

STRATEGIJA RAZVOJA TURIZMA V OBČINI DOLENJSKE TOPLICE 2023-2026

osnutek za javno razpravo

- »Zelena destinacija za zdravje in aktivni oddih v objemu gozdov in gostoljubnih domačinov, ki z medsebojnim povezovanjem gradijo skupnost, v kateri je življenje kakovostno in prijetno.«
- »Z razvijanjem turizma oblikujemo način življenja in kakovost bivanja, ki oblikuje ključni privlačnostni značaj destinacije in v svojo sredino vabi z iskrenostjo in pristnostjo.«

Dolenjske Toplice, november 2023

Strategija razvoja turizma v občini Dolenjske Toplice 2023-2026

Naročnik: Občina Dolenjske Toplice
Sokolski trg 4
8350 Dolenjske Toplice

Izvajalec: Občina Dolenjske Toplice
Mag. Nataša Šterk
Sokolski trg 4
8350 Dolenjske Toplice

TIC Dolenjske Toplice
Polona Vrtar, mag. poslovnih ved

Svetovalec: Univerza v Mariboru Fakulteta za turizem
Izr. prof. dr. Marjetka Rangus
Cesta prvih borcev 36
8250 Brežice

Vsebina

Strategiji na pot	1
1 Predstavitev in analiza destinacije	4
1.1 Kulturna in naravna bogastva.....	5
1.2 Ponudba doživetij.....	9
1.3 Ponudba namestitev	10
1.4 Strateško načrtovanje razvoja in upravljanje destinacije.....	12
1.5 Analiza povpraševanja.....	15
1.6 Krovne usmeritve in trendi v turizmu.....	18
1.7 Primerjalna analiza	20
1.9 Trajnost na destinaciji	22
1.8 Analiza delavniških srečanj in PSPN	25
2 Predlogi za vizijo turizma v občini Dolenjske Toplice	28
3 Strateški cilji na področju razvoja turizma	31
4 Struktura ukrepov.....	35
5 Viri	52

Tabele

Tabela 1: Število sledilcev na profilih socialnih omrežij.....	14
Tabela 2: Prihodi in prenočitve domačih in tujih turistov v občini Dolenjske Toplice.....	15
Tabela 3: Primerjava značilnosti izbranih destinacij.....	20
Tabela 4: Shema PSPN.....	26

Grafi

Graf 1: Prenositve domačih in tujih turistov po občinah VD Dolenjska, 2022.....	15
Graf 2: Prihodi in prenočitve turistov o državah in mesecih za občino Dolenjske toplice.....	16
Graf 3: Ocenjevanje stanja turizma v občini Dolenjske Toplice.....	25

Slike

Slika 1: Prepoznane vrednote destinacije za gradnjo vizije.....	28
Slika 2: Povezanost strateških ciljev na področju turizma v Dolenjskih Toplicah.....	31
Slika 3: Hierarhija strateških ciljev.....	32
Slika 4: Povezanost strateških ciljev in struktura ukrepov.....	33

Strategiji na pot

Občina Dolenjske Toplice je relativno poznana destinacija z živahno turistično dejavnostjo, ki jo zaznamujejo predvsem izviri tople vode, pa tudi neokrnjenost in tišina okoliških gozdov ter pestra kulturna bogastva. Prav termalni vrelci kraju dajejo tudi ime in so skozi stoletja razvoja kopališke dejavnosti najbolj prispevali k oblikovanju današnje turistične ponudbe in utripa destinacije. Dolenjske Toplice danes predstavljajo pestro kopališko in velneško ponudbo, številna doživetja v naravi in kulturno-turistično ponudbo, vključno z gastronomsko ponudbo.

Občina Dolenjske Toplice je v letu 2023 pristopila k pripravi prve strategije razvoja na področju turizma, ko je sprejela strateško odločitev za vstop v certifikacijski sistem Zelene sheme slovenskega turizma (ZSST). Podlago za pripravo strategije predstavlja sprejet Občinski prostorski načrt in dosedanje študije, ki so bile pripravljene za to območje.

Shema ZSST predstavlja orodje, ki (lokalnim) destinacijam pomaga strukturirati svoje naloge in cilje pri razvoju turizma, skladno z mednarodno uveljavljenimi kriteriji trajnostnega upravljanja turističnih destinacij in zelenih turističnih politik. Vstop v shemo tako predstavlja odločilni trenutek politike destinacije, ki s pristopom k tem aktivnostim prepoznava svojo odgovornost in pomen strateškega načrtovanja turističnega razvoja.

Pri razvoju turizma se destinacije soočajo s številnimi izzivi, pri čemer uveljavljeni mednarodni modeli strateškega načrtovanja turizma izpostavljajo v prvi vrsti konkurenčnost, ki s širjenjem turistične dejavnosti in razvojem novih destinacij postaja čedalje bolj zahtevno vprašanje; in trajnost, ki v luči kritičnih vremenskih, družbenih in gospodarskih pojavov izrazito zahteva našo primarno pozornost (Ritchie & Crouch, 2003). Turistična politika, tudi na ravni lokalnih skupnosti, odgovarja na številna vprašanja, pri čemer izpostavljamo predvsem odgovornost za koriščenje kritičnih in omejenih virov glede na priložnosti in potrebe spreminjajočega se okolja; spodbujanje organizirane ustvarjalnosti oz. inovativnih pristopov v izogib kopiranju in stereotipizaciji modelov; zagotavljanje stalnega dinamičnega procesa soustvarjanja destinacije z več raznolikimi deležniki; povezovanje turizma z drugimi dejavnostmi in sistemi na destinaciji ter spodbujanje konkurenčnosti in hkratnega sodelovanja tako znotraj destinacije kot med destinacijami (Ritchie & Gouldner 2012). S tega vidika destinacije ne razumemo zgolj kot območje, kamor prihaja gost z namenom zadovoljevanja svojih potreb, pač pa kot širši ekosistem (Strategija slovenskega turizma 2022-2028), v katerem živijo in delujejo tako domačini kot nosilci temeljne podobe destinacije in nosilci gostoljubja, vse posredno in neposredno povezane institucije, različne gospodarske panoge in družbene dejavnosti v javni, zasebni in civilni sferi kot tudi gostje ter z medsebojnim sodelovanjem in ustvarjanjem oblikujejo turistični značaj destinacije. Strateške odločitve ali odsotnost le-teh tako ne vplivajo le na turistični sistem destinacije, pač pa na celotni ekosistem, po drugi strani pa vzajemna povezanost sistemov in deležnikov zahteva upoštevanje delovanja in sprejetih odločitev na drugih - povezanih področjih.

Kljub večstoletni tradiciji turizma, širši prepoznavnosti destinacije v slovenskem prostoru in tudi med tujimi gosti ter prepoznavanju visokega pomena turizma za lokalni gospodarski in širši družbeni razvoj, destinacija do sedaj takšnega strateškega premisleka, katerega rezultat bi bil strateški načrt, še ni naredila.

Ob prvotnemu namenu, da se strategija razvoja turizma v občini Dolenjske Toplice pripravi predvsem z lastnim znanjem in viri občinske uprave, se je potem, ko so bile opravljene določene izhodiščne aktivnosti, pokazala potreba po strokovni podpori s strani zunanjega izvajalca, za katerega je bila septembra 2023 izbrana Fakulteta za turizem Univerze v Mariboru. Občina Dolenjske Toplice je z začetkom aktivnosti za pristop k shemi ZSST z upravljalcem te sheme tudi opredelila njegovo časovnico.

Glede na to, da le-ta vključuje tudi zahtevo sprejema strateškega dokumenta, so roki za njegov sprejem podrejeni isti časovnici. Glede na čas, ki je bil na razpolago in ki ne dopušča vseh običajnih korakov in aktivnosti za izdelavo tovrstnega strateškega dokumenta, smo v okviru strokovne ekipe pripravljavcev strategije lahko izvedli zgolj omejen obseg aktivnosti.

Ob prepoznanih omejitvah in ob upoštevanju dejstva, da gre za prvi takšen dokument ter da prehodne analize, ki bi omogočale konsistentni vpogled v delovanje destinacije in kontinuiteto lokalne turistične politike, ne obstajajo, kot tudi ne obstaja širši strateški razvojni dokument za občino Dolenjske Toplice, v okviru strategije, ki je pred vami, naslavljamo predvsem kratkoročne cilje, ki so v prvi vrsti namenjeni:

- Temeljitemu premisleku o značaju in podobi destinacije, ki bo predstavljala osnovo za oblikovanje ponudbe, trženje in promocijo destinacije,
- Vzpostavitvi upravljanja s turistično destinacijo v celostnem obsegu nalog, kar zahteva proučitev različnih organizacijskih oblik in morebitno preoblikovanje obstoječih struktur na področju turizma,
- Povezovanju deležnikov, gradnji sodelovalne, plodne in odporne skupnosti ponudnikov, društev, javnih zavodov, strokovnih organizacij in destinacijske organizacije,
- Vzpostavitvi mehanizmov za varovanje in negovanje zelenega značaja destinacije, ki vključujejo tudi zmanjševanje vplivov na podnebne spremembe in prilagajanje destinacije.

Kratkoročno strateško načrtovanje do leta 2026 omogoča prostor in čas za aktivno vključevanje lokalnih deležnikov turističnega razvoja v oblikovanje dolgoročnih strateških odločitev, za izvedbo delavnic in pogovorov, tehten premiselek in odločitve na dveh ključnih področjih, to je podobi destinacije in načinu upravljanja z destinacijo. V zasnovanem časovnem obdobju bo ob uspešni pridobitvi znaka ZSST Občina Dolenjske Toplice pripravila in izvedla akcijski načrt za odpravo pomanjkljivosti in izboljšanje delovanja destinacije ter v ponovno presojo oddala prva poročila in podatke. V omenjenem obdobju prav tako pričakujemo nadaljnje usmeritve in odločitve glede razvoja vodilnih destinacij oz. regijskih destinacij. Nadaljnje strateške odločitve v okviru vodilne destinacije Dolenjska, kamor se povezuje tudi Občina Dolenjske Toplice, bodo pomembno vplivale tudi na to občino. Ta kratkoročna strategija prinaša usmeritve za razmislek o celostni viziji destinacije, oblikuje korake in tlakuje pot za dolgoročnejši razmislek in smiselno strateško načrtovanje do 2030 in dlje.

Proces priprave strategije

Občina Dolenjske Toplice je k pripravi strategije pristopila v okviru aktivnosti za vključitev ZSST meseca marca. Med slednje spadajo imenovanje in usposabljanje Zelenega koordinatorja, oblikovanje Zelene ekipe, zbiranje dokumentacije, ter izvedba anket o zadovoljstvu med obiskovalci, prebivalci in ponudniki destinacije, njihova analiza in interpretacija. V okviru celotnega postopka prijaviteljica opravi analizo svojega območja na več ravneh, od turistične ponudbe in povpraševanja, deležniške strukture, do obstoječih strateških dokumentov in standardov, relevantnih za področje turizma.

Občina Dolenjske Toplice je vlogo za pristop vložila v okviru poziva, ki je bil odprt do 3. marca 2023. Že aprila 2023 je potekal prvi sestanek zelene ekipe, v nadaljevanju se je pričela zbirati potrebna dokumentacija in izvajalo anketiranje.

V septembru in oktobru 2023 smo izvedli 4 delavnice (2 s člani občinske uprave, 1 s svetniki Občinskega sveta in 1 s turističnimi ponudniki) in 5 intervjujev (z destinacijskimi menedžerji in ponudniki), ter izvedli dodatno spletno anketo med ponudniki. Prve evalvacije, usmeritve in predloge strateških ciljev smo svetnikom predstavili na seji 8. 11. 2023.

Dokument je sestavljen iz štirih ključnih delov: V prvem delu predstavljamo destinacijo - občino Dolenjske Toplice ter analize stanja na področju ponudbe in povpraševanja, analize prednosti, slabosti, priložnosti in nevarnosti ter primerjalne analize. V drugem delu predstavljamo izhodišča in predloge za razvoj podobe in vizije destinacije. Tretji del predstavlja ključne strateške cilje destinacije za obravnavano obdobje, ki so v četrtem delu podrobno opredeljeni s strukturnimi ukrepi, aktivnostmi, kazalniki, finančno oceno ter časovni okvir izvajanja

1 Predstavitev in analiza destinacije

Občina Dolenjske Toplice se nahaja na zahodnem robu novomeške pokrajine. Središče občine je v kraju Dolenjske Toplice, ki ležijo v plitvi dolini Sušice med gozdnatim gričevjem na nadmorski višini 179 metrov. Občino na zahodu omejuje Kočevski Rog, na jugu sega do belokranjskih vrat, ki jo ločijo od Bele krajine. Osamelec Ljuben in širok pas gozda razmejujeta občino od novomeške pokrajine na vzhodu, proti severu pa občino omejuje strmi rob Ajdovske planote. Večino zakraselo območje občine je del dinarskega krasa, za katerega so značilni številni in raznovrstni kraški pojavi.

Nahaja se v neposredni bližini Novega mesta, središča statistične regije Jugovzhodna Slovenija, kamor se občina Dolenjske Toplice kot ena izmed 21 članic tudi uvršča. Poleg Novega mesta meji še na naslednje občine: Kočevje, Semič, Straža, Žužemberk. Pomembno izhodišče za obisk Dolenjskih Toplic predstavlja Ljubljana, s katero pa so Dolenjske Toplice kljub relativno kratki razdalji (približno 70 km) relativno slabo prometno povezane. Od glavne avtocestne povezave Ljubljana - Obrežje je Občina Dolenjske Toplice oddaljena 16 km in je umeščena ob pomembno prometnico, ki osrednjo Slovenijo in Dolenjsko povezuje z Belo krajino.

Občina Dolenjske Toplice meri 110 km² in obsega 29 naselji, kar predstavlja 4,1 % površine regije in 0,5 % površine Slovenije. Po površini se med slovenskimi občinami uvršča na 58. mesto. Občino Dolenjske Toplice vodi župan g. Franc Vovk.

Dolenjske Toplice se ponašajo z bogato dediščino zdraviliškega turizma. Dolenjske Toplice, za domačine Toplice, kakor so kraj imenovali do časa po drugi svetovni vojni, so svoje ime dobile že v srednjem veku, in sicer po izviri tople vode. Ime kraja je slovenskega porekla, nanaša pa se na krajevni izvor termalne vode. Leta 1481 se omenjajo kot Topliza prope Rosseh (pri gradu Rožek blizu Podturna, ki je danes v razvalinah). Valvasor v Slavi vojvodine Kranjske uporablja ime Toplica. Po drugi svetovni vojni je kraj uradno dobil ime Dolenjske Toplice, čeprav so jih tako imenovali že pred drugo svetovno vojno.

Prva pisna omemba Dolenjskih Toplic sega v leto 1215. Leta 1385 je kraj prešel v šeststoletno posest grofov Auerspergov Turjaških, ki so v sredini 17. stoletja dali sezidati prvo zasebno kopalniško stavbo in obzidali ter pokrili enega izmed treh vrecev termalne vode. Med leti 1767 in 1776 so zgradili današnji hotel Vital, ki je bil v tedanjem času najimunitnejša stavba na Kranjskem. Zgradba je bila sezidana v toskanskem slogu in je imela štiri etaže: klet s tremi pokritimi bazeni, pritličje in dve nadstropji z 28 sobami za goste. Ljubljanski zdravnik Anton Kastelic je leta 1777 opravil prvo analizo termalne vode in jo objavil na Dunaju. Dolenjske Toplice so od takrat sodile med najbolj ugledna zdravilišča avstro-ogrsko monarhije. Dolenjske Toplice štejejo za zdravilišče od leta 1768, ko je bila zgrajena prva zdraviliška zgradba. Knezi Auerspergi so zdravilišče večkrat v celoti prenovili, zadnjič v letu 1899, ko je bil dograjen sedanji hotel Kristal. Leta 1922 so Auerspergi zdravilišče prodali svojemu tedanjemu najemniku, češkemu zdravniku Konstantinu Konvalinki. Leta 1934 je dr. Konvalinka zdravilišče dal v upravljanje Kmetijski posojilnici iz Ljubljane, leta 1940 pa je postal novi lastnik zdravilišča Zdraviliška združba iz Ljubljane. Med drugo svetovno vojno, septembra in oktobra 1943, je bila v zdravilišču partizanska bolnišnica, ki jo je vodil dr. Peter Deržaj. Takrat so bile Dolenjske Toplice dvakrat bombardirane in obe zdraviliški stavbi sta bili zelo poškodovani, oprema je bila uničena ali odpeljana. Leta 1946 so obe zdraviliški stavbi nacionalizirali. Najpomembnejšo prelomnico v povojnem obdobju pa predstavlja leto 1973, ko se je zdravilišče priključilo tovarni zdravil Krka iz Novega mesta, ki vse do danes pomembno kroji turistični razvoj v občini.

V letu 2021 je imela občina približno 3.570 prebivalcev (približno 1.800 moških in 1.770 žensk), kar predstavlja 2,5 % celotne jugovzhodne regije in 0,2 % prebivalstva Slovenije. Po številu prebivalcev se je med slovenskimi občinami uvrstila na 140. mesto. Na kvadratnem kilometru površine je živelo povprečno 32 prebivalcev, torej je bila gostota naseljenosti manjša kot v celotni državi (104 prebivalci na km²). Število živorojenih je bilo višje od števila umrlih. Naravni prirast na 1.000 prebivalcev je bil v tem letu pozitiven, znašal je 0,6 (v Sloveniji -2,0). Število tistih, ki so se iz občine odselili, je bilo enako številu tistih, ki so se vanjo priselili. Selitveni prirast na 1.000 prebivalcev je bil enak nič. Seštevek naravnega in selitvenega prirasta na 1.000 prebivalcev je bil pozitiven, znašal je 0,6 (v Sloveniji -0,9). Povprečna starost občanov je bila 43,2 leta in tako nižja od povprečne starosti prebivalcev Slovenije

(43,8 let). Med prebivalci je bilo število najstarejših – tako kot v večini slovenskih občin – večje od števila najmlajših: na 100 oseb, starih 0–14 let, je prebivalo 123 oseb, starih 65 let ali več. To razmerje pove, da je bila vrednost indeksa staranja nižja od vrednosti tega indeksa za celotno Slovenijo (139). Pove pa tudi, da se povprečna starost prebivalcev dviga v povprečju počasneje kot v celotni Sloveniji. Podatki kažejo na relativno privlačnost kraja za bivanje in tudi priseljevanje mladih, k čemu pomembno prispeva prostorska umeščenost in bližina zaposlitvenih možnosti, dostopnost temeljnih socialnih, zdravstvenih in izobraževalnih storitev ter čudovita in ohranjena narava. Prav to se odraža tudi v dejstvu, da v Dolenjskih Toplicah med 1.000 prebivalci opredelimo 40 študentov in kar 11 diplomantov. To kaže na višje izobraženo prebivalstvo od povprečja, saj je bilo v celotni Sloveniji na 1.000 prebivalcev povprečno 39 študentov in 8 diplomantov.

Na območju občine Dolenjske Toplice najdemo preko 200 poslovnih subjektov, ki zaposlujejo veliko število občanov. Med pomembnejšimi gospodarskimi panogami velja omeniti turizem in zdraviliški turizem, katerega gonilna sila je podjetje Terme Krka d.o.o., ki ima sedež v Novem mestu, v Dolenjskih Toplicah pa deluje s svojo poslovno enoto. Poleg term je v občini Dolenjske Toplice še več kot 20 drugih turističnih ponudnikov oziroma sobodajalcev. V letu 2022 je bilo skupno v občini Dolenjske Toplice 120.574 nočitev, kar je 0,8 % nočitev v Sloveniji. V občini Dolenjske Toplice je registriranih okoli 50 majhnih in mikro podjetij. Poleg tega še okoli 100 samostojnih podjetnikov (upoštevajoč javno dostopne podatke marec 2023). Občina se ponaša z visoko stopnjo delovno aktivnega prebivalstva. Med osebami v starosti 15 let–64 let (tj. med delovno sposobnim prebivalstvom) je bilo približno 71 % zaposlenih ali samozaposlenih oseb (tj. delovno aktivnih), kar je več od slovenskega povprečja (67 %). Žal pa je bila povprečna mesečna plača na osebo, zaposleno pri pravnih osebah, v bruto znesku za približno 16 % nižja od letnega povprečja mesečnih plač v Sloveniji, v neto znesku pa za približno 14 % nižja. Po kazalniku razvitosti občin Ministrstva za finance RS (2022-2023) je občina Dolenjske Toplice s koeficientom 0,89 nekoliko pod slovenskim povprečjem.

1.1 Kulturna in naravna bogastva

Naravni termalni vrelci in hladni kraški izviri

Termalni sistem Dolenjskih Toplic je naravni pojav, ki je kraju že pred stoletji dal njegovo ime. V hudourniški potok Sušica, ki teče skozi kraj, se na dobrih sedemsto metrih steka kar deset kraških in deset termalnih izvirov.

Arheološki park Cvinger

Gradišče na Cvingerju pri Dolenjskih Toplicah, kjer je nastal arheološki park, sega v čas pozne bronaste dobe na začetku 1. tisočletja pr. n. št.. Arheološka pot Cvinger obiskovalca popelje čez vse pomembnejše dele tega prazgodovinskega središča. Izhodišča pešpoti so v Meniški vasi, pod cerkvijo sv. Antona, na križišču v gozdu pri odcepu za Dolenje Polje in nasproti pokopališča Dolenjske Toplice. Speljana je po gozdnih stezah ter označena in opremljena s pojasnjevalnimi tablamami.

Bodika pod Pečkami

Bodika se z 78 cm obsega uvršča med najdebelejše bodike (*Ilex aquifolium*) na Dolenjskem. V Sloveniji najdemo tudi bodike, ki presegajo tudi 180 cm. Bodika pod Pečkami se nahaja v pragozdu, kamor je dostop za splošno javnost prepovedan. Drevo je v zreli fazi, vitalno in izstopa po višini. V naravi je dokaj redek vednozeleni listavec. V Kočevskem rogu je znanih več rastišč, pogostejša so v okolici Mirne gore. Običajno raste v senci jelovo–bukovih sestojev kot grmovna vrsta, redkeje pa kot drevo. Zaradi redkosti je že od leta 1922 na seznamu zavarovanih rastlinskih vrst.

Cerkve

Območje občine Dolenjske Toplice pokrivajo tri župnije: župnija Toplice, župnija Soteska in župnija Poljane. V Dolenjskih Toplicah stoji Župnijska cerkev sv. Ane. Pisni viri jo prvič omenjajo v listini iz leta

1334. Sprva se je imenovala cerkev Matere Božje v Toplicah pri Rožeku, kasneje pa so jo posvetili Sv. Ani. Današnja stavba nosi v svoji osnovi ostanke svoje predhodnice, srednjeveške cerkve iz konca 15. stol. V Soteski je edina sv. Erazmu posvečena cerkev v Sloveniji. Župnijska cerkev sv. Andreja Apostola, ki stoji na robu vasi Kočevske Poljane, pomaknjena v hrib nad župniščem, je bila sezidana l. 1625, v času baroka, v notranjosti je dekorativno poslikana. Ponaša se s kar nekaj kosi izbrane in kvalitetne opreme. Poleg teh treh cerkva pa so kulturnega pomena še Cerkev Marije Pomočnice, Cerkev sv. Uršule in Cerkev sv. Trojice na Cerovcu.

Čebelarski dom Podstenice

V Čebelarskem domu na Podstenicah se odvijajo razna predavanja, srečanja društva, gostovanje obiskovalcev, praznovanje članov društva, turistični ogledi muzeja in društvenega čebelnjaka, hrani se društveni arhiv, sprejemajo čebelarske krožkarje, prirejajo različne čebelarske in zeliščarske delavnice ter dan odprtih vrat v čebelarstvu. Gradivo čebelarskega doma je tudi osnova za razstave na štirih osnovnih šolah in obletnice. Ogledate si lahko maketo nekdanje vasi Podstenice in ostali arhiv. Čebelarski dom ima letno okoli 20 srečanj, gostovanj in obiskov, hkrati pa je dom tudi izhodišče za izlete in ogled številnih zanimivosti Kočevskega roga. Čebelarsko društvo Straža–Dolenjske Toplice ima 117-letno društveno tradicijo.

Dvorec Soteska in Hudičev turn

Dvorec Soteska je že polihistor Janez Vajkard Valvasor oznanil za enega najlepših dvorcev v deželi Kranjski. Proti koncu 17. stoletja je bil nasproti dvorca zgrajen parkovni kompleks, na koncu katerega še danes stoji impozanten vrtni paviljon Hudičev turn, ki je bil deloma obnovljen in je danes prostor za številne prireditve, dogodke in srečanja. Med drugo svetovno vojno je bil Dvorec Soteska požgan, zato so od nekdanje zgradbe ostale le še ruševine. Leta 2023 so se pričela dela na vhodni partiji.

Kočevske Poljane

Kočevske Poljane so spomeniško zaščitena vas. Veljajo za eno najstarejših vasi občine Dolenjske Toplice saj je ustanovitev datirana v zadnjo četrtino petnajstega stoletja. Do leta 1953 je bila vas poimenovana Poljane oz. po nemško Pollandl. Ležijo v najvzhodnejšem delu kočevskega jezikovnega otoka. Poleg vasi pa imajo posebno zaščito v vasi še cerkev Marije Pomočnice kristjanov v Gorici in župnijska cerkev sv. Andreja apostola, šest domačij, hiš in gospodarskih poslopij, grobnica padlih borcev VII. korpusa, kamnit most, Marijina kapelica, pokopališče, vaški studenec in župnišče.

Kočevski rog

Kočevski rog je visoko dinarsko planotasto pogorje, ki se dviga med Kočevskim poljem, Suho krajino, dolino Krke s Črmošnjico, proti jugu pa se nadaljuje kot Poljanska gora. Ima razgledne vrhove in pestro zakladnico tako naravne kot kulturne dediščine. Pretežni del območja porašča strnjen gozd, ki sodi med najbolj naravno ohranjene predele Slovenije in Srednje Evrope. Roške gozdove so začeli gospodarsko izkoriščati na začetku 19. stoletja za potrebe železarne na Dvoru. Po letu 1892 je nekdanje prevladujočo golosečno vizionarski gozdar Leopold Hufnagel, upravitelj Auerspergove roške posesti, nadomestil s prebiralnim gospodarjenjem, ki še danes sodi med najbolj sonaravne pristope. Takšna naravi prijazna raba je ohranila značilne jelovo-bukove gozdove na občutljivih kraških tleh. Po Hufnaglovi zaslugi so bili po letu 1892 iz gospodarske rabe izločeni tudi pragozdni ostanke. Najbolj znana sta Rajhenavski pragozd in pragozd Pečke. V Kočevskem rogu stojita tudi najdebelejša jelka v Sloveniji, Črmošnjiška jelka, in najdebelejša smreka na Dolenjskem, smreka pod Kunčem. Med preštevilnimi kraškimi pojavi najdemo tudi številne udorne jame in brezna: Podsteniško koliševko, brezno Ahnenloch, brezno pri Cink križu, Veliko in Malo knežjo jamo, Jazbino, ledeno jamo na Kunču in druge. To je bilo eno prvih zavarovanih območij narave v evropskem merilu. Kot prostor kulturne dediščine je znan po aktivnostih in pomnikih NOB, povojnim dogodkom in ostankih nekdanjih kočevskih vasi.

Muzej na prostem Baza 20

Med drugo svetovno vojno je bila Baza 20 sedež vojaškega in političnega vodstva slovenskega narodnoosvobodilnega gibanja in drugih partizanskih ustanov. Danes je edini ohranjeni tovrstni spomenik odporniškega gibanja v Evropi. Zgrajenih je bilo 26 barak. Vloga in pomen Baze 20 sta danes predstavljena s stalno razstavo v baraki št. 16, v baraki št. 22 pa je s stalno razstavo prikazana vsa pestrost partizanske dejavnosti na Kočevskem rogu. V bližini sta bili partizanski bolnišnici Jelendol in Zgornji Hrastnik, nekaj dlje pa bolnišnica Pugled.

Muzej Kočevarjev staroselcev

Z izrazom Kočevarji označujemo prebivalce kočevskega jezikovnega otoka, torej kočevske Nemce, ki so ohranili in še danes govorijo srednjeveški nemški jezik. To je eden najstarejših nemških jezikovnih otokov. Kulturni center Društva Kočevarjev staroselcev z muzejem se predstavlja s prikazom zgodovinskih dejstev o nekdanjih prebivalcih na Kočevskem, ki so tu živeli več kot 600 let. V kulturnem centru poteka tudi pouk nemškega jezika in občasno kočevščine, predvsem pa razne dejavnosti mladinske skupine. Izročilo kočevarske pesmi neguje mladinski pevski zbor.

Polharski dom Pogorelec

Upravlja ga Polharska družina POLH na Dolenjskem. Dom je središče pestre društvene aktivnosti. V domu je urejena informativna soba o polhu z razstavljenimi polhi več vrst ter zbirka starih pasti. V neposredni okolici doma je Polharska pot, kjer so na trinajstih postojankah predstavljene značilnosti habitata polha in ostale naravoslovne zanimivosti. Polh je ena od najbolj znamenitih slovenskih živali, saj se je samo pri nas ohranila sto-letna tradicija lova.

Sitarjeva hiša

Sitarjeva hiša se nahaja v središču Dolenjskih Toplic in skriva bogato zgodovino. Stoji na območju kraških izvirov. Pod njo priteka voda, ki je nekoč Topličanom služila kot glavni vodni vir. V bližini hiše so za ta namen uredili Sitarjev studenec, kamor so ljudje hodili zajemat vodo. Tu sta bili sprav gostilna in restavracija, po drugi svetovni vojni so v hiši uredili učilnico, nato pa je tu dolgo delovala lekarna. Danes je tu Turistično informacijski center Dolenjske Toplice, prav tako pa je prostor številnih kulturnih in drugih dogodkov.

Kraške jame

AHNENLOCH pri Podstenicah je 118 metrov globoko kraško brezno. Obsežna glavna dvorana premore bogato kapniško okrasje, vključno s ponvicami. Številni podpisi po stenah nam dokazujejo, da so ta del jame veliko obiskovali že Kočevarji. Dno dvorane se prevesi v strmo pobočje, ki preide v 55 metrov globoko, po stenah lepo zasigano brezno. Na dnu dvorane je skupina večjih stalagmitov ter krajši rov, v katerem se z blatnim zatrepom jama konča. Ahnenloch sodi po splošnem prepričanju jamarjev med najlepše zasipane jame Kočevskega roga. Dostop je jamarjem omogočil šele udor stropa v začetnem delu brezna. Brez opreme je dostopno do velike dvorane, ki se po podoru nadaljuje v 55 metrov globoko notranje brezno z lepimi stalagmiti na dnu. Skupna dolžina jame je 230 metrov in je tudi sicer med globljimi kraškimi pojavi na Dolenjskem. Brezno leži na nadmorski višini 723 metrov.

Vhod v najizrazitejšo ledeno jamo na Kočevskem Rogu je na dnu udorne vrtače SZ od opuščene kočevarske vasi Kunč, v neposredni bližini gozdne ceste. Pod navpično steno podorne vrtače se proti severu odpira markanten vhod (30x20 m) v žepasto zaprto ledenico. Rov se pahljačasto razširi v 90 m široko in 30 m visoko dvorano. Jama je tipična ledenica, v kateri se zadržuje hladen zrak in manjše količine ledu preko celega leta. V udornici pred jamo se je razvil vegetacijski obrat. V jami so našli zanimive podzemeljske hrošče, po eni izmed zgodb pa naj bi prav tam prijeli Veroniko Deseniško, drugo ženo Friderika II. Celjskega, ki naj bi se v jamo zatekla pred preganjalci.

Podsteniška koliševka, največja roška udornica ima premer 160 m, globino 60 m in prostornino 665 m³. Nastala je z zrušitvijo stropa večje podzemne dvorane. Kotlasta udornica ima v zgornjem delu

mestoma ohranjeno ostenje. Pod njim je strmo pobočje prekrito z gruščem, na dnu ležijo večji skalni bloki. Na pobočju prevladujejo plemeniti listavci (brest, javor), na dnu in osojnim delu pobočja pa je mraziščni smrekov gozd, ki se je ohranil iz zadnje ledene dobe. Zadrževanje hladnega zraka na dnu je posledica temperaturnega obrata in dotoka hladnega zraka iz sistema podzemskih razpok v podoru skal. Koliševka je zavarovana kot naravni spomenik in izločena iz gospodarjenja kot gozdni rezervat. Prepuščena je naravnemu razvoju, zato si jo je mogoče ogledati zgolj z roba.

Jazbina pri Podturnu je fosilna izvorna jama nad izvirov Obrh v vznožju Pogorelca pri Podturnu. Nastala je ob lokalnem prelomu, dobro vidnem zlasti v vhodnem delu. Z nižanjem erozijske osnove in tektonskih procesov se je vodni tok Obrha umaknil v globino, na nivo sedanjega izvira. Dobrih 120 m dolg poligon se začne s prostornim vhodnim rovom, ki so ga Auerspergi leta 1867 preuredili v hladilnico bližnjega dvorca Soteska. Po 50-tih m preide v težko prehodni erozijski rov, ki pripelje do Kapniške dvorane na koncu jame. Jazbina je ena bolj znanih dolenjskih jam, saj je sicer zazidan vhod viden neposredno iz regionalne ceste. Omenja jo že Valvazor, raziskana je bila leta 1875, registrirana 1928, novomeški jamarji pa smo leta 1990 odkrili stropno brezno, ki se odpira v pobočju nad jamo in privede do Kapniške dvorane. Jama je pomembno zatočišče netopirjev (Natura 2000), zato je poleti in pozimi ne obiskujemo. Vstop v jamo je mogoč zgolj z jamarji.

Rigelj – pot po vinski gorici

Pot vodi v obliki osmice skozi vinsko gorico Rigelj v Dolenjskih Toplicah. Povezuje tri cerkvice - Mali Rigelj, Cerovec in Gorica ter se vije mimo številnih zidanic. Pot je bila nadgrajena tako, da so zidanicam dodeljena imena in obiskovalcem je omogočeno, da se ustavijo ter poskusijo domače dobrote. Zidanice so opremljene z lesenimi tablami, na katerih lastniki lahko obesijo znake. Ti znaki, kot so obeski v obliki salame, kozarca in hišice, obveščajo mimoidoče pohodnike, kdaj se lahko ustavijo na kozarčku in poskusijo domače vino oz. si v zidnici privoščijo domače dobrote, ter ali je v zidnici na voljo tudi možnost prenočevanja. Trenutno je označenih več kot 60 zidanic.

Človeška ribica v Dolenjskih Toplicah

Človeška ribica ali močeril (*Proteus anguinus*) je naša najbolj znana jamska žival in tudi svojevrsten simbol slovenskega krasa. V Dolenjskih Toplicah je bila opažena v večini pritokov Krke na kraškem ravniku od Sušice pri Dolenjskih Toplicah do Petelinca, južno od Novega mesta. Prvo zabeleženo opažanje sega v leto 1824, ko so jo narasle vode verjetno izplavile iz Sitarjevega studenca ob Sušici, sredi Dolenjskih Toplic (Hohenwart). Prav tu jo je po drugi svetovni vojni zajela tudi Matkovičeva mama, ribica pa je končala kot eksponat v osnovi šoli (Ljubo Matkovič, ustno). Pozneje je bila najdena v izvihu Suhorec pri gasilskem domu (Andrej Barbič, ustno) ter v izvihu Sušice nad Gorenjimi Sušicami: Zelenec in Rupe. Drugo pomembno zaledje je Kočevski rog. Ob prelomnici ob vznožju Kočevskega roga je niz izvirov, po navedbah domačinov so v preteklosti človeške ribice opazili v Crkavniku, Radeščici ter v izvihu ob Črmošnjici pri Kočevskih Poljanah: Ušprung in Obrov studenec. Podzemni habitat je dostopen samo v izvihu Obrha, kjer so potapljači potrdili prisotnost več osebkov. Zanimivi sta tudi najdbi ob elektro izlovu rib v strugi Črmošnjičice v Podturnu, kamor ju je najbrž prineslo iz zgoraj omenjenih izvirov pri Kočevskih Poljanah. Vrsta očitno poseljuje podzemne tokove s povirjem pod masivom Kočevskega roga, glede na dokazane vodne povezave je tudi v stiku s populacijami na Kočevskem polju (povzeto po Andrej Hudoklin). Oblikovana je tudi t.i. vodna pot – po poteh človeške ribice, ki združuje nahajališča oz. najdišča človeške ribice na območju LAS STIK, to je občin Žužemberk, Trebnje in Ivančna Gorica.

1.2 Ponudba doživetij

Zdraviliška in velneška ponudba

Terme Dolenjske Toplice so privlačen cilj za goste različnih generacij iz vse Evrope. Wellnes center Balnea ob robu zdraviliškega parka s stoletnimi drevesi je kraljestvo osvežilnih kopeli, poživljajočih masaž, krepilnih savn in vodnega razvajanja. Z individualno načrtovanimi in prilagojenimi programi in storitvami za vse generacije se uvršča med prepoznane centre dobrega počutja. Pestro ponudbo Balnee nadgrajuje center za nego obraza in telesa z edinstvenimi programi za kakovostnejše življenje. V Termah so obiskovalci deležni zdravih in okusnih jedi, pripravljenih iz hranilno bogatih in kakovostnih živil lokalne pridelave. Gostom so na voljo trije hoteli visoke kategorije z vrhunsko opremljenimi sobami in suitami. Hotel Balnea**** superior in wellness center povezuje prostoren panoramski hodnik. V hotelu Kristal si velja ogledati poslikano restavracijsko dvorano, ki jo krasi velik lesteneč. Severni zaledni prostor stavb Vitala in Kristala do Wellness centra Balnea zapolnjuje park, katerega rob zamejuje stoletni drevored lip in kostanjev. Terme Dolenjske Toplice so že stoletja priznana slovensko zdravilišče. Z današnjo sodobno ponudbo kopaliških, zdravstvenih in drugih storitev navdušujejo domače in tuje goste vseh generacij. Terme Dolenjske Toplice so priljubljene pri ljubiteljih aktivnih počitnic, parih, ki uživajo v romantičnih programih razvajanj, ter družinah z mlajšimi otroki.

Kolesarske in peš poti

Po občini Dolenjske Toplice je na terenu označenih 18 pešpoti in 6 kolesarskih poti. Začetna točka za vse poti je pred velikim zemljevidom, ki se nahaja na pročelju Kulturno kongresnega centra Dolenjske Toplice, od koder so vse poti usmerjene s kažipoti.

Ribolov

Reka Krka je bivališče številnim rečnim ribam, zlasti je bogata s postrvmi. V okolici Dolenjskih Toplic je mogoče ribariti na izbranih mestih po celotni dolžini Krke ter pritokov, odvisno od kupljene dovolilnice. Priljubljeno mesto za ribolov je pri izviru Radeščice v Podturnu. Radeščica je eden izmed pritokov Krke, ki je odličen za muharjenje. Sezona ribolova se pri izviru začne že 1. marca, v delu izliva v reko Krko pa se odpre 1. maja. V obeh revirjih se sezona zaključi 30. novembra. Od jezua HE v Zagradcu do jezua v Soteski je pestrost rib večja, temperatura vode je tam stabilna, zato so tudi življenjski pogoji ugodni. Najprimernejši čas za ribolov je od začetka aprila do konca junija.

Od jezua v Soteski do Meniške vasi je mogoče ujeti ciprinidne vrste rib, zlasti ščuko pa tudi soma, ki ga največkrat lovijo v poletnih večerih s talnim ribolovom. Ribiške dovolilnice se lahko kupijo v Pubu Pri mostu ali preko spleta.

Športne aktivnosti

Poleg pohodništva in kolesarjenja so na voljo še ostale oblike športnega udejstvovanja, od tenisa, paint balla, športnega jahanja, teka po trim stezi. Slednja je del poti teka za zdravje, je ena najstarejših trim stez v Sloveniji. 1,2 km dolga steza je krožno speljan skozi gozd tako, da sta start in cilj na istem mestu. Steza vodi mimo 10 fitness postaj z lesenimi napravami. Na posamezni postaji so table, ki usmerjajo v pravilno izvedbo vaje. Zasnovanih je 17 gibalnih vaj.

Degustacije in kulinarika

Preizkusiti je mogoče lokalno pridelano hrano izpod rok kuharskih mojstrov. Posladkati se z izvrstnimi slaščicami, osvežiti z limonado in popestrite večer z izbranimi koktajli.

Na obrobju kočevskih gozdov, v Obrhu se nahaja *Berryshka*, kjer ustvarjajo naravna eterična olja, premium žganice in čokoladne izdelke – slovenske blagovne znamke. Poleg vodenih ogled in degustacije v destilarni, so v butični prodajalni na voljo njihovi izdelki, v kavarni pa različne pijače, predvsem koktajli in sladice. Degustacije ponujajo tudi lokalni ponudniki na svojih kmetijah, v zidanicah in v času topliške kmečke tržnice, ki se odvija vsako soboto.

V Dolenjskih Toplicah obiskovalce pričakuje *Oštarija*. Pod skrbnimi rokami vrhunskih kuharskih mojstrov nastaja kulinarčne dobrote, ki odseva tradicijo. V svoji ponudbi obujajo pozabljene lokalne recepte, ki jim dodajajo kreativni in sodobni pridih. Posebno pozornost namenjajo sezonskim sestavinam in z roko v roki sodelujejo z lokalnimi pridelovalci in rejci, s katerimi so spletli vzajemno zgodbo sodelovanja v regiji. *Restavracije Balnea* odraža temeljno vodilo Term Krka, to je zdrav življenjski slog. Na njihovih mizah se znajdejo domiselni jedilniki z izbranimi specialitetami in vrhunskimi vini domačega vinorodnega okoliša. *Gostilna Pri Henriku* se nahaja v Loški vasi in je že več generacij družinska gostilna. Zaradi velikega parkirnega prostora in notranjih kapacitet je odlična lokacija za zaključene družbe (poroke, birme, obhajila, praznovanja...). Ponujajo tradicionalno slovensko hrano, po kateri so znani daleč naokoli. Ob regionalni cesti Soteska - Semič v Podturnu se nahaja *Gostilna Štravs*. Postrežejo z izbrano hrano po naročilu ali tradicionalno kmečko hrano. Hišna posebnost so odlično pripravljene sveže sladkovodne ribe, domače koline in različne lovske jedi. Za družabna srečanja zaključenih skupin imajo v lovskem in ribiškem slogu opremljeni sobi s po 20 sedeži. V jedilnici je 80 sedežev, v okrepevalnici pa 20. Sredi neokrnjene narave, ob vznožju *smučišča Gače* se nahaja kočja in bife s kulinarčno ponudbo. Gače so idealno izhodišče za raziskovanje Kočevskega roga, bogati jih pestra ponudba v vseh letnih časih.

Poleg tega se je mogoče okrepečati s toplimi napitki tako v centru kot okolici Dolenjskih Toplic, v barih in pubu.

Dogodki v Dolenjskih Toplicah

V Dolenjskih Toplicah se tradicionalno odvijajo štirje dogodki: velikonočna razstava tradicionalni jedi, topliška noč, topliško jabolko in festival narodno zabavne glasbe, poleg tega tudi več kot 25 dogodkov v sklopu Poletja v Kočevskem rogu, poletne kulturne prireditve, prižig lučk v začetku decembra, obdaritev Dedka Mraza, praznični december ter ostali. Za pestro ponudbo dogodkov poskrbijo tudi domača društva z organizacijo športnih, kulturnih in ostalih vsebin.

Kulturne vsebine se po večini odvijajo v dvorani Kulturno kongresnega centra, od gledaliških predstav, koncertov pa vse do predavanj. V dvorani gostujejo različna gledališča in ponudniki kulturnih in zabavnih vsebin. V letu 2022 je bilo organiziranih 8 tovrstnih dogodkov in skupaj prodanih 1460 kart. Kulturno kongresni center Dolenjske Toplice nudi sodobno opremljene prostore za prirejanje kulturnih prireditev, kongresov, seminarjev in ostalih strokovnih srečanj. Vsi prostori so klimatizirani in omogočajo uporabo sodobne avdiovizualne opreme, dostop do interneta, opremo za projiciranje, namizno in brezžično ozvočenje itd. Prav slednje predstavlja veliko prednost pri udejstvovanju v kongresnem turizmu, saj je prostore mogoče najeti tudi za dogodke zaprtega tipa.

1.3 Ponudba namestitev

V občini Dolenjske Toplice je v letu 2022 delovalo 22 obratov, ki skupno ponujajo 953 stalnih ležišč. Zasedenost ležišč je bila v povprečju 34 %.

Gostom so na destinaciji na voljo kampi v kategorijah od 1 do 3 zvezdic, prav tako apartmaji, gostišči z 2 in 3 zvezdicami ter turistične kmetije in sobe oz. počitniške hiške v kategorijah 1 in 2 zvezdic. Poleg drugih nastanitvenih objektov so na destinaciji na voljo tudi trije hoteli s 3 in hotel s 4 zvezdicami, ki beležijo tudi daleč najvišjo stopnjo zasedenosti.

Pregled ponudbe kaže na relativno nizko kategorizacijo ponudbe, saj je na destinaciji prevladujejo ponudniki z manj kot 3 zvezdicami, trenutno pa nihče izmed ponudnikov ni nosilec znaka ZSST Green Accommodation.

Med ponudbo namestitev na destinaciji izstopa umetniški hotel Balnea **** v okviru Term Krka, ki s svojim konceptom nagovarja bolj zahtevnega gosta.

Na dan 31. 12. 2022 je bilo aktivnih 22 obratov:

- 1x Apartma * 1,

- 1x Apartma ** 1,
- 1x Apartma *** 1,
- 4x drugi nastanitveni obrati: 4,
- 1x Kamp * 1,
- 1x Kamp ** 1,
- 1x Kamp *** 1,
- 1x Gostišče ** 1,
- 1x Gostišče *** 1,
- 3x Hotel *** 3,
- 2x Hotel **** 2,
- 1x Turistična kmetija z nastanitvijo * 1,
- 2x Soba, počitniško stanovanje ali počitniška hiša * 2,
- 2x Soba, počitniško stanovanje ali počitniška hiša ** 2.

Število stalnih ležišč na dan 31. 12. 2022: 953

Destinacija je bogata s kulturno in naravno dediščino, ki se jo že sedaj v veliki meri ponuja in promovira in spodbuja obiskovalce za ogled. Primanjkljaj je zaznati pri urejenosti in infrastrukturi na sami lokaciji ter premajhnega obsega podpornih storitev, ki bi pozitivno vplivale na večjo atraktivnost lokacij ter boljše doživetje obiskovalcev.

Na destinaciji z vidika turističnih produktov prepoznamo dobro uveljavljen in razvit zdraviliški turizem, ki pa je v celoti v domeni enega ponudnika. Vzporedno se razvija dopolnilna ponudba, ki pa ni strukturirana, povezana ali celostno osmišljena. Trenutno zaznavamo razkorak med tipom ponudbe Term Krka in večino ostalih ponudnikov, kar otežuje povezovanje v korist vseh. Destinacija ponuja veliko potencialov zlasti na področju aktivnosti v naravi pa tudi kulturnega turizma. Dober primer inovativnega pristopa predstavlja razvoj ponudbe v zidanicah na Riglju in lahko pomeni vzorčni model za nadaljevanje tudi na drugih področjih.

1.4 Strateško načrtovanje razvoja in upravljanje destinacije

Občina Dolenjske Toplice nima sprejete strategije razvoja občine ali strateških dokumentov za posamezna področja. Okvirno oceno in izhodišča je podal v svojem prispevku za zbornik Dolenjske Toplice v odsevu časa (2015) M. Koščak in opredelil ključna področja za strateški razmislek.

Pomembno izhodišče za strateško načrtovanje predstavlja *Občinski prostorski načrt*, sprejet leta 2009 (UR. I. RS 20/2009) in dopolnjen s podrobnimi načrti, ki vključujejo tudi posebna območja za razvoj turizma in športno-rekreacijske površine. V OPN je turizem opredeljen kot motor razvoja občine in vodilna gospodarska dejavnost. Kot ključne razvojne prednosti občine navaja turistično tradicijo, dobro ohranjeno okolje, naravni in ustvarjeni prostorski potencial. Med potencialnimi priložnostmi za razvoj opredeljuje športno-rekreacijski, kulturni in kongresni turizem, kar odraža tudi dejansko sliko obstoječe ponudbe v času nastajanja dokumenta. Poleg izpostavljenih danosti so v OPN izpostavljene še izjemne možnosti za razvoj sonaravnega turizma in turizma na kmetijah tudi z vidika zagotavljanja lokalne ponudbe hrane in kratkih dobavnih verig, kot ključni predpogoj za razvoj turizma pa predpostavlja ohranitev kakovosti okolja in kulturne krajine. OPN opredeljuje cilje in usmeritve na področju varstva naravne in kulturne dediščine, kmetijskih in gozdnih zemljišč, razvoja gospodarskih dejavnosti, urejanja počitniških hiš in stanovanj idr.

Prostorsko se načrtuje nadaljnji razvoj območja termalnih površin na severovzhodu Dolenjskih Toplic pri čemer so te možnosti zelo omejene, in oblikovanje novega turistično-rekreacijskega središča na jugu Na Kamenju. Na območju OPPN Na Kamenju so predvideni oblikovno poenoteni sklopi turističnih programov v navezavi na obstoječo velneško ponudbo in rekreacijo. V središču naselja se z namenom obogatitve ponudbe načrtuje urejena struktura novih objektov, ki predvideva odmikanje od potoka Sušice, ureditev parkovnih površin in sprehajališč ob potoku na celotnem območju OPPN, ki ga z jedrom Dolenjskih Toplic povezuje predvideni novi peš most preko potoka Sušice. Poleg naselja Dolenjske Toplice OPN opredeljuje razvoj turistično rekreacijskega območja Meniška vas – Dolenje Polje, predvsem v obliki počitniškega naselja in sonaravnih rekreacijskih ureditev na obrobju Krke; turistično rekreacijskega območja Kočevski rog ter več turistično rekreacijskih območij kot obliko turizma na podeželju (predvsem vinorodna območja in dopolnilne dejavnosti na kmetijah).

Vlogo upravljavca destinacije oz. skrbnika na področju turizma v občini Dolenjske Toplice izvaja Turistično informacijski center TIC, ki deluje v sklopu režijskega obrata občine in je tako organizacijsko in finančno vključen v občinsko upravo. Poslovanje TIC vodi vodja TIC, ki poleg tega tudi upravlja ponudbo Kulturno-kongresnega centra (KKC Dolenjske Toplice), skrbi za pripravo in organizacijo dogodkov in prireditev v občini, je zadolžena za pripravljavanje in vodenje projektov na področju turizma in je tudi imenovana za Zelenega koordinatorja destinacije. Poleg vodje trenutno v okviru TIC delujeta še dve osebi, ki tam nista stalno zaposleni (ena oseba je zaposlena preko javnih del, druga pa za določen čas, na projektih delih). TIC se nahaja v prenovljeni Sitarjevi hiši v središču Dolenjskih Toplic ob reki Sušici in je odprt vse dni v tednu med 9. in 17. uro, razen nedelje in praznike, ko je odprt med 9. in 12. uro. V času visoke sezone (med majem in vključno s septembrom/oktobrom (odvisno od vremena)) deluje TIC tudi na dislocirani enoti Soteska - depo starodobnikov, in sicer v soboto in nedeljo med 15. in 18. uro.

TIC kot svojo temeljno nalogo opredeljuje informiranje obiskovalcev in domačinov o aktualni ponudbi in dogajanju na destinaciji, predstavlja pa tudi stičišče in srečevanje za domačine, ki tam lahko pridobijo tudi ostale uporabne informacije, ki niso neposredno vezane na turizem (npr. rezervirajo prevoz v okviru projekta Pelji me prosim, ki je namenjen upokojujencem in invalidom in se prostovoljno izvaja s strani Društva upokojujencev Dolenjske Toplice). TIC igra pomembno vlogo pri prenosu informacij med občani, občinsko upravo in vodstvom občine, saj je iniciiral in spodbuja aktivno participacijo v okviru akcije Predlagaj, sodeluj, soustvarjaj.

TIC v mesecih juliju in avgustu, ki veljata za najbolj obiskane, obišče tudi med 500 in 600 gostov na mesec, sicer pa se številke gibljejo med 50 in 200. Obiske TIC zaposleni beležijo in vodijo podatke o zanimanjih in virih informacij. TIC skrbi za postavljanje in vzdrževanje informacijskih tabel, označevanje znamenitosti, pripravo in oblikovanje promocijskih materialov, upravlja s spletno stranjo in profili na socialnih omrežjih. Poleg podajanja informacij, TIC v Sitarjevi hiši prodaja izdelke lokalnih ponudnikov, organizira in izvaja brezplačna turistična vodenja na destinaciji. Med dejavnosti na področju turizma sodi organizacija dogodkov v KKC in izven, ki jih je na letni ravni okrog 20. TIC skrbi za povezovanje ponudnikov v okviru posameznih dogodkov ali produktov, vendar ne trži svoje ali njihove ponudbe. Zaradi omejitve dejavnosti režijskih obratov TIC ne more izvajati dejavnosti trženja in prodaje lastnih storitev.

V okviru dejavnosti upravljanja destinacije TIC povezuje ponudnike, vendar nima vzpostavljenih rednih srečanj ali oblik delovanja, ki bi ponudnike aktivneje vključevala v delo in odločanje na destinaciji. V anketi med ponudniki turističnih storitev jih je manj kot polovica navedlo, da aktivno sodelujejo z lokalno turistično organizacijo (TIC). Običajno se organizirajo letna srečanja, sproti jih informira o aktualni ponudbi in pošilja tedenski napovednik dogodkov. Vsi ponudniki pa lahko na TIC prevzamejo brezplačne tiskane promocijske materiale. TIC ponudnikom ponuja strokovno sodelovanje na področju razvoja turistične ponudbe in organizira izobraževanja in delavnice za ponudnike. Redno vzdržuje komunikacijo z največjim ponudnikom na destinaciji, jih vključuje v svoje projekte ter obvešča o dogodkih in ponudbi na destinaciji. Te informacije pa so tako dostopne tudi v prostorih Term Krka. Poleg domačih redno sodelujejo tudi s ponudniki izven občine, tako pri pripravi ponudbe kot pri vključevanju v delavnice in izobraževanja. Pripravlja in vodi celotno administracijo, vezano na področje turizma, vključno s turističnimi programi, ki jih financira občina v svojem proračunu. V okviru TIC se pripravljajo tudi projektne prijave za pridobivanje sredstev na razpisih (LAS, STO, pristojna ministrstva itd.)

TIC aktivno sodeluje tudi z drugimi deležniki, kot so različna društva (kulturna društva, Društvo podeželskih žena, Društvo kočevarjev staroselcev, specializirana društva (lovsko, ribiško, čebelarstvo, polharsko idr.), športna društva, ki so pogosti organizatorji in soustvarjalci lokalnih prireditev. Aktivno sodeluje z vrtcem in šolo, predvsem na področju ozaveščanja in promocije trajnostnih vrednot, lokalne dediščine in kulture.

Zaposleni na TIC si v okviru svojega delovanja prizadevajo za varovanje, obnovo in razvoj naravne in kulturne dediščine za namene turizma. Aktivno sodelujejo s pristojnimi javnimi zavodi. Z Zavodom za varstvo kulturne dediščine pripravljajo smernice za upravljanje s kulturno dediščino na območju občine (Baza 20, Cvinger, Soteska, območja zidaniškega turizma). Aktivno se vključujejo v razpravo o upravljanju Kočevskega roga, ki je vse bolj privlačen za obiskovalce zaradi svoje bogate kulturne dediščine in izjemnih naravnih bogastev, vendar hkrati zavarovano območje z režimom Natura 2000 z omejeno nosilno zmogljivostjo.

Destinacija Dolenjske Toplice se povezuje v **vodilno destinacijo Dolenjska**, v okviru katere predstavljajo enega od treh izrazitih turističnih centrov. Vodilni partner destinacije je Razvojni center Novo mesto, s katerim sodelujejo v različnih projektih in pri promociji, opazno pa je pomanjkanje jasne regijske strategije na področju turizma. Na ravni regije tako še ni enotnega dogovora glede prihodnje organizacije in financiranja, področje turizma pa je tudi kadrovsko podhranjeno. Kljub temu velja izpostaviti nekatere dobre prakse. Vodilni partner upravlja z obstoječo znamko in spletno stranjo, na kateri je predstavljena ponudba vodilne destinacije in upravlja ter razvija vse bolj prepoznan produkt zidaniškega turizma. V letu 2023 so občine članice vodilne destinacije uspešno uskladile dogovor o delovanju turističnih vodnikov Dolenjske, ki prinaša enotni standard in način delovanja za vse občine. Pomemben dejavnik razvoja, kakovosti in promocije na območju vodilne destinacije in širše predstavlja unikatna kolektivna blagovna znamka Dobrote Dolenjske, zasnovana po modelu Izvorno slovensko. Destinacija ima vzpostavljeno sodelovanje z upraviteljem znamke predvsem na področju izobraževanja, obstaja pa tudi možnost neposrednega vključevanja ponudnikov v samo shemo.

TIC redno spremlja povpraševanja in zadovoljstvo obiskovalcev preko lastne ankete, od leta 2023 pa izvaja tudi anketo o zadovoljstvo domačinov in ponudnikov. Ugotovitve so predstavljene v nadaljevanju.

V okviru svojih dejavnosti TIC skrbi za promocijo turizma in turistične ponudbo destinacije. Destinacija nima razvite promocijske znamke in celostne grafične podobe. Na Instagram profilu se sicer navaja geslo *V objemu zelenih lepot in termalnih izvirov*, ki ga pa ne zasledimo tudi na drugih promocijskih materialih. Na TIC oblikujejo in tiskajo plakate za dogodke, pripravljajo druga tiskana gradiva, ki so brezplačno na voljo vsem ponudnikom in pripravljajo vsebine za spletne strani in socialna omrežja. V okviru TIC upravljajo z vsebinami na uradni spletni strani občine Dolenjske Toplice in TIC, upravljajo s 3 Facebook profili (Občina Dolenjske Toplice, Visit Dolenjske Toplice, Poletje v Kočevskem rogu) in Instagram profilom Dolenjske Toplice.

Spletna stran občine ima jasno izpostavljen zavihek Turizem, znotraj katerega je mogoče najti informacije o TIC in turistični ponudbi ter ponudnikih po posameznih kategorijah. Stran je opremljena z opisi, ki so večinoma dostopni oz. se ponovijo tudi na strani vodilne destinacije Dolenjska. Z izbiro posameznega ponudnika je na voljo podrobnejši opis in kontaktni podatki, ni pa možnosti rezervacije ali nakupa. Vsebine na spletni strani niso povsem posodobljene in se tam nahajajo tudi ponudniki, ki niso več aktivni, medtem ko aktualni ponudniki niso vsi predstavljeni. Z izbiro gumba za angleški jezik se ponudba informacij bistveno zmanjša, klik na zavihek Tourism pa vodi na spletno stran vodilne destinacije v slovenščini. Ob obratni poti, torej ob izbiri zavihka Turizem v slovenskem jeziku in nato zamenjava na angleški jezik, je dostopnih nekoliko več informacij, vendar predvsem glede naravnih in kulturnih znamenitosti, ne pa tudi ponudnikih. Vsebine na spletni strani se sproti posodablja.

Tabela 1: Število sledilcev na profilih socialnih omrežij

Profil	Št. sledilcev
FB Občina Dolenjske Toplice	1100
FB Visit Dolenjske Toplice	2400
FB Poletje v Kočevskem Rogu	570
IG Dolenjske Toplice	147

Vir: Facebook in Instagram profili

Destinacija se v sklopu aktivnosti vodilne destinacije udeležuje sejma Alpe Adria in se pojavlja tudi na njenih promocijskih kanalih. Občasno se promovira tudi na drugih sejmih in dogodkih (npr. sejem Out Door v Zagrebu ter na vseh sejmih, kjer nastopa s svojo ponudbo destinacija Dolenjska), ter organizira promocijske kampanje za dogodke na jumbo plakatih (Topliška noč, Topliško jabolko, praznični december), na lokalnih radijskih postajah (Radio Krka, studio D, Radio Sraka), časopisih (Dolenjski list in občinsko glasilo Vrelec), televizijskem kanalu (Vaš kanal) ter drugih posamičnih priložnostih. Večino promocijskih aktivnosti izvedejo zaposleni z lastnim znanjem in delom. Letni proračun znotraj opredeljenih postavk za celotno promocijo v letu 2023 znaša približno 45 000 eur, v kar je všteti tudi celotni strošek urejanja, oblikovanja in tiskanja občinskega glasila Vrelec.

V kontekstu promocije destinacije in posredno tudi upravljanja moramo izpostaviti pomembno vlogo Term Krka, ki predstavljajo več kot 80 % vseh opravljeni nočitev na destinaciji. S svojimi promocijskimi kampanjami na vseh trgih poleg lastnih storitev promovirajo tudi destinacijo, saj je ime kraja že v nazivu term, s tem pa posredno tudi vse ostale ponudnike. S svojim delovanjem močno oblikujejo podobo prevladujočih gostov na destinaciji in določajo naravo povpraševanja. S spreminjanjem svoje ponudbe in naslavljanjem novih trgov Terme Krka preoblikujejo tudi značaj celotne destinacije.

1.5 Analiza povpraševanja

V letu 2022 je občina Dolenjske Toplice zabeležila 26.163 prihodov domačih in tujih turistov in skupno 120.576 nočitev. V primerjavi s predhodnima letoma, ki ju je zaznamovala pandemija COVID, je ta številka večja, vendar še vedno nižja od stanja v letu 2019, ki sicer velja za rekordno leto slovenskega turizma, ali celo letom 2018, ko je destinacija zabeležila najvišje število prihodov in nočitev.

Tabela 2: Prihodi in prenočitve domačih in tujih turistov v občini Dolenjske Toplice

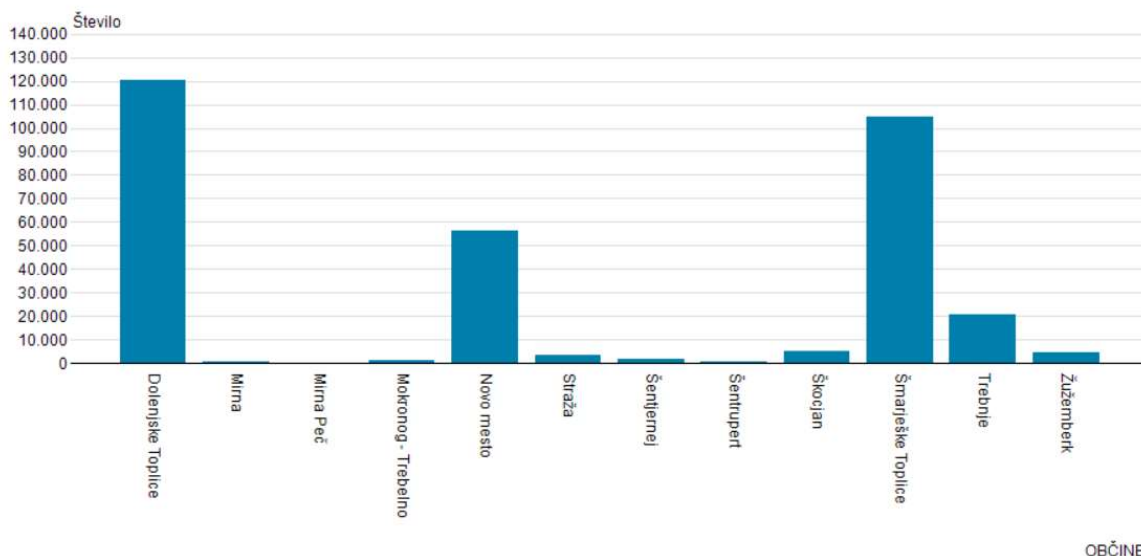
	2018	2019	2020	2021	2022
PRIHODI turistov	29.736	29.270	18.934	24.209	26.163
PRENOČITVE turistov	138.609	133.877	100.234	116.975	120.574

Vir: Stat.si

V tabelo so zajeti podatki prihodov zgolj za obiskovalce, ki so na destinaciji prenočili najmanj enkrat in se v kontekstu statistične opredelitve smatrajo za turiste. V tabeli niso zajeti enodnevni obiskovalci, torej takšni, ki na destinacijo pridejo za manj kot 24 ur oz. v njej ne prenočijo. Podatki v tabli kažejo, da je delež nočitev v letu 2022 znašal 87 % nočitev v letu 2018.

Na ravni vodilne destinacije Dolenjska predstavljajo prihodi turistov v občino Dolenjske Toplice 28,3 % vseh prihodov, med prenočitvami pa kar 37,7 % vseh prenočitev. Občina Dolenjske Toplice je tako občina z največ opravljenimi nočitvami na vodilni destinaciji.

Graf 1: Prenočitve domačih in tujih turistov po občinah VD Dolenjska, 2022



Vir: Statistični urad Republike Slovenije

Levji delež prihodov (65 %) ter še bolj prenočitev (81%) opravijo domači gosti, kar gre v največji meri pripisati velikemu deležu zdravstvenega turizma oz. bivanja na podlagi zdravniške napotnice. Po ocenah Term Krka, ki so daleč največji ponudnik na destinaciji in ponudnik zdravstvenega in zdraviliškega turizma, ta delež predstavlja med 30 % in 40 %, odvisno od meseca. Skladno s prevladujočo turistično ponudbo je doba bivanja na destinaciji bistveno daljša od povprečne dobe bivanja turistov v Sloveniji in znaša 4,6 dni, med domačimi gosti pa celo 5,7 dni. Indeks turistične intenzivnosti je v letu 2022 znašal 33,7, kar je primerljivo s sorodno destinacijo Šmarješke Toplice,

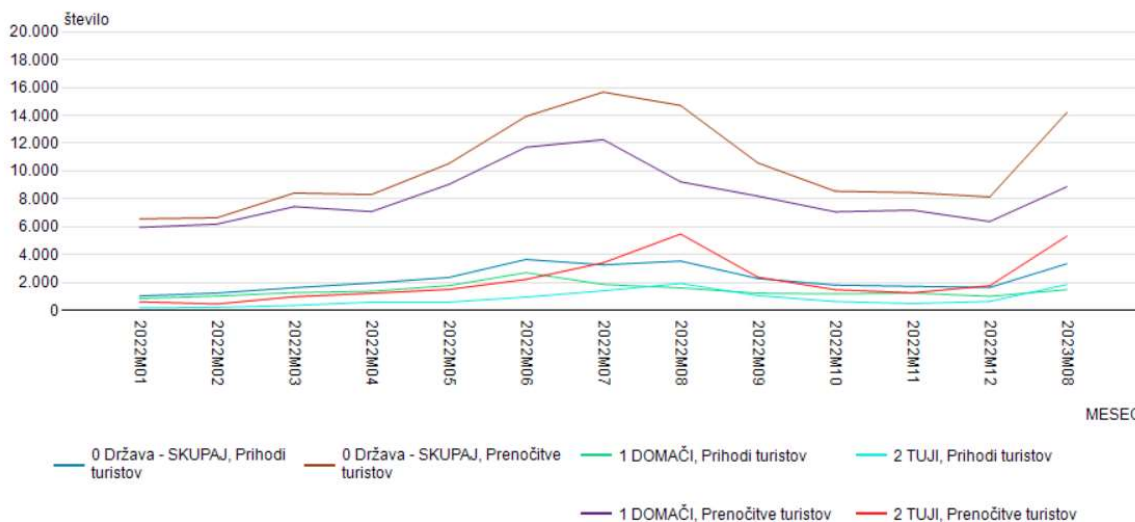
vendar bistveno več od bližnjega urbanega centra Novo mesto (3,14) oz. za tretjino nižji od primerljive destinacije Podčetrtek.

Podatki na Grafu 1 kažejo gibanje prihodov in prenočitev domačih in tujih turistov v zadnjih petih letih, pri čemer je viden pričakovan padec tujih gostov v letu 2020 in počasno okrevanje v letu 2022, pri čemer pa je še vedno delež prihodov za tretjino nižji od leta 2018, delež nočitev pa skoraj 39 % nižji od leta 2018.

Med tujimi gosti prevladujejo turisti iz Italije, sledijo tisti iz Nizozemske, Nemčije, Belgije in Hrvaške, povečuje pa se število gostov iz Srbije in Avstrije. Med države, katerih gostje so ustvarili več kot 1000 nočitev, se uvrščata še Češka in Francija. Slika kaže, da destinacijo obiše najmanj petina takšnih gostov (upoštevana najkrajša razdalja z meje države do Dolenjskih Toplic), ki za svoj prihod opravi najmanj 500 km ali več.

Pri porazdelitvi prihodov in nočitev preko leta lahko opazimo učinek institucionalne sezonskosti, ki kljub letoletni značilnosti ponudbe riše vrh obiskov v času poletnih počitniških mesecev. Graf 2 prikazuje število prihodov in nočitev domačih in tujih turistov glede v posameznih mesecih. Takšno porazdelitev pokaže tudi beleženje obiskovalcev v TIC Dolenjske Toplice, ki v poletnih mesecih zaznava tudi več kot 500 obiskov, medtem ko se število obiskovalcev v preostalih mesecih giblje med 50 in 200.

Graf 2: Prihodi in prenočitve turistov o državah in mesecih za občino Dolenjske toplice.



Vir: Statistični urad Republike Slovenije

Anketa med gosti pokaže še nekatere značilnosti segmenta, čeprav je pri zabeleženih odgovorih vzorca mogoče zaznati odstopanje od uradnih statističnih podatkov pri porazdelitvi gostov glede na državo bivanja in dolžino bivanja, neenakomerno je porazdelitev glede na spol in starost, kjer izrazito prevladujejo starejši od 45 let (skupno 77 % vprašanih), kar 35 % je bilo upokoencev. Rezultate ankete zato smatramo kot bolj informativne narave, ki nam vseeno lahko pomagajo sklepati o nekaterih ključnih značilnostih obiskovalcev.

Večina jih na destinacijo prispe sama (38 %) ali v paru (25 %) oz. z družino (21%). Takšni podatki sicer ustrezajo prevladujoči turistični ponudbi in močnemu deležu zdraviliškega zdravljenja, hkrati pa potrjujejo tudi navedbe ponudnikov, ki so bili vključeni v raziskavo. Pari, ki prihajajo na oddih in iščejo kakovostno ponudbo, so tudi sicer glavna ciljna skupina največjega turističnega ponudnika. Na podlagi ankete prav tako potrjujemo že zgoraj navedeno oceno, da se delež gostov, ki destinacijo obišejo z motivom zdravstvenih storitev, giba med 30 % in 40 %, drugi najpomembnejši motiv pa predstavlja obiskovanje naravnih in kulturnih znamenitosti (20 %) in rekreacija (18%), 13 % anketirancev pa je odgovorilo, da je glavni namen njihovega obiska počitek.

Na osnovi beleženja motivov in zanimanj obiskovalcev TIC lahko ugotovimo, da le-ti največkrat iščejo **mir in zdravje** ter povprašujejo po zemljevidih za pešpoti in kolesarske poti ter drugih **rekreacijskih možnostih**, o posameznih kulturnih (Cvinger, Kočevski rog, Soteska, 4D doživetje v Sitarjevi hiši,

Berryshka) in naravnih znamenitosti (Kočevski rog, vrelni), pa tudi dogodkih, možnosti za nakupovanje in prehrano.

Ugotavljamo, da ima destinacija izrazito prepoznan in izoblikovan segment gostov, ki so predvsem koristniki zdraviliških storitev, ostali obiskovalci in turisti pa ne oblikujejo jasnih segmentov. Terme Krka skozi svojo strategijo razvoja poleg zdravstvenega in zdraviliškega turizma opredeljujejo segment gostov, ki išče doživetja, ki podpirajo zdrav življenjski slog. S svojim umetniškim hotelom Balnea nagovarjajo bolj zahtevnega gosta, ki mu ponujajo programe sproščanja in podpore zdravju.

S ponudbo nastanitev je več kot 90% anketiranih zadovoljnih, z gostinsko ponudbo pa nekje polovica anketiranih, enako velja tudi za označbe do in na območju znamenitosti, potovanja peš ali s kolesom, urejenostjo okolice, s skrbjo za zdravje, s priložnostmi za pohodništvo in kolesarjenje, gostoljubnostjo, z občutkom varnosti. Več kot polovica anketirancev ni zadovoljnih s ponudbo za nakupovanje ter možnostjo javnega prevoza v destinaciji.

V vprašalniku so bili anketiranci zaproseni, da podrobneje opišejo s čim ob obisku destinacije niso bili zadovoljni. Med pomanjkljivostmi, ki so jih obiskovalci posebej izpostavili, so pomanjkanje gostinske ponudbe, preveč embalaže, premalo znamenitosti v okolici Dolenjskih Toplic, pomanjkljive avtobusne povezave, premajhno število oziroma slaba ponudba trgovin, premalo možnosti za nakup lokalnih izdelkov.

1.6 Krovne usmeritve in trendi v turizmu

Pri razvoju turizma na lokalni ravni destinacija upošteva regionalni in nacionalni strateški okvir. Slovenija je sprejela novo strategijo razvoja turizma v letu 2022, na katero je pomembno vplivala izkušnja turizma v pandemskih letih. Ključna strateška pozicija slovenskega turizma temelji na bolj odgovornem turizmu, ki si ne prizadeva nujno za večanje obsega turističnega dejavnosti, pač pa v prvi vrsti za višjo kakovost na vseh štirih nosilnih področjih trajnostnega oz. zelenega turizma, predvsem tudi v odnosu do vplivov na podnebne spremembe. Slovenska vizija ponuja obljubo butičnega doživetja, z manjših okoljskim in družbenim odtisom in z večjo vrednostjo za vse. Takšne vrste turizma zahteva dobro sodelovanje vseh deležnikov, tako lokalnih skupnosti, ponudnikov kot tudi obiskovalcev. Slovenski turizem se sooča z izzivi, ki se odražajo tudi na ravni destinacije Dolenjske Toplice: ponudba zaostaja za obljubo zelene butične Slovenije; v turizmu ustvarjamo relativno nizko dodano vrednost, velik izziv pa predstavljajo tudi zaposleni, ki jih v turizmu primanjkuje, potrebna so nova znanja in kompetence ter boljši delovni pogoji. Slovenski turizem je še v izgrajevanju učinkovitega sistema upravljanja, opažamo neenakomernost turističnega razvoja in pojavljanje konfliktov zaradi omejene nosilne zmogljivosti destinacij. Med produkti strategija zaznava pomanjkanje avtentičnosti oz. elementov le-te v turistični ponudbi. Strategija opredeljuje 3 ravni produktov slovenskega turizma, med katerimi se med vodilne, to je med tiste z najmočnejšim potencialom za nadaljnjo rast, uvršča tudi Aktivnosti v naravi ter Zdravje in dobro počutje, poleg Kulture in zgodovinskih mest in Industrije srečanj.

Nacionalna strategija predvideva naslavljanje izzivov skozi 7 ključnih in 3 horizontalne politike, ki predstavljajo pomembne priložnosti tudi za lokalne destinacije. Te so prepoznane kot ključne nosilke in skrbnice kakovosti, tudi skozi oblikovanje kolektivnih blagovnih znamk. Kljub temu je v Sloveniji očitno pomanjkanje povezovanja destinacij na ravni regij in skupno naslavljanje razvojnih izzivov, zato so predvidene rešitve v strukturi vodilnih in regionalnih vodilnih destinacij. Med ukrepi je med drugim predvidena tudi prenova Zelene sheme slovenskega turizma in večja promocija poklicev v turizmu.

Na ravni vodilne destinacije do sedaj ni bila sprejeta skupna politika razvoja turizma. Vodilni partner oz. nosilec aktivnosti vodilne destinacije Dolenjska, Razvojni center Novo mesto d.o.o, tukaj prepoznava potrebo in želeno smer razvoja, pri čemer je uspeh odvisen predvsem od zmožnosti dogovora vključenih občin in tudi konkretnih usmeritev glede regionalnih vodilnih destinacij na ravni države. Kljub odsotnosti strateške politike je zaznati nekatere aktivnosti predvsem na področju promocije in razvoja zidaniškega turizma, pomemben korak predstavlja skupni projekt vodnikov Dolenjske. Dolenjska se predstavlja kot izvorno zelena destinacija, zaradi svoje zelene pokrajine, odsotnosti velikih mest in velikih turističnih centrov, velikih gozdnih površin in lokalne ponudbe pridelkov in izdelkov. Kot vodilni produkti destinacije se izpostavljajo zidaniški turizem, arheologija, gastronomija, zdravje in outdoor turizem.

Tako slovenska, kot tudi regionalne in lokalne turistične strategije sledijo trendom na področju povpraševanja na globalni ravni. Slednje lahko opredelimo v treh sklopih, ki pa niso izključni oz. predstavljajo samo najbolj izrazita in obsežna področja:

- Digitalizacija: Z razvojem tehnologij, predvsem pa tudi z dostopnostjo in vse višjo usposobljenostjo širše množice uporabnikov, je tudi turistična ponudba vstopila v nove dimenzije, ki presegajo klasične predstave o turističnem doživetju. Na eni strani govorimo o digitalizaciji poslovanja in dostopnosti velike količine podatkov tako za ponudnike kot predvsem tudi turiste oz. obiskovalce; po drugi strani pa o razvoju izkušenj in doživetij v različnih novih dimenzijah, ki pod vprašaj postavljajo razdaljo, čas in korporealnost doživljanja. Digitalizacija in uvajanje tehnologij prinaša številne rešitve na področju zmanjševanja

ogljirnega odtisa, dostopnosti informacij in racionalizacije stroškov poslovanja, posebej tudi z razvojem umetne inteligence in njenim vkljuēevanjem v turizem.

- **Odpornost:** Pretekla leta je svet zaznamovala pandemija, ki je v ospredje postavila skrb za zdravje. Kljub predhodnim trendom, vezanim na staranje prebivalstva v razvitih delih sveta, vse bolj statične oblike preživljanja časa in prehranske izbire, je šele prisilna zaustavitev vsakodnevnih vzorcev življenja povečala skrb za zdravo življenjski slog. Poleg pandemije nalezljivih bolezni smo zadnja leta vse pogosteje priče ekstremnim vremenskim pojavom, kot so poplave, suše, orkanski vetrovi ipd., ki se kažejo kot neposredna posledica podnebnih sprememb. Politične nestabilnosti v neposredni bližini Evropske unije, pa tudi notranja trenja (Brexit) odpirajo vprašanje varnosti destinacij. Odpornost je zato postala najpomembnejši koncept pri naslavljanju razvojnih vprašanj. Na področju turizma odpornost zajema tako povezovanje turistične ponudbe na lokalni in višji ravni, gradnja kakovosti na temelju lokalnih proizvodov in kolektivnih blagovnih znamk, zmanjševanje ogljičnega odtisa turizma in prilagajanje turizma na podnebne spremembe.
- **Generacije:** Z vstopom generacije Z v svet turizma so le-tega preplavile nove vrednote, ki jih je bilo prej moč zaznati bolj kot alternativne oblike turizma, danes pa vse bolj intenzivno vstopajo na glavni oder. Mlade generacije predstavljajo že od malih nog izkušene turiste, ki dobro poznajo prednosti in pasti sodobnih tehnologij. So izjemno dobro informirani gosti, ki zlahka pridejo do informacij, zato zahtevajo kakovostno ponudbo, ki bo v pravem razmerju s ceno. Tudi sicer je med turisti zaznati vse bolj izobražene turiste, ki iščejo pristna in unikatna doživetja, v stiku z lokalno skupnostjo in naravo. Spreminja se tudi odnos do potovanja; na eni strani gredo trendi v smer več krajših potovanj namesto enega ali manj daljših, je po drugi strani pomembno tudi čim manjše ustvarjanje ogljičnega odtisa. Turisti so vse bolj osveščeni glede vplivov turizma na okolje, zato želijo aktivno prispevati k izboljšanju z zelenimi izbirami. Poleg mladih generacij med turisti narašča delež seniorjev oz. srebrnolase generacije. Ta še višje ceni zdravje, po drugi strani pa je tudi izjemno radovedna, vedoželjna in pripravljena preizkusiti vse tisto, kar jim življenje še ni ponudilo.

1.7 Primerjalna analiza

Primerjalna analiza nam omogoča iskanje zgledov in dobrih praks, predvsem pa oceno stanja, kje smo, kakšne so naše danosti v primerjavi z drugimi ter kdo in kje so tisti primeri, po katerih se lahko zgledujemo. Izbrane destinacije za primerjavo so bile določene na podlagi izrazitega izpostavljanja dobrih zgledov obeh destinacij, na področju razvoja podobe destinacij, produktov in upravljanja destinacij. V Tabeli 3 so predstavljene glavne značilnosti izbranih destinacij.

Destinacija Laško predstavlja po obsegu in številu prebivalstva sicer večjo destinacijo, ki pa ima precej nižjo stopnjo turistične intenzivnosti kot Dolenjske Toplice. Podobno kot v primeru Dolenjskih Toplic, je samo zdravilišče umeščeno v aktivni del mesta, čeprav ne v staro jedro in siceršnje dogajanje. Destinacija predstavlja dober zgled na področju razvoja znamke, gastronomskega turizma, dostopnega turizma, kulturnega turizma. Destinacija predstavlja zeleno smer razvoja tako na področje zelene trajnostne destinacije in dobitnice certifikata odličnosti (EDEN).

Tabela 3: Primerjava značilnosti izbranih destinacij

	Dolenjske Toplice	Laško	Podčetrtek
<i>Turistična znamka</i>	X	✓ Odlična zelena destinacija (in občina) zdravja in dobrega počutja	✓ Nazaj k bistvu
<i>Značaj</i>	Zdraviliška destinacija (<i>culture-based tourism</i>)*	Zdraviliška destinacija	Zdraviliška destinacija
<i>Znak ZSST</i>	X	Platinum	Silver
<i>Eden</i>	X	dostopnost	trajnost
	Outdoor, kultura	Kultura, gastronomija, šport, dostopnost	Narava, dogodki, šport, gastronomija
<i>Status</i>	Vodilna destinacija Dolenjska	Vodilna destinacija Laško	Vodilna destinacija Podčetrtek
<i>Pomen turizma</i>	✓	✓	✓
<i>Povprečna doba bivanja</i>	4,6	3,5	3
<i>Gastronomija</i>	1 izstopajoč ponudnik (TR 2♥)	1 izstopajoč ponudnik (TR 4♥♥)	1 izstopajoč ponudnik (TR 2♥)
<i>KBZ</i>	X	Okusiti Laško	Sožitje – Kozjanski park
<i>DMO</i>	ODT, TIC DT	STIK Laško	GIZ Turizem Podčetrtek, Bistrica ob Sotli in Kozje
<i>Trgi</i>	Italija, Nemčija, Nizozemska	Avstrija, Italija, Hrvaška	Italija, Avstrija, Hrvaška
<i>T. intenzivnost</i>	33,7	20,3	52,54

* V prijavnici za pridobitev certifikata ZSST se je destinacija opredelila kot kulturna destinacija.

Destinacija Podčetrtek je po velikosti in splošnem značaju destinacije podobna Dolenjskih Toplicam, vendar ima bistveno krajšo dobo bivanja in večjo stopnjo intenzivnosti. Destinacija je prepoznana kot odličen zgled upravljanja z destinacijo, za katero je značilna močna vloga lokalnega političnega vodstva in vključuje tudi širše povezovanje s sosednjima občinama.

Obe destinaciji imata izdelano jasno destinacijsko podobo z vodilnim zdraviliškim produktom in bogato dodatno ponudbo, ki ju razlikuje od drugih destinacij. Destinaciji imata prepoznane ponudnike na področju gastronomskega turizma, vendar se v okviru Tedna restavracij kot relevantnega merila, ki je dostopno za celotno Slovenijo, pojavljata samo z enim izstopajočim ponudnikom. Obe destinaciji imata razvito kolektivno blagovno znamko, čeprav po različnih modelih. Razvit standard kakovosti na osnovi

kolektivne blagovne znamke predstavlja orodje za povezovanje ponudnikov, oblikovanje identitete in skupno promocijo na trgu. Za obe destinaciji je značilno aktivno destinacijsko upravljanje z jasno strukturo upravljanja z destinacijo (DMO). Destinaciji sta oblikovali različni organizacijski obliki destinacijske organizacije: STIK Laško deluje kot javni zavod v občini, ki je pristojen za razvoj več področij, vključno s turizmom. Turizem Podčetrtek je oblikovan kot gospodarsko interesno združenje (g.i.z.), ki ga tvorijo javni, zasebni, civilni partnerji in posamezniki. Primerjava pokaže, da sta obe primerljivi destinaciji že stopili na pot certificiranja in obe pridobili tako znak ZSST kot naziv EDEN destinacije.

Iz predstavljene analize lahko izluščimo naslednje dejavnike uspeha:

- jasno opredeljena podoba destinacije, podprta z odličnimi produkti, ki poleg nosilnega produkta oblikujejo prepoznavni in razlikovalni značaj destinacije,
- strateško načrtovanje turizma in aktivno upravljanje z destinacijo ob podpori ustrezno strukturirane destinacijske organizacije,
- trajnostni razvoj turizma in komuniciranje zelenega značaja destinacije,
- močno povezovanje in sodelovanje med ponudniki na lokalni ravni, oblikovanje skupnih standardov kakovosti in promocijskih poti,
- prizadevanje za odličnost na vsakem koraku; od urejenosti naselij in skrb za podrobnosti za čim bolj prijetno počutje gostov, do kakovostnih produktov in upravljanja, kar se izkazuje v pridobljenih certifikatih in nagradah posameznih ponudnikov in destinacij.

Navedeni dejavniki so predstavljali izhodišče za oblikovanje strateških ciljev destinacije.

1.9 Trajnost na destinaciji

Občina Dolenjske Toplice je v začetku leta 2023 podala vlogo za ocenjevanje in pridobitev certifikata Zelene shemi slovenskega turizma. V ta namen je pristopila k zbiranju dokumentacije in podatkov, ki dokazujejo njen zeleni značaj in strateško usmerjenost v trajnostno delovanje destinacije. Presojbo na podlagi kriterijev opravil pooblaščen ocenjevalec. Destinacija je oblikovala Zeleno ekipo.

Čeprav občina še ni nosilka znaka ZSST, se smatra za zeleno destinacijo, saj njeno površino v več kot 85 % pokriva gozd, zato predstavlja nekakšna zelena pljuča oz. vsaj del le-teh na Dolenjskem. Čeprav celotna Slovenija velja za zeleno destinacijo, beleži po podatkih organizacije Global Footprint Network, t.i. ekološki primanjkljaj, saj kljub visoki biokapaciteti ustvarja še višji ekološki odtis. Statistična regija Jugovzhodna Slovenija je med dvanajstimi v Sloveniji ena od samo treh takšnih, v katerih razpoložljiva biokapaciteta zadošča porabi prebivalstva (Pečar & Kovač 2021), prav gozd pa predstavlja levji delež (75 %) biološke zmogljivosti.

Občinski prostorski načrt ocenjuje okolje v občini kot kakovostno ohranjeno naravno okolje z raznovrstnimi naravnimi vrednotami, ekološko pomembnimi območji, območji Natura 200 ter območji, predlaganimi za zavarovanje. Na območju občine Dolenjske Toplice je del ekološko pomembnega območja Kočevsko (EPO), ki se prekriva tudi življenjskega prostora velikih zveri in z območje Natura 2000 Kočevko - Kolpa. To območje Kočevskega roga je hkrati prostor bogate kulturne dediščine (Baza 20, partizanska bolnišnica Jelendol, grobišča) in naselbinske dediščine (zapuščene kočevarske vasi). Na območju občine se nahaja tudi EPO Ajdovska planota s številnimi podzemnimi jamami, ki se tudi prekriva z območjem Natura 2000 Ajdovska planota ter EPO Gorjanci. OPN Predpisuje rabo in izkoriščanje naravnih virov na način, da se ohranja biotska raznovrstno, naravno ravnovesje in celovitost ekosistemov. Na območju Kočevskega roga je posebej izpostavljena možnost za ekstenzivne ureditve za sonaravno turistično ponudbo, pri čemer je opredeljena potreba po dogovoru in načrtu upravljanja s turistično ponudbo in določitev nosilne zmogljivosti območja. Ker z Bazo 20 upravlja družba Slovenski državni gozdovi (SiDG), je za takšen načrt potreben dogovor med več različnimi deležniki. Junija 2015 je potekal posvet o upravljanju Kočevskega Roga, na katerem je sodelovalo več občin in Zavod za varstvo kulturne dediščine. Na posvetu je bil sprejet sklep, da se aktivno pristopi k izdelavi načrta upravljanja, ki bi omogočal tudi koriščenje za turistične namene in hkrati zaščito območja.

Območje Dolenjskih Toplic je bogato s številnimi naravnimi vrednotami, tudi izjemno biodiverziteti, ki obsega tako medveda kot človeško ribico (več v poglavju o ponudbi).

Občina je v letu 2023 pripravila nov LEK, ki je usklajen z nacionalnimi energetske cilji. Med zastavljenimi cilji izpostavljamo povečanje rabe energije iz obnovljivih virov energije in povečanje učinkovitosti rabe energije, širitev omrežja javne razsvetljave, zniževanje emisij toplogrednih plinov za večja podjetja, povišanje uporabe javnega transporta, širitev mreže polnilnic za električna vozila, širitev kolesarskih povezav in izgradnja izposojevalnic za kolesa. V okviru izdelave LEK je strokovna skupina pripravila oceno emisij toplogrednih plinov, ki bo v bodoče lahko služil kot orientacijska vrednost za izračune ogljičnega odtisa turizma, s katerim destinacija trenutno ne razpolaga. Za učinkovito načrtovanje ukrepov bi veljalo vzpostaviti redno merjenje odtisa na več segmentih (celotni izpusti občine, promet, posamezna velika podjetja in ustanove, gospodinjstva, po gospodarskih panogah ipd.).

Destinacija ima sprejet odlok o odvajanju in čiščenju komunalne in padavinske odpadne vode. Na destinaciji je uveljavljeno skrbno ravnanje z odpadki in ločevanje odpadkov. Visoko vrednotenje pomena čistega okolja lahko povežemo tudi s podatkom, da je bilo v obravnavanem letu (2021) v občini zbranih 324 kg komunalnih odpadkov na prebivalca, to je 41 kg manj kot v celotni Sloveniji.

Destinacija je dostopna z avtobusom, železniška proga do destinacije ne obstaja. Znotraj destinacije je dostop z javnim prevozom omejen, povezave med posameznimi znamenitostmi oz. ponudniki niso

vzpostavljene. Destinacija velja za tranzitno, veliko je dnevnih obiskovalcev (tudi v zdravilišču zaradi ambulantnega zdravljenja). Za raziskovanje destinacije si je mogoče izposoditi navadna in e-kolesa pri različnih ponudnikih.

Na destinaciji je vzpostavljen projekt **Pelji me prosim**, ki je namenjen predvsem starejšim in ga izvaja Društvo upokojencev Dolenjske Toplice na prostovoljni ravni, s klasičnimi avtomobilom v lasti občine Dolenjske Toplice.

Za zeleno poslovanje turizma v občini Dolenjske Toplice ima velik pomen tudi delovanje največjega ponudnika Terme Krka, ki ima sprejeto strateško politiko na področju doseganja zelenih ciljev za celotno skupino Krka. Med slednjimi velja izpostaviti cilj, da skupina postane ogljično nevtralna glede oskrbe z električno energijo in zemeljskim plinom do leta 2050 ter zagotavljanje učinkovite rabe energije, vode in ostalih naravnih virov. Podjetje ima prav tako izdelan priročnik za odgovorno ravnanje s hrano in izvaja številne druge ukrepe za zmanjševanje emisij kot del svoje širše politike.

Na podlagi ankete med ponudniki ugotavljamo, da vsi sodelujoči v polni meri ločujejo odpadke po predpisih, velika večina pa izvaja ukrepe za zmanjšanje porabe energije in količine odpadne hrane. Ponudniki v veliki meri tudi spodbujajo svoje goste k pitju vode iz pipe ter uporabljajo okolju prijazne izdelke. O tem izobražujejo in spodbujajo k aktivnostim tudi svoje zaposlene.

Na destinaciji deluje več kmetij, ki so tudi ponudniki pridelkov in izdelkov tako lokalnim gostincem kot na kmečki tržnici. Lokalne dobavne verige niso organizirane, so pa vzpostavljena sodelovanja med posameznimi ponudniki, kar izhaja tudi iz ankete med ponudniki (3 ponudniki, ki z lokalnimi dobavitelji pokrijejo več kot 75 % potreb). Da se zavedajo pomena lokalne skupnosti in sodelovanja ponudniki kažejo tudi tako, da podpirajo lokalno skupnost z donacijami, sponzorstvom ali prostovoljnim delom. Čeprav se ponudniki zavedajo vpliva podnebnih sprememb, jih manj kot polovica reciklira odpadno vodo, redno spremlja količine odpadkov, goste spodbuja k varčevanju z energijo in vodo ter k ločevanju odpadkov, slabo so seznanjeni z možnostjo spodbud za trajnostno delovanje. Manj kot polovica jih tudi redno izobražuje svoje zaposlene.

Velika večina gostov na destinacijo prispe z avtomobilom, ki predstavlja tudi glavno obliko mobilnosti na destinaciji. Med tujimi gosti prevladujejo turisti iz Italije, sledijo tisti iz Nizozemske, Nemčije, Belgije in Hrvaške, povečuje pa se število gostov iz Srbije in Avstrije. Med države, katerih gostje so ustvarili več kot 1000 nočitev, se uvrščata še Češka in Francija. Slika kaže, da destinacijo obišče najmanj petina takšnih gostov (upoštevana najkrajša razdalja z meje države do Dolenjskih Toplic), ki za svoj prihod opravi najmanj 500 km ali več. Približno 1,5 % je takšnih nočitev gostov, ki so na destinacijo oz. v njeno neposredno bližino zagotovo pripotovali z letalo.

Izmed skupno 120 anketiranih obiskovalcev jih slovensko znamko za trajnost v turizmu Slovenia Green pozna 74, ne pozna pa je 46. Informacija predstavlja dobro izhodišče za povečanje prepoznavnosti in intenzivno komuniciranje zelenega značaja destinacije. V okviru ankete so vprašani ponudili nekaj možnosti za še bolj zeleno ponudbo na destinaciji: izboljšanje označevanja turističnih poti, več ponudbe oziroma komunikacije v angleškem jeziku, več možnosti za reciklažo v hotelih, več info točk, večjo ponudbo najema navadnih in električnih koles, boljše avtobusne linije, večjo ponudbo restavracij, prepoved kurjenja na prostem ter očiščenje gozda, poti, rečne struge in vzdolž mesta.

Študije kažejo, da se zaradi segrevanja ozračja na destinacije pojavljajo različni pritiski po zmanjševanju emisij in tudi po prilagajanju podnebnim spremembam. Medtem ko smo nekatere vidike zmanjševanja emisij toplogrednih plinov že omenili, velja izpostaviti potrebo po celostnem naslavljanju podnebnih sprememb, tako z vidika prilagajanja kot gradnje odpornosti.

V urbanih okoljih se tako pojavljajo potrebe po ozelenjevanju, ohlajevanju in senčenju središč. Goste se spodbuja, da se v času poletne sezone v delu dneva, ko so temperature najvišje, napotijo v višje in hladnejše predele destinacije. Takšni umiki po drugi strani pomenijo pritisk na krhko in zaščiteno območje, ki je tudi samo podvrženo vplivom podnebnih sprememb. Posebno pozornost velja nameniti tudi vodam, tekočim in stoječim. Segrevanje vode vpliva na življenje v vodi, čistost in neoporečnost

tako za kopanje kot uživanje vode ter za druge možnosti koriščenja, kot je npr. ribolov. Po drugi strani vse toplejši jesenski, zimski in zgodnjepomladanski meseci odpirajo priložnosti za podaljševanje in zgodnejše odpiranje sezone za outdoor aktivnosti.

1.8 Analiza delavniških srečanj in PSPN

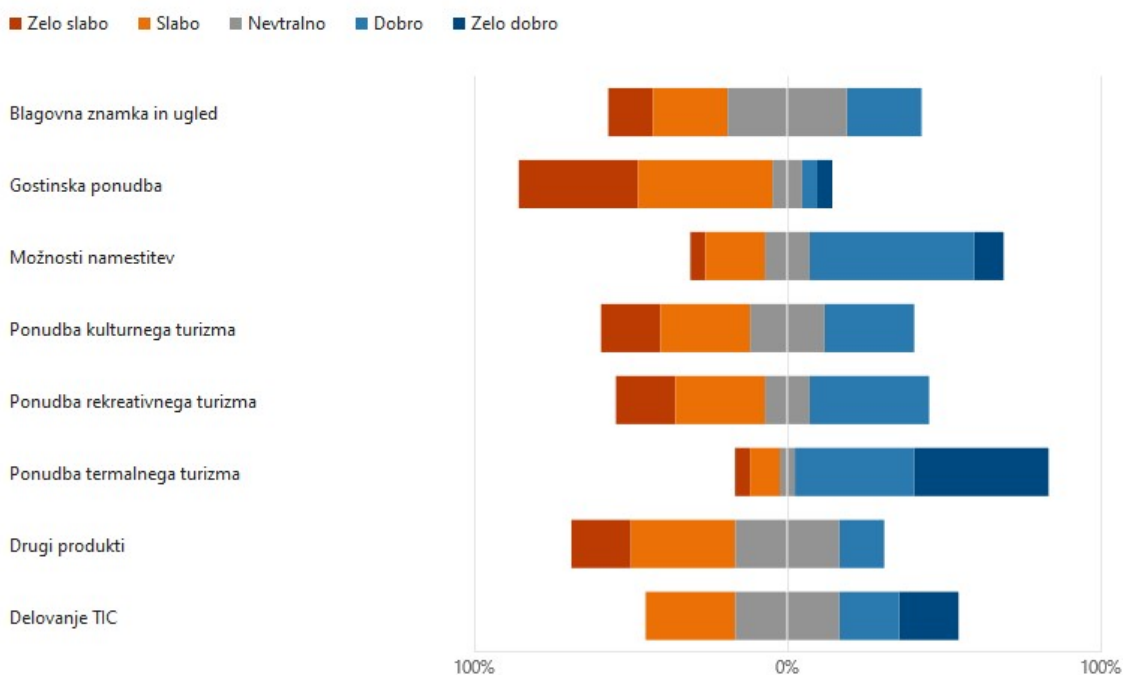
Za potrebe priprave strateškega dokumenta smo v septembru in oktobru skupno izvedli 4 delavnice in 5 individualnih intervjujev ter spletno anketo na temo vrednotenja stanja turizma v občini. Pri pripravi analiz smo uporabili tudi ugotovitve iz anket, ki so se izvedle za namene pristopa k zeleni shemi. Tako pridobljena izhodišča predstavljajo podlago za oblikovanje strateških izhodišč in ciljev za kratkoročno strateško obdobje, za dolgoročneje načrtovanje pa bo smiselno izvesti še več delavnic, poglobljenih intervjujev ter drugih analiz.

V okviru spletne ankete, namenjene turističnemu gospodarstvu, smo udeležence prosili za vrednotenje nekaterih značilnosti turizma na destinaciji. Graf 3 prikazuje rezultate ankete, ki je bila odprta med 10. in 18. oktobrom 2023 in je potekala preko spletnega obrazca. V anketi je sodelovalo 21 udeležencev.

Graf 3: Ocenjevanje stanja turizma v občini Dolenjske Toplice.

1. Kako bi ocenili stanje turizma v občini Dolenjske Toplice

[Več podrobnosti](#)



Iz grafa je razvidno največje nezadovoljstvo s stanjem gostinske ponudbe na destinaciji, medtem ko je najboljšo oceno prejela ponudba termalnega turizma. Prav tako je vidno zadovoljstvo z možnostmi namestitev, kar potrjuje tudi anketa med obiskovalci, v kateri je več kot 90 % vprašanih izrazilo svoje zadovoljstvo z namestitvijo. Iz ankete o zadovoljstvu s turizmom med domačini je moč zaznati pozitiven odnos do turizma, vendar pogrešajo pozitivne učinke turizma na njihovo življenje, kot je izboljšana in večja ponudba storitev in dogajanja ter višja kakovost življenja. Tako domačini kot obiskovalci prepoznajo priložnosti za izboljšanje ponudbe, skrb za ohranjanje narave in kulturne dediščine ter večjo izpostavljenost in prepoznavnost zelenega značaja destinacije.

V okviru procesa priprave strategije (delavnice, intervjuji, ankete, analize,..) so bile s strani sodelujočih izpostavljene naslednje prednosti, slabosti, priložnosti in nevarnosti (Tabela 4).

Tabela 4: Shema PSPN

PREDNOSTI	SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none"> • Jasna identiteta, • Kultura gostoljubja, • Termalna tradicija, zdraviliški turizem (termalni vrelci), • Znanje na področju zdravja, • „urbani“ značaj term, • Kočevski Rok in Baza 20, • Mirno okolje, • Lepa narava (zelena, neokrnjena) → prepoznan zelen značaj • Vinske gorice, • Pohodne in kolesarske poti, • Sitarjeva hiša kot TIC, • Ponudba dogodkov (KKC) • Gozdovi in številna skrita bogastva (jame, biodiverzitet), • Lega (bližina NM, tranzitni značaj) • Grad Soteska, • Čista pitna voda, • Reka Krka, • Cvinger, • Obstoječa turistična infrastruktura in ponudba, • Bogata kulturna dediščina (Kočevarji, rokodelstvo, številna društva,) • Lokalna ponudba hrane (s kmetij), • Številna športna in kulturna društva, • Vzpostavljeno sodelovanje z zunanjimi deležniki (ponudniki izven občine, RC NM, specializirani javni zavodi...), • Izdelani spominki (Topliški piškot), • TIC povezuje domačine in obiskovalce (dostop do informacij, prodaja kart, deljenje kantic). • Obstoječa regionalna DMO. 	<ul style="list-style-type: none"> • Pomanjkanje gostinske ponudbe, • Nizka kakovost ponudbe (nedodelana ponudba, neravnovesje med posameznimi ponudniki), • Nepovezanost ponudnikov in odsotnost redne komunikacije med deležniki (neskladnost pričakovanj), • Komunikacija med občinsko upravo in tur. gospodarstvom ne poteka gladko (ni deljenja in povpraševanja po informacijah, očitki, nezaupanje), • Pomanjkanje vodenih ogledov, • Neurejene sprehajalne poti (jedro DT), • Pomanjkanje aktivnosti za otroke, • Kritično mnenje do največjega ponudnika na destinaciji- zaradi njegovega delovanja v skupnosti, • Slaba dostopnost z javnim prometom, • Pomanjkanje (zelene) mobilnosti na destinaciji, • Odsotnost društvene organizacije v turizmu, • Pomanjkanje priložnosti za nakupovanje, • Ni jasne segmentacije gostov, • Pomanjkanje temeljnih storitev (banka, trgovine), • Odsotnost sekundarne ponudbe, • Slaba cestna infrastruktura, • Neizkoriščenost prepoznanih potencialov, • Opuščanje obrti, • Pomanjkanje ponudbe in doživetij, ki bi zapolnila bivanje za več dni (npr. dogodki), • Odsotnost znamke in promocije, • Neizkoriščenost KKC, • Neprepoznana označenost poti in znamenitosti, • Neurejenost središča DT, • Pomanjkanje kvalificiranega kadra, • Zgodbe niso razvite, • Odsotnost aktivnega in celostnega upravljanja destinacije, • Omejene možnosti delovanja obstoječega TIC zaradi organizacijske strukture,

	<ul style="list-style-type: none"> • Dosedanja odsotnost strateškega razmisleka, • Pomanjkanje poguma in znanja za podjetniške odločitve, • Pomanjkljive informacije v tujih jezikih ali odsotnost teh informacij.
PRILOŽNOSTI	NEVARNOSTI
<ul style="list-style-type: none"> • Novi trendi na področju turizma (zeleni in butični turizem), • Spodbude MGTŠ za razvoj destinacijskih struktur in produktov, • Dolenjske Toplice kot tranzitna točka, • Obstoječa komplementarna ponudba v sosednjih občinah in povezovanje znotraj regije, • Vzpostavljeni integralni tur. produkti na ravni Dolenjske (in Bele krajine), • Dostopna strokovna podpora in izobraževanja (RC NM, javne univerze, STO...), • LAS sredstva, • Zelena shema slovenskega turizma → prepoznavnost sheme in pridobitev znaka, • Obstoječa KBZ Dobrote Dolenjske, • Izdelan kulinarčni zemljevid Dolenjske, • Povezovanje v okviru (R)VD (odlok o tur. vodenju na TO Dolenjska), • Zunanji investitorji (OPPN za turizem), • Prisotnost največjega ponudnika na več lokacijah (ŠT, Otočec, Strunjan). 	<ul style="list-style-type: none"> • Zaprtje (umik) TK, • Padeč obiska, • Masovni obiski in turizem, • Padeč kakovosti destinacije, • Negativni odnos do turizma, • Imidž neprivlačnosti (nekaterih) turističnih poklicev, • Nenaslavljanje slabosti in nezmožnost sprejemanja strateških odločitev, • Vpliv podnebnih sprememb in poslabšanje stanja narave, • Politična nestabilnost in zmanjšana varnost destinacije. • Zapleteni in birokratski postopki pri pridobivanju sredstev in upravni postopki, • Pomanjkanje interesa za vlaganje v priložnosti in izkoriščanje priložnosti, opredeljenih v OP(P)N.

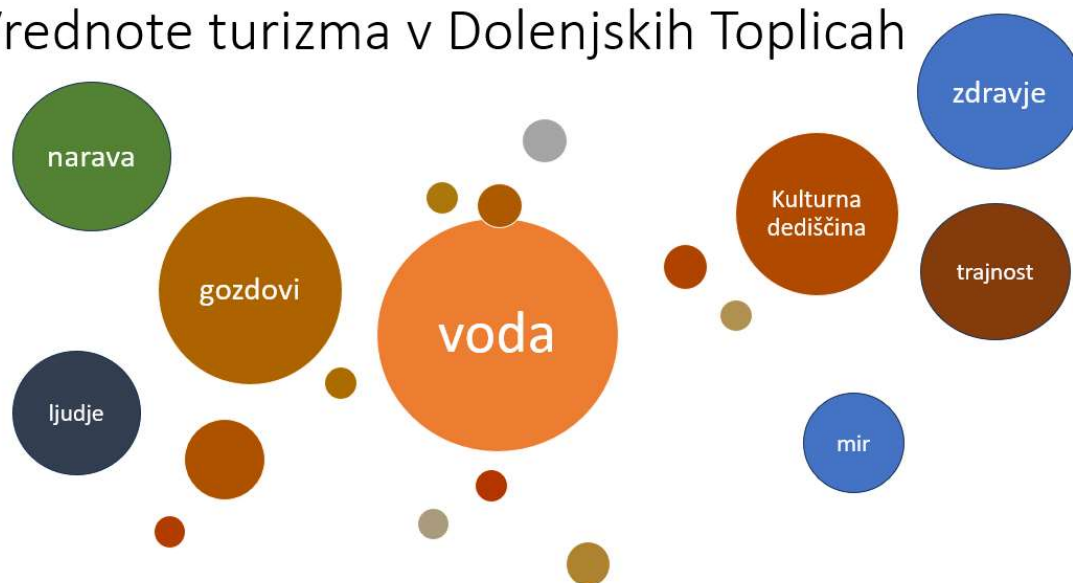
2 Predlogi za vizijo turizma v občini Dolenjske Toplice

V okviru delavnic, intervjujev in anket smo na sodelujoče udeležence naslovili vprašanje glede elementov vizije za razvoj turizma v občini Dolenjske Toplice. V ta namen smo jih vprašali po ključnih vrednotah, ki jih prepoznavajo v tem okolju in po predlogu vizije. Vizija turističnega razvoja destinacije odraža identiteto kraja in pozicijo, po kateri želi biti destinacija prepoznana v prihodnje. Oblikujemo jo na podlagi naših temeljnih predstav in videnj turizma. Vrednote, ki so elementi vizije in pogledi deležnikov na turizem predstavljajo temelj za oblikovanje strateških ciljev in ukrepov za nadaljnji razvoj.

Turizem je v Dolenjskih Toplicah prepoznan kot ključna gospodarska panoga, domačini pa so ponosni na dolgo tradicijo zdraviliškega turizma v njihovem kraju. Termalne vrelce dojemajo kot svojo dediščino in element lastne identitete, iz česar izvira tudi želja po večji povezanosti ponudnikov in lokalnega prebivalstva ter vključenosti v skupni turistični razvoj. Med identificiranimi vrednotami destinacije so se najpogosteje pojavljale **zdravje, aktivno (preživljanje časa), zeleno (okolje), mir, kultura, voda, ljudje, narava**.

Slika 1: Prepoznane vrednote destinacije za gradnjo vizije.

Vrednote turizma v Dolenjskih Toplicah



Voda predstavlja temeljno naravno vrednoto, ki je ključni element obstoječe turistične ponudbe na destinaciji. Poleg termalnih vrelcev je destinacija bogata s čisto pitno vodo in številni slikoviti vodotoki, ki ponujajo možnosti za turistični razvoj. Reka Krka kot glavni vodotok je v kontekstu turizma na destinaciji dokaj neizkoriščena. Reka ponuja možnosti za ribolov, pa tudi za ureditev naravnih kopališč, čolnarjenje in druga inovativna outdoor doživetja. Manjši vodotoki in stoječe vode predstavljajo raznolik biotski prostor. Voda je predstavljena tudi v grbu občine Dolenjske Toplice.

Gozdovi pokrivajo več kot 85 % občine in dajejo krajini svojo zeleno barvo in značaj. Tudi gozd je v stilizirani obliki upodobljen v občinskem grbu, na nekaterih promocijskih materialih in kanalih je tudi uporabljen izraz »zeleni objem« oz. »v zelenem objemu«. Gozd pa ni le bogat z naravnimi vrednotami,

kot so rastlinstvo in živalstvo, pa jame in brezna, ampak v svoji notranjosti varuje bogato kulturno dediščino kočevarskih zapuščenih naselbin, dediščine povezane z 2. svetovno vojno, številnih legend in zgodb, spletenih okrog gozda, pa predelovalnih procesov, rokodelskih veščin in industrije. Gozd je vir surovin za inovativne kulinarične in druge izdelke, prostor meditacije in opazovanja.

Tako voda kot gozd in zelena narava so sinonimi za **zdravje**, ki ga v kontekstu vrednost povezujemo najprej s tradicijo zdraviliškega turizma in obstoječih specializiranih zdravstvenih storitev, potem pa tudi z zdravim okoljem in hrano. Zdravje se povezuje s številnimi možnostmi za rekreacijo oz. aktivno preživljanje časa, izpostavljeni velja tudi mir in odmik od vrveža in velikih središč.

Bistvo turizma predstavlja **srečanje med ljudmi**. S srečanjem se vzpostavi stik med prej nepoznanimi obrazi, pletejo se čustva in zgodbe. Človek s svojim gostoljubjem oblikuje podobo destinacije, s svojim znanjem dodaja vrednost in ustvarjalnost ponudbi ter zagotavlja trajnost vrednot in odnosov na destinaciji.

Kulturna dediščina in živa kultura oblikujeta edinstveni značaj vsakokratne destinacije in znamenitosti. Arheološki park Cvinger, grad Soteska s Hudičevim turnom, dediščina Kočevarjev in Topliški piškot so le nekateri elementi lokalne kulturne dediščine, ki ponujajo avtentična doživetja. Poleg kulinarične ponudbe pa poudarimo še dogodke v bolj intimni kavarni hotela Balnea, ki je zasnovan kot umetniški hotel in priložnosti za razvoj dogodkov in kongresnega turizma v Kulturno-kongresnem centru. Poleg prepoznanih glasbenikov pa na destinaciji delujejo še številni drugi kulturni ustvarjalci, kot so kulturno-umetniška društva, oblikovalci in drugi posamezniki.

Trajnost se kot vrednota pojavlja v kontekstu **skrbi za naravo, pa tudi ohranjanje dediščine in načina življenja**, ki ga domačini opisujejo kot kakovostnega, umirjenega in prijetnega. Občina Dolenjske Toplice so prostor, kjer radi živimo, zato za to dolino skrbimo tako na področju varovanja okolja, dediščine kot tudi krepitve medsebojnih odnosov, spoštovanja in solidarnosti. Med seboj negujemo osebno in gospodarsko sodelovanje, vzdržujemo vrednote zaupanja in vzajemne pomoči, kar družbo krepí in jih daje odpornost.

Med predlogi za oblikovanje vizije so se zato najpogosteje znašle besede, ki označujejo te vrednote. Predlogi predstavljajo izhodišče za nadaljnji razmislek in ustvarjalni pristop k dolgoročni viziji destinacije:

- **Občina zdravja, kjer si narava in prijaznost podajata roki. Za vso družino.**
- **Aktivno po zdravje in mir.**
- **Aktivna občina, ki ponuja veliko zdravja in miru.**
- **Mir, zdravje, aktivnost – trojica popolnosti.**
- **Destinacija zdravja in doživetij v zelenem objemu.**
- **Po zdravje v zavetje gozdov in termalnih vrelic.**
- **Aktivno preživljanje zelenega oddiha v objemu zdravja in miru.**

Zaznane temeljne vrednote opredeljujejo širši značaj destinacije, ki presega zgolj ponudbo zdraviliškega turizma. Na osnovi že obstoječe ponudbe opažamo željo in priložnosti za razvoj doživetij v naravi in širše pojmovanega kulturnega turizma (arheologija, dediščina, gastronomija, dogodki) in ostalih podpornih produktov.

Vizija Term Krka je ponuditi svojim gostom izkušnjo resorta, kjer na destinaciji lahko uživajo v številnih kakovostnih storitvah, ki so vse na dosegu roke. Poleg zdravstvenega turizma, ki ostaja pomemben del njihove ponudbe, se hotelom Balnea usmerjajo v bolj zahtevnega gosta, ki mu ponujajo programe, namenjene v podporo zdravju (koncepti longevity, selfness, mindfulness) oz. zdravemu življenjskemu

slogu. Poleg programov vadb in drugih tretmajev gostom ponujajo vrhunsko kulinariko in kulturna doživetja z dizajnerskim hotelom in v obliki intimnih koncertov. S takšno svojo ponudbo nagovarjajo gosta, ki zmore in je pripravljen potrošiti več na destinaciji, če le ima za to priložnost. Pomanjkanje dopolnilne ponudbe na ustrezni kakovostni ravni predstavlja priložnost za ostale ponudnike, da oblikujejo ponudbo, ki bo odražala njihov edinstveni značaj in dopolnila podobo destinacije. V dolgoročni viziji turizma v Dolenjskih Toplicah nastopajo Terme Krka in Dolenjske Toplice, kot dva obraza ene destinacije, ki imata jasno prepoznan značaj na osnovi svoje izoblikovane ponudbe in se medsebojno dopolnjujeta.

V razpravah so udeleženci podali številne **predloge za doseganje takšne vizije, ki so bile uporabljeni kot izhodišče za oblikovanje aktivnosti strateških ciljev:**

- Kakovostna ponudba kulturnih vsebin v KKC,
- Razvoj produktov: pohodništvo, kolesarstvo, kajak, jahanje, ribolov, gastronomija, ogled medvedov, kopanje na Krki, druga športna ponudba;
- Ureditev jedra Dolenjskih Toplic (krožna sprehajalna pot s klopmi in aktivnostnimi točkami, oznake in informacijske table, polepšanje jedra z zasaditvami in umetniški inštalacijami);
- Razvoj zgodb na osnovi kočevarske dediščine;
- Vključevanje lokalnih umetnikov, razstave del lokalnih umetnikov in njihovo neposredno vključevanje v ponudbo;
- Ureditev statusa Baze 20 in Kočevskega Roga (dogovor o upravljanju, določitev nosilne zmogljivost in strateških ciljev),
- Upravljanje s kulturno dediščino (Cvinger, Soteska in Hudičev turn),
- Zidaniški turizem in vinski turizem (razvoj stalne gastronomske ponudbe in povezovanje z lokalnimi ponudniki, ponudba za večje skupine in zaključene družbe),
- Obujanje tradicionalnih prireditev (ličkanje, peka krompirja, koruze...),
- Odprta kuhinja,
- Ponudba za družine (aktivnosti za otroke tudi izven Term Krka),
- Redna komunikacija med ponudniki in TIC oz. občino glede razvoja turizma, vzpostavitev celostnega upravljanja z destinacijo,
- Povezovanje društev in lokalnega prebivalstva s turističnimi ponudniki za višjo kakovost ponudbe,
- Promocija DT skozi poznane Topličane (športniki, kulturniki...),
- Mobilnost na destinaciji – omogočiti raziskovanje destinacije z zeleno mobilnostjo na destinaciji (el. kolesa, el. avtomobil, e-shuttle ali druge oblike),
- Športni park,
- Povezovanje s ponudniki izven Dolenjskih Toplic oz. s sosednjimi občinami,
- Vlaganje v promocijo (oblikovanje podobe, dostopnost informacij v več tujih jezikih, digitalne kampanje) .

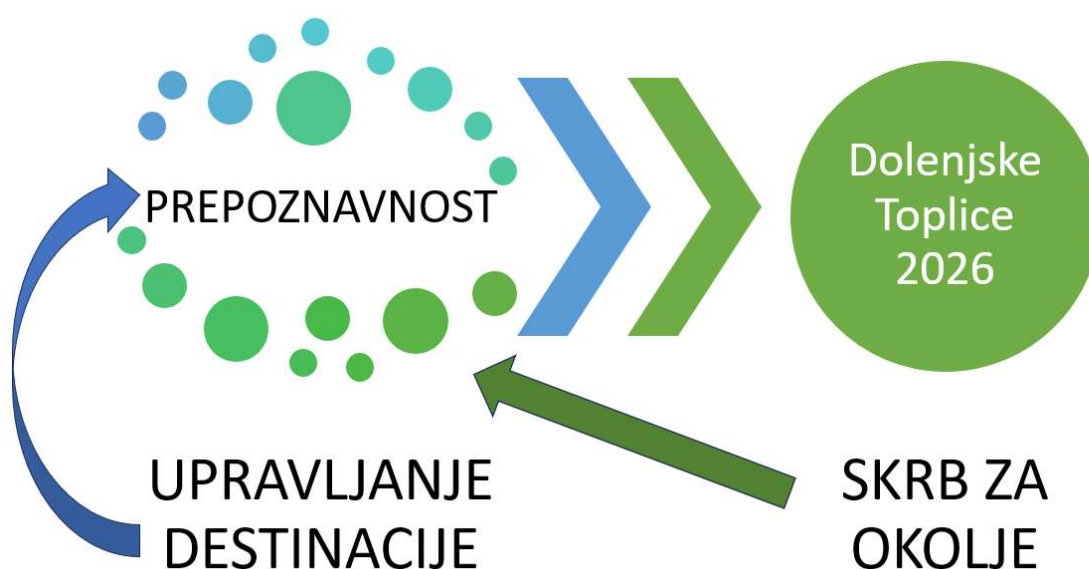
3 Strateški cilji na področju razvoja turizma

Pri oblikovanju kratkoročnih strateških ciljev smo naslovili 3 ključne izzive, s katerimi se sooča destinacija in ki jih bo potrebno nasloviti v zastavljenem obdobju z namenom opredelitve trajnejših rešitev.

Ti cilji so:

1. Vzpostavitev upravljanja turizma na destinaciji
2. Večja prepoznavnost destinacije in
3. Negovanje zelenega značaja destinacije

Slika 2: Povezanost strateških ciljev na področju turizma v Dolenjskih Toplicah



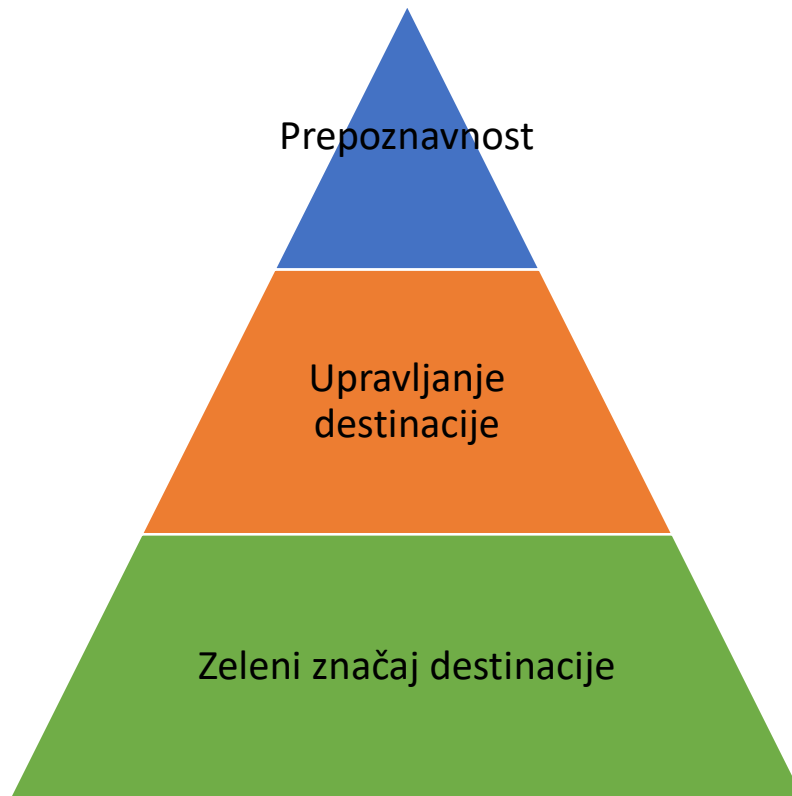
Kratkoročna usmerjenost v leto 2026 nam daje čas za temeljito izdelavo za **dolgotrajnejšo vizijo destinacije** in **oblikovanje znamke**, po kateri bo destinacija prepoznavna. Prav tako nam dopušča potreben prostor in čas za **premislek o ustrezni organiziranosti destinacije** in upravljanja s turizmom, ki ni v celoti vzpostavljeno. Za sprejem ustrezne odločitve in pripravo podlag je potreben tehten premislek in pregled dobrih praks. V strategiji ne prejudiciramo vnaprejšnje odločitve, z ukrepi pa opredeljujemo korake, ki bodo do te odločitve pripeljali.

Pred strateškim vstopom v Zeleno shemo slovenskega turizma se na destinaciji opravi evalvacija zelenega značaja in podpiše zelena zaveza za nadaljnji razvoj turizma. Ta proces je že v teku. Na območju destinacije se nahajajo številna EPO in območja z zaščito Natura 2000, prepoznana je potreba po skrbnem upravljanju turizma v varovanih območjih, celotna panoga pa se sooča s potrebo po zmanjševanju svojega ekološkega odtisa in prilagajanju na spremenjene podnebne spremembe. Negovanje zelenega značaja, s katerim se destinacija ponaša oz. skrb za okolje tako predstavlja krovni strateški cilj turističnega razvoja na destinaciji, ki se ne nanaša zgolj na tip turistične ponudbe, ampak filozofijo razvoja turizma samega in celotne destinacije tudi na drugih področjih, ne le pri turizmu.

Cilji so v medsebojni odvisnosti in so med seboj povezani, med seboj so v hierarhičnem odnosu. Temelje turističnega delovanja na destinaciji predstavlja **zeleni značaj destinacije**, vrednote in filozofijo razvoja turizma in širše. Iz teh temeljev izhajajo deležniki, ki oblikujejo vizijo in način dela na destinaciji in predstavljajo srednji del piramide. V okviru tega cilja se opredeli **način sprejemanja odločitev**, ki

določajo aktivnosti na destinaciji (Slika 3). V vrhu piramide se nahaja cilj po **večji prepoznavnosti** destinacije, izvira iz spodnjih plasti piramide in nadgrajuje dobro delo srednjega sloja. Prepoznavnost destinacije se gradi na njenem zelenem značaju, razvoju produktov na osnovi pristnih lokalnih gradnikov, skladno z vizijo destinacije in zagotovljenim standardom kakovosti turistične ponudbe.

Slika 3: Hierarhija strateških ciljev



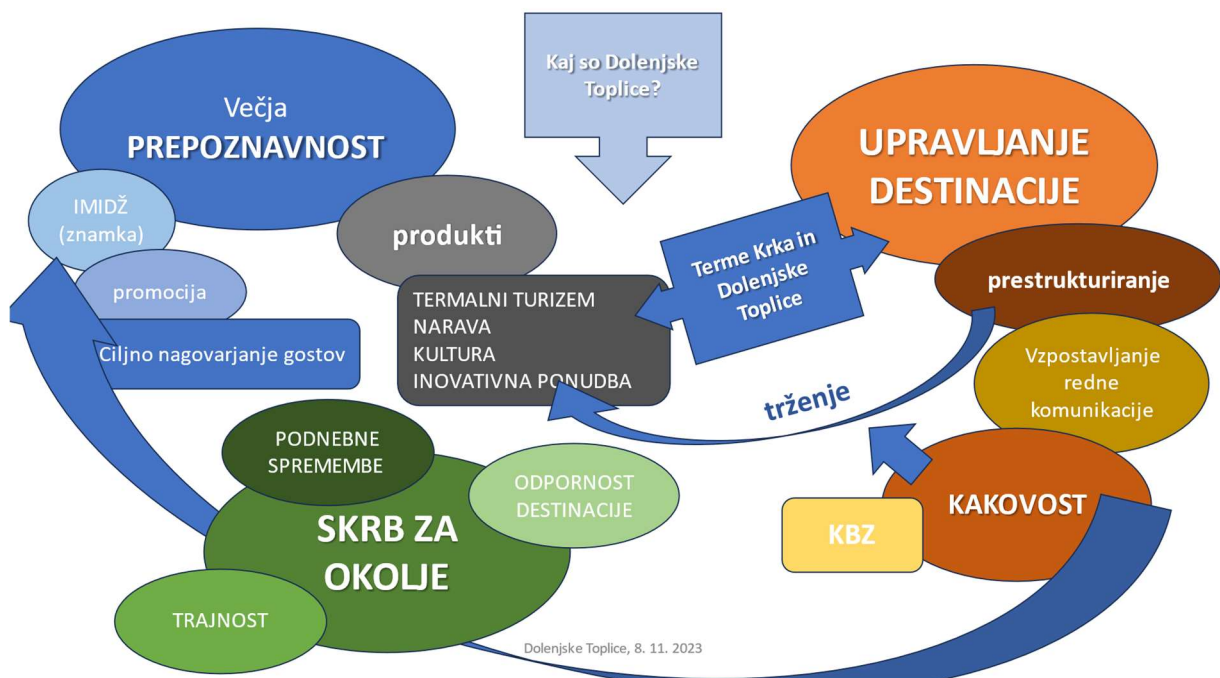
Strateške cilje bomo v nadaljevanju strukturirali v jasne ukrepe in korake. V nadaljevanju razčlenjujemo medsebojno povezanost strateških ciljev.

Pri razmisleku o strukturiranju ukrepov smo izhajali iz vprašanja, **kaj so Dolenjske Toplice**. Podoba destinacije se danes razvija v odnosu med zdraviliško ponudbo Term Krka in dopolnilno ponudbo ostalih ponudnikov. Terme Krka predstavljajo strateškega pomembnega partnerja, ki zaradi svoje velikosti dopolnjujejo delo destinacijske organizacije. Skozi lastno promocijo promovirajo tudi celotno destinacijo in ponudnike na njej, s preoblikovanjem svoje ponudbe pa tudi nove goste, s čim vplivajo na spreminjanje značaja destinacije. Ostali deležniki sprejemajo to posebno vlogo Term Krka, ob tem pa iščejo priložnosti za razvoj in uveljavitev svoje lastne ponudbe, ki deluje kot dopolnilna ponudba zdraviliškemu turizmu, hkrati pa samostojno nagovarja in privablja svoj segment gostov.

Destinacija se bo v prihodnje razvijala kot *destinacija Dolenjske Toplice s poudarkom na povezanosti*. S tega vidika bo destinacija v naslednjih treh letih opredelila svojo vizijo in podobo destinacije in energijo usmerila v **razvoj pristnih doživetij na področju outdoor, kulture in druge inovativne ponudbe na temelju lokalnih virov in zgodb**. Skladno z opredeljeno podobo se bo na destinaciji pripravil **načrt promocijskih aktivnosti**, ki bo ciljno nagovarjal želeni segment gostov. V ta namen je potrebno posodobiti in opremiti z informacijami in gradivom spletne strani, profile socialnih omrežij in druge

kanale komuniciranja. Destinacija bo večjo prepoznavnost dosegla skozi jasno komuniciranje svoje podobe, ki je podprta s konkretnimi turističnimi produkti (slika 4).

Slika 4: Povezanost strateških ciljev in struktura ukrepov.



Kvantitativno se večja prepoznavnost odraža v večjem turističnem obisku tudi pri manjših ponudnikih, ki na destinacijo prihajajo po aktivna doživetja v zeleni naravi, po umirjen oddih, raziskovanje edinstvene kulturne dediščine in po navdihujoča doživetja. V okviru strateškega ukrepa se razvijajo novi turistični produkti, ki temeljijo na sodelovanju več ponudnikov.

Za doseganje ciljev na področju prepoznavnosti je ključno povezovanje in sodelovanje ponudnikov na destinaciji. Pomembno vlogo pri tej nalogi igra TIC oz. zaposleni v občinski upravi, odgovorni za področje turizma. Javna služba na področju turizma je v Dolenjskih Toplicah organizirana v obliki režijskega obrata in na način, ki omejuje izvajanje vseh nalog destinacijskega upravljanja, med katere sodi tudi trženje. Pomanjkanje incoming agencije oz. trženja ponudbe destinacije se je izkazal za veliko coklo v razvoju turizma v občini, po drugi strani pa bi lahko takšna organizacija iz tega dela svojega delovanja črpala tudi vire za financiranje dela in projektov. V kratkoročnem strateškem obdobju je zato potrebno nasloviti vprašanje o potencialnem prestrukturiranju tega dela občinske uprave v bolj samostojno obliko, ki bi dovoljevala izvajanje celostnega destinacijskega upravljanja.

Ne glede na izbrano obliko organiziranosti destinacijske organizacije, je povezovanje vseh ponudnikov v obliki rednih srečanj večkrat na leto nujno. Srečanja so namenjena izmenjavi informacij in deljenju izkušenj, oblikovanju partnerstev, skupnemu načrtovanju in presoji projektov in usmeritev za celotno destinacijo, evalvaciji izvedenih projektov, izobraževanju idr. Destinacijska organizacija v odločanje o aktivnostih vključuje ponudnike na destinaciji in v ta namen oblikuje delovne skupine (za razvoj produktov, za promocijo in trženje ter za razvoj kakovosti). Delovne skupine so majhne in operative, sestavljene iz ponudnikov, predstavnikov destinacijske organizacije in drugih relevantnih deležnikov civilnega, javnega in zasebnega sektorja ter s svojim sodelovanjem oblikujejo in prevzemajo soodgovornost za razvoj turizma na destinaciji. Destinacijska organizacija je zadolžena za informiranje deležnikov v več jezikih ter za vzpostavitev trženja destinacije. Slednja funkcija je močno povezana z odločitvijo o obliki destinacijske organizacije. Destinacijska organizacija skrbi za sodelovanje z vodilno destinacijo in sosednjimi občinami, za razvoj produktov, izobraževanje in druge aktivnosti, ki so

predstavljene v nadaljevanju. Pomembna naloga destinacijske organizacije je skrb za **kakovost ponudbe**, pri čemer vse več destinacij stopa na pot kolektivnih blagovnih znamk. **Kolektivne blagovne znamke (KBZ)** predstavljajo tako orodje za zagotavljanje dogovorjenega enotnega standarda kakovosti, kot tudi za komuniciranje in promocijo lokalnega značaja. Znotraj KBZ se vzpostavljajo nove trženjske poti za ponudnike, vključene v sistem. Na območju vodilne destinacije Dolenjska je prisotna KBZ Dobrote Dolenjska, ki je prepoznavna znamka, z uveljavljenimi prodajnimi in promocijskimi potmi. Destinacija Dolenjske Toplice se lahko opredeli za vključitev v že obstoječo znamko ali za razvoj lastne znamke oz. za opredelitev načina zagotavljanja kakovosti ponudbe in promocije lokalnega značaja.

Ukrepi na področju negovanja zelenega značaja destinacije zajemajo naslavljanje podnebnih sprememb in odpornosti družbe preko trajnostnega razvoja turizma. Po vključitvi v zeleno shemo bo destinacija izdelala tudi svoj **akcijski načrt za naslavljanje pomanjkljivosti na področju zelenega turizma**. Destinacija si bo prizadevala za pridobitev čim več certificiranih ponudnikov z ZSST, jim nudila pomoč pri prijavi in izobraževanje. V sodelovanju z vrtcem in šolo bo nadaljevala s **promocijo zelenih vrednot in vedenja** ter širila ozaveščenost o pomenu varovanja okolja. Destinacijska organizacija bo spodbujala **gradnjo družbene odpornosti preko sodelovanja in povezovanja ponudnikov, vzpostavljanja kratkih dobavnih verig, vključevanja društev v turistično ponudbo in prostovoljskimi aktivnostmi turističnih ponudnikov**. Na zavarovanih območjih Kočevskega roga in drugje si bodo na destinaciji v sodelovanju z drugimi deležniki (občinami in javnimi zavodi) prizadevali vzpostaviti **način upravljanja, ki bo varoval naravne in kulturne vrednote Kočevskega roga in hkrati opredeljeval načine rabe za turistične namene, skladno z občinskim OPN**. Skrbno upravljanje z naravnimi in kulturnimi vrednotami je potrebno vzpostavljati tudi na drugih območjih EPO in Natura 2000.

Destinacijska organizacija bo skrbela za **jasno komuniciranje zelenega značaja destinacije** preko vseh promocijskih gradiv in kanalov. Informacije o zeleni destinaciji bodo nameščene na vstopnih točkah na destinacijo in na vseh turističnih točkah. Destinacija bo uvajala **zeleno mobilnost na destinaciji** s promocijo uporabe koles in hoje, obiskovalce pa bo informirala o možnostih uporabe javnega prevoza, izposoje e-mobilnosti (koles in drugo) in drugih okolju prijaznih oblik transporta v več jezikih. V okviru prilagajanja na podnebne spremembe bo destinacija izvajala izobraževanja na področju **spopadanja s kriznimi situacijami**, ki so v prvi vrsti posledica spreminjanja podnebja (npr. vročina/suša, poplave). V okviru tega ukrepa destinacija zagotavlja dostopnost do vseh turističnih točk vsem gibalno oviranim in v čim večji možni meri nudi informacije, ki so dostopne osebam z omejitvami vida in sluha.

Poleg omenjenih ključnih ukrepov, ki so podrobneje predstavljeni v tabelah v nadaljevanju, so za razvoj turizma pomembna vlaganja v **manjše in večje investicije**, opredeljene v sklopu Prostor in dostopnost. Med nje sodijo ureditev jedra Dolenjskih Toplic s sprehajalno potjo in aktivnostnimi točkami, urejanje cestne infrastrukture, ureditev območja gradu Soteska, projekt »pobarvajmo Dolenjske Toplice« z vključevanje lokalnih umetnikov; izgradnja športne dvorane in celoletne uporabe hokejskega igrišča ter nadaljnje iskanje investitorjev za opredeljeno območje turističnega razvoja.

K naslavljanju številnih ciljev lahko destinacijska organizacija in ponudniki tudi povabijo različne skupine deležnikov, kot so mladi (učenci OŠ, srednjih šol in študenti), društva ter drugi zainteresirani posamezniki, ki želijo sodelovati pri turističnem razvoju. Za ustvarjanje digitalnih vsebin za kampanje na socialnih omrežjih lahko destinacija organizira **natečaje** in angažira mlade (npr. srednješolce na ustreznih strokovnih šolah, študente) ali se v številne inovativne projekte vključi skupaj s šolami in fakultetami. Za boljše poznavanje destinacije in povezovanje lokalne skupnosti predlagamo projekt **Odprta vrata turizma v Dolenjskih Toplicah**, ki se organizira z namenom spoznavanja ponudbe za domačine, saj so lokalni prebivalci najboljši promotorji svojega kraja.

4 Struktura ukrepov

Ukrepi so oblikovani za obdobje od leta 2024 do 2026, po skupinah glede na tri zastavljene strateške cilje in podporni sklop »prostor in dostopnost«:

1.	Vzpostavitev upravljanja turizma na destinaciji
2.	Večja prepoznavnost destinacije
3.	Negovanje zelenega značaja destinacije
4.	Prostor in dostopnost

Struktura ukrepov, kazalniki uspeha po posameznih ukrepih in ciljne vrednosti ukrepov so predstavljeni v nadaljevanju.

Občina Dolenjske Toplice ima v času sprejemanja te strategije sprejeta proračuna za leto 2023 in 2024, v okviru katerih so že predvidena sredstva za delovanje TIC, izvedbo investicij uvrščenih v Načrt razvoja programov (NRP), načrtovanih in tradicionalnih dogodkov ter različnih programov in aktivnosti za uresničevanje zastavljenih strateških ciljev in kazalnikov za ohranitev znaka Green destination.

V nadaljevanju dokumenta se tako izpostavljajo ocene sredstev, ki jih je (ob dejstvu da se sredstva predvidena za delovanje TIC, izvedbo dogodkov in programov in aktivnosti, ki že potekajo, ohranijo v enakem obsegu tudi za leti 2025 in 2026) potrebno dodatno zagotoviti za doseganje posameznih ciljev in kazalnikov znotraj teh. Ocene so bile narejene po posameznih ukrepih, upoštevajoč načrtovane aktivnosti. Finančna ocena dodatnih potrebnih sredstev za uresničitev vseh ukrepov znaša 531.000,00 eur od leta 2024 do leta 2026, pri čemer so v znesek vključena tudi ocenjena nepovratna sredstva pridobljena v okviru razpisov LAS. V finančno oceno pa niso zajete investicije v infrastrukturo s strani ministrstev, sredstva na razpisu STO in MGTŠ, lastna sredstva ponudnikov in druga sredstva.

V okviru cilja: »Vzpostavitev destinacijskega menedžmenta« je potrebno prioritarno zagotoviti ustrezno organiziranost DMO in organizirati aktivno upravljanje destinacije, ki vključuje sodelovanje vseh ponudnikov na destinaciji pri pobudah in sprejemanju odločitev. Ena takih odločitev je oblikovanje vizije destinacije. Pomembno je organizirati in zagotoviti tudi aktivno vključevanje in obveščanje vseh delujočih društev.

Za okrepitev delovanja ponudnikov in povečanje njihove ponudbe je potrebno nadaljevati z dobro prakso in iskati načine za nadgradnjo ukrepov in aktivnosti za spodbujanje podjetništva (inovativnost, zaposlovanje, novi produkti,..), iskanje novih priložnosti za dodatna in nova sodelovanja ter partnerstva. Negovati je potrebno obstoječe odnose s ponudniki, aktivno vlagati v njihovo promocijo, jih animirati za nova sodelovanja in oblikovanje produktov privlačnih za obiskovalce.

Za širše sodelovanje in nujno povezovanje tudi izven destinacije je potrebno določiti in ustrezno organizirati delovanje vodilne destinacije Dolenjska.

Potrebno identificirati ukrepe in določiti aktivnosti, ki bodo izboljšali delovanje TIC, kakovost in nabor storitev (informiranje in druga ponudba) ter ukrepe za boljše upravljanje kulturne dediščine in naravne dediščine, vse s ciljem dosegati boljše izkušnje obiskovalcev in lokalne skupnosti.

Pomembno je nadaljevati s skrbjo za turistično infrastrukturo, skrbeti za lep izgled in urejenost javnih površin in zagotavljati oblikovanje, namestitve in ureditev nove infrastrukture, predvsem take ki bo združevala nove trende (digitalizacija,..), uporabnost ter atraktivnost.

Uspešnost pri doseganju strateškega cilja »Vzpostavitev destinacijskega menedžmenta« bo odvisna od uspešnosti izvajanja ukrepov znotraj cilja in doseganja opredeljenih kazalnikov (oblikovanje vizije, sodelovanje ponudnikov, spodbude, novi produkti, nova delujoča partnerstva,...) pri čemer se bo dolgoročno odrazila predvsem v **boljši in pestrejši ponudbi na destinaciji**, kar pa lahko ključno pozitivno vpliva na **večji obisk (več prihodov) turistov, večjemu zadovoljstvu (boljše ocene ponudbe in splošnega vtisa) obiskovalcev in lokalne skupnosti ter večji prepoznavnosti destinacije v Sloveniji in širše**, kar bomo lahko izmerili z izvajanjem anketiranj in analiz podatkov, ki se vodijo in spremljajo.

Cilj: vzpostavitev upravljanja turizma na destinaciji		
1.1	Ukrep	Ustrezna organiziranost DMO (potencialno prestrukturiranje TICa)
	Aktivnost	Pregled stanja, analiza prednosti in slabosti, analiza potencialnih organizacijskih oblik DMO
	KPI	Končna odločitev OS Dolenjske Toplice glede organiziranosti DMO
	Ciljne vrednosti KPI do 2026	Odločitev oz. sprejet akt OS
	Odgovornost	Vodstvo

Cilj: vzpostavitev upravljanja turizma na destinaciji		
1.2.	Ukrep	Aktivno upravljanje destinacije
	Aktivnost	Stalno srečevanje vseh ponudnikov
	KPI	Št. letnih srečanj
	Ciljne vrednosti KPI do 2026	Minimalno štiri na leto
	Odgovornost	TIC

Cilj: vzpostavitev upravljanja turizma na destinaciji		
1.3.	Ukrep	Oblikovanje strokovnih ekip za posamezna področja
	Aktivnost	Strokovna skupina za produkte
	KPI	Oblikovani produkti
	Ciljne vrednosti KPI do 2026	Vsaj trije novi integralni produkti, ki vključujejo najmanj tri lokalne ponudnike
	Odgovornost	TIC

Cilj: vzpostavitev upravljanja turizma na destinaciji		
1.4.	Ukrep	Oblikovanje strokovnih ekip za posamezna področja
	Aktivnost	Strokovna skupina za promocijo in trženje
	KPI	Izdelava letnega načrta za promocijsko kampanjo
	Ciljne vrednosti KPI do 2026	Letni načrt, število skupno ustvarjenih objav na socialnih omrežjih
	Odgovornost	TIC

1.5.	Cilj: vzpostavitev upravljanja turizma na destinaciji	
	Ukrep	Oblikovanje strokovnih ekip za posamezna področja
	Aktivnost	Strokovna skupina za kakovost
	KPI	Izdelava smernic za lokalni standard kakovosti
	Ciljne vrednosti KPI do 2026	Odločitev o vključevanju v obstoječe KBZ ali razvoj lastne
Odgovornost	TIC	

1.6.	Cilj: vzpostavitev upravljanja turizma na destinaciji	
	Ukrep	Oblikovanje vizije za dolgoročni turistični razvoj
	Aktivnost	Organizacija delavnic za oblikovanje vizije
	KPI	Izdelana vizija Dolenjske Toplice 2030
	Ciljne vrednosti KPI do 2026	Oblikovana vizija
Odgovornost	Vodstvo in TIC	

1.7.	Cilj: vzpostavitev upravljanja turizma na destinaciji	
	Ukrep	Gradnja družbene odpornosti
	Aktivnost	Sodelovanje z društvi in organizacijami
	KPI	Št. skupnih aktivnosti
	Ciljne vrednosti KPI do 2026	Minimalno eno srečanje na leto; minimalno 1 aktivnost s posameznim društvom
Odgovornost	TIC	

1.8.	Cilj: vzpostavitev upravljanja turizma na destinaciji	
	Ukrep	Vračanje lokalni skupnosti
	Aktivnost	Vložki v urejeno okolje, ohranjanje narave, ohranjanje kulturne dediščine, ustvarjanje priložnosti za mlade in lokalne ponudnike, štipendijska shema za mlade
	KPI	Št. aktivnosti na obravnavano področje (objavljeni pozivi za sodelovanje na dogodkih, javni razpisi)
	Ciljne vrednosti KPI do 2026	Minimalno 2; najmanj en prostovoljski projekt turističnih ponudnikov
Odgovornost	TIC	

1.9.	Cilj: vzpostavitev upravljanja turizma na destinaciji	
	Ukrep	Sodelovanje z RC
	Aktivnost	Dogovor o aktivnostih vodenja destinacije, povezovanje in določitev vloge RC in optimizacija sodelovanja, vodenje registra in usposabljanje turističnih vodnikov
	KPI	Št. izvedenih aktivnosti
	Ciljne vrednosti KPI do 2026	Realizacija aktivnosti, dogovorjenih v pogodbi
Odgovornost	TIC	

1.10.	Cilj: vzpostavitev upravljanja turizma na destinaciji	
	Ukrep	Spodbujanje podjetništva
	Aktivnost	Svetovanja in delavnice, nadaljevanje izvajanja spodbud (garancijska shema, inovativnost, obrestna mera, dodatna zaposlitev)
	KPI	Št. svetovanj, delavnic in izvedenih razpisov
	Ciljne vrednosti KPI do 2026	Minimalno 2; javni razpisi
	Odgovornost	Vodstvo in TIC

1.11.	Cilj: vzpostavitev upravljanja turizma na destinaciji	
	Ukrep	Izobraževanje
	Aktivnost	Organizacija izobraževanj/delavnic za specifične potrebe ponudnikov na destinaciji (trajnostni turizem, HR, digitalni marketing, oblikovanje butične ponudbe, ...)
	KPI	Št. izobraževanj/delavnic
	Ciljne vrednosti KPI do 2026	Minimalno 2
	Odgovornost	TIC

1.12.	Cilj: vzpostavitev upravljanja turizma na destinaciji	
	Ukrep	Zbiranje in analiza podatkov
	Aktivnost	Izbira primerne načina, redno zbiranje in sprotne analize podatkov o turističnem obisku, turističnega gospodarstva in občanov
	KPI	Št. anket in analiz s podanimi ukrepi
	Ciljne vrednosti KPI do 2026	Letno poročilo z analizo podatkov o turističnem obisku, zadovoljstvu domačinov/obiskovalcev/gostov z akcijskim načrtom
	Odgovornost	TIC

1.13.	Cilj: vzpostavitev upravljanja turizma na destinaciji	
	Ukrep	Skrb za standarde upravljanja na DMO (kulturna in naravna dediščina)
	Aktivnost	V sodelovanju s pristojnimi zavodi razviti režime upravljanja KD in ND
	KPI	Število režimov upravljanja (strateški dokumenti)
	Ciljne vrednosti KPI do 2026	Minimalno 1
	Odgovornost	TIC

Cilj: vzpostavitev upravljanja turizma na destinaciji	
Ukrep	Informiranje gostov
Aktivnost	Informacije in usmerjanje na terenu (table, kaŕipoti, ureditev označevanja kulturnih in naravnih vrednot) in v TIC-u, informacijski material, povečanje obsega digitalnega promocijskega gradiva
1.14. KPI	Oblikovanje baze informacij, redno posodabljanje spletnih strani in profilov na družabnih omreŕjih, povečano število naročenih na promocijo in povečanje število sledilcev na FB profilu, vzpostavljanje digitalne table, zagotavljanje informacij v tujih jezikih
Ciljne vrednosti KPI do 2026	Posodobljene informacije na vseh kanalih informiranja; posodobljene informacije najmanj v angleškem jeziku
Odgovornost	TIC

Cilj: vzpostavitev upravljanja turizma na destinaciji	
Ukrep	Skrb za turistično infrastrukturo
Aktivnost	Pozitivna ocena s strani TZS, obiskovalcev, občanov in vzpostavljanje nove turistične infrastrukture (klopi, igrala, koŕi)
1.15. KPI	Ŗt. novih ureditev, pridobljene ocene
Ciljne vrednosti KPI do 2026	Minimalno 1/2 sredstev za nove ureditve (klopi, igrala, tabel)
Odgovornost	TIC

Cilj: vzpostavitev upravljanja turizma na destinaciji	
Ukrep	Projektne aktivnosti
Aktivnost	Prijave projektov in pridobivanje zunanjih virov za razvoj, LAS projekt
1.16. KPI	Ŗt. prijavljenih projektov, sicer vključenih po drugih ukrepih
Ciljne vrednosti KPI do 2026	Minimalno 1 prijavljen projekt
Odgovornost	TIC

Cilj: vzpostavitev upravljanja turizma na destinaciji	
Ukrep	Prodaja lokalnih produktov in spominkov
Aktivnost	Iskanje novih ponudnikov in produktov
1.17. KPI	Ŗt. novih ponudnikov in produktov
Ciljne vrednosti KPI do 2026	Minimalno 2 nova ponudnika
Odgovornost	TIC

Finančni okvir dodatnih finančnih sredstev za doseganje nanizanih ukrepov znotraj postavljenega cilja: *vzpostavitev upravljanja turizma na destinaciji* za obdobje 2024-2026 znaša skupaj 58.000€. V veliki meri se bodo navedene aktivnosti izvajale in financirale v obsegu veljavnega proračuna, za izvedbo dodatnih izobraŕevanj in delavnic, oblikovanje reŕimov upravljanja kulturne in naravne dediščine,

aktivnosti na področju informiranja, za vzdrževanje in vzpostavitev nove turistične infrastrukture, pa so potrebna dodatna finančna sredstva, predvidoma v skupni višini 58.000€

Leto 2024	25.000,00€
Leto 2025	16.500,00€
Leto 2026	16.500,00€
SKUPAJ:	58.000,00€

V okviru cilja: »večja prepoznavnost destinacije« je potrebno prioriteto oblikovati *celotno podobo destinacije*, s katero se bodo lahko v največji meri identificirali ponudniki na destinaciji in bo lahko nato osnova za bolj intenzivno ter načrtovano in strukturirano trženje in promocijo.

Ker pa je učinkovitost promocije in odraz le te v prepoznavnosti destinacije odvisen od vsebine, ki jo promoviramo, smo v nadaljevanju strnili ukrepe, ki se nanašajo na *ključne turistične točke*, pri čemer gre predvsem za kulturno in naravno dediščino, in identificirali aktivnosti za njihovo večjo funkcionalnost in atraktivnost (potreba po oblikovanju partnerstev, nadgradnja infrastrukture, zagotavljanje storitev,...).

Dodatno moramo vložiti napore v aktivnosti, ki bodo povečale obseg kulturnega in kongresnega turizma v Kulturno-kongresnem centru Dolenjske Toplice, povečale obisk dogodkov, ki jih organiziramo in identificirati in razviti (oz. okrepi) priložnosti za spodbujanje športnega turizma.

Danosti prisotnih rek ne izkoriščamo dovolj. Izvesti moramo prve in nadaljnje korake za vzpostavitev kopališča.

Zidaniški turizem je na destinaciji v povojih. Z usmerjenimi aktivnostmi je potrebno poskrbeti za animiranje čim večjega števila ponudnikov, da bo omogočena stalna ponudba.

Uspešnost ukrepov identificiranih znotraj tega strateškega cilja se bo dolgoročno odrazila predvsem v *večjem prepoznavanju in povezovanju destinacije z dobro in pestro ponudbo* (na enem mestu doživetja v naravi, kulturna in kulinarčna doživetja, spoznavanje lokalne tradicije in etnoloških značilnosti, outdoor, šport,...), kar pa lahko ključno pozitivno vpliva na *večji obisk (več prihodov) turistov, večje zadovoljstvo (boljše ocene ponudbe in splošnega vtisa) obiskovalcev in lokalne skupnosti ter večji prepoznavnosti destinacije v Sloveniji in širše*, kar bomo lahko izmerili z izvajanjem anketiranj in analiz podatkov, ki se vodijo in spremljajo.

2.1.	Cilj: večja prepoznavnost destinacije	
	Ukrep	Oblikovanje nove celotne podobe destinacije
	Aktivnost	Organizacija delavnice za ponudnike in najem zunanjega grafičnega oblikovalca
	KPI	Oblikovana prepoznavna celotna podoba, s katero se identificirajo ponudniki
	Ciljne vrednosti KPI do 2026	Izvedena delavnica, oblikovana CGP s priročnikom za uporabo
	Odgovornost	TIC

2.2.	Cilj: večja prepoznavnost destinacije	
	Ukrep	Letni načrt trženja in promocije
	Aktivnost	Oblikovanje in izvajanje letnega načrta trženja in promocije
	KPI	Oblikovan načrt in evidentirane promocijske aktivnosti, Povečano število naročenih na promocijo in povečanje število sledilcev na FB profilu; promocijsko gradivo v tujih jezikih; digitalna kampanja, opredelitev izvajalca trženja za destinacijo, izvajalec trženja (notranji in zunanji)
	Ciljne vrednosti KPI do 2026	Načrt, povečanje sledilcev na FB profilih za 10 % in 100 % na IG profilu; sledenje trendu in morebitno oblikovanje novih profilov, oblikovanje vsaj 3 objav na teden na profilih FB in IG; v času sezone 1 objava na dan; prenova destinacijske spletne strani (pri promociji)
Odgovornost	TIC	

2.3.	Cilj: večja prepoznavnost destinacije	
	Ukrep	Razvoj produktov (nadgradnja, promocija in razvoj novih) Baza 20 - muzej na prostem, naravna vrednota
	Aktivnost	Določitev upravljanja, oblikovanje partnerstva, pridobivanje nepovratnih sredstev
	KPI	Dolgoročni rezultat je vzpostavljena informacijska točka (vstopnice, vodenje, sanitarije, okrepčilo)
	Ciljne vrednosti KPI do 2026	Oblikovano partnerstvo, info točka
Odgovornost	Vodstvo in TIC	

2.4.	Cilj: večja prepoznavnost destinacije	
	Ukrep	Razvoj produktov (nadgradnja, promocija in razvoj novih) Cvinger
	Aktivnost	Oblikovanje partnerstva za nadgradnjo produkta (npr. gastronomija), muzejski del - sodelovanje z Dolenjskim muzejem (pregled razpoložljivega materiala o najdbah in priprava za obiskovalce v Sitarjevi hiši)
	KPI	Oblikovano partnerstvo in namera za prijavo na razpis, oblikovan material za ogled obiskovalcev
	Ciljne vrednosti KPI do 2026	Oblikovano partnerstvo, dodatni material o produktu (video, razstava, table, ...)
Odgovornost	Vodstvo in TIC	

2.5.	Cilj: večja prepoznavnost destinacije	
	Ukrep	Razvoj produktov (nadgradnja, promocija in razvoj novih) Hudičev turn in grad Soteska
	Aktivnost	Vzporedno z izvajanjem projekta oživitve območja gradu Soteska se oblikujejo partnerstva za nadgradnjo produktov (npr. gastronomija, doživetja: gongi, čuječnost, recitali, predstave, adrenalinsko kolesarjenje), muzejski del -

		sodelovanje s Tehničnim muzejem Slovenije (priprava nove razstave oz. vsebin), večja prepoznavnost Hudičevega turna (protokolarna uporaba, poroke, kulturne prireditve)
	KPI	Oblikovana partnerstva, doživetja, izvedeni dogodki v HT
	Ciljne vrednosti KPI do 2026	Oblikovana partnerstva, vsaj trije najemi HT
	Odgovornost	Vodstvo in TIC

2.6.	Cilj: večja prepoznavnost destinacije	
	Ukrep	Razvoj produktov (nadgradnja, promocija in razvoj novih) KKC - kulturni turizem
	Aktivnost	Nadaljevanje izvajanja v skladu s povpraševanjem za najem dvorane, že vzpostavljenimi programi (vsak mesec v gledališče, predstave domačih kulturnih društev, ...) in izvajanje dodatnih predstav v skladu z oblikovanimi predlogi strokovne ekipe, ki bi pritegnile obiskovalce oz. dodatno vzpodbudile kulturni turizem, dodatna promocija dvorane in programov, osvežitev promocijskih materialov (fotografiranje predstav), preveritev ustreznosti tehnične opreme in nabava sodobne
	KPI	Število predstav, oblikovan promocijski material, popis trenutne opreme in analiza potreb v skladu s sodobnimi smernicami
	Ciljne vrednosti KPI do 2026	Povečanje število predstav najmanj za 10 %, 1 prenovljena brošura na leto, nabava opreme po planu
	Odgovornost	Vodstvo in TIC

2.7.	Cilj: večja prepoznavnost destinacije	
	Ukrep	Razvoj produktov (nadgradnja, promocija in razvoj novih) KKC - kongresni turizem
	Aktivnost	Nadaljevanje izvajanja v skladu s povpraševanjem za najem prostorov, dodatna promocija dvorane in programov, osvežitev promocijskih materialov (fotografije), preveritev ustreznosti tehnične opreme in nabava sodobne opreme
	KPI	število najemov, sodobna tehnična oprema, oblikovanje ponudb
	Ciljne vrednosti KPI do 2026	Povečanje število najemov najmanj za 10 % in posodobljena tehnična oprema dvorane
	Odgovornost	Vodstvo in TIC

2.8.	Cilj: večja prepoznavnost destinacije	
	Ukrep	Razvoj produktov (nadgradnja, promocija in razvoj novih) Kopališča na reki Krki
	Aktivnost	Oblikovanje predlogov možnih lokacij
	KPI	Nabor potencialnih lokacij

	Ciljne vrednosti KPI do 2026	Dokument z naborom potencialnih lokacij
	Odgovornost	Vodstvo in TIC

2.9.	Cilj: večja prepoznavnost destinacije	
	Ukrep	Razvoj produktov (nadgradnja, promocija in razvoj novih) kultura Kočevarjev
	Aktivnost	Nadaljevanje obstoječega sodelovanja (dnevi kočevarske kulture, soorganizacija dogodkov), oblikovanje partnerstva za nadgradnjo produktov in pridobitev sredstev
	KPI	Izvedeni skupni dogodki in oblikovano partnerstvo z identifikacijo koncepta nadgradnje produkta (možna prijava na razpise)
	Ciljne vrednosti KPI do 2026	Vsaj 2 dogodka
	Odgovornost	Vodstvo in TIC

2.10.	Cilj: večja prepoznavnost destinacije	
	Ukrep	Razvoj produktov (nadgradnja, promocija in razvoj novih) Zidaniški turizem
	Aktivnost	Vzpodbujanje ponudnikov, da uredijo pogoje za trženje dejavnosti v okviru produkta, po ureditvi pa povečanje promocije
	KPI	Registrirani ponudniki
	Ciljne vrednosti KPI do 2026	Vsaj 1 dodaten registrirani ponudnik na leto
	Odgovornost	Vodstvo in TIC

2.11.	Cilj: večja prepoznavnost destinacije	
	Ukrep	Razvoj produktov (nadgradnja, promocija in razvoj novih) Športni turizem
	Aktivnost	Vzpostavitev partnerstev (nova priložnost hokej, nadaljevanje podpore kolesarske dirke, državna prvenstva (padalci, lokostrelci)), vključevanje ponudnikov drugih storitev
	KPI	Št. partnerstev in dogodkov
	Ciljne vrednosti KPI do 2026	Vsaj 1 večji dogodek na državni ravni
	Odgovornost	Vodstvo in TIC

2.12.	Cilj: večja prepoznavnost destinacije	
	Ukrep	Razvoj produktov (nadgradnja, promocija in razvoj novih) Dopolnilne dejavnosti na kmetijah
	Aktivnost	Vzpodbujanje ponudnikov, da uredijo pogoje za trženje dejavnosti, ohranjanje sodelovanja z obstoječimi ponudniki in ustvarjanje priložnosti za nove produkte, komisijska prodaja in promocija v Sitarjevi hiši ter sobotna kmečka tržnica

	KPI	Št. novih ponudnikov oz. produktov
	Ciljne vrednosti KPI do 2026	Povečanje število za najmanj 10 %
	Odgovornost	Vodstvo in TIC

2.13.	Cilj: večja prepoznavnost destinacije	
	Ukrep	Razvoj produktov (nadgradnja, promocija in razvoj novih) Gastronomija
	Aktivnost	Vključevanje gastronomije v posamezne produkte (glej zgoraj), prepoznavanje etnoloških gastronomskih značilnosti kot izhodišča za nadaljnje aktivnosti (jedi in pijača), intenzivno vključevanje v večje, tradicionalne dogodke
	KPI	Razvit najmanj 1 lokalni gastronomski produkt: primer piknik košara/ popotnica
	Ciljne vrednosti KPI do 2026	Dokument z naborom
	Odgovornost	Vodstvo in TIC

2.14.	Cilj: večja prepoznavnost destinacije	
	Ukrep	Razvoj produktov (nadgradnja, promocija in razvoj novih) Novi turistični produkti
	Aktivnost	Dodajanje novih turističnih produktov na pobudo konkretnih ponudnikov
	KPI	Št. novih turističnih produktov
	Ciljne vrednosti KPI do 2026	Vsaj trije novi turistični produkti na področjih Outdoor in kultura
	Odgovornost	Vodstvo in TIC

2.15.	Cilj: večja prepoznavnost destinacije	
	Ukrep	Strateško komuniciranje z javnostmi
	Aktivnost	Prenova spletne strani z jasno in hitro povezavo na predstavitev turistične destinacije
	KPI	Prenovljena spletna stran
	Ciljne vrednosti KPI do 2026	Prenovljena spletna stran
	Odgovornost	TIC

2.16.	Cilj: večja prepoznavnost destinacije	
	Ukrep	Strateško komuniciranje z javnostmi
	Aktivnost	Prevod spletne strani v najmanj 2 tuja jezika (glede na goste ANG, IT, tudi NEM)
	KPI	Prevodi vsebin spletnih strani
	Ciljne vrednosti KPI do 2026	Vsaj dva jezika
	Odgovornost	TIC

2.17.	Cilj: večja prepoznavnost destinacije	
	Ukrep	Segmentacija gostov
	Aktivnost	Analiza sedanjih in potencialnih gostov
	KPI	Analiza trga
	Ciljne vrednosti KPI do 2026	Izdelan profil gosta Dolenjskih Toplic, opredeljeni ključni segmenti
	Odgovornost	TIC

2.18.	Cilj: večja prepoznavnost destinacije	
	Ukrep	Dogodki
	Aktivnost	Celoletni koledar prireditev
	KPI	Trije tradicionalni dogodki, poletne kulturne prireditve, poletje v Kočevskem rogu, praznični december
	Ciljne vrednosti KPI do 2026	Izvedeni trije tradicionalni dogodki, vsaj dva dogodka v sklopu poletne kulturne prireditve, vsaj dva večja dogodka ob prazničnem času, izvedba festivala narodno zabavne glasbe, obdaritev Dedka Mraza, izdaja prospekta poletje v Kočevskem rogu z dogodki že sodelujočih in novih akterjev Kočevskega roga
	Odgovornost	TIC

2.19.	Cilj: večja prepoznavnost destinacije	
	Ukrep	Dogodki
	Aktivnost	Obuditev tradicionalnih prireditev (ličkarstvo, pletarstvo, oglarstvo) v sodelovanju z društvi in ostalo zainteresirano javnostjo
	KPI	Št. dogodkov
	Ciljne vrednosti KPI do 2026	Vsaj 1 dogodek na osnovi tradicije z nesnovno kulturno dediščino
	Odgovornost	TIC

Finančni okvir dodatnih finančnih sredstev za doseganje nanizanih ukrepov znotraj postavljenega cilja: *večja prepoznavnost destinacije* za obdobje 2024-2026 znaša skupaj 356.000€. V veliki meri se bodo aktivnosti izvajale in financirale v obsegu veljavnega proračuna, za oblikovanje celostne podobe, organizacijo delavnic, oblikovanje novih oz. osvežitvev obstoječih promocijskih gradiv, zagotavljanje manjkajočih prevodov in lektoriranje, za prenovo spletne strani, za izvajanje večjega obsega aktivnosti digitalne kampanje, zagotovitev sodobne opreme KKC in pripravo novih vsebin v okviru identificiranih partnerstev za kar bodo oblikovani projekti in se bo iskalo tudi nepovratna sredstva, so potrebna dodatna finančna sredstva, predvidoma 356.000,00€. V finančnem okviru sta tudi umeščena in upoštevana dva projekta, kjer je predvideno sofinanciranje preko LAS sredstev.

Leto 2024	155.834,00€
Leto 2025	151.834,00€
Leto 2026	48.332,00€
SKUPAJ:	356.000,00€

V okviru cilja: »negovanje zelenega značaja« je ključno širjenje in promocija zelenih vrednot med ponudnike in spodbujanje k uvajanju zelenih rešitev v njihovo poslovanje.

Prav tako so pomembne aktivnosti za vzgojo otrok v zelenem duhu in osveščanje občanov v sodelovanju z različnimi deležniki.

Za neposreden vpliv na obiskovalce in občane pa so ključne tudi aktivnosti na področju zelene mobilnosti, tako promocija kot tudi nadgradnja obstoječe infrastrukture, na eni strani urejanje kolesarskih poti in označevanje le teh, na drugi pa vzpostavljanje postaj za e-kolesa, e-polnilnice, el, vozila v javnih prevozi, ter promocija v okviru aktivnosti Evropskega tedna mobilnosti, ki se že izvajajo.

3.1.	Cilj: večja prepoznavnost destinacije	
	Ukrep	Pridobitev znaka ZSST
	Aktivnost	Spodbujanje ponudnikov za pridobitev zelenega znaka oz. iz zelene sheme STO
	KPI	Št. ponudnikov z znakom
	Ciljne vrednosti KPI do 2026	Vsaj 1 ponudnik z znakom ZSST
	Odgovornost	TIC

3.2.	Cilj: negovanje zelenega značaja	
	Ukrep	Pridobitev znaka ZSST
	Aktivnost	Redno izobraževanje za ponudnike na temo zelenih in trajnostnih rešitev v turizmu
	KPI	Št. izobraževanj
	Ciljne vrednosti KPI do 2026	Vsaj 1 izobraževanje
	Odgovornost	TIC

3.3.	Cilj: negovanje zelenega značaja	
	Ukrep	Promocija zelenih vrednot
	Aktivnost	Sodelovanje s šolo, vrtcem
	KPI	Ohranjanje in nadgrajevanje sodelovanja, morebitno partnerstvo pri LAS projektih, skupne aktivnosti/dogodki
	Ciljne vrednosti KPI do 2026	Vsaj 3 skupne aktivnosti/dogodki
	Odgovornost	TIC

3.4.	Cilj: negovanje zelenega značaja	
	Ukrep	Promocija zelenih vrednot
	Aktivnost	Sodelovanje z društvi
	KPI	Ohranjanje in nadgrajevanje sodelovanja, morebitno partnerstvo pri LAS projektih, skupne aktivnosti/dogodki
	Ciljne vrednosti KPI do 2026	Vsaj 3 skupne aktivnosti/dogodki
	Odgovornost	TIC

3.5.	Cilj: negovanje zelenega značaja	
	Ukrep	Promocija zelenih vrednot
	Aktivnost	Komuniciranje zelenega značaja lokalni skupnost in obiskovalcem
	KPI	Opredeljena stalna komunikacijska mesta, izdelani komunikacijski materiali, doslednost komuniciranja
	Ciljne vrednosti KPI do 2026	Prisotnost logotipov na vseh promocijskih materialih in kanalih komuniciranja; komuniciranje na vstopnih točkah v občino in na vseh turističnih točkah
Odgovornost	TIC	

3.6.	Cilj: negovanje zelenega značaja	
	Ukrep	Uveljavljanje zelene mobilnosti
	Aktivnost	Organiziranje mreže izposojevalnic el. koles (informacija na enem mestu), zagotavljanje vzdrževanje sistema e-koles
	KPI	Vzpostavljena mreža za izposojlo el. koles
	Ciljne vrednosti KPI do 2026	Organizirana mreža in dostopne informacije o izposoji v najmanj dveh jezikih
Odgovornost	TIC	

3.7.	Cilj: negovanje zelenega značaja	
	Ukrep	Uveljavljanje zelene mobilnosti
	Aktivnost	Podjetniška spodbuda za vzpostavitev zelene mobilnosti na klic (analogno s sistemom Pelji me prosim, el. vozilo in lokalni vozniki)
	KPI	Oblikovanje partnerstva, priprava projekta
	Ciljne vrednosti KPI do 2026	Prijava na LAS
Odgovornost	TIC	

3.8.	Cilj: negovanje zelenega značaja	
	Ukrep	Gradnja kratkih dobavnih verig
	Aktivnost	Povezovanje ponudnikov pridelkov in izdelkov
	KPI	Promocija, izobraževanje
	Ciljne vrednosti KPI do 2026	Vsaj 1 delavnica
Odgovornost	TIC, področje gospodarstva in družbene dejavnosti	

3.9.	Cilj: negovanje zelenega značaja	
	Ukrep	Odpornost
	Aktivnost	Zmanjševanje vplivov na podnebne spremembe (zmanjševanje uporabe energije iz neobnovljivih virov; promocija PEŠbusa in KOLObusa)
KPI	Promocija, izvedba projekta ETM	

	Ciljne vrednosti KPI do 2026	Izveden projekt ETM
	Odgovornost	TIC

3.10.	Cilj: negovanje zelenega značaja	
	Ukrep	Odpornost
	Aktivnost	Prilagajanje na podnebne spremembe
	KPI	Osveščanje z delavnicami v sklopu LEKa
	Ciljne vrednosti KPI do 2026	1 delavnica
	Odgovornost	TIC

3.11.	Cilj: negovanje zelenega značaja	
	Ukrep	Odpornost
	Aktivnost	Krizno upravljanje
	KPI	Krizni načrt za ravnanje v primeru ekstremnih pojavov (vročina, suša, poplave, ...)
	Ciljne vrednosti KPI do 2026	1 delavnica osveščanja in ravnanja v primeru ekstremnih vremenskih pojavov
	Odgovornost	TIC

3.12.	Cilj: negovanje zelenega značaja	
	Ukrep	Odpornost
	Aktivnost	Akcijski načrt za zmanjševanje ekološkega odtisa
	KPI	Izdelan akcijski načrt
	Ciljne vrednosti KPI do 2026	1 načrt
	Odgovornost	TIC

3.13.	Cilj: negovanje zelenega značaja	
	Ukrep	Odpornost
	Aktivnost	Skrb za dostopnost
	KPI	Dostopnost turističnih točk za vse oblike oviranosti
	Ciljne vrednosti KPI do 2026	Analiza dostopnosti vseh turističnih točk in izdelan akcijski načrt (fizična dostopnost in informacije)
	Odgovornost	TIC

3.14.	Cilj: negovanje zelenega značaja	
	Ukrep	Vzpostavljanje varstvenih režimov na občutljivih območjih
	Aktivnost	Kočevski rog - sodelovanje z ZVN
	KPI	Oblikovan varstveni režim
	Ciljne vrednosti KPI do 2026	Varstveni režim
	Odgovornost	TIC

Finančni okvir dodatnih finančnih sredstev za doseganje nanizanih ukrepov znotraj postavljenega cilja: negovanje zelenega značaja za obdobje 2024-2026 znaša skupaj 84.500,00€. V veliki meri se bodo aktivnosti izvajale in financirale v obsegu veljavnega proračuna, za aktivnosti zelene sheme, komuniciranje zelenega značaja, vzdrževanje infrastrukture e-koles, nakupa e-avtomobila, pa so potrebna dodatna finančna sredstva, predvidoma 84.500,00€.

Leto 2024	11.500,00€
Leto 2025	61.500,00€
Leto 2026	11.500,00€
SKUPAJ:	84.500,00€

V nadaljevanju so izpostavljeni ukrepi vezani na »**prostor in dostopnost**«, med temi pa so navedene predvsem posamezne investicije, ki imajo, kot vložki v pomembno infrastrukturo na destinaciji, neposreden vpliv na turizem (že vključeni v NRP, z določenimi finančnimi konstrukcijami, ki niso predmet tega načrta). V tabelah so strnjeni ukrepi in aktivnosti, ki so v veliki meri že načrtovane in se izvajajo.

4.1.	Cilj: prostor in dostopnost	
	Ukrep	Ureditev jedra Dolenjskih Toplic
	Aktivnost	Nadaljevanje z aktivnostmi za obnovo mostu, omejitev prometa v jedru, arhitekturna ureditev jedra (že potekajo arhitekturne delavnice)
	KPI	Oblikovan načrt arhitekturne ureditve
	Ciljne vrednosti KPI do 2026	1 načrt
	Odgovornost	Vodstvo in oddelek za prostor

4.2.	Cilj: prostor in dostopnost	
	Ukrep	Ureditev jedra Dolenjskih Toplic
	Aktivnost	Ureditev sprehajalne poti s klopami in interaktivnimi tablamami, ureditev gredic in polj za rože
	KPI	Št. urejenih poti in interaktivnih tabel
	Ciljne vrednosti KPI do 2026	Urejene vse legalizirane poti, vsaj 1 interaktivna tabla
	Odgovornost	TIC in RO

4.3.	Cilj: prostor in dostopnost	
	Ukrep	Ureditev jedra Dolenjskih Toplic
	Aktivnost	Pobarvajmo DT (vključevanje lokalnih umetnikov v oblikovanje prostora - jedro DT kot razstavni prostor)
	KPI	Oblikovati partnerstvo in število sodelujočih umetnikov
	Ciljne vrednosti KPI do 2026	Poslikava semaforiziranega križišča
	Odgovornost	TIC

4.4.	Cilj: prostor in dostopnost	
	Ukrep	Športna dvorana pri OŠ Dolenjske Toplice
	Aktivnost	Nadaljevanje z aktivnostmi preverjanja možnosti in priprave nabora lokacij ter dokumentacije za začetek investicije, iskanje sofinanciranja
	KPI	Nabor lokacij in dokumentacija
	Ciljne vrednosti KPI do 2026	Pridobljena dokumentacija
	Odgovornost	Vodstvo in oddelek za prostor

4.5.	Cilj: prostor in dostopnost	
	Ukrep	Cestna infrastruktura
	Aktivnost	Nadaljevanje z aktivnostmi za obnovo vstopne ceste v Dolenjske Toplice (Rumanja vas-Dolenjske Toplice) v partnerstvu z Republiko Slovenijo
	KPI	Izdelava dokumentacije in izvedba investicije
	Ciljne vrednosti KPI do 2026	Obnovljen odsek ceste Rumanja vas-Dolenjske Toplice
	Odgovornost	Vodstvo in oddelek za prostor

4.6.	Cilj: prostor in dostopnost	
	Ukrep	Hokejsko igrišče
	Aktivnost	Nadaljevanje z aktivnostmi pokritja obstoječega hokejskega igrišča
	KPI	Pokrito hokejsko igrišče
	Ciljne vrednosti KPI do 2026	Pokrito hokejsko igrišče in uporaba 365 dni na leto, zagotoviti uporabo
	Odgovornost	Oddelek za družbene dejavnosti

4.7.	Cilj: prostor in dostopnost	
	Ukrep	Oživitev kompleksa gradu Soteska in Hudičev turn
	Aktivnost	Nadaljevanje z aktivnostmi obnove, rekonstrukcije, oživitve, oblikovanje nove ponudbe
	KPI	Postopno obnovljen, rekonstruiran kompleks, oblikovan ponudba
	Ciljne vrednosti KPI do 2026	½ obnovljenega kompleksa gradu, oblikovana in vzpostavljena vsaj dva nova turistična produkta
	Odgovornost	Oddelek za družbene dejavnosti in TIC

4.8.	Cilj: prostor in dostopnost	
	Ukrep	Investitor za območje z OPPN opredeljeno za širitev turistične dejavnosti
	Aktivnost	Območje predstaviti kot privlačno za naložbe, iskanje partnerstev
	KPI	Nabor potencialnih investorjev

	Ciljne vrednosti KPI do 2026	Vsaj 1 investitor
	Odgovornost	Vodstvo in TIC

Finančni okvir dodatnih finančnih sredstev za doseganje nanizanih ukrepov znotraj postavljenega cilja: prostor in dostopnost za obdobje 2024-2026 znaša skupaj 60.000,00€. Kot že navedeno sklop povzema predvsem posamezne investicije, ki že vključene v NRP skupaj s finančnimi konstrukcijami, ki tako niso predmet tega načrta, za dodatno urejanje sprehajalnih poti (dokumentacijsko in v naravi), projekta pobravljamo DT, iskanje investitorjev pa so potrebna dodatna finančna sredstva, predvidoma v ocenjeni višini 60.000,00€.

Leto 2024	40.000,00€
Leto 2025	10.000,00€
Leto 2026	10.000,00€
SKUPAJ:	60.000,00€

Kot že opredeljeno, se strategija nanaša na obdobje od leta 2024 do leta 2026, za isto obdobje so oblikovani tudi ukrepi z načrtovanimi aktivnostmi ter kazalniki, ki bodo pokazatelji uspešnosti njihovega izvajanja. Velik del aktivnosti, se že izvaja in je potrebno z njimi kontinuirano nadaljevati tudi v naslednjih treh letih, nekatere aktivnosti je potrebno dodatno okrepiti in povečati njihovo intenzivnost. Z aktivnostmi, ki so bile na novo definirane, pa je potrebno pričeti takoj t.j. že v letu 2024, da bodo lahko tudi učinki vidni čimprej.

Za aktivnosti, ki zahtevajo partnerstva, bo potrebnih nekaj več korakov, tako je potrebno k prvim koraki (identifikacija partnerstva, oblikovanje idej, zasnova projekta, morebitno iskanje nepovratnih sredstev,...) pristopiti že v letu 2024, pri čemer pa se realizacijo lahko načrtuje in pričakuje šele v letu 2025 in 2026.

Glede na velik obseg aktivnosti, z izvajanjem katerih je potrebno pričeti nemudoma, se odpira dvom glede zadostnosti trenutnih predvsem kadrovskega resursov in potrebi po dodatni določitvi prioritete. Navedeno bo treba vzeti v obzir tudi pri kadrovskega načrtovanju v obdobjih po potrditvi strategije.

5 Viri

- Goeldner, C. & Brent, J. R. B. (2012). *Tourism Principles, Practices, Philosophies*. Hoboken, Wiley.
- Hudoklin, A. (2022). Zavod RD za varstvo narave. Iščemo človeško ribico. <https://www.dolenjske-toplice.si/objava/590831>.
- Košćak, M. (2015). Topliški turizem med preteklostjo in prihodnostjo. V *Dolenjske Toplice v odsevu časa*, ur. Preskar R.. Dolenjske Toplice, Občina Dolenjske Toplice. str. 429-442.
- Lokalni energetske koncept občine Dolenjske Toplice, 2023.
- Ministrstvo za gospodarstvo, razvoj in tehnologije (2022). *Strategija slovenskega turizma 2022-2028*.
- Odlok o prostorskem načrtu občine Dolenjske Toplice, UR. I. RS 20/2009.
- Pećar, J., Kovać, M. (2021). *Ekološki odtis v statističnih regijah Slovenije*. Ljubljana, Umar.
- Razvojni center Novo mesto (2022). *A Novo mesto, Regionalni razvojni program regije Jugovzhodna Slovenija*.
- Ritchie, J. R. B. & Crouch, G. I. (2003). *The Competitive Destination, a sustainable tourism perspective*. Cambridge, CABI.
- Spletna stran Obćine Dolenjske Toplice, 2023.
- Spletna stran TIC Dolenjske Toplice, 2023.
- SURS (2023). Statistićni podatki, dostopni na www.stat.si.

