudi, kulturnih in umetniških stvaritev. Te lahko razdelimo na:

- željo po spoznavanju drugih dežel in njihovih naravnih ali družbenih značilnosti,

- željo po spoznavanju običajev, navad in jezikov drugih pokrajin ali dežel, npr.: preizkušanje gastronomije, religioznih ali folklornih navad idr.,
- zanimanje za kulturne in umetniške stvaritve, npr.: ogledovanje kulturnih spomenikov, muzejev, umetniških zbirk, umetniških prireditev idr.

Med turistično potovanje s kulturnimi nagibi sodijo tudi potovanja z namenom dodatnega izobraževanja, predvsem obiska raznih strokovnih prireditev: tečajev, seminarjev ali razstav.

Medsebojni stiki, ki jih vzbuja želja po srečanju z znanci, sorodniki, prijatelji ter po sklepanju novih znanstev ali prijateljstev.

Želja po izkazovanju, ki jo lahko označimo tudi z željo po osebnem uveljavljanju in ugledu.

Pri večini turistov je pri odločitvi za turistično potovanje odločilnih hkrati več naštetih motivov (glej Jeršič 1987).

2.2 TURISTIČNI KRAJI

Če želim govoriti o Mariboru kot o turističnem kraju, je pomembno, da navedem kaj turistični kraj je. Turistični kraj je glede na statistične definicije in merila kraj, ki nudi privlačne možnosti za bivanje (naravne lepote, zdravilni vrelci, kulturnozgodovinski spomeniki, etnološke posebnosti in običaji, kulturne, zabavne in športne prireditve), infrastrukturne možnosti (možnost dostopa, prometne zveze) in receptivne možnosti (namestitveni objekti, parki, sprehajališča ipd.).

Kraje, ki po omenjenih merilih sodijo med turistične, pa nadalje delimo v naslednje skupine:

➤ Glavno mesto Slovenije - Ljubljana

Ta pritegne obiskovalce predvsem kot administrativno-politično središče države, nato pa s svojimi zgodovinskimi, etničnimi, gospodarskimi, urbanistično-arhitektonskimi in drugimi značilnostmi.

➤ **Zdraviliški kraji**

Sem spadajo klimatska, mineralna in termalna zdravilišča, ki imajo praviloma tudi ustrezne objekte za zdravljenje in rehabilitacijo obiskovalcev.

➤ **Obmorski kraji**

To so kraji vzdolž morske obale.

➤ **Gorski kraji**

Praviloma so to kraji, ki ležijo na nadmorski višini nad 500 metrov ali v teritorialnem območju gora. Pod to kategorijo uvrščamo tudi Mariborsko Pohorje.

➤ **Drugi turistični kraji**

To so kraji, ki so privlačni zaradi podnebnih razmer, kulturnozgodovinskih spomenikov ipd., kraji ob rekah in jezerih in drugi kraji, ki jih ne moremo uvrstiti med prej navedene. Statistični urad Slovenije je uvrstil Maribor v omenjeno kategorijo.

➤ **Drugi kraji**

Vsi drugi kraji, ki jih ne moremo uvrstiti v nobeno od prej navedenih skupin. Kraji so določeni s Standardno klasifikacijo teritorialnih enot za Slovenijo za leto 2001 (glej Statistični urad Republike Slovenije 2007).

2.3 KULTURNI TURIZEM

Kulturni turizem sodi med zvrsti, ki se v razvitem delu sveta najhitreje razvijajo in tudi Svetovna turistična organizacija mu napoveduje uspešno trženjsko prihodnost. Področje kulturnega turizma je za našo državo iz več razlogov zelo pomembno, zato sodi med zvrsti, ki jih Resolucija o strateških ciljih na področju turizma v Republiki Sloveniji uvršča med tiste, ki jih je treba prednostno razvijati.

Kulturni turizem sestavljajo ponudbe, ki od udeležencev zahtevajo miselni napor, ki pa ga le-ti pričakujejo. Poglavitne teme kulturnega turizma so religija, izobraževanje, zgodovina in arheologija, arhitektura in umetnost, naravne znamenitosti in lepote, vedno

pa so za tržno uspešnost dobrodošli tudi ščepec eksotike in elementi sedanjosti v obliki osebnega stika z matičnim prebivalstvom.

Danes se vse vrtilo okrog ponudbe za Evropo - kaj lahko torej Slovenci tam ponudimo in za koga v Evropi (ciljne skupine) naj pripravimo svojo kulturno turistično ponudbo? Omejimo se na tri pogloblitve starostne in vedenjske skupine:

- **mladinski turizem** (predvsem dijaki in študentje; pogloblitveni turistični tokovi so omejeni na poletje, torej na čas poletnih počitnic; povpraševanje po kulturi, po razvedrilu za mlajše (diskoteke) in po naravnih znamenitostih),
- **individualni turizem** (največ pripadnikov srednjih let; v segmentu kulturnih potovanj je odstotek individualnih turistov precej višji kot pri kontrolni skupini vseh turistov in je prenosorazmeren z izobrazbo turistov; povpraševanje po kulturi, po razvedrilu (gledališče, koncerti klasične in sodobne glasbe, opere, muzikali), po naravnih znamenitostih in po rekreaciji in športu),
- **študijska potovanja** (največ pripadnikov seniorjev - povprečna starost znaša glede na oddaljenost ciljne destinacije tudi 65 in več let; povpraševanje po kulturi, po razvedrilu (gledališče, klasični koncerti, opere, muzikali), po naravnih znamenitostih ter po rekreaciji in zdravstveni preventivi) (glej Sibila Lebe 2000).

2.3.1 ZNAČILNOSTI EVROPSKEGA TURISTIČNEGA TRGA NA PODROČJU KULTURNEGA TURIZMA

Prihodnost slovenskega turističnega poslovanja bodo zaznamovali prav vsi evropski gospodarski in sociološki trendi. Nujno jih bo sproti spremljati in jim prirejati obseg, vrste in kakovosti naše ponudbe. V sedanjem trenutku je tako na primer v Nemčiji zelo živahno povpraševanje po kulturnem turizmu. Največji nemški ponudnik študijskih potovanj Studiosis je po obsegu poslovanja na 11. mestu med vsemi nemškimi ponudniki potovanj. Opira se na dokaj jasno zaznavne značilnosti:

- kulturni turistični proizvodi so dragi, ker so kakovostni in delovno intenzivni - kulturno potovanje je dražje,
- kulturna potovanja so skoraj neobčutljiva na svetovna recesijska nihanja - specializirana podjetja krizne čase bolje »prebolijo«,
- specialistično ponudbo najdemo v dokaj razvitem narodnem gospodarstvu, ki se lahko opira na znanje strokovnjakov z visoko specializiranim znanjem - turistično gospodarstvo je izjemno občutljivo povezano z izobraževanjem,
- evropsko turistično gospodarstvo ponuja zelo dobre gospodarske razmere za preživetje zelo ozko specializiranim ponudnikom, ki polnijo tržne niše.

Na svetu je čedalje več ljudi, ki so "že vse videli" in ki iščejo vedno nove, doslej neodkrite koticke sveta - svetu se lahko predstavimo kot malo znana, a v prihodnosti pomembna destinacija na področju trženja kulture.

Že na prvi pogled pri državah v razvoju in pri večini držav v tranziciji opazimo zaostanek za svetovnimi trendi pri kakovosti in metodah oblikovanja katalogov, pri načinu nagovarjanja potencialnih gostov, pri marketinškem spremljanju gostov itd. Slovenija je na tem področju svojo predstavitev postavila na raven, ki je enakovredna razvitim evropskim turističnim državam (glej Sibila Lebe 2000).

2.3.2 KULTURNI TURIZEM V SLOVENIJI

Čeprav ima Slovenija bogato kulturno in naravno dediščino, v turistični ponudbi najdemo samo njene posamezne delčke (nekateri so že precej skomercializirani), velike zagnanosti za ustvarjanje novih, kompleksnih kulturnih ponudb ni opaziti.

Poleg kulturnih in naravnih znamenitosti ter kulturnih prireditev lahko turistom ponudimo tudi stik z matičnim prebivalstvom, na primer ob obisku muzejskih zbirk v zasebni lasti, ki so bile še pred kratkim skoraj neznane, ob različnih folklornih prireditvah ipd. V Sloveniji poteka ta del največkrat ljubiteljsko, pod pokroviteljstvom turističnih društev, torej ne poklicno.

V Sloveniji imamo veliko neizkoriščenih možnosti za trženje kulturne ponudbe. Tako se na primer dve specializirani agenciji ukvarjata izključno z verskim turizmom. Njuna usmerjenost je deklarativno dvosmerna, vendar je tok iz Slovenije v kraje zunaj naših meja neprimerno močnejši kot tisti v državo. Nihče v Sloveniji ne zna zadovoljivo odgovoriti na vprašanje, kakšen bo položaj slovenskih organizatorjev potovanj, ko bomo morali odpreti vrata tujim ponudnikom z visoko kakovostjo storitev in s konkurenčnimi cenami.

Spodbudno je videti, da čedalje več malih turističnih ponudnikov išče svoje preživetje v polnjenju niš. Odločitev za ozko specializacijo pomeni v prvih letih dela precej trd kruh, kasneje pa je uspeh odvisen od njegovega vztrajanja pri kakovosti ponudbe; kdor se je zvesto drži, ima kmalu dobro ime na območju celotne države in tu je majhnost izrazita prednost.

Slovenija ima zelo ugodno poklicno in izobrazbeno sestavo tujih gostov glede na zvrsti potovanj, ki naj bi jih v prihodnosti intenzivneje razvijali (več kot pol je višje in visoko izobraženih). Ponuja se vprašanje, kako mora biti oblikovana ponudba slovenskega kulturnega turizma v začetku novega tisočletja, da bo pritegnila zahtevne goste. Na evropskih tleh bo zaradi poceni pacifiške ponudbe uspešen samo ponudnik, ki vlaga v kakovost. Ponudbe s področja kulture sodijo med kakovostne in jih je treba podpirati tudi na državni ravni.

Ustrezno usposobljenost hotelskega osebja bo treba doseči in potem ohranjati s stalnim izobraževanjem. V Sloveniji nimamo ustreznega programa za izobraževanje vodnikov za študijska potovanja, čeprav gre za prednostno področje razvoja slovenskega turizma. V Nemčiji se kandidati na tečajih intenzivno ukvarjajo s psihologijo različnih starostnih in socialnih skupin, s psihologijo skupine in s skupinsko dinamiko, s pedagogiko in didaktiko za specializacijo se lahko odločijo manjši ponudniki, večji pa lahko organizirajo posebne oddelke za posamezne perspektivne zvrsti turizma. Ta proces pri nas poteka zelo počasi.

Poskrbeti moramo za odlično kakovost, raznovrstnost in hitro dosegljivost "dodatne ponudbe", ki pri tej skupini gostov pomeni primarno ponudbo. Ponuditi moramo manjše,

prijetno urejene hotele in mir v njih. Z uvajanjem dobrih zasebnih hotelov bi evropskemu povprečju prilagodili tudi lastninsko strukturo nastanitvenih objektov.

Kulturna ponudba države, regije ali mest ima lahko velik potencial za razvoj mesta. Prvi korak, da lahko govorimo o kulturnem turizmu, je združitev turizma in kulture. To pomeni, da se morajo turistični ponudniki in načrtovalci strategije razvoja turizma zavedati, da jim lahko kultura prinese turiste. Verjeti morajo, da dobra kulturna prireditve lahko poveča število turistov v Mariboru, ki bodo prišli k nam z namenom ogleda prireditve in si hkrati ogledali še mesto, morda obiskali vinsko cesto in nekje tudi prenočili. Prav tako morajo kulturniki pri načrtovanju prireditev razmišljati o takšnih, ki bodo zanimive in namenjene kulturnim turistom (glej Sibila Lebe 2000).

V Sloveniji imamo razmeroma visoko stopnjo brezposelnosti, zato je kulturni turizem strateško idealna dejavnost, ki lahko marsikateri družini zagotovi eksistenco. Intenzivnejše trženje slovenske kulturne dediščine lahko znatno pripomore k premiku podobe Slovenije v želeni smeri "evropske kulturne dežele sredozemske dežele".

2.3.3 KULTURNI TURIZEM V MARIBORU

Če pogledamo stanje sredi leta 2006, potem na seznamu evropskih kulturnih središč mesta Maribor ne zasledimo, saj so tako kulturna dediščina kot kulturne prireditve premalo promovirane. Produktov v obliki kulturnih prireditev pa je v Mariboru kar nekaj: Festival Lent, Festival Maribor, Mednarodni festival Performa, Izzven, Festival eksperimentalnega gibanja ter številni drugi.

2.3.4 ZDRUŽENJE ZA TURIZEM - ATLAS

ATLAS - Association for tourism and Leisure Education je projekt, ki se ukvarja z raziskovanjem kulturnega turizma in se je razvil leta 1991, v želji po odkritju fenomena kulturnega turizma. Od leta 1991 je program ATLAS izvedel več kot 30.000 intervjujev z obiskovalci kulturnih prireditev. Poudarek so dali na razumevanju motivacij, profila in obnašanja kulturnih turistov. Program se je začel s proučevanjem v Evropi, vendar se je v

zadnjih letih razširil tudi po ostalem svetu. Kulturni turizem so označili kot enega najhitreje rastočih področij globalnega turizma. V obdobju 15-ih let je ATLAS skozi raziskovalni program o kulturnem turizmu izvedel veliko število raziskav o kulturnih turistih in politiki kulturnega turizma.

Raziskave so pokazale, da se področje kulturnega turizma zelo hitro razvija.

➤ *ZAKLJUČKI RAZISKAVE ATLAS*

Pomembno pri proučevanju kulturnega turizma je, da niso vsi obiskovalci kulturnih znamenitosti kulturni turisti. Nanašajoč se na raziskavo Atlas iz leta 2002 približno 36% obiskovalcev kulturnih znamenitosti prihaja iz okolice mest prireditev. Manj kot ena tretjina je tujih turistov. To podkrepi trditev, da večina obiskovalcev prihaja od drugod in da je domače okolje ena izmed največjih kulturnih znamenitosti, ki pritegne tuje turiste. Ugotovili so tudi, da je večina obiskovalcev kulturnih prireditev žensk. V raziskavi iz leta 2002 je bilo moških 45%.

V nasprotju s tradicionalnim pogledom na kulturni turizem, mladina zavzema pomemben segment celotnega občinstva. Največja skupina obiskovalcev je starih med 20 in 29 let in skoraj 40% obiskovalcev je starih manj kot 30 let. Za kulturni turizem je zelo pomembna mladina in študentje, saj lahko prenesejo svoje navade tudi na prihodnje starostno obdobje. Obiskovalci kulturnih prireditev vključno s kulturnimi turisti so večinoma višje izobraženi. Več kot polovica jih ima višjo izobrazbo kot tretjina populacije EU. Višja stopnja izobrazbe je povezana z boljšo službo in posledično višjimi dohodki. Kulturni turisti imajo plačo za tretjino višjo od povprečja EU.

Eno izmed pomembnih vprašanj je motivacija kulturnih turistov oz. kaj jih privabi. Še enkrat je pomembno poudariti, da niso vsi obiskovalci kulturnih znamenitosti kulturno motivirani. Manj kot 20% obiskovalcev kulturnih znamenitosti je odgovorilo, da so prišli na počitnice izključno iz kulturnih vzgibov. Veliko obiskovalcev kulturnih znamenitosti se ne uvršča med kulturne turiste. ATLAS-ova raziskava je ugotovila, da je razmerje kulturnih turistov v letu 2002 le malo višje kot med letoma 1997 in 1999 nanašajoč se na raziskavo ATLASA.

Tradicionalne znamenitosti kot na primer muzeji, galerije in spomeniki, so še vedno turistično najbolj obiskana mesta. V letu 2002 je več kot polovica Atlasovih intervjuvancev obiskala muzej, 43% jih je obiskalo spomenike in 32% galerije. Kakorkoli, tu je dokaz, da se je povečalo zanimanje za različne oblike kulturnih znamenitosti. Ugotovitve iz leta 2001 kažejo, da muzeji niso zabeležili nobenega povečanja obiska v primerjavi z letom 1997. Na drugi strani pa se je obisk turistov povečal v umetnostnih galerijah, ki imajo festivale in umetnostne zanimivosti.

So mesta, ki jih uvrščamo med najbolj zanimive kulturne destinacije. Pariz, Rim in London so vedno med prvimi tremi. London in Pariz sta verjetno na vrhu zaradi njunega slovesa "svetovnega mesta", Rimu pa je veliko število obiskovalcev prinesla pomembna zgodovina in bogastvo moderne kulture italijanske prestolnice. Za vodilnimi tremi mesti pa se pogosto govori o Atenah, Firencah in Barceloni.

Največji vir informacij za kulturne turiste so osebna priporočila prijateljev in družine in sicer 46%. Turistični vodniki so najpomembnejši vir med publikacijami - 27%, vendar internet postaja vedno bolj pomemben vir informacij. Vedno več ljudi si rezervira svoje počitnice preko spleta (8% v letu 2002). Tako lahko povzamemo, da je potrebno nameniti vedno večjo moč promociji preko interneta in izboljšati naše spletne strani. Mnenje, da so kulturni turisti bogati turisti, se je v raziskavi potrdilo. Dnevna poraba kulturnega turista je bila čez 70 evrov, kar je več od tako imenovanih plažnih turistov (48 evrov) in tistih, ki so na krajšem oddihu (42 evrov). Pomembno je omeniti, da povprečno kulturni turisti ostanejo manj dni kot plažni turisti.

Povzetek raziskave je, da so kulturni turisti bolj izobraženi ljudje, z boljšimi službami in večjim prihodkom. Ti elementi sovpadajo s stereotipom o kulturnih turistih. Pogosto pa turisti kulturnih znamenitosti niso kulturni turisti v pravem pomenu, ampak nekakšna mešanica med zanimanjem za kulturo, zabavo in sprostitevijo (glej A global network for cultural tourism research 2007).

2.4 TURISTIČNA POLITIKA

Vse turistične države po svetu, ki želijo s turizmom doseči karseda veliko pozitivnih učinkov, morajo zavestno usmerjati in spodbujati razvoj turizma, voditi in izvajati načrtovano turistično politiko in hkrati spremljati uresničevanje postavljenih ciljev. Voditi turistično politiko pa pomeni postaviti kratkoročne in dolgoročne cilje in določiti aktivnosti, s katerimi bo mogoče te cilje doseči.

Turistična politika ne more biti izolirana od splošne gospodarske politike države, saj je njen sestavni del. Skladna mora biti z gospodarsko politiko države in s politikami dejavnosti, ki sodelujejo ali vplivajo na razvoj turizma.

Za uresničitev turističnih ciljev pa so potrebni ekonomski, organizacijski, socialni in pravni ukrepi. To pomeni, da morajo biti sprejete posebne ekonomske, organizacijske in socialne rešitve, podprte z ustreznimi splošnimi in posebnimi predpisi. Ti zadevajo na eni strani turiste in na drugi strani vse, ki sooblikujejo turistično ponudbo (varovanje naravnega in kulturnega bogastva, varstvo okolja, tuja vlaganja itd.). Hkrati pa mora biti zagotovljena dobra povezava med javnim in zasebnim sektorjem in med organizacijami na lokalni in nacionalni ravni. Mnoge ukrepe mora sprejeti država sama, nekatere država v sodelovanju z drugimi inštitucijami, zadolženimi za razvoj turizma (Gospodarska zbornica Slovenije, Obrtna zbornica Slovenije itd.), pri nekaterih pa sodelujejo izvajalci turističnih storitev, sindikati, društvene organizacije in drugi.

Za uresničitev ciljev so zadolženi nosilci na nacionalni, lokalni in podjetniški ravni. Med nosilci so v resoluciji posebej izpostavljeni: ministrstvo pristojno za turizem in druga ministrstva (za okolje in prostor, za kulturo, šolstvo, finance, delo, kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano), Gospodarska zbornica Slovenije, Obrtna zbornica Slovenije, Statistični urad RS, Turistična zveza Slovenije, občine, sindikati in posamezni nosilci turistične ponudbe (glej Zorko 1999).

3. OBSTOJEČI KULTURNI PROJEKTI V MARIBORU

Rezultat turistične politike so nekateri obstoječi kulturni projekti, ki že imajo prvine kulturnega turizma.

3.1 MARIBOR - SEDEŽ EVROPSKE ORKESTRSKE AKADEMIJE

Mestna občina Maribor, Univerza v Mariboru in Narodni dom Maribor poizkušajo pridobiti pomemben evropski projekt na področju kulture. Od septembra 2007 naj bi bil Maribor rezidenčno mesto Evropske orkestrske akademije. Če bo projekt izpeljan, bo primer dobre prakse, saj je plod sodelovanja med Mestno občino, univerzo in Narodnim domom. Projekt so v Mestni občini predstavili junija 2006.

Sestavni del izobraževalne organizacije naj bi bil tudi stalni simfonični orkester, ki bi bil po svoji produkciji podoben profesionalnim orkestrom, ambicija projekta pa je, da bi po kakovosti sodil med vrhunske evropske orkestre.

Iz več vidikov gre za izjemno atraktiven in zahteven projekt, saj primerljive institucije v Evropi še ni, orkester in akademija v Miamiju, Florida (ZDA), po kateri se projekt delno zgleduje, pa deluje v drugačnih okoliščinah. Gre torej za nov program, ki v marsičem odstopa od znanih modelov univerzitetnega študija, kakor tudi od obstoječih oblik uvajanja v orkestrsko igro, ki ga izvajajo nekateri priznani evropski simfonični orkestri sami.

Snovalci projekta Evropske orkestrske akademije v Mariboru ocenjujejo, da bi imela Evropska orkestrska akademija pozitivne učinke na življenje, razvoj in mednarodno prepoznavnost mesta

- s stalno prisotnostjo preko osemdeset mladih profesionalnih glasbenikov iz držav EU,
- z gostovanji vrhunskih dirigentov in solistov,
- s povečanjem vrhunske koncertne ponudbe simfonične in komorne klasične glasbe ter tudi popularnejših glasbenih oblik,
- z novimi delovnimi mesti v novih institucijah,

- z dotokom sredstev, ki se porabijo v mestu (delovanje akademije, bivanje študentov, gostje...),
- z razvojem spremljevalnih dejavnosti (gostinske dejavnosti, notografija, dobava in servisiranje instrumentov ipd.),
- z bistvenim povečanjem možnosti za razvoj kulturnega turizma,
- s posrednim vplivom na ustvarjalni zagon v mestu, na njegovo mednarodno primerljivost in vključevanje v svetovne ustvarjalne tokove,
- z izjemnim programom poživiljeno staro mestno jedro,
- z višanjem kakovosti življenja in rastjo kulturnih potreb.

Projekt Evropske orkestrske akademije je med prelomnimi in pomembnejšimi trenutki razvoja kulturnega turizma v Mariboru. V razvojnih dokumentih Mestne občine Maribor do tega predloga projekta ni bila področju kulturnega turizma posvečena nobena pozornost. Projekt Evropske orkestrske akademije bi lahko Mariboru skupaj s programi Slovenskega narodnega doma Maribor, novimi muzejskimi programi, odmevnimi kulturnimi prireditvami ter festivali, ob primernem pristopu ponujal razvoj kulturnega turizma (glej Sajko Daniel in Ann Truyens 2006).

K potrebni pozornosti za razvoj kulturnega turizma navaja najprej dejstvo, da bi šlo za poslovno področje in priložnost, ki sta jo med kulturnimi institucijami v Mariboru do neke mere razvila in izkoristila na primer SNG Maribor s prodajo operne produkcije publiki iz avstrijske Štajerske in Koroške ter Sinagoga, ki zaradi svojega zgodovinskega pomena za judovske skupnosti privablja veliko število obiskovalcev iz tujine. Zagon orkestrske akademije bi povečal ponudbo vrhunskih glasbenih kulturnih dogodkov nad sedanje kulturne potrebe Mariborčanov. Te potrebe bodo nedvomno narasle, vendar gre za postopen proces. Dodatna ponudba vrhunskih koncertov, ki so v razvitih kulturnih centrih praviloma tedne vnaprej razprodani, pa bo nedvomno poslovna priložnost za razvoj posebne turistične ponudbe, ki zahteva specifična znanja in pristop.

Evropska orkestrska akademija je oblika podiplomskega študija orkestrske glasbe, obenem pa gre za polno delujoči 86-članski simfonični orkester. Izbor članov naj bi potekal vsaki dve leti, kolikor traja podiplomski študij. Avdicije pa se bi izvajale v desetih evropskih mestih. Evropska orkestrska akademija naj bi bila pridružena članica

Univerze v Mariboru in glasbeniki bodo uživali ugodnosti, ki jih univerza nudi svojim študentom. Univerza bi v okviru Študentskih domov poskrbela za nastanitev orkestra v času prenove Žičkega dvora, ki predstavlja dolgoročno rešitev za sedež akademije (glej Pavlič 2007).

3.2 EVROPSKA PRESTOLNICA KULTURE - EPK

Naziv Evropske prestolnice kulture je izrednega pomena za mesto Maribor z regijo. Rada bi ga predstavila tudi v svojem delu, saj je velik projekt, ki lahko prinese številne pozitivne spremembe in tesno poveže vse akterje. Občina, turistični delavci, vsi kulturniki in država bodo morali imeti enak cilj - da čim boljše predstavijo Slovenijo v Evropski uniji, organizirajo čim več prireditev, so inovativni in primer dobre prakse za vse naše naslednice. Predsedovanje nam daje krasno možnost za promociji EPK 2012. Potrebna je strategija in tesna povezanost.

Projekt Evropske kulturne prestolnice so ustanovili na pobudo grške ministrice za kulturo Meline Mercouri 13. junija 1985. Namen je združevanje ljudi. Ta projekt je postal zelo popularen med državljani Evrope in je doživel velik kulturni in socialno-ekonomski razvoj.

Od leta 1985 se je predstavilo že 32 mest, od Stockholma, Aten, Krakowa do Porta. Skozi vsa leta je namen ostal isti. Poudarek je predvsem na poudarjanju bogastva kulture in drugačnosti in njunem širjenju prebivalcem EU (glej Culture).

Leta 2012 bo pripadal naziv Evropska kulturna prestolnica Sloveniji in Portugalski. Na Portugalskem so za mesto, ki mu bo leta 2012 pripadal ta častni naziv, izbrali krasno zgodovinsko mesto Guimaraes. 31.05.2007 pa je bil izbran slovenski kandidat za Evropsko prestolnico kulture 2012. Vlada je sprejela kandidaturo šestih mestnih občin, Maribora, Ptuja, Murske Sobotne, Velenja, Slovenj Gradca in Novega mesta.



Župani mestnih občin Maribora, Murske Sobote, Novega mesta, Ptuja, Slovenj Gradca in Velenja so soglašali z ugotovitvijo, da je kulturna ustvarjalnost lahko pomemben nosilec duhovnega in ekonomskega razvoja urbanih središč in širšega okolja. Evropski projekt Evropska kulturna prestolnica (EPK) je nominiranim mestom razvojni izziv in vzpodbuda. Kulturne storitve in kulturni turizem so hitro rastoče panoge z najvišjo stopnjo zaposlovanja in so kot takšne prihodnost evropskega razvoja. Sodelovanje v programu EPK 2012 pomeni izjemno priložnost za uresničitev razvojnih strategij. Dogovor o sodelovanju mestnih občin pri kandidaturi za naziv »Evropska kulturna prestolnica leta 2012« so dne 25. januarja 2007, v Mestni hiši Rotovž v Mariboru, podpisali Franc Kangler, župan Mestne občine Maribor, dr. Štefan Čelan, župan Mestne občine Ptuj, Anton Štihec, župan Mestne občine Murska Sobota, Alojzij Muhič, župan Mestne občine Novo mesto, Matjaž Zanoškar, župan Mestne občine Slovenj Gradec in Bojan Kontič, podžupan Mestne občine Velenje (glej Maribor on.net 2007).

Slovenija bo leta 2012 izvedla projekt EU Evropska prestolnica kulture (EPK 2012). Obdobje med letoma 2008 in 2011 bo najpomembnejše pri snovanju programa in vzpostavljanju potrebne infrastrukture za ta kulturni projekt, ki je v dosedanji zgodovini slovenske države nesporno vsebinsko najobsežnejši in finančno najzahtevnejši.

Predlagane in pripravljene investicije v kulturno infrastrukturo se bodo začele leta 2008 in se morajo končati leta 2011, da bodo leta 2012 na voljo za vsebine. Zaradi zahtevnosti, obsežnosti in pomembnosti tega projekta je pri njegovem uresničevanju nujno potrebno sodelovanje predvsem med Ministrstvom za kulturo in Službo Vlade RS za razvoj, Službo Vlade RS za lokalno samoupravo in regionalno politiko, Ministrstvom za okolje in prostor, Ministrstvom za gospodarstvo, Ministrstvom za promet, Ministrstvom za visoko šolstvo, znanost in tehnologijo ter Ministrstvom za šolstvo.

Začetek priprav na EPK 2012 se ujema z Evropskim letom medkulturnega dialoga 2008. Evropsko leto medkulturnega dialoga bo zlasti namenjeno krepitevi zavesti evropskih državljanov o pomembnosti medkulturnega dialoga, opredelitvi in razširjanju najboljših praks v tem dialogu, krepitevi sodelovanja med izvajalci (na vseh ravneh) medkulturnega dialoga in pospeševanju politike evropskega sosledstva.

Celotno dogajanje med letoma 2008 in 2011 je treba povezati tako horizontalno kot vertikalno, pri čemer je horizontalno povezovanje mreženje med organizacijami in ustanovami, torej zlasti na formalnih ravneh, denimo mreža multimedijskih centrov Slovenije, mreža knjižnic, muzejev, galerij, glasbenih festivalov ipd., vertikalno pa vsebinsko povezovanje posameznih področij, programov, ki se dopolnjujejo in do skupnih rezultatov prihajajo sinergijsko ter projektov, ki se izvajajo v medsebojnem sodelovanju raznih producentov. Nastajajoče kulturne programe je tako treba povezati tudi z izobraževanjem in znanostjo, s turizmom, športom in še nekaterimi področji.

V programe EPK 2012 je treba vključiti najrazličnejše segmente populacije, tudi ranljive skupine, torej tudi skupine s posebnimi potrebami, in vse starostne skupine, od najmlajših do starostnikov ter vse sloje prebivalstva, od mestnega do kmečkega. Poudarek naj bo tudi na vseživljenjskem učenju, saj na primer Slovenija po funkcionalni in digitalni pismenosti še vedno zaostaja za Evropo (glej Sibila Lebe 2000).

3.2.1 MARIBOR – EVROPSKA PRESTOLNICA KULTURE 2012

Maribor je mesto z osmimi mostovi, mesto s tri tisočletno kulturno zgodovino, s številnimi spomeniki in zbirkami ter sodobnimi kulturnimi programi. Ima srednjeveško

jedro, univerzo, Staro trto v centru, čudovit mestni park, privlačno vinsko klet, Mariborski otok in še veliko več.

Zgodovinska, umetniška, telesna, kulinarčna, vinska in ekološka kultura se morajo med seboj povezati. Na spletni strani Čista energija poudarjajo, da bi bilo nujno razviti pojem kulturni turizem. Tako je na praktičnem nivoju pomemben načrt infrastrukture mesta in finančnega zaledja, ki lahko tak množični kulturni turizem sploh podpira. To je prednostna povezava pri razpisu EPK 2012. V tem delu Slovenije lahko turistom ponudimo številne gradove, samostane in cerkve (glej Multimedijški center Kibla 2007).

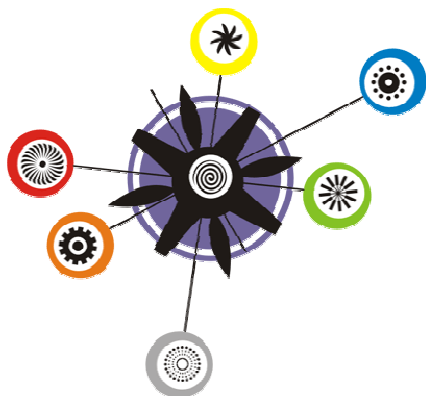
G. Vladimir Rukavina je direktor mariborskega Narodnega doma, ki je ena večjih kulturnih ustanov v Mariboru. Znan je tudi kot oče in organizator največjega slovenskega festivala Lent, zato se mi zdi pomembno, da vključim v svoje delo tudi njegove poglede na Maribor kot Evropsko prestolnico kulture. Sedel je tudi v 13-članski komisiji, ki jo je imenoval Vasko Simoniti in je odločala o tem, katero slovensko mesto bo postalo Evropska prestolnica kulture. G. Rukavina meni, da Maribor po velikosti ustreza evropski prestolnici kulture in ima ob Ljubljani edini tudi ustrezno kulturno infrastrukturo in tradicijo. Vzhodna kohezija je izrazito manj razvita in lahko dodelitev naziva kulturna prestolnica prinese spodbudni moment za izenačitev razvitosti. Maribor in Celje sta zaradi nerazvitosti upravičena do trikrat večje količine sredstev iz evropskih strukturnih skladov kot preostala kandidata. Projekt Čista energija po mnenju g. Rukavine najbolj upošteva raznolikost kulturne ponudbe in ima najbolj kompleksno vključena in povezana vsa umetnostna področja – vizualne, uprizoritvene, intermedijske, glasbene dejavnosti, literaturo in dediščino, tako nepremično kot premično, snovno in nesnovno, etnografsko, kulturnozgodovinsko in industrijsko. Prav tako ugotavlja, da ima ta kandidatura najbolj izraženo literarno noto, ki se izraža skozi rdečo nit mita kot trenutnega svetovnega trenda. Pomembno je tudi, da mariborska kandidatura v največji meri izpostavlja edukativni princip, predvsem povezavo kulture in izobraževanja skozi ustanovitev Akademije za umetnost, Evropske orkestrske akademije ter študij kulturnega in medijskega menedžmenta. V svoj projekt je Maribor tudi edini od kandidatov vključil evropske romarske poti, evropsko tradicijo kulturno-naravnih pešpoti, od katerih E6 in E7 prečkata Slovenijo, edini upoštevajo znano Jantarjevo pot, ki je pomemben del evropskega

kulturno-gospodarskega izročila. Pozitivno je, da bodo turisti, ki bodo prišli v Maribor, skoraj gotovo zavili tudi v Ljubljano. Če pa bi bila evropska prestolnica kulture Ljubljana, pa dvomim, da bi se turisti podali še kam drugam. To je opazno že sedaj, ko je število turistov v Ljubljani močno naraslo in jih zelo malo obiše tudi štajerski konec Slovenije. G. Rukavina pravi, da Evropa nameni evropski prestolnici kulture milijon in pol evrov v tistem letu, ko je neko mesto kulturno mesto Evrope. Meni, da je pomembnejše, da se črpa denar preko strukturnih skladov in drugih evropskih razpisov. Eden izmed očitkov poraženih mest je, da je Maribor v program prijavljal projekte, ki po njihovem mnenju nimajo veliko skupnega, recimo Rock Otočec. Rukavina je na očitke odgovoril, da je Slovenija tako majhna, da se mora povezovati. V kandidaturi Maribora je tako vključenih 60% slovenskega ozemlja in več kot 50% prebivalstva (glej Štamcar 2007).

3.2.2 PROJEKT »ČISTA ENERGIJA«

Koncept izhaja iz kulture kot čiste energije in generatorja razvoja oz. evolucije, navezuje pa se na problemsko kodo kultura - energija - ekologija. Energijo sestavlja povezani krog dveh nasprotnih smeri, ki se spojita v eno. Med vsemi je človek, kreacija narave, ki s kozmično energijo in s svojim početjem iz narave ustvarja kulturo in z ekologijo povratno skrbi za naravo. Tako je energija središče tega sistema, človek pa njegova usmerjevalna sila, ki vpliva nanj.

Slika 3.2.2.1: Čista energija



Maribor, Slovenija kandidat za Evropsko prestolnico kulture 2012
ČISTA ENERGIJA!
Maribor • Murska Sobota • Novo mesto • Ptuj • Slovenj Gradec • Velenje

Vir: Multimedijски center Kibla 2007.

Za slogan ČISTA ENERGIJA so se odločili, ker poudarja slovensko in evropsko problematiko na področjih energije in ekologije ter ju povezuje s kulturo kot čisto ustvarjalno energijo in kulturo kot generatorjem razvoja.

Mariborska kandidatura zajema vsaj štiri tisočletno zgodovino med-regionalnega območja vzhodne kohezije Slovenije, ki je zgodovinsko, kulturno in geografsko gledano na presečišču različnih evro-azijskih narodov in narodnosti in tudi v sedanjosti in prihodnosti tvori pomembno točko med vzhodom in zahodom, teritorij, ki se povezuje z alpskim delom slovanstva na avstrijskem Koroškem po reki Dravi navzgor in na jugu preko reke Kolpe in Drave z Balkanom.

Program temelji na med-regionalnem povezovanju in mreženju vzhodne kohezije Slovenije. Eden od ciljev je celostna kulturna, turistična in infrastrukturna slika vzhodne kohezije. Eden izmed ciljev, ki se navezuje na digitalne medije, je virtualna Slovenija, ki podaja celostno kulturno sliko vzhodne kohezije, tako zgodovinsko kot tudi sodobno. Mestne, urbanistične, zgodovinske, kulturne, festivalske, etnološke, umetniške, med-regijske, čezmejne, kulinarčne, enološke, športne in druge povezave in poti se združujejo v celostno doživetje, vedenje in poznavanje posebnosti tega specifičnega dela Evrope. Poti se povezujejo v mreže in mreže v mrežo mrež, po katerih lahko potuje čista energija.

➤ *Namen projekta*

Namen projekta je povezava kreativnosti, dediščine, izobraževanja, raziskovanja, digitalne pismenosti, kulturnega turizma, gospodarstva, ekologije s čisto energijo. Pomembni so trajnostni razvoj regije, med-regionalno in policentrično delovanje, utrjevanje lokalnih identitet, promocija evropskega kulturnega sodelovanja, mednarodna prepoznavnost Maribora, partnerskih mest, pokrajin, vzhodne kohezijske regije in Slovenije, sodelovanje med neprofitnim in gospodarskim sektorjem, ustvarjanje pogojev za ustvarjanje in predstavljanje kulture, prenova kulturne in industrijske dediščine in zagotovitev trajnih vsebin, dopolnjevanje obstoječe in izgrajevanje nove turistične, rekreativne in prometne infrastrukture, digitalizacija kulture, spodbujanje medkulturnega dialoga, vzpostavitev izobraževalnih deficitarnih programov in ustanov ter vključevanje vseh družbenih skupin, tudi ranljivih.

Uradna spletna stran za Evropsko prestolnico kulture v Sloveniji je "Čista energija". Pripravljaivec razpisa Multimedijijski center Kibla je v svoj program za EPK 2012 vključil in povezal vse mestne občine t.i. Vzhodne kohezijske regije – Murska Sobota, Ptuj, Slovenj Gradec, Velenje, Celje, Novo Mesto in Maribor ter regije Pomurska, Podravska, Koroška, Savinjska, Jugovzhodna Slovenija in Zasavska. V EPK 2012 so vključili regije Vzhodne kohezije, vsako sodelujoče mesto pa k projektu prispeva svoje konkurenčne prednosti. Pri izvedbi programov bo sodelovalo širše okolje in se ne bo omejevalo zgolj na eno mesto. Velenje se bo osredotočilo na svojo industrijsko dediščino, Ptuj je središče bogastva najdb iz antike in etnoloških znamenitosti (Kurenti), Novo mesto je mesto situl, Murska Sobota bo prevzela kulturo podeželja, Slovenj Gradec pa je globalno mesto miru.

Kultura ter z njo povezane dejavnosti bi nedvomno lahko bile v prihodnjih letih glavna prednost za ustvarjanje novih možnosti in priložnosti. V Evropi ocenjujejo, da so kulturne storitve, kreativne industrije, kulturni turizem, najhitreje rastoče panoge z najvišjo stopnjo zaposlovanja in zatorej prihodnost evropskega razvoja, usmerjenega k storitvam. Po statističnih podatkih in socialno ekonomskih kazalcih dosega Vzhodna kohezijska regija le okoli 70% bruto državnega proizvoda in se po evropskih merilih uvršča med

nerazvite, obsega pa okrog 60% ozemlja in vključuje skoraj 1.100.000 ljudi, kar je več kot polovica prebivalstva Republike Slovenije (glej Multimedijski center Kibla 2007).

3.2.3 FINANCIRANJE EPK

Financiranje projektov v sklopu Evropske prestolnice kulture 2012 bo v domeni posameznih mestnih občin, ker pa je EPK regionalnega, državnega in evropskega pomena, bo potrebno sredstva pridobiti tudi od drugod. Župani sodelujočih mest naj bi spregovorili o pobudi, da bi ministrstvo za kulturo oziroma vlada uvedla t. i. *kulturni tolar* za EKP 2012 ob izteku obstoječega kulturnega tolarja.

Za slovensko kandidaturo za EPK 2012 je za Evropsko komisijo v Bruslju potrebno pripraviti dodatne obrazce in promocijsko-informativno gradivo. O tem in drugih nalogah v zvezi s kandidaturo so se 11. julija v Mariboru župani oziroma predstavniki vseh šestih mest zedinili, da bodo uredili predstavitevno knjigo vseh partnerskih mest in dopolnili obstoječe spletne strani. Naloga je bila zaupana KUD Kibla.

Porazdelitev skupnih stroškov med sodelujoča mesta bo potekala v skladu s številom prebivalcev. Ptuj, na primer, bi tako moral prispevati slabih 3000 evrov. Na mariborskem sestanku so se glede morebitne vključitve Celja v EPK 2012 dogovorili, da se celjska občina zaenkrat ne vključi v projekt. Celje pa bo po vsej verjetnosti vendarle sodelovalo, toda ni še določeno, ali samo programsko ali pa kot eden izmed enakopravnih partnerjev (glej RTV SLO 2007).

3.2.4 POZITIVNE SESTAVINE PROJEKTA EPK

Nosilci projekta so prepričani, da lahko projekt EPK 2012 prinese razvoj Vzhodni kohezijski regiji in je enkratna priložnost za celotno Slovenijo, saj naj bi se s tem projektom dvignilo gospodarstvo več kot polovice države. Slovenija ima z zastavljenim konceptom vzhodno-kohezijske EPK 2012 priložnost, da vzpostavi model razvoja širše regije s pomočjo kulture in z njo povezanih dejavnosti iz nerazvite v razvito regije in s tem postane zgled, ki bi lahko služil vsem drugim državam in regijam s podobnimi

problemi kot primer odlične prakse, s čimer bi se Slovenija kot država zagotovo najbolje promovirala. Zelo verjetno je za državo EPK ena boljših priložnosti za kulturni in gospodarski razvoj ter promocijo celotne države. Projekt EPK 2012 je pomemben tudi zaradi priložnosti čezmejnega in mednarodnega sodelovanja. Na ta način se bo povečalo število različnih segmentov turistov, kar je pomembno za nadaljnji razvoj kulturnega turizma v Mariboru.

Projekt EPK 2012 bo imel velik vpliv tudi na gospodarsko rast Vzhodne kohezijske regije:

- gospodarski in kulturni razvoj manj razvitih slovenskih pokrajin (doseganje stopnje razvitosti državnega povprečja),
- 3.800.000 obiskovalcev kulturnih prireditev več v letu 2012,
- 900.000 tujih turistov več v letu 2012,
- 700.000 nočitev več v letu 2012,
- 1.000.000 EUR ocenjenega čistega dobička iz naslova trženja,
- 600 novih delovnih mest po zaključku projekta,
- 95% digitalna pismenost in dostopnost svetovnega spleta oz. medmrežja (glej Multimedijski center Kibla 2007).

3.2.5 INOVATIVNOST PROJEKTA EPK

Inovativnost projekta je v ustanovitvi virtualne kulturne prestolnice, katere cilj je doseči visoko e-vključenost. Široka dostopnost informacijsko-komunikacijskih tehnologij je izrednega pomena za doseganje povezanosti med urbanim in ruralnim okoljem ter med različnimi skupinami prebivalstva. Prav tako je informacijsko-komunikacijska tehnologija pomembna za promocijo in predstavitev vsebine programa širši množici ljudi. Tako si lahko turisti program evropske prestolnice kulture ogledajo kar preko spleta. Če bo stran in program mikavno predstavljen, je veliko večja možnost, da privabimo širši

krog turistov. Menim, da je zasnova za spletno stran že sedaj dobra in verjamem, da bo kulturni program prav tako privlačno predstavljen.

Cilj projekta EPK je v skladu z evropsko agendo razvoja informacijske družbe 2010 in slovensko agendo 2010 in sicer:

- brezplačen širokopasovni internet za vse ustanove v javnem interesu (v kulturne domove, muzeje, galerije, javne zavode, šole in druge ustanove, kot so bolnišnice in domovi ostarelih),
- brezžično širokopasovno javno omrežje za dostop na svetovni splet - izbrali bodo mesto ali več mest in tam vzpostavili brezplačne dostope na internet preko brezžičnega prenosa,
- digitalna družba - vzpostavljanje omrežij, spletne platforme, digitalna pismenost in ustvarjanje digitalnih vsebin, mobilne enote, digitalni radijski in televizijski program (glej Multimedijski center Kibla 2007).

4. PROMOCIJA KULTUREGA TURIZMA

Če želimo doseči razvoj kulturnega turizma v Mariboru, moramo dati poudarek tudi na promocijo. Trženje mesta je relativno nov in sodoben pristop k reševanju mestnih razvojnih problemov. Razvoj trženja mesta je posledica naraščajoče konkurenčnosti mest. Trženje mesta lahko definiramo kot splet dejavnosti, ki naj bi prispevale k privlačnosti mesta za investiranje in krepile uspešnost trgovine, turizma in poslovnih storitev. Kraj mora vzpostavljati marketinški odnos z drugimi kraji, državo in organizacijami. Prihodnost mesta je odvisna od uspešnega sodelovanja in razvoja partnerstva med javnim in zasebnim sektorjem ter marketinškimi organizacijami. Trženje mesta zahteva aktivno podporo javnih in zasebnih institucij in agencij, interesnih skupin in lokalnega prebivalstva. Osnovni namen koncepta marketinga mesta je priprava ustrezne strategije za promocijo mesta.

Promocija kulturnega turizma zahteva težko delo, saj mora biti dobro načrtovana in je rezultat dialoga med turističnimi in kulturnimi delavci. Promocija je tisti dejavnik, ki s

pomočjo prospektov, brošur in zemljevidov pripomore k obisku turistov. Dobro načrtovana in organizirana turistična promocija lahko zviša vrednost turistične destinacije, saj ustvari zavedanje o turistični ponudbi države in izboljša njeno podobo. Načrtovanje promocije turistični organizaciji omogoča, da določi prednostne naloge in cilje, preden odloča o razporeditvi denarja in sredstev za izvedbo promocijskih akcij. Pri načrtovanju promocijskih akcij je potrebno najprej opredeliti ciljne skupine, cilje komuniciranja ter določiti višino finančnih sredstev, namenjenih za promocijo. Potrebno je meriti učinkovitost promocijskih dejavnosti, ker s tem ugotovimo slabe in dobre strani promocijskih aktivnosti, poleg tega pa njihov učinek (glej Karadžić 2002).

Ni presenetljivo, da turistični in kulturni menedžerji gledajo en na drugega z nezaupanjem. Vsaka disciplina se je razvila posamezno in imajo tudi različne vrednote in ideologijo.

Maribor lahko prireja kvalitetne kulturne prireditve, širi prenočitvene zmogljivosti, vendar brez dobrega marketinga ne bo dosegel želenega učinka. Pomembno je, da se naredi skrbna analiza trga. Izdati je potrebno čim več promocijskega materiala in ga predstaviti na sejmih v tujini. Predstaviti se je potrebno na najboljši način, predvsem pa z informiranimi in izobraženimi informatorji. Med letoma 2009 in 2011 bo treba stopnjevati promocijske dejavnosti in tudi prireditve v smeri EPK 2012 ter se nenehno pojavljati tudi v tujini na drugih kulturnih prireditvah, dokler ne bomo leta 2012 začeli izvajati program EPK 2012. Za promocijo EPK 2012 bo treba izkoristiti vse primerne mednarodne dogodke (na primer olimpijske igre) ter premisliti o možnosti in smiselnosti povezav s sorodnimi prireditvami po svetu (na primer Arabsko prestolnico kulture) (glej Ministrstvo za kulturo 2007).

5. POGLED V PRIHODNOST

5.1 ANALIZA PODATKOV TURISTIČNEGA OBISKA V MARIBORU

5.1.1 STATISTIKA IN TURISTIČNI PROMET V MARIBORU V LETU 2006

Primerjanje doseženih rezultatov z zastavljenimi cilji razvoja turizma in z rezultati, ki jih dosegajo konkurenčne turistične države, je mogoče le na osnovi dobro obdelanih statističnih podatkov. V Sloveniji skrbi za statistično evidentiranje, razvrščanje in grupiranje Statistični urad Republike Slovenije. Finančne rezultate spremlja Agencija za plačilni promet, rezultate poslovanja s tujino pa Banka Slovenije. Za analiziranje in spremljanje rezultatov s področja turizma so pomembni podatki vseh treh inštitucij.

Za statistično spremljanje rezultatov turizma na evropski in svetovni ravni obstajajo nekateri standardi. Za primerjanje rezultatov turističnega prometa in deviznih prihodkov države evidentirajo celo vrsto podatkov, med katerimi izstopajo: število domačih in tujih gostov, število tujih prenočitev, devizni prihodek od inozemskega turizma ter število in sestava razpoložljivih prenočitvenih zmogljivosti.

Turistične rezultate za ves svet spremlja in objavlja v publikaciji "Yearbook of tourism statistics" Svetovna turistična organizacija v Madridu na osnovi podatkov, ki jih prejema od statističnih uradov posameznih držav (glej Zorko 1999).

V Sloveniji se vodi uradna in primerljiva statistika turističnega prometa glede na nočitve in prihode gostov. Na Zavodu za turizem v Mariboru že dolgo časa ugotavljajo, da SURS ne zajema vseh nočitvenih kapacitet na tem območju. Tako so na Zavodu za turizem Maribor vzporedno tudi sami spremljali gibanje turističnega prometa. Strokovne službe SURSA se zagotovile, da bodo dopolnili spisek nastanitvenih objektov na našem območju in ga upoštevali od 1.1. 2007 dalje.

Tabela 5.1.1.1: Nočitve v mestu Maribor

Skupaj	domači	tuji	indeks 04/05
Mesto Maribor			
187.497	52.068	135.429	109,88
	<u>28,0%</u>	<u>72,0%</u>	

Tabela 5.1.1.2: Nočitve v Maribor-Pohorje

Maribor-Pohorje			
270.777	97.670	173.107	109,30
	<u>36,1%</u>	<u>63,9%</u>	

Vir: Razdevšek in drugi 2007.

V letu 2006 so na Zavodu za turizem zabeležili precejšen porast števila nočitev. Nočitve so v letu 2006 narasle z indeksom 109,88. Pomembno je tudi dejstvo, da je razmerje med tujimi in domačimi nočitvami 72:28 v korist tujih turistov. Iz tega podatka lahko sklepamo, da je bilo tržno komuniciranje na tujih trgih uspešno in da naš produkt postaja mednarodno prepoznaven in konkurenčen. Iz tabel je tudi razvidno, da je več nočitev v destinaciji Maribor-Pohorje. Vzrok temu so možnost smučanja, wellness programi in neokrnjena narava, ki privabi veliko turistov. Ugotavljajo tudi, da je povprečna poraba gosta v zimski sezoni v povprečju višja kot v poletni sezoni.

Tabela 5.1.1.3: Gostje v mestu Maribor

Skupaj	domači	tuji	indeks 04/05
Mesto Maribor			
74.401	22.496	51.905	111,57
	<u>30,2%</u>	<u>69,8%</u>	

Tabela 5.1.1.4: Gostje v Maribor-Pohorje

Maribor-Pohorje			
100.967	38.251	62.716	113,27
	<u>37,9%</u>	<u>62,1%</u>	

Vir: Razdevšek in drugi 2007.

Tudi pri številu obiskovalcev je opazen porast glede na pretekla leta. Število gostov je naraslo z indeksom 111,57 v Mesto Maribor in 113,27 v Maribor-Pohorje. Tudi tu je razmerje tujih obiskovalcev proti domačim 70:30 v korist tujih obiskovalcev.

Nadpovprečna rast nočitev in obiskovalcev je pogojena v ugodnimi vremenskimi razmerami kot tudi z novimi investicijami v nočitvene kapacitete.

Povprečna dnevna poraba denarja gosta v destinaciji je 100,79 EUR. Prihodek od gostov, ki v destinaciji prenočijo, je 27,3 mio EUR.

Ocena dodatne porabe, v katero spadajo dnevni gostje: izletniki, dnevni smučarji, tranzitni gostje, udeleženci enodnevnih posvetovanj, nakupovalci, obiskovalci prireditev, pohodniki, kolesarji ipd. (500–700 tisoč) je med 7 in 9 mio EUR oz. skupaj med 34–36 mio EUR (glej Razdevšek in drugi 2006).

5.1.2 OBISKOVALCI V TIC-U MARIBOR

Turistično informacijski centri so pomemben vir informacij o dogajanju in znamenitostih v posameznih mestih. V Mariboru je turistično informacijski center v samem centru mesta. Včasih ni bilo tako, zato so imeli turisti kar nekaj preglavic, da so ga našli. V novem turistično informacijskem centru v Mariboru je na voljo širok nabor informacijsko-promocijskih materialov s celotnega turističnega območja Pohorje. Informatorji turistom posredujejo turistične informacije in organizirajo vodene ogledje mesta. V TIC-u imajo tudi ponudbo prenočišč in kataloge, ki vsebujejo pregled dogajanj v mestu in program kulturnih prireditev.

TIC Maribor ima sedež na Partizanski 6a v Mariboru in je odprt od ponedeljka do petka od 9.00 do 19.00 ure, od sobotah od 9.00 do 17.00 ure in ob nedeljah od 9.00 do 12.00 ure. V TIC-u pa si lahko turisti kupijo tudi turistične spominke, od majic, kap, do izbranih vin mariborskega vinorodnega okoliša (glej Mestna občina Maribor 2006).

TIC igra veliko vlogo pri zbiranju ter obdelovanju turističnih informacij, kar je možno ob vzpostavitvi tesnega sodelovanja s turističnim gospodarstvom mesta in regije.

Dobro sodelujejo tudi s Slovensko turistično organizacijo (STO), na področjih distribucije promocijsko – informativnih materialov, pri anketiranju obiskovalcev TIC-a, skrbijo pa tudi za vnos podatkov v slovenski turistični portal.

Gostom posredujejo informacije:

- o prireditvah na področju Maribora in okolice,
- o koncertih, o kartah za koncerte, o vstopnicah za vse prireditve v mestu,
- o sejnih doma in v tujini,
- o ponudbi na vinskih cestah, kmečkih turizmih, vinotočih,
- o športnih in rekreativnih aktivnostih na področju Maribora in okolice,
- o nastanitvenih kapacitetah (hoteli, moteli, garni hoteli, privatne sobe, planinske kočice in domovi) Maribora in okolice, pa tudi celotne Slovenije; s pomočjo internet omrežja in promocijskega materiala,
- o galerijah in muzejih, o potovalnih agencijah v Mariboru,
- informiranje s pomočjo promocijskega materiala, ki ga dobivajo v sodelovanju z ostalimi turistično-informacijskimi centri in turističnimi društvi po Sloveniji,
- o zimsko-športnih centrih cele Slovenije v sodelovanju z Združenjem slovenskih žičničarjev,
- o zanimivih turističnih atraktivnih naravnih in kulturnih spomenikih po vsej Sloveniji,
- informiranje po telefonu in/ali osebno stiku,
- informiranje gostov preko spletne strani na internetu,
- predstavitev delovanja TIC-a dijakom in študentom, ki vedno pogosteje, v skupinah, z mentorji, prihajajo na seznanitev z vsebino in načinom delovanja TIC-a (glej Razdevšek in drugi 2006).

Obiskovalci TIC-a so turisti, ki jih zanimajo najrazličnejše informacije. Povpraševanja Slovencev se razlikujejo od povpraševanja tujih gostov. Vsi pa obiščejo TIC, da dobijo karseda veliko informacij o mestu in njegovi okolici. Zaradi razlik med povpraševanji je razdeljeno na povpraševanje Slovencev in povpraševanje gostov iz tujine. Prevladujejo Slovenci, med gosti s tujine pa je zabeležen največji obisk Avstrijcev, Nemcev, Angležev, opaziti je tudi porast Francozov, Špancev in Italijanov. Zanimiva bi bila tudi statistika povpraševanja po produktih, ki jih TIC ali mesto Maribor še ne ponuja. Prav povpraševanje nam daje informacije o tem, kaj turiste zanima in v katero smer bi se mesto moralo še razvijati.

Povpraševanje Slovencev je bilo predvsem po:

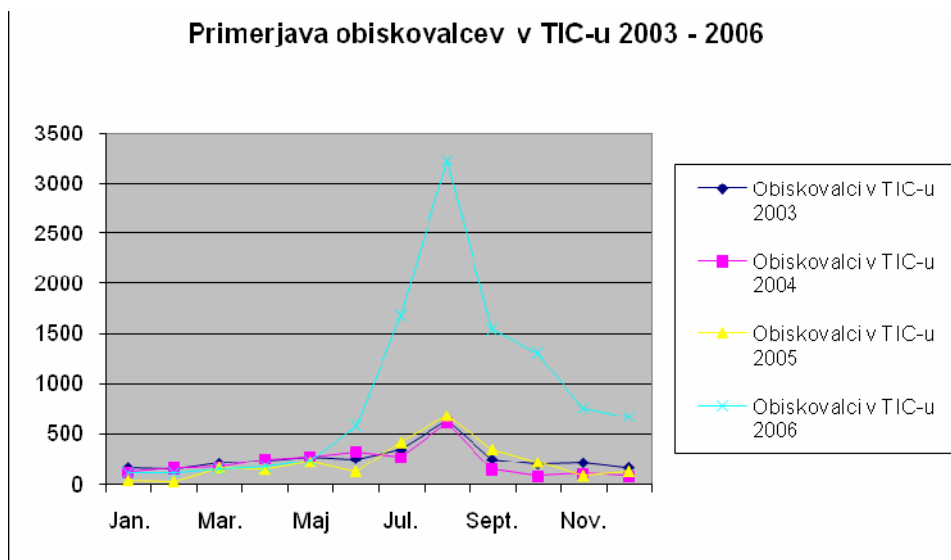
- karti mesta Maribor,
- splošnih prospektih mesta Maribor,
- promocijskih materialih in ponudba za aktivno preživljanje počitnic (kolesarske karte, pohodništvo) za Maribor in Slovenijo,
- splošnih prospektih Slovenije,
- prireditvah v Mariboru in okolici,
- nakupih spominkov (majic...),
- nastanitvenih kapacitetah (hoteli, moteli, garni hoteli, privatne sobe, planinske kočice in domovi ter turistične kmetije) Maribora in okolice ter Slovenije,
- kampih v MB,
- ponudbi vinskih cest in vinotočev z možnostjo prenočitve,
- prospektih »Stranske poti« so privlačnejše od glavnih,
- kulturnih in naravnih znamenitostih mesta in Pohorja,
- programih ogledov mesta-vodenja,
- programih Festivala Lent, SNG, Festival Stare trte.

Povpraševanje gostov iz tujine je bilo predvsem po:

- nastanitvenih kapacitetah (hoteli, moteli, garni hoteli, privatne sobe, planinske kočice in domovi ter turistične kmetije) Maribora, Pohorja in okolice ter Slovenije,
- splošnih prospektih mesta Maribor (predvsem po karti mestnega jedra),
- kulturnih in naravnih znamenitostih mesta in Pohorja,
- programih ogledov mesta-vodenja,
- ogledih in pokušnjah v Vinagovi kleti ,
- nakupu spominkov,
- informacijah o prometnih povezavah z ostalimi kraji Slovenije, Madžarsko ter Avstrijo,
- restavracijah v centru mesta, dogajanja zvečer,
- ponudbi vinskih cest in vinotočev z možnostjo prenočitve,

- promocijskem materialu in ponudbi za aktivno preživljanje počitnic (kolesarske karte, pohodništvo) za Maribor in Slovenijo,
- dostopu do interneta (glej Razdevšek in drugi 2007).

Slika 5.1.2.1: Obiskovalci v TIC-u 2003-2006



Vir: Razdevšek in drugi 2007

Kot je opazno iz slike 5.1.2.1, je največje število obiskovalcev od leta 2003 do leta 2006 v poletnih mesecih. V letih od 2003 in 2005 ni bilo vidnejšega porasta obiskovalcev, medtem ko se je število obiskovalcev v letu 2006 občutno povečalo. Razlog tako velikemu povečanju bi pripisala novi lokaciji. TIC se je v središču mesta slavnostno odprl 21. junija 2006. Iz diagrama je opazno povečanje prav v tem času. To nam kaže na pomembnost dostopnosti lokacije. TIC mora biti v centru, da ga lahko turisti brez težav obišejo in promotorji jim tako lahko ponudijo zelene informacije.

5.1.3 STATISTIKA IZVEDENIH TURISTIČNIH VODENJ PO MARIBORU

Zavod za turizem Maribor organizira vodniško službo v nemškem, angleškem, italijanskem, francoskem, hrvaškem, farskem, švedskem, ruskem, španskem, češkem in kitajskem jeziku.

Vodeni ogledi mesta so prilagojeni glede na profil gostov in glede na starostne skupine. Poleg klasičnih 2-urnih vodenj so na voljo tudi poldnevni in celodnevni programi, ki vključujejo tudi druge ponudnike iz mesta in okolice (splavarjenje, vinske ceste, restavracije, Vinagovo klet, čebelarski center, Center naravne in kulturne dediščine Bolfenk na Pohorju, muzeji in galerije, Botanični vrt Pivola in Tal 2000, Jeruzalem in Koroško) (glej Razdevšek in drugi 2007).

Pri pregledu statistike obiskov informacijskega centra lahko ugotovimo, da obiskuje center več domačih kot tujih turistov, sledijo jim nemško govoreči, nato pa Angleži, Italijani, Španci ipd. Občuten pa je tudi porast števila povpraševanj po telefonu in povpraševanju s pomočjo spletnih strani - elektronske pošte.

Statistika turističnih vodenj obsega turistična vodenja po Mariboru in okolici, ki so jih izvedli mariborski lokalni turistični vodniki Zavoda za turizem Maribor.

Tabela 5.1.3.1: Število turističnih vodenj 2003 - 2006

TURISTIČNA VODENJA – ŠTEVILO (jan.-dec.) 2003-2004-2005-2006				
	2003	2004	2005	2006
Št. vodenj	335	445	398	375
Št.udeležencev	9904	14108	12046	11212

Vir: Razdevšek in drugi 2007

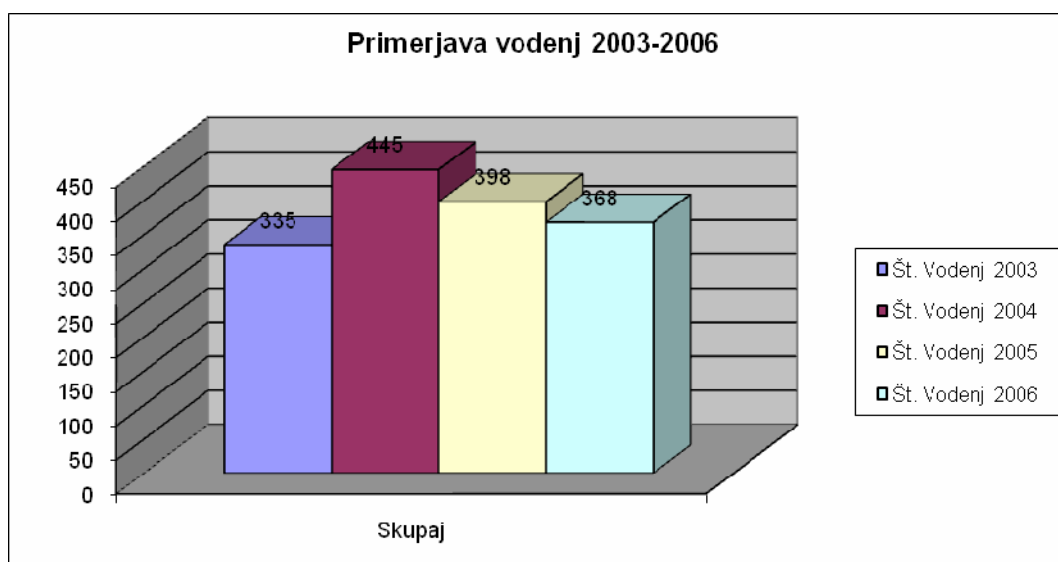
Tabela 5.1.3.2: Število turističnih vodenj po mesecih 2003 - 2006

	Jan.	Feb.	Mar.	Apr.	Maj	Jun.	Jul.	Avg.	Sept.	Okt.	Nov.	Dec
Št. Vodenj 2003	5	7	16	18	71	38	14	22	40	64	21	19
Št. Vodenj 2004	10	16	20	32	89	50	32	29	70	71	17	9
Št. Vodenj 2005	8	12	19	30	56	50	29	30	67	68	20	9
Št. Vodenj 2006	9	6	11	28	51	59	22	23	76	56	22	12

Vir: Razdevšek in drugi 2007

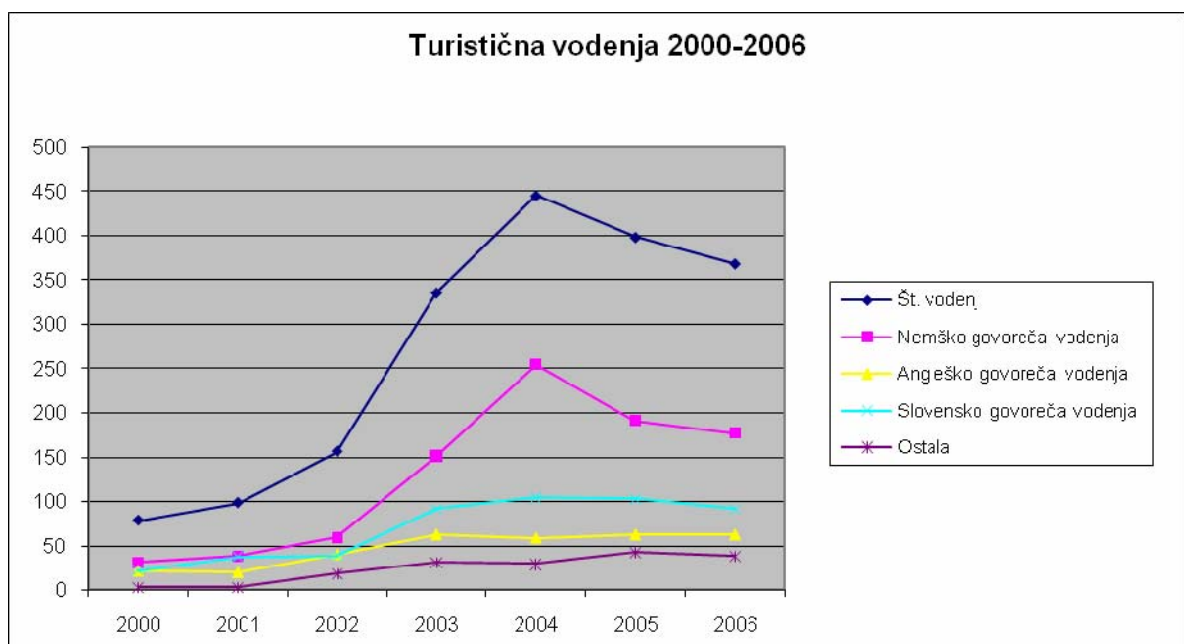
Kakor je razvidno iz tabel, je zanimanje za izvedbo organiziranih vodenj za tuje in domače skupine v letu 2006 malce v upadu. Največji upad vodenj je opazen v prvi polovici leta v primerjavi letom z letom 2005, kar bi lahko pripisali dolgi zimi in neprimernemu vremenu za izlete. Že dalj časa pa naj bi bile težave pri nadzoru nad vodniki, ki vodijo skupine po mestu. Opažajo namreč vse več skupin z vodniki, ki nimajo licence za vodenje po Mariboru. Potrebno bo vzpostaviti stalen nadzor in izvajati sankcije za tiste, ki vodijo v nasprotju z občinskim odlokom.

Slika 5.1.3.1: Primerjava vodenj od leta 2003 do 2006



Vir: Razdevšek in drugi 2007.

Slika 5.1.3.2: Primerjava tuje govorečih vodenj od 2000 do 2006



Vir: Razdevšek in drugi 2007.

Na zgornji sliki je podrobno razdelan še jezik vodenja po mestu. Pri vseh vodenjih je opazen največji porast v letu 2004 in upad v letu 2006. Prevladujejo nemško govoreča vodenja. Leta 2004 je bilo kar 250 od 450 vodenj v nemškem jeziku, kar gre pripisati dejstvu, da je večina tujih turistov Nemcev in Avstrijcev.

5.2 SWOT ANALIZA KULTURNEGA TURIZMA V MARIBORU

Analiza SWOT je učinkovit način prepoznavanja prednosti, slabosti, morebitnih priložnosti in nevarnosti in pomaga pri načrtovanju aktivnosti za razvoj določenega projekta.

Rezultati te analize so pogosto poučni: izpostavijo tisto, kar je treba narediti in težave postavijo v perspektivo.

5.2.1 PREDNOSTI

Katere so prednosti za razvoj kulturnega turizma?

- **Bogata zgodovinska in kulturna dediščina:**

Slovenija ima izredno pestro in bogato zgodovinsko in kulturno dediščino, saj je med Panonsko nižino in Jadranski morjem ter Alpami in Dinarskim gorstvom od prazgodovine do danes nudila bivališče številnim ljudstvom, v tem prostoru so se mešali vplivi kultur z zahoda in severa, preko tega ozemlja so šle številne vojske, po dolinah in ob rekah so potekale trgovske poti od severa proti Jadranskemu morju. Vse to prepletanje in gibanje ljudi, njihovih usod in znanja nam je zapustilo nenadomestljivo dediščino. Zato ima prostor Slovenije tako zelo razgibano zgodovino, kar se odraža tudi na kulturni dediščini (Stara trta, Lent, Stolnica, Sinagoga, Bolfenk idr.).

- **Naravne danosti:**

Rodovitna zemlja ravnin in pobočij, kjer uspeva vinska trta, sadje, vrtnina; viri pitne vode, neokrnjena narava, gozdovi, čisti potoki. Tu lahko veliko gostov privabi neokrnjena narava Pohorja in številne pešpoti.

- **Geografski položaj:**

Maribor je središče Štajerske, bližina meje z Avstrijo in Madžarsko.

5.2.2 POMANJKLJIVOSTI

- **Slaba promocija in informiranost:**

Za uspešno trženje kulturnega turizma se morajo pripraviti promocijska gradiva za ciljna tržišča, ki so določena v analizi trga. Interpretacije znamenitosti moramo posredovati na več različnih načinov, tako s promocijskim gradivom in storitvami, kot preko turistično informacijskih centrov, vodičev, kažipotov, sredstev obveščanja, interneta in na druge sodobne načine. Potrebne so kakovostne, pravočasne in točne informacije, namenjene ciljni publiki. Financiranje teh aktivnosti mora potekati v največji meri v okviru javnih natečajev pristojnih organov. Za informiranost je treba poskrbeti na več ravneh: *obveščanje turističnih delavcev* (za zainteresirane bi pripravili predavanja in primerno

gradivo, s pomočjo katerega bi bolj podrobno spoznali naravne vrednote in kulturno dediščino Slovenije in jim priporočili, naj bi v svoje običajne izlete vključevali tematske poti in tudi manj znane spomenike. Verjetno bistvenega pomena pa je *obveščanje javnosti*, saj je slovenska javnost tako uporabnik kot tudi izvajalec tega projekta. Morali bi motivirati tiskane medije, da bi redno in na privlačen način objavljali prispevke o kulturnih zanimivostih in dogodkih v Mariboru in okolici. Drugi način je medmrežje, ki postaja vse bolj priljubljeno in enostavno dostopno sredstvo obveščanja.

- **Ni koordinacije (organizacije):**

Pomanjkanje organiziranosti in sodelovanja med ljudmi in cilji; slaba povezava med vsemi subjekti v turizmu.

- **Pomanjkanje specifičnih znanj:**

Pomanjkanje strokovnih znanj; premalo znanja s področja turizma. Še vedno je čutiti prevelik vpliv preteklosti in prisotnost industrijskega mesta. Ljudje se še ne zavedajo, da jim kultura in kulturni turizem lahko prineseta razvoj mesta, nova delovna mesta, trajnostni razvoj regije in mednarodno prepoznavnost Maribora.

- **Neinicijativnost ljudi:**

Potrebno je spremeniti miselnost ljudi iz pasivne v aktivno; težko je prepričati ljudi, da sprejmejo novo idejo, nov projekt; pomanjkanje samoiniciativnosti in samozavesti.

- **Neobstoj specializiranih turističnih agencij:**

Velika slabost za širjenje kulturnega turizma v Mariboru je prav neobstoj turističnih agencij, ki bi bile specializirane za kulturni turizem. Lahko bi začele s prodajo pop koncertov in popularnih prireditev in nato razširile ponudbo na kulturni turizem.

5.2.3 PRILOŽNOSTI

Ljudje se še premalo zavedajo, kaj lahko prinesejo mestu projekti, ki naj bi se izpeljali v Mariboru in okolici. Omenjeni projekti so že kamenček v mozaiku na poti do kulturnega turizma.

- **Maribor 2012 - nosilec projekta:**

S tem projektom bomo dobili razvojni načrt za občino in regijo in generalno usmeritev glede razvoja občine. Projekt nam bo prinesel nova delovna mesta, prepoznavnost v Evropi, nove kulturne projekte in še veliko drugih priložnosti. S tem projektom lahko

pridobimo vsi. Ljudje bodo polnili restavracije, željni, da poizkusijo slovensko hrano, si ogledali mesto in okolico, spali in obiskovali kulturne prireditve.

- **Maribor - sedež Evropske orkestrske akademije:**

Snovalci projekta Evropske orkestrske akademije v Mariboru ocenjujejo, da bi imela Evropska orkestrska akademija pozitivne učinke na življenje, razvoj in mednarodno prepoznavnost mesta. Z Evropsko orkestrsko akademijo bi se v Mariboru povečala ponudba simfonične in komorne klasične glasbe, gostovali bi vrhunski dirigenti in stalno bi bilo prisotno preko osemdeset glasbenikov iz držav EU.

- **Festival Maribor:**

Festival Maribor se je oblikoval iz Glasbenega septembra. Tudi ta festival naj bi privabil ogromno tujcev. Tako se je festival komorne glasbe preoblikoval v Festival Maribor. Od leta 2008 dalje prevzema umetniško vodstvo festivala Richard Tognetti, izjemen violinist, komponist in karizmatični vodja Avstralskega komornega orkestra, ki ga v številnih publikacijah nemalokrat označujejo za najboljši komorni orkester na svetu. Tudi z njegovo pomočjo se bo festival dobro promoviral po ostalem delu sveta. Festival je namenjen predvsem razvoju kulturnega turizma.

- **Financiranje projektov iz EU:**

Pomembno je, da upoštevamo in izkoristimo vire financiranja EU. Projekti EU nam morajo biti izziv in možnost črpanja, da na podlagi tega pripravimo kar se da uspešne in kvalitetne projekte.

5.2.4 NEVARNOSTI

Kot največjo nevarnost pri razvoju kulturnega turizma bi omenila prav človeški faktor. Ljudje zaradi zgodovine še niso optimistični in aktivni pri omenjeni strategiji. Čeprav kulturni turizem že v večini evropskih držav vidijo kot priložnost, je pri nas še vedno miselnost, da se s kulturo ne da veliko doseči. Nekateri pravijo, da je boljše, da v Mariboru razvijamo možnosti za šport, ne vidijo pa dejstva, da kulturni turisti poleg predstav tudi spijo, jedo in se rekreirajo.

SKLEP

Moja hipoteza je bila: Lahko govorimo o kulturnem turizmu v Mariboru. S pomočjo prebrane literature in intervjuja z gospo Brigito Pavlič, sem prišla do zaključka, da obstajajo nekateri projekti, katerih namen je razvoj kulturnega turizma, vendar trenutno še ne moremo govoriti o kulturnem turizmu.

Lahko pa govorimo o kulturnem turizmu v prihodnosti. Turistična politika na področju Maribora in okolice bo v primeru naziva EPK 2012 usmerjena v razvoj turizma in kulture. Ministrstvo za gospodarstvo, direktorat za turizem, je marca 2007 objavil, da turizem predstavlja pomembno razvojno in poslovno priložnost za Slovenijo. Glede na obstoječ razvojni potencial lahko turizem v naslednjih letih postane ena izmed vodilnih panog slovenskega gospodarstva. Turistična politika je usmerjena v porast turizma v Sloveniji, vendar menim, da premalo poudarja kulturni turizem. Slovenija je dežela z bogato kulturno in naravno dediščino, vendar pa so možnosti za trženje kulturne ponudbe v veliki meri neizkoriščene. Specializiranih turističnih agencij, razen nekaj ponudnikov, ki se ukvarjajo z verskim turizmom, skoraj ni. Ponuja se vprašanje, kako mora biti oblikovana ponudba slovenskega kulturnega turizma, da bo pritegnila zahtevne goste. Na evropskih tleh bo uspešen samo ponudnik, ki vlaga v kakovost. Ponudbe s področja kulture sodijo med kakovostne in jih je potrebno podpirati na državni ravni. Izpeljati je potrebno postopek specializacije turističnih ponudnikov in poskrbeti za ustrezno usposobljenost hotelskega osebja in izobraženost vodnikov za študijska potovanja. Za ciljno skupino kulturnih turistov so pomembni manjši hoteli in mir v njih, kakor tudi prestižni objekti, sestavljeni iz kombinacije kulturne ponudbe in športnih objektov, golfa idr. Na Ptujju se je odprl Park hotel Ptuj. To je hotel, ki ponuja nepozabna srečanja z dediščino, umetnostjo in hotelskim udobjem. Je Art&Heritage hotel, ki je namenjen za kulturne turiste.

V tej zvezi bi bilo nujno sodelovanje ponudnikov kulturnih prireditev s ponudniki v turizmu. Skupno načrtovanje dogodkov in destinacij bi povečalo možnosti za uspeh pri nagovarjanju tako imenovanih kulturnih turistov. Morali bi začeti tržiti kulturne aranžmaje. Izpeljati je treba postopek specializacije turističnih ponudnikov, po drugi

strani pa bomo samo z združevanjem znanja in kapitala lahko konkurirali evropskim konkurentom. Poiskati je potrebno strokovni konsenz za ustanovitev fundacije za potrebe prenove bodočih prestižnih turističnih objektov. Tako bi lahko ustvarili prestižen proizvod, sestavljen iz kombinacije ponudbe obnovljenih gradov, golfa in športnih letališč. Na področju verskega turizma ima Slovenija, znana po tem, da turisti najdejo cerkvico, kapelico ali znamenje na vsakem griču, neizmerne možnosti za razvijanje kulturnega turizma. V začetni fazi bo najbrž potrebna državna pomoč. Čim prej bomo morali začeti tržiti kulturne aranžmaje, ki bodo ob Sloveniji vključevali tudi obisk sosednjih dežel. Imamo srečo, da so v naši neposredni bližini najbolj priljubljena evropska mesta, kot so na primer Praga, Budimpešta, Dunaj in Benetke (glej Sibila Lebe 2000).

Na podlagi statistike o nočitvah, gostovanjih in turističnih vodenjih, lahko trdim, da se število turistov povečuje. Vedno večje je tudi povpraševanje po turističnih vodenjih. Prišla sem do zaključka, da lahko govorimo o začetkih razvoja kulturnega turizma, za katerega je ključna povezava med vsemi večjimi akterji, ki sem jih naštel. Pozitivno na razvoj kulturnega turizma v prihodnosti vplivajo predvsem naziv EPK 2012 in motiviranost nekaterih kulturnih ustanov, da razširijo svojo ponudbo še na goste iz tujine. Dober primer začetka kulturnega turizma je Festival Maribor, ki se je preoblikoval iz Glasbenega septembra, z namenom, da privabi širši krog občinstva. Razvoj kulturnega turizma pa po mojem mnenju zavira človeški faktor. Razumeti je potrebno, da je bil Maribor v preteklosti znan kot industrijsko mesto in je od industrije tudi živel. Zdaj pa je treba spremeniti strategijo, vendar nekateri v kulturnem turizmu še ne vidijo možnosti za razvoj mesta. Kulturne prireditve še vedno obiskuje ožji krog ljudi in če malokrat obišeš kakšno predstavo, težko verjameš v prihod turistov z namenom ogleda te predstave. Zelo pomembna je tudi promocija. Upamo, da se bo mesto Maribor z regijo lahko uspešno promoviralo pod sloganom Čista energija. Ob prebiranju literature o kulturnem turizmu sem opazila, da ta oblika turizma ni pogosto omenjena na spletnih straneh slovenskih strani. Prav tako ni knjig na mojo izbrano temo. Sem pa zasledila na spletnih straneh, da je v tujini kulturni turizem že v velikem porastu. V Mariboru je kar nekaj kulturnikov, ki razmišljajo o kulturnem turizmu kot primerni strategiji za Maribor. Potrebni so še dialogi in spodbuda s strani države. Že sama beseda kulturni turizem se na

spletnih straneh Ministrstva za gospodarstvo RS in Ministrstva za kulturo RS premalo pojavlja. V Mariboru se je zahvaljujoč Narodnemu domu in nekaterim drugim kulturnim ustanovam začelo govoriti o kulturnem turizmu, ki je v Mariboru še v povojih.

LITERATURA IN VIRI

SAMOSTOJNE PUBLIKACIJE

1. Bogataj, Janez (1992): *Sto srečanj z dediščino na Slovenskem*. Ljubljana: Prešernova družba.
2. Jeršič, Matjaž (1987): *Osnove turizma*. Ljubljana: Državna založba Slovenije.
3. Radanovič, Sašo (1996): *Maribor mestni vodnik*. Maribor: Založba Obzorja.
4. Radanovič, Sašo (2004): *Čudovita Maribor in Pohorje*. Maribor: Založba Kapital.
5. Štamcar, Miha (2007): Intervju z Vladimirjem Rukavino. *Mladina* (18), 35 – 38.
6. Zorko, Daniela (1999): *Uvod v turizem*. Ljubljana: Zavod Republike Slovenije za šolstvo .

INTERNETNI VIRI

- A global network for cultural tourism research (2007): *Atlas cultural tourism research projekt*. Dostopno na <http://www.tram-research.com/atlas/previous.htm> (13. september 2007).
- Bofulin, Martina (2005): *Transient Reality Generators: mešane realnosti v mariborski Kibli*. Dostopno na <http://www.evrokultura.org/projekti.php?st=14> (14. avgust 2007).
- Božičnik, Ana (2006): *Študija možnosti ponudbe visokega turizma v objektih kulturne dediščine Slovenije*. Dostopno na <http://www.mk.gov.si/fileadmin/mk.gov.si/> (15. januar 2006).
- European Commission (2006): *The foundations*. Dostopno na http://ec.europa.eu/culture/eac/sources_info/brochures/capitales/page1_en.html (4. maj 2006).

Hartman, Bruno, Sašo Radanovič in Igor Žiberna (2007): *Vodnik po mestu. Maribor se predstavi*. Dostopno na <http://212.18.63.127/vodniki/vodnik/1250/predstav.htm> (24. avgust 2007).

Hartman, Bruno, Sašo Radanovič in Igor Žiberna (2007): *Vodnik po mestu*. Dostopno na http://212.18.63.127/vodniki/vodnik/1250/glav_trg.htm (10. avgust 2007).

Hlevnjak, Monika, Vesna Male in Braco Zavrnik (2007): *Tradicija*. Mestna hiša-Rotovž. Kužno znamenje. Dostopno na: <http://www.maribor-pohorje.si/default.aspx?str=6&jezik=1&stran=3> (13. avgust 2007).

Kangler, Franc (2007): *O Mariboru*. Dostopno na <http://www.maribor.si/> (5. junij 2007).

Karadžić, Tanja (2002): *Razvoj in promocija turizma v Ljubljani*. Dostopno na http://www.cek.ef.uni-lj.si/u_diplome/karadzic164.pdf (15. junij 2007).

Maribor on.net (2007): *Evropska kulturna prestolnica leta 2012*. Dostopno na www.maribor-on.net (13. januar 2007).

Maribor Pohorje (2006): *Trgatev stare trte*. Dostopno na <http://www.pohorje.si/> (5. avgust 2007).

Maribor Pohorje (2007): *Dvorec Betnava*. Dostopno na www.maribor-pohorje.si (24. avgust 2007).

Maribor Pohorje (2007): *Frančiškanska cerkev*. Dostopno na: www.maribor-pohorje.si (24. avgust 2007).

Maribor Pohorje (2007): *Kulturno-prireditveni center Narodni dom*. Dostopno na www.maribor-pohorje.si (24. avgust 2007).

Maribor Pohorje (2007): *Mariborska vinska turistična cesta*. Dostopno na www.maribor-pohorje.si (24. avgust 2007)

Maribor Pohorje (2007): *Martinovanje v Mariboru*. Dostopno na www.maribor-pohorje.si (13. november 2007).

Maribor Pohorje (2007): *Mestni park*. Dostopno na www.maribor-pohorje.si (24. avgust 2007).

Maribor Pohorje (2007): *Obrambni stolpi*. Dostopno na www.maribor-pohorje.si (24. avgust 2007)

Maribor Pohorje (2007): *Splavarjenje*. Dostopno na www.maribor-pohorje.si (24. avgust 2007).

Maribor Pohorje (2007): *Stolna cerkev, Maribor*. Dostopno na www.maribor-pohorje.si (24. avgust 2007).

Maribor Pohorje (2007): *Umetnostna galerija Maribor*. Dostopno na www.maribor-pohorje.si (24. avgust 2007).

Mestna občina Maribor (2002): *Maribor z okolico mora biti sestavni del strategij*. Dostopno na <http://www.maribor.si> (17. junij 2007).

Mestna občina Maribor (2006): *Maribor 2003-2006. Kratek pregled*. Dostopno na <http://www.maribor.si/dokument.aspx?id=6263> (13. september 2006).

Mestna občina Maribor (2006): *V nekdanjem Bobiju bo Turistično informacijski center Maribor*. Dostopno na <http://www.maribor.si/povezava.aspx?id=291&pid=2804> (21. junij 2007).

Ministrstvo za gospodarstvo (2007): *Turistična politika za leto 2007 z usmeritvami za leto 2008*. Dostopno na http://www.mg.gov.si/fileadmin/mg.gov.si/pageuploads/turizem/turisticna_politika_Gradio_za_Vlado_RS-skupaj.pdf (12. marec 2007).

Ministrstvo za kulturo (2007): *Nacionalni program za kulturo 2008-2011*. Dostopno na http://www.mk.gov.si/fileadmin/mk.gov.si/pageuploads/Ministrstvo/Zakonodaja/Predlogi_zakonov/osnutek_NPK.pdf (13. oktober 2007).

Multimedijski center Kibla (2007): *Čista energija*. Dostopno na <http://www.si2012.si/> (24. Avgust 2007).

Pavlič, Brigita (2007): *V Mariboru sedež Evropske orkestrske akademije*. Dostopno na <http://www.nd-mb.si/index.php?id=24> (24. avgust 2007).

Pokrajinski muzej Maribor (2007): *Predstavitev muzeja*. Dostopno na www.pmuzej-mb.si (24. avgust 2007).

Pokrajinski muzej Maribor (2007): *Predstavitev sinagoge*. Dostopno na <http://www.pmuzej-mb.si/stran.php?sinagoga-predstavitev> (25. avgust 2007).

Razdevšek, Milan, mag. Vesna Male, Majda Slokan, Simona Pinterič, Vasja Samec, Karmen Majerič, Nataša Jančar, Karmen Razlag, Nina Bunc, Bernarda Karo, Darja Jemeršič in Nevenka Kavčič (2007): *Poročilo o delu in zaključni račun zavoda za turizem Maribor za poslovno leto 2006*. Dostopno na <http://www.maribor.si/dokument.aspx?id=6739> (13. september 2007).

RTV SLO (2007): *Bomo EPK 2012 plačali s kulturnim tolarjem?* Dostopno na www.rtv slo.si (18. julij 2007).

Sajko Daniel in Ann Truyens (2006): *Informacija o projektu »Evropska orkestrska akademija« v Mariboru*. Dostopno na <http://www.maribor.si/dokument.aspx?id=6085> (22. junij 2006)

Sibila Lebe, Sonja (2000): *Trženje Slovenske kulturne ponudbe v Evropi. Turizem in EU*. Dostopno na <http://evropa.gov.si/publikacije/evrobilten/evrobilten-20-06/> (15. September 2007).

Slovensko narodno gledališče Maribor (2007): *Borštnikovo srečanje*. Dostopno na <http://www.sng-mb.si/> (24. avgust 2007).

Sraka.com informacijski portal (2007): *Prireditve v Sloveniji (2007)*. Dostopno na www.sraka.com (31. julij 2007).

Statistični urad Republike Slovenije (2007): *Turistični kraj*. Dostopno na http://www.stat.si/vodic_oglej.asp?ID=304&PodrocjeID=21 (21. julij 2007).

Urad Vlade RS za komuniciranje (2007): *Vladni portal z informacijami o življenju v Evropski uniji*. Dostopno na <http://evropa.gov.si/kultura> (28. avgust 2007).

Vinag Maribor (2007): *Veličastna podoba kleti*. Dostopno na <http://www.vinag.si> (3. junij 2007).

Zavod za varstvo kulturne dediščine Slovenije (2007): *Kaj je kulturna dediščina?*
Dostopno na http://www.zvkds.si/?content=9&item_id=1 (24. avgust 2007).