

## **HIKING & BIKING**

### **Rekreacija v naravi – pohodništvo in kolesarjenje brez meja**

**Namen** projekta je na območju projektne regije oblikovati skupne čezmejne integralne turistične produkte, zagotoviti skupno tržno komuniciranje in pozicionirati projektno regijo kot območje kakovostnih turističnih produktov. S pretokom znanja in izmenjavo izkušenj vzpostaviti podlago za razvoj letošnje atraktivnosti projektne regije. Poseben poudarek projekta bo na internacionalizaciji, ki bo pogojena z izvedbo promocijskih aktivnosti izven Programskega območja (ciljni trgi: Nemčija, Benelux, Češka, Hrvaška, Madžarska in Italija).

#### **Splošni cilj projekta**

- Projektno območje razviti v prepoznavno destinacijo aktivnega oddiha in sonaravnega turizma.
- Vzpostaviti orodja in strukturo za opravljanje bilateralnih aktivnosti destinacijskega marketinga in managementa.
- Spodbuditi razvoj trajnostnih, sonaravnih, okolju prijaznih oblik turizma ter povečati osveščenost prebivalstva in turistov glede trajnostne rabe prostora.

**Cilj skupnega projekta ni ustvarjanje in označevanje novih poti za kolesarje in pohodnike temveč skupna promocija že obstoječih poti!!!**

#### **Pričakovani učinki (outputi)**

V okviru projekta bodo razviti atraktivni integralni turistični produkti, izdelan bo koncept tržnega komuniciranja z natančno opredeljenimi orodji in definiranimi promocijskimi potmi. Prav tako bodo izdelani kriteriji kakovosti. Neposredni učinki projekta so razdeljeni po posameznih sklopih načrtovanih dejavnosti in so predstavljeni v nadaljevanju.

#### **1. Razvoj ponudbe:**

Ponudba bo razvita na temeljih treh definiranih tematskih skopov (pohodništvo, kolesarjenje in nordijski fitnes) za posamezne produkte (dolge pohodne poti, tematske pohodne poti, rekreativne poti; kolesarjenje za sprostitev, obrečno in gorsko kolesarjenje; nordijska hoja in tek na smučeh) obravnavanega območja. Ponudba s posameznimi produkti bo oblikovana na osnovi principa „Best of“. Znotraj tega delovnega paketa so predvideni naslednji neposredni učinki.

- identifikacija ključnih vsebin turističnih produktov,
- 4 analize, ključne za oblikovanje produktov (analiza povpraševanja, ponudbe, dobrih praks ter komparativna analiza),
- ogledi primerov dobrih praks v EU (za pohodništvo, kolesarjenje in nordijski fitnes),
- delavnice za ponudnike,
- digitalizacija min. 6 turističnih produktov,
- oblikovanje turističnih paketov, ki jih bo mogoče po zaključku projekta vključiti v



obstoječe info-rezervacijske sisteme (večdnevne kakor tudi skupinsko orientirane ponudbe),

- izdelava oz. odkup fotografij (9 serij po temah in letnih časih oz. turističnih sezonah)
- priprava tekstov (8 tujih jezikov in skupno oblikovanje tekstov )

## 2. Tržno komuniciranje

Osnova za dejavnosti trženja so po eni strani podatki o raziskavi trga, ki so obdelani na začetku projekta ter evidentirani in dokumentirani in tako dostopni za vse projektne partnerje, po drugi strani pa del skupnega strateškega kot tudi operativnega marketinškega načrta. Glede na strateški marketinški načrt je treba na tem mestu poudariti, da so bile pomembne stične točke, kot je natančna določitev ciljnih trgov, opredeljene že na začetku v skupnih delavnicah v letih 2007 in 2008. Predvideni neposredni učinki so:

Pospesevanje prodaje:

- organizacija treh študijskih potovanj
- razvoj in prodaja digitalnih razglednic (mediacard)(2.000 kosov)
- 15 oglasov v katalogih potovalnih agencij
- udeležba na 5 delavnicah na opredeljenih ciljnih trgih

Promocija:

- 3-jezični (angleško, slovensko, nemško) katalog za stranke z 2 nakladama po 30.000 kosov
- zemljevidi kot mediji, ki se razdelijo in kot pomožno sredstvo za prodajo z naklado 300.000 kosov
- 3 udeležbe na sejmih na opredeljenih ciljnih trgih
- elektronska pisma 50.000 kupljenim naslovom
- 16 mednarodnih medijskih kooperacij s poudarkom na Nemčiji
- 5 prilog v mednarodnih medijih
- 10 oglasov v mednarodnih medijih

Tehnologija/e-trženje:

- izdelava spletne podstrani na naslovu [www.slovenia.info](http://www.slovenia.info) in [www.steiermark.com](http://www.steiermark.com) v 8 jezikih
- optimizacija pri iskalnikih
- kampanja za ključne besede v googleAdwords
- 6 e-novic za stranke
- spletne kampanje na primer za stran bergfex

Gospodarsko sodelovanje:

- s tremi podjetji, ki delujejo na mednarodnem trgu

Delo z javnostmi / promocija:

- 80 regionalnih, nacionalnih in mednarodnih sporočil za tisk
- 20 potovanj za predstavnike tiska
- 8 tiskovnih konferenc

## 3. Management kakovosti:

Z aktivnostmi znotraj delovnega paketa management kakovosti želimo z upoštevanjem meril doseči najvišjo mero kakovosti turističnih storitev čezmejne destinacije. Pri oblikovanju meril bomo sledili že uveljavljenim standardom kakovosti ter standardom na področju varstva okolja ter upoštevali vrednote, kot so učinkovitost, uspešnost, gospodarnost, kakovost, ekologija, varnost, zanesljivost, združljivost in medsebojno delovanje.



Naložba v vašo prihodnost

Operacijo delno financira Evropska unija  
Evropski sklad za regionalni razvoj

Predvideni neposredni učinki so:

- testiranje produktov in ponudbe (samotestiranje, ADFC, testi skritega gosta...)( testi znotraj 6 produktov)
- evalvacija testiranja produktov in ponudbe (6 produktov )
- moduli usposabljanja za vodnike pohodništva, kolesarstva, gorskega kolesarstva in nordijske hoje (8 seminarjev)
- predstavitev obstoječih pohodniških in kolesarskih standardov v Sloveniji – STO Slovenska turistična organizacija (4 delavnice)
- izdelava priporočil za skrbništvo nad pripravljenimi produkti

#### **4. Infrastruktura**

Za optimalno uporabo/izvedbo oblikovanih produktov na terenu želimo zagotoviti čim boljše splošno usmerjanje turista v naravi. Predvideni neposredni učinki so:

- nabor in analiza obstoječe terenske signalizacije,
- priprava (priporočil) sistema optimizacije terenske signalizacije za tri teme,
- postavitve smerne signalizacije in markiranje poteka izbranih poti ( smerne table in markacije ) za 3 produkte.

#### **5. Management projekta**

Skozi natančno načrtovani in skrbno koordinarni management projekta bo zagotovljena uspešna izvedba aktivnosti in doseganje zastavljenih ciljev.

#### **6. Informiranje in obveščanje**

Kakovosten pretok informacij do opredeljenih ciljnih skupin projekta ter strokovne in splošne javnosti bo v okviru projekta zagotovljena skozi uporabo elektronskih načinov komuniciranja. Predvideni neposredni učinki so:

- Pod stran na spletni strani LP in povezava spletnih strani partnerjev, (9)
- Oblikovanje informacij za javnosti (4)
- Organizacija tiskovnih konferenc (2).

#### **Projektno partnerstvo:**

Vodilni partner projekta je Center za razvoj zdravja iz Murske Sobotice. Partner z avstrijske strani je Steirische Tourismus GmbH, krovna organizacija za trženje turistične ponudbe Dežele Štajerske. V vlogi projektnih partnerjev pa nastopa še dodatnih 8 projektnih partnerjev s slovenske strani meje: Zavod za turizem Maribor, MRA – mariborska razvojna agencija, RRA Koroška, Znanstvenoraziskovalno središče Bistra Ptuj, Razvojni center Murska Sobota, Prleška razvojna agencija, Regionalna razvojna agencija Mura in Multidisciplinarni raziskovalni inštitut Maribor.

RRA Koroška v projektu prevzema koordinacijo izvajanja projektnih aktivnosti za in v Koroški regiji.

#### **Trajanje:**

Predvideno trajanje projekta je 36 mesecev.

Projekt je bil izbran za sofinanciranje s sredstvi Evropskega sklada za regionalni razvoj, v okviru 1. javnega razpisa za izbor projektov v okviru Operativnega programa čezmejnega sodelovanja Slovenija – Avstrija 2007-2013.

