

PROFIL MESTA MARIBOR

Aktivnost 1.4

Avgust 2021

MESTUR – Analiza in upravljanje prostorskih in družbenih učinkov mestnega turizma na primeru Ljubljane in Maribora

Avtorja poročila:

Uroš Horvat, Filozofska fakulteta (UM)

Nina Stubičar, Biotehniška fakulteta (UL)

Projektni partnerji:

Biotehniška fakulteta (UL)

Ekonomska fakulteta (UL)

Fakulteta za družbene vede (UL)

Filozofska fakulteta (UM)

Trajanje projekta: 07/2019 - 06/2022

Vrednost projekta: 150.000,00 EUR

Program in financiranje:

Projekt je na podlagi sklepa o izboru prijav št. 6316 – 9/2019 – 1197 v polnem obsegu financiran s strani Javne agencije za raziskovalno dejavnost Republike Slovenije pod šifro J7 – 1823.

Kazalo

UVOD	5
1 OSNOVNE ZNAČILNOSTI	6
1.1 Kratek zgodovinski razvoj mesta, opisani začetki in razvoj turizma	6
1.2 Geografska umestitev mesta širše v regijo	8
2 TURISTIČNA INFRASTRUKTURA	11
2.1 Pregled nastanitvenih kapacitet	11
2.2 Povprečna cena prenočitve	14
2.3 Prenositve po načelu delitvene ekonomije	15
2.4 Identifikacija in opis obstoječih razvojnih projektov na področju turizma	17
2.5 Urejenost javnega prometa	19
2.6 Fizična dostopnost mestnega središča in glavnih znamenitosti za osebe z oviranostmi	21
2.7 Turistična kartica	23
3 VRSTE TURIZMA	24
4 OSNOVNA TURISTIČNA STATISTIKA	34
4.1 Podrobnejša analiza prihodov in prenočitev	34
4.1.1 Število prihodov in nočitev	35
4.1.2 Domači in tuji turisti	38
4.1.3 Povprečna dolžina bivanja turistov	42
4.1.4 Sezonska razporeditev turističnega obiska	46
4.1.5 Stopnja zasedenosti turističnih ležišč	48
4.2 Značilnosti tujih turistov v Mariboru	50
5 ZAPOSLOTVENA STRUKTURA V TURIZMU	51
5.1 Zaposleni po skupinah poklicev in študentsko delo	51
5.2 Zaposleni po podrobnejših kategorijah	52
5.2.1 Zaposleni v nastanitvenih storitvah	52
5.2.2 Zaposleni v drugih nastanitvenih storitvah	53
5.2.3 Zaposleni v dejavnosti strežbe, hrane in pijače	53
5.2.4 Zaposleni v prevozi potnikov	54
5.2.5 Zaposleni v potovalnih agencijah in drugih storitvah rezervacij	54
5.2.6 Zaposleni v drugih turističnih panogah	55
5.3 Primerjava števila zaposlenih med letoma 2014 in 2019	55
5.4 Spreminjanje zaposlenih po mesecih	58
5.5 Primerjava števila zaposlenih med 2019 in 2020	59

6 TIP OBISKOVALCEV	60
6.1 Turistične persone	60
6.2 Osnovne značilnosti tujih turistov	62
6.3 Motiv prihoda	63
6.4 Večdnevni turisti vs. dnevni obiskovalci	63
6.5 Zanimanje za turistične znamenitosti in točke v mestu	64
7 POGLED PREBIVALCEV NA TURIZEM	67
8 OKOLJSKI VIDIKI	68
9 UPRAVLJAVSKI OKVIR	72
9.1 Identifikacija glavnih strateških politik	72
9.2 Opis trženjskih politik in znamčenje mesta	74
9.3 Glavni cilji na področju turizma in prostorskega načrtovanja	77
9.4 Identifikacija glavnih deležnikov na področju turizma	78
10 SKLEP	80
11 LITERATURA IN VIRI	82

UVOD

Poročilo je nastalo v okviru temeljnega raziskovalnega projekta MESTUR – Analiza in upravljanje prostorskih in družbenih učinkov mestnega turizma na primeru Ljubljane, Gradca¹ in Maribora. Projekt se je začel julija 2019 in bo trajal vse do konca junija 2022. V projektu sodelujejo tri članice Univerze v Ljubljani – Biotehniška fakulteta kot vodilna institucija, Ekonomska fakulteta in Fakulteta za družbene vede – in Univerza v Mariboru s Filozofsko fakulteto. Delo v projektu je razdeljeno v štiri delovne pakete, to poročilo se nanaša na več aktivnosti prvega delovnega paketa, torej DP1, in sicer na aktivnost 1.2, ki vključuje analizo značilnosti mestnega turizma, in na aktivnost 1.4, ki predstavlja samo pripravo mestnega profila.

Mestni profil smo pripravili z namenom osvetlitve različnih vidikov mestnega turizma v izbranih mestih analize. To sta Ljubljana kot glavna slovenska mestna destinacija in Maribor kot druga najpomembnejša mestna destinacija. V profilu smo značilnosti mestnega turizma opisali z osnovno turistično statistiko (število prihodov, nočitev, izvor turistov, dolžina bivanja in drugo) in podrobnejšimi kazalniki, ki so zbrani v raziskavi o tujih turistih v Sloveniji, izvedeni v letih 2015 in 2019. Poleg osnove statistike smo popisali tudi vrste turizma, prisotne v obeh mestih, glavno ponudbo, turistične persone, zaposlenost v turizmu, razvojne projekte, ki se nanašajo na turizem, ter opisali okoljske učinke. Za vir podatkov smo poleg uradnih statističnih virov uporabili še različne študije in spletne portale.

Oba profila imata identično strukturo in tako omogočata ustrezno preglednost ter primerljivost podatkov za Maribor in Ljubljano. Hkrati služita tudi kot izhodišče za primerjavo Ljubljane in Maribora z drugimi srednjeevropskimi destinacijami in tudi kot vhodna informacija za delovna paketa DP2 in DP3. Delovni paket dva je namenjen podrobnejši analizi prostorske dimenzije mestnega turizma, tretji pa identifikaciji in opisu upravljaljskega okvira.

Želimo vam prijetno branje.

¹ Gradec v projektu ni bil obravnavan, ker avstrijska stran projekta ni sofinancirala.

1 OSNOVNE ZNAČILNOSTI

1.1 Kratek zgodovinski razvoj mesta, opisani začetki in razvoj turizma

Maribor se je začel razvijati ob reki Dravi v 12. stoletju. Utrdba ali grad na griču nad mestom se je imenovala »Grad v marki« ali »Burg in der Mark« in se prvič omenja v listini iz 20. oktobra 1164 kot »castrum Marchburch«. V listini iz 4. decembra 1254 se Maribor prvič omenja kot mesto Marchburg. Slovensko ime Maribor se pojavi šele leta 1836.

Med 16. in 18. stoletjem je bil Maribor majhno obrtniško in trgovsko naselje, na katerega razvoj so vplivale številne gospodarske krize, požari, turška obleganja, t. i. »vinske vojne« s sosednjim Ptujem in epidemije kuge. Zaradi relativno počasne rasti je v mestu v začetku 19. stoletja živelo le 2.200 prebivalcev. Po izgradnji železniške proge med Dunajem in Trstom v sredini 19. stoletja, se je pričel razvoj industrije in trgovine, kar je vplivalo na hitro rast mesta, tako da se je število prebivalcev v letu 1890 povečalo na okoli 24.000, v letu 1910 pa na okoli 38.000 (Horvat, 2019).

Po 1. svetovni vojni je gospodarstvo močno napredovalo in Maribor je postal eno najbolj industrializiranih središč v Sloveniji. V mestu je bilo 15 večjih tekstilnih tovarn, hitro se je začela razvijati tudi kovinska in živilska industrija. Po 2. svetovni vojni se je Maribor razvil v eno največjih industrijskih mest na območju nekdanje Jugoslavije. Vodilno vlogo je prevzela kovinska industrija, sledila sta ji tekstilna in elektrotehnična industrija. Pojavile so se tudi nove industrijske panoge: industrija barvnih kovin, industrija gradbenih materialov in proizvodnja naftnih derivatov. Gospodarski razvoj je vodil k širitvi mestnega območja in rasti števila prebivalstva. Leta 1981 je v mestu živelo okoli 106.000 prebivalcev, kar je bilo največ v njegovi zgodovini. Konec 80. in začetek 90. let prejšnjega stoletja je skupni jugoslovanski trg razpadel, mariborska industrija, ki je bila večinoma odvisna od tega trga, pa je padla v veliko krizo, zlasti v sektorjih kovinske in tekstilne industrije, ki so do takrat zaposlovali skoraj 40 % prebivalstva. Vsa večja industrijska podjetja so bila zaprta, brezposelnost pa se je povečala na okoli 25 %. To je, poleg staranja prebivalstva in suburbanizacije, vplivalo tudi na demografski razvoj in število prebivalcev v mestu se je v letu 2002 zmanjšalo na okoli 94.000 (Horvat, 2019).

Konec 90. let se je z razvojem malih in srednje velikih podjetij gospodarski položaj pričel izboljševati. Vodilno vlogo razvoja je prevzel sektor terciarnih storitev in trgovine, prav tako tudi finančni sektor. V mestu ima sedež Pošta Slovenije, zato je Maribor tudi pomembno logistično središče. Pomembna gospodarska panoga je tudi turizem, ki zaradi bogate zgodovine in kulture ter številnih poslovnih, konferenčnih, kulturnih, zabavnih, športnih in etnoloških dogodkov privablja v mesto vedno večje število turistov. Turiste, poleg mestnega središča, privablja tudi razgibana okolica, ki predstavlja tudi velik turistični potencial za razvoj turizma v regiji.

Turistični razvoj se je v Mariboru pričel po izgradnji t. i. Južne železnice, oziroma konec 19. stoletja, ko so ustanovili mestno olepševalno društvo. Leta 1909 so zabeležili okoli 15.600 nočitev. Turisti so bivali v manjših mestnih hotelih in gostiščih; večina se je v Mariboru zadržala do 3 dni. Med obema svetovnima vojnima je nastalo nekaj novih prenočitvenih objektov, prav tako se je povečal turistični obisk. Leta 1935 so zabeležili okoli 56.300 nočitev.

Po drugi svetovni vojni je Maribor doživel intenziven industrijski in prostorski razvoj in temu je v 60. letih 20. stoletja sledil tudi razvoj na področju turizma. Z izgradnjo novih in moderniziranjem obstoječih prenočitvenih zmogljivosti se je število turistov bistveno povečalo in podatki kažejo, da se je Maribor pred letom 1990 redno uvrščal na seznam deset turističnih

krajev v Sloveniji z največjim številom nočitev. Na tem seznamu je bil, poleg Ljubljane, edini kraj z razvitim mestnim turizmom. Velik del je k turističnemu obisku prispeval poslovni turizem s turisti (predvsem poslovnimi partnerji mariborskih podjetij), ki so v večini prihajali iz drugih republik bivše Jugoslavije. Višek turističnega obiska (z okoli 235.000 nočitev) je bil zabeležen konec 70. let in konec 80. let. Po letu 1990 Maribora na seznamu največjih turističnih krajev v Sloveniji ni več, saj se je turistični obisk v tem obdobju zmanjšal za več kot 5-krat (Horvat, 2012a).

Osnovni turistični potencial Maribora predstavlja mestno središče z bogatimi zgodovinskimi in kulturnimi koreninami, kulturna ponudba, številni festivali in športne prireditve (zlasti v smučanju in nogometu), reka Drava, obrobje mesta z gozdovi Pohorja, sončna vinorodna pokrajina (o bogati vinski tradiciji pričajo najstarejša vinska trta na svetu in okoliške vinske ceste) ter razvita turistična infrastruktura. Športno ponudbo oblikujejo smučanje, pohodništvo, kolesarjenje, adrenalinska doživetja, nogomet, tenis, atletika, dvoranski športi in druge oblike rekreacije in gibanja v naravi.

Po letu 2000 so pričele v Mariboru nastajati številne nove prenočitvene zmogljivosti, med katerimi so prevladovala družinska podjetja. Največ slednjih je lociranih na obrobju mesta, še posebej ob vznožju Pohorja, kjer se poleg hotela Habakuk in športnega hotela Arena, nahaja vrsta manjših družinskih hotelov, prenočišč in gostišč s turističnimi ležišči, ki izkoriščajo lego ob vznožju enega največjih zimsko-športnih središč v Sloveniji, saj je na Mariborskem Pohorju (skupaj z Arehom) na razpolago približno 250 ha površin z več kot 40 kilometrov smučarskih prog in 20 različnih žičnic. Najbolj znano je po tradicionalni prireditvi Zlata lisica, tj. tekmah v slalomu in veleslalomu v ženskem alpskem smučanju v okviru svetovnega pokala FIS, ki v Mariboru potekajo tradicionalno že od leta 1964.

Izgradnja novih prenočitvenih objektov se je še intenzivirala po letu 2006, ko so na obrobju mesta in tudi v samem mestnem središču nastali novi hoteli in drugi prenočitveni obrati (Horvat, 2012b). Z vstopom Slovenije v Evropsko unijo, ponovno vzpostavitev tranzitnih tokov proti Jugovzhodni Evropi, transformacijo gospodarske dejavnosti (razvojem terciarnega in kvartarnega sektorja) ter spremembo in razširitvijo turistične infrastrukture (s prenovno in novimi prenočitvenimi objekti) ter njeno večjo pestrostjo, je turizem zopet postal pomembna gospodarska dejavnost v mestu in v zadnjem desetletju se Maribor zopet uvršča na seznam desetih občin z največjim številom nočitev v Sloveniji. Turistični obisk je dosegel višek z okoli 454.000 nočitvami v letu 2019. V mestu je bilo takrat več kot 6.100 stalnih ležišč, od katerih jih je bilo okoli 29 % v hotelskih objektih, 36 % pa v apartmajih, prenočiščih in gostiščih.

Leta 2000 je mestna občina Maribor ustanovila Javni gospodarski zavod za turizem Maribor, ki se je v letu 2012 preimenoval v Javni zavod za turizem Maribor – Pohorje (ZTMP). Septembra 2020 je mestna občina Maribor sprejela novi Odlok o ustanovitvi javnega Zavoda za turizem Maribor (VisitMaribor, 2021), ki se je na ta način ponovno preimenoval v prvotno ime. Deluje kot osrednja turistična organizacija za izvajanje javne službe pospeševanja turizma, oblikovanja celovite turistične ponudbe, spodbujanje razvoja turistične infrastrukture, promocije celovite turistične ponudbe in informiranje obiskovalcev.

1.2 Geografska umestitev mesta širše v regijo

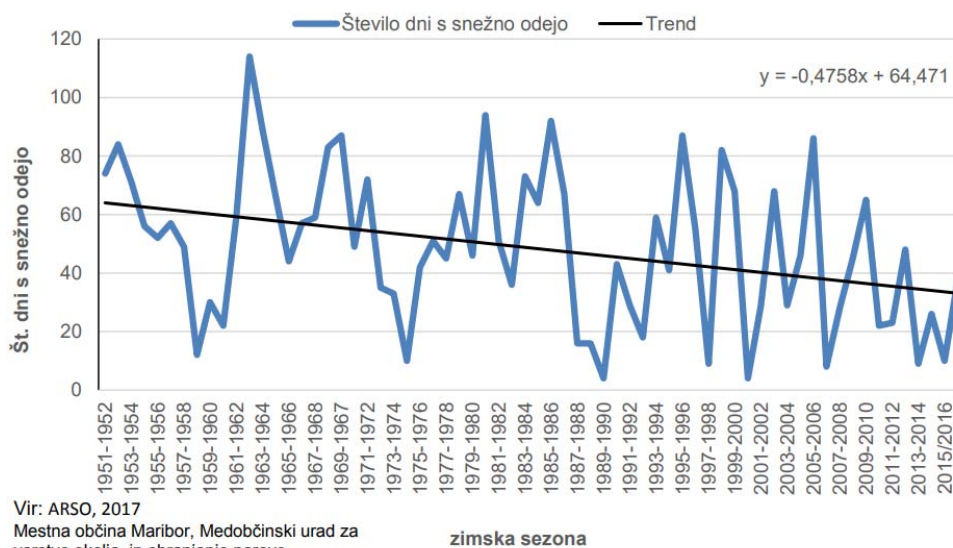
Mesto Maribor leži na terasah ob reki Dravi (na nadmorski višini 271 m), kjer se stika pet različnih pokrajinskih enot: Dravska dolina (z velikim prometnim in energetskim pomenom), hribovito Pohorje (ki je bilo nekoč večinoma znano po svojih obsežnih gozdovih, danes pa slovi po razvitem poletnem in zimskem turizmu), hriboviti Kozjak, rodovitna Dravska ravan (z obsežnimi obdelovalnimi površinami) ter gričevnate Slovenske gorice (z razvitim sadjarstvom in vinogradništvom).

Maribor je pomembno gospodarsko, kulturno in izobraževalno središče, s številnimi šolami in univerzo, ki je druga največja v Sloveniji. Glede na število zaposlenih sta danes Univerzitetni klinični center in Univerza v Mariboru največja zaposlovalca v mestu. Maribor je drugo največje mesto v Sloveniji s površino 41 km² in z 96.211 prebivalci v letu 2020. Obsega osrednji del mestne občine Maribor, v kateri je v letu 2020 na 147,5 km² živelo okoli 112.682 prebivalcev (SURS, 2020). Povprečna starost prebivalcev v mestu je 44,8 let in je precej nad povprečno starostjo prebivalstva Slovenije (43,3 leta) (SURS, 2020).

Mesto predstavlja središče severovzhodnega dela Slovenije. Leži le 18 km od državne meje z Avstrijo na stičišču 5. in 10. pan-evropskega prometnega koridorja, kar mu omogoča dobro prometno povezanost z območji Srednje Evrope, predstavlja pa tudi pomembno vstopno točko na poti na Balkan. Mesto ima dobro cestno in železniško povezavo z Ljubljano, Gradcem in Zagrebom. Leta 1976 so v bližini Maribora zgradili letališče, ki so ga v letu 2008 preimenovali v Letališče Edvarda Rusjana Maribor in je primerno za mednarodni komercialni letalski promet. Žal letališče nima nobene redne letalske linije, kar pomeni velik primanjkljaj in neizkoriščen potencial.

Za mesto in tudi celotno regijo je značilno subpanonsko podnebje. Gre za zmerno celinsko podnebje, ki je značilno za vzhodno Slovenijo. Povprečna letna temperatura zraka je v obdobju med letoma 1971-2000 znašala 10,1 °C (Maribor, 2020). Najnižja mesečna povprečna temperatura je bila v enakem obdobju v januarju -0,3 °C, najvišja pa v juliju 20,1 °C. Zime so precej mrzle, pomladi zgodnje, poletja vroča, jeseni tople. Ugodnost klime izpričuje tudi večstoletna vinogradniška tradicija v okolici mesta. Povprečje letnih padavin znaša 1034 mm. Največ padavin pade v spomladanskih in zgodnje poletnih mesecih (maja, junija in julija), jeseni pa so razmeroma suhe. Mesto se ponaša z obilico sonca in velja za sončno mesto. Tako naj bi bilo v mestu na leto kar 266 sončnih dni, za razliko od Ljubljane, pa je Maribor tudi mesto, kjer je tudi pojavnost megle relativno redka. Megleni dnevi se pojavljajo večinoma le v novembru in decembru.

Kot kaže slika 1, je povprečno število dni s snežno odejo 51 (za dneve s snežno odejo štejejo tisti dnevi, ko so tla pokrita s snegom ob 7.00 uri), vendar so v zadnjem obdobju vedno bolj opazne težave, ki so povezane s klimatskimi spremembami in globalnim segrevanjem. Višanje temperatur ima za posledico manjše število dni s snežnimi padavinami in dni s snežno odejo. Število dni s snežno odejo se v Mariboru zmanjšuje še z večjim trendom kot količine padavin. V obdobju med letoma 1951-2017 se število dni zniževalo s stopnjo 4,7 dni na 10 let. Tako je bilo v zimski sezoni 2006/2007 le 8 dni s snežno odejo, podobno je bilo tudi v sezonah 2013/2014 in 2015/2016, ko je bilo število dni s snežno odejo 9 oziroma 10 dni. Zadnja zimska sezona, ko je bilo število dni s snežno odejo 65, je bila v letih 2009/2010.



Slika 1: Število dni s snežno odejo v zimski sezoni v Mariboru za obdobje 1951-2017. (Vir: Poročilo o stanju okolja mestne občine Maribor za obdobje 2007 – 2016. Maribor 2018).

Klimatske spremembe vplivajo predvsem na možnost smučanja v spodnjem delu smučišča na nadmorski višini 328 m, kjer le-to sega na obrobje mesta. S pomočjo umetnega zasneževanja upravljalci smučišča Mariborsko Pohorje še vedno zagotavljajo več kot 100 dni smučanja na sezono, vendar je podatek vezan na zgornji del smučišča predvsem na Arehu, kjer se smučišča nahajajo na nadmorskih višinah 1000 do 1327 m. V obdobju med letoma 2010-2016 je tako imelo smučišče v povprečju 111 obratovalnih dni (Delo, 2016),

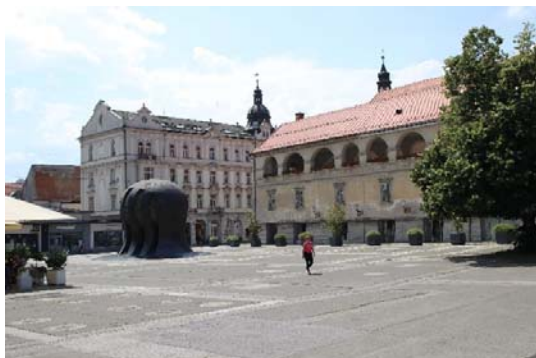
Slika 2: Pogled na osrednji del Maribora s starim mestnim jedrom. (Vir: [Itinari](#), 2020)



Slika 3: Pogled na Maribor s Pohorjem v ozadju. (Vir: Mergili, 2017)



Slika 4a-g: Pozidano mestno jedro Maribora/Zelene površine Maribora. (Avtor: David Klepej, 2020)



2 TURISTIČNA INFRASTRUKTURA

2.1 Pregled nastanitvenih kapacitet

Gradnja sodobne turistične infrastrukture se je v Mariboru pričela v 60. letih prejšnjega stoletja. V takratni turistični ponudbi so prevladovali trije mestni hoteli, dva pa sta se nahajala pod Pohorjem oziroma na njem.

Leta 1963 so zgradili največji mestni hotel Slavija, ki je bil leta 2001 zaprt in nato leta 2012 preurejen v poslovni center. Leta 1966 so razširili hotel Turist, (ki je bil leta 1995 preurejen v poslovni hotel Piramida in ponovno prenovljen med letoma 2010 in 2012). Leta 1969 so modernizirali najstarejši mestni hotel Orel (iz leta 1928), ki je bil leta 1989 povezan s tedanjim hotelom Zamorc, nato pa je bil del hotela leta 2006 zaprt in preurejen v trgovski center, del je bil prenovljen, del pa spremenjen v Uni youth hostel. Izven mesta sta se nahajala hotel Habakuk, ki je bil leta 1998 preurejen v hotel s 5 zvezdicami, nad njim pa se je ob zgornji postaji Pohorske vzpenjače nahajal hotel Bellevue, ki je bil prenovljen leta 2007. Imenovani hoteli so bili v tem obdobju v lasti največjega mariborskega hotelskega podjetja Terme Maribor, ki je od leta 2011 v lasti tujih investorjev (iz Ruske federacije, po letu 2019 podjetja na Cipru). V začetku leta 2018 so mestni hoteli Term Maribor z nakupom franšize AccorHotels postali del imenovane svetovne verige in posledično se je ob prenovi hotel Piramida preimenoval v Mercure Maribor City Center hotel, hotel Orel pa v Ibis Styles Maribor City Center hotel (Terme Maribor, 2020), vendar so konec leta 2020 prekinili franšizno pogodbo, se ponovno preimenovali nazaj v prvotni imeni (Večer, 2020) in so trenutno v prodaji.

Od začetka 70. let do konca 80. let prejšnjega stoletja se je število vseh turističnih ležišč v Mariboru sicer zmanjšalo (na račun zmanjšanja ležišč v drugih namestitvenih objektih), se je pa za več kot polovico povečalo njihovo število v hotelih in podobnih objektih. To je obdobje prvega viška turističnega obiska v mestu, ki sovпада z viškom gospodarskega razvoja. V hotelih je bilo v tem obdobju na voljo med 820 do 930 ležišč, kar je predstavljalo okoli 70-80 % vseh ležišč v mestu. V obdobju krize sredi 90. let je število vseh ležišč zelo nihalo in se v nekaterih letih zmanjšalo na okoli 800, število hotelskih ležišč pa celo na okoli 500. Ker pa je bil zaprt pomemben del dopolnilnih nastanitvenih objektov, se je konec 90. let delež ležišč v hotelih in podobnih objektih povečal na 85-95 %.

Preglednica 1: Število vseh turističnih ležišč v Mariboru med letoma 1966 in 2020.

Leto	1966	1971	1981	1991	2001	2006	2011	2017	2019	2020
Vrsta obrata	mesto	mesto	mesto	mesto	občina	občina	občina	občina	občina	občina
Hoteli in podobni objekti	551	643	898	870	736	882	2.027	2.128	-	-
(od teh hoteli)	-	588	815	854	497	796	-	-	-	-
Kampi	-	-	-	-	-	-	-	220	-	-
Drugi nastan. objekti	180	474	31	58	70	135	1.518	1.879	-	-
Skupaj	731	1.117	929	928	806	1.017	3.545	4.227	6.160	5.297

Vir podatkov: Rezultati raziskovanj 1971-2002, SiStat SURS. Opombe: Podatki med letoma 1966 in 1991 se nanašajo na mesto Maribor, med letoma 2001 in 2020 pa na občino Maribor. Podatki za obdobje med letoma 2001-2017 so zbrani po stari metodologiji, za obdobje med letoma 2019-2020 pa po novi metodologiji SURS (M2018). Glej metodološko pojasnilo [SURS](#).

SURS uporablja za prikazovanje podatkov po nastanitvenih zmogljivostih klasifikacijo vrste nastanitvenih objektov, ki je skladna z Zakonom o gostinstvu. Pri objavi mesečnih podatkov na ravni občin prikazujejo podatke o turističnem obisku glede na vrsto nastanitvenih objektov le po naslednjih treh združenih skupinah (kategorijah):

- hoteli in podobni objekti (zajemajo poleg hotelov še motele, penzione, gostišča in prenočišča, apartmajska in počitniška naselja); to so t. i. osnovni nastanitveni objekti
- kampi
- drugi nastanitveni objekti (zajemajo turistične kmetije z nastanitvijo, zasebne sobe, apartmaje in hiše, planinske domove in koče, delavske počitniške domove in apartmaje, mladinske hotele, otroške in mladinske počitniške domove, druge nastanitvene objekte,časne nastanitvene zmogljivosti in marine).

Za leti 2019 in 2020 so objavljeni le podatki za skupno število ležišč.

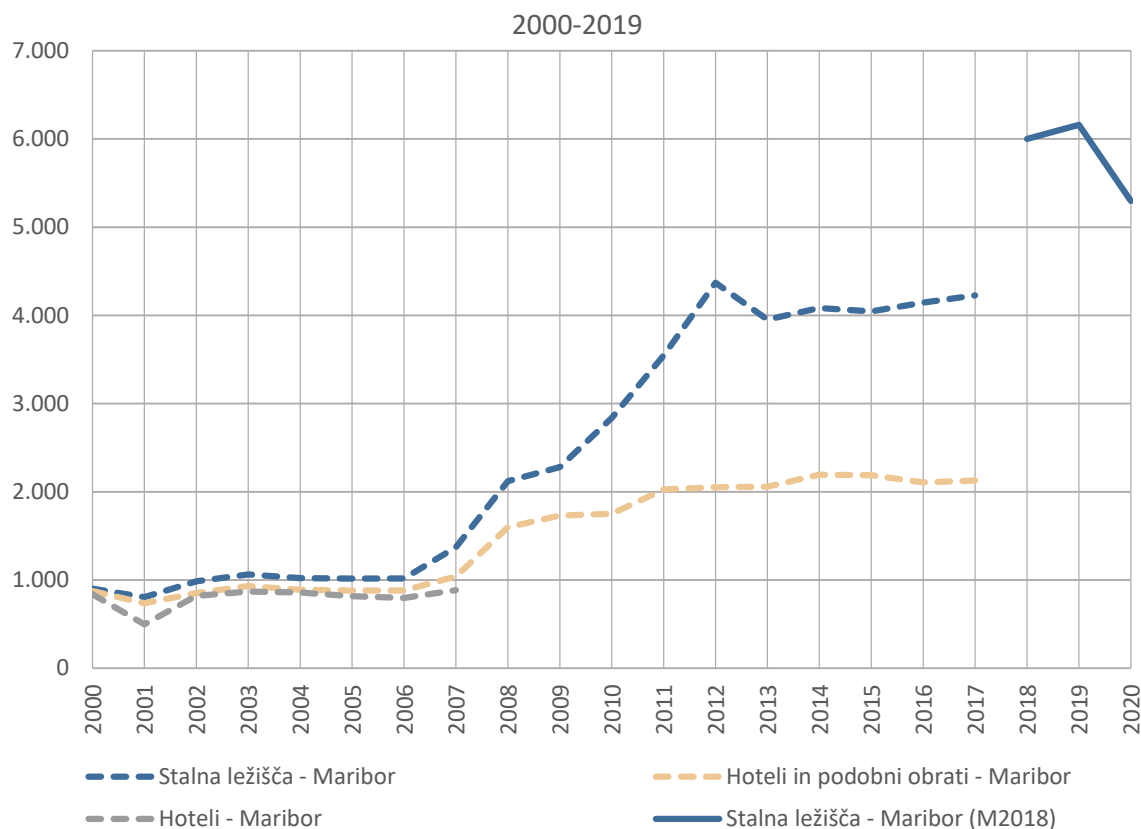
Preglednica 2: Najpomembnejše nastanitvene kapacitete v Mariboru. (Vir: VisitMaribor, 2020).

Opomba: hotel Mercure Maribor City Center se je v letu 2020 ponovno preimenoval v hotel Piramida, hotel Ibis Styles Maribor City Center pa v hotel Orel.

Kategorija	Št. hotelov (navajamo št. takšnih hotelov)	Št. postelj (navajamo skupno število vseh postelj)
4****	Mercure Maribor City Centre 4*	134
	Hotel City 4*	167
	Hotel Betnava 4*	78
	Hotel Habakuk 4*	277
	Hotel Arena 4*	116
	Hotel Draš 4*	47
	Hotel Bellevue 4* (Pohorje)	166
	Hotel & Aptartma Bolfenk 4* (Pohorje)	80 & 415
	Luxury Apartmaji Bona 4* (Pohorje)	220
3***	Ibis Styles Maribor City Centre 3*	117
	Hotel Tabor 3*	119
	Hotel Bau 3*	110
	Hotel Arena Annex 3*	32
	Hotel Videc 3* (Pohorje)	114
	Hotel Tisa Pohorje 3* (Pohorje)	100
	Hotel Zarja 3* (Pohorje)	45
2**	UNI Youth Hostel	87
	Hostel Pekarna	65

V novem tisočletju je prišlo v Mariboru do intenzivnega prestrukturiranja turistične infrastrukture, modernizacija in širitve tako s hotelskimi, kot tudi drugimi kapacitetami (npr. hoteli Arena, Bajt, Bau, Draš, Milena, Tabor, Terano, Maribor, Maribor Inn, idr.). Največ novih nastanitvenih objektov je lociranih na obrobju mesta, še posebej ob vznožju Pohorja, kjer se, poleg hotela Habakuk in športnega hotela Arena, nahaja vrsta manjših družinskih hotelov, prenočišč in gostišč s turističnimi ležišči. Izgradnja novih objektov se je še posebej intenzivirala po letu 2006, ko so bili na obrobju mesta in tudi v samem mestnem središču zgrajeni novi hoteli (med njimi leta 2007 hotel Betnava, leta 2011 hotel City) in drugi manjši. Tako se je število vseh turističnih ležišč v letu 2003 povečalo na preko 1.000 (glej sliko 5), v letu 2008 na

preko 2.000, v letu 2012 pa na preko 4.000. V letu 2017 je bilo v Mariboru okoli 4.200 vseh ležišč. V enakem obdobju se je število ležišč v hotelih in podobnih objektih z okoli 740 v letu 2001 povečalo na preko 1.000 v letu 2007 in na preko 2.000 v letu 2011. V letu 2017 je bilo v Mariboru okoli 2.100 ležišč v hotelih in podobnih objektih, kar pa je, kljub močnemu povečanju, predstavljalo le okoli 50 % vseh ležišč.



Slika 5: Število turističnih ležišč v Mariboru med letoma 2000 in 2020. (Vir podatkov: SiStat SURS, 2020).
Opomba: Podatki za obdobje med letoma 2000-2017 so zbrani po stari metodologiji, za obdobje med letoma 2018-2019 pa po novi metodologiji SURS (M2018). Glej metodološko pojasnilo [SURS](#).

Vsi podatki za zadnja leta po novi metodologiji SURS (M2018) v času nastanka poročila za Maribor še niso dostopni. SURS je v letu 2019 zabeležili 6.160 ležišč (od teh 5.628 stalnih), Zavod za turizem Maribor – Pohorje pa v svojem letnem poročilu navaja, da je bilo po podatkih programa »ttaksa.si« v občini v istem letu na voljo 6.446 stalnih ležišč v 214 objektih. Od vseh razpoložljivih ležišč jih je bilo 29 % v hotelskih in motelskih namestitvah, 36 % v apartmajih, prenočiščih, turističnih kmetijah in gostiščih ter 35 % v dijaških domovih, študentskih domovih, youth hostlih in mladinskih domovih (VisitMaribor, 2020). Glede na navedeno lahko ugotovimo, da se je skupno število turističnih ležišč v zadnjih letih močno povečalo, pri čemer gre povečanje predvsem na račun ležišč v manjših nastanitvenih objektih, zlasti v privatnih sobah in stanovanjih, ki se oddajajo preko različnih spletnih ponudnikov, tudi ponudnikov delitvene ekonomije (kot npr. Airbnb, idr.).

Pandemija COVID-19 je z začasnim zaprtjem nastanitvenih objektov v letu 2020 močno vplivala na njihovo poslovanje, predvsem pa na že tako težko poslovanje podjetja Terme Maribor, katero je bilo že pred tem v težki finančni situaciji. Prve posledice krize in močnega zmanjšanja

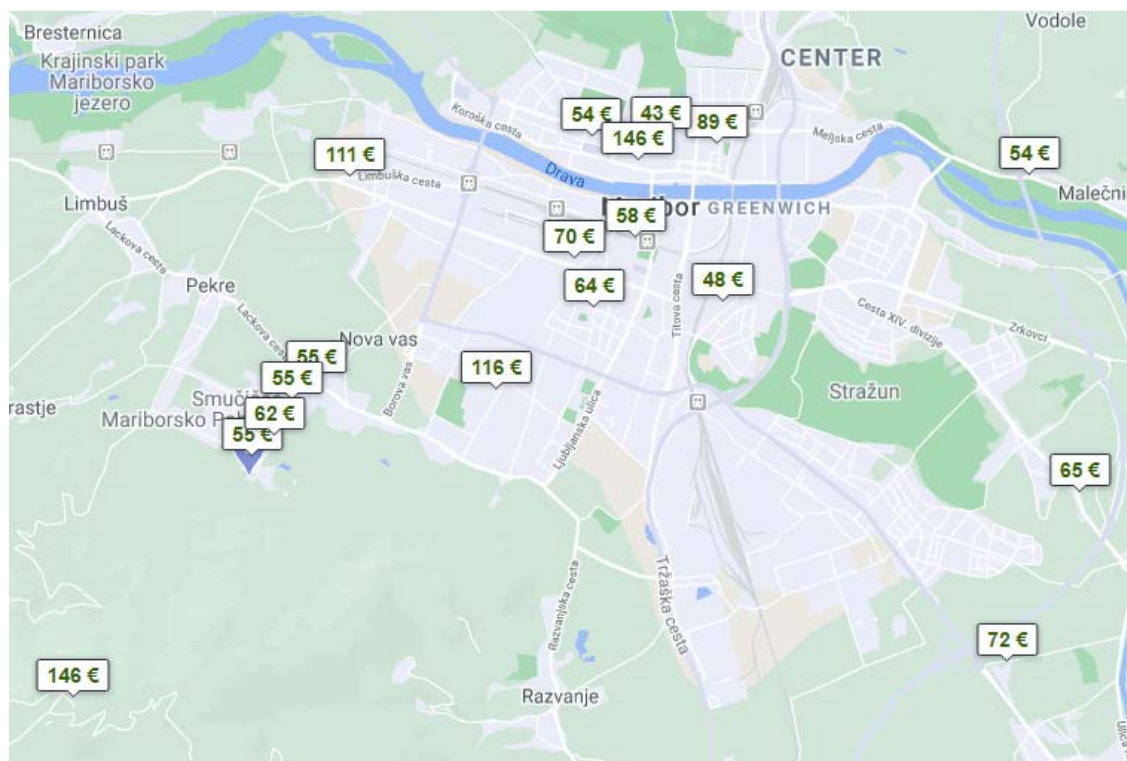
turističnega obiska so prenehanje delovanja nekaterih objektov; npr. stečaj Hotela Betnava (STA, 2021), zaprtje in napoved prodaje mestnih hotelov Term Maribor (Radio Maribor, 2020), pred tem že prodaja hotela Bellevue na Pohorju (Večer, 2020), tako da ta trenutek še ni jasno, kako obširne bodo dolgoročne posledice krize v turistični infrastrukturi v Mariboru. Po podatkih SURS se je v letu 2020 število turističnih ležišč zmanjšalo na 5.297 ležišč (od teh 4.989 stalnih), kar predstavlja zmanjšanje za 17,8 %.

2.2 Povprečna cena prenočitve

Cena namestitvenih kapacitet se spreminja skladno s turističnim povpraševanjem in izboljšavo turistične ponudbe ter vsesplošnimi razmerami na trgu. Žal podrobni podatki za Maribor niso bili na voljo.

Po podatkih portala Trivago (slika 6), ki beleži povprečne cene v najbolj obiskanih evropskih mestih, je bila npr. v Ljubljani v letu 2014 povprečna cena nastanitve 94 EUR, najdražji mesec je bil september, ko je cena nastanitve znašala 106 EUR (Trivago, 2014). Nekoliko cenejše hotelske namestitve je bilo moč opaziti v Mariboru, saj so cene v letu 2014 v povprečju znašale 86 EUR. Najdražji mesec v letu 2014 v Mariboru je bil januar, na kar je vplivala predvsem zimska smučarska sezona in izvedba tekmovanja FIS za Zlato lisico, ko so za bivanje v povprečju odšteli 99 EUR (Trivago, 2014).

Podatkov za Maribor za kasnejše obdobje na spletni strani Trivago ni bilo možno pridobiti. Pregled cenikov na različnih spletnih straneh (Booking, Trivago) v začetku leta 2021 pa pokaže, da so cene v Mariboru nekoliko nižje kot v Ljubljani in se v povprečju v hotelih s 3* gibljejo med 50-70 EUR, v hotelih s 4* pa med 90-140 EUR za dvoposteljno sobo na noč (Trivago, 2020).



Slika 6: Lokacija hotelske ponudbe v Mariboru s ceno prenočitve v dvoposteljni sobi (razpoložljivo na dan 5.3.2021). (Vir: Trivago, 2021)

2.3 Prenositve po načelu delitvene ekonomije

Turistične nastanitve v Mariboru vključujejo tudi možnost prenočevanja pri zasebnih ponudnikih po načelu delitvene ekonomije. V zadnjih nekaj letih se je močno povečala zmogljivost zasebnih nastanitvev, ponujenih preko različnih spletnih portalov, kot so na primer Airbnb, FeWo, Hollidaylettings in drugi.

Za razliko od Ljubljane, v kateri je bilo v letu 2019 preko 1.600 takšnih enot, jih je bilo v Mariboru okoli 180 enot. Njihovo število se je v letu 2020 zmanjšalo na okoli 150 enot, po zadnjih podatkih pa celo na manj kot 130 (AirDNA, 2020). Pričakovati je, da se bo zaradi COVID-19 število nastanitvenih enot še zmanjšalo, saj je kar nekaj lastnikov investiralo v stanovanja s pomočjo kreditov, ki pa jih zaradi zamrznitve turistične sezone, ne morejo več odplačevati.

Med razpoložljivimi bivalnimi enotami jih je bilo okoli 75 % v samostojnih stanovanjih ali stanovanjskih objektih, 25 % enot pa so predstavljale sobe v okviru stanovanja. Povprečna cena za eno prenočevanje na posamezno enoto je bila 58 EUR (glej sliko 7). V povprečju so bile cene najnižje v mesecu marcu, najvišje pa v decembru. Najcenejša enota se je oddajala za približno 35 EUR, najdražja pa za nekaj več kot 240 EUR na dan.



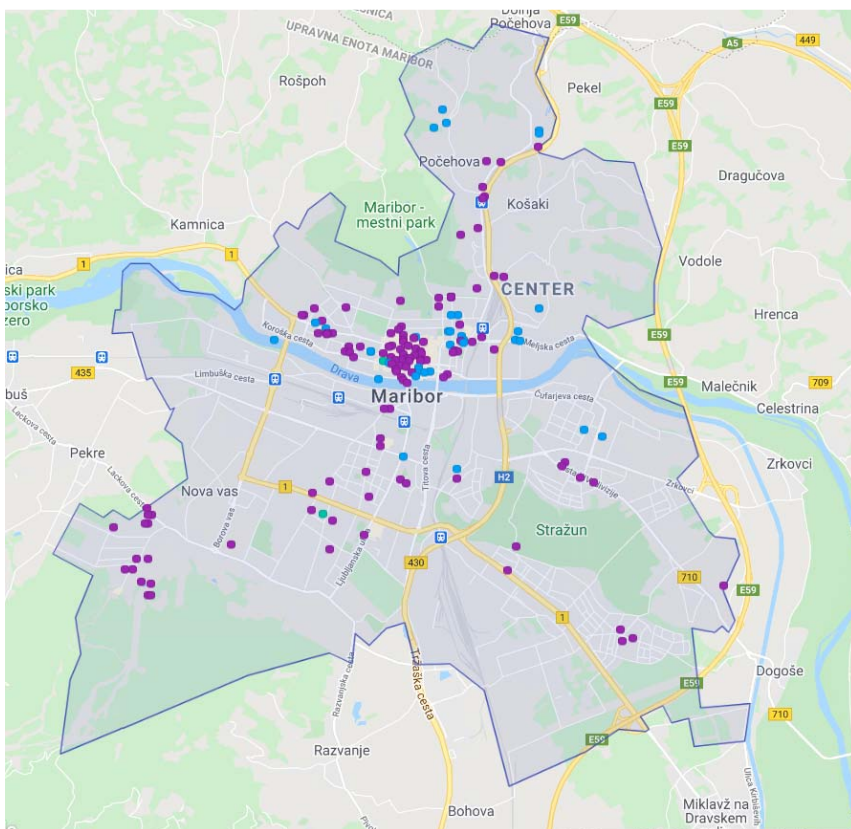
Slika 7: Prikaz povprečnega mesečnega zaslužka, zasedenosti in povprečne cene, obdobje: avgust 2019 – junij 2020. (Vir: AirDNA, 2020)

Kot je razvidno iz preglednice 3, kapacitete niso nujno na voljo preko celega leta, razlikuje pa se tudi njihova zasedenost. Na spletni strani Airbnb so podatki o zasedenosti in razpoložljivosti na voljo za štiri časovne termine. Največ enot (63 %) je zasedenih do 90 dni, največ enot (33 %) pa je na voljo za 6-9 mesecev.

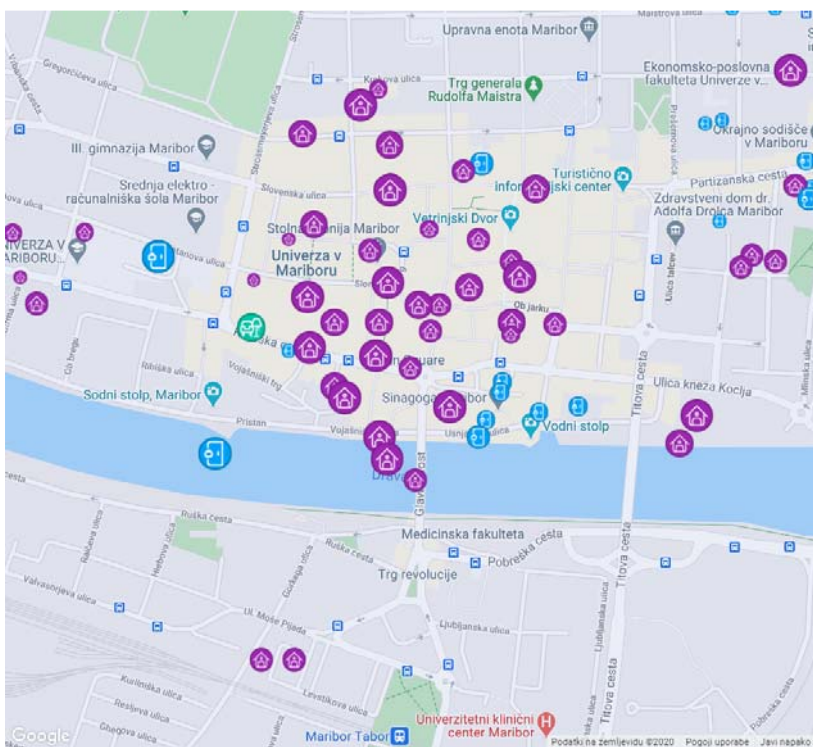
Preglednica 3: prikaz razpoložljivosti in zasedenosti enot v Mariboru v različnih časovnih obdobjih. (Vir: AirDNA, 2020)

	1 – 90 dni	91 – 180 dni	181 – 270 dni	271 – 365 dni
Zasedeno	63 %	29 %	8 %	1 %
Razpoložljivo	26 %	20 %	33 %	21 %

Prostorsko gledano se gostota nastanitvenih enot v Mariboru manjša z oddaljenostjo od mestnega jedra (sliki 8a in b). Največ enot je na voljo neposredno v starem mestnem in njegovi okolici. Druga zgostitev je opazna na območju ob vznožju Pohorja, to je v bližini zimsko-športnega središča. Kakovost ponudbe je različna, kar smo želeli prikazati s slikami 9a, b, c in č.



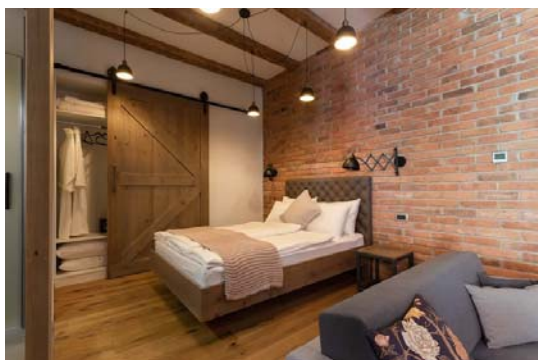
Slika 8a : Lokacije prenočitvenih enot v Mariboru, ki so vključene v Airbnb. (Vir: AirDNA, 2020).



Slika 8b : Lokacije prenočitvenih enot v središču Maribora, ki so vključene v Airbnb. (Vir: AirDNA, 2020).



Slika 9a, b: Maister Rooms Maribor, zasebna soba v vrsti objekta, najcenejša namestitvev / Hochwertige Mansarde, celotna hiša, najdražja namestitvev (Vir: AirBnb, 2021)



Slika 9c, č: Gentry11Rooms&More, zasebna soba, nastanitev znotraj turističnega centra Maribor / B&B Fani&Rozi, zasebna soba, namestitvev izven turističnega centra (Vir: AirBnb, 2021)

2.4 Identifikacija in opis obstoječih razvojnih projektov na področju turizma

Za razliko od Ljubljane, kjer se je turistični sektor v zadnjih letih pospešeno razvijal, kar se kaže v novih turističnih produktih, v novih oblikah ponudbe ter v gradnji, obnovi in razširitvi nastanitvenih objektov, je ta trend v Mariboru bistveno manjši. Obenem se največji ponudnik hotelskih turističnih ležišč že nekaj let nahaja v težki finančni situaciji in svoj položaj rešuje s postopno prodajo nepremičnin (STA, 2020).

Investicij v nove namestitvene objekte trenutno skoraj ni oziroma so omejene na manjše ponudnike. Tako so npr. v začetku leta 2020 na obrobju mesta v Limbušu ob reki Dravi odprli glamping resort Čokoladna vas Tete Fride, ki je zrasel v naravnem parku Mariborsko jezero. Gre za povezovanje čokoladne manufakture in turističnega resorta, ki je zaradi svoje izvirnosti postal atrakcija, o kateri so pisali tudi svetovni mediji, kot so na primer The Independent, The Sun, Daily Mirror, Lonely planet in Forbes (Maribor Info, 2020).

V zadnjem obdobju je mestna občina Maribor posredno sodelovala v različnih projektih na področju turizma in njegove promocije. Tako je bila turistična destinacija Maribor – Pohorje ena izmed 12 destinacij, ki so kot prve vstopile in so vključene v pilotni nacionalni program, imenovan Zelena shema slovenskega turizma (za več glej [povezavo](#)), ki se izvaja pod okriljem Slovenske turistične organizacije. Gre za celovito zasnovan sistem za pospeševanje razvoja trajnostnega turizma v Sloveniji. Ob tem je mesto postalo nosilec certifikata Slovenia Green destination – Bronze (Maribor, 2020).

Podobno sodeluje občina Maribor s posameznimi aktivnostmi tudi v nacionalnem projektu Slovenija – Evropska gastronomska regija 2021, ki je usmerjen v povečevanje kakovosti življenja. Vključuje priložnosti za izobraževanje na področju zdravega in sonaravnega bivanja ter trajnostnega razvoja gastronomije. Krepi nacionalno promocijo kulinarike in gastronomije ter ustvarja sinergijo z lokalnimi okolji oziroma kulturami. V letu 2019 je Zavod za turizem Maribor – Pohorje sodeloval s štirimi projekti.

V septembru 2019 je Zavod za turizem Maribor - Pohorje lansiral novo uradno spletno mesto turistične destinacije Maribor - Pohorje <https://www.visitmaribor.si/si/>, ki je postal sodoben turistični portal mesta Maribor in destinacije Maribor – Pohorje. Portal ob privlačni predstavitvi ključnih turističnih produktov uporabnikom omogoča jasen in hiter dostop do informacij ter rezervacije turističnih storitev oziroma doživetij. Celovita vizualna in vsebinska podoba portala med drugim vključuje personalizacijo vsebin, izpostavlja doživetja z možnostjo neposredne rezervacije ter poenoteno predstavitev posameznih produktov, dogodkov in ponudnikov (Slovenia Info, 2020).

Med projekti, ki jih velja omeniti, sodi tudi projekt v okviru Ministrstva za gospodarski razvoj in tehnologijo, ki temelji na dvigu kompetenc vodilnih turističnih destinacij in razvoju turistične ponudbe v vodilnih turističnih destinacijah v letih 2020 in 2021. Kolektivna blagovna znamka destinacije Maribor-Pohorje je projekt, s katerim želijo povezati ponudnike s področja gastronomije, pridelave hrane in ponudnike nastanitev v celovito oblikovano ponudbo destinacije Maribor-Pohorje (Turizem Maribor, 2020).

Mestna občina Maribor se je v zadnjem obdobju lotila prenove posameznih delov mestnega središča, ki je tudi najbolj zanimivo za obiskovalce mesta. Med večjimi je predvsem projekt ureditve območja Glavnega trga, ki se je že zaključil konec leta 2020. V okviru celovite obnove območja Minoritskega kompleksa na Lentu je bilo prav tako zastavljenih več projektov. Med njimi so projekt obnove Vojašniškega trga in Sodnega stolpa ter otvoritev Muzeja najstarejše trte na svetu. Obnova Sodnega stolpa se je pričela v prvi polovici leta 2020. V stolpu so predvidene manjše uprizoritve z do 100 gledalci, konference, izobraževalne prireditve v kletni etaži ter galerijske, razstavne prireditve in izobraževalna dogajanja v etaži objekta. Jeseni 2020 se je pričela tudi obnova objekta blizu Hiše Stare trte, v kateri bo odprt manjši Muzej najstarejše trte na svetu. Za razliko od Hiše Stare trte, ki je namenjena dogodkom ob trti, degustacijam in družabnim dogodkom, naj bi bil muzej namenjen obiskovalcem, ki se bodo želeli seznaniti s preteklostjo mesta in dediščino vinogradništva regije. Tako naj bi v muzeju poleg razstav prirejali tudi strokovna predavanja, okrogle mize in različna srečanja (Radio Maribor, 2020 in Večer, 2020).

Občani in obiskovalci lahko od začetka leta 2021 na javnih mestih v središču mesta uporabljajo brezplačni brezžični internet preko 14 WiFi4EU točk, ki so nameščene na Glavnem trgu, Trgu svobode, Grajski ulici ter na Lentu. Izvajalska agencija za inovacije in omrežja Evropske komisije financira v okviru Instrumenta za povezovanje Evrope na področju vseevropskih telekomunikacijskih omrežij stroške nakupa in namestitve opreme za dostopne točke Wi-Fi, občina pa se je zavezala, da bo financirala internetno naročnino in vzdrževala opremo tako, da bo občanom in obiskovalcem najmanj tri leta ponujala brezplačno in visokokakovostno brezžično povezavo Wi-Fi.

Za mesto in širšo regijo je zelo pomemben tudi projekt obnove zahodnih tribun nogometnega stadiona Ljudski vrt, saj so večkratne uvrstitve NK Maribor v evropska ligaška tekmovanja predstavljala izredno velik prispevek k promociji mesta in države, obenem pa pritegnile

številine tuje obiskovalce na ogled mednarodnih nogometnih tekem v mestu. Obnova stadiona naj bi bila zaključena v letu 2021 (24ur, 2020).

Maribor predstavlja tudi pomembno postojanko na Dravski kolesarski poti, ki poteka ob reki Dravi in na okoli 710 km poti povezuje štiri države. Pot se začne v neposredni bližini izvira reke Drave na toblaškem polju (Toblach) v Italiji, nato se nadaljuje po avstrijski Koroški, Sloveniji in konča na Hrvaškem. Leta 2015 je ADFC (nemški kolesarski klub), ki je najpomembnejša mednarodna institucija za klasificiranje kolesarskih poti, Dravsko kolesarsko pot v Avstriji ocenila s petimi zvezdicami, kar je najvišja možna ocena posamezne poti v Evropi, in s čimer je postala ena izmed samo štirih kolesarskih poti v Evropi z najvišjo oceno. RRA Podravje – Maribor je vodilni partner projekta Dravska kolesarska pot, katerega cilj je dokončna določitev trase Dravske kolesarske poti v 18 občinah v Sloveniji ter izvedba vseh aktivnosti od pričetka podrobnega projektiranja do same izvedbe kolesarske poti. Nova trasa kolesarske poti bo atraktivna in v večji meri ločena od ostalega prometa, s čimer se bo povečalo število kolesarjev, kar bo imelo pozitiven vpliv na turizem v obdravskih občinah. Ob kolesarski poti je predvidena ureditev enotnih počivališč ter informacijskih tabel. Skupna dolžina kolesarske poti v Sloveniji je 145 km, od tega je bilo od začetka projekta urejenih že več kot 60 km nove trase (RRA Podravje, 2020).

2.5 Urejenost javnega prometa

Javni potniški promet v Mariboru je sestavljen iz mestnih in primestnih avtobusov, medkrajevnega železniškega prometa in kabinske žičnice na Pohorje. Javno podjetje za mestni potniški promet Marprom opravlja mestni potniški promet znotraj Mestne občine Maribor. Znotraj cone za pešce v mestu vozi tudi brezplačno mini električno vozilo, imenovano Maister. Na podlagi koncesijske pogodbe, sklenjene z občino Maribor za obdobje do januarja 2032 podjetje Marprom upravlja tudi žičnice na Mariborskem Pohorju, smučišča in druge objekte.

Javni mestni potniški promet poteka na skupno enaindvajsetih avtobusnih linijah znotraj Mestne občine Maribor (glej sliko 10). Linije povezujejo središče mesta s posameznimi deli Maribora. Plačilo voženj poteka z elektronskimi brezkontaktnimi karticami v predprodaji, za nakup katerih ne potrebujete nobenih dokumentov in so na razpolago vsem potnikom, ki ne želijo imeti opravka z gotovino oz. plačevati vozovnice v avtobusu pri vozniku. Cena ene vožnje v predprodaji (z elektronsko kartico) je 1 EUR, dnevna vozovnica pa stane 4 EUR.

Za turiste je predvsem pomembna avtobusna linija št. 6, ki povezuje središče mesta s spodnjo postajo žičnice pod vznožjem Pohorja. Dolžina intervala med posamezno vožnjo je ob delavnikih večinoma 15 ali 20 minut, v soboto in nedeljo pa 30 minut. Ostale zanimive linije avtobusnega mestnega prometa so tudi št. 7 (pelje do Kamnice, ki je izhodišča za izlete v podeželsko pokrajino s številnimi sprehajalnimi potmi in bogato ponudbo Mariborske vinsko-turistične ceste), št. 10 (pelje skozi kraje Malečnik, Trčova in Metava, kjer vodi tudi Mariborska vinsko-turistična cesta s številnimi vinotoci in turističnimi kmetijami), št. 4 (pelje do Limbuša, od koder se lahko odpravite na izlet do vinogradniške posesti Meranovo), št. 15 (pelje mimo kopališča na Mariborskem otoku do čolnarne ob reki Dravi v Brestrnici), št. 1 (pelje v južni predel mesta na Tezno, kjer se vsako nedeljo odvija Boljši sejem) (Marprom, 2020).

Ponudbo mestnega potniškega prometa je leta 2017 dopolnilo mini električno vozilo, poimenovano Maister, ki naenkrat sprejme do 6 potnikov in vozi po območju za pešce in ožjem središču Maribora. Prevoz z njim je za potnike brezplačen. Znotraj območja za pešce vas lahko zapelje kamorkoli želite, vozi pa tudi v starem mestnem jedru med Sodnim in Vodnim stolpom. Mini električno vozilo je namenjeno predvsem stanovalcem v središču mesta, starejšim in

gibalno oviranim ljudem, staršem z majhnimi otroki in obiskovalcem mesta ter turistom (Marprom, 2020).



Slika 10: Omrežje javnega transporta v Mariboru. (Vir: Marprom, 2021)

Osrednja žičnica na Mariborskem Pohorju, t. i. Pohorska vzpenjača, je novembra 2017 dopolnila 60 let delovanja. V tem času je gondola, ki obratuje skozi vse leto, postala nepogrešljiv del prevozne oziroma turistične infrastrukture v Mariboru ter eden od simbolov mesta, saj omogoča prebivalcem Maribora in vsem drugim obiskovalcem enostaven dostop z obrobja mesta ob vznožju Pohorja na nadmorski višini 325 m na njegov vrh nad Mariborom, tj. do hotela Bellevue na nadmorski višini 1.042 m. Vožnja s Pohorsko vzpenjačo predstavlja nepozabno doživetje, ki zajema čudovite razglede na Maribor z bližnjo okolico. Krožna kabinska žičnica obratuje od ponedeljka do petka vsako polno uro med 7. in 19. uro, ob sobotah in nedeljah pa vsako polno uro med 8. in 20. uro. Ob ponedeljkih zaradi rednih vzdrževalnih del ni vožnje ob 8. uri. Poleg voženj vsako polno uro za potrebe Bike parka Pohorje tudi neprekinjeno kroži ob petkih, sobotah, nedeljah in praznikih od 10. do 19. ure. Cena ene vožnje (brez smuči ali kolesa) je 4 EUR, povratne vožnje pa 6 EUR (Turizem Maribor, 2020). Do spodnje postaje žičnice vozi mestni avtobus št. 6, ob postaji pa se nahajajo obsežna parkirišča.

Gradnja prve krožne kabinske žičnice je na Mariborskem Pohorju stekla v letu 1956, po uspešno opravljenih delih pa so 24. novembra 1957 slovesno odprli Pohorsko vzpenjačo. Potnike je na hrib in v dolino prevažalo 55 štirisedežnih kabin, izdelanih v Impolu, čas vožnje pa je znašal 15 minut. Hkrati z otvoritvijo gondole je do nje začel redno voziti mestni avtobus

številka 6 (linija Vzpenjača). V letu 1978 je Pohorska vzpenjača (slika 11) doživela temeljito prenovo, saj so zamenjali nosilno in vlečno vrv ter pogon, stare srebrne gondole pa nadomestili z novimi rdečimi štirisedežnimi kabinami proizvajalca Doppelmayr iz Švice. Po rekonstrukciji se je število kabin povečalo na 62, čas vožnje od vznožja do vrha pa skrajšal na 14 minut. Novembra 2007 je Pohorska vzpenjača praznovala 50-letnico delovanja, dobri dve leti pozneje, 23. decembra 2009, pa je pod Pohorjem potekala uradna otvoritev nove krožne kabinske žičnice italijanskega proizvajalca Leitner. Žičnica ima danes skupno 64 osemsedežnih kabin, ki od spodnje do zgornje postaje potujejo 10 minut. V šestih desetletjih delovanja je Pohorska vzpenjača popeljala blizu 18 milijonov potnikov. (Marprom, 2020).



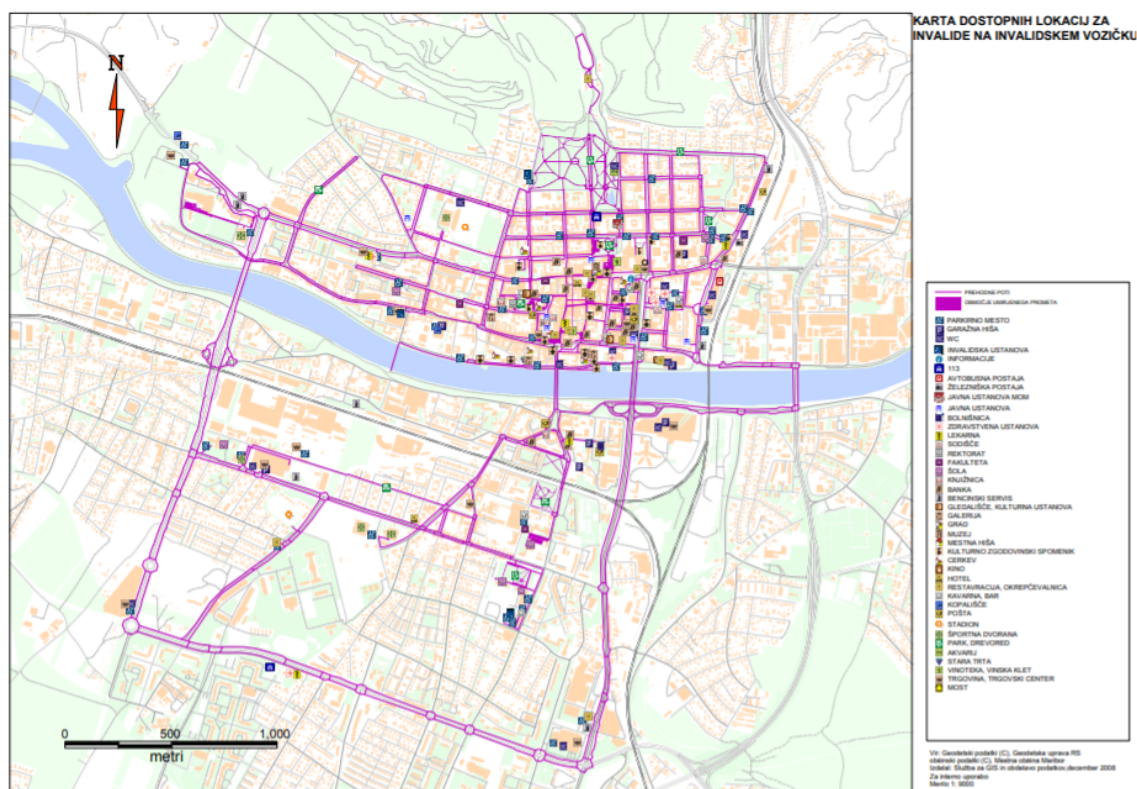
Slika 11: Mariborska vzpenjača. (Vir: Turizem Maribor, 2021)

V Mestni občini Maribor je okoli 100 km površin namenjenih kolesarskemu prometu. Trenutno je na voljo nekaj točk, kjer so na voljo kolesa na izposajo, ni pa vzpostavljenega mestnega sistema t. i. samopostrežne izposoje koles, kjer bi si kolesa lahko izposojali na avtomatskih postajah v širšem območju okrog središča mesta (MOM, 2020). V letu 2020 je mariborska mestna občina objavila razpis, s katerim poskuša izbrati ekonomsko najugodnejšega ponudnika, ki bo prevzel vse aktivnosti sistema za izposajo koles v sklopu 15-letne koncesije, medtem ko bo občina brezplačno zagotovila zemljišča za postavitev postajališč za kolesa, ki bodo med seboj oddaljena manj kot 500 metrov (Radio Maribor, 2020).

2.6 Fizična dostopnost mestnega središča in glavnih znamenitosti za osebe z oviranostmi

Dostopnost za osebe z oviranostmi je danes eden izmed pomembnejših vidikov obiskovanja izbranih lokacij in njihovih znamenitosti ter ostalih storitev. Mestna občina Maribor je na tem področju razvila vrsto ukrepov, ki se nanašajo tako na fizično dostopnost kot na informiranje uporabnikov prostora. Delovna skupina za pripravo Analize o položaju invalidov v Mestni občini Maribor in predloga Akcijskega načrta za izboljšanje enakih možnosti za invalide v Mestni občini Maribor je že v letu 2010 ugotovila, da so se aktivnosti v smeri »invalidom prijaznejšega mesta« v zadnjih letih precej intenzivirale (GURS, 2008).

Fizično dostopnost dojemamo kot celovito težavo, ki jo tako rešujemo z različnimi ukrepi. Javne površine so oblikovane na način, da so robniki čim nižji, oziroma, da so popolnoma uravnani z ostalimi površinami. Javna parkirna mesta, ki so temu ustrezno označena, omogočajo dovolj prostora za izstop oziroma vstop v osebno vozilo. Semaforji imajo nameščene ustrezne tipke, mnogi pa z zvočnimi signali podajajo informacijo o prostem prehodu. Prometna infrastruktura se s svojo urejenostjo širi izven strogega mestnega središča, znotraj katerega pa je umeščen talni taktilni vodilni sistem za slepe in slabovidne. Sistem je povezan s postajališči mestnih avtobusov, umeščen je tudi na različne ulice in poti, ki vodijo prebivalce do pomembnejših objektov in obiskovalce ter turiste do nujnih splošnih storitev, znamenitosti in ostalih odprtih, tudi zelenih in rekreativnih površin. Poleg talnih oznak in zvočnih signalov prometne signalizacije, je Maribor v letu 2017 uvedel električno vozilo Maister, ki omogoča brezplačen prevoz oseb z oviranostmi znotraj mestnega središča.



Slika 12: Karta dostopnih lokacij za invalide na invalidskem vozičku v letu 2008. (Vir: Maribor, 2020)

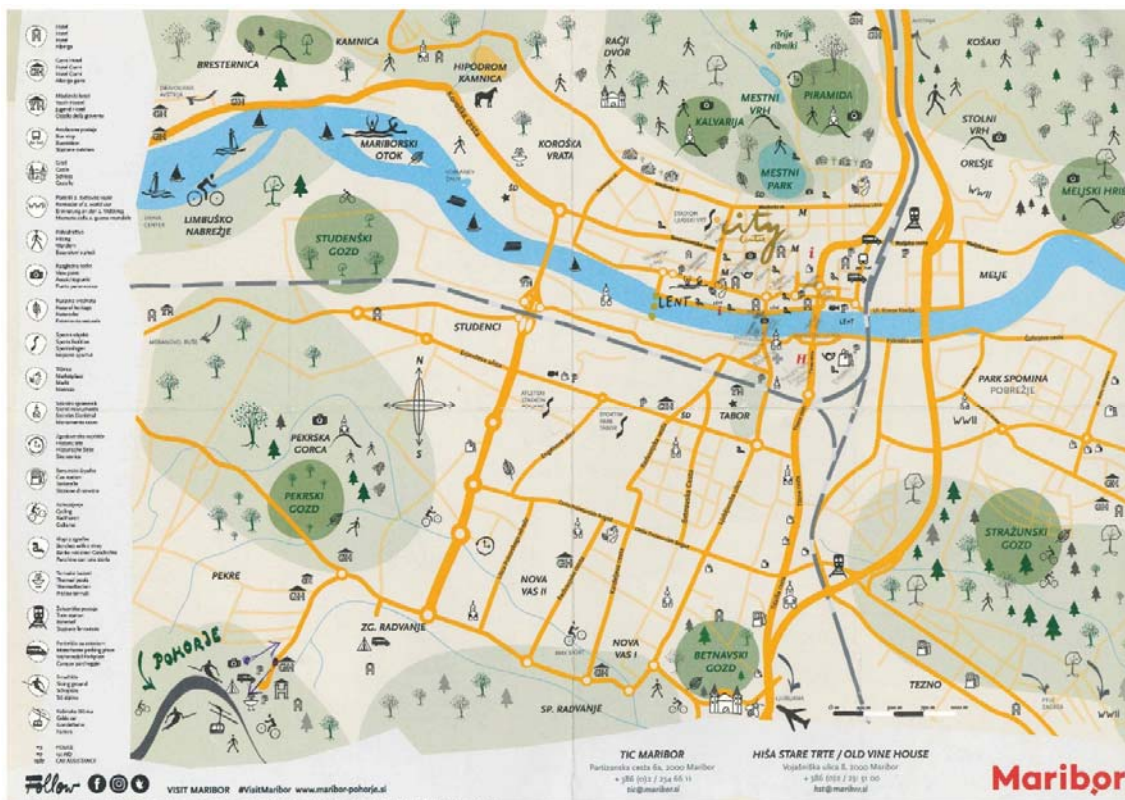
V Mariboru in okolici je za potrebe invalidov različnih skupin različno poskrbljeno (glej sliko 12). Za gibalno ovirane osebe se vse bolj prilagajajo neovirani dostopi do različnih objektov, muzejev, galerij in turističnih znamenitosti, izdelana je bila turistična karta dostopnih poti po centralnem delu Maribora. Veliko manj se govori o turizmu za slepe in slabovidne ter gluhe in naglušne osebe. Zanje je v mestu potrebno še marsikaj postoriti, kar vsaj v osnovi vključuje organizacijo drugačnih, bolj tehnično podprtih možnosti turističnih ogledov. Športne ustanove prav tako ponujajo številne možnosti za gibalno ovirane osebe, vendar ne nudijo enakovrednega vključevanja v športne dogodke in prireditve slepim in slabovidnim ter gluhim in naglušnim osebam (GURS, 2008).

2.7 Turistična kartica

Za razliko od Ljubljane Maribor turistične kartice nima. V letu 2013 je bila sicer promovirana turistična kartica Maribor City Card, ki sta jo razvili Mestna občina Maribor in Zavod za turizem Maribor-Pohorje na osnovi projekta, sofinanciranega iz sredstev EU iz sredstev Evropskega sklada za regionalni razvoj, in naj bi omogoča uveljavljanje brezplačnih storitev in popustov na področju turistične, kulturne, gostinske in druge ponudbe v Mariboru in okolici. V pilotnem obdobju naj bi vključevala 14 turističnih in drugih ponudnikov z 22 storitvami, kot so vstopi v muzeje in galerijo, kulturni dogodki za odrasle in otroke, plovba s turistično ladjico in vožnja z mestnim vlakcem, vinska pokušina, vožnja z avtobusom in izposoja koles, sprostitutveno-rekreacijske storitve, parkiranje v garažni hiši, ponudbo v nekaterih restavracijah. idr.. Ker je bilo v pilotnem obdobju prodanih le manjše število kartic, so projekt zaključili (SioINet, 2013).

3 VRSTE TURIZMA

Osnovni turistični potencial Maribora predstavljajo mestno središče z bogatimi zgodovinskimi in kulturnimi koreninami, kulturna ponudba, številni festivali in športne prireditve (zlasti v smučanju in nogometu), reka Drava, obrobje mesta z gozdovi Pohorja (ki pozimi omogočajo smučanje, poleti pa rekreacijo v zelenju), sončna vinorodna pokrajina (o bogati vinski tradiciji pričajo najstarejša vinska trta na svetu in okoliške vinske ceste) ter razvita turistična infrastruktura.



Slika 13: Turistični zemljevid Maribora z okolico. (Vir: Turizem Maribor, 2020)

Podobno je zapisal tudi Zavod za turizem Maribor, ki v svoji viziji turistično destinacijo Maribor – Pohorje promovira kot destinacijo, prepoznavno po bujnih zelenih gozdovih, sončnih vinorodnih gričih, bogati dediščini ter izjemni vinski tradiciji, katere simbol je najstarejša trta na svetu. Destinacija se odlikuje po vrhunski kulturni in družabni ponudbi, ki jo nadgrajuje naziv Evropske prestolnice kulture 2012. Značilni za destinacijo so zelena narava, zdrava pitna voda, prijetna klima, pristna vinsko-kulinarična doživetja, starodavna mesta, živahna podoba podeželja ter veseli in gostoljubni domačini. Odličnost dosega s kakovostno ponudbo udobja, storitev in zabave tudi za zahtevnejše poslovne goste (Turizem Maribor, 2020). V nadaljevanju Zavod za turizem Maribor navaja, da je destinacija pozicionirana kot zelena, ekološko ozaveščena destinacija za sprostitev in aktivni odmor. Te cilje mesto in okolica nedvomno dosegata, saj je bilo mesto Maribor opredeljeno kot ena izmed zelenih destinacij Slovenije (Turizem Maribor, 2019).

Vizija izhaja iz Strategije razvoja turizma na območju Maribora in ... 2010–2020 (Strategija ... 2011), ki je leta 2011 opredelila obstoječe in potencialne turistične produkte na območju

turistične destinacije Maribor ter na njihovi osnovi oblikovala šest integralnih turističnih produktov destinacije (glej preglednico 4). Ti segajo na področje kulture, športa in rekreacije, gastronomije, kongresnih dogodkov, wellnessa, eko turizma ter mladinskega turizma.

Preglednica 4: Obstoječi in potencialni turistični produkti ter integralnih turistični produkti destinacije Maribor v letu 2011. (Vir: Strategija razvoja turizma na območju 22 občin Zg. Podravja (Osrednja Štajerska) Maribor-Pohorje-Slovenske gorice in Dravsko polje 2010-2020. Zavod za turizem Maribor. Maribor 2011).

Obstoječi in potencialni turistični produkti	Integralni turistični produkti za oblikovanje identitete turistične destinacije
1. Športni in rekreativni turizem	1. Vino in kulinarika
2. Kulturni turizem	2. Šport in rekreacija
3. Prireditve in zabava (npr. festivali, koncerti, idr.)	3. Kultura
4. Poslovna potovanja	4. Kongresni in poslovni turizem
5. Krožna potovanja / izleti, raziskovalna potovanja	5. Wellness in eko turizem
6. Sprostitev in oddih	6. Mladinski turizem in posebni interesi
7. Eko turizem	
8. Mladinski turizem	
9. Posebni interesi (npr. nakupovalni turizem)	

Preden opredelimo poglavitne vrste turizma, ki izhajajo iz danosti in se razvijajo v Mariboru, pogledajmo še rezultate javnomnenjskih raziskav Zavoda za turizem Maribor, ki jih podaja v svojih letnih poročilih. V njih, med drugim, ugotavlja tudi najpomembnejše turistične produkte blagovne znamke v Mariboru. Iz poročil za leto 2018 in 2019 so razvidne naslednje ugotovitve (Letno poročilo ... 2018, 2019; Letno poročilo ... 2019, 2020):

- Najpomembnejši turistični produkt Maribora je po mnenju anketiranih »mestni turizem«, ki ga na prvo mesto po pomembnosti postavlja 37 % anketiranih in na drugo mesto 27 % vprašanih.
- Kot najbolj perspektivni produkti oziroma vsebine v Mariboru so po mnenju tretjine anketiranih (35 %) športni produkti, vezani tako na mesto, kot na Pohorje.
- Dobra polovica anketiranih (53 %) meni, da je najpomembnejša blagovna znamka, ki postavlja Maribor na zemljevid Evrope, Hiša Stare trte. Ob tem je dve tretjini vprašanih (61 %) mnenja, da bi morali spremeniti blagovno znamko »Stara trta« v »Najstarejša trta na svetu«.
- Glede na stopnjo pomembnosti so anketiranci kot najbolj pomembno blagovno znamko navedli Festival Lent, na drugem mestu pa Nogometni klub Maribor.

Naj v zvezi s tem navedemo še nekaj podatkov o zgoraj omenjenih lokacijah in akterjih ter njihovem številu sledilcev na spletnem družbenem omrežju Facebook (<https://www.facebook.com>). V začetku leta 2021 je imel največ sledilcev Nogometni klub Maribor (okoli 156.000, pomemben del tudi iz tujine), sledil je Festival Lent (okoli 36.000), Zlata lisica (nekaj manj kot 11.000) in Hiša stare trte (le nekaj več kot 2.000). Okoli 545.000 uporabnikov FB je bilo zabeleženih, da so bili v Mariboru, okoli 40.500 pa je kraju namenilo »všeček«.

Kot osnovno vrsto turizma, značilno za Maribor, lahko opredelimo **mestni turizem**. Izraz se uporablja kot nadpomenka za že uveljavljene vrste turizma in je pogojena s tipom naselja kot destinacije. Značilnost mestnega turizma je, da se odvija v urbanem prostoru, da turiste enako zanima način življenja v mestu kot tudi arhitekturne, tehnološke, družbene in naravne izkušnje ter produkti, namenjeni preživljanju prostega časa, izobraževanju ali poslovanju (UNWTO, 2020). Mestni turizem je preko izraza »city break« (mestni oddih) omenjen tudi kot nosilni produkt za slovensko makro destinacijo Osrednja Slovenija & Ljubljana, scenarij njenega razvoja je opisan kot »kultura in umetnost, tisoče vrhunskih in uličnih prireditev, nakupovanje in dinamična urbana kulinarika, le nekaj korakov stran pa narava z bogato ponudbo aktivnosti in avtentične podeželske ponudbe« (Strategija trajnostne rasti ..., 2017). Kot takega ga lahko brez problemov uporabimo tudi za Maribor, drugo največje mesto v Sloveniji.

Kljub temu da je mestni turizem v zadnjih letih med najhitreje razvijajočimi se vrstami turizma, raziskave kažejo, da ne obstaja splošen tržni profil mestnih turistov. Vsako mesto je zelo specifično v svoji identiteti, zato privabi različne profile turistov, opredeljene glede na to, kako ti zaznavajo mesto in turistično izkušnjo v njem. Znotraj mestnega turizma tako opredelimo več vrst turizma, vezanih, na posamezni tip ponudbe in motive turistov. To so kulturni, poslovni ali kongresni, nakupovalni, kulinarika, športni turizem idr. V Mariboru lahko kot nosilne oblike opredelimo kulturni turizem, poslovni turizem in športni turizem, med podporne produkte pa dogodke in zabavo, vino in kulinariko, wellness, doživetja narave ter posebne interese (z nakupovanjem, izobraževanjem, igralskim ipd.), kar potrjuje tudi preglednica 5 z opredeljenimi nosilnimi in podpornimi turističnimi produkti.

Preglednica 5: Nosilni in sekundarni/podporni turistični produkti v Mariboru.

Nosilni produkti	Sekundarni/podporni produkti
- Kultura - odkrivanje mesta, zgodovina, sodobna in alternativna umetnost - Poslovna srečanja in dogodki - celoletni poslovni turizem, konference, kongresi, motivacijska srečanj in razstave, skupaj s podpornimi dogodki - Športni turizem in rekreacija - rekreacija prebivalstva in turistov, organizacija in izvedba športnih prireditev	- Prireditve in zabava - festivali, prireditve, dogodki - Vino in kulinarika - preplet urbane kulinarike in kulinarike na podeželju, vinske kleti in vinske ceste - Doživetja narave - Wellness - Posebni interesi - nakupovanje, izobraževanje, igralsko idr.

Kulturni turizem temelji na zgodovini in kulturi obiskanega kraja in poleg zgodovinskega pogleda na mesto, kot so znamenitosti, muzeji, arheološka najdišča, arhitektura in podobno, ponuja možnost spoznavanja moderne umetnosti in trenutnih kulturnih trendov. S tem privablja turiste in obiskovalce, ki jih ne zanima zgolj oddih, temveč tudi spoznavanje kulture, ki ni njihova (Konakoglu, 2018). Kulturni turizem v Mariboru ponuja kulturno, zgodovinsko in tudi umetniško izkušnjo, tako tujim in domačim turistom, kot tudi enodnevnim obiskovalcem. Velik del ponudbe je osnovan na spoznavanju preteklosti kraja, ki je v Mariboru relativno dobro ohranjena. Za to vrsto turizma je potrebno nujno izpostaviti, da njene privlačnosti niso namenjene le turistom, pač pa zagotavljajo višjo kakovost življenja in zadovoljitev višjih potreb po bivanju lokalnemu prebivalstvu.

Kot v mnogih drugih evropskih mestih, ki se ponašajo s srednjeveško tradicijo, je tudi v Mariboru najbolj zanimiv del njegovo središče. Zgrajeno je bilo v srednjem veku, ko je bilo obdano z mestnim obzidjem (zgrajeno v 13. in razširjeno v 16. stoletju). Staro mestno jedro s svojimi ozkimi ulicami in hišami, zgrajenimi na majhnih parcelah, še vedno razkriva svoje srednjeveško poreklo, čeprav so bile te lastnosti večkrat zakrite zaradi številnih in obsežnih obnov skozi stoletja. Največje območje starega središča predstavlja Glavni trg z mestno hišo, zgrajeno leta 1515. Na sredini trga je Kužno znamenje, ki je bilo zgrajeno v spomin na epidemijo kuge leta 1680. Južno od Glavnega trga se na levem obrežju reke Drave nahaja najstarejši del mesta, imenovan Lent, ki je izgubil svoj pomen, ko je bil v začetku 20. stoletja zgrajen glavni (Stari) most čez reko Dravo. Revitalizacija tega dela mesta se je začela v 80. letih prejšnjega stoletja, nadaljevanje, ki obsega revitalizacijo zahodnega dela Lenta, pa poteka v zadnjih letih. Največja turistična atrakcija Lenta je prag gotovo več kot 400 let stara trta, ki velja za najstarejšo trto na svetu. V notranjosti mestnega jedra je prostrani Slomšek trg s katedralo. V bližini je mariborsko gledališče in glavna zgradba Univerze v Mariboru z Univerzitetno knjižnico. Mariborski mestni grad, zgrajen leta 1478, je današnji postrenesanci videz dobil v 17. stoletju. Poznobaročno stopnišče je bilo zgrajeno v 18. stoletju. Pred drugo svetovno vojno je bil grad spremenjen v pokrajinski muzej z arheološkimi, etnografskimi in zgodovinskimi artefakti. V nekdanjem judovskem getu je ohranjena sinagoga iz 15. stoletja. Na severnem obrobju središča mesta se nahaja Mestni park, ki je osrednje zeleno območje v mestu. Pri vsem navedem je potrebno opozoriti, da Maribor nosi naziv Evropska prestolnica kulture 2012, kar bi bilo potrebno v nadaljnji promociji še bolje izkoristiti.

Slika 14 a-č: Glavne zanimivosti v mestu. (Avtor: David Klepej, 2020)



Glavne zanimivosti v mestu (Turizem Maribor, 2020):

- *Lent* je stari del Maribora od reki Dravi. V preteklosti je bilo tu pomembno pristanišče, kjer je letno pristajalo okoli 1000 rečni splavov. Območje so začeli načrtno obnavljati v 80. letih 20. stoletja in poleg stanovanjskega dela so tu nastale številne kavarne, bari in restavracije. Med najpomembnejšimi območji in zgradbami na Lentu je potrebno izpostaviti ostanek srednjeveškega obzidja, Vodni stolp z vinoteko, Židovski trg s sinagogo (ki je ena izmed najstarejših ohranjenih sinagog v Srednji Evropi), Hišo Stare trte, Minoritski kompleks in Vojašniški trg (trenutno v prenovi) ter Sodni stolp. Lent še posebej zaživi v poletnem času ko tu poteka mednarodni multikulturalni Festival Lent in je dravsko nabrežje polno kulturnih dogodkov in zabave. Po reki Dravi vozi turistična ladja, vsakoletno pa obnovijo tudi tradicijo splavarstva.

- *Stara trta* je bila posajena ob koncu srednjega veka, ko so Maribor oblegali Turki. Preživela je srdite spopade, saj je bila današnja Hiša Stare trte nekoč del mestnega obzidja. Trti niso prišli do živega niti požari, ki so bili zaradi lesenih ostrešij in slamnatih streh v poznem srednjem veku precej pogosti, niti trtna uš, ki je pomorila večino ostalih trt, prav tako ne zavezniško bombardiranje mesta v času druge svetovne vojne, ko je bila Hiša Stare trte delno porušena. Trta sorte žametovka oz. modra kavčina je bila s potrjeno starostjo več kot 400 let v letu 2004 vpisana v Guinnessovo knjigo rekordov kot najstarejša trta na svetu, ki še vedno obrodi (letno v povprečju med 35-55 kg grozdja), in kot taka simbolizira bogato vinsko kulturo Maribora, Štajerske in Slovenije. Predstavlja enega najpomembnejših simbolov mesta in s svojo unikatnostjo daje priložnost za edinstveno promocijo mesta v svetu, ki pa je žal še vedno premalo izkoriščena. Obnovljena Hiša Stare trte je danes hram vinske tradicije in kulture. V letu 2019 je Hišo Stare trte obiskalo okoli 56.500 obiskovalcev, med njimi je bilo 81 % tujcev. V letu 2021 bo v bližini Hiše Stare trte odprt manjši Vinogradniški muzej.

- *Glavni trg s kužnim znamenjem* - v Mariboru se je v drugi polovici 17. stoletja pojavila kuga, zaradi katere je umrla tretjina prebivalstva. V zahvalo za prenehanje epidemije so mariborski prebivalci leta 1681 postavili kužno znamenje - steber s podobo Marije. Leta 1743 je takrat vodilni mariborski baročni kipar Jožef Straub lesene kipe nadomestil s šestimi, iz peščenca izklesanimi kipi svetnikov, priprošnikov zoper kugo. Kužno znamenje velja za enega najlepših tovrstnih baročnih spomenikov na Slovenskem. Osrednja stavba na Glavnem trgu je Mestna hiša oziroma Rotovž, ki je bila zgrajena na začetku 16. stoletja. V letu 2020 je bilo območje Glavnega trga obnovljeno.

- *Mariborski grad* je dal med letoma 1478 in 1483 zgraditi cesar Friderik III. z namenom, da utrdi severovzhodni del mestnega obzidja. Grad so sčasoma spremenili v bogato fevdalno bivališče, ki ga krasijo različna stilna in gradbena obdobja. Velja za enega od najimenitnejših arhitektonskih spomenikov v mestu, posebej baročno stopnišče iz let 1747-1759, Loretska kapela ob južni fasadi, ki je nastala med letoma 1665-1675 in viteška dvorana prvem nadstropju s čudovito stropno slikarjo Jožefa Geblerja in stenskimi podobami. Leta 1933 je grad odkupila tedanja mestna občina, Pokrajinski muzej Maribor pa se je vanj preselil leta 1938.

- *Vinska klet Vinag* - v središču mesta se razprostira ena največjih in najstarejših klasičnih vinskih kleti v Evropi. Najstarejši del kleti, ki obsega okoli 15.000 m² in 2,1 kilometra dolge podzemne predore, je bil zgrajen leta 1847. Klet ima skupno kapaciteto okoli 3 milijone l vina.

- *Mestni park* - na severnem obrobju središča mesta je priljubljeno sprehajališče in stičišče prebivalcev mesta vseh generacij, in drugih obiskovalcev. V letih 1889-1896 so ga zasadili z

eksotičnimi drevesi. V severni smeri se park nadaljuje s številnimi sprehajalnimi potmi do Treh ribnikov. Območje mestnega parka je od leta 1976 zavarovano kot spomenik oblikovane narave.

Najpomembnejši kulturni prireditveni objekti:

- *SNG Maribor* je največji javni kulturni zavod v naši državi ter edina gledališka hiša v Sloveniji in med redkimi v Evropi, ki pod svojo streho združuje dramski, glasbeni in plesni gledališki izraz. SNG Maribor je tudi gostitelj in organizator vsakoletnega osrednjega festivala slovenskih dramskih gledališč Borštnikovo srečanje in tekmovanja mladih pevskih nadarjencev.

- *Narodni dom Maribor* je prireditveni center s programi, ki so namenjeni otrokom, mladostnikom in odraslim, ljubiteljem vseh vrst glasbe od klasične do rocka in jaza, privržencem žlahtne komedije, gledaliških predstav, poznavalcem sodobnih uprizoritvenih umetnosti, malim radovednejšem in ustvarjalcem ter obiskovalcem prireditev vizualnih umetnosti. Javni zavod Narodni dom Maribor je bil ustanovljen septembra 1992.

- *Umetnostna galerija Maribor* je eden osrednjih muzejev za moderno in sodobno umetnost v Sloveniji z zbirko več kot 7.000 umetniških del slovenskih avtorjev od konca 19. stoletja do danes. Slikarstvu, kiparstvu in grafiki se pridružujejo fotografska dela, video umetnost, večmedijske instalacije in interaktivni projekti.

Poslovni in kongresni turizem sta v Mariboru prisotna v bistveno manjši meri kot v Ljubljani, čeprav je imel poslovni turizem preteklosti, tj. v obdobju nekdanje skupne države, zelo pomembno vlogo. Poslovni turist pride v mesto zaradi poslovnega interesa, a hkrati lahko obišče tudi turistične znamenitosti in koristi druge storitve. Pri tej vrsti turizma je pomembno, da udeleženec kongresa v kraju porabi do trikrat več kot klasičen turist, obenem pa je prednost tudi ta, da ni sezonsko omejena oziroma je njen namen zapolniti kapacitete prav v času izven glavne sezone. Poslovni turizem ločimo na individualni poslovni turizem, kjer se službenih obveznosti običajno udeleži ena oseba ali majhna skupina, in kongresni turizem, kjer gre za srečanja večjega števila ljudi s poslovnim, izobraževalnim ali raziskovalnim namenom. Kljub temu, da nekateri ponudniki turističnih storitev, ki se promovirajo kot poslovni hoteli in ponudniki konferenčnih storitev, ter tudi občina Maribor, ki preko Zavoda za turizem Maribor (Turizem Maribor, 2020 in Kongres Magazine, 2020) spodbuja in promovira možnosti za kongrese in razna srečanja, je ta oblika turizma v Mariboru zastopana v premajhni meri in večinoma dosega regionalni nivo udeležencev. Najpomembnejši večji dogodki v Mariboru v zadnjem desetletju so popisani v preglednici 6 na naslednji strani.

Športni turizem je vrsta turizma, pri kateri je dejavnost usmerjena v ponudbo športnih aktivnosti in športnih dogodkov v času letovanja, potovanja ali izleta z ustrezno športno infrastrukturo in zajema vse vrste rekreacij in športnih dogodkov, tako zunaj kot znotraj mesta (Termania, 2020). Za mesta ta vrsta turizma po večini ni primarna vrsta, zaradi katere bi turisti prišli na destinacijo, vendar pa obstoječa ponudba lahko vsekakor popestri njihovo bivanje. Drugi vidik športnega turizma pa je organizacija športnih dogodkov regionalnega, nacionalnega, evropskega ali svetovnega pomena, ki lahko sami po sebi pritegnejo številne obiskovalce, še posebej če so atraktivni za gledalce. Maribor v tem oziru nima dovolj velikih kapacitet športne infrastrukture (npr. dovolj velikega stadiona ali športne dvorane), da bi lahko gostil zelo velike dogodke svetovnega pomena.

Preglednica 6: Najpomembnejši kongresni dogodki v Mariboru v zadnjem desetletju. (Vir: VisitMaribor, 2020)

Kongresni dogodek	Prizorišče	Datum	Št. sodelujočih
Svetovno mladinsko prvenstvo v šahu	Hotel Habakuk	2012	3000
Evropsko strelsko prvenstvo	Hotel Habakuk	2017	800
Medijske igre	Hotel Habakuk	2016	800
ERACON konferenca	Hotel City Maribor	Maj, 2016	800
Evroodvetniki	Hotel Habakuk	2017	700
IZUM COBISS konferenca	Hotel Habakuk	15. sept	300
Genetika 2012	Hotel City Maribor	12. sept	300
ELAN tržna konferenca	Hotel City Maribor	Oktober, 2016	200
Konferenčno združenje turističnih kmetij Slovenije	Kazino in hotel MOND	Marec, 2016	150

V letu 2018 je bil Maribor nosilec naziva Evropsko mesto športa 2018, saj je dom vrhunskih športnikov in športnih ekip, ob tem pa je športno aktivnih kar okoli polovica prebivalcev mesta (Turizem Maribor, 2020). V mestu je vrsta športnih objektov in površin, med katerimi vsekakor izstopa t. i. »mestno smučišče« na vznožju Pohorja. Med pomembnejše športne dogodke v mestu pa vsekakor sodijo vsakoletne tekme za svetovni pokal v alpskem smučanju FIS za ženske im. Zlata lisica ter predstave na nogometni zelenici 15-kratnega državnega prvaka in 3-kratnega udeleženca elitnega tekmovanja Liga prvakov, Nogometnega kluba Maribor. Pretekle pomembnejše športne prireditve v mestu so: Junior European Judo Championships, TeamGym European Championships, European Championships 10m (shooting), Veterans World fencing Championship, World Taekwondo Championships, European Kickboxing Championship, European Taekwondo Championship, The Women's Hockey World Cup, World Taekwondo Slovenia Open G1 Championship, The European Mountain Bike Championships, The European Championship in Veteran Basketball, iXS European Downhill Cup, FIMBA European Maxibasketball Championship. V letu 2021 pa je Maribor gostil nekaj tekem v okviru Evropskega nogometnega prvenstva U21.

Najpomembnejši športni objekti in površine (glej sliko 15):

- *Stadion Ljudski vrt* je eden najpomembnejših slovenskih stadionov, v katerem domuje Nogometni klub Maribor, ki se je v zadnjih dveh desetletjih večkrat uvrstil na najpomembnejša evropska klubska tekmovanja (Liga prvakov, Liga Evropa). Športni objekti sestavljajo igrišče, tribune za okoli dvanajsttisoč gledalcev in spremljajoči objekti s telovadnicami. Stadion je bil razširjen in posodobljen leta 2008, v letu 2021 je bila prenovljena zahodna tribuna.
- *Dvorana Tabor* je osrednji pokriti športni objekt v mestu, ki omogočajo prostor za vadbo in tekmovanja, v dvorani pa prirejajo tudi različne glasbene in športne prireditve.
- *Ledna dvorana* je osrednji prostor za športe na ledu. V dvorani organizirajo in izvajajo tečaje drsanja ter treninge in tekmovanja hokejistov, kegljačev na ledu in umetnostnih drsalcev.
- *Dvorana Lukna* je športna dvorana z največjo talno površino v Sloveniji. Dvorano je možno pregraditi na 2 košarkarski ali 4 odbojarska igrišča, 6 igrišč za badminton, igrišča za namizni tenis ali površine za borilne športe. Primerna pa je tudi za kulturne in zabavne prireditve.



Slika 15: Športni objekti in površine v Mariboru. (Vir: Turizem Maribor, 2020)



Slika 16: Smučarski center Mariborsko Pohorje. (Vir: Turizem Maribor, 2020)

- *Kopališče Mariborski otok* je edinstveno slovensko kopališče, zgrajeno leta 1930 na rečnem otoku Drave, ki je zaradi svoje edinstvene flore in favne hkrati tudi naravna znamenitost in naravni spomenik. Poleti je kopališče Mariborski otok center vodnih radosti (potrebno celovite prenove), jesen in pozimi pa je območje priljubljeno sprehajališče.

- *Pohorje* predstavlja za Maribor najbolj pomembno športno-rekreacijsko območje, ki vsako leto privabi veliko število pohodnikov, gorskih kolesarjev, planincev, ljubiteljev smučanja, in sankanja (glej sliko 16). Adrenalinski park Pohorje ponuja različne poligone, kolesarske steze za gorsko kolesarjenje in sankališče PohorJET. V zimskem času je urejeno smučišče in sankališče. Smučišče Mariborsko Pohorje na nadmorski višini od 328 do 1327 m sodi med ene največjih zimsko-športnih centrov v Sloveniji z okoli 250 ha površin. Smučarske proge so dolge okoli 43 km (od teh 7 km osvetljenih), proge za tek na smučeh pa okoli 27 km. Celoletno obratuje krožnokabinska žičnica, v času sezone pa 3 dvo-sedežnice, štiri-sedežnica, šest-sedežnica in 14 vlečnic. Tradicionalno se na Pohorju odvija vsakoletno tekmovanje za Svetovni pokal FIS za v smučanju za ženske im. Zlata lisica, prav tako pa tudi tekme Svetovnega pokala v gorskem kolesarstvu.

Med **podpornimi turističnimi produkti** smo opredelili prireditve in zabavo, vino in kulinariko, wellness, doživetja narave ter posebne interese (z nakupovanjem, izobraževanjem, igralskim ipd.), ki v marsikaterem primeru lahko postanejo tudi prvotni motiv za obisk Maribora, in ki dopolnjujejo in bogatijo primarno turistično ponudbo.

Maribor je prizorišče največjega slovenskega multikulturnega festivala na prostem, poimenovanega Festival Lent, pod katerim okriljem poteka vrsta dogodkov s področja glasbe, etnologije, gledališča, športnih dejavnosti, kulinarike idr. V mestu poteka najuglednejši slovenski gledališki Festival Borštnikovo srečanje, glasbeni Festival Maribor, številni dogodki povezani s Staro trto in številni drugi. Vse bolj se razvija tudi kulinarčna ponudba, ki je pričela slediti vrhunski ponudbi vin v okolici mesta. Naravno okolje Maribora in okolice omogoča raznolika doživetja. Maribor ima enega najlepših mestnih parkov v Sloveniji, ki ga obdajajo vinski griči sončnih Slovenskih gor. Zeleni gozdovi Pohorja so prepreženi z mnogimi pohodnimi in kolesarskimi potmi. Skozi Maribor in naprej po Dravski dolini se vije reka Drava, po kateri se je mogoče zapeljati s tradicionalnim splavom, ob reki pa poteka tudi mednarodna Dravska kolesarska pot. V zadnjem obdobju se vse bolj širijo tudi nišni turistični produkti z več področij, vsi z namenom popestritve ponudbe, pritegnitve raznovrstnih skupin turistov in podaljšanja povprečne dolžine bivanja turistov v mestu.

Preglednica 7: Opis in ovrednotenje posamezne ponudbe v določeni vrsti turizma.

Vrsta turizma	Glavna ponudba	Prostorski vpliv*	Stopnja razvitosti**	Potenciali za razvoj***
Kulturni	Pokrajinski muzej Maribor, Muzej narodne osvoboditve Maribor, Umetnostna galerija Maribor, Lent, Hiša Stare	1	2	Več ponudbe za družine, otroški kotički v muzejih, za promocijo mesta in regije bi bilo potrebno bolje izkoristiti potencial edinstvenosti Stare trte, izdaja skupne »mestne kartice«

	trte, Sinagoga, SNG Maribor			
Poslovni	Kongresna/konferenčna središča v večjih hotelih	1	2	Za večje dogodke premalo kapacitet, prenova konferenčnih kapacitet
Športni	Pohorje, Smučarski center Mariborsko Pohorje, Štadion Ljudski vrt, reka Drava	2	3	Potrebna so vlaganja v športno infrastrukturo (zlasti na Pohorju), potrebno je intenzivnejše oglaševanje ponudbe, območje reke Drave je premalo izkoriščeno
Prireditve in zabava	Festival Lent, prireditve povezane s Staro trto in vinogradništvom,	1/2	2/3	Večina poletnih prireditev preveč skoncentrirana v kratko časovno obdobje, potrebno intenzivnejše oglaševanje
Kulinarični	Nekaj dobrih domačih gostiln, Michelinova zvezdica (v okolici), nekaj odličnih vinarjev (v okolici)	1	2	Potencial slabo izkoriščen, potrebno intenzivnejše oglaševanje, zaželeno sodelovanje in skupna promocija ponudnikov, street food in kraft pivovarne šele v razvoju
Nakupovalni	Europark, tržnica, boljši sejem	1	2	Pomanjkanje večje pestrosti trgovske ponudbe in specializiranih trgovin, ureditev boljšega sejma

*PROSTORSKI VPLIV: 1 – manjši vpliv, 2 – večji vpliv

**STOPNJA RAZVITOSTI: 1- potencial še v celoti neizkoriščen, 2 - potencial slabo izkoriščen, 3 - potencial deloma izkoriščen, 4 - potencial že v celoti izkoriščen

***POTENCIALI ZA RAZVOJ: potenciali, ki bi se jih lahko uporabilo, in slabosti, ki bi se jih dalo odpraviti.

Kot sklep poglavja o vrstah turizma smo ovrednotili turistično ponudbo posameznih vrst in zapisali njihove potenciale razvoja (glej preglednico 7). V Mariboru ocenjujemo, da je najbolj razvit športni turizem, ki pa ima še nekaj potenciala zlasti v kakovosti infrastrukture in oglaševanja ter izrabi območja reke Drave. Sledijo mu prireditve, pri katerih je problem koncentracija v poletnem časovnem obdobju. Kulturni, poslovni turizem, kulinarični in nakupovalni turizem so srednje razviti. Na področju kulturnega turizma bi lahko bilo več ponudbe usmerjene v družine, poslovni turizem pa ima omejene možnosti razvoja zaradi velikosti kapacitet. Kulinarični turizem potrebuje več oglaševanja in sodelovanja ponudnikov, nakupovalnih pa mogoče večjo pestrosti ponudbe in več specializiranih trgovin.

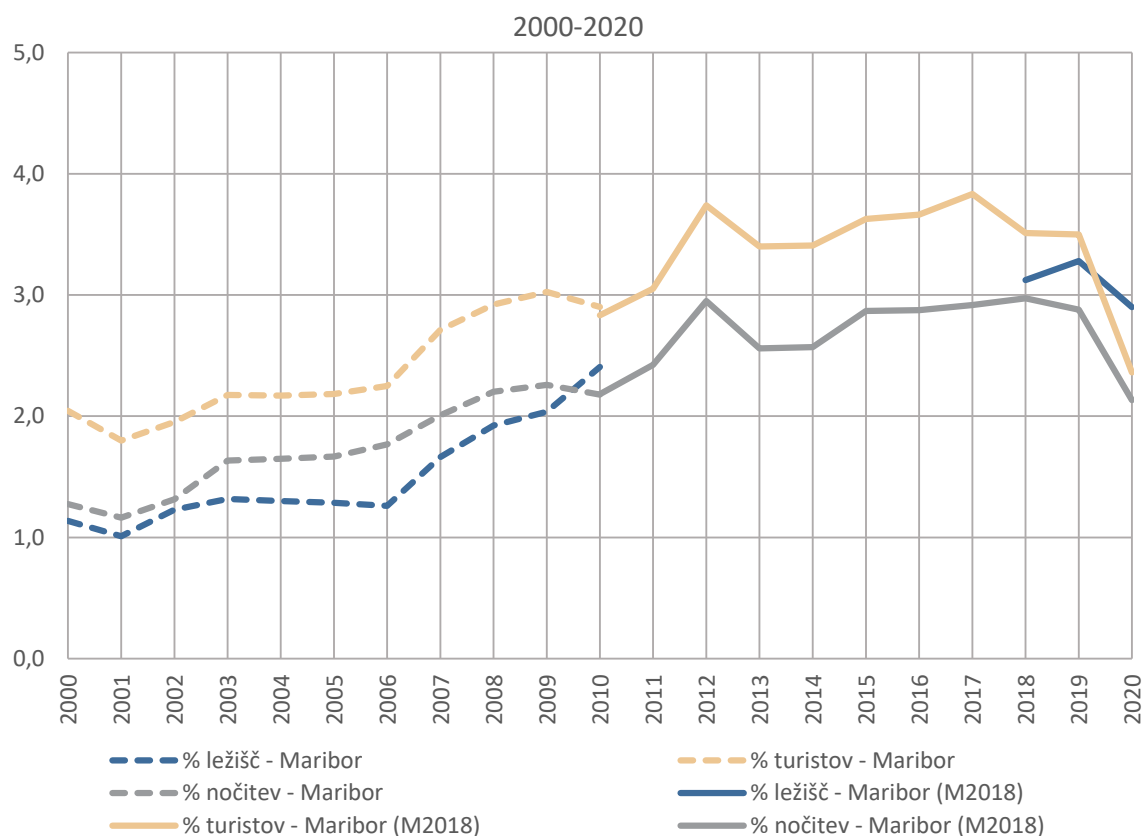
4 OSNOVNA TURISTIČNA STATISTIKA

4.1 Podrobnejša analiza prihodov in prenočitev

Z rastjo turističnega obiska v zadnjem desetletju je pomemben del turističnega obiska v Sloveniji ponovno zabeležen tudi v Mariboru, s čimer se je le-ta zopet uvrstil na seznam desetih občin z največjim številom nočitev v Sloveniji. V letu 2017 je bil Maribor zastopan s 3,1 % vseh ležišč v državi ter v letu 2019 s 2,9 % vseh nočitev in 3,5 % vseh turistov, ki so prespali v Sloveniji vsaj eno noč (glej sliko 17).

Glede na delež turistov se je občina Maribor v letu 2019 uvrstila na 6. mesto (za občinami Ljubljana, Piran, Bled, Kranjska Gora in Bohinj), glede na delež ležišč in nočitev pa na 9. mesto med vsemi občinami v Sloveniji (pri ležiščih za občinami Piran, Ljubljana, Bohinj, Bled, Kranjska Gora, Bovec, Brežice in Izola; pri nočitvah pa za občinami Ljubljana, Piran, Bled, Kranjska Gora, Brežice, Bohinj, Moravske Toplice in Izola).

Če primerjamo turistični obisk v obeh največjih slovenskih mestnih občinah pa je Ljubljano v letu 2019 obiskalo 5,2-krat več turistov in ti so realizirali 4,9-krat več nočitev kot v Mariboru.



Slika 17: Delež turističnih ležišč, turistov in nočitev v Mariboru glede na Slovenijo med letoma 2000 in 2020. Opomba: podatki za obdobje med letoma 2000-2010 so zbrani po stari metodologiji, za obdobje med letoma 2010-2020 pa po novi metodologiji SURS (M2018) - glej metodološko pojasnilo [SURS](#)

Zaradi razmer v zvezi s pandemijo COVID-19 se je turistični obisk v Mariboru v letu 2020 v primerjavi z letom 2019 zmanjšal za skoraj dve tretjini, kar je le dobrih 10 odstotnih točk manj, kot je znašalo zmanjšanje v času osamosvojitve Slovenije med letoma 1990-1993. Zmanjšal se je tudi delež Maribora v okviru turističnega obiska v Sloveniji. Delež turistov se je zmanjšal na 2,4 % vseh turistov, delež nočitev pa na 2,1 % vseh nočitev v Sloveniji, kar je podobno razmeram v letu 2010.

4.1.1 Število prihodov in nočitev

Kratek pregled turističnega obiska v Mariboru v drugi polovici 20. stoletja (glej preglednico 8) kaže, da je bilo obdobje od začetka 70. let do konca 80. let prejšnjega stoletja obdobje postopnega turističnega razvoja, ki je pripeljal do prvega viška turističnega obiska. Ta sovpada z viškom splošnega gospodarskega razvoja v mestu, zlasti pa z viškom razvoja velikih industrijskih podjetij. Število turistov se je gibalo med 120 in 150 tisoč, število nočitev pa med 200 in 245 tisoč na leto.

Prvi višek je bil zabeležen konec 70. let (leta 1978 so zabeležili 151 tisoč turistov in 246 tisoč nočitev), drugi pa konec 80. let (leta 1988 so zabeležili 150 tisoč turistov in 235 tisoč nočitev). Glede na naveden obseg turističnega prometa je Maribor v tem času predstavljal pomembno turistično destinacijo v Sloveniji.

Obdobje med koncem 80. let in koncem 90. let prejšnjega stoletja je zaznamovala največja kriza turističnega obiska po drugi svetovni vojni. Obdobje sovpada s hitrim propadom velikih industrijskih podjetij v Mariboru ter vojno na področju bivše Jugoslavije in posledično spremembo tranzitnih tokov proti JV Evropi. Zaradi velikega izpada turistov iz območja bivše Jugoslavije (ki so konec 80. let predstavljali skoraj 60 % vseh turistov v Mariboru) in tudi drugih držav, se je število turistov v prvi polovici 90. let zmanjšalo na manj kot 30 tisoč, število nočitev pa na manj kot 60 tisoč (najmanj jih je bilo leta 1995).

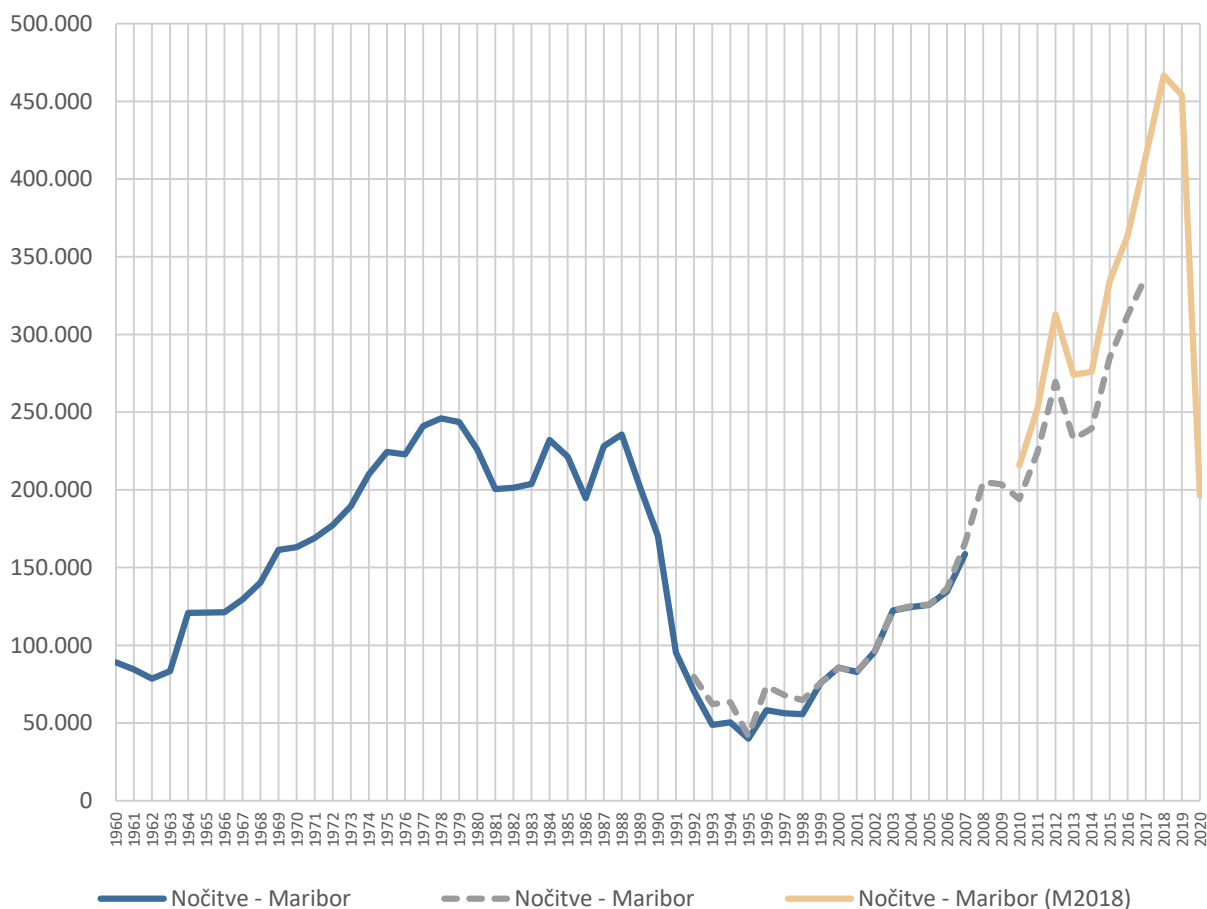
V primerjavi s predhodnim desetletjem se je turistični obisk do konca 90. let zmanjšal za okoli 6-krat in je bil manjši kot leta 1961. Do konca 90. let se je število turistov počasi povečalo na okoli 40.000, nočitev pa na 80.000 (slika 18).

Preglednica 8: Število turistov in nočitev v Mariboru med letoma 1961 in 2020. (Vir: SiStat SURS, 2020).

Leto	1961	1971	1981	1985	1991	1995	2001	2005	2011	2015	2019	2020
	mesto	mesto	mesto	mesto	mesto	občina	občina	občina	občina	občina	občina	občina
Turisti	49	103	121	133	63	23	38	52	108	159	217	72
Nočitve	84	169	200	221	95	41	83	126	252	334	454	196

Opomba: Podatki med letoma 1961 in 1991 se nanašajo na mesto Maribor, med letoma 1995 in 2020 pa na občino Maribor. Med letoma 2011 in 2020 so izračunano po novi metodologiji SURS (M2018 - glej metodološko pojasnilo [SURS](#)).

1960-2020

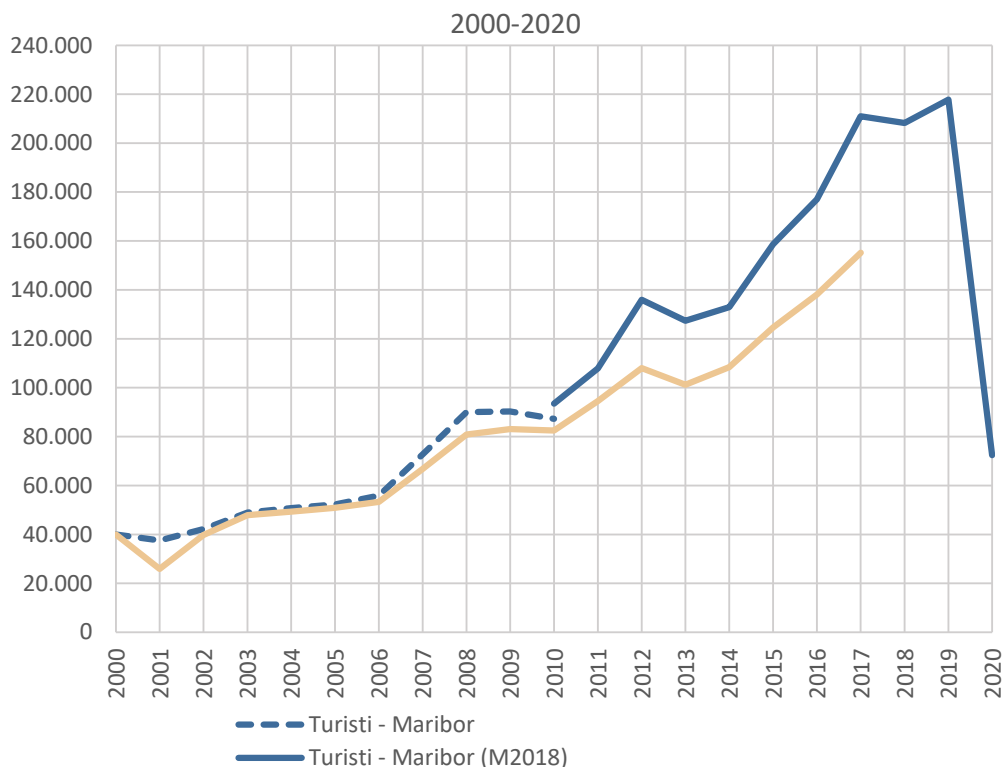


Slika 18: Število nočitev (v 000) v Mariboru med letoma 1961 in 2020. (Vir: Rezultati raziskovanj 1961-2001, SiStat SURS).

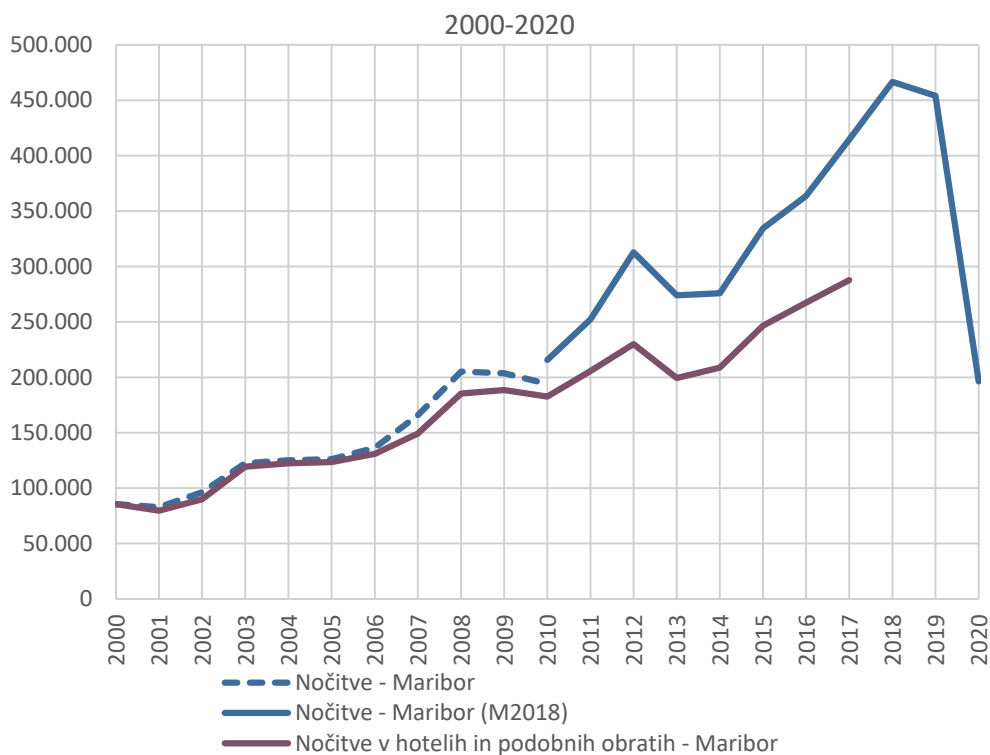
Opomba: Podatki med letoma 1961 in 1991 se nanašajo na mesto Maribor, med letoma 1992 in 2020 pa na občino Maribor. Med letoma 2010 in 2020 so izračunano tudi po novi metodologiji SURS (M2018).

V novem tisočletju je z umiritvijo politične situacije na Balkanu, vstopom Slovenije v Evropsko unijo (v letu 2004), prevzemom evra kot skupne evropske valute (v letu 2007) ter posodobitvijo, prestrukturiranjem in razvojem nove turistične infrastrukture sledilo obdobje ponovnega turističnega razvoja v Sloveniji in tako tudi v Mariboru.

Za razliko od Ljubljane se je turistični obisk v Mariboru povečeval počasneje in je še vedno precej zaostajal v primerjavi s predhodnim obdobjem. Raven iz sredini 60. prejšnjega stoletja je tako število nočitev v Mariboru doseglo šele leta 2003, število turistov pa leta 2007, višek turističnega obiska iz leta 1978 pa so nočitve po številu presegle šele leta 2012, turisti pa še kasneje, tj. v letu 2015 (slika 19 na naslednji strani).



Slika 19: Število turistov v Mariboru med letoma 2000 in 2020. (Vir: SiStat SURS).



Slika 20: Število nočitev v Mariboru med letoma 2000 in 2020. (Vir: SiStat SURS).

Opomba: podatki za obdobje med letoma 2000-2010 so zbrani po stari metodologiji, za obdobje med letoma 2010-2020 pa po novi metodologiji SURS (M2018).

Če na osnovi podatkov, ki so preračunani na osnovi nove metodologije SURS iz leta 2018 (M2018), primerjamo povečanje turističnega obiska v Sloveniji, Ljubljani in Mariboru v obdobju med letoma 2010 in 2019 ugotovimo, da se je v tem obdobju število turistov v Sloveniji povečalo za 89 %, v Ljubljani za 162 %, v Mariboru pa za 126 %. Število nočitev (slika 20) se je v enakem obdobju v Sloveniji povečalo za 60 %, v Ljubljani kar za 165 %, v Mariboru pa za 110 %. Večjo rast turističnega obiska v Ljubljani v primerjavi z Mariborom (Ljubljano je obiskalo približno 5-krat več turistov kot Maribor) lahko pripišemo dejstvu, da je Ljubljana glavno mesto z dobro letalsko povezavo in kot tako pritegne veliko obiskovalcev, obenem pa se je v zadnjem obdobju tam tudi veliko vlagalo v turistično infrastrukturo, raznovrstne turistične produkte ter promocijo. Za razliko od Ljubljane se namreč v Mariboru niso tako močno povečale prenočitvene zmogljivosti, prav tako pa letališču ni uspelo vpeljati nobene redne letalske linije. Tako ostaja turistični obisk Maribora še vedno v veliki meri odvisen od tranzitnih turistov.

Kljub temu zadnje obdobje, tj. med letoma 2015 in 2019, predstavlja obdobje najhitrejšje rasti turističnega obiska v Mariboru: v letu 2019 je število turistov preseglo 217 tisoč, število nočitev pa 466 tisoč. Turistični delavci so napovedovali nadaljnjo rast obiska tudi v prihodnje, vendar se je rast nekoliko zmanjšala že v drugi polovici leta 2019, v letu 2020 pa ga je pandemija COVID-19 popolnoma ohromila. Zaradi pandemije se je močno zmanjšal in ponovno padel na raven izpred 70. let 20. stoletja. Število turistov je v letu 2020 doseglo le 33 % turistov iz leta 2019 in je bilo z okoli 72 tisoč manjše kot pred letom 1964 ter manjše kot v obdobju med letoma 1991-2007. Nekoliko manjše je bilo zmanjšanje pri številu nočitev, ki je v letu 2020 doseglo 43 % nočitev iz leta 2019 in je bilo z okoli 196 tisoč nočitev manjše kot pred letom 1974 ter manjše kot v obdobju med letoma 1990-2007.

4.1.2 Domači in tuji turisti

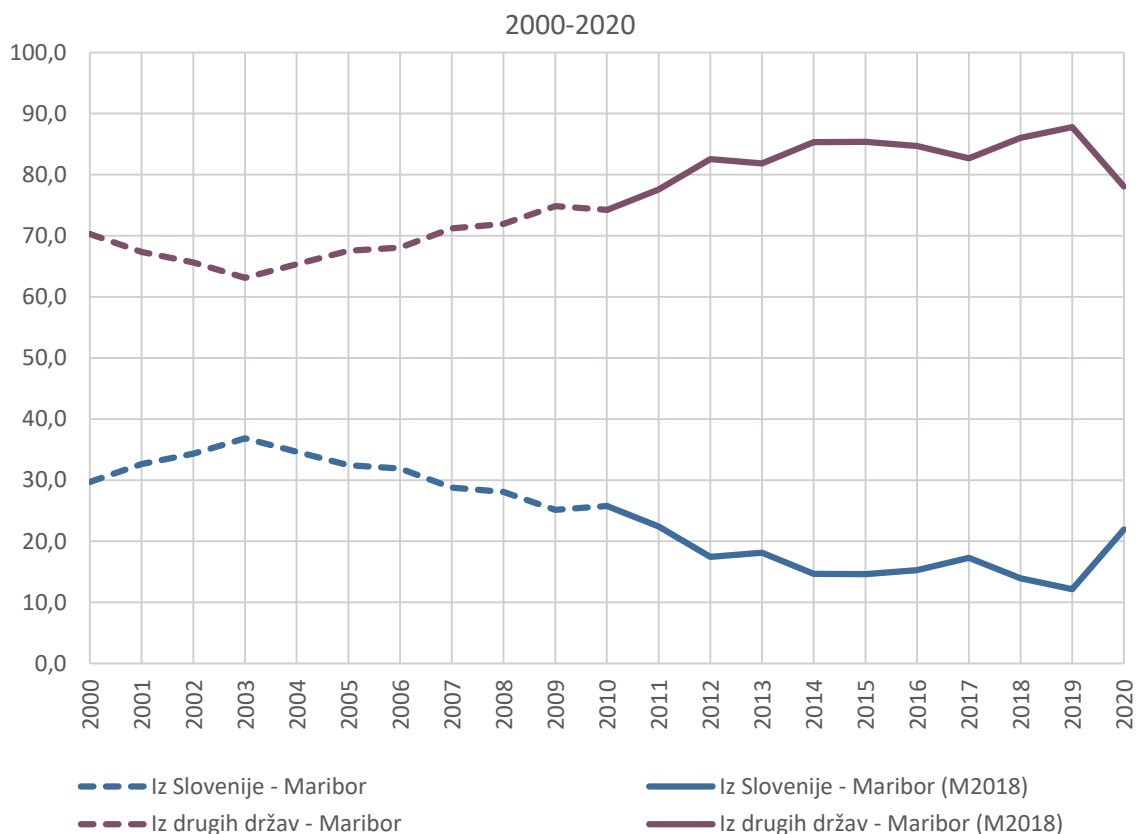
Kot prikazuje preglednica 9, so v 80. letih prejšnjega stoletja večino turistov predstavljali turisti iz drugih republik bivše Jugoslavije. Delež njihovih nočitev se je gibal med 53-64 % in med njimi so bili najbolj zastopani turisti iz Srbije (z okoli 27 % vseh nočitev). Turisti iz drugih držav so registrirali le približno tretjino nočitev. To kaže na veliko odvisnost turističnega obiska v Mariboru od trgov nekdanje Jugoslavije, saj je mesto iz tega območja obiskalo letno v povprečju med 65.000 do 80.000 turistov, ki so realizirali med 100.000 in 150.000 nočitev. Zlasti med turisti iz Srbije in BiH so prevladovali poslovni in tranzitni turisti, na kar kažejo tudi relativno kratke povprečne dolžine bivanja turistov v mestu. Deleži nočitev turistov iz Slovenije in iz drugih držav so se gibal med 16 in 25 %. Leta 1986 so najvišji delež tujih nočitev realizirali turisti iz Nemčije (5,3 %), sledili pa so jim iz Italije (3,0 %) in Avstrije (1,9 %).

V obdobju 90. let prejšnjega stoletja se je postopoma pričel povečevati delež nočitev tujih turistov, vendar pa so med njimi prevladovali predvsem turisti z bližnjih držav srednje Evrope. Delež njihovih nočitev (slika 21) se je postopoma povečal s 50 na 62 %. Če k temu prištejemo še nočitve turistov iz drugih republik bivše Jugoslavije (ki so po letu 1991 opredeljeni kot tuji turisti), se je delež tujih turistov povečal s 65 na 78 %. Leta 2011 je Maribor obiskalo okoli 77.000 tujih turistov (vključno s turisti z območja bivše Jugoslavije), ki so realizirali okoli 165.000 nočitev. Največ so jih realizirali turisti iz že doslej prevladujočih držav: Nemčija (9,1 %), Hrvaška (7,1 %), Italija (7,0 %), Avstrija (5,3 %) in Srbija (5,1 %).

Preglednica 9: Delež turistov in nočitev v Mariboru med letoma 1971 in 2020 glede na območje izvora turistov. (Vir: Rezultati raziskovanj 1971-2001, SiStat SURS).

Leto	1971		1986		2001		2008		2019		2020	
Območje	Turisti	Nočitve	Turisti	Nočitve	Turisti	Nočitve	Turisti	Nočitve	Turisti	Nočitve	Turisti	Nočitve
Slovenija	23,2	25,0	20,7	18,7	29,6	32,6	23,7	28,1	13,3	12,2	28,5	21,9
Tujina	76,8	75,0	79,3	81,3	70,4	67,4	76,3	71,9	86,7	87,8	71,5	78,1
Druge republike bivše Jugoslavije	38,4	37,7	59,5	62,8	14,6	14,0	13,1	13,3	14,1	17,7	15,0	22,6
Sosednje države (meje s Slovenijo)	26,0	26,1	21,1	22,8	31,0	26,4	25,1	22,2	21,9	20,9	19,8	18,6
Izven Evrope	1,7	1,3	0,7	0,6	3,1	3,7	6,1	7,5	7,8	9,2	2,7	3,6
Azija	-	-	0,1	0,1	0,6	1,0	2,2	2,6	5,3	5,7	1,5	1,7
Sev. Amerika	1,7	1,3	0,5	0,4	2,2	2,4	2,2	2,5	1,5	1,7	0,6	0,6

Opomba: Podatki med letoma 1971 in 1986 se nanašajo na mesto Maribor, med letoma 2001 in 2020 pa na občino Maribor. Podatki za leto 2019 in 2020 so izračunani po novi metodologiji SURS (M2018).



Slika 21: Delež nočitev domačih in tujih turistov v Mariboru med letoma 2000 in 2020.

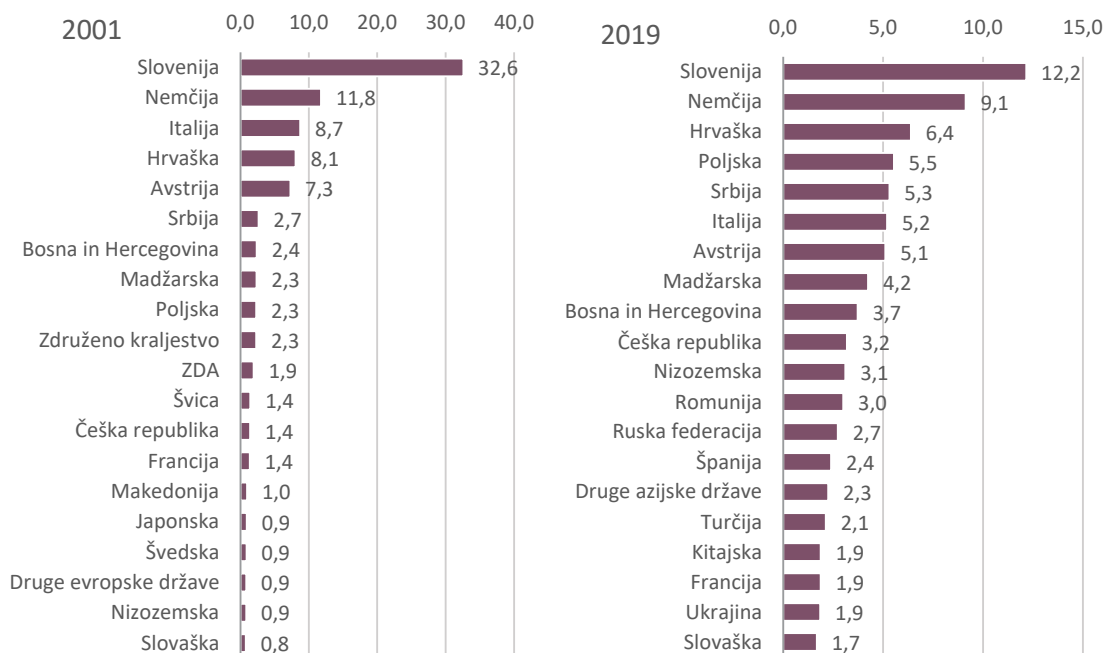
Vir podatkov: SiStat SURS.

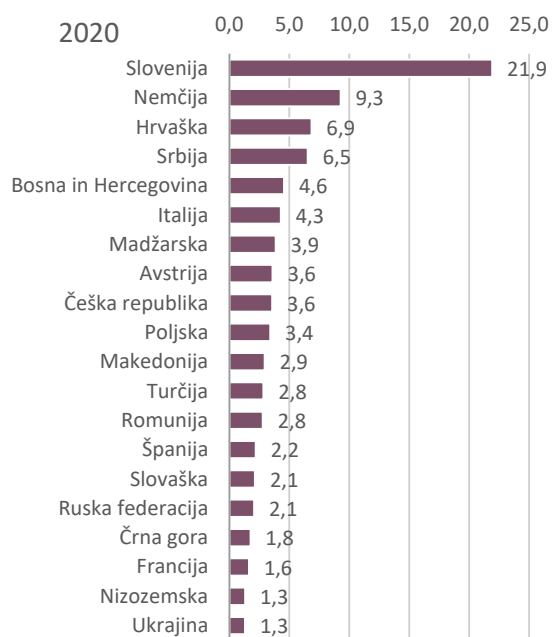
Opomba: podatki za obdobje med letoma 2000-2010 so zbrani po stari metodologiji, za obdobje med letoma 2010-2020 pa po novi metodologiji SURS (M2018).

Po letu 2000 se je turistični obisk v Mariboru povečeval predvsem na račun povečanja obiska tujih turistov, saj se delež nočitev domačih turistov v celotnem obdobju zmanjšal z okoli 25 % na okoli 15 % in se je v zadnjih letih ustalil pod 15 %. Prav tako stagnira delež nočitev turistov iz drugih držav, ki so nastale na območju bivše Jugoslavije (okoli 13 %). Oba deleža sta v Mariboru precej višja kot v Ljubljani.

Leta 2019 je delež nočitev turistov iz drugih evropskih držav dosegel okoli 87 %. Najbolj so bili zastopani turisti iz Nemčije (9,1 %) in Hrvaške (6,4 %), ki so jima sledile Poljska (5,5 %), Srbija (5,3 %) in Italija (5,2 %). V zadnjih letih se je precej povečal tudi obisk iz neevropskih držav. Pred letom 1991 so turisti iz tega območja letno realizirali manj kot 4.000 nočitev, oziroma okoli 3 % vseh v Mariboru. Po letu 2000 se je njihov delež povečalo na preko 5 %. Leta 2019 je okoli 17.000 turistov iz neevropskih držav realiziralo že nekaj manj kot 42.000 nočitev, oziroma 9,2 % vseh v Mariboru. Največ je bilo turistov iz Koreje (okoli 4.000), Kitajske (okoli 3.100), drugih azijskih držav (okoli 3.270) in ZDA (okoli 2.560), vendar so bili deleži njihovih nočitev nižji zaradi krajše povprečne dolžine bivanja.

Če primerjamo deleže nočitev po državah (slika 22) v Mariboru z deleži v Ljubljani, ugotovimo, da ima Maribor bistveno manjše gravitacijsko zaledje turističnega obiska, in da je bolj zanimiv za turiste iz držav srednje in vzhodne Evrope, kot so npr. Nemčija, Hrvaška, Poljska, Češka, Madžarska, Romunija in Ukrajina, saj so bili deleži njihovih nočitev v Mariboru vsaj dvakrat višji kot v Ljubljani. Na drugi strani pa je precej manj zanimiv za turiste iz bolj oddaljenih države EU, saj so z vsaj dvakrat nižjimi deleži nočitev kot v Ljubljani v njem zastopani turisti iz Francije, Španije, Združenega kraljestva, Belgije in Švice. Prav tako so v Mariboru precej nižji deleži nočitev turistov iz ZDA, Kitajske in Avstralije oziroma na splošno drugih kontinentov.





Slika 22: Delež nočitev turistov iz 20 držav z najvišjim deležem nočitev v Mariboru v letu 2001, 2019 in 2020 (Vir: SiStat SURS, 2020)

Opomba: podatki za leto 2001 so zbrani po stari metodologiji, za leti 2019 in 2020 pa po novi metodologiji SURS (M2018).

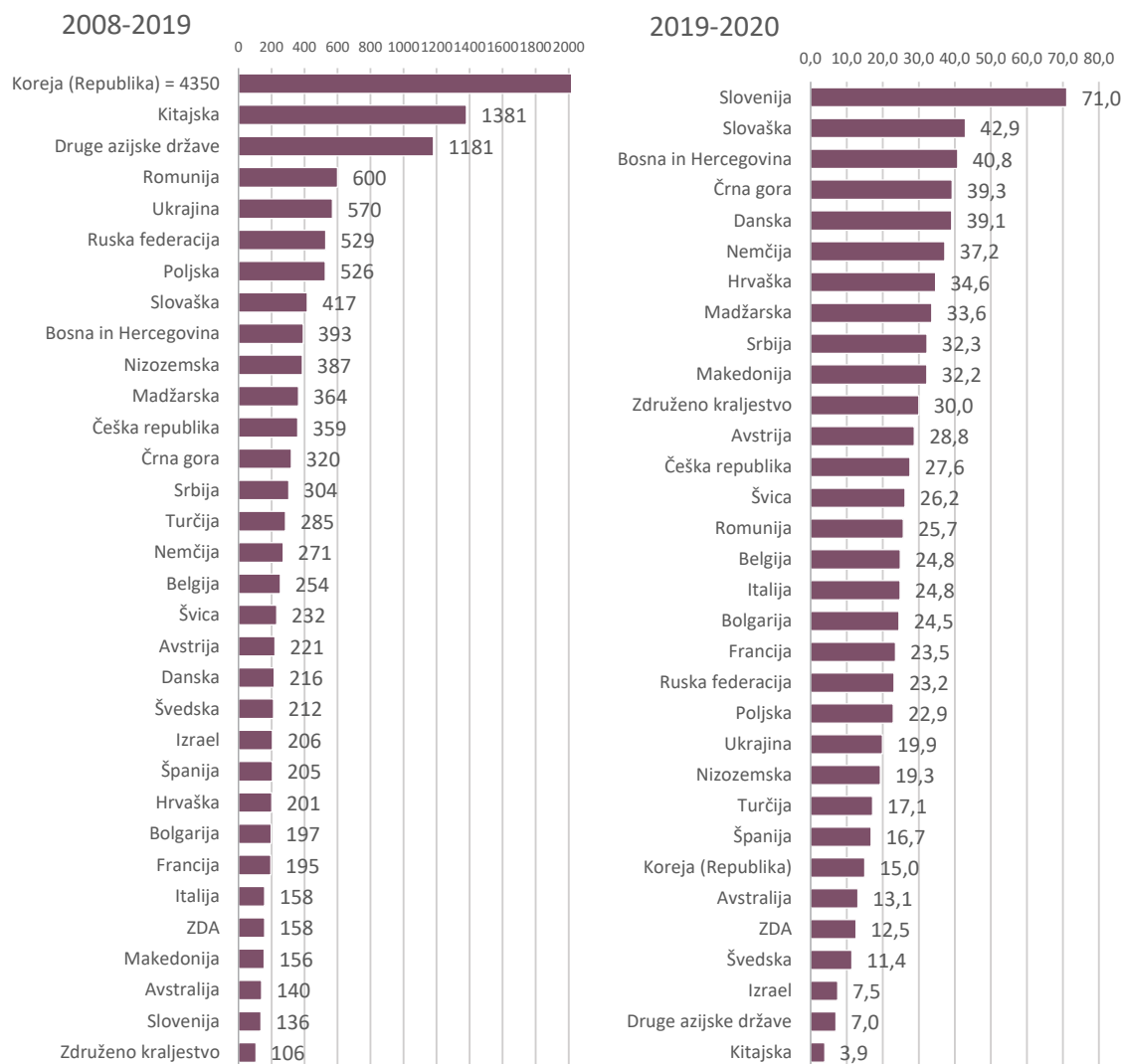
Preglednica 10: Indeks spremembe števila turistov v Mariboru med letoma 2008 in 2020 glede na območje izvora turistov. (Vir podatkov: SiStat SUR).

Leto	2008-2019		2019-2020	
Območje	Turisti	Nočitve	Turisti	Nočitve
Skupaj	241,9	221,4	33,2	43,3
Slovenija	136,4	96,0	71,0	78,0
Tujina	274,6	270,3	27,4	38,5
Druge republike bivše Jugoslavije	258,7	294,0	35,6	55,3
Sosednje države (mejne s Slovenijo)	210,5	208,6	30,1	38,4
Evropa	271,4	270,4	29,0	40,9
Izven Evrope	312,3	269,3	11,3	17,1
Azija	590,6	475,8	9,5	12,8
Severna Amerika	158,9	155,3	12,8	14,2

Opomba: Podatki se nanašajo na občino Maribor. Podatki za leto 2019 in 2020 so izračunani po novi metodologiji SURS (M2018).

Kot je bilo že navedeno, je pandemija COVID-19 v letu 2020 močno zmanjšala turistični obisk Maribora. V primerjavi z letom 2019 (preglednica 10 in slika 23) se je število tujih turistov zmanjšalo za kar 72,5 % (na okoli 51 tisoč) in delež tujih nočitev je padel na 78,1 %. Padec je najbolj opazen pri turistih z drugih kontinentov, katerih število nočitev se je zmanjšalo za skoraj 83 %, medtem ko se je iz evropskih držav v povprečju za 59 %. Največje zmanjšanje števila turistov beležijo turisti iz Kitajske (za več kot 96 %), drugih azijskih držav (za okoli 93 %), ZDA in Avstralije (za okoli 87 %), med evropskimi državami se je število turistov najbolj

zmanjšalo iz Švedske (za okoli 89 %). Poleg turistov iz Slovenije (zmanjšanje za okoli 29 %), je bilo zmanjšanje najmanjše iz bližnjih držav (iz Slovaške BiH, Črne gore, Nemčije in Hrvaške).



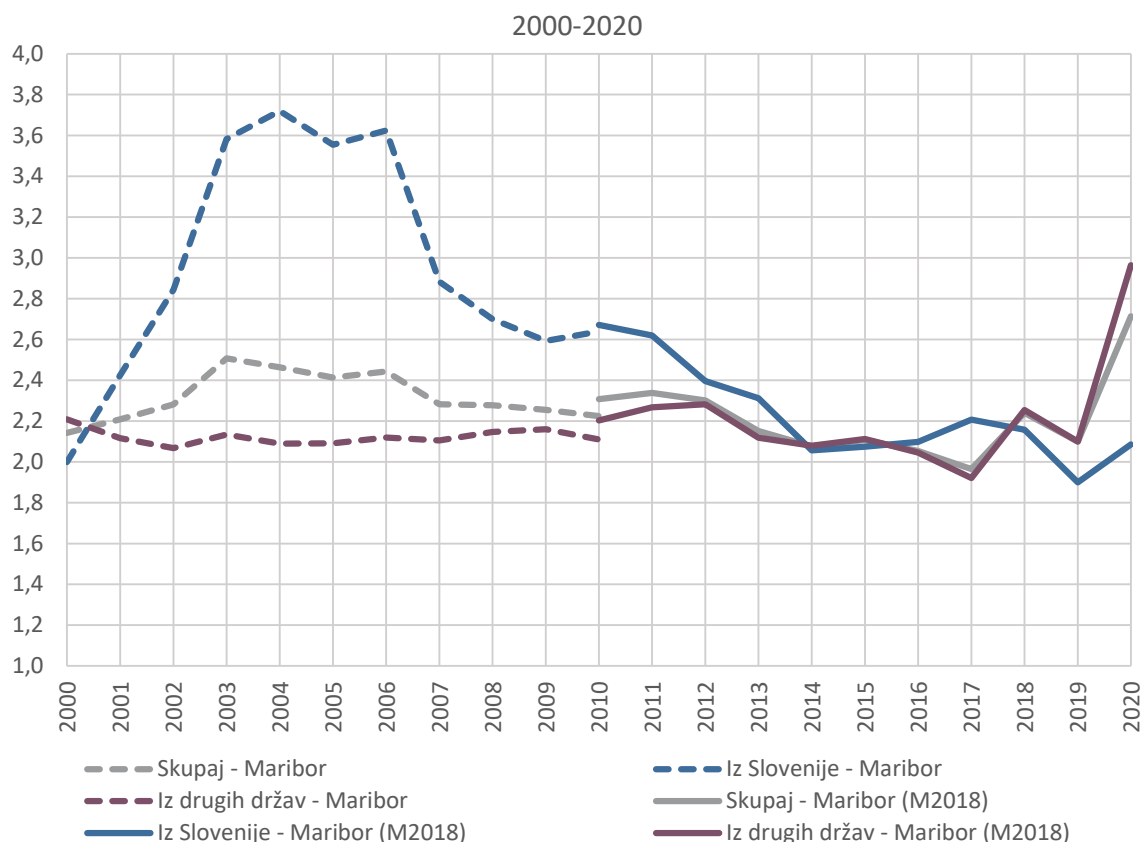
Slika 23 : Indeks spremembe števila turistov iz držav z najvišjim številom (več kot 1.000 turistov v letu 2019) v Mariboru med letoma 2008 in 2019 ter 2019 in 2020 (Vir: SiStat SURS, 2020). Opomba: podatki za leto 2008 so zbrani po stari metodologiji, za leti 2019 in 2020 pa po novi metodologiji SURS (M2018).

4.1.3 Povprečna dolžina bivanja turistov

V obdobje pred letom 2000 so bile povprečne dolžine bivanja turistov v Mariboru krajše od 2 dni. Večina turistov je mesto obiskala iz poslovnih razlogov, pomemben je bil tudi rekreacijski motiv (zlasti zimska in poletna rekreacija na Pohorju) pa tudi tranzit. Nekoliko manj od povprečja so v Mariboru bivali turisti iz drugih držav (od 1,3 do 1,6 dni), pri katerih se je v tem obdobju kazal izrazit vpliv tranzitnega turizma.

Po letu 2000 so se povprečne dolžine bivanja turistov zvišale nad 2 dni (slika 24). V obdobju med letoma 2001 - 2012 so k daljšanju prispevali predvsem turisti iz Slovenije, katerih

vrednosti so se gibale med 2,4 - 3,6 dni. Nekoliko so prispevali tudi turisti iz drugih republik bivše Jugoslavije, ki so se zopet pričeli vračati v Maribor. Opaziti je predvsem podaljševanje dolžine njihovega bivanja v zimskem času, ko so predstavljali pomemben del obiskovalcev na Pohorju. Po letu 2012 so se povprečne dolžine bivanja domačih turistov izenačile z dolžinami tujih in se gibljejo med 2,0 – 2,2 dni. So nekoliko višje kot v Ljubljani (tam 1,8 – 2,0 dni). V letu 2020 je opaziti zvišanje povprečne dolžine bivanja turistov na 2,7 dni, k čemer je prispevala predvsem daljša doba bivanja tujih turistov.



Slika 24: Povprečna dolžina bivanja turistov (dni) v Mariboru med letoma 2000 in 2020. (Vir podatkov: SiStat SURS).

Opomba: podatki za obdobje med letoma 2000-2010 so zbrani po stari metodologiji, za obdobje med letoma 2010-2020 pa po novi metodologiji SURS (M2018).

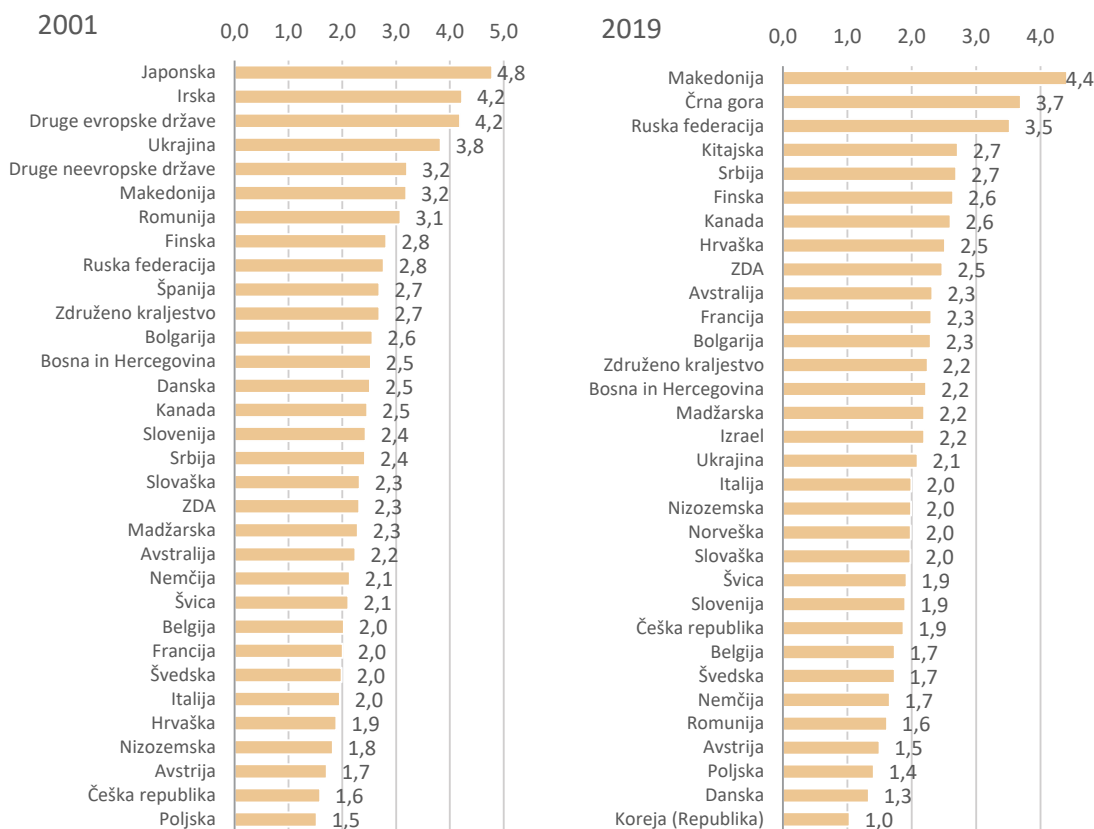
V letu 2019 so imeli najdaljšo povprečno dolžino bivanja turisti iz nekdanjih republik bivše Jugoslavije in iz nekaterih bolj oddaljenih evropskih držav. Slednji so v Maribor prišli v manjšem številu, vendar jim je mesto predstavljalo pomembno točko na njihovem potovanju. Kot prikazuje slika 25, so z najdaljšimi povprečnimi dolžinami bivanja izstopali turisti iz Makedonije (4,4 dni), Črne gore (3,7) in Ruske federacije (3,5), sledili pa so jim iz Kitajske, Srbije, Finske, Kanade in Hrvaške (med 2,5-2,7 dni). Zanimivo je, da so turisti iz Kitajske v letu 2019 zabeležili kar 2,7 dni, v letu 2017 pa le 1,6 dni. Na drugi strani so turisti iz Koreje v povprečju v Mariboru ostali le 1 dan, sledili pa so jim iz Danske (1,3), Poljske (1,4) in Romunije (1,6). Kratke povprečne dolžine imajo tudi turisti iz bližnje Avstrije (1,5) in Nemčije (1,7).

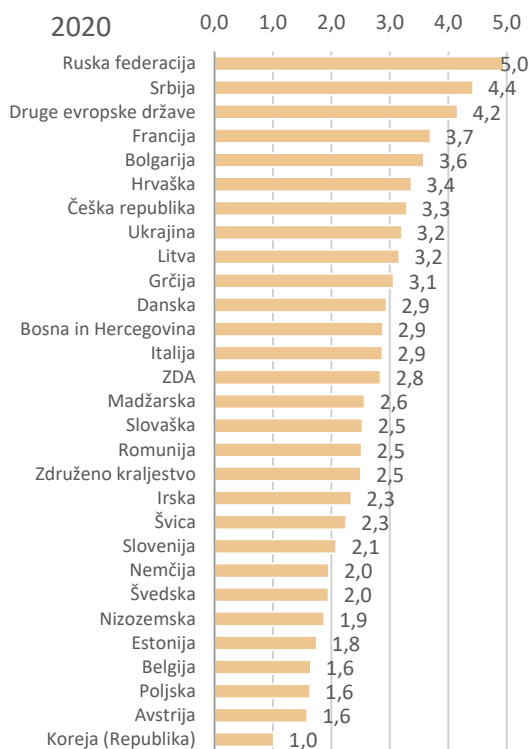
Glede na navedeno je očitno, da Maribor v Evropi (in širše) ne predstavlja dovolj velike in prepoznavne turistične destinacije, ki bi s svojim turističnim potencialom in ponudbo

privabljala turiste, da bi v njem ostali dlje časa. Hkrati pa to tudi sovпада s povprečno dolžino bivanja v mestnih destinacija, ki so znane po krajših oddihih.

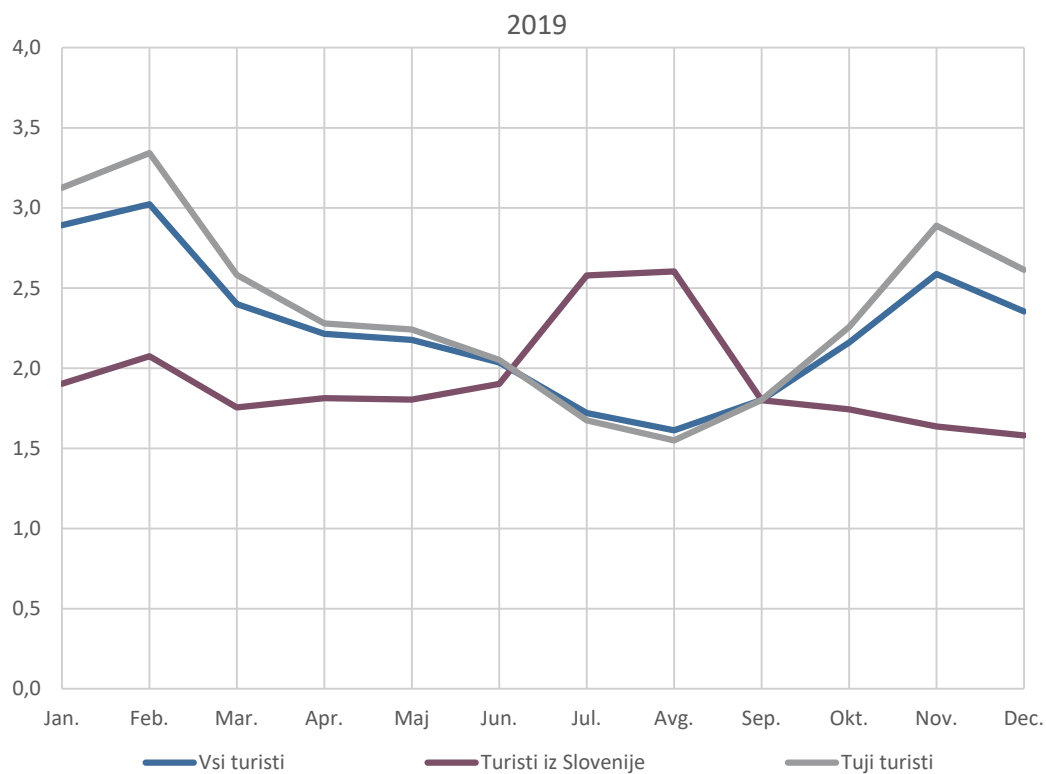
Podatki za leto 2020 kažejo nekoliko drugačen vrstni red držav po povprečni dolžini bivanja, vendar je potrebno pri tem opozoriti, da so bile razmere za potovanja zaradi pandemije COVID-19 povsem drugačne kot prejšnja leta, in da je na daljše dolžine vplivalo predvsem majhno število turistov.

Povprečne dolžine bivanja turistov po mesecih (slika 26) so bile v letu 2019 najdaljše pri tujih turistih v zimskih mesecih (v januarju 3,1 dni in februarju 3,4 dni), najnižje pa v poletnih mesecih (v juliju 1,6 dni in avgustu 1,5 dni), pri domačih turistih pa je bilo ravno obratno. V zimskih mesecih predstavlja Pohorje pomembno destinacijo za smučarje iz sosednjih držav, predvsem Hrvaške in Madžarske, v poletnih mesecih pa se večina tujih turistov kot tranzitni gosti ustavijo v Mariboru za dan ali dva.





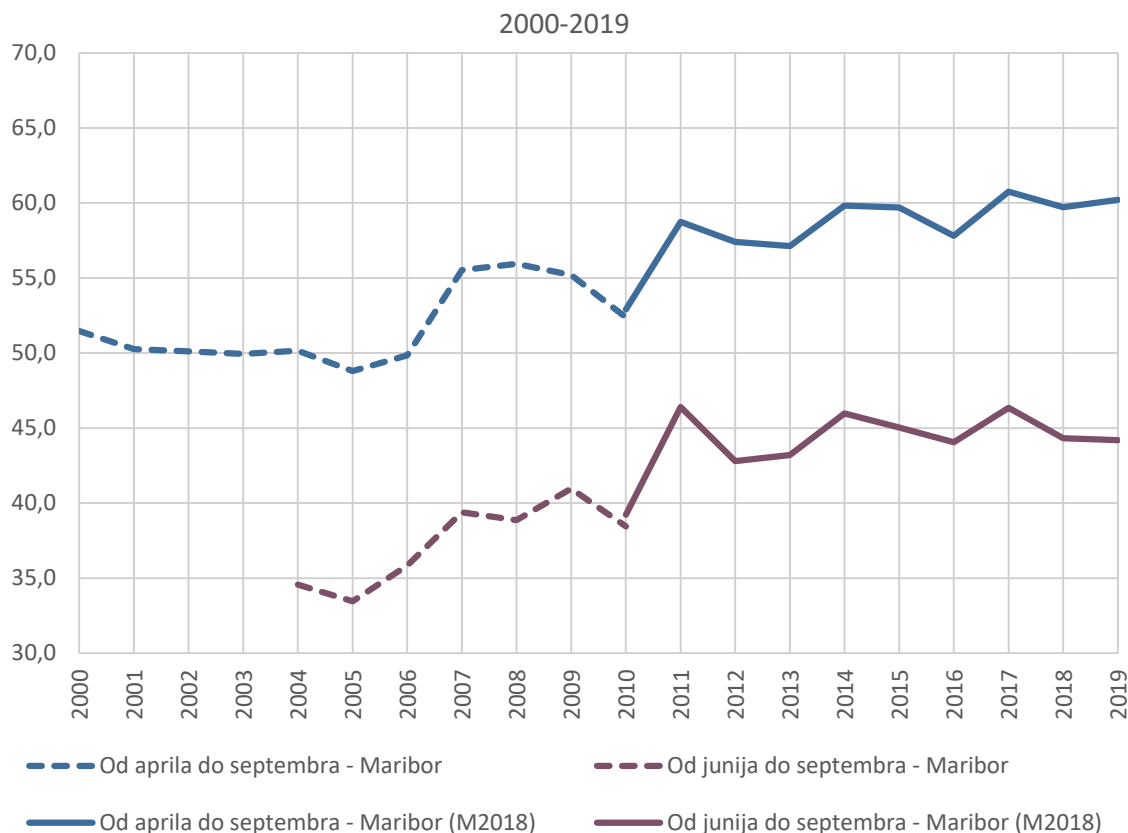
Slika 25: Povprečna dolžina bivanja turistov iz izbranih držav v Mariboru v letih 2001, 2019 in 2020. (Vir: SiStat SURS, 2020). Opomba: podatki za leto 2001 so zbrani po stari metodologiji, za leti 2019 in 2020 pa po novi metodologiji SURS (M2018).



Slika 26: Povprečna dolžina bivanja turistov (dni) po mesecih v Mariboru v letu 2019. (Vir: SiStat SURS, 2019).

4.1.4 Sezonska razporeditev turističnega obiska

V obdobju pred letom 2006 je bilo v poletni sezoni (od aprila do septembra) v Mariboru v povprečju realiziranih od 47 do 52 % nočitev (slika 27). Večji pomen je v tem obdobju imel poslovni turizem, za katerega je značilna dokaj enakomerna razporeditev nočitev preko celega leta. Z nižjim deležem so izstopala predvsem 90. leta prejšnjega stoletja, ko je bilo v več kot polovici let v poletni sezoni realiziranih manj kot 50 % nočitev. Po letu 2006 se je z močnim povečevanje turističnega obiska in deleža tujih turistov višal tudi delež nočitev v poletni sezoni, ki se je med letoma 2011–2019 povečal na okoli 60 %. Na večanje pomena poletne sezone v ožjem smislu kaže tudi delež nočitev med junijem in septembrom, ki se v zadnjem desetletju giblje okoli 45 %.

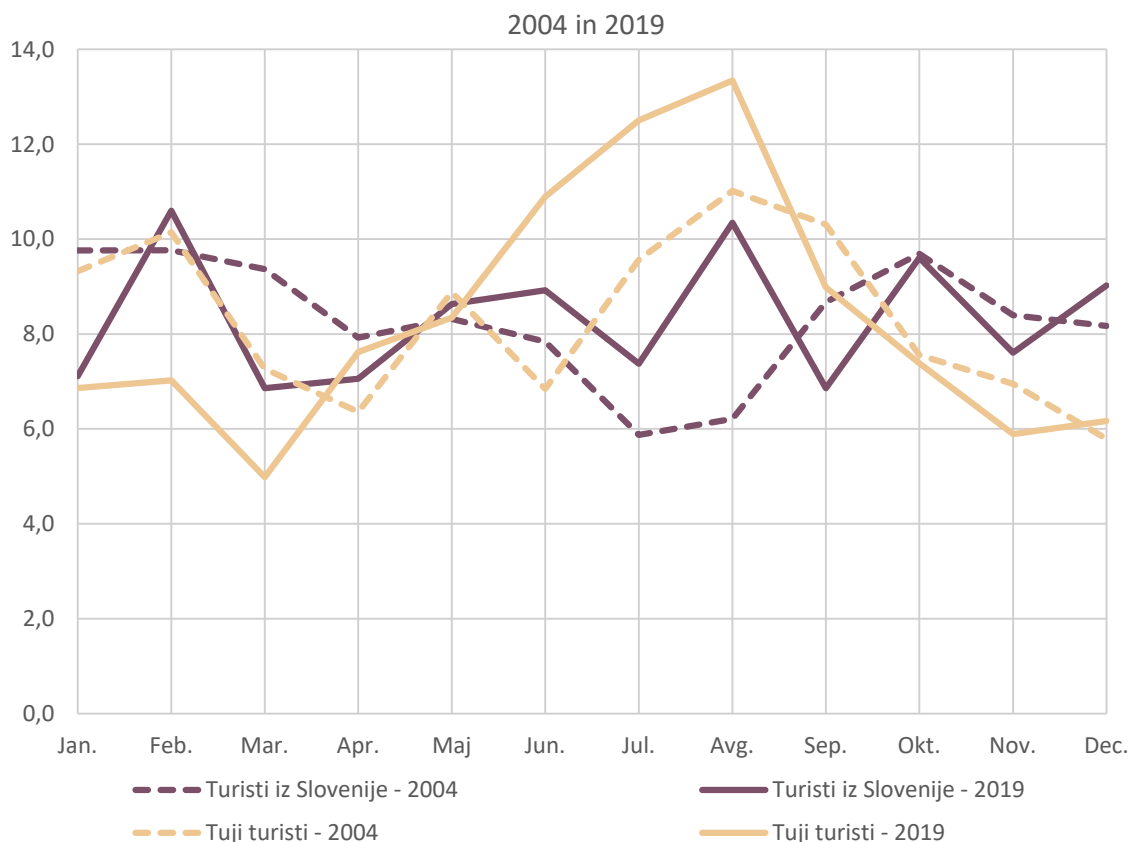


Slika 27: Delež nočitev po sezonah v Mariboru med letoma 2000 in 2019 (Vir: SiStat SURS).

Opomba: podatki po deležu nočitev po sezonah so za obdobje med letoma 2000-2010 zbrani po stari metodologiji, za obdobje med letoma 2010-2020 pa po novi metodologiji SURS (M2018).

Tudi analiza deleža nočitev po mesecih (slika 28) kaže, da so v zadnjem desetletju prišli v ospredje poletni meseci (junij, julij, avgust), ko mesto obišče veliko število tujih turistov. Privabljajo jih različne prireditve, večina tujih turistov pa se kot tranzitni gosti ustavijo v Mariboru za dan ali dva. Dobro so zastopani tudi zimski meseci (januar, februar), vendar v odvisnosti od višine snežne odeje in možnosti smučanja na Pohorju, najmanj obiska (manj kot 7 % letnih nočitev) pa je v spomladanskih mesecih (marec, april) in pozno jeseni (november). Takrat sta tudi deleža tujih turistov najnižja.

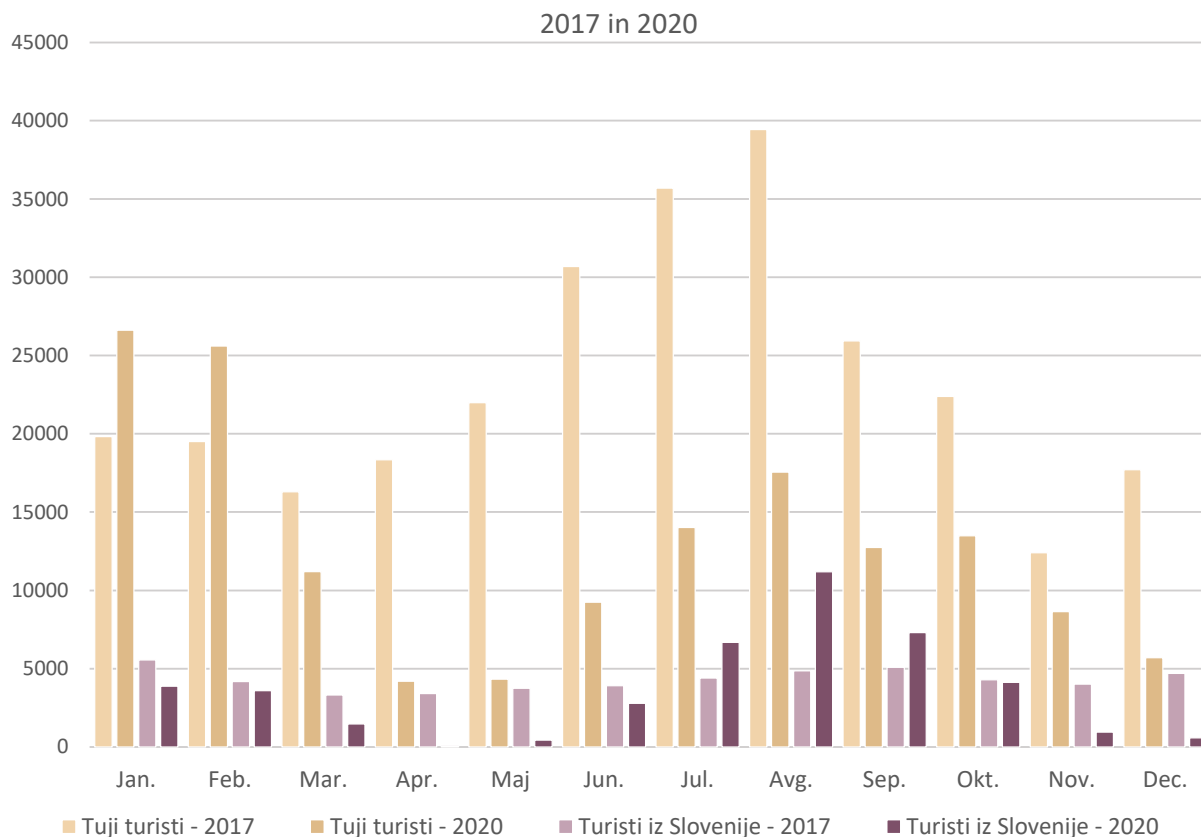
Razporeditev nočitev po mesecih za leto 2019 kaže, da so bile nočitve turistov iz Slovenije dokaj enakomerno zastopane preko celega leta, z višjim deležem pa sta izstopala februar (10,6 %) in avgust (10,3 %). Nočitve tujih turistov so bile nadpovprečno zastopane v dveh poletnih mesecih, tj. v juliju (12,5 %) in avgustu (13,3 %), ko je bilo v Mariboru registriranih več kot četrtina vseh tujih nočitev v letu 2019. V odvisnosti od smučarske sezone (snežnih razmer) je večji delež tujih turistov zastopan tudi februarja (kot je bilo to npr. v letu 2017).



Slika 28: Delež nočitev po mesecih v Mariboru v letu 2004 in 2019. (Vir: SiStat SURS, 2019)

Opomba: podatki za leto 2004 so zbrani po stari metodologiji, za leto 2010-2019 pa po novi metodologiji SURS (M2018).

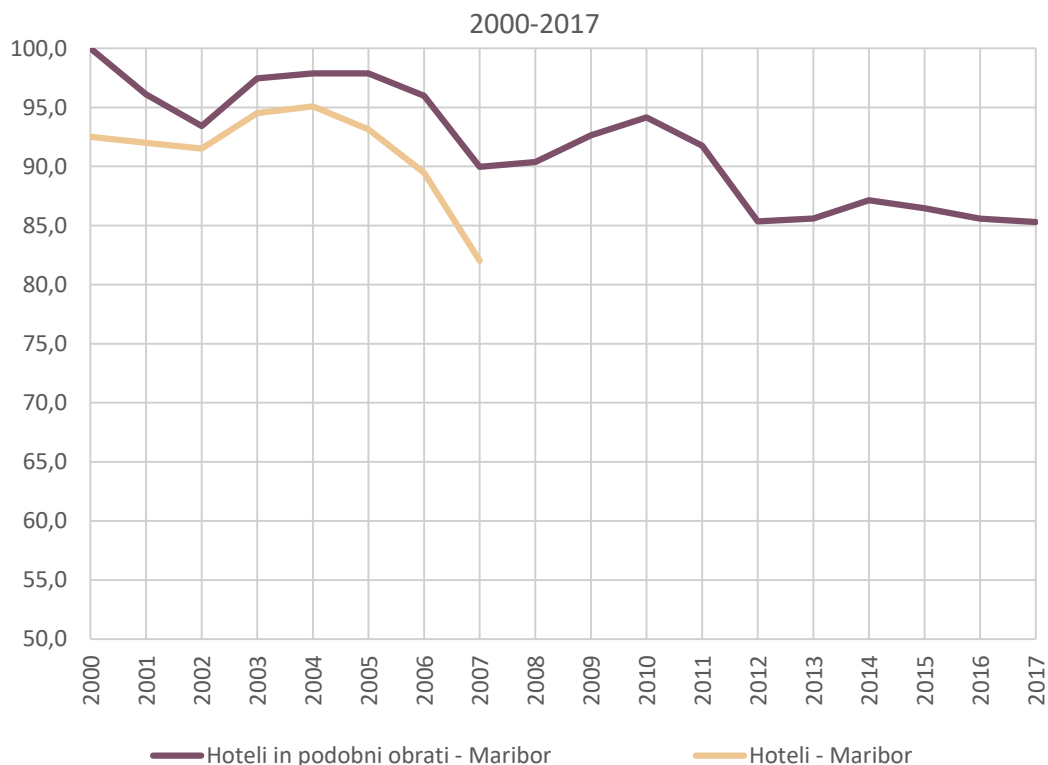
Podatki za leto 2020 (slika 29) kažejo, da se je v Mariboru v prvih dveh mesecih nadaljeval trend rasti števila nočitev tujih turistov. Pandemija COVID-19 (z vsemi ukrepi »lockdowna« in omejitvami prehajanja meja) pa je popolnoma ohromila turistični obisk v spomladanskih in nato v drugem valu tudi v jesenskih mesecih. Z omilitvijo ukrepov se je ponovno vzpostavil turistični obisk v poletnih mesecih, za katerega pa je bilo značilno bistveno zmanjšanje števila tujih turistov. V primerjavi z letom 2017 (opomba: za leto 2018 in 2019 podatki po mesecih niso na voljo) se je število njihovih nočitev zmanjšalo za okoli 60 %, medtem ko se je število domačih turistov v tem obdobju celo nekoliko povečalo (v avgustu 2020 se je celo podvojilo v primerjavi z avgustom 2017).



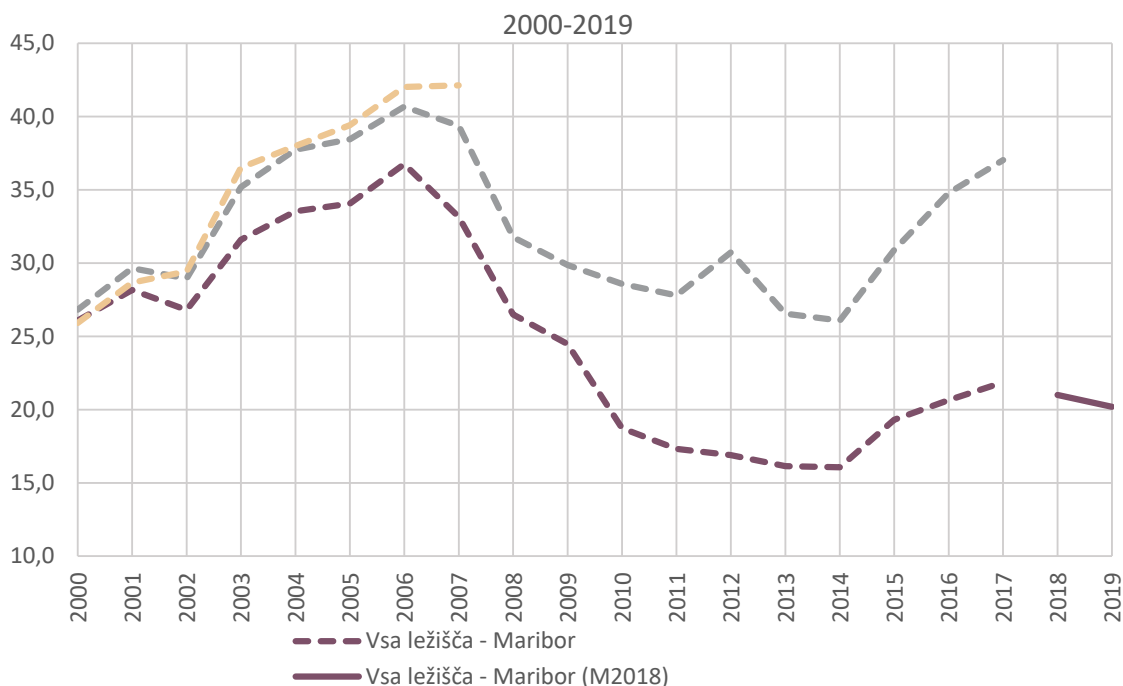
Slika 29: Število nočitev po mesecih turistov v Mariboru v letu 2017 in 2020. (Vir: SiStat SURS, 2020)

4.1.5 Stopnja zasedenosti turističnih ležišč

Podatki kažejo, da je bila turistična ponudba v Mariboru v celotnem obdobju bolj ali manj koncentrirana predvsem v hotelskih objektih. Še bolj kot ležišča pa je bil na hotelske objekte koncentriran turistični obisk. V 70. in 80. letih so v hotelih registrirali med 91-98 % vseh nočitev (slika 30). Na prehodu v 90. leta se je ta delež znižal pod 90 %, v drugi polovici 90. let pa povečal celo na 99 %. Po letu 2000 se je delež, zaradi razširitve ponudbe prenočitvenih kapacitet, pričel postopoma zmanjševati; s 95 % v letu 2004 na 85 % v letu 2008. V zadnjem desetletju se je turistična ponudba močno povečala, spremenila in dopolnila tudi z drugimi ponudniki. Poleg novih hotelov so bili v Mariboru odprti številni novi obrati, predvsem z ležišči v dopolnilnih namestitvenih objektih, katerih število je hitro naraščalo, zlasti z zajemom po novi metodologiji SURS. Leta 2017 so ležišča v hotelih in podobnih obratih predstavljala le še okoli 50 % vseh prenočitvenih zmogljivosti v Mariboru, vendar pa je bilo v njih še vedno registriranih okoli 85 % vseh nočitev, kar je precej več kot v Ljubljani (okoli 70 %). Podatki za kasnejše obdobje žal niso na voljo.



Slika 30: Delež nočitev po vrsti obratov v Mariboru med letoma 2000 in 2017 (Vir: SiStat SURS, 2019). Opomba: podatki po deležu nočitev po vrstah obratov so na voljo le do leta 2017 in so zbrani po stari metodologiji SURS.



Slika 31: Delež zasedenosti turističnih ležišč po vrsti obratov v Mariboru med letoma 2000 in 2019. (Vir: SiStat SURS, 2019). Opomba: podatki po deležu nočitev po vrstah obratov so na voljo le do leta 2017 in so zbrani po stari metodologiji SURS. Podatki po novi metodologiji SURS (M2018) so na voljo le za obdobje med letoma 2018-2019 in to le za vsa ležišča. Glej metodološko pojasnilo [SURS](#).

4.2 Značilnosti tujih turistov v Mariboru

Statistični urad Republike Slovenije (SURS) je v letu 2015 izvedel raziskavo, s katero je pridobil vpogled v stanje turizma v Sloveniji, potrošnji tujih turistov, sociodemografskih značilnostih, njihovem zanimanju, vse splošnim zadovoljstvom, prihodu in prevozu. Raziskava daje statistično pomembne rezultate za mesto Ljubljana, za mesto Maribor pa je bil zajet premajhen vzorec, zato rezultati niso reprezentativni. V letu 2019 je bila raziskava izvedena obsežnejše kot leta 2015, pri čemer ni bil zajet enak nabor podatkov kot v predhodni raziskavi, vendar tudi za to leto podatki za Maribor, po pojasnilu SURS, niso reprezentativni. Tako smo se lahko oprli na podatke TIC-a Maribor in raziskavo s tujimi turisti podjetja Valicon iz leta 2018, ki je podrobneje predstavljena v poglavju 6.

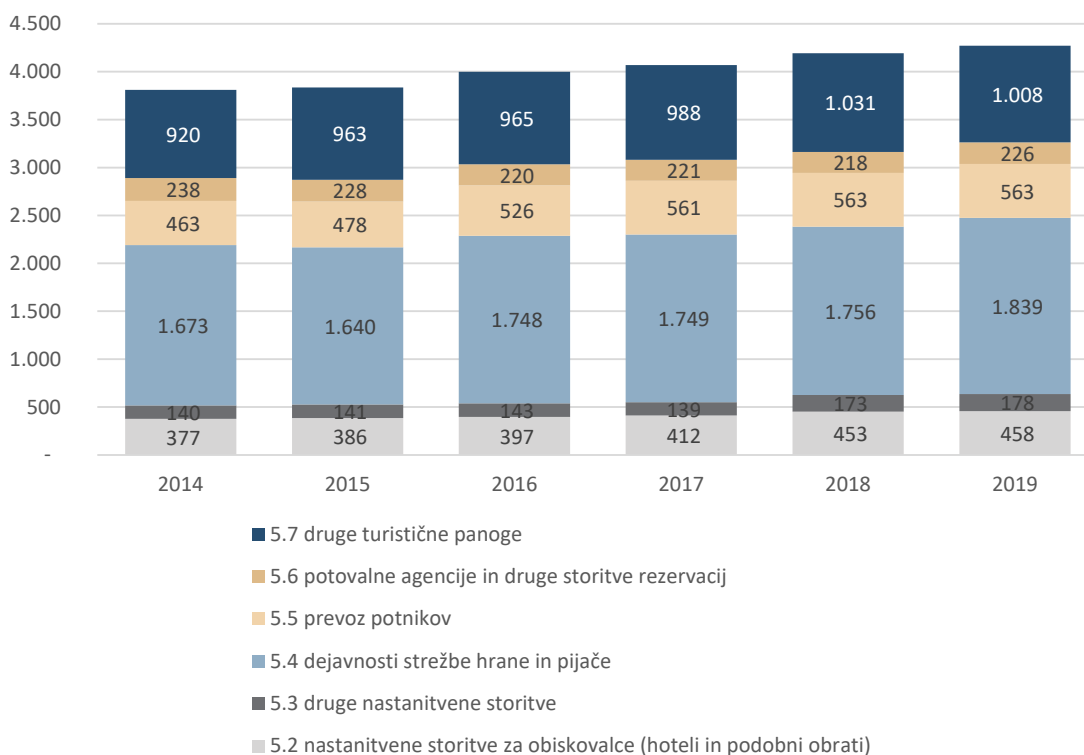
TIC Maribor zbira vsakoletne podatke o številu obiskovalcev in številu turističnih vodenj v Mariboru. V letu 2019 so zabeležili preko 54.000 obiskovalcev, kar je 12 % več kot v letu 2018. Največ obiskovalcev se je zvrstilo v avgustu, juliju in septembru, sledijo maj, oktober in april. Med obiskovalci v TIC-u so prevladovali tujci z 78 %. Med tujimi obiskovalci so bili na prvem mestu Avstrijci, sledili so jim Nemci, Italijani, Španci in Francozi. V letu 2019 je TIC Maribor izvedel tudi 439 vodenj (2 % manj kot leta 2018) za skupno 10.117 udeležencev. Največ vodenj je potekalo v nemškem jeziku, sledila so vodenja v angleškem in slovenskem jeziku. V primerjavi z letom 2018 so ugotavljali porast vodenj v februarju in upad v decembru (Letno poročilo ..., 2019, 2020).

5 ZAPOSILITVENA STRUKTURA V TURIZMU

5.1 Zaposleni po skupinah poklicev in študentsko delo

Delovno aktivno prebivalstvo na področju turizma je zajeto v šestih kategorijah in sicer 5.2 nastanitvene storitve za obiskovalce (hoteli ipd.), 5.3 druge nastanitve, 5.4 strežbo hrane in pijače, 5.5 prevoz potnikov, 5.6 organizacijo potovanj in 5.7 druge turistične panoge. Kategorije so opredeljene v okviru standardne klasifikacije poklicev (SKP-08, več na povezavi: <https://www.stat.si/skp/>) in jih zaradi primerljivosti in preglednosti ohranjamo v tekstu in na slikah. Podatke smo pridobili od Statističnega urada Republike Slovenije v letu 2020. V teh podatkih ni zajetih študentov, zaposlenih na področju turizma. Po podatkih Študentskega servisa d.o.o., ki smo jih prejeli za leti 2019 in 2020, je približno 12 % vseh študentskih del opravljenih na področju gostinstva in turizma. V letu 2019 je bilo objavljenih 1.349 oglasov, od tega največ – 71 % v strežbi, 17 % za delo v kuhinji, 7 % za promocije, hostese in degustacije ter 5 % za delo na recepciji. V letu 2020 se je število oglasov zmanjšalo za 25 % (1.034 oglasov), razmerje med tipi oglaševanega dela pa je ostalo enako.

Delovno aktivno prebivalstvo po podatkih SURS-a in glede na sliko 32 v obdobju med 2014 in 2019 kaže vsakoletno rast. V celoti se je število zaposlenih v petih letih povečalo za 10 % in sicer s 3.811 v letu 2014 na 4.272 v letu 2019. Porast lahko opazimo v vseh kategorijah z izjemo kategorije 5.6 potovalne agencije in druge storitve rezervacij, pri kateri smo zaznali rahel upad v letu 2019. Izrazita rast je bila zaznana v kategoriji 5.4 dejavnosti strežbe hrane in pijače v obdobju 2015 in 2016 in sicer 6,2 % in v letih 2018 in 2019 – povečanje je bilo 4,5 %.



Slika 32: Struktura zaposlenih v Mestni občini Maribor po letih, 2014-2019.

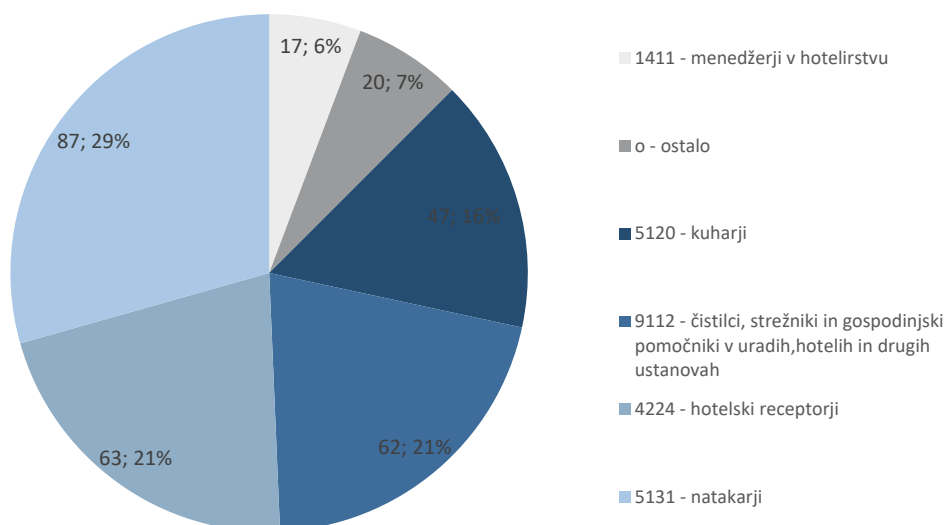
V celotni mestni občini predstavlja število zaposlenih v turističnih panogah 6,7 % oziroma 4.272 od 63.643 vseh zaposlenih v letu 2019, v letu 2014 je bil ta delež 6,9 % (3.811 od 55.310 vseh zaposlenih). V letu 2019 je po posameznih kategorijah 43 % zaposlenih v dejavnosti strežbe hrane in pijače, 23 % v drugih turističnih panogah, 13 % v prevozu potnikov, 10 % v nastanitvenih storitvah za obiskovalce (hoteli, ipd.), 5 % v potovalnih agencijah in drugih rezervacijskih storitvah in 4 % v drugih nastanitvenih storitvah (SURs, 2020).

5.2 Zaposleni po podrobnejših kategorijah

V tem poglavju prikazujemo strukturo poklicev znotraj posamezne storitvene kategorije v turizmu. Upoštevali smo podatke za leto 2019. Kategorije Z – zakriti odgovori (število ni na voljo oziroma ni zabeleženo) nismo prikazali, nekatere kategorije, ki so zajemale manjše število oseb, smo zaradi berljivosti grafikonov združili v eno kategorijo pod imenom »ostale kategorije«. Opis te kategorije je pri vsakem grafikonu posebej opredeljen (katera vrednost je bila upoštevana in kaj spada v njo).

5.2.1 Zaposleni v nastanitvenih storitvah

Prikazana je struktura poklicev znotraj posamezne kategorije storitev v podsektorju nastanitve. Pri tem smo upoštevali podatke za leto 2019. Kategorija »ostale kategorije« zajema skupine poklicev z vrednostmi pod 10 oseb. Kategorije Z – zakriti odgovori (število ni na voljo oziroma ni zabeleženo) na grafikonih nismo prikazali, saj prevladuje pri skoraj vsaki kategoriji, zaradi česar bi se lahko zgubila relevantnost podatkov, ki pa vrednosti imajo vpisane.

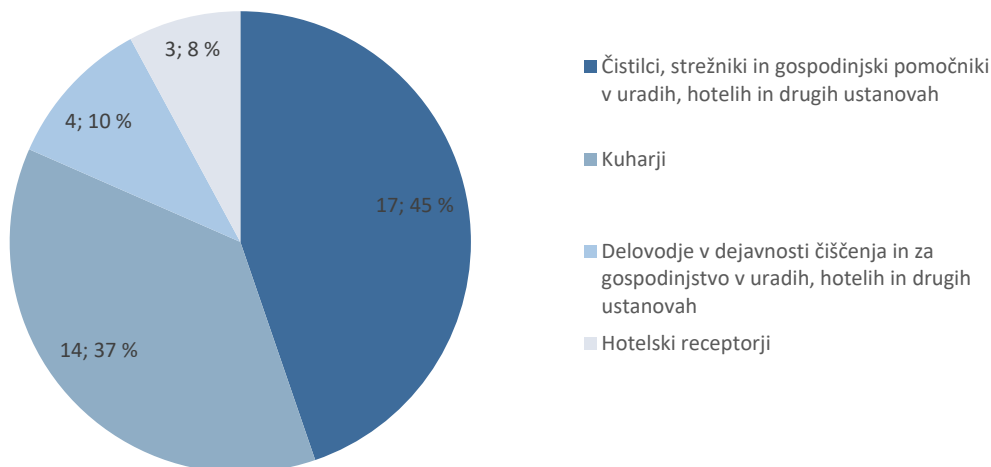


Slika 33: Delež posameznih poklicev v nastanitvenih storitvah (hoteli in podobne storitve) v Mestni občini Maribor v letu 2019, kategorija 5.2 (SURs, 2020).

Slika 33 prikazuje posamezne skupine poklicev znotraj kategorije 5.2 – nastanitvene storitve za obiskovalce (hoteli in podobni obrati), v kateri je skupno zaposlenih 458 delavcev. S slabo tretjino prevladuje skupina natakarji (30 %), sledijo ji hotelski receptorji (21 %), čistilci, strežniki in gospodinjski pomočniki v uradih, hotelih in drugih ustanovah (21 %) ter z 16 % kuharji, kar je 47 oseb. Ostale poklice zastopajo strokovnjaki za prodajo, oglaševanje in trženje; menedžerji za trženje in prodajo; delovodje v dejavnosti čiščenja in za gospodinjstvo v uradih,

hotelih in podobnih ustanovah ter menedžerji v restavracijah in podobnih gostinskih obratih, ki skupaj predstavljajo 7 % oziroma 20 oseb od skupno 458 zaposlenih v tej kategoriji.

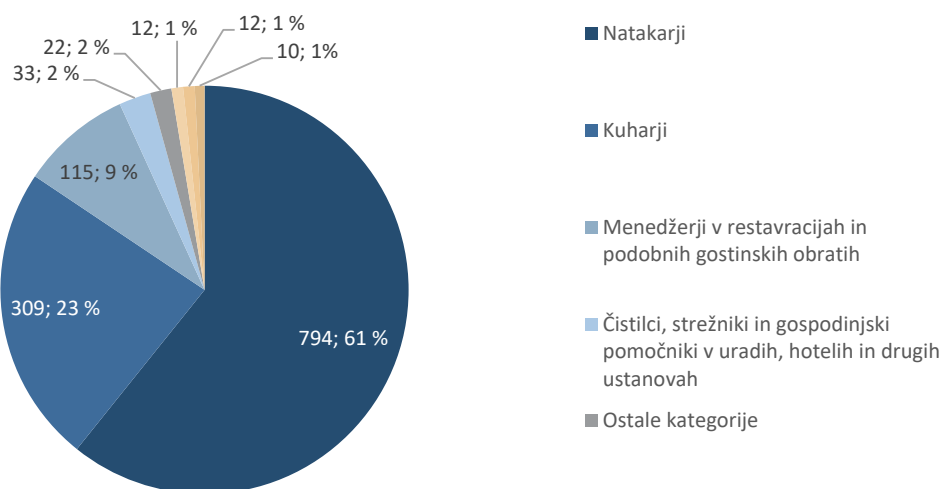
5.2.2 Zaposleni v drugih nastanitvenih storitvah



Slika 34: Delež posameznih poklicev v drugih nastanitvenih storitvah v Mestni občini Maribor v letu 2019, kategorija 5.3 (SURs, 2020)

Kategorija druge nastanitvene storitve zajema tiste nastanitve, ki niso zajete v predhodnem grafikonu, torej kampi in podobno, in ima drugi najmanjši nabor skupin poklicev. Skupno je v tej kategoriji zaposlenih 178 oseb, struktura zaposlitve pa je precej poenostavljena, saj zajema le štiri skupine poklicev s pripisanimi vrednostmi. Kot kaže slika 34, skoraj polovico predstavljajo čistilci, strežniki in gospodinjki pomočniki v uradih, hotelih in drugih ustanovah (45 %), najmanj je hotelskih receptorjev (8 %).

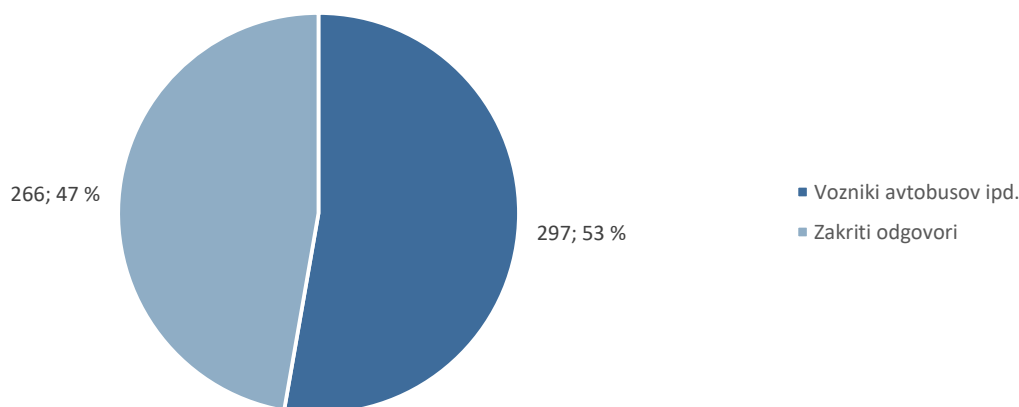
5.2.3 Zaposleni v dejavnosti strežbe, hrane in pijače



Slika 35: Delež posameznih poklicev v dejavnosti strežbe hrane in pijače v Mestni občini Maribor v letu 2019, kategorija 5.4 (SURs, 2020).

V dejavnosti strežbe hrane in pijače je bilo v letu 2019 zaposlenih 1.839 oseb, kar v Mariboru od vseh zaposlenih predstavlja 3 %, od zaposlenih v turizmu pa 43 % (1.839 od skupno 4.272 oseb zaposlenih v kategoriji 5.4 v letu 2019). Gre za eno bolj raznolikih kategorij poklicev (11 skupin), v kateri z več kot dobro polovico prevladuje skupina natakarji (61 %), s slabo tretjino ji sledijo kuharji (23 %) in s slabo desetino menedžerji v restavracijah in podobnih gostinskih obratih (9 %; glej sliko 35). V skupini »ostale kategorije« so zajeti poklici, kot so menedžerji za kadrovske in splošne zadeve, trgovske poslovodje, trgovci v lastnih trgovinah in delovodje v dejavnosti čiščenja in za gospodinjstvo v uradih, hotelih in drugih ustanovah, kar predstavlja le 2 % oziroma 22 oseb.

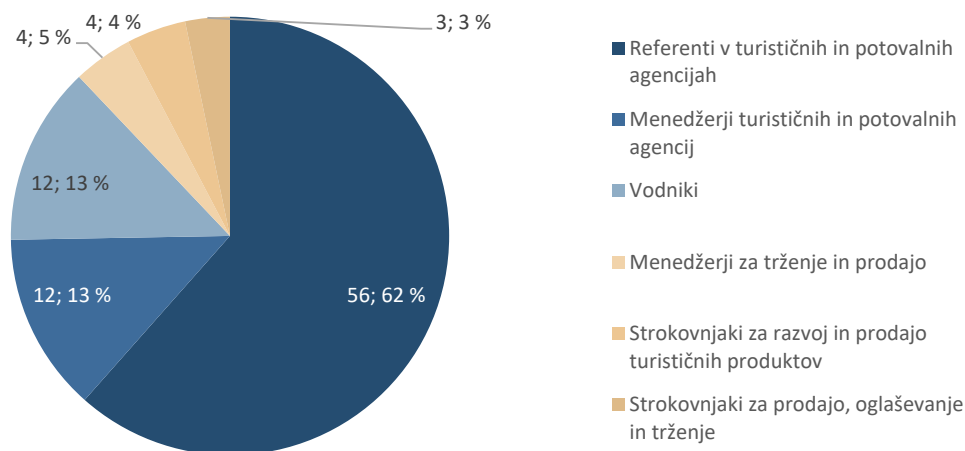
5.2.4 Zaposleni v prevozih potnikov



Slika 36: Delež posameznih poklicev v prevozu potnikov v Mestni občini Maribor v letu 2019, kategorija 5.5 (SURS, 2020).

S prevozom potnikov se ukvarja 563 zaposlenih. Slika 36 je edini prikaz, v katerem sta zajeti le dve skupini in sicer skupina vozniki avtobusov, ki z več kot polovico prevladuje (53 %) nad skupino »zakriti odgovori«, ki smo jo pri grafikonu upoštevali zaradi lažjega prikaza podatkov. Ostalih skupin v tej kategoriji ni bilo omenjenih oziroma podatki niso na voljo.

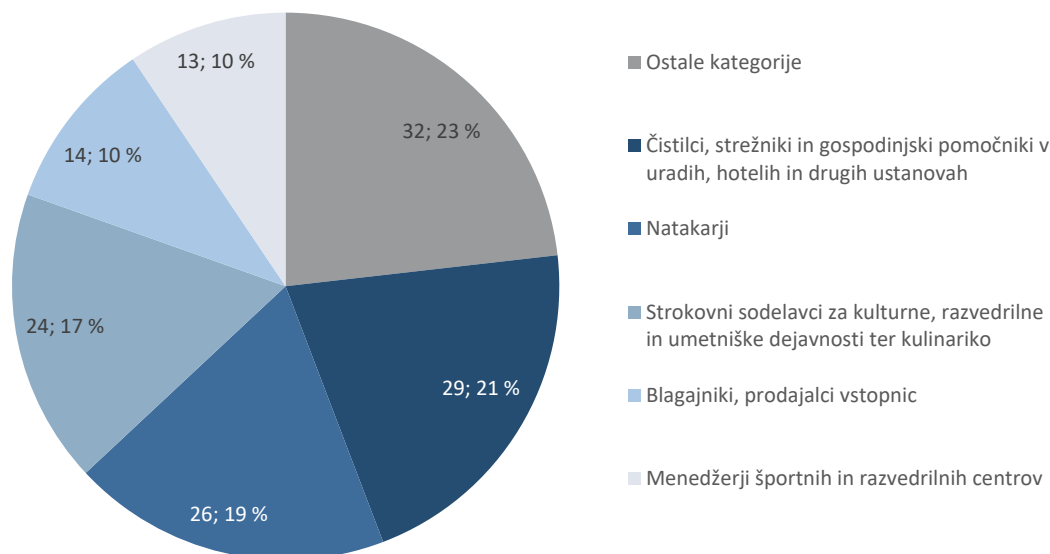
5.2.5 Zaposleni v potovalnih agencijah in drugih storitvah rezervacij



Slika 37: Delež posameznih poklicev v potovalnih agencijah in drugih rezervacijskih storitvah v Mestni občini Maribor v letu 2019, kategorija 5.6 (SURS, 2020).

V potovalnih agencijah je zaposlenih 226 oseb, med katerimi z več kot dobro polovico prevladuje skupina referenti v turističnih in potovalnih agencijah (62 %), z dobro desetino ji sledijo vodniki (13 %) in strokovnjaki za razvoj in prodajo turističnih produktov (slika 37). Enako ali manj kot 5 % pa zajemajo skupine, ki sodijo v kategorijo strokovnjakov in menedžerjev.

5.2.6 Zaposleni v drugih turističnih panogah



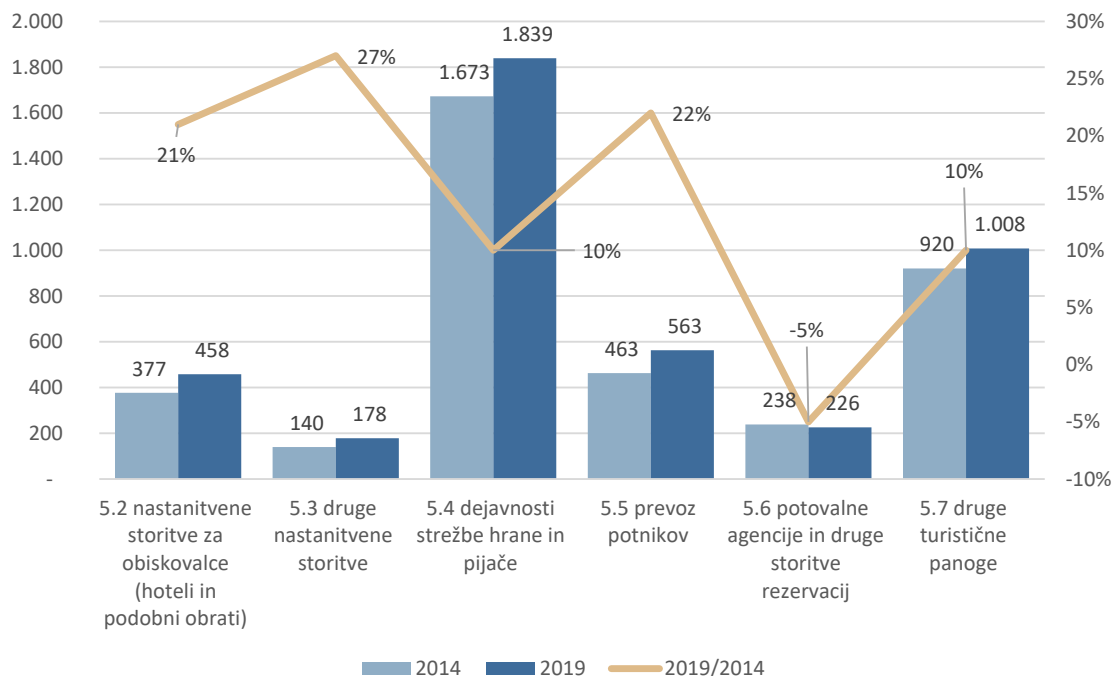
Slika 38: Delež posameznih poklicev v drugih turističnih panogah v Mestni občini Maribor v letu 2019, kategorija 5.7 (SURS, 2020).

Kategorija »druge turistične panoge« zajema zaposlene, ki so zaposleni pri turističnih ponudnikih, ki se večinoma nanašajo na znamenitosti, kreativni sektor in druge podobne dejavnosti v turizmu. Skupno je v tej kategoriji 1.008 zaposlenih, med katerimi s slabo tretjino prevladujejo »ostale kategorije« (23 %, glej sliko 38), to so grafični in multimedijški oblikovalci, menedžerji za trženje in prodajo, hotelski receptorji, menedžerji za kadrovske in splošne zadeve, prodajalci, fotografi, strokovnjaki za prodajo, oglaševanje in trženje, menedžerji za oglaševanje in odnose z javnostmi. Sledijo čistilci, strežniki in gospodinjski pomočniki v uradih, hotelih in drugih ustanovah z 21 %; natakarji z 19 % in strokovni sodelavci za kulturne, razvedrilne in umetniške dejavnosti ter kulinariko z 17 %. Z desetino so v to kategorijo vpeti blagajniki, prodajalci vstopnic (10 %) in menedžerji športnih in razvedrilnih centrov (10 %).

5.3 Primerjava števila zaposlenih med letoma 2014 in 2019

Pogledali smo še, kakšna je bila sprememba števila zaposlenih v petletnem obdobju med 2014 in 2019, ko je bila rast turizma največja. Skupno se je število zaposlenih povečalo za dobro desetino, torej 11 % (slika 39). Z največjo spremembo izstopa kategorija zaposlenih v drugih nastanitvenih storitvah, kjer je število zaposlenih naraslo za 27 %, z eno petino naraščanja ji sledita kategoriji nastanitvene storitve za obiskovalce (hoteli, ipd.) (21 %) in prevoz potnikov (22 %), z desetino pa druge turistične panoge in dejavnosti strežbe hrane in pijače. Kategorija dejavnosti strežbe hrane in pijače prevladuje v številu zaposlenih, v letu 2019 je bilo zabeleženih 1.839 zaposlenih. Potovalne agencije in druge rezervacijske storitve je edina

kategorija, ki ima zabeleženo negativno vrednost, torej upad števila zaposlenih. V letu 2014 je bilo v tej kategoriji zaposlenih 238 oseb, v letu 2019 pa 226 oseb, kar pomeni zmanjšanje za 5 %.



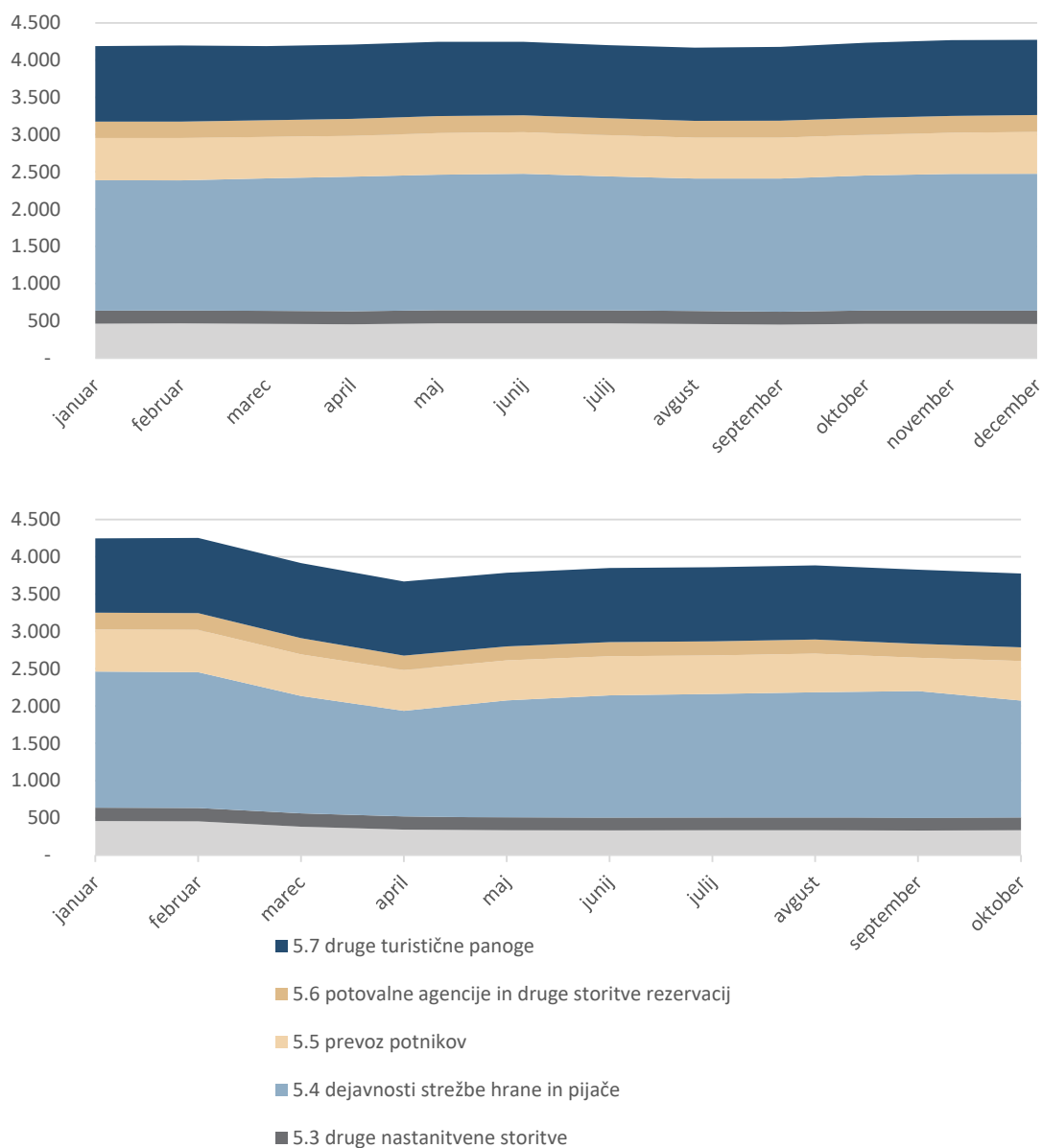
Slika 39: Spremembe 2014/2019 glede na glavne skupine poklicev v Mestni občini Maribor, 2019/2014.

V preglednici 11 je primerjava za obdobje 2019/2014 narejena še na nivoju posameznih skupin poklicev, ki so razdeljene po glavnih kategorijah, uporabljenih na sliki 39. Skupine poklicev smo razvrstili v kategorije sprememb glede na spremembe v obdobju 2019/2014. Največ sprememb v večjem številu glavnih kategorij je bilo med +2,5 do +25 % (glej preglednico 11), najmanj pa v kategorijah brez sprememb (-2,5 do +2,5 %) in od +50 % števila zaposlenih. V kategorijah, kjer smo zaznali največ oziroma najmanj sprememb, ni bila nobena skupina poklicev večkrat izpostavljena (vsaka omenjena v tabeli se je pojavila le enkrat). Med vsemi skupinami poklicev pa je bila največkrat omenjena skupina poklicev zabeležena pod šifro 9112—čistilci, strežniki in gospodinjski pomočniki v uradih, hotelih in drugih ustanovah. Njihovo število zaposlenih se je v dveh glavni kategorijah (druge nastanitvene storitve in druge turistične panoge) zmanjšalo za več kot 25 %, v nastanitvenih storitvah se je povečalo do 25 %, v dejavnostih strežbe hrane in pijače pa med 26 in 50 %.

Preglednica 11: Podrobnejši poklici glede na velikost sprememb.

	zmanjšanje števila zaposlenih (do -25 %)	brez sprememb (-2,5 % do +2,5 %)	do +25 %	od +26 do 50 %	od +50 % števila zaposlenih
5.2			_ Čistilci, strežniki in gospodinjiski pomočniki v uradih, hotelih in drugih ustanovah	_ Kuharji _ Natakariji	_ Menedžerji v hotelirstvu _ Menedžerji v restavracijah in podobnih gostinskih obratih _ Hotelski receptorji
5.3.	_ Kuharji _ Čistilci, strežniki in gospodinjiski pomočniki v uradih, hotelih in drugih ustanovah	_ Delovodje v dejavnosti čiščenja in za gospodinjstvo v uradih, hotelih in drugih ustanovah			
5.4			_ Menedžerji za trženje in prodajo _ Menedžerji v restavracijah in podobnih gostinskih obratih _ Kuharji _ Natakariji _ Točaji	_ Čistilci, strežniki in gospodinjiski pomočniki v uradih, hotelih in drugih ustanovah	
5.5			_ Vozniki avtobusov ipd.		
5.6	_ Menedžerji turističnih in potovalnih agencij _ Referenti v turističnih in potovalnih agencijah		_ Vodniki		
5.7	_ Natakariji _ Čistilci, strežniki in gospodinjiski pomočniki v uradih, hotelih in drugih ustanovah	_ Menedžerji za trženje in prodajo		_ Strokovni sodelavci za kulturne, razvedrilne in umetniške dejavnosti ter kulinarike, d. n.	_ Grafični in multimedijски oblikovalci

5.4 Spreminjanje zaposlenih po mesecih

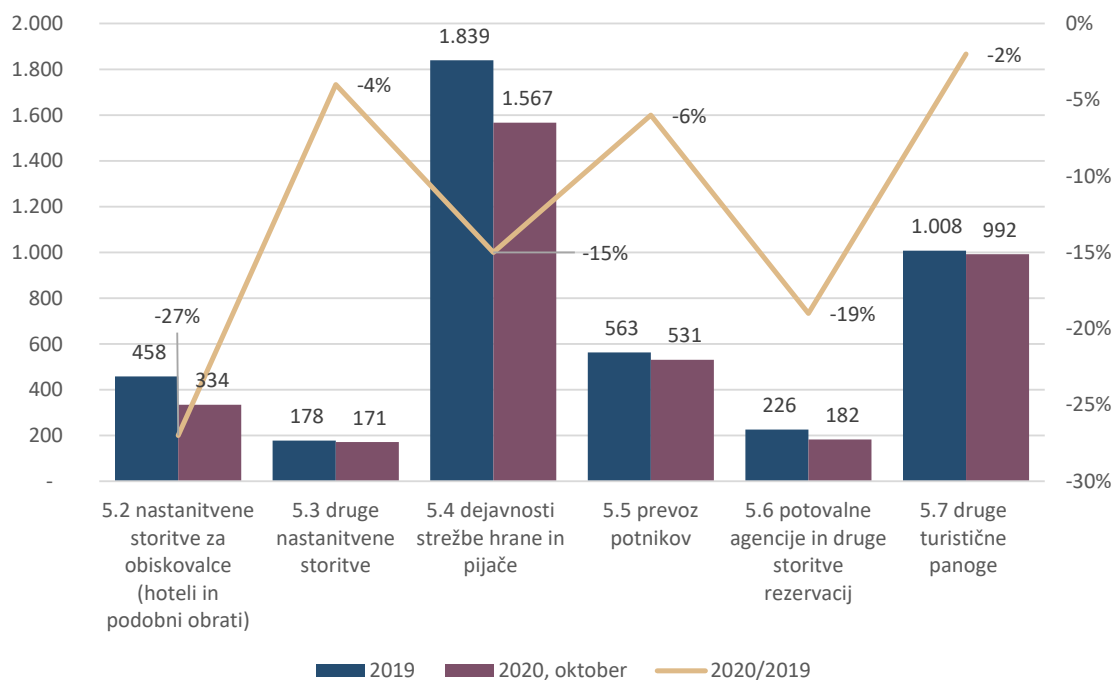


Slika 40a/b: Spreminjanje zaposlenosti delovne sile preko leta v Mestni občini Maribor, slika a: 2019 in slika b: 2020 (legenda velja za oba grafikona).

Spreminjanje delovne sile preko leta prikazuje spremembe znotraj glavnih kategorij na mesečni ravni. Slika 40a prikazuje podatke za leto 2019, obdobje od januarja do decembra, slika 40b pa prikazuje podatke za leto 2020 in sicer obdobje od januarja do oktobra. Primerjava leta 2019 in 2020 kaže stabilno, skoraj nespremenjeno število delovne sile, medtem ko v začetku leta 2020 to število upade na prehodu iz meseca februarja do aprila (manj kot 1 procentni upad). Rahlo rast v vrednosti 2 % v istem letu lahko zaznamo v času poletne sezone med majem in avgustom, medtem ko septembra in oktobra zopet sledi upad in sicer -2,6 %. Na letni ravni govorimo o 11,2 % rasti (med meseci januar in december) iz 4.188 zaposlenih

na 4.268 zaposlenih. Leto 2020 kaže večja nihanja še posebej v kategorijah 5.4–dejavnosti strežbe hrane in pijače, 5.5–prevoz potnikov, 5.6–potovalne agencije in druge storitve rezervacij in 5.7–druge turistične panoge, kar je predvsem vpliv pandemije Covid-19, ki se je pojavila v začetku meseca marca.

5.5 Primerjava števila zaposlenih med 2019 in 2020



Slika 41: Primerjava števila zaposlenih med 2019 in 2020 v Mestni občini Maribor.

Primerjava zaposlenih med 2019 in 2020 nas slika 41 prikazuje podatke na letni ravni. Znotraj vseh kategorij smo zaznali upad števila zaposlenih, med njimi pa najbolj izstopa kategorija 5.2–nastanitvene storitve za obiskovalce (-27 %), sledi ji kategorija 5.6–potovalne agencije in druge storitve rezervacij. Najmanjša negativna sprememba je vidna v kategoriji 5.7–druge turistične panoge (-2 %). Po številu zaposlenih prevladuje kategorija 5.4–dejavnosti strežbe hrane in pijače, najmanj zaposlenih pa je v kategoriji 5.3–druge nastanitvene storitve (178 zaposlenih v letu 2019 in 171 zaposlenih v letu 2020). Na letni ravni je število zaposlenih upadlo za -22 %.

6 TIP OBISKOVALCEV

6.1 Turistične persone

Podjetje Valicon je v letu 2018 po naročilu Zavoda za turizem Maribor – Pohorje opravilo terensko raziskavo Tokovi gostov v mestu Maribor v poletni sezoni (Tokovi ..., 2018). Glavni namen raziskave je bil ugotoviti strukture turistov, ciljne skupine, točke zanimanja turistov, katere produkte iščejo, kaj jim je všeč in kaj pogrešajo. V okviru raziskave je bilo anketiranih 305 gostov, med katere so sodili tako dnevni obiskovalci kot tudi obiskovalci z nočitvami v mestu ali bližnji okolici. Med anketiranci je bilo 82 % tujcev.

Pomemben del raziskave je bil usmerjen v ugotavljanje glavnih segmentov gostov oziroma t. i. turističnih person, najbolj zastopanih med obiskovalci v Mariboru (glej sliko 42). Tovrstni segmenti gostov so opredeljeni v slovenski strategiji. Za vsako segmentno skupino oz. njene segmente so značilni posamezni motivi in koristi, interesi oziroma aktivnosti ter pričakovanja in strahovi (Tokovi ..., 2018). Segmenti, ki izhajajo iz treh krovnih motivov in z njimi povezanih interesov, se prepletajo v 12 personah:

1. RAZISKOVALCI - v ospredje postavljajo doživetja kot so: doživetje kulture, zgodovine in narave; hedonizem; užitek v kulinariki in razvajanju; športne aktivnosti; rekreacijo in adrenalinska doživetja: a) zeleni raziskovalci, b) urbani ozaveščeni, c) avanturisti in d) aktivne družine.

2. DRUŽABNIKI – v ospredje postavljajo druženje z družbo (zabava in dogajanje, užitek in sprostitve v družbi) ali družino (družinski mir in povezanost, aktivno preživljanje skupnega časa): a) državni foodieji, b) urbani potrošnik, c) aktivni nostalgiki, d) predane mame in e) brezskrbni mladi.

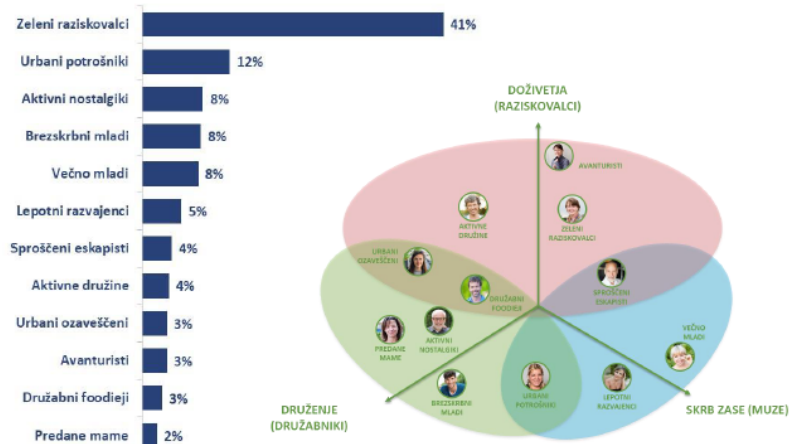
3. MUZE - v ospredje postavljajo skrb zase, zato radi posegajo po zdravstvenih storitvah, wellnesih, lepotnih tretmajih, umiku in pobegu in spoznavanju sebe: a) sproščeni eskapisti, b) večno mladi in c) lepotni razvajenci.

SEGMENTI GOSTOV

Segmenti gostov

n=305

- Avanturisti
- Zeleni raziskovalci
- Aktivne družine
- Urbani ozaveščeni
- Aktivni nostalgiki
- Predane mame
- Sproščeni eskapisti
- Družbeni foodieji
- Urbani potrošniki
- Brezskrbni mladi
- Večno mladi
- Lepotni razvajenci



Vir: Valicon d.o.o.

Baza: vsi respondenti

Slika 42: Delež glavnih segmentov gostov oziroma t. i. person pri anketiranih obiskovalcih v Mariboru v poletni sezoni 2018. (Vir: Tokovi gostov v mestu Maribor v poletni sezoni. Valicon, 2018).

Na osnovi raziskave so bili ugotovljeni poglavitni in najbolj zastopani segmenti gostov oziroma t. i. persone, ki v Mariboru prevladujejo:

ZELENI RAZISKOVALCI (41 %) - predstavljajo prevladujoča segment obiskovalcev v Mariboru. Najpomembnejši jim je vizualni izgled območja. Želijo si spoznavati nove dežele in doživeti raznolikost. Pomembna se jim zdita razvita infrastruktura za kolesarje, pešce in javni prevoz. Zanima jih narava in kultura. Svet okoli sebe razumejo po svoje, ter ga raje odkrivajo sami, kot pa verjamejo tistemu, kar slišijo. S ponudbo je potrebno zadostiti njihovim potrebam in jo ustrezno prilagoditi. Pri tem segmentu so, v primerjavi z ostalimi, točke zanimanja v Mariboru precej bolj zgoščene na področju Mariborskega Pohorja kot pa centra mesta.

URBANI POTROŠNIKI (12 %) - Primarni motiv potovanja jim je druženje in čas s prijatelji. Radi obiskujejo prestolnice, uživajo v mestih in se tam razvajajo (spa, wellness). Zanimajo jih mesta, potrošnja, zabava in užitek.

AKTIVNI NOSTALGIKI (8 %) - Primarni motiv potovanja jim je stik z naravo. Pomemben jim je tudi čas, ki ga preživijo s partnerjem ter sprememba vsakdana. Na potovanjih si želijo nastanitev v udobnem hotelu. Radi se vračajo na že obiskane kraje. Zanimajo jih narava in kultura.

BREZSKRBNI MLADI (8 %) - Veliko jim pomeni druženje s prijatelji. Želijo si obiskati glavne turistične znamenitosti in se ob tem zabavati. Pomembne so jim ugodne cene. Za nočne zabave s prijatelji so pripravljeni odšteti tudi nekaj več denarja.

VEČNO MLADI (8 %) - Največ jim pomeni zdravje, zato se na potovanjih radi poslužujejo medicinskih wellnessov ali storitev, ki jim nudijo celostne zdravniške preglede in terapije. Poleg tega si na potovanjih želijo spoznati deželo kot celoto (narava, zgodovina, kulinarika).

Med segmente z najnižjim deležem v Mariboru pa so se uvrstile naslednje persone:

URBANI OZAVEŠČENI (3 %) - Primarni motiv potovanja jim je spoznavati novo, drugačno okolje. Sekundarni motivi so jim pridobivanja izkušenj, spoznavanja kultur, »live like a local« in samorefleksija. Zanima jih kultura in mesta. Pritegne jih drugačnost, raznolikost ter manj tipična turistična ponudba. Najverjetneje je Maribor premajhno mesto za tovrsten segment in tudi preveč podoben drugim srednje velikim mestom v širši regiji.

AVANTURISTI (3 %) - V ospredje postavljajo aktivno doživetje. Pomembna sta jim tudi umik od stresa in vsakdanjosti. Na potovanjih si želijo nabrati nove izkušnje in spoznanja. Zanima jih šport in narava.

DRUŽABNI FOODIEJI (3 %) - Primarni motiv potovanja jim je okusiti in izkusiti presežke. Veliko jim pomeni preživeti večer ob dobri hrani in pijači. Poleg tega jim je pomembno, da na potovanju uživa, spozna nekaj novega in čas z družino čimbolj kakovostno izkoristi. Zanimajo jih kulinarika, kultura in zgodovina. Izmikajo se aktivnostim v naravi.

6.2 Osnovne značilnosti tujih turistov

Podjetje Valicon je v raziskavi Tokovi gostov v mestu Maribor v poletni sezoni (Tokovi ..., 2018) ugotavljalo tudi osnovne značilnosti turistov v Mariboru. Ker je bilo med anketiranci kar 82 % tujcev (SURS jih za leto 2018 navaja 86 %); največ iz Italije (14 %), Nemčije (12 %) in Avstrije (9 %), sledili pa so jim Španci, Francozi in Nizozemci, lahko ugotovitve raziskave v dobri meri povežemo tudi z značilnostmi tujih turistov v Mariboru.

Med glavnimi ugotovitvami raziskave lahko povzamemo naslednje (Tokovi ..., 2018):

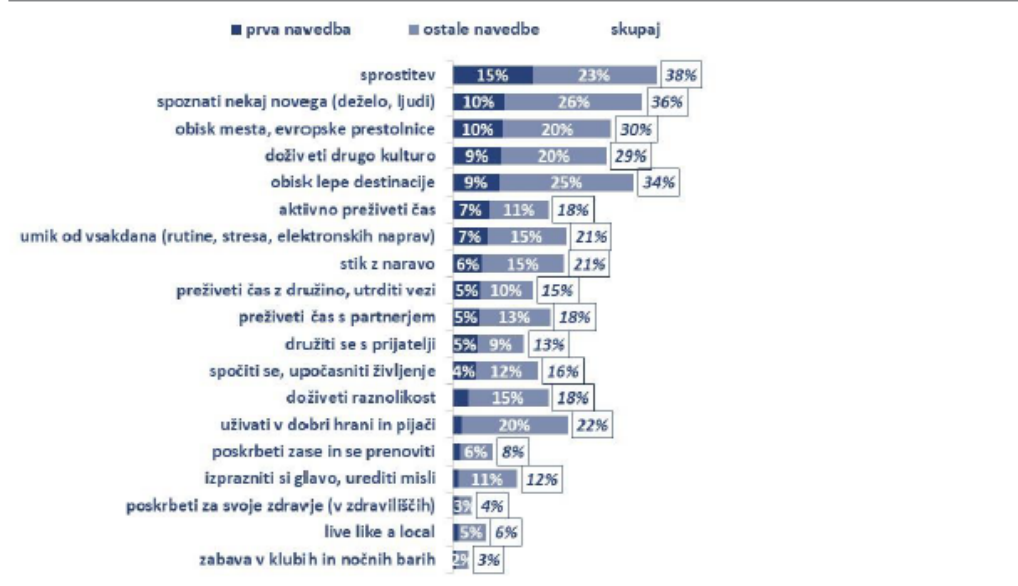
- Velik delež obiskovalcev Maribora predstavljajo dnevni obiskovalci. Maribor za večino predstavlja zgolj eno izmed več destinacij, ki jih na svoji poti obiščejo. Dve petini (41 %) anketiranih obiskovalcev je bilo dnevnih obiskovalcev brez nočitve v Mariboru ali bližnji okolici. Tretjina obiskovalcev je v Mariboru prenočila 1 do 2 noči.
- Slaba polovica (45 %) anketiranih obiskovalcev Maribora so predstavljali t. i. popotniki, ki so v Maribor prišli iz druge destinacije, po zaključku obiska Maribora pa so svojo pot nadaljevali do druge destinacije.
- Obiskovalci Maribora v Sloveniji obiščejo še Ljubljano, Slovensko primorje ter gorenjska turistična središča (Bled, Bohinj), ki sodijo med najbolj obiskane turistične destinacije v Sloveniji.
- Približno dve tretjini (65 %) anketiranih obiskovalcev je bilo v Mariboru prvič.
- 78 % anketiranih obiskovalcev jih je na lokacijo prišlo načrtno, ostali spontano. Obiskovalci, ki so pred obiskom Maribora obiskali tudi druge destinacije, so se za obisk Maribora v večji meri odločili spontano kot pa obiskovalci, ki so v Maribor prišli neposredno od doma.
- Za več kot polovico (56 %) anketiranih obiskovalcev so bile razlog obiska Maribora počitnice, za 18 % je bil to izlet.
- Skoraj polovica (44 %) anketiranih obiskovalcev je v Maribor prišla v paru, nadaljnja dobra četrtina (27 %) pa z družino.
- Skoraj tri četrtine (74 %) anketiranih obiskovalcev je v Maribor prispelo z avtomobilom. Zaradi tega so se med negativnimi vtisi največkrat pojavila parkirišča ter oznake oziroma usmerjevalne table v mestu.
- Skoraj dve petini (37 %) anketiranih obiskovalcev z vsaj eno nočitvijo je bilo nastanjeno v enem izmed hotelov v Mariboru oziroma bližnji okolici. Večina rezervacij hotelov je bilo opravljenih preko portala Booking.com ali preko ene izmed turističnih agencij. Za rezervacijo hostla, apartmaja ali zasebne sobe je bila poleg Booking.com najbolj razširjena še storitev Airbnb.
- 62 % anketiranih obiskovalcev Maribora je navedlo vsaj eno stvar, ki jih je med obiskom posebej navdušila. Najpogosteje navedeni elementi navdušenja so bili lepota samega mesta, umirjenost ter prijaznost domačinov. Sledile so še dobra hrana, narava, park in vzdušje.

6.3 Motiv prihoda

Anketirani obiskovalci Maribora (Tokovi ..., 2018) so med glavnimi motivi, ki jih vodijo pri odločitvi za izbiro turistične destinacije, navedli predvsem sprostitev, spoznavanje novega (dežele, ljudi), obisk mest, doživetje drugih kultur in obisk lepe destinacije. Pri tem so jim najpomembnejše aktivnosti na dopustu ogledovanje starega mestnega jedra (65 %), rekreacija (45 %), stik z naravo (43 %), športne aktivnosti (39 %), ogled glavnih turističnih znamenitosti (30 %) in gastronomski užitki (29 %).

Motivi za obisk destinacije

Kateri je vaš glavni motiv za izbiro destinacije? (Možnih več odgovorov, vsota > 100%)



Vir: Valicon d.o.o.

Slika 43: Motivi za obisk izbrane destinacije pri anketiranih obiskovalcih Maribora v letu 2018. (Vir: Tokovi ..., 2018).

Med najpogostejšimi razlogi za obisk Maribora so obiskovalci izpostavili počitnice (56 %), izlet (18 %), obisk (12 %) in kratek oddih (11 %). Ker se je raziskava izvajala v poletni sezoni, je samo 3 % anketirancev izpostavilo poslovni motiv.

V drugi anketi, ki jo je izvedel Zavod za turizem Maribor v avgustu 2019 ter v decembru in januarju 2020 med domačimi in tujimi turisti ter med enodnevnimi obiskovalci (Turizem Maribor, 2020), pa jih je 43 % izjavilo, da so prišli v Maribor zaradi ogleda znamenitosti, 18 % zaradi obiski prijateljev ali sorodnikov, 10 % pa iz poslovnih ali drugih razlogov.

6.4 Večdnevni turisti vs. dnevni obiskovalci

V navedeni raziskavi (Tokovi ..., 2018) je bilo ugotovljeno, da je bilo 59 % turistov v Mariboru stacionarnih, saj so v Mariboru tudi prenočili.

Po podatkih SURS je v letu 2018 povprečna dolžina bivanja stacionarnih turistov v Mariboru znašala 2,2 dni (SURS, 2020), anketirani obiskovalci v imenovani raziskavi pa so izjavili, da je

dobra tretjina obiskovalcev v Mariboru prenočila eno do dve noči, dobra četrtnina pa je ostala v Mariboru več kot tri dni.

Raziskava je pokazala, da glede na geografsko lego Maribora ter glede na lokacijo na glavnih turističnih destinacij v Sloveniji (Ljubljana, obala, Gorenjska), v katerih so obiskovalci v Sloveniji najbolj skoncentrirani in hkrati predstavljajo izhodišče za njihovo nadaljevanje poti po Sloveniji, lahko v Mariboru pričakujemo predvsem dnevne obiskovalce (Tokovi ..., 2018). Zaradi tega bi morale biti aktivnosti promocije Maribora v prihodnje usmerjene predvsem v tista območja, iz katerih lahko pričakujemo večji delež stacionarnih turistov.

V drugi anketi, ki jo je izvedel Zavod za turizem Maribor v avgustu 2019 ter v decembru in januarju 2020 med domačimi in tujimi turisti ter med enodnevnimi obiskovalci (Turizem Maribor, 2020) so ugotavljali tudi povprečno dnevno porabo obiskovalcev v Mariboru. Povprečna dnevna poraba turistov je bila 49,71 EUR, povprečna dnevna poraba enodnevnega obiskovalca pa 54,83 EUR.

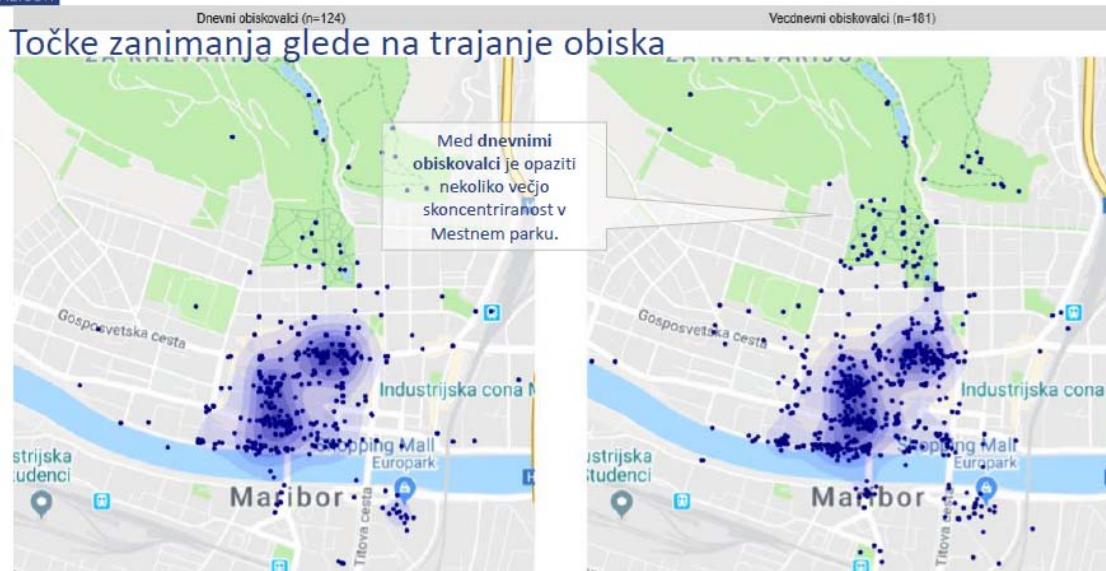
6.5 Zanimanje za turistične znamenitosti in točke v mestu

Točke zanimanja turistov (slika 44) so bile skoncentrirane v središču mesta, pri čemer točki, kot sta npr. Piramida in Mestni park, ostajata neobiskani, čeprav je med obiskovalci opaziti zanimanje za te točke.

Med več dnevnimi obiskovalci (slika 45) oziroma obiskovalci z vsaj eno nočitvijo je bilo opaziti večjo razvejanost poti gibanja, ki se razširi tudi v okolico mesta, na primer na Mariborsko Pohorje. Ob točkah in doživetjih v središču mesta so turisti izrazili precej zanimanja tudi za točke v okolici, kot so Črno jezero na Pohorju, srček na Špičniku, botanični vrt v Pivoli, kar kaže na zanimanje za celotno destinacijo. Med ugotovitvami je izvajalec raziskave povzel tudi naslednje (Tokovi ..., 2018):

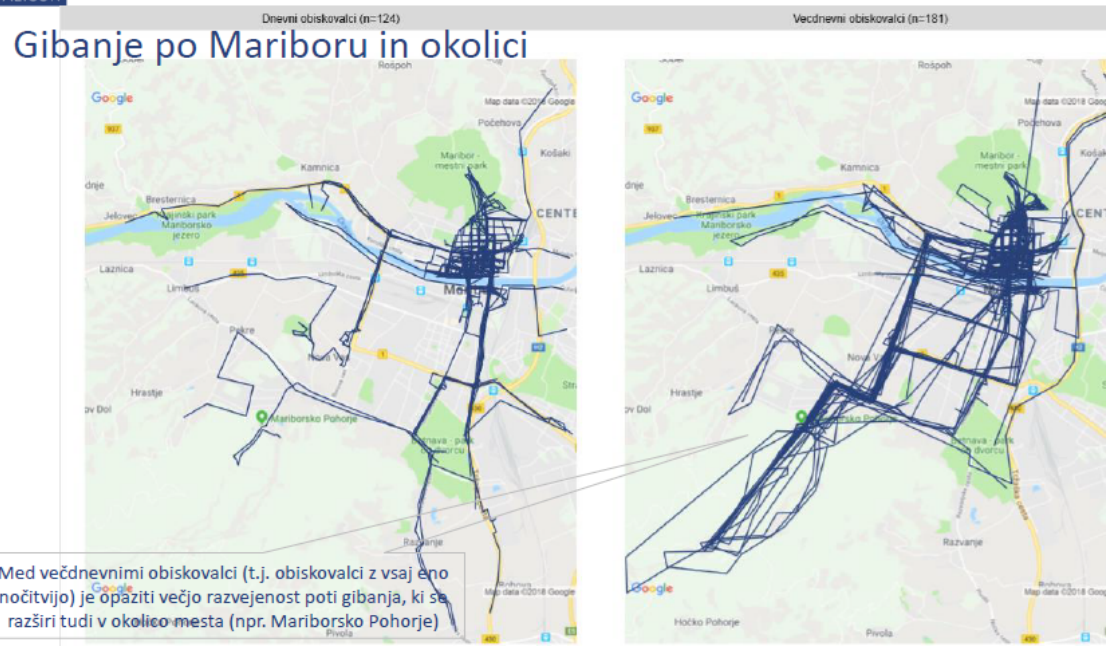
- Mestno turistično pot bi se lahko razdelilo na strogi center in bližnjo okolico.
- Za ključne točke v mestu, kot sta npr. Sinagoga in Vinagova klet, se je pokazala potreba po večji preglednosti postavljenih tabel za usmerjanje obiskovalcev do turističnih znamenitosti.
- Kar 85 % poti po mestu so turisti opravili peš, 27 % pa z avtom.
- Pri točkah, ki so nekoliko bolj oddaljene od mesta, je potrebno izkoristiti dejstvo, da obiskovalci večinoma prihajajo z avtomobilom in so zato obiski točk izven mesta manjši logistični zalogaj.

VALICON



Slika 44: Koncentracija opravljenih poti anketiranih turistov v središču Maribora v letu 2018. (Vir: Tokovi ..., 2018).

VALICON



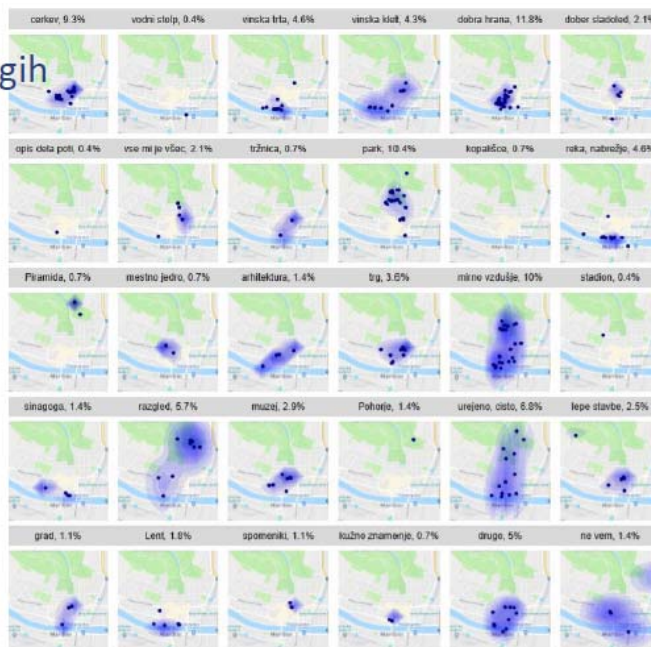
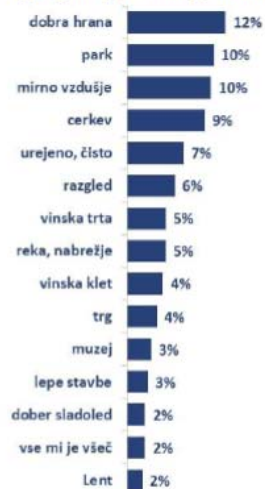
Slika 45: Gibanje anketiranih turistov po Mariboru in okolici v letu 2018. (Vir: Tokovi ..., 2018).

Kar 62 % anketiranih obiskovalcev Maribora je navedlo vsaj eno stvar, ki jih je med obiskom posebej navdušila (slika 46). Najpogosteje navedeni elementi navdušenja so lepota samega mesta, umirjenost ter prijaznost domačinov. Sledijo še dobra hrana, narava, park in vzdušje. Na drugi strani je bilo med anketiranimi obiskovalci Maribora le 12 % takih, ki so navedli, da jih je v mestu ali okolici karkoli posebej zmotilo. Največkrat jih je zmotilo pomanjkanje parkirnih prostorov ter slabo označene znamenitosti.

VALICON

Točke navdušenja po razlogih

najpogostejši* razlogi navdušenja



Slika 46: Točke navdušenja anketiranih turistov po Mariboru v letu 2018. (Vir: Tokovi ..., 2018).

7 POGLED PREBIVALCEV NA TURIZEM

Zavod za turizem Maribor – Pohorje je v letu 2019 (Turizem Maribor, 2020) izvedel anketo, s katero so analizirali poglede in zadovoljstvo prebivalcev Maribora s turizmom. Od 160 anket jih je bilo 82 popolnih. Vseh 82 anketirancev je podpiralo turistični razvoj destinacije.

Na ocenjevalni lestvici od 1 (sploh se ne strinjam) do 5 (zelo se strinjam) so z oceno 4,0 ocenili, da pozitivni učinki turizma v mestu odtehtajo negativne. Z oceno 4,0 so ocenili, da se v Mariboru turizem razvija bolje kot druge gospodarske panoge. 4,4 je bila ocena trditve, da povečanje števila turistov privede do razvoja lokalnega gospodarstva. Z oceno 4,5 so ocenili, da ima koristi od turizma celotna lokalna skupnost, in z oceno 3,5, da imajo tudi prebivalci mesta koristi.

Z oceno 4,5 so ocenili, da turizem pozitivno vpliva na lokalno identiteto, kulturo in dediščino. Srednje - z oceno 3,6 – se strinjajo, da turizem skrbi za varstvo in ohranitev narave, z oceno 3,6, da se zaradi turizma krepi ekološka zavest, in z oceno 4,0, da razvoj turizma prispeva h kakovosti življenja na destinaciji.

Z dokaj nizkimi ocenami so prebivalci mesta ocenili negativne okoljske učinke turizma, saj je bila trditev, da turizem povzroča onesnaževanje ocenjena s povprečno oceno 2,5, z oceno 2,7 pa trditev, da rast turizma povečuje prometne težave v destinaciji. Najmanj so se anketiranci strinjali s trditvijo, da je število turistov v visoki sezoni moteče (1,6), tako da s tega vidika lahko ocenimo, da turizem v Mariboru še ne prinaša velikih negativnih učinkov in tako glede na to oceno še ne moremo govoriti o čezmernem turizmu.

Anketiranci so z oceno 3,0 ocenili, da lahko sodelujejo pri načrtovanju trajnostnega razvoja turizma. Strinjajo se, da so razmeroma dobro obveščeni o razvoju turizma. Zadovoljstvu z delom organizacije, ki skrbi za razvoj turizma, pa so v povprečju ocenili z oceno 3,9.

Pregled odzivov prebivalstva in tudi posameznih deležnikov v turizmu v lokalnem časopisju pa pokaže tudi nekatere pomanjkljivosti. Med zanimivimi mnenji izpostavljam naslednje, ki opozarja, da bi se Maribor moral v svoji turistični promociji in ponudbi bolj osredotočiti na svoje primerjalne prednosti. Poleg t. i. »belega« Pohorja bi morali bolje izkoristiti tudi »zeleno« Pohorje, oba bregova reke Drave ter vinogradniško okolico, saj so vinogradi praktično sredi mesta, mariborska Stara trta pa je celo najstarejša na svetu. Poleg tega se pojavljajo tudi mnenja, da je turizem v mestu dogaja premalo načrtovan, in da je razvoj vse preveč odvisen od spretnosti, znanja in ambicij posameznih ponudnikov (MariborInfo, 2020).

8 OKOLJSKI VIDIKI

Zbirni podatki o onesnaževanju in emisijskih trendih v Mariboru so relativno stari. Tako navaja Poročilo o stanju okolja iz leta 2017 (Poročilo o stanju okolja ..., 2018) podatke iz leta 2010: porabo 2.221 GWh energije in proizvodnjo 709.749 ton ogljikovega dioksida, kar pomeni 6,4 ton na prebivalca MOM. 72 % energije so porabili v sektorju zgradb in proizvodnih dejavnosti, 28 % v sektorju prometa. V letu 2015 so porabili 1.909 GWh energije, kar je za 14 % manj kot v letu 2010. Ob tem je bilo proizvedenih 621.378 ton ogljikovega dioksida, kar pomeni 5,56 ton na prebivalca MOM. 67,36 % energije so porabili v sektorju zgradb in proizvodnih dejavnosti, 32,64 % pa v sektorju prometa. Primerjava med deleži posameznih energentov v letih 2010 in 2015 kaže, da se je povečala raba električne energije za 2 %, dizelskega goriva za 3 %, bencina za 2 % in lesa za 1 %, zmanjšala pa raba daljinske toplote za 1 %, zemeljskega plina za 4 % in ekstra lahkega kurilnega olja (ELKO) za 3 %.

Največ izpustov v okolje na območju Maribora povzročijo energetika in promet. Med negativne vplive prometa pa poleg emisij v zrak in emisij hrupa, štejemo tudi spremembo rabe zemljišč zaradi gradnje prometne infrastrukture, nastajanje odpadnih motornih vozil in drugih odpadkov ter motenje naravnih habitatov prostoživečih živali. Kmetijstvo za svojo proizvodnjo uporablja naravne vire, okolje obremenjuje z rabo gnojil in pesticidov, vpliva na biotsko raznovrstnost, je vir onesnaženja vode in tal ter prispeva k izpustom toplogrednih plinov. Pomemben pritisk na površine predstavlja tudi urbanizacija, saj prihaja zaradi širjenja bivalnih območij do izgube kakovostnih zemljišč in povzroča degradacijo tal. Tudi razvoj turizma povzroča povečan vpliv na okolje, predvsem zaradi obiskovalcev velikih športnih in kulturnih prireditev. Največji porabniki energije so predvsem industrija, promet in gospodinjstva. Pri dejavnosti oskrbe z energijo se v veliki meri porabljajo naravni viri, nastajajo toplogredni plini in druga onesnaževala zraka (Poročilo o stanju okolja ..., 2018).

Onesnažen zrak ima velik vpliv na zdravje ljudi in predstavlja dejavnik tveganja za nastanek bolezni, predvsem bolezni dihal, srca in ožilja, presnove in živčevja. V 90. letih prejšnjega stoletja je bilo v Mariboru največ težav s povišanimi koncentracijami žveplovega dioksida, ki pa so jih odpravili z uvedbo goriv z nizko vsebnostjo žvepla. Tako ciljne vrednosti za varovanje zdravja ljudi že več let niso bile presežene za ogljikov monoksid, benzen in težke kovine (arzen, svinec, kadmij in nikelj), dolgoletni trendi vseh teh onesnaževal pa so usmerjeni navzdol (Občinski program varstva okolja ..., 2021). Se pa Maribor, podobno kot večina drugih mest, srečuje predvsem s povišanimi koncentracijami delcev PM_{10} in ozona O_3 . Preseganja dnevni vrednosti delcev PM_{10} v zraku se pojavljajo predvsem v hladnem delu leta, ko se emisijam iz prometa pridružijo še emisije iz kurišč, visoke koncentracije ozona v zraku pa so značilne predvsem za poletni čas.

Najvišje koncentracije NO_2 so bile zabeležene v centru mesta v letu 1993, nato so se postopno zniževale in dosegle najnižjo vrednost leta 2014. Letno povprečje 2016 je bilo med najnižjimi doslej izmerjenimi, ki so že od leta 2001 pod mejno letno vrednostjo, kar kaže na trend upadanja vsebnosti NO_2 v zunanjem zraku.

Srednja letna koncentracija ozona na Urbanskem platoju je bila leta 2015 najvišja od začetka meritev. To sovпада tudi z višjimi koncentracijami NO_x v letu 2015, ki so predhodniki O_3 . Vsebnost O_3 na Pohorju je bila v letu 2015 višja kot prejšnja leta in enaka kot leta 2011. Kljub temu je dolgoletni trend še vedno usmerjen navzdol. Zniževanje koncentracij O_3 na Pohorju je znak, da se na širšem območju zmanjšujejo emisije predhodnikov O_3 . Koncentracije O_3 so na obeh merilnih mestih višje v poletnem ter nižje v zimskem času. Podatki za zadnjih pet let

kažejo, da je trend koncentracije ozona na merilnem mestu Pohorje še vedno usmerjen navzdol, na Vrbanškem platoju pa je zaznaven trend rahlega poviševanja (Občinski program varstva okolja ..., 2021).

Za zdravje je nevarno predvsem vdihavanje delcev PM₁₀, saj zaradi svoje majhnosti prodrejo globoko v pljuča in povzročajo številne respiratorne in druge težke bolezni. V zrak prehajajo iz različnih virov kot so kurišča, cestni promet, gradbena in kmetijska dejavnost, biološki material. Velik delež delcev v zraku je posledica resuspenzije. Vrednosti PM₁₀ so višje v zimskem kot v poletnem času, kar gre očitno pripisati kurjenju fosilnih goriv in biomase. Dnevna hoda pozimi in poleti sta zelo podobna. Na Vrbanškem platoju izstopata dva vrhova: jutranji in večerni, ki je višji. V centru mesta in še manj na Krekovi/Tyrševi vrhova nista tako očitna. Prvi se pojavi zgodaj popoldne, drugi okoli 21. ure. V nočnem času, ko so viri manj aktivni, koncentracije relativno malo padejo, kar nakazuje na visoke vrednosti ozadja. Število preseganj mejne dnevne koncentracije je bilo najnižje v letu 2014 v centru mesta in v letu 2015 na Vrbanškem platoju, kazal pa se je trend ponovnega naraščanja. To gre pripisati vedno večji uporabi lesne biomase, starim kuriščem z nizkimi izkoristki, pa tudi neprimernemu načinu kurjenja. Podatki za zadnje obdobje, za leto 2019, pa kažejo, da srednja letna vrednost delcev in število letnih preseganj dnevne mejne vrednosti nista bila prekoračena na nobenem merilnem mestu na območju MOM. Koncentracije PM₁₀ so bile najvišje na merilnem mestu Center, na vseh merilnih mestih pa je bil trend usmerjen navzdol (Občinski program varstva okolja ..., 2021).

Črni ogljik (BC) nastaja pri nepopolnem zgorevanju goriv, ki vsebujejo ogljik (bencin, dizel, les in lesna goriva). Ima pomemben negativni vpliv na zdravje, prav tako vpliva na nastanek podnebnih sprememb. Vpliv črnega ogljika je primerljiv z vplivom ogljikovega dioksida in je drugi najpomembnejši povzročitelj segrevanja planeta. Meritve črnega ogljika se na merilnem mestu Krekova/Tyrševa izvajajo od decembra 2013. Rezultati kažejo, da so koncentracije črnega ogljika višje v zimskem kot v poletnem času. Delež črnega ogljika iz kurjenja lesnih goriv je v zimskem času do 40 %, v poletnem pa pade pod 10 % (Poročilo o stanju okolja ..., 2018).

Glede na meritve, ki jih v Mariboru izvajajo že 40 let, lahko rečemo, da se je kakovost zunanjega zraka izboljšala, vendar to velja le za nekatera onesnaževala (SO₂). Še vedno pa ne moremo biti zadovoljni s stanjem, zato je nujno potrebno izvajanje ukrepov, ki bodo zniževali onesnaževala, katerih mejne vrednosti so pogosto prekoračene. Rezultati analiz kažejo, da so glavni viri onesnaževal zraka v Mariboru kurišča, promet, resuspenzija, daljinski transport onesnaževal, v manjši meri še industrija, ravnanje z odpadki in kmetijstvo. V analizi niso omenjeni vplivi turizma. Višek turističnega obiska v Mariboru je v poletnih mesecih, vrednosti večine najpomembnejših onesnaževal zraka, razen ozona, pa so najvišje v zimskih mesecih.

V površinskih vodah na območju mariborske občine se spremljajo splošni parametri onesnaženosti vod, kot so neraztopljene snovi, dušikove spojine, razmere s kisikom, obremenitev z organskimi snovmi in skupni fosfor (Poročilo o stanju okolja ..., 2018). Od naštetih parametrov izstopajo obremenitve s fosforjem, kar kaže na obremenjenost s komunalnimi odpadnimi vodami. Kemijsko in biološko stanje (ekološko stanje) reke Drave spremlja ARSO. Biološki in kemijsko – fizikalni parametri reke Drave, na odseku med Mariborom in Ptujem, v obdobju od 2009 do 2015 kažejo na »dobro do zelo dobro« stanje. Skupna ocena za ekološko stanje/ekološki potencial je tako »dobro stanje«. Dodatno pa v mestni občini Maribor spremlja še mikrobiološko stanje reke Drave, kot možnost umestitve reke Drave med kopalne vode. Vzorčenje je bilo izvedeno na dveh lokacijah, potencialnih kopališč in sicer Drava - Sidro in Drava – Mariborski otok. Meritve so bile izvedene v letu 2011,

2012 in 2015. Na podlagi preiskav v letu 2015 je bilo ugotovljeno, da se mikrobiološko stanje reke Drave v primerjavi z leti 2011 in 2012 postopno izboljšuje. Vendar pa je ureditev naravnega kopališča mogoča samo v primeru, da se na državni ravni reka Drava opredeli za kopalno vodo.

Kakovost podzemnih voda na območju črpališč Mariborskega vodovoda se izboljšuje in je zaznati trend upadanja nitratov v podzemnih vodah na širšem območju, kar kaže na utemeljenost izvajanja imisijskega monitoringa. V mestnem središču se koncentracije tako nitratov kot tudi pesticidov v zadnjem obdobju višajo, kar kaže na intenzivno obdelavo zelenic in parkov. Opazne so tudi spremembe v mineralizaciji podzemnih voda.

Najpomembnejši vir hrupa na območju občine Maribor je cestni promet, predvsem promet z osebnimi vozili, dostava s tovornimi vozili in avtobusni promet. Temu sledijo drugi viri, kot so železniški promet, industrija in hrup javnih prireditev, ki pa je manjši in lokalno omejen. Prebivalci se pritožujejo tudi zaradi hrupa, ki ga s svojim obratovanjem povzročajo lokali v nočnih urah. Za leto 2011 je bila izdelana strateška karta hrupa za območje mesta Maribor, ki ugotavlja, da je v Mariboru s hrupom preobremenjenih do 30 % prebivalcev, od tega kritično preobremenjenih do 9 %, zato je bila nujna priprava in izvajanje ukrepov za obvladovanje problemov, ki jih povzroča hrup (Poročilo o stanju okolja ..., 2018).

Pomemben vir hrupa v občini Maribor so tudi javne prireditve, javni shodi in vsaka uporaba zvočnih ali drugih naprav, ki povzroča hrup, če se odvija na javnem kraju, na prostem ali v zaprtem prostoru. Ti so obravnavani s predpisi s področja javnega reda in miru kot tudi na podlagi Uredbe o načinu uporabe zvočnih naprav, ki na shodih in prireditvah povzročajo hrup. Mestna občina Maribor je pristopila k reševanju te situacije v smislu priprave ustreznih smernic kot pomoč pri izdaji dovoljenj za izvajanje javnih prireditev v posameznih koledarskih obdobjih. Smernice so tudi javno objavljene, omogočajo pa po eni strani izjeme glede izvajanja določenih, za mesto pomembnejših ali tradicionalnih prireditev, tudi v podaljšanem času obratovanja virov hrupa (npr. Čarobni december, Silvestrovanje, prireditve v poletnem času, ko so tudi počitnice, ipd.), po drugi strani pa vseeno sledijo omejitvam in ščitijo prebivalce pred prekomernim hrupom izven naštetih izjem (Občinski program varstva okolja ..., 2021).

Mešani komunalni odpadki na območju občine Maribor predstavljajo najbolj heterogen in najbolj razpršen vir surovin. Predstavljajo okoli 40 % vseh zbranih odpadkov, 36 % je ločeno zbranih frakcij, 20 % biološko razgradljivih odpadkov in 4 % kosovnih odpadkov. Količina zbranih odpadkov na prebivalca je v Mariboru za leto 2016 znašala 405 kg, kar je bilo manj od povprečja za Slovenijo (476 kg/prebivalca) (Poročilo o stanju okolja ..., 2018).

V poročilu o stanju okolja v mestni občini Maribor za obdobje 2007-2016 je področje turizma omenjeno le nekajkrat. Med pritiski, ki pomembneje vplivajo na okolje, najdemo zapis, da razvoj turizma povzroča povečan vpliv na okolje predvsem zaradi obiskovalcev velikih športnih in kulturnih prireditev. Na drugem mestu je zapisano, da razvoj turizma tudi obremenjuje okolje z večjimi količinami odpadkov, in da so pomemben vir hrupa v občini Maribor so tudi javne prireditve (Poročilo o stanju okolja ..., 2018). Na drugi strani pa je turizem omenjen tudi med projekti na področju ohranjanja narave, saj se je območje Maribor – Pohorje v letu 2016 priključilo pilotnim slovenskim turističnim destinacijam pri pripravi sheme zelenega turizma. Zelena shema slovenskega turizma (ZSST) je celovito zasnovan sistem za pospeševanje razvoja trajnostnega turizma v Sloveniji na vseh treh stebrih trajnostnega razvoja: okoljskem, družbenem in ekonomskem. Rezultat sodelovanja v omenjenem projektu je certifikat Slovenia Green destination – Bronze, ki so ga prejeli v letu 2019 (Turizem Maribor, 2020). Glede na vse

navedeno lahko sklepamo, da je verjetno dodatno, s turističnimi aktivnostmi pogojeno obremenjevanje okolja, precej zanemarljivo.

V okviru priprave Občinskega programa varstva okolja do leta 2030 (Občinski program varstva okolja ..., 2021) je mariborska občina v začetku leta 2021 dala v javno razgrnitev njegov predlog. Program predvideva več kot sto ukrepov na področju podnebnih sprememb, okolja in biotske raznovrstnosti, kakovosti tal, voda in zraka, krožnega gospodarjenja, trajnostne rabe prostora in varstva pred drugimi okoljskimi tveganji. Pregled dokumenta pokaže, da se beseda turizem pojavi le sedemkrat in to le v posrednih zvezah; npr. da zelene površine koristijo posebnim urbanim dejavnostim, na primer mestnemu turizmu in povezanim aktivnostim (športne dejavnosti, festivali, gastronomija ipd.), omenjen pa je tudi v shemi relevantnih strategij in programskih dokumentov mestne občine Maribor.

Na koncu navedimo še rezultate anketiranja predstavnikov subjektov turističnega gospodarstva v Mariboru, ki ga je v letu 2019 izvedel Zavod za turizem Maribor. Pridobili so odgovore 36 respondentov, med katerimi je bilo 31 % predstavnikov namestitvenih objektov, 27 % gostincev in 23% ponudnikov zabave. Rezultati kažejo, da je med vsemi anketiranimi le 23 % sprejelo ukrepe za varčevanje z vodo in le 4 % vodo reciklira. 88 % anketirancev ločuje odpadke, a le 8 % uporablja obnovljive vire energije in 58 % uporablja razsvetljavo z nizko stopnjo porabe energije (Turizem Maribor, 2020).

9 UPRAVLJAVSKI OKVIR

9.1 Identifikacija glavnih strateških politik

V Strategiji za trajnostno rast slovenskega turizma 2017-2021 (Strategija za trajnostno rast ..., 2017) je Maribor primarno opredeljen kot alpska destinacija, zaradi bližine vinorodnega območja Slovenskih goric pa se trži tudi v navezavi z destinacijo Panonska Slovenija. Mariborski turizem namreč temelji na dveh glavnih dejavnostih in sicer outdoor turizmu, poudarjenem v destinaciji Alpska Slovenija, in gastronomiji, posebej značilni za Panonsko Slovenijo. Poleg strategije je na nacionalni ravni Slovenska turistična organizacija pripravila Program dela za 2020–2021 (2018) s prioriteto digitalizacije slovenskega turizma in s tem v povezavi pripravila razpis za vzpostavitev produktov, ki temeljijo na prikazu kulturne dediščine s pomočjo virtualne resničnosti. S tem namenom naj bi Zavod za turizem Maribor dokumentiral oziroma v ustrezni VR tehnologiji poslikal nepremične kulturne dediščine, kar bi služilo tako za potrebe dolgoročnega arhiviranja kot tudi za pripravo novih turističnih produktov. Kot primer takšnega produkta so omenili že obstoječo aplikacijo Turizem Maribor.

Turizem kot eno ključnih gospodarskih dejavnosti izpostavlja tudi Regionalni razvojni program (RRP) za Podravske razvojno regijo 2014-2020 (Regionalni razvojni program ..., 2015), ki kot ključno osnovo za razvoj turističnih potencialov vidi v dobrih naravnih danostih, ki jih dopolnjujeta regionalni in kulturni središči Maribor in Ptuj (glej sliko 50). RRP med ključnimi prednostmi za razvoj turizma izpostavlja prometno dostopnost območja, obstoječo športno-turistično infrastrukturo, gastronomsko ponudbo, vinsko tradicijo, tradicionalne prireditve, naravno okolje in bogato kulturno dediščino. Kot področja z največjimi neizkoriščenimi potenciali RRP navaja razvoj gastronomije, vinarstva, etnoloških in drugih festivalov ter uvajanje sodobnih oblik ponudbe. Določena investicijska področja za razvoj turizma so destinacijski management in marketing, oblikovanje integralnih turističnih produktov, razvoj kulture, ohranjanje dediščine ter naložbe v turistično, športno in kulturno infrastrukturo. Za dosego zastavljenih ciljev povišanje prepoznavnosti ter trajnostnega razvoja turizma v regiji RRP1 predvideva ukrepe, kot so celovita revitalizacija objektov kulturne dediščine v okviru razvoja turistične infrastrukture, zagotavljanje funkcionalne zelene infrastrukture, vzpostavitev učinkovite mreže vseh destinacijskih deležnikov in njihovih storitev, razvoj poslovnega in konferenčnega turizma ter povezovanje turizma z drugimi storitvenimi dejavnostmi.

Strategija razvoja turizma na območju 22 občin Zgornjega Podravja (Osrednja Štajerska) Maribor-Pohorje-Slovenske gorice in Dravsko polje 2010-2020 (Strategija razvoja turizma ..., 2011) opredeljuje Maribor s Pohorjem kot temeljno turistično območje. Dokument je bil financiran s strani 22 sodelujočih občin pri nastajanju strategije, finančno pa izvedbo strategije podpira le Mestna občina Maribor. Cilji strategije po mnenju udeležencev niso bili doseženi v zadovoljivi meri. Rast turizma temelji predvsem na porastu AirBnb nočitev in ostalih zasebnih nastanitev, ki naj bi za razliko od hotelskih in njim podobnih namestitev nudile turistu bolj osebno izkušnjo. Ostali ukrepi, kot so upravljanje regionalne destinacijske organizacije, trženje, celovit razvoj, izobraževanje in usposabljanje ter spremljanje rezultatov, naj bi bili slabše izvedeni.

Na področju prostorskega načrtovanja je še vedno veljaven Dolgoročni družbeni plan (1986, 2000), ki je bil posodobljen v letu 2000 s pripravo Urbanistične zasnove Maribora (Urbanistična

Povzamemo lahko, da je turizem v poglavitnih strateških dokumentih prepoznan kot pomemben gospodarski sektor in delodajalec v mestu in regiji, ki se lahko zlasti zaradi strateške lege mesta na evropskih avtocestnih in železniških prometnih koridorjih v neposredni bližini Avstrije, Hrvaške in Madžarske ter mednarodnih letališč še naprej razvija. Obenem predstavlja glavni problem strateško povezovanje in sodelovanje med vsemi deležniki, ki jih turizem zadeva.

9.2 Opis trženjskih politik in znamčenje mesta

V globalnem svetu, v katerem poteka boj za pozornost, preference in financiranje, je zelo pomembno, da se mesta jasno diferencirajo in svetu dosledno sporočajo, po čem so drugačna in vredna bodisi stalnega (poslovnega ali individualnega) bivanja bodisi turističnega obiska. Za komuniciranje je zadolženo trženje mest, ki ga Smyth (2005) opredeljuje kot promocijo mesta (ali okrožja znotraj mesta) s ciljem, da se usmeri pozornost na predhodno izbrane dejavnosti, ki tam potekajo. Uporablja se za spreminjanje zunanjih predstav o mestu z različnimi (včasih ne nujno združljivimi) cilji.

Trženje mest lahko poteka organsko ali strateško. Strateško trženje je tipično za mesta, zgrajena iz nič: mlada mesta, ki se morajo v očeh svojih sodobnikov razlikovati od njim podobnih, zato je pomembno, da njihovi deležniki nastopajo enotno. Organsko trženje mest pa je mogoče samo v mestih, ki imajo za seboj stoletja zgodovine in v to skupino sodi tudi Maribor. Za trženje takšnih mest ni bila nikoli vzpostavljena enotna strategija in prav tako nikoli ne more biti vzpostavljena, saj se v njih nahaja veliko različnih kulturnih znamenitosti. Povečevanje svoje preteklosti ter pomemben doprinos k sedanjosti in prihodnosti je tako v rokah običajno slabo organiziranih deležnikov - od predstavnikov lokalnega prebivalstva do obiskovalcev in »osvajalcev«. V teh prizadevanjih deležniki zasledujejo svoj lastni osrednji načrt, ki pogosto ni združljiv z osrednjimi načrti, ki so jih pripravile in izvajale generacije pred njimi. Obe vrsti trženja mest – organsko in strateško – sicer zasledujeta isti cilj: doseganje kulturnih in gospodarskih koristi, ki bodo zagotavljale tako ohranitev kot nadaljnji razvoj mesta. Potrebno pa je poudariti, da v današnjih časih navadno obe sobivata, saj je splošno znano, da je težko oblikovati percepcijo mesta zgolj s strateškimi prizadevanji. Posledično ne moremo zanikati pomembnosti organsko ustvarjenega sporočanja od ust do ust (v današnjem času in dobi predvsem v elektronski obliki).

V Mariboru se zdi na prvi pogled jedrna vsebina osrednjega načrta zgrajena okoli dveh ključnih elementov – Lenta in Pohorja. Vsak od njiju ima (vsaj v slovenskem prostoru) prepoznavno identiteto, za nobeno pa ni značilen slogan, ki bi ostal v medgeneracijskem kolektivnem spominu. Navedeno zelo kritično tematizirajo tudi nekateri poznavalci mariborskega turizma (glej npr. <https://mariborinfo.com/novica/slovenija/turizem-se-nam-dogaja-slucajno-se-premalo-je-v-mariboru-turistov-zaradi-maribora>).

Usmerjanje razvoja in trženja turizma v destinaciji Maribor – Pohorje je sicer ena od osnovnih nalog Zavoda za turizem Maribor. Poleg tega se javni zavod ukvarja z aktivnostmi, ki jih lahko uvrstimo v naslednje vsebinske sklope:

- tržno komuniciranje s poudarkom na spletnem komuniciranju,
- odnosi z javnostmi in pospeševanje prodaje,
- vodenje razvoja in izvajanje EU projektov,
- posredovanje informacij turistom v destinaciji,
- vodenje TIC-a Maribor in Hiše Stare trte,
- organizacija turističnih prireditev,
- mednarodno sodelovanje,
- podpora turističnemu gospodarstvu in
- podpora turistično društveni dejavnosti v regiji (Letno poročilo ... 2019, 2020).

Zavod izvaja posredovanje informacij turistom v destinaciji v sklopu dveh objektov: TIC Maribor in Hiša Stare trte. Delo v centrih poteka vse dni v letu, tudi ob nedeljah in praznikih.

Tržno komuniciranje ZTM je usmerjeno na:

- odnos z javnostmi (komunikacija s predstavniki domačih in tujih medijev),
- spletno komuniciranje,
- klasično oglaševanje in promocijo,
- predstavitev na sejnih, delavnicah in turističnih borzah.

Pri odnosu z javnostmi ZTM pošilja sporočila za medije, organizira novinarske konference, spremlja objave v tiskanih in elektronskih medijih ter sodeluje pri organizaciji promocijskih študijskih potovanj novinarjev s področja turizma.

Na področju spletnega komuniciranja je ZTM v septembru 2019 lansiral novo uradno spletno mesto turistične destinacije Maribor - Pohorje www.TurizemMaribor.si, ki je sodoben turistični portal mesta Maribor in destinacije Maribor – Pohorje. Portal ob privlačni predstavitvi ključnih turističnih produktov uporabnikom omogoča jasen in hiter dostop do informacij ter rezervacije turističnih storitev oz. doživetij. Celovita vizualna in vsebinska podoba portala med drugim vključuje personalizacijo vsebin, izpostavitve doživetij z možnostjo neposredne rezervacije ter poenoteno predstavitev posameznih produktov, dogodkov in ponudnikov za namene enostavnejše filtracije na podlagi uporabnikovih interesov, želene kategorizacije ipd. Portal omogoča izvoz in uvoz vsebin (npr. dogodkov) na druge portale, v rubriki namestitve pa imajo obiskovalci vpogled v ocene in priporočila iz TripAdvisor-ja. Stran Turizem Maribor je zastopana tudi na spletnih omrežjih Instagram in Facebook ter na kanalu YouTube (Letno poročilo ... 2019, 2020).

Ena od osrednjih promocijskih aktivnosti ZTM v 2019 so bile štiri večje digitalne kampanje na platformah Facebook, Instagram, Youtube, Google search in Google display. Tematska področja kampanj so bila zimska turistična ponudba, športno-aktivna doživetja, kulturni dogodki ter vinsko-kulinarični vrhunci mesta in destinacije. Kampanje so potekale na slovenskem, hrvaškem, avstrijskem, madžarskem, nemškem in francoskem trgu ter so skupaj dosegle približno 1,7 milijona uporabnikov (Letno poročilo ... 2019, 2020).

Oglasi v tiskanih medijih, na zunanjih oglasnih površinah, na radiih in TV ter na spletnih portalih in vzporedna izdelava promocijskih gradiv so bili v letu 2019 namenjena promociji naslednjih ključnih produktov oz. dogodkov: vino in kulinarika, kultura/mestne prireditve, šport/outdoor in mestni oddih/image. ZTM je v letu 2019 aktivno predstavljal Maribor in širšo destinacijo na 23 sejnih, 12 delavnicah in 4 borzah, in sicer v Avstriji, Nemčiji, Srbiji, na Hrvaškem, v Turčiji, na Madžarskem, Češkem, Slovaškem, v Franciji, Belgiji, na Nizozemskem, v Italiji, Španiji, Angliji in v Sloveniji (Letno poročilo ... 2019, 2020).

Skladno z lansiranjem nove uradne spletne strani je bila v letu 2019 izvedena tudi prenova destinacijske znamke (slika 51), z namenom večje prepoznavnosti Maribora, njenih organizacij oziroma ponudnikov doživetij ter turističnih produktov in storitev v Sloveniji in tujini (Strategija komuniciranja destinacijske znamke Maribor, 2019). Postavljen je bil nov logotip znamke in nov slogan: »Odkrij in doživi«.



Zavod za turizem Maribor - Pohorje
Tkalski prehod 4, 2000 Maribor

→ T +386 (0)2 234 66 00
→ E zzt@maribor.si

3 ZGODBA ZNAMKE

Zgodba znamke vsebuje ključne elemente blagovne znamke, ki pomenijo osnovo za poenoteno in učinkovito komuniciranje na domačem in tujem trgu.

Bistvo znamke

Edinstveno odkritje in odlično doživetje.

Obljuba znamke

Aktiven zeleni oddih, kulinarično butično doživetje in edinstvena odkritja.

Namen znamke

Namen znamke je celovito in poenoteno komuniciranje vseh turističnih produktov na ravni destinacije.

Osebnost znamke

- prijazna, gostoljuben, aktiven, osebni, butičen, poseben, mladosten, uporniška

Izkušnja znamke

a) **Funkcionalna korist:** Aktiven oddih in kulinarično doživetje po meri gosta.

b) **Emocionalna korist:** Ob obisku destinacije Maribor sem izpopolnjen, zadovoljen, navdušen in navdihnjen.

Pozicija destinacijske znamke

Maribor je destinacija odličnih doživetij. Destinacija je pozicionirana kot: zelena, ekološko ozaveščena destinacija za sprostitev in aktivni odmor, za doživljanje kulture in tradicije, za raziskovanje podeželja, za uživanje ob vinih in pristani kulinariki ter za doživetje štajerskega gostoljubja. Destinacije je namenjena turistom, butična doživetja, ki so pripravljeni plačati več, ki cenijo naravne danosti, ki jih destinacija ima.

Diferenciacija

Maribor je butična destinacija. V Mariboru gostje preživljajo čas aktivneje ob uživanju lokalne kuhinje. Gostom ponujamo storitve višje kvalitete. V Mariboru so turistične točke, ki so edinstvene in imajo zgodovinsko in kulturno vrednost.

Unikatna vrednost

V Mariboru so turistične točke, ki jih turist zagotovo mora obiskati, saj imajo unikatno zgodovinsko in kulturno vrednost. To so točke, ki jih nima nobena druga destinacija:

- Najstarejša trta na svetu.
- Sinagoga je ena izmed najstarejših ohranjenih sinagog v Srednji Evropi.
- Vinagova vinska klet je največja vinska klet v JV Evropi.
- Mariborsko Pohorje je največji smučarski center v Sloveniji.

Temeljna vizija (2020):

Turistična destinacija Maribor – Pohorje bo postala mednarodno prepoznavna turistična destinacija z jasnim pozicioniranjem in »petimi« celostnimi turističnimi produkti (Vir: Letno poročilo ZTMB-P 2017).

Slogan

- **ODKRIJ IN DOŽIVI**

- **ANG. »DISCOVER AND ENJOY«**

4.4 Logo Maribor



Slika 51: Zgodba, slogan in logotip znamke Maribor. (Vir: Strategija komuniciranja destinacijske znamke Maribor, 2019).

9.3 Glavni cilji na področju turizma in prostorskega načrtovanja

V pripravi je nov OPN za mestno občino Maribor s strateškim in izvedbenim delom, v katerem naj bi bil turizem podrobneje opredeljen in sicer z vidika zaposlenosti in prostorskega razvoja, Pohorje je opredeljeno kot pomembno turistično območje. V delu je prav tako priprava in usklajevanje lokalnega programa kulture v sklopu Strategije razvoja Maribora 2030, ki se sicer v praksi ne uporablja kot razvojni dokument.

V dokumentih v pripravi so na področju turizma poudarjeni neizkoriščeni potenciali reke Drave, razvoja javnega prometa (žičnica je že sedaj del javnega potniškega prometa), potreba po ureditvi starega mestnega jedra in obrežja Drave ter razvoj dodatne turistične ponudbe. Prav tako je potrebno poudariti večje in boljše sodelovanje na različnih upravljavskih ravneh, predvsem med občino, Zavodom za turizem in Mariborsko razvojno agencijo.

Trajnostno urbano strategijo za Maribor (Maribor ima priložnost, 2015) je Mestna občina Maribor sprejela leta 2015 in vsebuje oris stanja in izzivov, s katerimi se sooča Maribor ter ponuja smernice mestnim oblastem, ki bodo omogočile bolj trajnostno mesto v razvoju. Dokument obravnava vsa pregledana območja, turizem pa je upoštevan na področjih gospodarstva, prometa, infrastrukture, demografije, dediščine in rabe zemljišč. Ugotavljajo, da je mesto razvoj na področju trajnostnega turizma pričel skromno v času EPK. Danes je velikega pomena kvalitetna nadgradnja tega pomembnega ekonomskega področja, ki je pomembna povezovalna dejavnost v mestu. Med predlaganimi ukrepi izpostavljajo povezovanje turizma s kulturno dediščino pri projektih prenove mestnega jedra in opozarjajo na potrebo po sprejetju strategije kulturnega turizma v Mariboru, ki bo spodbujala k oblikovanju ponudbe in promocije mesta kot ciljne lokacije z bogato kulturo in ustvarjalnostjo ter kot kraj za preživljanje »kulturnih počitnic«.

V letu 2019 je mesto Maribor oddalo prijavo, da postane zelena prestolnica Evrope v letu 2023.

Povzamemo lahko, da je turizem v poglavitnih strateških dokumentih prepoznan kot pomemben gospodarski sektor in delodajalec v mestu in regiji, ki se lahko še naprej razvija, zlasti zaradi strateške lege mesta na evropskih avtocestnih in železniških prometnih koridorjih v neposredni bližini Avstrije, Hrvaške in Madžarske ter mednarodnih letališč. Rast poslovanja na mariborskem letališču bi lahko spodbudila prihod novih turistov, predvsem z bolj oddaljenih trgov. Poleg kulturne urbane dediščine glavni turistični potencial območja predstavljajo naravne dobrine v svoji bližini, ki so še posebej primerne za aktivne počitnice (npr. smučanje, pohodništvo, kolesarjenje). Prostor reke Drave in obrežij je del urbanega prostora in ima velike potenciale za turizem in trajnostni promet. Med potenciali se v različnih dokumentih najbolj pogosto omenjajo oživitev zastarele športne infrastrukture oziroma revitalizacijo industrijskih površin ter predstavitev zgodovine, ureditev rekreacijskih površin tudi izven mesta, poudarjanje vinskega turizma (najstarejša vinska trta, vinorodna območja Malečnik-Ruperče) in kulinarike, umestitev glampinga in kampov na potencialna območja, stik z naravo (Piramida, Kalvarija, Pohorje) in poudarjanje ter oživitev majhnih lokalnih zgodb.

Pri nadaljnjem gospodarskem prestrukturiranju ima turizem ključno vlogo kot eden najbolj neizkoriščenih potencialov v regiji, zlasti za zaposlovanje. Razvoj trajnostnega turizma v Mariboru temelji na ohranjanju kulturne in naravne dediščine, vključno z umetnostjo in gastronomijo. Turizem se obravnava tudi kot integrativna dejavnost v procesu razvoja mesta kot regionalnega kulturnega središča in je prepoznan kot eden od dejavnikov pri prenovi javnih prostorov, urbanega zelenega obroča in kulturne ponudbe.

9.4 Identifikacija glavnih deležnikov na področju turizma

V okviru analize upravljaljskega okvira, ki bo sicer podrobneje opisan v poročilu delovnega paketa 3, smo identificirali tudi glavne deležnike na področju razvoja turizma in ovrednotili njihovo moč in vpliv (glej preglednico 12). Kot najpomembnejša deležnika smo opredelili Zavod za turizem Maribor, ki izvaja javno službo pospeševanje turizma, oblikovanja in promocije turistične ponudne destinacije Maribor-Pohorje. Enako pomembna so na drugi strani turistična podjetja – hoteli, turistične agencije, gostinska podjetja – ki zagotavljajo raznovrstno ponudbo in jo tudi tržijo.

Srednje pomembni sta regionalno razvojna agencija kot nosilka regionalnega strateškega razvoja in pa Mestna občina Maribor kot nosilka lokalne samouprave. Prva je odgovorna za pripravo regionalnega razvojnega programa za šestletno obdobje in okviru tega za pridobivanje in izvajanje evropskih projektov, ki prispevajo k oblikovanju tržnih znamk, razvoju in trženju produktov, vzpostavitvi infrastrukture in povezovanju občin tudi na področju turizma. Naloge občine so pospeševanje in ustvarjanje pogojev za razvoj turizma, ki se zagotavljajo tudi preko trajnostnega urbane strategije in usmeritev na področju prostorskega razvoja, kot podrobneje opisano v poglavju 9.1.

Kot manj pomembne smo opredelili javno podjetje za potniški promet, kulturne ustanove, Višjo strokovno šolo za turizem Maribor, Občinsko turistično zvezo, Štajersko turistično zvezo in Turistično društvo Maribor, saj naj bi imeli manjši vpliv na razvoj turizma.

Preglednica 12: Opredelitev glavnih deležnikov za razvoj turizma v Mariboru

Ime deležnika	Vloga deležnika	Moč/vpliv deležnika na razvoj turizma*
Zavod za turizem Maribor	Izvajanje javne službe pospeševanja turizma, oblikovanje celovite turistične ponudbe, spodbujanje razvoja turistične infrastrukture, promocijo celovite turistične ponudbe in informiranje obiskovalcev Maribora in regije Maribor – Pohorje.	3
Turistična podjetja (hoteli, turistične agencije, gostinska podjetja, lokalni turistični vodniki)	Turistični ponudniki, promocija ponudbe in destinacije.	3
Regionalna razvojna agencija za Podravje – Maribor; Sektor za turizem	Priprava strateških načrtov za spodbujanje in razvoj turizma v turističnem območju Maribora in Podravja. Oblikovanje in promocija tržnih znamk, razvoj in trženje integralnih turističnih proizvodov, spodbujanje razvoja in urejanja turistično rekreacijske infrastrukture, vzpostavitev različnih partnerstev občin z namenom spodbujanja turizma ter realizacije posameznih projektov ali produktov, ki presegajo območje posameznih občin.	2
Mestna občina Maribor	Pospeševanje in ustvarjanje pogojev za razvoj turizma	2

Marprom	Javno podjetje za mariborski potniški promet, upravljaec Pohorske vzpenjače.	1
Višja strokovna šola za gostinstvo in turizem Maribor	Izobraževanje bodočih turističnih delavcev.	1
Kulturne ustanove (UMG, SNG Maribor, Narodni dom, Pokrajinski muzej)	Bogatenje kulturne ponudbe v mestu.	1
Občinska turistična zveza, Štajerska turistična zveza, Turistično društvo Maribor	Lokalna interesna združenja za spodbujanje organiziranosti in razvoj turistične dejavnosti	1

* Lestvica za ocenjevanje: 0 – nima vpliva, 1 – majhen vpliv, 2 – srednje velik vpliv, 3 – velik vpliv.

10 SKLEP

Priprava mestnega profila destinacije Maribor nam je omogočila analitični vpogled v razvoj in v trenutno stanje turističnega sektorja. Začetki mestnega turizma v Mariboru segajo v konec 19. stoletja, prvi višek pa je turizem v Mariboru dosegel v 70. in 80. letih 20. stoletja. Pred letom 1991 se je Maribor redno uvrščal med deset najbolj obiskanih slovenskih destinacij, tako zaradi poslovnega kot zaradi zimskega turizma. Po osamosvojitvi se je začela prenova turističnega sektorja, ki še vedno poteka, saj Maribor glede na obseg prenočitev in koriščenje potencialov uvrščamo med mestne destinacije v razvoju.

Statistični pregled je pokazal, da se je v Mariboru v obdobju med letoma 2010 in 2019 število turistov povečalo za 1,3-krat, število nočitev pa za 1,1-krat. Za razliko od Ljubljane, kjer so bile stopnje rasti večje, se namreč v Mariboru niso tako močno povečale prenočitvene zmogljivosti, prav tako pa letališču ni uspelo vpeljati nobene redne letalske linije. Tako ostaja turistični obisk Maribora še vedno v veliki meri odvisen od tranzitnih turistov. Kljub temu zadnje obdobje, tj. med letoma 2015 in 2019, predstavlja obdobje viška in najhitrejše rasti turističnega obiska v Mariboru: v letu 2019 je število turistov preseglo 217.000, število nočitev pa 466.000.

Maribor ima v primerjavi z Ljubljano bistveno manjše gravitacijsko zaledje turističnega obiska. Bolj je zanimiv predvsem za stacionarne turiste iz držav srednje in vzhodne Evrope, kot so npr. Nemčija, Hrvaška, Poljska, Češka, Madžarska, Romunija in Ukrajina, saj so deleži njihovih nočitev v Mariboru vsaj dvakrat višji kot v Ljubljani. Na drugi strani pa je precej manj zanimiv za turiste iz bolj oddaljenih države EU, saj so z vsaj dvakrat nižjimi deleži nočitev kot v Ljubljani v njem zastopani turisti iz Francije, Španije, Združenega kraljestva in Belgije. Prav tako so v Mariboru precej nižji deleži nočitev turistov iz ZDA, Kitajske in Avstralije oziroma na splošno drugih kontinentov.

Turistični delavci so napovedovali nadaljnjo rast obiska tudi v prihodnje, vendar se je rast turističnega obiska v Mariboru nekoliko zmanjšala že v drugi polovici leta 2019, v letu 2020 pa ga je pandemija COVID-19 popolnoma ohromila. Zaradi pandemije se je obisk močno zmanjšal in ponovno padel na raven izpred 70. let 20. stoletja. Tako je v letu 2020 mesto obiskala le ena tretjina obiskovalcev iz leta 2019.

Ovrednotili smo tudi turistično ponudbo. Ponudba Maribora se od tradicionalnih mestnih destinacij razlikuje v tem, da je mesto dobro povezano s širšim zaledjem, ki nudi večje število športnih aktivnosti in oddih v naravi. Tako se lahko turist, ki prenočuje v središču mesta, čez dan potepa po Pohorju ali na bližnjem vinorodnem obrobju, in se potem vrne v mestno središče ter zvečer uživa v mestni kulinarični in kulturni ponudbi.

V Mariboru je dobro razvit tudi športni turizem, ki ima še nekaj potenciala zlasti v kakovosti infrastrukture in oglaševanju ter izrabi območja reke Drave. Sledijo mu prireditve, pri katerih je problem velika koncentracija v poletnem časovnem obdobju. Kulturni, poslovni turizem, kulinarični in nakupovalni turizem so srednje razviti. Na področju kulturnega turizma bi lahko bilo več ponudbe usmerjene za družine, poslovni turizem ima zaradi velikosti kapacitet omejene možnosti razvoja. Kulinarični turizem potrebuje več oglaševanja in sodelovanja ponudnikov, nakupovalnih pa mogoče večjo pestrost ponudbe in več specializiranih trgovin.

Razmere se odražajo tudi v t. i. turističnih personah, ki jih mesto privlači. Kot glavne smo identificirali zelene raziskovalce, urbane potrošnike, aktivne nostalgike, brezskrbno mlade in

večno mlade. Tudi rezultati ankete s tujimi turisti, ki smo jo povzeli po raziskavi podjetja Valicon, kažejo na to, da je mesto Maribor tranzitna destinacija, saj skoraj polovica obiskovalcev prihaja od druge destinacije. Dve petini obiskovalcev so bili dnevni obiskovalci, ena tretjina je v mestu preživela eno do dve noči.

Prebivalci Maribora so razvoju turizma naklonjeni in menijo, da pozitivno vpliva na lokalno identiteto, kulturo in dediščino, varstvo in ohranitev narave. Po njihovem mnenju turizem zaenkrat še ne prinaša negativnih učinkov. Strokovna delavnica na temo strateškega upravljanja turizma in prostorskega načrtovanja je pokazala, da prostorsko načrtovanje podpira oziroma sledi razvoju turizma, hkrati pa zagotavlja tudi ustrezne ukrepe v primeru prostorskega omejevanja in monitoringa turistične dejavnosti. Mestna občina tudi natančno spremlja finančni doprinos turistične panoge k upravljanju prostora in temu primerno prilagaja politike prostorskega upravljanja.

Na podlagi tega lahko sklenemo, da je Maribor mestna destinacija v razvoju. Turistični obisk še ni pretiran, saj kapacitete tako z vidika turističnega toka kot turistične ponudbe še niso pokoriščene. Izboljšati bi bilo potrebno zlasti upravljanje in načrtovanje prenočitvenih kapacitet, ki jih je z vidika ekonomske upravičenosti potrebno bolje koristiti v izvensezonskem času. Glede na celostno ponudbo Maribora to ne bi smelo predstavljati večjega problema, temveč ustrezen izziv za prihodnost.

11 LITERATURA IN VIRI

24UR, 2020. *Obnova zagodne tribune Ljudskega vrta za šest milijonov evrov*. Dostopno na <https://www.24ur.com/sport/nogomet/obnova-zahodne-tribune-ljudskega-vrta-za-sest-milijonov-evrov.html>

AirDNA, 2020. *Statistični podatki nastanitev, Ljubljana*. Dostopno na <https://www.airdna.co/vacation-rental-data/app/si/default/ljubljana/overview>

AirDNA, 2020. *Statistični podatki nastanitev, Maribor*. Dostopno na <https://www.airdna.co/vacation-rental-data/app/si/default/maribor/overview>

Analize o položaju invalidov v Mestni občini Maribor. Mestna občina Maribor. Maribor 2010.

Delo, 2016. *Slovenska smučišča*. Dostopno na <https://smucisca.delo.si/mariborsko-pohorje/>

Geodetska uprava Republike Slovenije (GURS), 2008. *Karta dostopnih lokacij za invalide na invalidskem vozičku*. Dostopno na <http://www.maribor.si/dokument.aspx?id=9274>

Horvat, U., 2012: Značilnosti stacionarnega turističnega obiska v Mariboru med letoma 1961 in 2011. *Revija za geografijo - Journal for Geography*, 7-1.

Horvat, U., 2019: Prebivalstvo Maribora – razvoj in demografske značilnosti. UM. Maribor. <https://press.um.si/index.php/ump/catalog/book/407>

I Feel Slovenia, 2019. *Aktivnosti Zavoda za turizem Maribor – Pohorje v 2019*. Dostopno na <https://www.slovenia.info/si/novinarsko-sredisce/novice/11036-aktivnosti-zavoda-za-turizem-maribor-pohorje-v-2019>

Konakoglu, S. S. K., 2018. *Tourism and Tourist Types in Urban Tourism*. Amasya University. Research Gate. https://www.researchgate.net/publication/330401188_Tourism_and_Tourist_Types_in_Urban_Tourism

Kongres Magazine, 2020. *Meetologue*. Dostopno na https://www.TurizemMaribor.si/media/1513/mtlg_mb_-_guide_to_destination_final_pages_24-7-2019.pdf

Letno poročilo Zavoda za turizem Maribor – Pohorje 2018. ZTMP. Maribor, 2019. <https://www.TurizemMaribor.si/media/4591/letno-porocilo-zavoda-za-turizem-maribor-pohorje-2018.pdf>

Letno poročilo Zavoda za turizem Maribor – Pohorje 2019. ZTMP. Maribor, 2020. <https://www.TurizemMaribor.si/media/5457/letno-porocilo-ztmp-2019.pdf>

Maribor ima priložnost - Trajnostna urbana strategija za Maribor. MOM. Maribor, 2015. <https://www.maribor.si/dokument.aspx?id=28079>

Maribor, 2000. *Climate Table*. Dostopno na http://meteo.arso.gov.si/uploads/probase/www/climate/table/si/by_location/maribor/climate-normals_71-00_maribor.pdf

MariborInfo, 2020. Čokoladna atrakcija iz Maribora navdušila največje svetovne medije. Dostopno na <https://mariborinfo.com/novica/lokalno/cokoladna-atrakcija-iz-maribora-navdusila-najvecje-svetovne-medije/311834>

MariborInfo, 2020. Turizem se ne dogaja slučajno: >>Še premalo je v Mariboru turistov zaradi Maribora!<<. Dostopno na https://mariborinfo.com/novica/slovenija/turizem-se-nam-dogaja-slucajno-se-premalo-je-v-mariboru-turistov-zaradi-maribora#google_vignette

Marprom, 2020. Pohorska vzpenjača. Dostopno na <https://www.marprom.si/o-podjetju/pohorska-vzpenjaca/>

Marprom, 2021. Pozdravljeni na Marprom.si. Dostopno na <https://www.marprom.si/>

Mestna občina Maribor (MOM), 2020. Revija Lupa – Kolesarjenje po slovenskih mestih. Dostopno na <http://www.maribor.si/povezava.aspx?pid=14353>

Občinski program varstva okolja mestne občine Maribor za obdobje 2021-2031. MOM. Maribor, 2021. <https://www.maribor.si/dokument.aspx?id=39895>

Poročilo o stanju okolja mestne občine Maribor za obdobje 2007 – 2016. MOM. Maribor 2018. http://okolje.maribor.si/data/user_upload/gradiva/Porocilo_o_stanju_okolja_2017_1.3..pdf

Radio Maribor, 2020. Maribor bo dobil sistem za izposajo oz. souporabo koles. Dostopno na <https://www.rtvsl.si/radiomaribor/novice/maribor-bo-dobil-sistem-za-izposajo-oz-souporabo-koles/525869>

Radio Maribor, 2020. Obnova sodnega stolpa ped začetko. Dostopno na <https://www.rtvsl.si/radiomaribor/radio-maribor/obnova-sodnega-stolpa-tik-pred-zacetkom/521502>

Radio Maribor, 2020. Terme Maribor v prodajo treh mestnih hotelov. Dostopno na <https://www.rtvsl.si/radiomaribor/radio-maribor/terme-maribor-v-prodajo-treh-mestnih-hotelov/527620>

Regionalna razvojna agencija za Podravje – Maribor (RRA Podravje), 2020. Dravska kolesarska pot. Dostopno na <https://rra-podravje.si/projekti/dravska-kolesarska-pot>

Regionalni razvojni program za Podravsko razvojno regijo 2014-2020. MRA. Maribor, 2015. <http://www.mra.si/uploads/2/9/3/7/29371337/rrp-podravje-2014-20202.pdf>

SiolNet, 2013. Tudi Maribor ima svojo turistično kartico. Dostopno na <https://siol.net/trendi/potovanja/tudi-maribor-ima-svojo-turisticno-kartico-39098>

Slovenska tiskovna agencija (STA), 2020. Terme Maribor lani po novem upadu prihodkov pozitivne le zaradi prodaje Fontane. Dostopno na <https://www.sta.si/2806614/terme-maribor-lani-po-novem-upadu-prihodkov-pozitivne-le-zaradi-prodaje-fontane>

Slovenska tiskovna agencija (STA), 2021. Za zaprti mariborski hotel Betnava ni bilo zanimanja na dražbi. Dostopno na <https://www.sta.si/2807667/za-zaprti-mariborski-hotel-betnava-ni-bilo-zanimanja-na-drazbi>

Smyth, H., 2005. *Marketing the City: The Role of Flagship Developments in Urban Regeneration*, Taylor & Francis, London.

Strategija komuniciranja destinacijske znamke Maribor. ZTMP. Maribor, 2019.
<https://www.TurizemMaribor.si/media/3057/priloga-1-povzetek-strategije-komuniciranja-destinacijske-znamke-maribor.pdf>

Strategija razvoja turizma na območju 22 občin Zg. Podravja (Osrednja Štajerska) Maribor-Pohorje-Slovenske gorice in Dravsko polje 2010-2020. ZTMP. Maribor 2011.
<http://www.maribor.si/dokument.aspx?id=15328>

Strategija trajnostne rasti slovenskega turizma 2017–2021. Vlada RS. Ljubljana 2017.
https://www.slovenia.info/uploads/dokumenti/kljuni_dokumenti/strategija_turizem_koncn_o_9.10.2017.pdf

Statistični urad Republika Slovenija (SURS), 2020a. Zaposleni v turizmu glede na SKP-08

Termania, 2020. *Športni turizem*. Dostopno na
<https://www.termania.net/slovarji/turisticni-terminoloski-slovar/3476432/sportni-turizem?query=%C5%A0portni+turizem&SearchIn=All>

Terme Maribor, 2020. *Poslanstvo in prednosti*. Dostopno na <https://www.terme-maribor.si/si/terme-maribor/o-druzbi>

Tokovi gostov v mestu Maribor v poletni sezoni. ZTMP in Valicon. 2018.

Trivago, 2014. *Trivago objavil pregled cen hotelskih namestitev v Sloveniji v letu 2014*. Dostopno na
https://www.slovenia.info/uploads/news/1080/pregled_cen_po_mestih_in_destinacijah_19_200.pdf

Trivago, 2020. *Trivago hotel price index*. Dostopno na
<https://businessblog.trivago.com/trivago-hotel-price-index/>

Turizem Maribor, 2019. *Letno poročilo zavoda za turizem Maribor – Pohorje*. Dostopno na <https://www.TurizemMaribor.si/media/5457/letno-porocilo-ztmp-2019.pdf>

Turizem Maribor, 2020. *Destinacija, polna presenečenj*. Dostopno na
<https://www.TurizemMaribor.si/si/odkrij/maribor/>

Turizem Maribor, 2020. *Nacionalni in mednarodni projekti*. Dostopno na
<https://www.TurizemMaribor.si/si/poslovne-strani/projekti/>

Turizem Maribor, 2020. *O Zavodu turizem Ljubljana*. Dostopno na
<https://www.TurizemMaribor.si/si/poslovne-strani/zavod-za-turizem-maribor-pohorje/>

Turizem Maribor, 2020. *O Zavodu za turizem Maribor – Pohorje*. Dostopno na
<https://www.TurizemMaribor.si/si/poslovne-strani/zavod-za-turizem-maribor/>

Turizem Maribor, 2020. *Odlična destinacija za poslovna srečanja*. Dostopno na
<https://www.TurizemMaribor.si/si/kongresi-in-srecanja/zakaj-maribor/>

Turizem Maribor, 2020. *Po Mariboru*. Dostopno na <https://www.TurizemMaribor.si/si/informacije/po-mariboru/>

Turizem Maribor, 2020. *Rezultati ankete med prebivalci mesta Maribor*. Dostopno na <https://www.Turizem Maribor.si/media/5246/rezultati-ankete.pdf>

Turizem Maribor, 2020. *Spoznajte Maribor*. Dostopno na <https://www.Turizem Maribor.si/si/odkrij/maribor/spoznajte-maribor/>

Urbanistična zasnova mesta Maribor. MOM. Maribor, 2004
<https://www.maribor.si/dokument.aspx?id=10982>

Večer, 2020. *Hotel Bellevue ima novega lastnika*. Dostopno na <https://www.vecer.com/maribor/aktualno/hotel-bellevue-ima-novega-lastnika-10129815>

Večer, 2020. *Terme Maribor: Hotel Ibis in Mercure ponovno postajata Orel in Piramida*. Dostopno na <https://www.vecer.com/maribor/aktualno/terme-maribor-hotela-ibis-in-mercure-ponovno-postajata-orel-in-piramida-10231172>

World Tourism Organization (UNWTO), 2020. *Urban Tourism*. Dostopno na <https://www.unwto.org/urban-tourism>