



Mestna občina **Novo mesto**

Župan

Seidlova cesta 1
8000 Novo mesto
T: 07 39 39 244
F: 07 39 39 269

mestna.obcina@novomesto.si
www.novomesto.si

Številka: 320-1/2016
Datum: 6. 7. 2016

OBČINSKI SVET MESTNE OBČINE NOVO MESTO

- ZADEVA:** **STRATEGIJA RAZVOJA TURIZMA V MESTNI OBČINI NOVO MESTO DO 2020 – 2. OBRAVNAVA**
- NAMEN:** Sprejetje Strategije razvoja turizma v MONM do 2020 v 2. obravnavi
- PRAVNA PODLAGA:** 21. člen Zakona o javni samoupravi (Ur. l. RS, št. 94/07-UPB), 15. člen Statuta MONM (DUL, št. 33/16), Zakon o spodbujanju razvoja turizma (Ur. l. RS št. 2/04, 57/12, 17/15)
- POROČEVALEC:** Boštjan Grobler, podžupan MONM
- OBRAZLOŽITEV:** V širokem javnem krogu je nastajal dokument v prilogi, s katerim si MONM postavlja konkretno zastavljene in realno uresničljive cilje na področju razvoja turizma na območju Mestne občine Novo mesto.
- PREDLOG SKLEPOV:** **Občinski svet Mestne občine Novo mesto sprejme Strategijo razvoja turizma v MONM do 2020 v 2. obravnavi.**

Gregor Macedoni
ŽUPAN



STRATEGIJA RAZVOJA TURIZMA V MONM 2020

GRADIVO ZA 2. BRANJE NA OBČINSKEM SVETU 14. 7. 2016



Boštjan Grobler
Mestna občina Novo mesto

Kazalo

1. PREDGOVOR	4
2. UVOD	5
3. ANALIZA OBSTOJEČIH KAZALCEV TURIZMA V MONM	7
4. STRATEGIJA	12
5. PROGRAMSKI SKLOPI	17
5.1 ŠPORTNO-TURISTIČNA OS KRKA ŽIVI	18
5.2 ARHEOLOŠKO-INDUSTRIJSKA OS NOVEGA MESTA	27
5.3 GORJANCI	35
6. KULINARIKA IN VINO	40
7. ORGANIZACIJA TURIZMA	41
8. TURISTIČNE PRIREDITVE	41
9. KAZALNIKI RAZVOJA TURIZMA	42
10. FINANČNI VIRI	42
11. IZOBRAŽEVANJE KADRA	42
12. NADALJNI KORAKI	43
ZAKLJUČEK	44

Priloga 1: Seznam večjih dogodkov v MO Novo mesto

Priloga 2: Skica Športne osi »Krka živi«

Priloga 3: Skica Arheološko-industrijske osi

Priloga 4: Časovnica izvedbe projektov

1. PREDGOVOR

Turizem je gospodarska dejavnost

Novo mesto je pred velikim izzivom, da razvije tudi svoj turistični potencial. Zakaj je ta korak potreben? V času skoraj popolnih globalizacijskih tokov je turizem edina dejavnost, ki temelji zgolj na lokalnih dejavnostih.

Turizem je dejavnost edinstvenega prepleta naravnih danosti, kulturne dediščine in lokalnih zanimivosti ... Predvsem pa dejavnosti ljudi, ki znajo vse to nadgraditi v splet dobrih občutkov in nepozabnih vtisov svojih gostov.

Turistična dejavnost postane gospodarska dejavnost, ko generira nova delovna mesta, ki z dodano vrednostjo omogočajo nadaljnjo rast in razvoj. Generiranje novih delovnih mest v turizmu okolju omogoča dolgoročen razvoj krajine z vidika urejanje kmetijskih površin, infrastrukture, negovanja kulturne in naravne dediščine ter družbenega dogajanja. Zato razvoj turizma pomeni tudi izboljševanje bivanjskega okolja za lokalno prebivalstvo.

Gre torej za pomembno družbeno dejavnost, ki z velikim množiteljem vpliva na razvoj regije. Utrjuje prepoznavnost mesta ter s tem krepi blagovno znamko in identiteto mesta v širši regiji.

2. UVOD

Zakaj je potrebna strategija?

Strategija je pomembna na poti do ciljev. Tako kot ima šahist svojo strategijo, čeprav ne more predvideti nasprotnikovih odgovorov na svoje poteze, ki ga ob taktičnih zamisli pelje do želene zmage, mora imeti vsako delovanje neke organizacije zastavljene smernice za napredovanje.

Čista in jasna strategija, ki ji sledijo konkretni koraki k uresničevanju, zagotovo lahko pritegne tiste entuziaste, investitorje in nazadnje še vse ostale, tudi dvomljivce, ki bi drugače svojo energijo usmerjali drugam. Morda vsak v svojo smer. Zato je smisel strategije, da združuje silnice napredka. Turizem je dejavnost, ki vključuje najširše javnosti, zato je pomembno, da se razvija vzporedno. Javna infrastruktura in programi, zasebna ponudba in delo NVO-jev ne morejo eden brez drugega, še posebej ne v turizmu. Neusklajen razvoj po navadi pomeni finančne težave tistega, ki je naprednejši, skladen razvoj pa lahko prinese multiplikativne učinke.

Naloga strategije torej je, da odpira razmišljanje, kaže smer do ciljev in spodbuja okolje k proaktivnosti.

Strategija bo torej izhodišče pripravljavcem vseh nadaljnjih dokumentov, kot so OPN in Strategija Novega mesta 2030, da upoštevajo njene smernice. Zaposlenim na OU Novo mesto bo izhodišče pri pripravi dokumentov in v komunikaciji z zainteresiranimi vlagatelji. Pomembno je, da bodo deležniki, ki imajo vpliv na razvoj mesta, sprejeli turizem kot jasno usmeritev mestne politike in jo upoštevali ob vseh nadaljnjih korakih.

Kako je nastajala strategija razvoja turizma?

V okolju deluje že veliko deležnikov, ki nudijo turistične storitve. Predvsem so to ponudniki nočitvenih nastanitev, gostinskih storitev in različnih turističnih izdelkov ali storitev (npr.: Rudolfov splav, Konjeniški center, grad Struga ...) ter društva, ki nudijo določene storitve športnih in rekreativnih ter kulturnih vsebin. Vsi ti deležniki so zelo pomembna platforma za vse nadaljnje korake. Prav tako pomembna sta delovanje in podpora ustanov, ki varujejo naravno in kulturno dediščino v našem okolju (Dolenjski muzej Novo mesto, ZVKDS, ZRSVN).

Smer, v kateri smo iskali podporo novi viziji, ki smo jo v prvem koraku na široko definirali v skupini ljudi z veliko (mednarodnimi) izkušnjami (iz različnih perspektiv) v turizmu, je klicala tudi po komunikaciji z nekaterimi največjimi gospodarskimi deležniki v okolju.

Osnutek in vizija turizma sta bila predstavljena:

- na delavnici na temo Konservatorski načrt,
- na delavnici vsem ključnim deležnikom oz. predstavnikom interesnih skupin, ki delujejo v turizmu,

- predstavnikom Dolenjskega muzeja, ZVKDS, ZRSVN,
- večjim podjetjem s področja turizma v občini: Adria Mobil, Terme Krka,
- upravnemu odboru GZDBK,
- Občinskemu svetu MO Novo mesto,
- osnutek je bil tudi ena od podlag za pripravo Trajnostne urbane strategije in tako tudi obravnavan na delavnici na to temo,
- ožji skupini za pripravo TUS in krogu strokovnjakov na Občinski upravi,
- številnim posameznikom v pogovorih o razvoju mesta,
- pripravljen dokument je bil predstavljen na delavnici, na kateri so bili vabljeni vsi deležniki, ki so do zdaj sodelovali v javni razpravi,
- obravnava na občinskem svetu MO Novo mesto (dvostopenjska obravnava)

Za pripravo razvojnih smernic posameznih ključnih področij pa smo delovali v skupinah:

- skupina deležnikov, ki delujejo ob in na reki Krki,
- skupina deležnikov za Gorjance (koordinator RC Novo mesto),
- ožja skupina sodelavcev, ki smo presejali predloge in pripravljali zaključne dokumente delavnic, srečanj oz. poslanih predlogov.

Komunikacija s širšo javnostjo je bila obsežna. Dobili smo veliko kakovostnih in zelo konkretnih predlogov, nekateri so bili v okolju že dolgo prisotni, nikoli pa niso dobili širše družbene podpore oz. niso bili usklajeni med deležniki.

Z vso komunikacijo smo zajeli širok spekter znanj in izkušenj, prav tako pa z delom v delavnicah, na katerih so lahko prisotni vsi deležniki takoj razčistili neskladja iz preteklosti.

3. ANALIZA OBSTOJEČIH KAZALCEV TURIZMA V MONM

Statistika

Obisk Turistično-informacijskega centra med letoma 2009 in 2015

Tabela 1: Domači obiskovalci 2009–2015

Leto	jan	feb	mar	apr	maj	jun	jul	avg	sep	okt	nov	dec	Skupaj
2009	54	109	100	145	110	228	180	184	201	346	217	349	2223
2010	174	201	349	301	335	345	299	359	295	294	227	302	3481
2011	247	139	279	407	706	342	498	335	408	285	223	313	4182
2012	287	223	191	282	623	417	318	325	342	318	239	208	3773
2013	180	154	207	298	262	284	300	275	378	251	238	229	3056
2014	169	180	258	213	202	236	377	287	194	219	280	263	2878
2015	186	219	288	406	327	234	208	224	171	142	244	127	2776

Tabela 2: Tuji obiskovalci 2009–2015

Leto	jan	feb	mar	apr	Maj	jun	jul	avg	sep	okt	nov	dec	Skupaj
2009	50	36	54	116	126	234	361	528	269	125	47	78	2024
2010	86	44	89	157	206	239	444	766	248	179	62	106	2626
2011	99	51	74	222	292	364	587	743	398	131	81	88	3130
2012	61	21	54	120	240	380	566	760	386	165	70	45	2868
2013	64	49	87	157	257	217	610	761	353	189	104	104	2952
2014	46	43	112	159	151	193	574	838	366	171	100	150	2903
2015	80	64	73	113	168	264	454	741	345	101	80	101	2584

Tabela 3: Skupaj vsi obiskovalci 2009–2015

Leto	jan	feb	mar	apr	maj	jun	jul	avg	sep	okt	nov	dec	Skupaj
2009	104	145	154	261	236	462	541	712	470	471	264	427	4247
2010	260	245	438	458	541	584	743	1125	543	473	289	408	6107
2011	346	190	353	629	998	706	1085	1078	806	416	304	401	7312
2012	348	244	244	402	863	797	890	1085	728	483	309	253	6646
2013	244	203	294	455	519	501	910	1036	731	440	342	333	6008
2014	215	223	370	372	353	429	951	1125	560	390	380	413	5781
2015	266	283	361	519	495	498	662	965	516	243	324	228	5360

Tabela 4: Obiskovalci TIC-a po državah v obdobju 2009–2015

Država	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Italija	568	729	743	525	571	584	484
Nemčija	337	507	543	533	469	401	473
Francija	254	256	341	422	441	315	339
Vel. Britanija	138	173	208	179	136	178	211
Nizozemska	116	170	60	96	157	168	163
Španija	105	104	194	152	126	148	151
Rusija	90	95	65	114	89	50	111
Izrael	64	73	61	47	43	20	32
ZDA	57	71	95	103	127	76	41
Hrvaška	42	47	117	112	74	93	121
Avstralija	34	36	18	19	12	21	50
Srbija	15	36	28	27	31	13	19
Ostali	204	329	657	539	676	836	389
Skupaj	2024	2626	3130	2868	2952	2903	2584

Tabela 5: Statistika voženj z Rudolfovim splavom v obdobju 2008–2015

Leto	Število voženj skupno	Število voženj domači gosti	Število voženj tuji gosti	Število oseb skupno
2008	140	134	6	4200
2009	141	122	19	4635
2010	103	92	11	4313
2011	106	87	19	4835
2012	104	79	25	4399
2013	118	79	39	4722
2014	102	55	47	4151
2015	119	68	51	4838
Skupaj:	443	281	162	18 110

Tabela 6: Izletniki na Dolenjskem in v Beli krajini, pripeljani prek TA Kompas NM v obdobju 2008–2015

Leto	število izletnikov
2008	3029
2009	2629
2010	3066
2011	3886
2012	3091
2013	3495
2014	3991
2015	5315
Skupaj	28 502

Tabela 7: Število skupin turistov, ki jih je TA Kompas pripeljal na Dolenjsko in v Belo krajino v obdobju 2014–2015

Leto	št. skupin na Dol. in BK	št. skupin na Dolenjskem
2014	74	50
2015	97	74

Tabela 8: Turistične nočitve po najpomembnejši emitivnih trgih v obdobju 2008–2014

Turisti

Leto	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Italija	4674	3338	4175	4524	3505	3062	3186
Nemčija	2193	1754	1839	2205	2136	2058	2005
Izrael	1380	1781	811	1410	2099	3068	1483
Francija	1536	1433	1400	1514	1534	2157	2138
Hrvaška	1139	1230	937	1140	1192	996	1263
Avstrija	910	877	993	1347	1739	977	881

Nočitve

Leto	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Italija	10 751	8239	10 952	11 411	7256	6750	6464	9037
Nemčija	3888	2874	3171	3792	3656	3625	4202	3565
Izrael	4928	5126	2238	4262	8611	7466	4685	7201
Francija	3750	5194	4244	4975	4576	7466	6348	2854
Hrvaška	2056	2062	1758	2242	5250	3010	6152	5394
Avstrija	1201	1308	1555	2213	2910	1544	1507	1680

Tabela 9: Število turistov v obdobju 2008–2015 v MONM

Leto	št. turistov			delež tujih (%)
	domači	tuji	skupaj	
2008	7711	23 417	31 128	75
2009	8870	22 231	31 101	71
2010	9186	22 849	32 035	71
2011	11 226	23 176	34 402	67
2012	9060	22 685	31 745	71
2013	6218	22 693	28 911	78
2014	6298	23 029	29 327	79
2015	8644	24 145	32 789	74

Tabela 10: Število nočitev ter povprečna doba bivanja v obdobju 2008–2015 v MO NM

Leto	št. nočitev			delež	povprečna doba bivanja		
	domači	tuji	skupaj	tujih	domači	tuji	skupaj
2008	13 144	65 855	78 999	83	1,7	2,8	2,5
2009	18 394	66 887	85 281	78	2,1	3,0	2,7
2010	17 389	56 532	73 921	76	1,9	2,5	2,3
2011	21 574	59 892	81 466	74	1,9	2,6	2,4
2012	18 921	62 660	81 581	77	2,1	2,8	2,6
2013	14 506	79 687	94 193	85	2,3	3,5	3,3
2014	13 223	81 480	94 703	86	2,1	3,5	3,2
2015	17 067	79 .250	96 317	82	2,0	3,3	2,9

Tabela 11: Nastanitvene zmogljivosti v MO NM

Vrsta obrata	hotel	prenočišča in apartmaji	hostel	zidanica	turistična kmetija	planinski dom	kamp	PZA	Skupaj
Število objektov	4	9	2	11	1	1	1	2	31
ležišča, PZA, kamp parcele	304	219	220	48	29	34	40	14	908

Tabela 12: Gostinske zmogljivosti v MO NM

Vrsta obrata	Gostilna	Gostišče	Restavracija	turistična in izletniška kmetija	Vinska klet, vinotoč	zidanica	planinski dom	skupaj
število obratov	21	2	11	3	5	4	1	47

Tabela 13: Prihodek iz naslova turistične takse MO NM v obdobju 2008–2015

Leto	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Turistična taksa	53.820 €	52.960 €	44.245 €	52.847 €	49.205 €	56.780 €	49.968 €	65.177 €

V Sloveniji predstavlja turizem v zadnjih letih od 3,3 do 3,5 % ustvarjenega BDP, skupni prispevek dejavnosti pa dosega od 12,4 do 12,9 %. Število zaposlenih v dejavnosti je 13 do 13,2 %, vse naložbe v turistično infrastrukturo pa pomenijo 9,9–10,7 % vseh naložb v Sloveniji. Te številke Slovenijo postavljajo med turistično bolj razvite dežele.

Leto 2015 je bilo turistično eno boljših v zgodovini Slovenije. Zanimiv je trend, da se obisk TIC-a v Novem mestu od leta 2011 vztrajno znižuje. Ta trend je prisoten tudi drugod, kjer se turistična ponudba ne razvija oz. TIC ne producira drugih vsebin. To je predvsem posledica načina

pridobivanja informacij o destinaciji, ki poteka predvsem prek spletnih strani in družbenih omrežij. Tudi tiskani materiali so bistveno manj iskani.

Novo mesto je v letu 2015 ustvarilo kar nekaj rekordnih turističnih rezultatov. Tako je bila v letu 2015 obračunana rekordna višina turistične takse (v veliki meri na to vpliva tudi dvig višine turistične takse) v višini 65 177 EUR, kar je skoraj 15 % več od najuspešnejšega leta do zdaj. Obisk turistov je bil največji po letu 2011, ki je bilo rekordno. Turistična agencija Kompas je pripeljala največje število skupin in posameznih turistov, največ turistov se je peljalo s splavom po reki Krki.

Veliko rast v letu 2015 je dosegel tudi obisk v Dolenjskem muzeju, ki kar za dobrih 25 % (39 528 obiskovalcev) prekaša najboljšega do zdaj (leta 2011). Upad je zabeležil le muzej IMV.

Razlogi za porast so različni. Zagotovo nekaj prinese že sam trend, velik del pa ima zagotovo tudi dogajanje v Novem mestu, ki je s prireditvami okoli praznovanja 650-letnice in dogodki (Noč nakupov, Rudi Potepuški, Skoki v Krko) ter mnogimi drugimi dejavnostmi v mesto pritegnilo veliko število gostov iz drugih krajev Slovenije.

Trend je pravi, vendar bo treba za takšno rast tudi v prihodnje narediti še zelo veliko. Ključna je odločitev, kako se bo Novo mesto pozicioniralo na turističnem zemljevidu. Izvirnost in ekskluzivnost ponudbe sta osnovna parametra, prav tako pomembna pa je promocija.

Najučinkovitejša promocija so zadovoljni občani, ki promovirajo svoj kraj kjer koli in kadar koli, pomembno je tudi zadovoljstvo turistov, ki širijo svoje izkušnje med svojimi znanci ali prek spletnih komentarjev (blogi in druge objave). Zagotovo pa brez marketinga, tudi plačanega, ne gre. Zato mora temu dokumentu slediti še strategija marketinga mesta.

4. STRATEGIJA

Smernice turizma doma in po svetu

Smernice obnašanja turista se nenehno spreminjajo tako pri nas, kot v tujini. Ob raziskovanju svetovnih trendov smo se osredotočili na tiste, ki so bolj prisotni v Evropi in predvsem primerni za področja, ki jih lahko v našem okolju razvijamo.

Nekaj teh smernic je (nekatero smernice so poimenovane po skovankah iz angleškega jezika, zato se ohranjajo v svojem izvorniku):

- »**bleisure**« (poslovnež svoj poslovni obisk nadgradi še s kakšnim dnevom za ogled znamenitosti kraja),
- **turizem ustvarjanja: learn by doing** (turisti želijo imeti možnost sodelovati pri izdelavi izdelkov oz. pridobiti določene veščine),
- **animacijski turizem** (predvsem družine iščejo destinacije, ki so zanimive za posamezne dejavnosti),
- **kulinarični turizem** (gostje vse bolj iščejo avtentično hrano in vino),
- »**going green**« (ohranjanje okolja in tehnologije, povezane s tem, privlačijo posebne skupine turistov),
- **urbani turizem** (ljudje se želijo sprehajati po mestih in podoživljati navade domačinov),
- »**staycation**« oz. potovanje bliže domu (v zadnjem času se beleži porast turistov, ki prihajajo na določene destinacije iz bližnje okolice, seveda temu botruje ekskluzivna ponudba, ki jo lahko turist najde v »svojem« okolju).
- Zanimiva »**sekundarna**« **mesta** so mesta, ki imajo bogato zgodovino, ki poskrbijo za obnovo določenih predelov, z možnostjo raziskovanja, so mesta, ki niso prezasedena, prisotni so posebni ponudniki storitev, domačih izdelkov in različni tipi intelektualnih umetnikov in »hipsterjev«. To so mesta, ki so za turiste še neraziskana.
- **aktivne počitnice:** turisti, tako posamezniki kot skupine ali družine, iščejo kraje, kjer lahko preživljajo prosti čas čim bolj dejavno in raznovrstno ter imajo možnost zabave tudi po aktivnem dnevu. Za družine je pomembno, da so možnosti čim bolj raznovrstne in prilagojene za vse starosti.

V svetu je zelo velik trend rasti potovanj, večji del tega porasta predstavljajo azijski turisti. Pomembno pa je, da v marketinški strategiji sledimo tistim segmentom turistov, ki v danem trenutku iščejo ponudbo, ki jo lahko ponudiš ravno ti. Te niše vedno obstajajo, ne glede na globalne trende.

SWOT-analiza: TURIZEM V NOVEM MESTU

PREDNOSTI	SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none"> • Edinstvena reka in prepoznaven okljuk okoli mesta. • Edinstveni raznovrstni gozdovi. • Gorjanci. • Vinske gorice (Trška gora) s ponudbo zidanic. • Prepoznavna zvrst vina cviček – vinski posebnež. • Izjemne arheološke najdbe. • Tradicija proizvodnje. • Močno gospodarstvo. • Dolenjski muzej in bogata kulturna dediščina. • Bogato ljudsko izročilo. Dežela diatonične harmonike Lojzeta Slaka. • Zgodovinsko mesto in prepoznavne osebnosti iz zgodovine. • Geografska lega med dvema glavnima mestoma, ob avtocesti, ob velikem migracijskem toku turistov. • Možnost ribolova in lova. • Bogato ustno izročilo (Bajke o Gorjancih ...). 	<ul style="list-style-type: none"> • V okolici ni prepoznavnejših naravnih znamenitosti. • V mestu ni značilnejših arhitekturnih presežkov. • Ne obstajajo v tujini prepoznavni turistični izdelki. • Slabe povezave javnega potniškega prometa. • Občani ne zaznavajo turističnega potenciala in ga zato tudi ne promovirajo. • Manko usposobljenega turističnega kadra. • Nepoznavanje turističnega menedžmenta. • Slaba organiziranost lokalnega turističnega menedžmenta. • Slab interes zasebnega sektorja za razvoj turističnih storitev. • Pomanjkanje povezovanja med ponudniki. • Ni večje prepoznavne prireditve. • Novo mesto ne živi vloge regijskega središča.

PRILOŽNOSTI	NEVARNOSTI
<ul style="list-style-type: none"> • Krka je kot osrednji dolenski vodotok največja naravna turistična infrastruktura, ki je še zelo neizkoriščena. • Povezovanje obstoječe ponudbe in njeno vključevanje v nove turistične pakete, ki lovijo trende obnašanja turistov. • Prikazati turistom razvoj industrije v preteklosti in prihodnost. • Promocija domačih blagovnih znamk (Adria Mobil, Krka, cviček, Po Slakovi poti, Gorjanci, Grad Otočec, Novo mesto – mesto situl ... Razvoj športnorekreacijskega parka Češča vas. • Razvoj trajnostnega turizma na celotnem območju Gorjancev. • Razvoj turizma v vinskih goricah (zidaniški turizem). • Grad Grm – pozabljena priložnost v mestu. • Bogato arheološko dediščino skozi privlačen pristop približati ljudem. • Doživljajski turizem (ljudsko izročilo, kulinarika, domače obrti, območja z naravovarstvenim statusom). • Izkoristiti mrežo lastnikov prikolic in avtodomov Adria Mobil. • Intenzivnejše povezovanje z drugimi občinami v regiji in večjimi ponudniki storitev (Terme Krka). • Prepoznavnost družine Mach (nadgradnja projekta obstoječe Machove poti). 	<ul style="list-style-type: none"> • Slab turistični menedžment. • Neuspešna promocija turistične destinacije. • Nezavzetost pomembnih deležnikov turizma v okolju. • Omejevanje turizma na meje občine. • Neupoštevanje načel trajnostnega razvoja. • Onesnaženje in degradacija reke, Gorjancev, vinskih goric. • Nezainteresiranost lokalnih ponudnikov za povezovanje. • Nezainteresiranost nosilne industrije za vključevanje v turistično ponudbo.

Kaj od obstoječega ohraniti, na čem graditi?

Turistična ponudba v občini Novo mesto trenutno temelji na sekundarnih izdelkih. Gre za posamezne produkte oz. storitve s področij kulinarike, gastronomije, namestitve in dogodke, ki delujejo preveč nepovezano in so premalo marketinško izpostavljeni ter posledično premalo obiskani. Med deležniki iz primarne ravni so najvidnejši po obisku: Gorjanci, mestno jedro, Dolenjski muzej, Grad Otočec, frančiškanska cerkev, kapitelj, Kulturni center Janeza Trdine ...

Novo mesto je edinstveno v Evropi po svojem **halštatskem obdobju**, ko je bilo eno najbogatejših mest tistega časa. Območje z najdenim največjim številom situl, steklenih jagod, fibul in številnih grobov ... Prav tako pa je Novo mesto danes edinstveno **z eno najmočnejših industrij v Evropi**. V mestu z le 36 000 prebivalcev, imamo enega največjih generikov v farmacevtski industriji v Evropi, eno najboljših tovarn avtomobilov v skupini Renault-Nissan, enega najbolj nagrajenih in prepoznavnih proizvajalcev avtomobov in bivalnih prikolic, enega razvojno najnaprednejših dobaviteljev avtomobilski industriji ter številne proizvajalce svetovno konkurenčnih izdelkov (steklena volna, oprema za jahte, senčila ...).

Novo mesto ima torej vse nastavke, da svojo strategijo nasloni na svetovni trend tako imenovanega **industrijskega turizma**, ki v svetu generira že velik turistični prihodek.

Nujno je ohranjati naravno okolje večjih prepoznavnih območij, predvsem porečje Krke in območje Gorjancev ter elementov, vezanih na podeželje, podzemlje, specifična rastišča. Lahko pa v teh območjih gradimo na trajnostnem turizmu s premišljenim in organiziranim obiskom, ki generira nova delovna mesta, ki na eni strani ustvarjajo ponudbo za nove turiste, na drugi strani pa s pridobljenim znanjem skrbijo za ohranjanje narave.

Zagotovo so že oblikovani turistični produkti tisti, ki jih je treba revidirati, oceniti potencial in jih redefinirati, če ne ustvarjajo pozitivnih učinkov, oz. razvijati, če imajo večji potencial. Projekti, ki so jih razvili zanesenjaki v posameznih krajevnih skupnostih, kot so Machova pot v Malem Slatniku, praznik brusniške hrustavke v Brusnicah, praznik orehov na Orehku v KS Stopiče, kolesarska dirka v Gabrju, tradicionalna košnja na Makutah in še mnoge druge, lahko pomembno prispevajo k raznovrstnosti turistične ponudbe naše občine.

Festivali, dogodki ter kulturna produkcija Novega mesta, ki so si že pridobili sloves na državnem nivoju in širše so dobro izhodišče za privabljanje večjega števila obiskovalcev od drugod. Zagotovo pa Novo mesto potrebuje večjo večdnevno prireditev, ki bo dosegala prepoznavnost festivalov kot so npr.: Pivo in cvetje, Vinska vigred, Festival Lent, Rumena noč ...

V prejšnjem poglavju analize SWOT o prednostih in priložnostih lahko vidimo še druge attribute, ki jih moramo v razvoju turizma ohranjati in na njih graditi dodatno ponudbo.

Kdo predstavlja osnovno, sekundarno in terciarno platformo?

Osnovna platforma za razvoj turizma so dejavniki, ki so v večji meri zajeti v prednostih v SWOT-analizi (prejšnja točka), seveda pa so na to vezane še politike mestne oblasti. Tu so vsekakor pomembne razvojna politika, trajnostna politika razvoja mesta, politika mobilnosti, okoljevarstvena politika, podpora turizmu in ostalim družbenim dejavnostim, dogodkom in mnoge druge ... Seveda so pomemben del tega muzeji, animacijske vsebine, parki ..., ki privabljajo veliko število turistov.

Obstoječi dejavniki: reka Krka, Gorjanci, Dolenjski muzej, mestno jedro, Grad Otočec, Trška gora in druge vinorodne gorice, športna infrastruktura, kolesarske poti ...

Ta strategija se v največji meri posveča deležnikom, ki ustvarjajo osnovno platformo. To so namreč projekti, ki imajo širši pomen, ne samo turističen, ampak pripomorejo tudi k večjemu bivanjskemu udobju občanov. Zaradi teh zunanjih učinkov se njihova upravičenost ne meri samo z ekonomskimi merili, torej niso zanimivi za zasebni sektor.

Sekundarna platforma so ponudniki nastanitev, gostinskih storitev, prevoznih storitev, turističnih paketov, ki od tega toka turistov ustvarjajo najvišji prihodek. To je z vidika prihodkov zelo pomemben del, saj mora oblikovati ponudbo in pakete na način, da povezuje osnovno in terciarno platformo. Pretežno v tem delu deluje zasebni sektor, ki vidi svoj komercialni interes, skozi plačevanje davkov, zaposlovanje in generiranje potrošnje ter investicij pa vrača okolju učinke, ki se vnovič sprožajo v osnovni platformi.

Obstoječi dejavniki: hoteli Otočec, Hotel Krka, hostel Situla, apartmaji Ravbar, Hotel Pri Belokranjcu, zmogljivosti v zidanicah, Planinska kočica pri Gospodični, kamp Otočec, turistična kmetija Šeruga in druge namestitve, PZA Stara vrtnarija, Kompas Novo mesto, Konzorcij Turizem v zidanicah ...

Vsak od deležnikov v tem delu ima svojo politiko investiranja in poslovanja. Na to lokalna skupnost nima neposrednega vpliva. Vsekakor pa ti deležniki svojo ponudbo prilagodijo, ko vidijo jasno daljnovidno vizijo mesta.

Terciarni deležniki so tisti ponudniki, ki ustvarjajo določen program lokalnega značaja (npr. pridelitve po krajevnih skupnostih), izdelujejo in prodajajo spominke, izobražujejo turistične delavce, pridelujejo in dobavljajo hrano in pijačo ponudnikom na sekundarni ravni. Na koncu koncev ta raven vključuje vse prebivalce v regiji, ki lahko s svojim odnosom do gosta/turista pričarajo pozitivne izkušnje turistov.

5. PROGRAMSKI SKLOPI

Projekti in smernice razvoja, ki jih opredeljuje ta strategija, pokrivajo različne vsebinske sklope, ki se razlikujejo po lokaciji, obsegu investicije, tematiki, ciljnih skupinah in tipu ponudnika. Zato smo jih razdelili v 4 sklope:

1. **Športno-turistična os Krka živi**
2. **Arheološko-industrijska os Iz preteklosti v prihodnost**
3. **Gorjanci – zelENOGorje**
4. **Kulinarika, cviček in zidaniški turizem**

Opombe:

- Strategija turizma Novega mesta definira razvoj osnovne turistične platforme. Sekundarna in terciarna se razvijajo na podlagi outputa osnovne platforme. Smeri so predvsem odvisne od iniciativnosti in razvoja zasebnega sektorja in društev v okolju.
- Področje promocije vina v tej strategiji posebej ni zajeto. Cviček je zelo pomemben prepoznavni znak Dolenjske, hkrati tudi pomemben prodajni izdelek. Področji kulinarike in vina sta tako zajeta le v splošnem smislu.
- Vsa terminologija in slogani, ki se uporabljajo v dokumentu, so delovne narave, s pripravo marketinških strategij bodo izbrane najustreznejše rešitve.
- Strategija morda določene obstoječe ponudbe ne zajema, to nikakor ne pomeni, da je ne podpira, kaže ji le smer razvoja, na katero se lahko v prihodnosti opre.

5.1 ŠPORTNO-TURISTIČNA OS KRKA ŽIVI

V svetu so trendi turizma usmerjeni k dejavnemu preživljanju prostega časa. Določene športne dejavnosti so v izrazitem porastu. Šport in z njim povezana »industrija« je začela narekovati trende v različnih segmentih, predvsem pa tudi v načrtovanju potovanj in počitnic.

Novo mesto in športni turizem

Za skupinske športe sta potrebni dobra infrastruktura in močna mreža povezav s športnimi klubi po vsem svetu. Večji prihodki so vezani na velike športne dogodke. Ta potencial Novega mesta je trenutno zelo slab, saj so športne zmogljivosti, namenjene vadbi, popolnoma zasedene, poleg tega pa ni dvoran, ki bi omogočale prirejanje športnih dogodkov na višji mednarodni ravni.

Zelo zanimivo v športnem, rekreativnem in turističnem smislu pa je lahko področje individualnih športov. Individualni športi so tisti, ki generirajo veliko rekreativcev oz. posameznikov, družin ali organiziranih družin, ki svojo športno dejavnost povezujejo z dopustom ali izletom. Individualni športi, ki v svetu generirajo največ rekreativcev, so tek, kolesarjenje (cestno, gorsko, spust), plavanje in drugi vodni športi (jadranje, surfanje, veslanje, supanje ...), triatlon, smučanje, tek na smučeh, plezanje, športi z loparji (namizni tenis, tenis, badminton), potapljanje, jahanje, golf.

Od zgoraj naštetih praktično samo za zimske športe v Novem mestu nimamo prave infrastrukture, seveda pa manjkajo še pogoji, ko lahko te športe gojimo tudi v zimskem času.

V MO Novo mesto predstavlja reka Krka idealno vodno infrastrukturo, saj s svojim umirjenim tokom, na drugi strani pa z neokrnjenimi brežinami ter okljukom okoli mesta, nudi tako tekmovalnemu športu kot tudi turistični uporabi zelo široke možnosti uporabe.

Reka Temenica, ki v porečju reke Krke v naši občini spet izvira v Luknji, pa prav tako svojimi številnimi meandri nudi zanimivo naravno športno-turistično okolje.

Turistična os Krka živi tako sledi rečnemu in obrečnemu prostoru reke Temenice od Luknje do izliva v reko Krko ter na in ob njej vse do meje občine v kraju Otočec. Tudi infrastruktura za druge individualne športe ni slaba, ima le pomanjkljivosti v smislu dokončanja, označitve, promocije, dogovora z lastniki in skrbništva. Velodrom, Gorjanci, konjeniški centri, letališče, kolesarske poti, pešpoti, plezališča ... so le del te infrastrukture.

Rudolfova pot tvori pohodniško-kolesarsko pot okoli Novega mesta (po mejah pomerija Rudolfswertha) in v določenem delu sovпада s to osjo. Skrbništvo nad njo izvaja Pohodniško društvo Novo mesto. Prav tako lahko tej osi pripišemo še Machovo pot, ki poteka po KS Mali Slatnik. Pot osvetljuje bivanje in delovanje družine Mach v naši občini.

Vzdrževanje in promocija teh poti bosta tudi v prihodnje deležna podpore MO Novo mesto.

K1 – PESTROST NARAVE IN KULTURNE DEDIŠČINE V LUKNJI

Opis

Poleg Temenice in njenega vnovičnega izvora Luknjo zaznamuje tudi gozd, v katerem je bilo zabeleženo prek 110 različnih rastlinskih vrst, od tega kar 20 drevesnih. Pestrost rastlinskih vrst nudi obiskovalcem poučno preživljanje v naravi. V Luknji najdemo še mnoge naravne znamenitosti, kraške pojave, kot so jama za gradom, manjše naravno okno, udornica za gradom, izvir estevela ter brezno Velika Stražica v zaledju izvira. Ta izvirna dolina je zavarovana kot naravni spomenik. K ogledu in raziskovanju vabi tudi kulturna dediščina, kot so ruševine Lukenjskega gradu, arheološko najdišče v Lukenjski jami in stara hidroelektrarna. Izkušnjo pa popestrita tudi ogled ribogojnice in morda nakup svežih postrvi. Ureditve in dejavnosti se uskladijo z varstvenim režimom za to območje.

Potrebne dejavnosti ureditve

K1 - 1: Vzdrževanje/zamenjava informacijske table ter označb poti.

K1 - 2: Postavitev obvestilnih tabel s podrobnejšimi opisi posameznih značilnosti tega naravnega spomenika.

K1 - 3: Ureditve in skrbništvo plezalne stene (upoštevajoč gnezdenje sokola selca).

Ključni deležniki/skrbniki projekta

Zavod RS za varstvo narave – OE Novo mesto, Zavod za gozdove Slovenije – OE Novo mesto, Pohodniško društvo Novo mesto, PD Krka Novo mesto, KS Prečna.

Ciljne skupine

Družine, šolske skupine, individualni ali organizirani sprehajalci, pohodniki in kolesarji, individualni turisti, skupine, ki se podajo na vodni safari po Temenici.

Tip projekta

Označena pot z obrazložitvami, brezplačno, možni vodeni ogledi.

Pomen projekta K1 za turizem

Tovrstni naravni spomeniki so pomembna spremljevalna turistična ponudba. Ne generira neposrednega prihodka, predstavlja naravno identiteto okolja. Turist skozi to vsebino spozna kulturo in politiko mesta, ki spoštuje naravo in zgodovino. Hkrati pa so takšni kotički manj obiskani, ter zato lahko mirna oaza sproščanja telesa in duha.

K2 – VODNI SAFARI NA TEMENICI

Opis

Temenica je tipična reka ponikalnica, ki zadnjič pred izlivom v Krko privre na plano v Luknji. Skozi Prečensko ravnino do izliva v Zalogu si je utrla pot s pomočjo številnih meandrov. Korito je obdano z bogato vegetacijo, kar čolnarju pričara izkušnjo pravega soočenja z divjino. Ker gre za ravninski del, kliče tudi po prijetni vožnji s kolesom ali sproščujočem sprehodu. Zaradi raznovrstne favne in flore je raziskovanje na ali ob koritu Temenice lahko tudi prvovrstna poučna ekskurzija. Pot je del sprehajalne ali plovne poti (za supe in čolne) med mestnem jedrom in Luknjo, lahko pa služi tudi kot povsem samostojna etapa srednje dolgega potikanja po neokrnjenem naravnem okolju.

Potrebne dejavnosti ureditve

K2-1: Skrb za pretočnost reke Temenice (odstranjevanje podrtega drevja in grmovja).

K2-2: Ureditev dostopa za dovoz plovil z avtomobilom in dostop do reke.

K2-3: Pod izlivom Temenice v Krko ureditev prostora za izstop in izvleko čolnov.

K2-4: Obrečne označevalne table (opozarjajo na živalske (bobri) in rastlinske vrste).

K2-5: Ureditev sprehajalnih poti ob Temenici.

K2-6: Zagotoviti vsaj en prehod (lesen mostiček) prek Temenice za povezavo sprehajalnih poti in povezovalne poti Češča vas–letališče Prečna.

K2-7: V zimskem času ob zadostnih količinah snega priprava prog za tek na smučeh – v povezavi z letališčem.

Ključni deležniki/skrbniki projekta

KS Prečna, Občina Straža, Kajak, kanu, sup klub Novo mesto, Zavod RS za varstvo narave – OE Novo mesto.

Ciljne skupine

Ljubitelji čolnarjenja in narave (posamezniki in skupine), rekreativci, turisti, občani.

Tip projekta

Urejena in prehodna rečna struga z obrečnimi peš potmi, voden safari s kajaki ali supi. Del športnorekreativskega parka Češča vas.

Pomen projekta K2 za turizem

Temenica nudi izjemen rečni in obrečni prostor. S svojimi meandri in rečnim tokom je zanimiva pot za veslanje v neokrnjenem naravnem okolju, kjer lahko najdemo veliko različnih predstavnikov živali (ptice, ribe, bobri ...). Gibanje po tej poti nudi občutke raziskovanja neobljudenega habitata. Izposoja opreme in plačilo za storitev vodiča generirajo neposreden prihodek izvajalcu storitve. Projekt je drugačen, nudi udeležencu občutek rekreacije in spoznavanja narave. Tovrstni projekti so zanimivi tako za šole, turiste kot popoldanske rekreativce ali pa »team buildinge«. Z ureditvijo peš/kolesarskih poti ob reki in povezavi do letališča Prečna, Luknje in nazaj do Češče vasi. Postane to del širšega športnorekreativskega parka Češča vas.

Za razvoj produkta so potrebne naslednje organizacijske aktivnosti: usposabljanje vodičev (izpit reševanja iz vode); čiščenje obrečnega in rečnega sveta; določanje skrbništva nad infrastrukturo; podeljevanje koncesij ...

K3 – ŠPORTNOREKREACIJSKO SREDIŠČE ČEŠČA VAS

Opis

Prostor okoli velodroma v Češči vasi z območjem okoli konjeniškega centra in navezujoč se na obrečni prostor Temenice nudi velik potencial ureditve športnih površin, namenjenih tako profesionalnim športnikom kot rekreativcem in turistom. Prostor okoli konjeniškega centra omogoča umeščanje vsebin, vezanih na gojenje oz. vzgojo in druga ravnanja z živalmi (poligoni za male živali, park za male živali, veterinarska postaja ...).

Velodrom ima potencial razvoja profesionalnega športa, tako kolesarskega kot atletskega. Za razvoj te dejavnosti je nujno pokritje objekta, ki je nujno z vidika ohranjanja obstoječe infrastrukture in uporabe objekta za profesionalno rabo v zimskem času. Z vidika celovite ureditve prostora bi ponudbo v tem prostoru zaokrožili še: s parkiriščem za avtodome, z manjšim naseljem mobilnih hišic (npr.: Adria Village), s poligonom za trening vožnje z avtodomi, s kolesarskimi in peš povezavami na poti v porečje Temenice in Krke.

Potrebne dejavnosti ureditve

K3 - 1: Nadkritje in ureditev vadbenih površin v velodromu (kolesarstvo, atletika).

K3 - 2: Ureditev naselja mobilnih hišk in infrastrukture za postavitev avtodomov PZA.

K3 - 3: Ureditev lastništva območja okoli konjeniškega centra Češča vas.

K3 - 4: Razvoj konjeniškega športa in infrastrukture.

K3 - 5: Večnamenski zunanji prostor za piknike z igrali za otroke.

K3 - 6: Razvoj novih vsebin za male živali in selitev storitvenih dejavnosti za živali na to lokacijo (prostor za šolanje psov, park za pse ...).

K3 - 7: Ureditev kolesarske povezave z letališčem Prečna ter Grobljami.

K3 - 8: Brv Irča vas.

K3 - 9: Pokrit plavalni bazen (možna lokacija ob velodromu, druga možnost Portoval).

K3 - 10: Priprava programa urejanja mestnih gozdov z rešitvijo uskladitve potreb lastnikov gozdov in ostalih uporabnikov prostora (gozd Češče vasi, Mestna hosta).

Ključni deležniki/skrbniki projekta

MO Novo mesto, KS Prečna, Ministrstvo za obrambo, Konjeniški center Češča vas, Veterinarska postaja NM, investitor v naselje mobilnih hišk ...

Ciljne skupine

Konjeniški klubi, ljubitelji konj in malih živali; profesionalni kolesarski klubi, atletske klubi; rekreativci kolesarji in atleti, drugi športni klubi.

Tip projekta

Večnamensko športnorekreacijsko turistično središče Češča vas.

Pomen projekta K3 za turizem

Športnorekreacijsko središče Češča vas bo v povezavi s Portovalom nudil osrednje športnorekreacijsko središče Novega mesta, ki bo nudil raznovrstne možnosti sprehajalcem, rekreativcem in športnikom različnih športnih panog ter športnim klubom. Objekti, kot sta velodrom in plavalni bazen, morata generirati prihodke, ki bodo zagotavljali dolgoročno vzdrževanje in delovanje objektov, naselje Adria Village in parkirišče za avtodome morata generirati prihodke, ki bodo privabili zasebne investitorje. Celotno središče bo potrebovalo sistematično trženje in upravljanje prostora.

Za razvoj projekta so potrebne naslednje organizacijske dejavnosti: povezovanje deležnikov, skupna promocija in povezovanje s sekundarno platformo.

K4 – OPAZOVANJE VODNIH PTIC (ZALOG–IRČA VAS)

Opis

Območje med Zalogom in Irčo vasjo je poleg odseka Lešnica–Otočec s stališča obrežnega ekosistema, predvsem s stališča habitata gnezdil vodnega obrežja, precej bolj ohranjeno kot preostalo območje (Marof–Mačkovec) na reki Krki, ki smo ga obravnavali. Predvsem na območju izliva reke Temenice gnezdi skoraj vsa na celotnem obravnavanem območju gnezdeča populacija in z nacionalnega stališča pomembne vodne ptice – mali ponirek, zelenonoga tukalica, liska in čopasti ponirek. Zaradi tega bi to območje izkoristili za novo turistično storitev – opazovanje ptic, ki je v svetu precej razširjeno, vse bolj priljubljen način preživljanja prostega časa v naravi pa postaja tudi v Sloveniji.

Potrebne dejavnosti ureditve

K4 - 1: Postavitev info tabel na mestih, primernih za opazovanje, in opazovalnico za ptice.

K4 - 2: Čolnarna Irča vas.

Ključni deležniki/skrbniki projekta

Društvo za opazovanje in proučevanje ptic Slovenije (DOPPS), Zavod RS za varstvo narave, OE Novo mesto.

Ciljne skupine

Družine, šolske skupine, individualni turisti, organizirane skupine turistov, strokovna javnost, ornitologi.

Tip projekta

Označena pot z obrazložitvami, brezplačno, možen voden ogled.

Pomen projekta K4 za turizem

Tudi ta projekt je podoben kot projekt K1, ki opozarja na krhkost narave in vrednoto, da je tako ohranjen del narave v bližini mesta. Takšni prostori privabljajo zelo nišno populacijo, naključnemu obiskovalcu pa kaže politiko in vrednote mesta, v katerem je. Za podobo mesta so takšni prostori pomembni, ne generirajo pa neposrednega prihodka.

Za razvoj storitve so potrebne naslednje organizacijske dejavnosti: skrbništvo nad projektom se zaupa DOPPS, ki ima nalogo tudi opozarjati, kako projekt vključevati v turistično ponudbo.

K5 – NOVOMEŠKA RIVIERA (IRČA VAS–SEIDLOV JEZ)

Opis

Gre za predel, ki je v celoti ploven in najbolj urbani del toka Krke. Predstavlja tudi izhodišče ali zaključek vseh izletov (plovba, kolo, hoja) v zgornji ali spodnji tok Krke. Ob njem je kar nekaj gostinske ponudbe, večino toka po desnem bregu spremlja urejen športnorekreacijski del Portoval, na levem pa med meščani vedno bolj priljubljeno Županičevo sprehajališče. Zaradi obstoječe infrastrukture in velike obljudenosti na obeh bregovih je mogoče v tem delu toka Krke turizem kot gospodarsko panogo resno nastaviti. Predvsem je mogoče ljudi zadržati na bregu Krke. Nastavki so zagotovo obetavni – programi in projekti gostinskih lokalov, obeh splavov, športnih klubov (kajak, sup, jadralski, potapljaški, ribiški), Knjižnice pod krošnjami – tako da bi v smislu turizma veljalo njihovo delo le intenzivirati in dopolniti javno infrastrukturo na obeh bregovih (voda, javni WC-ji, bolj skrbno urejanje pešpoti, urejeni dostopi do Krke, klančine za spust čolnov, info table), dokončno urediti skoraj dokončan piknik prostor ter urediti postajališče za avtodome.

Ob vremensko ugodnem poletju in posledično odprti kopalni sezoni Krka v tem delu nudi vse, kar »riviera« potrebuje, da svojim prebivalcem in gostom ponudi vse obvodne užitke, ki si jih zamislimo.

Potrebne dejavnosti ureditve

K5 - 1: Prostorska umestitev PZA pri izlivu Bršljinskega otoka (obstoječi industrijski plato).

K5 - 2: Ureditev klančine za izpust za čolne za intervencijske in rekreativne namene ob izlivu Bršljinskega otoka.

K5 - 3: Postavitev info table o pestrosti ptičjega sveta ob Župančičevem sprehajališču.

K5 - 4: Postavitev javne razsvetljave ob ŽS.

K5 - 5: Postavitev javnih sanitarij ob ŽS v obstoječih objektih.

K5 - 6: Postavitev več dostopov do reke ob ŽS.

K5 - 7: Ureditev PZA ob nogometnem igrišču Portoval.

K5 - 8: Ureditev trim stez v Portovalu (označitev, kategoriziranje po dolžini zahtevnosti) in vadbenih koticov za vadbo na prostem. Vključitev stez v širši sistem tekaških stez v Češči vasi ob Temenici, povezava z Marofom in Ragovim logom.

K5 - 9: Prestavitev metališča ob atletskem stadionu.

K5 - 10: Dodatno travnato igrišče za nogomet za treninge.

K5 - 11: Dokončanje piknik prostora in pridobitev upravnika, ki bo izvajal vsebine, povezane s turizmom na reki Krki in Temenici. Ureditev prostora za dostop (klančina) za jadrnice, kanuje, supe in za potrebe potapljačev. Najem plovil/ šola veslanja.

K5 - 12: Pridobitev statusa naravnega kopališča (ob piknik prostoru).

K5 - 13: Pridobitev statusa naravnega kopališča (ob Pumpnci).

K5 - 14: Ureditev javnih sanitarij v Športnorekreacijskem parku Loka.

K5 -15: Ureditev čolnarne in klančine za plovila ob objektu (Potapljaški klub NM).

K5 - 16: Obnova stopnišča z Brega na ŽS.

K5 - 17: Prostorska umestitev brvi prek Krke v mestnem jedru (lokacija stare mitnice v Kandiji).

K5 - 18: Sklenitev sprehajalnih poti v Ragovem logu s sprehajalnimi potmi po mestnem jedru (ureditev poti »pod sodiščem«).

K5 - 19: Ureditev primernih prostorov za neovirano ribarjenje izven najbolj obljudenih sprehajališč.

K5 - 20: Priprava programa urejanja mestnih gozdov z rešitvijo uskladitve potreb lastnikov gozdov in ostalih uporabnikov prostora (Portoval, Ragov log).

Ključni deležniki/skrbniki projekta

MO Novo mesto, KS Drska, KS Bršljin, KS Center, KS Majde Šilc, gostinski lokali ob Krki, športni klubi in društva, Knjižnica pod krošnjami na Pumpnci, ZRSVN, ZVKDS, Agencija za šport Novo mesto, DOPPS, Ribiška družina.

Ciljne skupine

Družine, občani, šolske skupine, individualni turisti, organizirane skupine turistov, udeleženci tekmovanje na vodi, rekreativci, ornitologi, sprehajalci, ribiči.

Tip projekta

Celovita turistična ponudba ob in na reki Krki v mestnem jedru.

Pomen projekta K5 za turizem

Krka je na svoji poti skozi mesto v preteklosti razdruževala ljudi na različnih bregovih. Z novimi brvmi (kot lahko vidimo že na Loki) in z dejavnostmi na njej pa lahko postane vezni člen. Krka lahko ponudi utrip »riviere«, ki je lahko v poletnih mesecih marsikomu nadomestilo za letovanje ob jezerih ali morju. Treba je zagotoviti dostope do reke in prostor, kjer lahko turisti parkirajo in se sprehodijo ob reki. Omogočiti je treba tudi drugim, da lahko svoja plovila puščajo v za to namenjenih čolnarnah in jih uporabijo večkrat za popoldansko rekreacijo.

Za razvoj storitve/izdelka so potrebne naslednje organizacijske dejavnosti: povezovanje deležnikov in usklajevanje delovanja, pridobiti kakovostnega najemnika piknik prostora, ki lahko igra osrednjo vlogo pri dogajanju na reki, prek osnovnih in srednjih šol vzpostaviti pristen stik mladih z reko Krko.

K6 – PEŠ ALI S KOLESOM DO OTOČCA (SEIDLOV JEZ–OTOČEC)

Opis

Otočec je turistično najbolj atraktiven del porečja Krke in bi moral imeti posebno mesto v novomeški turistični ponudbi. Nujno je treba mesto z Otočcem povezati s kolesarskimi in peš potmi. Kolesarska bo sicer kmalu postala najstarejša od treh cest, ki vodijo do Otočca. Turistom in domačim rekreativcem pa je treba omogočiti tudi prijeten krajši pohod ali kolesarski izlet, ki bo vodil ob obrežju Krke. Ob desnem bregu že obstaja pot, ki pa ponekod ni povezna, nujno pa jo je treba tudi urediti po vsej dolžini in opremiti z usmerjevalnimi in informacijskimi tablamami. Takšna bo pomembno dopolnila novomeško turistično ponudbo, saj je povpraševanja po sprehajalnih in kolesarskih poteh vedno več, tako med domačini kot turisti.

Zelo atraktivno je tudi čolnarjenje med Novim mestom in Otočcem, vendar je zaradi jezov nekoliko ovirano, kar pa bi lahko rešili z urejenimi točkami ob jezovih, ki bi omogočale varno premagovanje jezov.

Potrebne dejavnosti ureditve

K6 - 1: Prostorska umestitev kolesarske brvi Plava laguna–Ragovo (Sava Krka Bike) z navezavo na obstoječo infrastrukturo oz. bodočo traso Sava–Krka Bike.

K6 - 2: Kolesarska pot po desnem bregu Krke do Otočca (Sava Krka Bike).

K6 - 3: Ureditev klančine za interventna plovila Mačkovec z desne brežine pod vasjo Krka).

K6 - 4: Priprava programa urejanja mestnih gozdov z rešitvijo uskladitve potreb lastnikov gozdov in ostalih uporabnikov prostora (gozd ob potoku Šajser).

K6 - 5: Priprava smernic za postavitve čolnarn in privezov v vaseh ob Krki.

K6 - 6: Utrjevanje brežin otokov na Krki in pri gradu Struga.

K6 - 7: Ureditev sprehajalnih poti od Gradu Otočec do Struge, Šmarjeških Toplic, vasi Otočec.

K6 - 8: Umeščanje nove športne infrastrukture ob hotelih Otočec (nogometna igrišča).

K6 - 9: Postavitve table o pestrosti ptičjega sveta na Otočcu.

K6 - 10: Prepusti na jezovih za kanuje (spust Novo mesto–Otočec).

Ključni deležniki/skrbniki projekta

MO Novo mesto, KS Majde Šilc, KS Mačkovec, KS Otočec, Pohodniško društvo NM (Rudolfova pot), Novomeška kolesarska mreža.

Ciljne skupine

Družine, občani, individualni turisti, organizirane skupine turistov, sprehajalci, ribiči.

Pomen projekta K6 za turizem

Otočec je s svojo obstoječo ponudbo zagotovo najpomembnejši turistični kraj v občini. Povezava mesta s kolesarsko potjo in po reki Krki bo pomenila za turiste, ki bivajo na Otočcu (tudi v Šmarjeških Toplicah), dodatno ponudbo. Hkrati pa bodo pustolovski park, golf in grad Struga približani meščanom. Otočec bo s svojimi hotelskimi nastanitvami in prisotnostjo v promociji zagotovo deležen večjega obiska turistov.

Za razvoj ponudbe sta potrebni naslednji organizacijski dejavnosti: sodelovanje s Termami Krka in vzajemna promocija.

Stalne dejavnosti za vzdrževanje stanja na reki Krki

- Čiščenje rečne in drugih potočnih strug (vejevje, padlo drevje, odpadki), česanje cvetov ob cvetenju (s splavom).
- Prednostno urejanje komunalne infrastrukture v naseljih ob reki Krki.
- Opozarjanje kmetov pred polivanjem travnikov z gnojnico (pred dežjem).
- Ohranjanje merjenja kakovosti vode.
- Ugotavljanje vseh preostalih dejavnikov, ki onesnažujejo reko, in jih odstranjevati.
- Deležniki, ki bodo izvajali dejavnosti na in ob reki Krki, morajo skrbeti za čistočo reke in brežin.
- Obveščanje občanov o kakovosti vode in vodostaju ter morebitni nevarnosti zaradi močnejšega toka.
- Vzdrževanje Rudolfove poti, ki na južni strani teče ob reki Krki.

Večji dogodki/tekmovanja na in ob reki Krki

PRIREDITELJ	DOGODEK	TERMIN
Triatlonski klub NM	Članski triatlon	junij–september 2016
	Družinski triatlon	
Kajak, kanu, sup klub	Spust po Krki Nm–Otočec	maj 2016
	Vikend na Krki	junij 2016
	Kajak SAFARI na Temenici	junij 2016
	Redna ponudba supanja in veslanja s kajaki	junij 2016
	Piknik na Loki	
KPA NM	Odprtje sezone	januar 2016
	EKO akcija – tokrat večdnevna in v večjem obsegu čiščenja	september 2016
	Izmenjava s klubi iz tujine	
Ribiška družina NM	Ribiško tekmovanje	
Agencija za šport	Noč na Krki	avgust 2016
	Skoki v Krko	september 2016
	Delavske športne igre	

5.2 ARHEOLOŠKO-INDUSTRIJSKA OS NOVEGA MESTA

Časovna črta razvoja Novega mesta iz 800–400 let pr. n. št. v prihodnosti lahko Novo mesto zelo atraktivno in na zelo poseben način prikaže z osjo, ki povezuje Kapiteljsko njivo (najdišče številnih gomil – grobišč, grobov halštatskih knezov), se prek Kettejevega drevoreda in Rozmanove ulice spusti proti mestnemu jedru, gre skozi mestno jedro ter prek Kandijskega mostu na Grm vse do Grmskega gradu in tovarne Revoz.

**Pot iz preteklosti v prihodnost skozi zdajšnji utrip Glavnega trga
povezuje dva osrednja objekta.**

Os se začne z **Arheološkim parkom Kapiteljska njiva** (Mestne njive), ki z animacijskimi interaktivnimi prijemi predstavi bivanje halštatskih knezov ter obrtnikov, trgovcev in ostalih prebivalcev takratnega časa. Os se zaključi na Grmu ob Grmskem gradu s **Hišo tehnološkega napredka**, ki predstavlja inovativnost tega okolja na področjih strojništva, avtomobilske industrije ... s poudarkom na prihodnosti.

Vsaka od teh dveh točk pomenita približno 2-urno angažiranje obiskovalcev, ki se med tema dvema točkama sprehodijo (ali pa uporabijo sodobna električna vozila) skozi Kettejev drevored in mestno jedro, pri čemer pa so ob poti deležni pregleda zgodovine ter razvoja industrije in storitev.

Pot med dvema točkama predstavlja več priložnosti za predstavitve vzporednic med bogato preteklostjo in »zeleno« prihodnostjo. Zainteresirani bodo na mejnih parcelah dobili priložnost prikazati svojo dejavnost.

Primeri možnih prikazov v smeri iz preteklosti v prihodnost

- Razvoj bivalnega prostora (od halštatskega bivališča do avtodoma, mobilne hiške).
- Razvoj proizvodnje stekla (izdelava steklenih okrasnih kroglic, steklene volne).
- Razvoj plačilnih instrumentov (bakreni kovanci – plastični (virtualni denar).
- Razvoj orožja (izdelava osti za kopje – izdelave sodobnega strelnega orožja).
- Razvoj zdravilstva (od zdravilnih rastlin, napitkov – k farmacevtskim in zelenim zdravilom).
- Razvoj strojništva, elektrotehnike (od voza do električnega avtomobila ...).

Vzporedno je ob tej osi že več objektov z zelo zanimivo zgodovino. Poleg hiš, v katerih so bivali in delovali znani Novomeščani oz. umetniki od drugod: hiša, v kateri je ustvarjal Kette, hiše, v katerih so živeli Andrijaniči, Šali, Komelj, Trdina, Božidar Jakac, Primičeva Julija, Marjan Kozina ..., so v starem mestnem jedru številni drugi zanimivi objekti: prva tovarna Krka, frančiškanski samostan, kapitelj, Narodni dom, tržnica, Dolenjski muzej, Kandijski most, Jakčev dom ...

A1 – ARHEOLOŠKI PARK MAROF

Dolenjska sodi med arheološko najbogatejša halštatska najdišča v srednji Evropi. Arheološko najvišje ovrednoteno je območje Marofa v Novem mestu. Kapiteljska njiva na Marofu je največje grobišče iz časa keltske dominacije v Sloveniji in eno največjih grobišč mlajše železne dobe v Srednji Evropi. Najdbe, kot so bronaste figuralno okrašene situle, stroka uvršča med najpomembnejšo umetnostnozgodovinsko dediščino prazgodovinske Evrope. Arheološke raziskave tu potekajo od osemdesetih let prejšnjega stoletja in še niso zaključene.

Novo mesto je prepoznalo prostorsko-razvojne zmogljivosti tega prostora, zato želi na Marofu urediti arheološki park, kjer se bo na okvirno 32 ha vsaj delno rekonstruiralo življenje in delo tedanjih prebivalcev. Vsebinsko je bilo območje parka prvič konkretnije opredeljeno z uveljavitvijo Občinskega prostorskega načrta Mestne občine Novo mesto v decembru 2009. V novembru 2013 je bil izdelan Konservatorski načrt Novo mesto – Arheološko najdišče Marof in Kettejev drevored (izdelovalec Zavod za varstvo kulturne dediščine Slovenije, OE Novo mesto), ki daje kakovostne dolgoročne usmeritve za ureditev arheološkega parka. V maju 2014 je bil za program Turizem in dediščina v okviru Regionalnega razvojnega programa Jugovzhodne Slovenije 2014–2020 med deležniki usklajen projektni predlog Arheološki park Marof Novo mesto in regijska arheološka pot. Ta je bil s sprejetjem programa v marcu 2015 potrjen kot eden od najpomembnejših regijskih projektov v okviru ukrepa.



Prikaz okvirnega območja Arheološkega parka Marof (podlaga: DOF, GURS).

Namen arheološkega parka na Marofu je krepitev lokalne in regionalne identitete z bogato dediščino in nadgradnja svetovno prepoznavnih dosežkov t. i. cvetočega dolnjskega halštata s premišljeno, celostno in prepoznavno mestno trženjsko znamko.

Arheološki park je v osnovi zamišljen kot hibrid med muzejem na prostem (z izobraževalno funkcijo, ki temelji na znanstvenih raziskavah) in doživljajskim parkom. V sklopu kompleksa je poleg primarnega programa, vezanega na arheologijo, predvidena tudi umestitev dopolnilne tržne dejavnosti (npr. gostišče, trgovina ...). Razvoj parka je predviden v več fazah. Ena od prvih dejavnosti v okviru izvedbe je ureditev sprehajalnih poti, ki bodo pozneje obogatene z doživljajskimi točkami (prezentacijami arheoloških vsebin), s čimer bodo postale sestavni del tematskih poti arheološkega parka.

Prezentacije arheoloških vsebin so med drugim predvidene na Kapiteljski njivi (zunanje podobe gomil na avtentičnih lokacijah), v naravnem amfiteatru pod Kapiteljsko njivo (gledališče na prostem, rekonstrukcija gomile z dostopom v »podzemni svet« z rekonstruirano grobnico velikaša) ter na gradišču Marof (poteka delna rekonstrukcija kamnitega obzidja zgornjega dela nekdanje naselbine). V bližini kmetije Klemenčič so predvidene rekonstrukcije ene do dveh prazgodovinskih hiš, ograda in maneža za živino, manjši živalski vrt, obdelovalne površine za pridelavo starih sort žit in zeliščni vrt. Na severnem platoju Marofa bo predvidoma prostor arheološkega eksperimenta (metalurgija in steklarstvo) ter didaktično arheološko izkopavališče za obiskovalce. Rekonstrukcije okolja in objektov bodo predstavljali okvir za vse spremljevalne programe.

Za uspešno izvajanje promocijskih in interpretativnih vsebin je predvidena izgradnja vstopnega informacijskega središča. Ta bo obiskovalcem s promocijskimi vsebinami in dejavnostmi predstavil izjemen zgodovinski pomen arheološkega parka kot novo, drugačno doživetje v naravnem okolju, v neposredni bližini mestnega jedra.

V dejavnosti za uresničitev projekta so poleg Mestne občine Novo mesto vključeni še Dolenjski muzej Novo mesto, Zavod za varstvo kulturne dediščine Slovenije, OE Novo mesto, in Razvojni center Novo mesto.

CILJI PROJEKTA

Arheološki park Marof se bo kot glavni turistični produkt v MO Novo mesto razvijal v osrednjo vstopno točko za obiskovalce in turiste v regiji. Pomemben je z več vidikov. Regija potrebuje ključni prepoznavni element, ki bo lahko identificiral turistično zmožnost regije. Da lahko projekt to doseže, so potrebni naslednji elementi:

1. **makrolokacija:** v središču dolnjske regije na tranzitni poti med Ljubljano in Zagrebom;
2. **mikrolokacija:** dostop neposredno z avtoceste, na razgledni legi na Novo mesto in širšo okolico, prostor dejanskih arheoloških izkopavanj, do mestnega središča (jedro mesta, Dolenjski muzej ...) je 15 min hoje;
3. **atraktivnost:** lokacija mora ponuditi obiskovalcu sodobne animacijske vsebine, ki animirajo tako otroke kot tudi odrasle, ki sami po sebi vabijo turiste in lokalno prebivalstvo;
4. **izobraževalne vsebine:** sodobnega turista poleg tega, KAJ vidi, zanima tudi, KAKO je to nastalo/bilo narejeno, od kod izvira ... Shematsko in na kratko podane vsebine (tudi prek interaktivnih medijev), s katerimi vidi vzporednice z današnjim življenjem;

5. **upravljanje:** je posebej pomemben del trajnosti projekta, saj mora delovati stroškovno učinkovito, hkrati pa generirati in osveževati nove vsebine. Vire za financiranje obstoja in razvoja parka mora park dobiti iz lastnih komercialnih dejavnosti;
6. **trženje:** vzpostavitev v širšem okolju (radij 500 km) prepoznavne blagovne znamke je zahtevna naloga, ki se jo lahko doseže z velikimi vložki v marketing ali pa z inovativnostjo in dobro izrabo medijskega prostora.

Potrebne dejavnosti ureditve

Vzpostavitev Arheološkega parka Marof in navezava na mestno jedro.

Ključni deležniki/skrbniki projekta

MO Novo mesto, Razvojni center NM, Dolenjski muzej, Zavod za varovanje kulturne dediščine, lastniki zemljišč na Marofu, KS Mestne njive, Urbanistični svet, projektna skupina.

Ciljne skupine

Družine, šolske skupine, individualni ali organizirani sprehajalci, pohodniki in kolesarji, individualni turisti in skupine.

Tip projekta

Osrednja atrakcija destinacije.

Pomen projekta A1 za turizem

Arheološki park lahko dobi zelo pomemben simbolni pomen. Glede na to, da nam bo približal preteklost cvetočega Novega mesta, ga postavil ob bok najpomembnejših prestolnic Evrope, bo na osi do Grma povezal še dve največji podjetji v širši regiji, tj. Krko in Revoz. Torej se enkratno vklaplja v koncept industrijskega turizma.

Projekt mora biti od začetka voden na temeljih ekonomike poslovanja. Na podlagi ugotovljenega prihodkovnega potenciala se definira politiko vstopnic in potrebne vire za delovanje parka. Animacijske vsebine morajo biti atraktivne za sodobnega popotnika in ga spodbuditi k nadaljnjemu raziskovanju. Ob pripravi projekta je treba združiti arheološka znanja, kreativne posameznike, znanje vodenja in promocije takšnega parka. Park bo imel poleg zaprtega dela tudi odprt del, ki bo na voljo občanom kot mestni park.

Za razvoj ponudbe so potrebne naslednje organizacijske dejavnosti

Zaradi kompleksnosti projekta in potrebnih specifičnih znanj je treba vzpostaviti kompetentno projektno skupino, da bo lahko projekt dolgoročno živel samostojno.

A2 – HIŠA TEHNOLOŠKEGA NAPREDKA

Razvoj in postavitve Hiše tehnološkega napredka ob gradu Grm (lokacija je že vključena v OPPN Revoz). Za uspeh projekta je ključno pritegniti lokalno gospodarstvo ter razvojno znanje tega okolja. Hiša bo prikazovala časovni presek z razvojnimi preskoki v evoluciji, predvsem pa na interaktiven način prikazovati smeri prihodnosti.

Prihodnost je dejstvo, ki ljudi izredno privlači. Takšna »hiša« je dinamičen projekt, ki je vedno pred časom. Zato mora biti okoli nje veliko novega znanja. Inženirska znanja, ki so prisotna v regiji in središčih znanja, na katerih se bo gradilo, morajo tej »hiši« vedno znova vdihovati značaj prihodnosti.

Razvoj posebne ponudbe industrijskega turizma predstavlja projekt Hiša tehnološkega napredka (HTN) – slovenske interaktivne izložbe inovativnih tehnologij. Projekt sestavljata dva dela: HTN jedro in partnerski program, ki ga predstavljajo obiski partnerskih podjetij v regiji.

Gre za edinstveno ponudbo industrijskega, poslovnega in konferenčnega turizma, ki vključuje tudi prireditveno-konferenčni prostor, umeščen med eksponate.¹ Projekt omogoča približevanje tehnologije in znanosti prebivalstvu (predvsem mladim) z interaktivnim prikazovanjem novih tehnologij, ki so v celoti (ali delno) razvite ali uporabljane v Sloveniji.² Prikaz inovativnih rešitev potencialnim partnerjem prispeva k dvigu konkurenčnosti slovenskih podjetij. S tem Novo mesto zaokroža arheološko-industrijsko os, ki prikazuje razvoj od cvetoče dobe halštata do inovativne prihodnosti.

Potrebne dejavnosti ureditve

- A2 - 1: Oblikovanje projektne skupine.
- A2 - 2: Oblikovanje vsebin in resursov.
- A2 - 3: Pridobivanje razvojnih partnerjev iz gospodarstva.
- A2 - 4: Pridobivanje virov za financiranje.
- A2 - 5: Izvedba projekta.

Ključni deležniki/skrbniki projekta

MO Novo mesto, Revoz (lokacija za HTN je na območju tovarne Revoz), razvojni oddelki podjetij iz okolja, domače fakultete in znanstveni inštituti v širši regiji ...

Ciljne skupine

Zagotovo je lahko tovrsten projekt zanimiv za vse tiste, ki si že zdaj želijo ogledati tovarne Revoz, Krka, Adria Mobil ... Torej študijske skupine, skupine osnovnošolskih in srednješolskih razredov na ekskurzijah, družine na izletih oz. potovanjih, ljubitelji tehnologije, avtomobilov ...

¹ V tujini ima tovrstno ponudbo npr. Smithsonian muzej (Senator John Heinz Center) v Pittsburghu, ZDA.

² Ali alternativno prikazane s pomočjo v Sloveniji razvitega/uporabljanega elementa, če gre za najboljše svetovne inovacije.

Tip projekta

Nikakor to ni muzej in ni hiša eksperimentov, temveč je neke vrste izobraževalno središče in prostor prikaza delovanja sodobnih naprav oz. procesov. Hkrati je kot prikazovalnik uresničitve naprednih tehnologij tudi središče sprejemanja in oddajanja znanj.

V sklopu te osi zagotovo sodi tudi muzejska zbirka IMV, ki jo upravlja Klub prijateljev IMV na lokaciji Drgančevje. Težnja je, da upravljanje zbirke prevzame Tehnični muzej Slovenije. V prihodnje je smotrno umestiti to zbirko v bližini te osi. Če to ne bo možno, je treba zagotoviti lokacijo, ki bo turistom lahko dostopna.

Pomen projekta A2 za turizem

Za razvoj izdelka so potrebne naslednje organizacijske dejavnosti

Zaradi kompleksnosti projekta in potrebnih specifičnih znanj je treba vzpostaviti kompetentno projektno skupino, ki bo sposobna zasnovati projekt, ki bo dolgoročno živel samostojno. Najprej je ključno zaznati interes gospodarstva. Tovrstni projekti so odvisni od razvojnih projektov, ki se dogajajo v realnosti. Zagotovo je t. i. industrijski turizem sodobna pot promocije blagovnih znamk podjetij. Projekt torej mora doseči prepoznavnost in takšno podobo v širši regiji, da bodo podjetja imela svojo prisotnost v projektu kot pomemben del »cobrandinga«.

Sekundarna pomena projekta bosta tudi promocija tehničnih poklicev in navduševanje mladih za inženirstvo, razvoj ...

V sodobnem »virtualnem« času mladi nimajo več veliko vpogleda v realni tok dobrin. Zato so dokumentarne oddaje v stilu Kako je narejeno ... zelo gledane. Prav tako je pritisk na ogled proizvodnih procesov v predelovalni industriji čedalje večji.

Projekt bo moral ustvarjati zadosten prihodek za svoje lastno delovanje ter ustvariti močna partnerstva za stalen razvoj in osveževanje razstavljenih konceptov.

Za razvoj izdelka/ponudbe so potrebne naslednje organizacijske dejavnosti

Te so že navedene pod Potrebne dejavnosti ureditve.

A3 - GLAVNI TRG IN ROZMANOVA ULICA

Ureditev Glavnega trga, ki bo potekala skladno s konservatorskim načrtom, bo vsebinsko sledila Trajnostni urbani strategiji. Ker je Glavni trg skupaj z Rozmanovo ulico osrednji prostor urbanega središča mesta (dnevna soba), hkrati pa povezujoči hodnik med Arheološkim parkom in Hišo tehnološkega napredka, je zelo pomembno, da turista sprejme, ga vodi in mu hkrati ponudi izložbo našega mesta. Če je arheološko-industrijska os vez med cvetočo preteklostjo Novega mesta in inovativno prihodnostjo, je prav, da na tej potezi prikažemo evolucijsko vez med obema obdobjema.

Glavni trg in Rozmanova ulica lahko s svojo ponudbo predstavljata interaktivni paviljon domačega gospodarstva, prepleten s presežki halštata, izvirno gostinsko ponudbo in ponudbo izdelkov domače obrti (v najširšem smislu pomeni domača obrt v NM tudi: element za avtodom, domača salama, obrtniški izdelki, domača zdravila ...).

Vsebine, ki jih mora ta del mesta generirati, so:

- prisotnost domače obrti (npr.: situla – avto: kovaštvo ali oblikovanje kovine; steklene jagodke – izdelava steklenega nakita; les – izdelki iz lesa ...);
- izložbe domačega gospodarstva (predlogi: muzejska Krkina lekarna na mestu, kjer je že bila, prikaz izdelovanja zdravil; trgovina z deli za avtodome oz. drobnim inventarjem za avtodomarje ...);
- trgovine z ekskluzivno ponudbo in prodaja spominkov;
- restavracije z izvirno postrežbo in ponudbo vin iz regije;
- mini muzej (npr.: steklo skozi čas, zgodovina avtomobilske industrije v NM ...);
- informacijsko središče za turiste;
- vinoteka ter tržnica z domačimi specialitetami ...

Poseganje v mestno jedro in objekte ter dodajanje novih vsebin sta občutljiva procesa, saj bosta neposredno vplivala na življenje prebivalcev Novega mesta v urbanem okolju.

Trajnostna urbana strategija (TUS) kot ključen element razvoja Novega mesta

TUS podpira strategijo razvoja turizma. Tudi prebivalci Novega mesta smo uporabniki mesta, ki želimo v mestu doživljati urbane občutke. Atraktivno in urejeno mestno jedro privlači turiste, domačine in s tem tudi ponudnike storitev. Pomembno je, da občina v svoji strategiji zaobjame karseda največ tistih prostorov, objektov in mestnega pohišstva, ki ga potencialni ponudniki s svojim komercialnim pristopom ne morejo, hkrati pa jih zvabi, da se na to tudi naložbeno »naslonijo«.

Vizija mestnega jedra

Postati kakovosten in nepogrešljiv element druženja, delovanja in preživljanja prostega časa vsem uporabnikom mesta – prebivalcem, turistom in podjetnikom.

Potrebne dejavnosti ureditve

- A3 - 1: Obnova komunalnih vodov v mestnem jedru.
- A3 - 2: Obnova površin mestnega jedra po smernicah konservatorskega načrta.
- A3 - 3: Omejevanje mirujočega in dinamičnega prometa na ključnih površinah mest. jedra.
- A3 - 4: Postavitev usmerjevalnih sistemov za obiskovalca, ki sledi arheološki osi z odkloni s poti proti Kapitlju, Dolenjemu muzeju, frančiškanskemu samostanu ...
- A3 - 5: Privabljanje ponudnikov storitev v mestno jedro (domače obrti, domače pridelana hrana, ponudba domačih kakovostnih vin, kakovostna ponudba hrane).
- A3 - 6: Vzpostaviti mirujoči promet, ki bo stimuliral naseljevanje mestnega jedra (garažna hiša za prebivalce).
- A3 - 7: Umeščanje vsebin v prazne objekte, ki dnevno generirajo prihode ljudi v mesto.
- A3 - 8: Vključitev kapiteljskega turna v turistično ponudbo (razgledni stolp v povezavi s kapiteljsko cerkvijo in Tintorettojevo sliko).
- A3 - 9: Stimuliranje obnov pročelij v mestnem jedru.
- A3 - 10: Vzpostavitev mestne vinoteke.
- A3 - 11: Ozvočenje Glavnega trga.
- A3 - 12: Postavitev urbane opreme (klopi, stojala za kolesa, osvetlitev ...).
- A3 - 13: Vzpostavitev TIC-a kot integratorja ponudbe občine.

Ključni deležniki/skrbniki projekta

MO Novo mesto, KS Center, podjetniki v mestnem jedru, ustanove v mestnem jedru (Dolenjski muzej, glasbena šola, Rotovž, TIC, mestni menedžer, KCJT, Agencija za šport).

Ciljne skupine

Vsi ljudje in organizirane skupine.

Tip projekta

Urbani prostor, ki povezuje občane, privlači turiste in nudi možnost razvijanja vseh čutil.

Pomen projekta A3 za turizem:

Mestno jedro je bistvo urbanega središča in po navadi stičišče vseh obiskovalcev v regiji. Trendi obnašanja turistov kažejo, da so mestna jedra ena ključnih atrakcij na popotovanjih. Hkrati je za lokalno prebivalstvo to prostor, kjer se lahko srečajo s komer koli. Mestno jedro ima tako lahko v smislu socializacije neizmerne učinke. Hiše v njem pa bodo dobivale lepšo podobo, če bo prostor zanimiv za bivanje in poslovno delovanje. Deležniki s t. i. sekundarne platforme so tisti, ki morajo v tem prostoru generirati zadostne prihodke za razvoj svoje dejavnosti.

Obnova mestnega jedra ima lahko izmed vseh projektov v tej strategiji največji multiplikativni učinek na regijo.

Za razvoj produkta so potrebne naslednje organizacijske dejavnosti

Sledenje smernicam Trajnostne urbane strategije.

5.3 GORJANCI

Gorjanci so poleg reke Krke najpomembnejše naravno območje v širšem okolju. Predstavljajo pomemben element kakovosti bivanja v naši občini skozi različne vidike. Poleg čiščenja zraka in vodnega vira imajo pomembno funkcijo ohranjanja različnih rastlinskih in živalskih vrst, so vir lesne mase, gozdnih sadežev in z njimi povezane dejavnosti ljudi, so pa tudi izredno pomembna rekreacijsko-turistična infrastruktura.

Zaradi njihovega večplastnega pomena za naše okolje je treba dejavnosti na Gorjancih voditi z veliko skrbjo za ohranjanje naravnega in trajnostnega ravnovesja.

Trenutno so Gorjanci pomembno rekreacijsko območje v regiji, vendar niso upravljani v smislu razvoja trajnostnega turizma, zato generirajo bistveno manj prihodkov, ki bi lahko generirala nova »zelena« delovna mesta. (Uporaba Gorjancev je stihijska in povzroča neuskkljenost med lastniki zemljišč in gozdov). Gorjanci na slovenski strani meje so večinoma v lasti zasebnikov, ki v njih večinoma vidijo lesni vir, in je zaradi tega tudi infrastruktura v večji meri prilagojena dejavnosti gozdarjenja.

V letu 2015 se je na pobudo RC Novo mesto (spodbuda je prišla od zainteresiranih deležnikov) prvič sešla delovna skupina, ki je soočila svoje ambicije delovanja na Gorjancih in omejitve, ki obstajajo. V tej delovni skupini so bili predstavniki MO Novo mesto in občine Šentjernej, predstavnik ZRSVN, predstavnik ZVKD, predstavnik ZGS, predstavnik PD Krka Novo mesto, predstavnik dveh največjih lastnikov Posestvo Hren in Perman turizem, d. o. o., ter predstavniki RC Novo mesto.

Partnerji v skupini so s Partnerskim sporazumom, ki je bil podpisan v avgustu 2015, določili smernice razvoja Gorjancev.

Izsek iz Partnerskega sporazuma

II.

Podpisniki sporazuma se dogovorijo za medsebojno sodelovanje pri:

- oblikovanju smernic strategije razvoja ter v nadaljevanju akcijskega načrta razvoja in trajnostnega urejanja območja Gorjancev.
- pripravi projektnih vsebin s katerimi bodo kot deležniki iz tega območja kandidirali na razpisana nacionalna in EU sredstva
- iskanju optimalnih rešitev za ohranjanje biotske raznovrstnosti in naravnih vrednot ter kulturne dediščine tega območja, ob razvoju podjetniške iniciative, ki bo omogočala tudi razvoj zelenega, naravi prijaznega turizma,
- oblikovanju čezmejnih partnerstev s HR in NP Žumberka – Samoborsko gorje.
- skupni promociji tega območja.

Pri pripravi razvojnih vsebin bodo partnerji vključevali tudi širšo javnost.

Delovanje te skupine je uspelo v kratkem času razčistiti in uskladiti medsebojne interese ter poenotiti smernice strategije razvoja tega območja. Posledica tega je izbor ključnih projektov za nadaljnji razvoj, ki so v veliki meri tudi del prijave skupnega projekta na program INTERREG z dnem 11. 3. 2016.

Specifični cilji urejanja Gorjancev

1. Vzpostavitev trajnostnega upravljanja območja

Načrtovanje trajnostnega turizma mora sloneti na strokovnih podlagah, upoštevati mora potrebe in izzive lokalnega prebivalstva ter biti končno tudi vneseno v okolje. S projektom bosta dosežen konsenz lokalnega prebivalstva in strokovnih ustanov o skupnih usmeritvah razvoja območja Gorjancev in žumberškega pogorja ter določena struktura upravljanja območja, ki bo omogočala trajnostni razvoj skupnega pogorja.

Dejavnosti

G1 - 1: Izdelava izhodišč za upravljanje območja.

G1 - 2: Implementacija trajnostnega vidika.

G1 - 3: Celostno urejanje vstopnih točk.

2. Razvoj trajnostne čezmejne turistične destinacije

Z namenom podpore dejavnemu ohranjanju dediščine bo v projektu oblikovana nova turistična destinacija na skupnem obmejnem območju Gorjancev in Žumberškega pogorja. Destinacija bo temeljila na bogati naravni in kulturni dediščini tega območja, povezovala bo deležnike pri skupnem nastopu na trgu ter bila močna podpora in spodbuda lokalnemu prebivalstvu in podjetjem pri vključevanju v turistične proizvode. Destinacija z oblikovanim poslovnim modelom in inovativno promocijo bo predstavljala osnovo za trajnostni gospodarski razvoj območja.

Dejavnosti

G2 - 1: Razvoj poslovnega modela (vzpostavitev in trženje destinacije skupaj s hrvaškim partnerjem)

G2 - 2: Vključevanje lokalnega prebivalstva.

G2 - 3: Inovativna promocija čezmejnega izdelka.

3. Vzpostavitev ekomobilnega območja

Eden izmed korakov pri izvajanju dejavnosti bo tudi ureditev obstoječih cest. PPŽSG bo uredil tri počivališča za obiskovalce na lokacijah v bližini več različnih poti. MONM bo skladno z izdelano strategijo uredila 13 km poti. Na koncu te dejavnosti sledita označevanje cest ter označitve izletniških točk in interpretacijskih tabel. PPŽSG bo uredil in označil dve novi izobraževalni poti (na dostopnih točkah Sekuliči in vrha Sv. Gere) v skupni dolžini 2 km. PPŽSG bo tako skupaj s turistično signalizacijo in tablam označil 25,5 km cest. Urejene poti bosta z izletniško signalizacijo in tablam označila tudi GOZ in MONM.

Dejavnosti

G3 - 1: Strategija razvoja ekomobilnih poti (v času shengenske meje in po odstranitvi le-te)

G3 - 2: Trasiranje poti in urejanje poti.

4. Povečanje privlačnosti kulturne dediščine in spodbuditev zelenih delovnih mest

Z namenom ohranjanja dediščine območja Gorjancev in Žumberškega pogorja želimo povečati privlačnost interpretacije dediščine in izboljšati doživljanje obiskovalcev čezmejne turistične destinacije. Z ureditvijo privlačnih središč za obiskovalce bomo že samo v času projekta ustvarili 2 novi zeleni delovni mesti, s potencialom 3 dodatnih zaposlitev po zaključku projekta.

Dejavnosti

G4 - 1: Ureditev razstave naravne dediščine (Miklavž, Gospodična)

G4 - 2: Ureditev razstave industrijske dediščine (Fabrika – gozdarstvo, lovstvo ...)

G4 - 3: Usposabljanje vodnikov dediščine

Investicijske dejavnosti na Gorjancih

G5 - 1: Ureditev parkirišča za obiskovalce Gabrje.

G5 - 2: Ureditev interpretativnega centra naravne dediščine Miklavž (obnova planinskega doma, mala čistilna naprava), oglarska vas (zasnova bivaka), opremljanje rekreacijskih površin.

G5 - 3: Fabrika – ureditev učnega središča za področja gozdarstva, lovstva, trajnostnega razvoja Gorjancev, prikaz gozdne železnice (industrijski turizem).

G5 - 4 : Fabrika – središče prikaza pridobivanje zelenih oblik električne energije.

G5 - 5: Baraka (strelišče za potrebe lovcev, paint ball).

G5 - 6: Studenec Jordan (ureditev zajetja zdravilne vode, sanacija vodnega zajetja).

G5 - 7: Vahta – vstopna točka v gorski masiv Gorjanci (PZA in animacijske vsebine za obiskovalce; informacijsko središče za Gorjance; sanitarije z malo čistilno napravo; gostinska ponudba; trgovina domače pridelane hrane).

G5 - 8: Ureditev cestne povezave Vahta–Krvavi kamen (izogibališča, zavarovanje cestnih odsekov, odvodnjavanje).

G5 - 9: Ureditev središča za obiskovalce Lović Prekriški.

G5 -10: Križišče večine poti na Gorjancih–Krvavi kamen: tehnično-operativni objekt za vzdrževanje sankališča ter steze za tek na smučeh, prostor za parkiranje, križišče kolesarskih poti, zaključek poti za kolesarski spust s Trdinovega vrha.

G5 - 11: Trdinov vrh: ureditev objekta za občasno gostinsko ponudbo in prostor s streho in mizami za obiskovalce ter sanitarije z malo čistilno napravo.

G5 - 12: Trdinov vrh postavitev novega/obnova starega razglednega stolpa.

G5 - 13: Logarjeva kogla (gozdovniški bivaki).

G5 - 14: Ureditev novih in obnova starih kolesarskih poti ter njihovo označevanje.

G5 - 15: Ureditev sankališča in prog za tek na smučeh.

G5 - 16: Prestavitev pohodniške poti iz pragozda na njegov rob.

G5 - 17: Izdelava zemljevida vseh poti in promocijskega materiala.

5. Projekt LIFE TO GRASSLANDS (projekt izvaja ZRSVN z zunanjimi podizvajalci)

Projekt LIFE Ohranjanje in upravljanje suhih travnišč v Vzhodni Sloveniji se je začel novembra 2015 in bo trajal do oktobra 2020. Zavod RS za varstvo narave v projektu nastopa kot vodilni partner, partner projekta na Dolenjskem je Društvo Gorjanske košenice. Projekt v okviru finančnega mehanizma LIFE Narava in biodiverziteteta sofinancira EU in Ministrstvo za okolje in prostor.

Projektne dejavnosti bodo spodbujale k trajnostni rabi suhih travnišč, predvsem s povezovanjem zainteresiranih kmetovalcev/lastnikov, čiščenjem zaraščenih zemljišč, najemom zemljišč in nudenjem opreme za obdelovanje zemljišč kot tudi nudenjem podpore za vzpostavitev ustreznih struktur habitata (preizkušanje metod košnje, paše in sadjarstva). Sočasno z izvedbo konkretnih naravovarstvenih akcij bo z ozaveščanjem, izobraževanjem in mreženjem kmetovalcev/lastnikov/upravljalcev zemljišč ter ustreznim upravljanjem območij dodatno zagotovljeno dolgoročno ohranjanje ugodnega stanja habitatnega tipa. Projekt bo prispeval k povečanju ekonomske upravičenosti kmetovanja s skupnim oblikovanjem in razvojem privlačnih tržnih izdelkov in programov, vezanih na ohranjanje rabe suhih travnišč. Opremljene bodo tudi manjše interpretacijske točke, vzpostavljeni izobraževalni programi ter dejavnosti za šole in splošno javnost.

Dejavnosti

G6 - 1: Identifikacija območij v zaraščanju, analiza kmetijske rabe in monitoring stanja habitatnih tipov.

G6 - 2: Komunikacija in mreženje lastnikov zemljišč in kmetovalcev z namenom zagotavljanja upravljanja na opuščeni zemljiščih.

G6 - 3: Najem in odkup opuščeni zemljišč (in nadaljnja brezplačna oddaja zemljišč v uporabo skladno z dogovorom) za zagotavljanje trajnostnega upravljanja travnišč.

G6 - 4: Odstranjevanje zarasti/čiščenje zemljišč v različnih fazah zaraščanja.

G6 - 5: Zagotavljanje trajnostnega upravljanja travnišč z usmerjanjem in nudenjem podpore (nakup opreme in strojev) na podlagi sklenjenih dogovorov z lastniki in najemniki.

G6 - 6: Obnova in vzpostavljanje travnišč z ekstenzivnimi visokodebelnimi sadovnjaki (nakup sadik in zaščitne opreme, sajenje in izobraževanje na temo vzdrževanja).

G6 - 7: Povezovanje kmetovalcev z namenom zagotavljanja upravljanja očiščenih površin in površin, kjer je raba neustrezna.

G6 - 8: Priprava načrtov kmetijskih gospodarstev za izbrane zainteresirane kmetije.

G6 - 9: Priprava strokovnih podlag za kmetijsko okoljski program s področja trajnostnega upravljanja travnišč za posamezna območja.

G6 - 10: Dejavnosti in načrt za vzpostavitev blagovne znamke in izdelkov, vezanih na suha travnišča, sadovnjake, pašo, košnjo (delavnice, trženje, promocija).

G6 - 11: Promocijske in izobraževalne dejavnosti – sodelovanje in programi/pripomočki za šole, izobraževanja za kmetovalce, občine, komunikacija z odločevalci s področij kmetijstva in okolja na državni ravni, oprema interpretacijskih in info točk, vsebinska dopolnitev obstoječih interpretacijskih poti, publikacije.

Na območju Gorjancev bo posebna pozornost namenjena komunikaciji z lastniki in upravljalci travnišč, predvsem v smeri povezovanja in oddajanja/najemanja travnišč v skladu z lastnimi zmožnostmi in interesi posameznikov. Prav tako poseben izziv predstavlja povezovanje večjih

sklenjenih travišč na območju Gorjancev (Javorovica, Miklavž, Rute). Zaradi večjih območij zaraščanja bo veliko energije usmerjene v komunikacijo in izvedbo odstranitve zarasti, v čim večji meri v obliki prostovoljnih akcij, naravoslovnih dni ...

Ključni deležniki/skrbniki projekta

ZRSVN in Društvo Gorjanske košenice v sodelovanju z MO Novo mesto, občino Šentjernej, ZGS, KGZ Novo mesto, Perman turizem, Posestvo Hren – LGG, PD Krka, RC Novo mesto, ZVKDS, mesto Ozalj, Park prirode Žumberak.

Ciljne skupine

Ljubitelji narave, pohodniki, kolesarji, šolske skupine, turisti na poti na ali s Hrvaške prek Vahte in vsi prebivalci v okolici Gorjancev.

Tip projekta

Razvoj trajnostno urbanih vsebin za Gorjance, ki bodo namenjene različnim ljubiteljem gibanja v naravi.

Pomen projekta G 1-6 za turizem

Gorjanci imajo za lokalno prebivalstvo zelo velik pomen. Mnogim predstavljajo rekreativno površino, nekaterim pa tudi vir prihodkov. Ker so Gorjanci na slovenski strani večinoma v lasti zasebnikov, je razvoj turizma treba usklajevati z njimi. Gorjance dajejo na voljo vsem uporabnikom, ki spoštujejo čisto naravno okolje in bodo ustvarjali ponudnikom prihodek, ki ga bodo lahko vložili v razvoj zelenih delovnih mest, ki bodo skrbeli za red in udobje turistov na Gorjancih.

Za razvoj produkta so potrebne naslednje organizacijske aktivnosti:

nadaljevanje dela skupine za Gorjancev in stalna evalvacija zastavljenih aktivnosti in aktivnosti navedene že znotraj samega opisa projekta.

6. KULINARIKA IN VINO

Kulinarika

»Dolenjska je poleg bogate arheološke dediščine prepoznana tudi po bogatem jedilniku, na katerem najdemo številne izvorno dolenjske dobrote in med njimi čisto dolenjsko posebnost – štruklje. V prenekateri domači gostilni vas bodo postregli tudi s starodavnimi jedmi, od različnih kaš do številnih potic, tudi kašnatih, ocvirkovih ali špehovk. Vsekakor ne boste ustrelili mimo, če boste dan na Dolenjskem posvetili le kulinaričnim in vinskim doživetjem« (www.visitdolenjska.eu).

Kot je navedeno že na začetku, je ta strategija usmerjena v razvoj osnovne platforme turizma in se podrobno ne širi v koncepte ponudnikov na sekundarni ravni. Zato tudi razvoja kulinarike, vinarstva in področja wellness turizma podrobno ne opredeljuje.

Prav gotovo so vinske gorice in pridelava vina zelo pomemben del identitete naše občine in jih je za namen razvoja turizma tudi treba še naprej razvijati. V tem razdelku se bomo dotaknili le idejno-organizacijskega okvira tega področja.

Cviček

»Posebno mesto na dolenjski kulinarični mizi namreč pripada tudi edinstvenemu in originalnemu dolenjskemu vinu cviček. Tega dolenjski vinogradniki pridelujejo že stoletja in so mu izoblikovali svojevrstni vinski značaj. Posebnost mu dajeta nizka alkoholna stopnja in nekoliko višja kislina. K bolj zahtevnim dolenjskem jedem pa se lepo poda tudi modra frankinja, ki je vedno bolj prisotna na mizah dolenjskih gostiln« (www.visitdolenjska.eu).

Ugotovimo lahko, da naša občina ne premore prepoznavnejše prireditve, ki bi promovirala domača vina. Če je to poslanstvo včasih opravljala Cvičkarija v organizaciji Društva novomeških študentov z gostovanji v Ljubljani, Mariboru in Izoli ter doma v Novem mestu, v tem trenutku tudi Teden cvička ne domuje v naši občini. Predvsem pa je najbolj žalostno to, da je težko kupiti vina domačih proizvajalcev, nikjer ni zbrana ponudba iz okolja. Prav tako na Trški gori gostje, če niso napovedani, ne morejo poskusiti domačega vina.

Za bolj kakovostno promocijo cvička in tudi prodajo so potrebni vsaj naslednji koraki:

- promocijo Novega mesta in turizma izvesti vsaj na 5 večjih prireditvah v Sloveniji (različne regije);
- v mestnem jedru zagotoviti prostor za mestno vinoteko;
- organizirati eno večjo (večdnevno) prireditev, ki bo na višji ravni ter bo dala cvičku in ostalim domačim vinom težo, ki jo zaradi svoje posebnosti zasluži;
- uvajanje koncepta dežurnih zidanic (po sistemu kraških Osmic), da lahko gost čez vikend najde vsaj eno zidnico, v kateri bo lahko poizkusil domače vino in hrano.

Liter prodanega cvička v domači zidnici ali gostilni nekajkrat presega ceno tistega, prodanega v diskontni trgovini. Množitelj, ki ga lahko ima cviček na razvoj regije, je ogromen. Predstavljajmo si, da se 6 milijonov litrov cvička proda trgovcu po 2 EUR. Govorimo o 12-milijonski panogi, če pa bi ga polovico prodali v regiji ob hrani po ceni 10 EUR, je panoga naenkrat obsežna 36 milijonov evrov.

Zidaniški turizem

Skladno z razvojem vinske/cvičkove zgodbe je zagotovo dobro nastavljen zidaniški turizem, ki pa bo dobro zaživel šele takrat, ko bodo lastniki zaznali tržni potencial teh nastanitev. Gre za unikatne oblike nastanitev, ki so neizrabljene. Predstavljajo velik potencial za zasebnike ob zaznavi rasti gostov, ki bodo prihajali v Novo mesto. To je torej tisti del obstoječe zasebne infrastrukture, ki najbrž čaka na prebujanje turizma v Novem mestu, da bo videl ekonomsko upravičenost dodatnih vlaganj.

7. ORGANIZACIJA TURIZMA

Turizem je dejavnost, ki posega v in izvira iz številnih različnih dejavnostih. Iz aktivnosti v tej strategiji je razvidno, da močno posega v razvoj športne infrastrukture, segment kulture ter varovanja naravne in kulturne dediščine ... Zato je izrednega pomena, da ima struktura, ki bo aktivno delovala pri realizaciji te strategije najprej močno podporo lokalne oblasti (župana in Občinske uprave), organizacijsko pa se more čimbolj preplesti z občinskimi zavodi, ki so pomembni deležniki razvoja turizma.

Razvojni center Novo mesto je zagotovo tisti povezovalen element destinacije, ki mora odigrati svojo vlogo v promociji destinacije in usklajevanju produktov. Turizem se ne ozira na meje občin in tudi ne na meje med državami. Seveda pa vsaka turistična destinacija potrebuje prepoznaven center. To Novo mesto ob razvoju osnovne turistične platforme zagotovo lahko postane. Turistično informacijski center (TIC) je glavni posredovalec informacij preko vseh aktualnih medijev obveščanja.

Razvojni center, občinski zavod za kulturo, šport in turizem ter TIC s podporo služb Občinske uprave so osnovne organizacijske enote, ki morajo tesno sodelovati drug z drugim ter s turističnim gospodarstvom.

8. TURISTIČNE PRIREDITVE

V občini različni organizatorji pripravljajo številne tradicionalne prireditve, ki vsako leto privabijo veliko lokalnega prebivalstva. Ugotavljamo pa, da občina ne premore tradicionalne večdnevne prireditve, ki bi privabljala obiskovalce iz vse Slovenije oz. širše. Takšna prireditve daje mestu večjo prepoznavnost v širšem okolju. Predvsem je potrebno pri obstoječih prireditvah vzpostavljati pravilno ravnovesje vložka in doseganja zastavljenih ciljev. Prireditve, ki nimajo jasnega cilja, pa naj gre za cilje druženje, promocije ali popolnoma komercialne cilje, na dolgi rok ne uspejo.

Čim prej je potrebno izmeriti potencial posameznih prireditev in graditi na tistih, ki lahko dosežejo cilje promocije Novega mesta. Če nobena od obstoječih prireditev nima tega potrebnega potenciala, bo nujno začeti z novo. Ta del bo morala obdelati strategija marketinga.

9. KAZALNIKI RAZVOJA TURIZMA

Če želimo valorizirati uspešnost posameznih aktivnosti bo poleg kazalcev, ki jim trenutno sledimo, potrebno dodati nove. Ker strategija uvaja veliko novih produktov, bodo tukaj števci pričeli teči od začetka.

Končni cilj je večji prihodek z naslova turizma v naši občini. Ker je ta agregat relativno težko natančno meriti, ker se največkrat izraža posredno, bomo merili naslednje posredne pokazatelje v občini Novo mesto:

1. Število novih delovnih mest.
2. Število novih indirektnih delovnih mest
3. Število nočitev.
4. Število obiskov prireditev.
5. Število prodanih vstopnic za atrakcije.
6. Turistična taksa.
7. Prihodki iz turizma (državna statistika)

10. FINANČNI VIRI

Pri večjih infrastrukturnih projektih bo občina gradila na partnerstvih. Industrijski turizem se je v svetu razvil, ker je gospodarstvo zaznalo turizem kot zelo dober kanal promocije blagovnih znamk. Objekta, ki imata takšen potencial sta zagotovo Hiša tehnološkega napredka in velodrom, kjer bomo iskali partnerstvo tudi z velikimi podjetji v gospodarstvu.

Zagotovo pa bomo vire sofinanciranja iskali v državnem proračunu in v evropskih skladih. Projekta Gorjancev in kolesarske infrastrukture zagotovo sledita ciljem politik nove finančne perspektive, zato bomo vire iskali na tovrstnih razpisih.

Obnova Glavnega trga in še nekaterih urbanih točk bo sofinancirano z naslova evropskih sredstev za trajnostno urbani razvoj mest.

Mestna občina bo skupaj s krajevnimi skupnosti poskrbela za realizacijo manjših infrastrukturnih projektov. Za sodelovanje na določenih projektih pa je že izkazan tudi podjetniški interes.

11. IZOBRAŽEVANJE

V komunikaciji z deležniki, ki že delajo v turizmu je zaznati tudi pomanjkanje usposobljenega kadra. Pomanjkanje je zaznati predvsem v gostinstvu. Ker turizem temelji predvsem na kompetencah ljudi, bo skupaj z izobraževalnimi ustanovami, ki izobražujejo tovrstni kader, potrebno promovirati poklice v turizmu in zaposlitve/samozaposlitve v tej dejavnosti.

Občina nima direktnega vpliva na razvoj tega kadra, bo pa pozvala nosilce izobraževalnih programov, da se bodo učenci/dijaki/študentje v času šolanja vključevali (seminarske naloge, strokovne prakse, študentko delo) v turistično dejavnost ponudnikov v občini.

12. NADALJNI KORAKI

V času nastajanja te strategije so vzporedno že začeli teči procesi za določene projekte.

Dejavnosti v teku

Projektna skupina za Gorjance je pod koordinacijo RC Novo mesto že pripravila projekt na razpis INTERREG. Določene dejavnosti na terenu se že izvajajo. Ne glede na rezultat razpisa bo skupina nadaljevala svoje delo skladno s sklenjenim Partnerskim sporazumom.

Skupina za izvedbo projekta Safari na Temenici je že začela z izvedbenimi deli.

ZRSVN na Gorjancih prav tako že izvaja projekt ohranjanja košenic.

Občinski svet je v proračun za leti 2016 in 2017 že uvrstil ključne postavke, kot so obnova Glavnega trga, postavka za Gorjance, sredstva za urejanja prostora ob Krki, velodrom, projekti za Arheološki park.

Pripravlja se razpis za oddajo piknik prostora na Loki.

Pripravljene so različne investicijske možnosti za velodrom. V kratkem bo izvedena prestavitev plinovoda (to je nujno za nadaljevanje).

Posamezni projekti so že vključeni v druge strateške dokumente občine.

Nadaljnji koraki po sprejemu Strategije turizma

- dogovorom o skrbništvu nad posameznimi dejavnostmi iz te strategije,
- vzpostavitvijo projektnih skupin, kjer te še niso določene,
- pripravo finančnih načrtov za uvrščanje projektov v proračun MO NM za leta 2018, 2019 in 2020,
- pripravo projektne dokumentacije z umeščanjem v prostor (OPN),
- vzpostavitvijo verifikacijske skupine, ki bo bdela nad izvedbo strategije in ovrednotila nove predloge, če so skladni s strategijo,
- izvedbo projektov,
- ostalimi dejavnostmi, ki so navedene ob posamezni dejavnosti v tej strategiji,
- pripravo marketinške strategije trženja destinacije, izdelkov, vina in kulinarike ...

ZAKLJUČEK

Strategija razvoja turizma v Novem mestu prinaša nekaj popolnoma novih usmeritev v naši občini. Zagotovo pa gradi na obstoječih dejavnikih. Nobena dejavnost za okolje ne bo tujek, ampak logična nadgradnja v želji, da turizem v regiji generira višji prihodek in nova delovna mesta. Nič od načrtovanega ni popolna novost, večinoma so to že preizkušeni modeli. Razlika je le v tem, da jih vzpostavljamo v našem domačem okolju. Ravno to pa jih lahko naredi drugačne in zanimive za turista.

Proces nastajanja je pokazal, da si deležniki v turizmu želijo podporo okolja pri razvoju turizma in da tudi oni vidijo še veliko neizrabljenih možnosti v naši občini. Pomemben del procesa so bile tudi delavnice, na katerih so sodelovali deležniki, ki lahko vplivajo na uresničitev zastavljenih nalog. Predvsem pomembno je spoznanje, da so ustanove, ki skrbijo za okolje in prostor ter varovanje narave in dediščine, pokazale odprtost in željo po sodelovanju in tudi to, da smo varovanje narave in kulturne dediščine izpostavili kot ključni dejavnik vsake dejavnosti.

Zakaj je strategija pomembna je navedeno že na začetku dokumenta. Kateri so nadaljnji koraki, je navedeno ob zaključku. Proces nastajanja pa je navrgel prve ključne korake k uresničevanju strategije. Pogovor med deležniki, izmenjava mnenj, usklajevanje interesov, predvsem pa odpravljanje blokad v komunikaciji med določenimi deležniki so veliki dosežki tega procesa.

Dokončno sprejetje te strategije na Občinskem svetu MO Novo mesto bo zelena luč, da se zaključki te strategije vključijo tudi v Strategijo MO NM do 2030, v nov OPN, pričakovano Celostno prometno strategijo (strategija je že upoštevana tudi v TUS-u) predvsem pa v proračune MO NM do leta 2020.

Množitelj učinkov, ki je v strategiji večkrat omenjen, pa bo dosežen le, če bodo deležniki sekundarne in terciarne platforme strategiji sledili tako vsebinsko, trženjsko kot tudi investicijsko.

Priloga 1: Seznam večjih dogodkov v MO Novo mesto

PRIREDITELJ	DOGODEK	LOKACIJA	TERMIN
TD Otočec	S cvičkom med vinograde – pohod	Otočec, Trška gora	januar
DPM Mojca	Mojčin pustni karneval	OŠ Drska	februar
Gostišče Loka	Ples v maskah	Gostišče Loka	februar
KZ Krka	Gregorjev sejem: spomladanski kmetijski sejem	Graben	marec
KK Adria Mobil	Kolesarska dirka, velika nagrada Adrie Mobil	Dolenjska in Bela krajina, Glavni trg	april
MONM, Malamačka	Novomeška tržnica (vsak petek)	Glavni trg	april–november
Pohodniško društvo Novo mesto	Rudolfovanje, pohodi, kolesarski izlet	Novo mesto	april
ZZB NOB	Novo mesto v žici – pohod	Novo mesto	april
Atletski klub Krka Novo mesto	Novomeški tek	Glavni trg	april
Komunala Novo mesto	EKO teden & Dan zemlje	Glavni trg in druge lokacije	april
Zavod Grem v mesto	Noč nakupov I, nočno nakupovanje v mestnem jedru in spremljevalni program	Glavni trg	april
KK Adria Mobil	Kolesarski maraton po dolini reke Krke	Novo mesto, Dolenjska	maj
	Ritem mladosti: koncerti in zabava za mlade	Novi trg	maj
Društvo vinogradnikov Trška gora	Pohod po Slakovi poti	Sevno, Trška gora	maj
Turistična zveza Dolenjske in Bele krajine	Revija harmonikarskih orkestrov in skupin Slovenije	Sevno, Center biotehnike in turizma	maj
Društvo Bajka	Bajkafest – gorsko kolesarski maraton	Sevno, Trška gora	maj
Dolenjski muzej	Novomeški likovni dnevi	Novo mesto	maj
Plesni center Dolenjske in Plesni studio Novo mesto	Maturantska parada	Glavni trg in Novi trg	maj
Agencija za šport Novo mesto	Krka Živi – odprtje sezone športnih dejavnosti na reki Krki	Loka	maj
KCJT	Sem glasba, sem mesto – festival klasične glasbe	različne lokacije v mestnem jedru	junij
PGD Brusnice	Praznik brusniške hrustavke	Velike Brusnice	junij
DRPD	Teden kultur	Različne lokacije	
DNŠ	Kolektivc – dijaška/študentska zabava ob koncu šolskega leta	Novi trg	junij
Dolenjski muzej Novo mesto	Noč muzejev in Praznik situl	Kapiteljska njiva, Glavni trg, Dolenjski muzej	junij
KK Adria Mobil	Zaključek kolesarske dirke po SLO	Glavni trg	junij
Malamačka	Malvin: mali festival velikih vin	Glavni trg	junij

ŠD Kajak-kanu-sup klub Novo mesto	SUP tekma za pokal Novega mesta Fun SUP tekma za odrasle Rekreativna SUP tekma za dijake/dijakinje	Loka	junij
AŠD SA - I	GHD Gorjanci – gorska cestno hitrostna dirka	Novo mesto, Prepih Cesta na Vahto	junij
Založba Goga	Novomeški poletni večeri, vsak četrtek in soboto, Glavni trg	Glavni trg	julij–avgust
Atletski klub Krka Novo mesto	Mednarodni atletski miting	Stadion Portoval	junij
Založba Goga	Rudi Potepuški	festival pouličnega gledališča in odprtje Novomeških poletnih večerov	julij
Zavod Grem v mesto	Noč nakupov II.: nočno nakupovanje v mestnem jedru in spremljevalni program	Glavni trg	julij
DNS	Grem domov v Novo mesto – prihod študentov iz LJ, MB in KP	Glavni trg	julij
Društvo Fotopub	Fotopub, mednarodni fotografski festival	Različne lokacije v mestu	avgust
KCJT	Jazzinty, mednarodni jazz festival in delavnica	Različne lokacije v mestu	avgust
Gostišče Loka	Noč na Krki in zaključek Novomeških poletnih večerov	Loka	avgust
KK Adria Mobil	Kolesarska dirka okoli Grma	Grm	avgust
Teniški klub Portovald	Beli teniški turnir	Tenis igrišča Portoval	avgust
Agencija za šport Novo mesto in Bar Boter	Skoki v Krko: tekmovanje v skokih z mostu, kuhinja na mostu, koncerti	Kandijski most	september
MONM	Evropski teden mobilnosti & Dnevi evropske kulturne dediščine	Glavni trg	september
Zavod Grem v mesto	Noč nakupov III.: nočno nakupovanje v mestnem jedru in spremljevalni program	Glavni trg	september
	Noč čarovnic	Glavni trg	oktober
	Martinovanje	Glavni trg	november
Zavod Grem v mesto	Veseli december & Noč nakupov IV.	Glavni trg	december