

Policy BRIEF #27a

KULTURNI TURIZEM V LJUBLJANI

usmeritve za izboljšanje upravljanja kulturnega turizma v mestu

avtorji: David Klepej, Manca Krošelj, Nina Stubičar in Naja Marot



Projekt prejema finančna sredstva iz
programa Evropske unije za raziskave
in inovacije Obzorje 2020 po pogodbi
številka 870644.



Univerza v Ljubljani

UVOD

Ljubljana je v zadnjem desetletju doživela turistični razcvet. Raven rasti obsega turističnega obiska slovenske prestolnice je bila med najvišjimi v Evropi (tudi več kot 20-odstotna rast števila prihodov letno) in število turističnih nočitev med letoma 2014 in 2018 se je več kot podvojilo. K temu je pripomoglo več dejavnikov; vsekakor je med vplivnejšimi intenzivna promocija destinacije v tujini. Tuji turisti predstavljajo izjemno visok delež turistov, saj v povprečju ustvarijo več kot 90 % vseh nočitev, kar je največ med slovenskimi občinami. Ljubljana kot daleč najrazvitejša mestna destinacija v Sloveniji sicer ustvari približno 15 % vseh nočitev v državi (SURS).

Hiter razvoj destinacije s seboj prinaša tudi izzive, kako zagotoviti, da bo turizem mestu v čim večji meri koristil in da bodo njegovi negativni učinki minimalni. Če smo na eni strani zaznali velik trud mesta na področjih promocije in rasti obiska, pa na drugi strani mesto ni tako aktivno pri pripravi ukrepov in usmeritev za upravljanje razvoja te dejavnosti v mestu. To se odraža tudi v rasti nezadovoljstva lokalnega prebivalstva nad prisotnostjo turistov in turistifikacijo mestnega središča (Ninamedia, 2019), ki se kaže s spremembo storitvene ponudbe in z rastjo oddajanja stanovanj na portalih za kratkoročni najem (npr. Airbnb).

Ljubljana je postala ena bolj priljubljenih in poznanih mestnih destinacij, v katerih turizem močno sooblikuje razvoj urbanega prostora. Mestni turizem vključuje vse oblike turizma v mestih, in sicer glede na razlog potovanja (poslovni, prostočasni, obiskovanje prijateljev in družine), motive obiska (namenski obisk destinacije, sekundarna destinacija na poti, naključen postanek) ali področja zanimanja (kultura, arhitektura, šport, zabava, nakupovanje itn.). V Ljubljani je kulturni turizem v središču razvoja destinacije, saj lahko koristi širšemu naboru ponudnikov v mestu, tovrstne turiste pa se tudi povezuje z višjo stopnjo izobrazbe in višjo porabo med obiskom. Leta 2020 je mesto na podlagi raznovrstne kulturne ponudbe tudi kandidiralo za naziv evropske prestolnice kulture za leto 2025, a je bilo pri tem neuspešno.

Strategija za razvoj turistične destinacije Ljubljana 2014-2020 (Javni zavod Turizem Ljubljana, 2014) in Strategija razvoja turistične destinacije Ljubljana in ljubljanske regije 2021-2027 (Javni zavod Turizem Ljubljana, 2021) vpenjajo kulturni turizem in njegov razvoj v vse vidike strateškega razvoja turizma v Ljubljani. Enako velja za področne strategije, kot so Strateške smernice razvoja kulturnega turizma v Ljubljani za obdobje 2017-2020 (Javni zavod Turizem Ljubljana, 2016), ki še bolj osredinjeno in z jasno določenimi ukrepi usmerjajo razvoj kulturnega turizma v mestu. Cilji strategij naslavlja predvsem boljše sodelovanje med javnim in zasebnim sektorjem ter med turističnim in kulturnim sektorjem, ki bo pripomoglo h konkurenčnejši turistični destinaciji, razvoju celovite turistične ponudbe z intenzivnim in bolj usmerjenim trženjem kakovostne kulturne ponudbe, oblikovanju inovativne kulturno-turistične ponudbe s prepoznano blagovno znamko, k razpršitvi turistične ponudbe zunaj mestnega jedra in aktivnejšemu vključevanju lokalnih prebivalcev v procese odločanja in razvoj turizma.

Kulturni turizem je tudi v Strategiji razvoja kulture v Mestni občini Ljubljana 2020-2023 (Oddelek za kulturo Mestne uprave MOL, 2020) prepoznan kot eno izmed glavnih gonil razvoja Ljubljane kot turistične destinacije; poudarjeno je predvsem medpodročno sodelovanje sektorjev in akterjev. Cilji kulturne strategije so razmeroma skladni s cilji turistične strategije; z njimi si prizadevajo za povečanje deleža turistov, ki obišejo Ljubljano zaradi njene kulturne ponudbe, za promocijo kulturno-turistične ponudbe zunaj ožjega mestnega središča, za razširitev gibanja turistov v druge mestne četrti, za boljše vključevanje lokalnega prebivalstva v organizirano turistično ponudbo, za razvoj integralnih turističnih produktov s kulturnimi vsebinami in ponudbe v povezavi z Unescovo svetovno dediščino v Ljubljani.

Ko govorimo o klasičnem kulturnem turizmu (obiskovanje muzejev, galerij in kulturne dediščine), je za Ljubljano značilno - v primerjavi z drugimi razvitimi mestnimi destinacijami -, da velik delež ponudnikov in deležnikov na področju kulture deluje neposredno pod okriljem mestne občine ali države. Največja kulturna ustanova so Muzeji in galerije mesta Ljubljane, to je javni zavod, ki združuje 11 muzejev, galerij in kulturnih prostorov. V mestu je tudi večje število državnih muzejev, ki delujejo neposredno pod okriljem Ministrstva za kulturo, kot so npr. Moderna galerija, Narodna galerija, Muzej za arhitekturo in oblikovanje, ali drugih ministrstev, npr. Slovenski šolski muzej. Država in mestna občina imata pomembno vlogo tudi na drugih področjih kulturnega turizma, saj upravljata s prizorišči (Cankarjev dom, Križanke, Kino Šiška, Drama, SNG Opera in balet, MGL); pod njunim okriljem poteka organizacija dogodkov in festivalov (Ljubljana Festival, Liffe). Mesto ima od leta 2015 status Unescovega kreativnega mesta literature ter dva vpisa na Unescov seznam svetovne kulturne dediščine (Kolišča na Barju od leta 2011 in Plečnikova Ljubljana od leta 2021). To ponudbo dopolnjujejo številni (manjši) deležniki, na primer: zasebne galerije, muzeji in prizorišča (Cvetličarna, Kino Šiška, Equrna, Hest, MAK, Exarte, galerija Lala, Galerija Photon idr.) ter nevladne in druge organizacije, ki delujejo na področju kulture (Metelkova mesto, ŠKUC, Imago Sloveniae, Španski borci, Vodnikova domačija Šiška, Dobra Vaga idr.).



Slika 1a-c: Kulturni utrip Ljubljane v letu 2021 (fotografije: David Klepej)

POVZETEK PRAVLJENIH ANALIZ

V sklopu projekta SPOT smo obravnavali analizo razvoja in upravljaljskih izzivov kulturnega turizma, pri čemer smo opravili institucionalno analizo, ankete s turisti, prebivalci in z različnimi ponudniki (kulturnega) turizma ter poglobljene intervjuje z devetimi deležniki kulturnega turizma.

Izmed 100 anketiranih turistov jih je največ (51 oz. 48 %) kot ključni motiv za obisk destinacije navedlo arhitekturo oziroma urbanizem ter lokalne tradicije (slika 2). Visok delež jih zanima tudi narava, zgodovina in gastronomija. Festivali, muzeji, film in gledališča so bili motivator obiska manj kot petini turistov.

Ponudniki kulturnega turizma ocenjujejo, da je sodelovanja med deležniki v Ljubljani premalo. Rezultati ankete s 40 podjetji, ki smo jo opravili jeseni 2021, so med drugim pokazali, da je še največ sodelovanja pri oblikovanju kulturnih itinerarjev in poti ter izvajanju promocijskih aktivnosti (slika 3). Najmanj sodelovanja je na področju usmerjanja turističnih tokov in skupnih naročil. Več kot petina podjetij ne izvaja nobenih aktivnosti v sodelovanju z drugimi, kar kaže na velik potencial in potrebo po izboljšanju sodelovanja med ponudniki na destinaciji.

Kar 30 % podjetij je sicer poudarilo, da kulturna dediščina predstavlja najpomembnejši del njihove kulturno-turistične ponudbe, 67 % pa se jih je močno strinjalo z izjavo, da ima Ljubljana veliko potenciala za razvoj kulturnega turizma. Na drugi strani pa se z izjavo, da je kulturni turizem v Ljubljani dobro razvit, močno strinja 11 % oziroma strinja 33 % anketirancev.

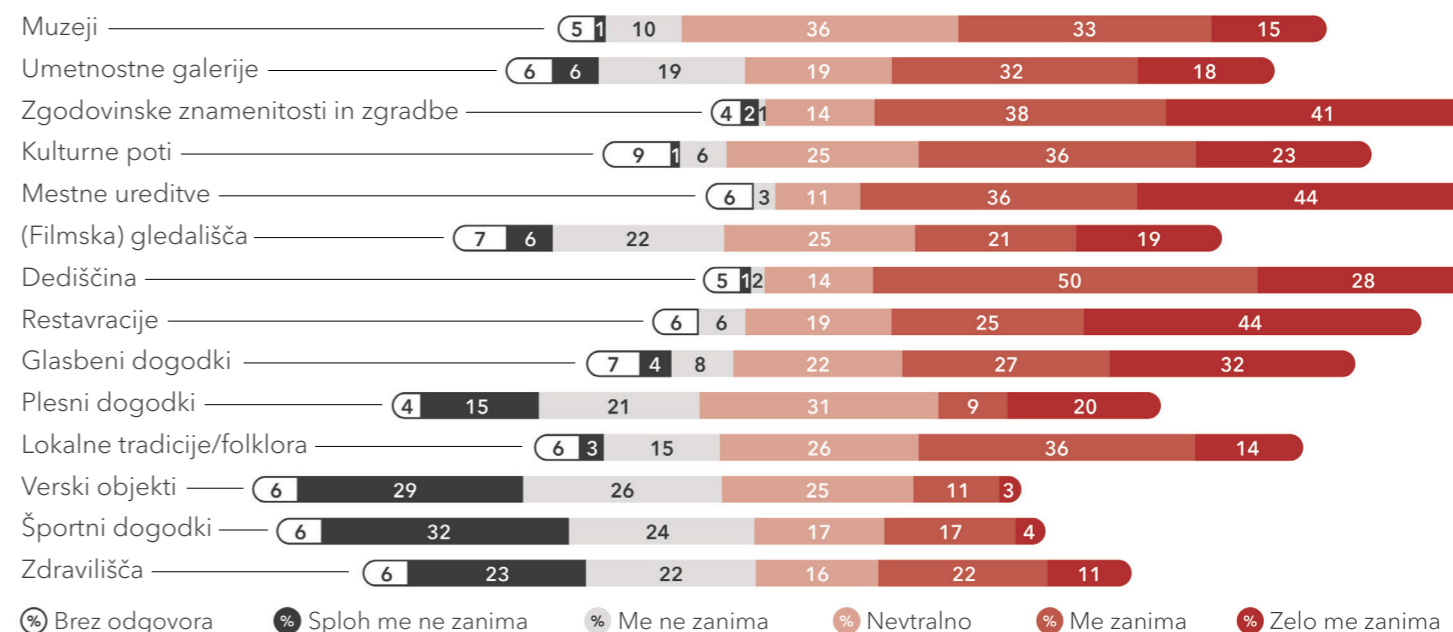
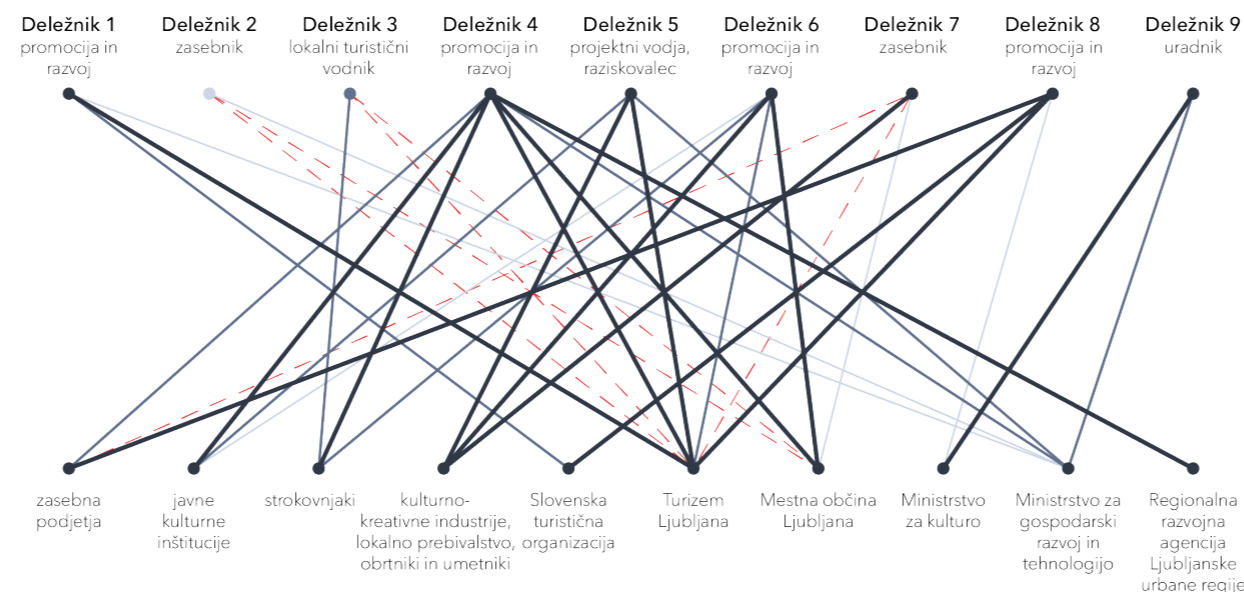
Glede na izjave iz intervjujev z deležniki kulturnega turizma na temo upravljanja kulturnega turizma v Ljubljani je pot do kakovostnejšega medsektorskega sodelovanja in komunikacije še vedno dolga (slika 4). Nekateri intervjuvanci menijo, da je vse večja potreba po politikah, ki bi bolj neposredno podpirale lokalne skupnosti in njihova prizadevanja za uspeh v turističnem sektorju. Kot primer so navedli potrebo po podpori rastočemu sektorju mikro- in majhnih podjetij ter lokalnih kulturnih in kreativnih

industrij, ki pogosto delujejo na stičišču različnih gospodarskih panog. Menijo, da je prevelika pozornost politik usmerjena samo v promocijo ekskluzivnega butičnega turizma, ki posredno izključuje druge segmente turizma in lokalno skupnost ter se osredinja na pretirano promocijo ponudb samo v središču Ljubljane. Nadalje menijo, da zasebni sektor velikokrat ostane prezrt in izključen iz večjih projektih sodelovanj v primerjavi s ponudniki javnega sektorja. Razširiti bi morali obstoječo partnersko mrežo ponudnikov kulturno-turistične ponudbe v Ljubljani, ki jo vodi Turizem Ljubljana. Nekateri tudi menijo, da je potreba po prožnejših politikah, takih, ki bi bolj opolnomočile avtonomen razvoj inovativne kulturno-turistične ponudbe v mestu.

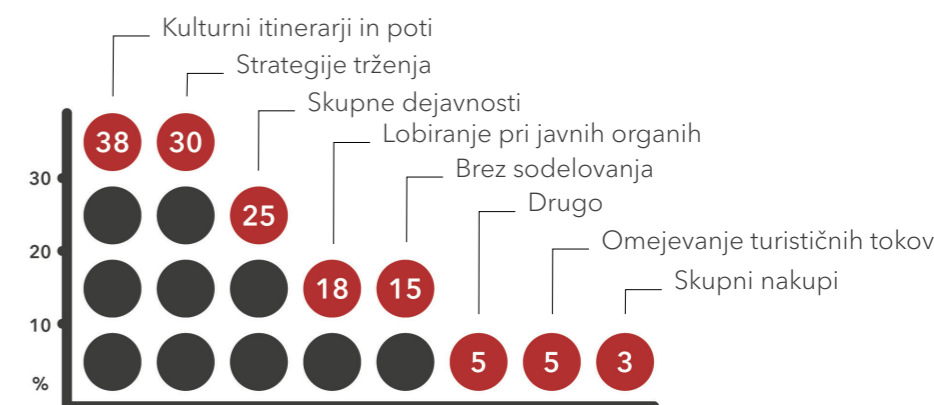
»Ljubljana dela veliko na svoji predstavitvi in blagovni znamki. Lokalni kulturni sceni pušča malo prostora, da bi v tej turistični podobi uspevala. V zameno jim primanjkuje občinstva in neinstitucionalnih produkcijskih prostorov. To je pokazala tudi pandemija.«
- Lokalni turistični vodnik

»Na lokalni ravni je vse centralizirano - Mestno občino Ljubljana in Turizem Ljubljana - financira ista institucija, kar posledično vodi do reprezentacije Ljubljane z zelo enostransko podobo identitete blagovne znamke in kapitalistično idejo turizma kot samo dobičkonosno dejavnost. Dolgoročno to ne more biti vzdržno za lokalno prebivalstvo.«
- Lokalni turistični vodnik

»Strateški pristop upravljanja kulturnega turizma in razvijanje bolj trajnostnega turizma je dobro voden. Slovenski turistični organizaciji in Turizmu Ljubljana to res odlično uspeva. Dobro usmerjata razvoj kulturnega turizma in povezujeta različne turistične ponudnike in podjetja. Več podpore bi se sicer lahko namenilo tudi lokalnim pobudam kulturno-kreativnih industrij.«
- Predstavnika Centra za Kreativnost



Slika 2: Ključni motivi turistov za obisk Ljubljane (vir: Klepej in drugi, 2021)

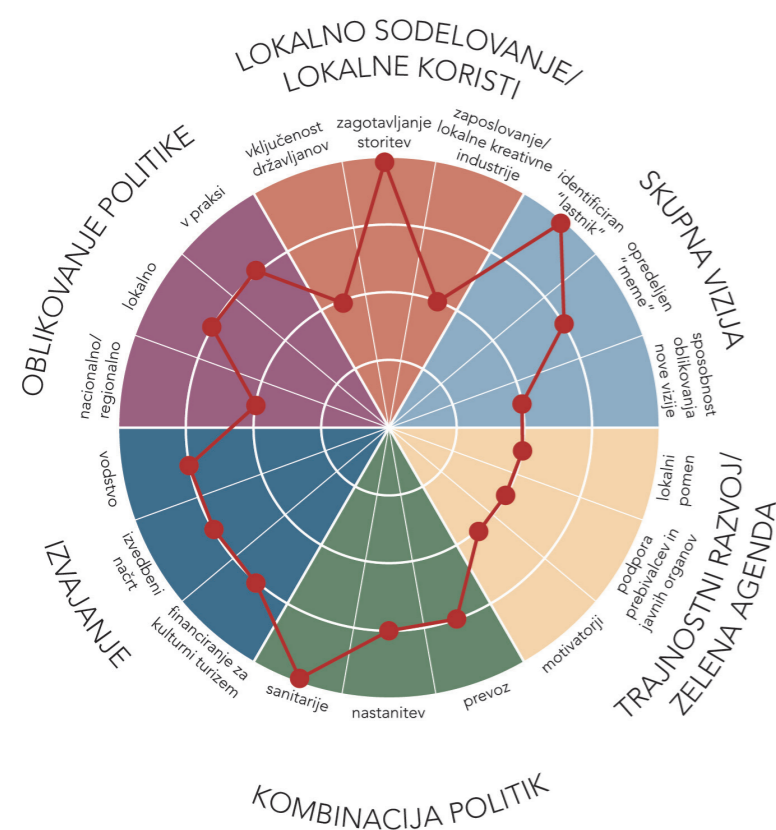


Slika 3: Področja sodelovanja med podjetji, ki delujejo na področju kulturnega turizma v Ljubljani (vir: Klepej in drugi, 2021)

Slika 4: Shematski prikaz mreže in pogostost sodelovanja intervjuvancev s posameznimi deležniki na področju turizma (avtorica: Manca Krošelj)

— Pogosto sodelovanje
— Občasno sodelovanje
— Redko sodelovanje
- - - Manko sodelovanja

Upravljanje kulturnega turizma na destinaciji Ljubljana smo ocenili na podlagi rezultatov predhodnih analiz in poznavanja destinacije s pomočjo pristopa »ocenjevalno kolo« (ang. *assessment wheel*), ki upošteva 18 meril na šestih področjih upravljanja kulturnega turizma (slika 5). Ocenjujemo, da je delovanje destinacije razmeroma dobro in da njeni upravljavci vsaj deloma naslavljajo vsa obravnavana merila, vendar smo na vseh področjih identificirali tudi potencial za izboljšanje. Največ takšnega potenciala smo našli na področju trajnostnega upravljanja (več aktivnosti se v tem kontekstu sicer izvaja vsaj na področju promocije) in vključevanja lokalnih prebivalcev in podpore razvoju lokalne kulturne industrije. Pomanjkanje tega je razvidno tudi iz ankete, ki smo jo opravili med prebivalci. Skupno vizijo destinacije jasno vodi Turizem Ljubljana (s podporo MOL-a in javnih zavodov), a ta ne odraža nujno potreb in mnenj vseh deležnikov in tudi ne izstopa iz okvirov konvencionalne usmeritve v pospeševanje rasti turizma. Kljub številnim kvalitativnim ciljem turistične strategije mesta so ključni kazalniki spremljanja razvoja še vedno kvantitativni in zasledujejo cilje povečevanja obsega turizma. Pomanjkanje sodelovanja se kaže tudi pri oblikovanju politik na različnih ravneh, zlasti med lokalno in državno ravno. Kot najboljše urejena področja sicer ocenjujemo sanitarno infrastrukturo, vključeno med merila na področju turistične infrastrukture, in zagotavljanje storitev, ki so koristne tudi lokalnemu gospodarstvu in skupnosti.



Slika 5: Ocena trenutnega upravljanja kulturnega turizma v Ljubljani



- 1 - Merilo ni izpolnjeno
- 2 - Slabo izpolnjeno
- 3 - Dobro izpolnjeno
- 4 - Zelo dobro izpolnjeno

USMERITVE ZA UPRAVLJANJE KULTURNEGA TURIZMA

Med izvedbo aktivnosti projekta SPOT smo se poglobljeno spoznali s problematiko razvoja kulturnega turizma v Evropi in specifično v mestu Ljubljana. Kot ključne izzive te največje mestne destinacije v državi smo prepoznali številne neizkoriščene potenciale, zlasti glede sodelovanja med različni deležniki, podpore manjšim in inovativnim ponudnikom ter bolj vključujočih razvojnih in strateških politik. Te so še pomembnejše v luči nadaljnje rasti prisotnosti turizma v mestu. Oblikovali smo pet ključnih priporočil, z uresničitvijo katerih lahko deležniki pripomorejo k odgovornejšemu in trajnostnemu razvoju te dejavnosti v Ljubljani.

- 1 Vpetost v lokalno okolje in odprtost v evropski kulturni prostor**
Kulturni turizem predstavlja pomemben ekonomski sektor na preseku turizma in kulture v lokalnem okolju, v katerem lahko povezuje dediščino s sodobnimi življenjskimi slogi in kulturo ter tako krepi razvoj družbe in mesta. Krepi lahko mednarodno sodelovanje in gradnjo evropske identitete, s čimer pripomore k premagovanju kulturnih nerazumevanj in razlik med evropskimi narodi.
- 2 Vključevanje lokalne skupnosti v oblikovanje in razvoj ponudbe**
Če je razvoj kulturnega turizma na destinaciji vključujoč do lokalnih prebivalcev, lahko te tudi spodbudi k aktivnejšemu državljanstvu in vključevanju v razvoj in upravljanje mesta ter k udeležbi v različnih kulturnih aktivnostih. Glede Ljubljane ocenjujemo, da je nadaljnji razvoj kulturnega turizma vsekakor dobrodošel, vendar ga morajo upravljavci in deležniki načrtovati v sodelovanju in sobivanju z lokalnimi prebivalci.
- 3 Odgovorni in trajnostni razvojni cilji, ki bodo vodili k dvigu kakovosti življenja v mestu**
Poleg vključevanja lokalne skupnosti je treba zagotoviti oblikovanje odgovornih in trajnostnih razvojnih ciljev, ki bodo razvoj kulturnega turizma usmerjale stran od pretirane komercializacije kulture in mestnega prostora ter gradile odpornost destinacije in kulturno-turističnih ponudnikov na (ne)predvidljive dogodke in krizne situacije. Ponudba naj v večji meri nagovarja obiskovalce iz mesta, regije in države, saj je obisk domačih obiskovalcev manj občutljiv na krize kot obisk tujih.
- 4 Oblikovanje podpornega okolja za razvoj manjših, novih in inovativnih ponudnikov**
Kot ključni izziv na področju kulturnega turizma prepoznavamo veliko koncentracijo ponudnikov, ki jih neposredno upravljata mestna občina ali državni organi, zato predlagamo finančni in podporni okvir za oblikovanje čim večje in čim bolj pestre ponudbe nevladnih organizacij in zasebnih iniciativ. Naj se ne podpirajo le novi produkti, ampak tudi nove in alternativne oblike kulturnega turizma, ki izhajajo iz lokalnega okolja, kulture in aktualnega dogajanja (npr. zgodbarjenje, urbano raziskovanje, gastronomski turizem, aktivizem in ozaveščanje, nekonvencionalni ter začasni razstavno-prodajni prostori).
- 5 Povezovanje ter sodelovanje deležnikov in ponudnikov**
Nadalje zaznavamo močno pomanjkanje sodelovanja med ponudniki in drugimi deležniki, ki bi lahko vodilo do številnih optimizacij in sinergijskih učinkov pri upravljanju kulturnega turizma. Na vseh področjih je treba izboljšati spremljanje razvoja dejavnosti in izvajanja politik, ki naj bolj kot kvantitativne zasledujejo kvalitativne razvojne cilje v smeri trajnostnega in odgovornega razvoja destinacije, dobrih izkušenj obiskovalcev in dviga kakovosti življenja v mestu.

VIRI

Javni zavod Turizem Ljubljana (2014). *Strategija za razvoj turistične destinacije Ljubljana 2014-2020*. Dostopno na: <https://www.visitljubljana.com/assets/Dokumenti-PDF/strategija-2014-2020.pdf> (september 2022)

Javni zavod Turizem Ljubljana (2016). *Strateške smernice kulturnega turizma v Ljubljani za obdobje 2017-2020*. Dostopno na: <https://www.visitljubljana.com/assets/Dokumenti-PDF/Informacije-javnega-znacaja/SSKT-Celoten-dokument.pdf> (september 2022)

Javni zavod Turizem Ljubljana (2021). *Strategija razvoja turistične destinacije Ljubljana in ljubljanske regije 2021-2027*. Dostopno na: <https://www.visitljubljana.com/assets/Uploads/Povzetek-strategije-razvoja-Turizma-Ljubljana-2021-2027.pdf> (september 2022)

Klepej, D., Krošelj, M., Stubičar, N. in Marot, N. (2021). *The city municipality of Ljubljana, Slovenia, year 2020: Deliverable 1.4a, Case study report: SPOT (860744) - Social and innovative platform on cultural tourism and its potential towards deepening Europeanisation*. Ljubljana: Biotechnical Faculty, Department of Landscape Architecture, 87 str. ([povezava](#))

Krošelj, M., Stubičar, N. in Marot, N. (2021). *SPOT - Social and innovative Platform On cultural Tourism and its potential towards deepening Europeanisation. Deliverable 2.2, Summary Report on stakeholder involvement - The City Municipality of Ljubljana, Slovenia, year 2021*. Ljubljana: University of Ljubljana, 33 str. ([povezava](#))

Krošelj, M. in Marot, N. (2021). *Povzetek ankete s turisti, prebivalci in podjetji - leto 2020*. Ljubljana: Univerza v Ljubljani. ([povezava](#))

Ninamedia (2019). *Odnos meščanov do turizma v Ljubljani*. Dostopno na: <https://www.visitljubljana.com/assets/Uploads/Odnos-mescanov-do-turizma-porocilo-za-leto-2019.pdf> (september 2022)

Oddelek za kulturo Mestne uprave MOL (2020). *Strategija razvoja kulture v Mestni občini Ljubljana 2020-2023: z usmeritvami do leta 2027*. Dostopno na: <https://www.ljubljana.si/sl/moja-ljubljana/kultura-v-ljubljani/strategija-razvoja-kulture/> (september 2022)

PODATKI ● PROJEKTU

Inovativna družbena platforma za kulturni turizem in njen potencial za krepitev evropeizacije (SPOT)

Projektni vodja

Prof. Milada Štastná, Ph. D.
Mendelova univerza v Brnu, Češka
milada.stastna@mendelu.cz

Vodja projekta na UL

doc. dr. Naja Marot
Univerza v Ljubljani, Biotehniška fakulteta, Oddelek za krajinsko arhitekturo
naja.marot@bf.uni-lj.si

Konzorcij

Mendelova univerza v Brnu, Češka
Univerza Bar Ilan, Ramat Gan, Izrael
Geografski inštitut Romunske akademije znanosti, Bukarešta, Romunija
Leibniški inštitut za ekološki urban in regionalni razvoj, Dresden, Nemčija
CERS, inštitut za regionalne študije, Győr, Madžarska
Univerza Wageningen, Nizozemska
Univerza Talin, Estonija
Univerza Karla Franca v Gradcu, Avstrija
Univerza Aberdeen, Združeno kraljestvo
Univerza Aegean, Mitiline, Grčija
Univerza v Barceloni, Španija
Univerza v Veroni, Italija
Univerza v Wroclawu, Poljska
Univerza v Ljubljani, Slovenija
Univerza Konstantina Filozofa, Nitra, Slovaška

Trajanje projekta

Januar 2020–december 2022

Program

H2020-SC6-TRANSFORMATIONS-2019




Znesek sredstev

3,000.000 EUR

Spletna stran in družbena omrežja

<https://www.bf.uni-lj.si/sl/raziskave/raziskovalni-projekti/172>
www.SPOTprojectH2020.eu
fb: [@SPOTprojectH2020](#)
twitter: [@H2020Spo](#)

SLEDITE NAM

 @SPOTprojectH2020
 @H2020Spo
 www.SPOTprojectH2020.eu



PROJEKTNA SKUPINA UL

doc. dr. Naja Marot, vodja • naja.marot@bf.uni-lj.si
Manca Krošelj, raziskovalka • manca.kroselj@bf.uni-lj.si
David Klepej, mladi raziskovalec • david.klepej@bf.uni-lj.si
Nina stubičar, raziskovalka • nina.stubicar@bf.uni-lj.si

Oddelek za krajinsko arhitekturo Biotehniške fakultete UL

KOORDINATORKA PROJEKTA

prof. Milada Šťastná, Ph.D. • milada.stastna@mendelu.cz
Mendelova univerza v Brnu, Češka republika