

Sporočilo za javnost

ŠTAJERSKA: OD RAZPRŠENE REGIJE DO POVEZANE IN DOŽIVLJajsKE DESTINACIJE

Turistični deležniki Štajerske so na Ptuju soustvarjali nove zgodbe in doživetja

Ptuj, 9. aprila 2026: V Dominikanskem samostanu na Ptuju, najstarejšem slovenskem mestu, se je v organizaciji konzorcija destinacije Štajerska zbralo več kot 100 deležnikov. Skozi uspešne zgodbe Štajerske, Maribora in Ptuja ter strokovne vsebine so iskali navdih za razvoj novih avtentičnih doživetij.

Z vzpostavitvijo konzorcija destinacije Štajerska leta 2022, ki ga koordinira RRA Podravje - Maribor, so bili vzpostavljeni temelji za sistematičen in strateški regijski razvoj turizma na tem delu severovzhodne Slovenije. Partnerstvo, ki **povezuje več kot 300 različnih deležnikov**, se s ponosom ozira na prehojeno pot. Štajerska je danes edina urbanaravna destinacija na svetu in vzorčni primer regijskega povezovanja. Prav povezovanje različnih deležnikov omogoča razvoj celovite ponudbe, ki gosta spodbuja k odkrivanju širše regije in ustvarja večjo dodano vrednost za celoten prostor.

Kjer urbano in naravno ustvari urbanaravni užitek

RRA Podravje - Maribor je pred petimi leti vzpostavila sektor za turizem, kjer so z doslednim regionalnim pristopom uspešno razvijali regijski turizem, ki prinaša prve rezultate. Destinacija je v letu 2025 zabeležila 448.440 prihodov (kar je +8,0 % glede na leto 2024) in 906.307 prenočitev (+5,9 %). Rast potrjuje, da **skupni regijski pristop in povezano nastopanje na trgu prinašata konkretne rezultate**. Med ključnimi tujimi trgi izstopajo predvsem Nemčija, Avstrija, Hrvaška, Poljska, Češka, Srbija, Italija, Madžarska in Nizozemska, kar potrjuje relevantnost Štajerske v širšem srednjeevropskem prostoru.

"Naše delo je usmerjeno dolgoročno: povežujemo razvojne potencialne, prepoznavamo priložnosti in ustvarjamo pogoje, v katerih lahko destinacija Štajerska raste kot sodobna, trajnostna in mednarodno prepoznavna zgodba. Prav zaradi te strateške usmerjenosti imamo danes odlično izhodišče za povezovanje - tako na lokalni ravni med ponudniki, na regijski ravni med destinacijami, kot tudi na nacionalni in mednarodni ravni, kjer sodelujemo s ključnimi tujimi trgi," strne misli o pomenu povezovanja, direktorica RRA Podravje - Maribor **Nataša Ritonija**.

Pot od ideje do doživetja vodi skozi sodelovanje

Razvoj destinacije je neločljivo povezan z ustvarjanjem avtentičnih zgodb, ki nagovarjajo sodobnega obiskovalca. Prav zato so se na Ptuju zbrali turistični deležniki, ki v povezovanju, izmenjavi znanj in skupnem oblikovanju novih doživetij prepoznavajo temelj dolgoročnega razvoja.

"Na srečanju sem prepoznal pomembno priložnost za širše povezovanje turističnih deležnikov na Štajerskem. Takšna srečanja so dragocena, ker omogočajo nova poznanstva, izmenjavo izkušenj in skupno razmišljanje o razvoju turizma v regiji," poudarja **Uroš Vidovič**, turistični vodnik. Prav vodniki pa imajo pri tem pomembno vlogo, saj destinacijo obiskovalcem približajo na doživet in osebni način.

RRA Podravje - Maribor skupaj s konzorcijskimi partnerji prepozna zahtevno vlogo koordinatorja, ki na eni strani odkriva in razvija potencialne destinacije, na drugi pa skrbi za uravnotežen razvoj.

Prav v tem okviru se kaže tudi pomembno spoznanje: danes še skriti kotički lahko jutri postanejo prepoznavni biseri, vredni obiska. Kot je poudarila vodja sektorja v RRA Podravje - Maribor, ki je organizator tretjega, zdaj že tradicionalnega srečanja ponudnikov, **Karmen Razlag**, je cilj srečanja krepiti sodelovanje med ponudniki. Ob tem dodaja: *"Štajersko gradimo kot sodobno regijsko destinacijo, kjer povezovanje ni le pristop, ampak temelj razvoja. Naš cilj je gosta spodbuditi, da odkrije širšo regijo, v njej ostane dlje ter jo doživi kot celovito, raznoliko in avtentično zgodbo. Tako Štajerska utrjuje svojo vlogo edinstvene urbanaravne in vinsko-turistične destinacije, ki svojo prepoznavnost gradi na povezovanju, kakovosti, skupnih zgodbah in doživetjih."*

Soustvarjanje prihodnosti turizma Štajerske

Srečanje ni bilo namenjeno le povezovanju, temveč tudi prenosu aktualnih znanj in usmeritev za nadaljnji razvoj turizma. Udeleženci so prisluhnili vsebinam o smernicah Nacionalnega informacijskega središča za trajnostni turizem, priložnostih nemškega trga kot enega ključnih emitivnih trgov in možnostih uporabe umetne inteligence v turizmu. Prav ta preplet strateških usmeritev, tržnih vpogledov in praktičnih orodij je ponudnikom ponudil konkretno podporo za nadaljnji razvoj njihove ponudbe.

"Gost ne potuje po občinah, ampak po doživetjih. Ko presežemo administrativne meje in se povežemo, lahko ustvarimo pristne trenutke, ki jih ni mogoče najti v katalogih – od obiska družinske kleti s tretjo generacijo vinarjev do kulinaričnega doživetja, ki ga gost soustvari skupaj s kuharskim mojstrom. Prav takšna avtentična in osebna doživetja so tista, ki obiskovalcu ostanejo v spominu in destinacijo naredijo resnično uspešno," poudarja **Jure Golež**, lastnik agencije MarTour.

Mednarodni uspehi in priznanja

Jasna razvojna usmerjenost je partnerje konzorcija pripeljala do izjemnih mednarodnih uspehov: Destinacija Štajerska se je uvrstila na izjemno 3. mesto med 20 najbolj zaželenimi evropskimi destinacijami, uspehe pa nizajo tudi ostali partnerji konzorcija: Maribor je prehitel Bordeaux in Porto ter osvojil prestižni naziv najboljše evropske vinske prestolnice leta 2026, Ptuj pa je postal najboljše evropsko mesto kulturne dediščine za leto 2026. Ti dosežki potrjujejo, da Štajerska uspešno gradi prepoznavno in konkurenčno destinacijo tudi v evropskem prostoru.

Matic Ber, Javni zavod Ptuj, pove, da so *"doseženi uspehi rezultat dolgoročnega in sistematičnega dela številnih sodelavcev in partnerjev. Takšna priznanja so potrditev dobrega dela, hkrati pa prinašajo veliko odgovornost, da ohranjamo kakovost, razvijamo nove vsebine in ostajamo razvojno usmerjeni tudi v prihodnje."* **Jure Struc**, Zavod za turizem Maribor, dodaja: *"Nazivi, ki smo jih v okviru platforme EBD pridobili v zadnjih letih, predstavljajo edinstvene zgodbe našega mesta širši evropski in svetovni javnosti ter gradijo ugled privlačne destinacije za nove generacije obiskovalcev. Seveda pa so nazivi le del uspeha - vera v proces, strateško načrtovanje ter visoke ambicije s pravo mero samozavesti nam omogočajo, da vemo, kdo smo in kam želimo priti."*

S pogledom v prihodnost ostaja ključni cilj Štajerske jasen - razpršitev turističnega obiska, višja kakovost ponudbe in dolgoročna trajnostna rast destinacije, ob tem pa tudi utrjevanje njene vloge prepoznavne vinsko-turistične regije.

Dodatne informacije:

- **Karmen Razlag**, vodja sektorja za turizem, RRA Podravje - Maribor, 00 386 31 682 373, karmen.razlag@rra-podravje.si
- <https://www.stajerska.si/>, *Srečanje turističnih deležnikov Štajerske*