

ŠOLSKI CENTER VELENJE  
ŠOLA ZA STORITVENE DEJAVNOSTI VELENJE  
Trg Mladosti 3, 3320 Velenje

MLADI RAZISKOVALCI ZA RAZVOJ ŠALEŠKE DOLINE

RAZISKOVALNA NALOGA

**KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE  
ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA**

Tematsko področje: INTERDISCIPLINARNO  
(GASTRONOMIJA, TURIZEM)

Avtorji:

Lea Bevc, 3. letnik programa Turistični tehnik  
Severina Štruc, 3. letnik programa Turistični tehnik  
Domen Vodlan, 2. letnik programa Gastronomske in hotelirske storitve

Mentorici:

Simona Pompe, dipl. ekon.  
Mateja Klemenčič, univ. dipl. inž.

Velenje, 2010

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

I

Raziskovalna naloga je bila opravljena na Šolskem centru Velenje.

Mentorici: Mateja Klemenčič, univ. dipl. inž.  
Simona Pompe, dipl. ekon.

Datum predavitve:

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

II

### KLJUČNA DOKUMENTACIJSKA INFORMACIJA

**ŠD** ŠOLA ZA STORITVENE DEJAVNOSTI VELENJE, 2010

**KG** Trajnostni turizem / gastronomija / ljudje in turizem

**AV** BEVC Lea, ŠTRUC Severina, VODLAN Domen

**SA** KLEMENČIČ Mateja, POMPE Simona

**KZ** 3320 Velenje, SLO, Trg Mladosti 3

**ZA** Šolski center Velenje

**LI** 2010

**IN** KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA.

**TD** RAZISKOVALNA NALOGA

**OP**

**IJ** SL

**JI** sl/en

**AI** Turizem pospešuje regionalni razvoj, povečuje ekonomsko vrednost naravne in kulturne dediščine in omogoča povečanje družbene blaginje. Rezultati naše raziskave kažejo, da je turizem razvojna priložnost Slovenije, kjer ima pomembno mesto tudi gastronomija. Raziskava temelji na izsledkih ankete in intervjuvanja tistih, ki v gastronomiji in turizmu delajo že več let in imajo zato bogate delovne izkušnje. Raziskovali smo optimalno druženje vin z jedmi in odkrivali možnosti in predloge za celovito oblikovanje gastronomsko-turistične ponudbe. Le ob močni povezanosti gastronomije in turizma lahko govorimo o trajnostnem razvoju turizma. To pomeni, da je prav gastronomija tista, ki bogati celovito ponudbo managementa turističnih destinacij. Iz rezultatov ugotavljamo, da je v gastronomsko ponudbo posameznega kraja nujno vključiti tradicionalne jedi, po katerih bi lahko prepoznavali posamezen kraj daleč naokoli po Sloveniji, pa tudi v tujini. Ugotovili smo, da anketiranci vidijo potrebo po izboljšanju tovrstne ponudbe v posameznih krajih. Zaznali smo želje po izobraževanju prav na področjih gastronomije, vin in kulture pitja vina, turizma, trženja in znanja tujih jezikov. Rezultati raziskav so pokazali, da SAŠA-regija nima zaščitene tipične jedi, po kateri bi lahko bili prepoznavni po Sloveniji in tujini. Kot predlog podajamo Bergmandeljčevo pito – sladico, ki se druži z vsemi vini posebne kakovosti (pozna trgatev, izbor, jagodni izbor ...), kot tudi s peninami. Prav vključevanje lokalnih jedi in vin ter lepo pripravljeni pogrinjki dajejo vsakemu kraju svojo edinstvenost in atraktivnost za oblikovanje celovite in trajnostno usmerjene turistične ponudbe, razvoja, urejenosti in privlačnosti turistične destinacije.

**KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA****KEY WORDS DOCUMENTATION****III****ND** ŠOLA ZA STORITVENE DEJAVNOSTI, 2010**CX** sustainable development of turism / gastronomy / people and tourism**AU** BEVC Lea, ŠTRUC Severina, VODLAN Domen**AA** KLEMENČIČ Mateja, POMPE Simona**PP** 3320 Velenje, SLO, Trg mladosti 3**PB** Šolski center Velenje**PY** 2010**TI** **english title****DT** RESEARCH WORK**NO** notes**LA** SL**AL** sl/an

**AB** Tourism encourages the regional development, increases economical value of natural and cultural heritage, and enables the increase of economic wealth. The results of our research support the aspects, also presented in the literature that tourism represents a significant opportunity for Slovenian economical development, which is very closely connected with the area of gastronomy. Our research work has been based on the survey and the interviews that have been conducted among people working in gastronomy and tourism for many years, and have thus had valuable working experience. So far we have looked into the optimal pairing of wines with dishes and have tried to determine the possibilities for creating the wholesome gastronomic and touristic offer. The only way to promote the continuous development of tourism is to join both areas of tourism and gastronomy into a joint touristic offer. This means that gastronomy itself has to enrich the offer of tourist destinations. The results have shown that the gastronomic attributes of a certain place are based on traditional dishes which bring the place on the map of tourist recognisability around Slovenia, and abroad. Further we have recognized that interviewers identify the need to improve such offers in some parts of Slovenia as well as the need to raise the respect towards wines. We have also noticed that the tendencies to improve the general knowledge and further education in the fields of gastronomy, wines and the culture of drinking wine, tourism, trades and foreign languages is strongly present among the population. At the conclusion the results have shown that Šaleška valley, SAŠA region and Velenje municipality have so far not managed to set up a recognized, typical dish that would be recognizable in the rest of Slovenia, and abroad. As a suggestion we recommend »Bergmadelc pie« - a dessert that pairs perfectly with the selection of wines, as well as all sorts of sparkling wine.

**KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA**

<b>KAZALO</b>	<b>IV</b>
Ključna dokumentacijska informacija	II
Key words documentation	III
Kazalo	IV
Kazalo preglednic, grafov, kart in fotografij	VIII
1 UVOD	1
1. 1 Namen in cilji	2
1. 2 Hipoteze	2
2 PREDVIDENE METODE IN OMEJITVE DELA	2
3 TURIZEM	3
4 POLITIKA TRAJNOSTNEGA RAZVOJA TURIZMA	3
4.1 Etnološki vidiki	4
4.2 Geografski vidiki	4
4.3 Ekološki vidiki	4
4.4 Sociološki vidiki	5
4.5 Ekonomski vidiki	5
4.6 Turistični vidik	5
4.6.1 Prostorsko načrtovalni vidik – razvoj regij	6
4.6.2 Politika trženja in promocije	6
4.6.3 Informacijska tehnologija in komunikacija	7
4.6.4 Politika razvoja poslovnega okolja in investicij	7
4.6.5 Politika raziskav in trajnostnega razvoja	7
4.7 Organiziranost Republike Slovenije na turističnem področju	8
5 GASTRONOMIJA	8
5.1. Hrana	8
5.1.1 Hladne začetne jedi	9
5.1.2 Juhe	9
5.1.3 Tople začetne jedi	9
5.1.4 Ribe	10
5.1.5 Glavne jedi	10
5.1.6 Male jedi - Predkosilca	10
5.1.7 Divjačina	10
5.1.8 Zelenjave in priloge	11
5.1.9 Solate	12
5.1.10 Siri	12
5.1.11 Sladice	13
5.1.12 Serviranje jedi	13
5.1.13 Porcioniranje jedi	14
5.1.14 Dekoriranje jedi	14
5.2 Brezalkoholne in alkoholne pijače	15
5.3. Vino in kultura pitja vina	15
5.3.1 Slovenske vinorodne dežele	16
5.3.2 Kakovost vina in od česa je odvisna	17
5.3.3 Razvrščanje vin	18

**KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA**

5.3.4 Bolezni in napake vin	19
5.3.5 Koliko vin k različnim jedem	22
5.3.6 Pravilna izbira vin k vsaki jedi	23
5.3.7 Postrežba vin	30
5.4 Vinska klet Zlati Grič, d. o. o.	30
5.4.1 Zgodovina, kulturne znamenitosti in tradicija kraja	30
5.4.2 Geografske značilnosti kraja	34
5.4.3 Gastronomsko – turistična ponudba kraja	35
5.4.4 Ponudba vin	43
5.4.5 Priznanja	45
5.4.6 Proučevanje turističnih potreb gostov	46
5.4.7 Rezultati ankete in interpretacija rezultatov	54
5.4.8 Vizija razvoja trajnostnega turizma v Slovenskih Konjicah	56
5.5 Vinska klet Radgonske gorice, d. d.	57
5.5.1 Zgodovina, kulturne znamenitosti in tradicija kraja	57
5.5.2 Geografske značilnosti kraja	62
5.5.3 Gastronomsko turistična ponudba kraja	62
5.5.4 Ponudba vin	69
5.5.5 Priznanja	76
Zlata radgonska penina	76
5.5.6 Proučevanje turističnih potreb gostov	78
5.5.7 Rezultati ankete in interpretacija rezultatov	86
5.5.8 Vizija razvoja trajnostnega turizma v Radgonsko Kapelskih gorica	88
5.6 Vinska klet Krško	89
5.6.1 Zgodovina, kulturne znamenitosti in tradicija kraja	89
5.6.2 Geografske značilnosti kraja	91
5.6.3 Gastronomsko turistična ponudba kraja	92
5.6.5 Priznanja	105
5.6.6 Proučevanje turističnih potreb gostov	107
5.6.7 Rezultati ankete in interpretacija rezultatov	115
5.6.8 Vizija razvoja trajnostnega turizma v Krškem	117
5.7 Vinska klet vina Kras	118
5.7.1 Zgodovina, kulturne znamenitosti in tradicija kraja	118
5.7.2 Geografske značilnosti kraja	121
5.7.3 Gastronomsko turistična ponudba kraja	121
5.7.4 Ponudba vin	140
5.7.5 Priznanja	142
5.7.6 Proučevanje turističnih potreb gostov	144
5.7.7 Rezultati ankete in interpretacija rezultatov	152
5.7.8 Vizija razvoja trajnostnega turizma v Sežani	154
<b>6 OBLIKE GASTRONOMSKE PONUDBE</b>	<b>154</b>
6.1 Jedilni list	154
6.2 Meni	155
6.3 Vinski list	156
6.4 Cenik pijač	157
<b>7 POGRINJEK</b>	<b>158</b>
7.1 Vrste pogrinjokov	158
7.2 Priprava omizja in prostora	158

**KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA**

7.3 Posvetila, male pozornosti za gosta	158
<b>8 ANALIZA STANJA OBČINE VELENJE</b>	<b>159</b>
8.1 Zgodovina, kulturne znamenitosti in tradicija kraja	159
8.2 Ponudba vin	163
8.3 Priznanja	163
8.4 Gastronomsko-turistična ponudba kraja	164
8.5 Proučevanje turističnih potreb gostov	166
8.6 Rezultati ankete in interpretacija rezultatov	174
8.7 Vizija razvoja trajnostnega turizma v Velenju	174
<b>9 PREDLOGI ZA PRIHODNJE STRATEŠKE USMERITVE TURISTIČNE DESTINACIJE V ŠALEŠKI DOLINI</b>	<b>175</b>
9.1 Vizija razvoja trajnostnega turizma	175
9.2 Cilji gastronomije in turizma	175
9.3 Izboljšanje konkurenčnosti turistične ponudbe	176
<b>10 ZAKLJUČEK</b>	<b>177</b>
<b>11 POVZETEK</b>	<b>179</b>
<b>12 ZAHVALA</b>	<b>180</b>
<b>13 PRILOGE</b>	<b>181</b>
<b>14 VIRI IN LITERATURA</b>	<b>201</b>

**KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA****KAZALO PREGLEDNIC, GRAFOV, KART IN FOTOGRAFIJ****VIII****Kazalo preglednic**

Preglednica 1: Starost anketiranih.....	181
Preglednica 2: Izobrazba anketih .....	181
Preglednica 3: Spol anketiranih.....	183
Preglednica 4: Izobrazba anketiranih .....	183
Preglednica 5: Turizem kot razvojna priložnost Slovenije .....	183
Preglednica 6: Prepoznavnost pojma trajnostni turizem .....	184
Preglednica 7: Poznavanje pojma gastronomija.....	184
Preglednica 8: Tradicionalne jedi s področja anketiranja .....	184
Preglednica 9: Mnenje anketirancev o gastronomsko-turistični ponudbi kraja anketiranja ..	184
Preglednica 10: Mnenje o pomenu izbora vina ob dobri hrani .....	185
Preglednica 11: Najljubša vina anketirancev .....	185
Preglednica 12: Pomen pogrinjka, dobre hrane in dobre izbire vin za celotno podobo gostinskega obrata .....	185
Preglednica 13: Pogostost potovanj anketirancev .....	185
Preglednica 14: Ugotavljanje, ali turisti potujejo po Sloveniji ali tujini.....	186
Preglednica 15: Pomembnost hrane in pijače v kraju obiska.....	186
Preglednica 16: Potreba po več izobraževanjih v zvezi s trajnostnim razvojem turizma .....	186
Preglednica 17: Spol anketiranih.....	187
Preglednica 18: Starost anketiranih.....	187
Preglednica 19: Izobrazba anketiranih .....	187
Preglednica 20: Turizem kot razvojna priložnost Slovenije .....	187
Preglednica 21: Prepoznavnost pojma trajnostni turizem .....	187
Preglednica 22: Poznavanje pojma gastronomija.....	188
Preglednica 23: Tradicionalne jedi s področja anketiranja .....	188
Preglednica 24: Mnenje anketirancev o gastronomsko-turistični ponudbi kraja anketiranja	188
Preglednica 25: Mnenje o pomenu izbora vina ob dobri hrani .....	188
Preglednica 26: Najljubša vina anketirancev .....	189
Preglednica 27: Pomen pogrinjka, dobre hrane in dobre izbire vin za celotno podobo gostinskega obrata .....	189
Preglednica 28: Pogostost potovanj anketirancev .....	189
Preglednica 29: Ugotavljanje, ali turisti potujejo po Sloveniji ali tujini.....	189
Preglednica 30: Pomen hrane in pijače v kraju obiska.....	190
Preglednica 31: Potreba po več izobraževanjih v zvezi s trajnostnim razvojem turizma .....	190
Preglednica 32: Starost anketiranih.....	190
Preglednica 33: Izobrazba anketiranih .....	190
Preglednica 34: Turizem kot razvojna priložnost Slovenije .....	191
Preglednica 35: Prepoznavnost pojma trajnostni turizem .....	191
Preglednica 36: Poznavanje pojma gastronomija.....	191
Preglednica 37: Tradicionalne jedi s področja anketiranja .....	191
Preglednica 38: Mnenje anketirancev o gastronomsko-turistični ponudbi kraja anketiranja	192
Preglednica 39: Mnenje o pomenu izbora vina ob dobri hrani .....	192
Preglednica 40: Najljubša vina anketirancev .....	192



**KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA**

Preglednica 41: Pomen pogrinjka, dobre hrane in dobre izbire vin za celotno podobo gostinskega obrata .....	192
Preglednica 42: Pogostost potovanj udeležencev .....	193
Preglednica 43: Ugotavljanje, ali turisti potujejo po Sloveniji ali tujini .....	193
Preglednica 44: Pomen hrane in pijače v kraju obiska .....	193
Preglednica 45: Potreba po več izobraževanjih v zvezi s trajnostnim razvojem turizma .....	193
Preglednica 46: Spol anketiranih .....	194
Preglednica 47: Starost anketirancev .....	194
Preglednica 48: Izobrazba anketiranih .....	194
Preglednica 49: Turizem kot razvojna priložnost Slovenije .....	194
Preglednica 50: Prepoznavnost pojma trajnostni turizem .....	195
Preglednica 51: Poznavanje pojma gastronomija .....	195
Preglednica 52: Tradicionalne jedi s področja anketiranja .....	195
Preglednica 53: Mnenje anketirancev o gastronomsko-turistični ponudbi kraja anketiranja .....	195
Preglednica 54: Mnenje o pomenu izbora vina ob dobri hrani .....	196
Preglednica 55: Najljubša vina anketirancev .....	196
Preglednica 56: Pomen pogrinjka, dobre hrane in dobre izbire vin za celotno podobo gostinskega obrata .....	196
Preglednica 57: Pogostost potovanj anketirancev .....	196
Preglednica 58: Ugotavljanje, ali turisti potujejo po Sloveniji ali tujini .....	197
Preglednica 59: Pomen hrane in pijače v kraju obiska .....	197
Preglednica 60: Potreba po več izobraževanjih v zvezi s trajnostnim razvojem turizma .....	197
Preglednica 61: Spol anketirancev .....	197
Preglednica 62: Starost anketiranih .....	198
Preglednica 63: Izobrazba anketiranih .....	198
Preglednica 64: Turizem kot razvojna priložnost Slovenije .....	198
Preglednica 65: Prepoznavnost pojma trajnostni turizem .....	199
Preglednica 66: Poznavanje pojma gastronomija .....	199
Preglednica 67: Tradicionalne jedi s področja anketiranja .....	199
Preglednica 68: Mnenje anketirancev o gastronomsko-turistični ponudbi kraja anketiranja .....	199
Preglednica 69: Mnenje o pomenu izbora vina ob dobri hrani .....	200
Preglednica 70: Najljubša vina anketirancev .....	200
Preglednica 71: Pomen pogrinjka, dobre hrane in dobre izbire vin za celotno podobo gostinskega obrata .....	200
Preglednica 72: Pogostost potovanj anketirancev .....	200
Preglednica 73: Ugotavljanje, ali turisti potujejo po Sloveniji ali tujini .....	200
Preglednica 74: Pomen hrane in pijače v kraju obiska .....	201
Preglednica 75: Potreba po več izobraževanjih v zvezi s trajnostnim razvojem turizma .....	201

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

### Kazalo grafov

Graf 1: Spol anketirancev .....	46
Graf 2: Starost anketiranih .....	47
Graf 3: Izobrazba anketiranih.....	47
Graf 4: Turizem kot razvojna priložnost Slovenije.....	48
Graf 5: Prepoznavnost pojma trajnostni turizem.....	48
Graf 6: Poznavanje pojma gastronomija .....	49
Graf 7: Tradicionalne jedi s področja anketiranja.....	49
Graf 8: Mnenje anketirancev o gastronomsko-turistični ponudbi kraja anketiranja.....	50
Graf 9: Mnenje o pomenu izbora vina ob dobri hrani.....	50
Graf 10: Najljubša vina anketirancev .....	51
Graf 11: Pomen pogrinjka, dobre hrane in dobre izbire vin za celotno podobo gostinskega obrata.....	51
Graf 12: Pogostost potovanj anketirancev .....	52
Graf 13: Ugotavljanje, ali turisti potujejo po Sloveniji ali tujini .....	52
Graf 14: Pomen hrane in pijače v kraju obiska .....	53
Graf 15: Potreba po več izobraževanjih v zvezi s trajnostnim razvojem turizma.....	53
Graf 16: Spol anketirancev.....	78
Graf 17: Starost anketiranih .....	78
Graf 18: Izobrazba anketiranih.....	79
Graf 19: Turizem kot razvojna priložnost Slovenije.....	79
Graf 20: Prepoznavanje pojma trajnostni turizem.....	80
Graf 21: Poznavanje pojma gastronomija .....	80
Graf 22: Tradicionalne jedi s področja anketiranja.....	81
Graf 23: Mnenje anketirancev o gastronomsko turistični ponudbi.....	81
Graf 24: Mnenje o pomenu izbora vina ob dobri hrani.....	82
Graf 25: Najljubša vina anketirancev .....	82
Graf 26: Pomen pogrinjka, dobre hrane in dobre izbire vin.....	83
Graf 27: Pogostost potovanj anketirancev .....	83
Graf 28: Ugotavljanje, ali turisti potujejo po Sloveniji ali tujini .....	84
Graf 29: Pomen hrane in pijače v kraju obiska .....	84
Graf 30: Potreba po več izobraževanjih v zvezi s trajnostnim razvojem turizma.....	85
Graf 31: Spol anketirancev.....	107
Graf 32: Starost anketiranih .....	107
Graf 33: Izobrazba anketiranih.....	108
Graf 34: Turizem kot razvojna priložnost Slovenije.....	108
Graf 35: Prepoznavnost pojma trajnostni turizem.....	109
Graf 36: Poznavanje pojma gastronomija .....	109
Graf 37: Tradicionalne jedi s področja anketiranja.....	110
Graf 38: Mnenje o pomenu izbora vina ob dobri hrani.....	110
Graf 39: Mnenje o pomenu izbora vina ob dobri hrani.....	111
Graf 40: Najljubša vina anketirancev .....	111
Graf 41: Pomen pogrinjka, dobre hrane in dobre izbire vin.....	112
Graf 42: Pogostost potovanj udeležencev .....	112
Graf 43: Ugotavljanje, ali turisti potujejo po Sloveniji ali tujini .....	113
Graf 44: Pomen hrane in pijače ob kraju obiska .....	113
Graf 45: Potrebe po več izobraževanjih v zvezi s trajnostnim razvojem turizma.....	114

**KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA**

Graf 46: Spol anketirancev.....	144
Graf 47: Starost anketiranih.....	144
Graf 48: Izobrazba anketiranih.....	145
Graf 49: Turizem kot razvojna priložnost Slovenije.....	145
Graf 50: Prepoznavnost pojma trajnostni turizem.....	146
Graf 51: Poznavanje pojma gastronomija.....	146
Graf 52: Tradicionalne jedi s področja anketiranja.....	147
Graf 53: Mnenje anketirancev o gastronomsko turistični ponudbi.....	147
Graf 54: Mnenje o pomenu izbora vina ob dobri hrani.....	148
Graf 55: Najljubša vina anketirancev.....	148
Graf 56: Pomen pogrinjka, dobre hrane in dobre izbire vin.....	149
Graf 57: Pogostost potovanj anketirancev.....	149
Graf 58: Ugotavljanje, ali turisti potujejo po Sloveniji ali tujini.....	150
Graf 59: Pomen hrane in pijače v kraju obiska.....	150
Graf 60: Potreba po več izobraževanjih v zvezi s trajnostnim razvojem turizma.....	151
Graf 61: Spol anketirancev.....	166
Graf 62: Starost anketiranih.....	167
Graf 63: Izobrazba anketiranih.....	167
Graf 64: Turizem kot razvojna priložnost Slovenije.....	168
Graf 65: Prepoznavnost pojma trajnostni turizem.....	168
Graf 66: Poznavanje pojma gastronomija.....	169
Graf 67: Tradicionalne jedi s področja anketiranja.....	169
Graf 68: Mnenje anketirancev o gastronomsko -.....	170
Graf 69: Mnenje o pomenu izbora vina ob dobri hrani.....	170
Graf 70: Najljubša vina anketirancev.....	171
Graf 71: Pomen pogrinjka, dobre hrane in dobre izbire vin.....	171
Graf 72: Pogostost potovanj.....	172
Graf 73: Ugotavljanje, ali turisti potujejo po Sloveniji ali tujini?.....	172
Graf 74: Pomen hrane in pijače v kraju obiska.....	173
Graf 75: Potrebe po izobraževanjih v zvezi s trajnostnim razvojem turizma.....	173

**Kazalo fotografij**

Fotografija 1: Solata.....	12
Fotografija 2: Siri.....	13
Fotografija 3: Slovenske vinorodne dežele.....	15
Fotografija 4: Občina Slovenske Konjice.....	30
Fotografija 5: Občina Slovenske Konjice - dvorec Trebnik.....	32
Fotografija 6: Občina Slovenske Konjice - mestna galerija Reimer.....	33
Fotografija 7: Občina Slovenske Konjice, Stari grad.....	34
Fotografija 8: Vinska klet Zlati grič.....	35
Fotografija 9: Golf igrišče na Zlatem Griču.....	35
Fotografija 10: Vinogradi na Zlatem griču.....	36
Fotografija 11: Oglede vinograda z direktorjem vinske kleti lati Grič.....	37
Fotografija 12: Sprejemnica - recepcija vinske kleti Zlati grič.....	37
Fotografija 13: Steklenice penin.....	38
Fotografija 14: Cisterne.....	38
Fotografija 15: Cisterne.....	39

**KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA**

Fotografija 16: Vinski sodi v kleti Zlati grič.....	39
Fotografija 17: Zaboji s steklenicami vin.....	40
Fotografija 18: Kartonski zaboji za trženje.....	40
Fotografija 19: Zaboj z jabolki iz sadovnjakov na Zlatem griču .....	41
Fotografija 20: Gostilna Grič .....	41
Fotografija 21: V gostilni Grič .....	42
Fotografija 22: Recepcija - trgovina vinske kleti Zlati Grič .....	43
Fotografija 23: Laški rizling.....	43
Fotografija 24: Sauvignon.....	44
Fotografija 25: Rose, Modra frankinja.....	45
Fotografija 26: Občina Gornja Radgona .....	57
Fotografija 27: Gornja Radgona - dvorec Šahenturn .....	58
Fotografija 28: Gornja Radgona - cerkev sv. Petra.....	60
Fotografija 29: Gornja Radgona - Stari Špital .....	60
Fotografija 30: Domen z direktorjem vinske kleti Radgonsko - kapeljske gorice.....	62
Fotografija 31: Vinska klet - uprava .....	63
Fotografija 32: Vhod v degustacijsko klet .....	63
Fotografija 33: Degustacijska klet.....	64
Fotografija 34: Izbor vin za degustacijo.....	64
Fotografija 35: Trta žametna črnina pred vinsko kletjo .....	65
Fotografija 36: Modra kavčina ali žametna črnina.....	65
Fotografija 37: Šampanjska klet.....	66
Fotografija 38: Hranjenje penečih se vin .....	66
Fotografija 39: Mali muzej v vinski kleti.....	67
Fotografija 40: Vhod v vinsko klet Pod slapom.....	67
Fotografija 41: Slap, pritok reke Mure v vinski kleti.....	68
Fotografija 42: Ogled kleti z najstarejšimi arhivi.....	68
Fotografija 43: V prodajalni vin.....	69
Fotografija 44: Zlata radgonska penina.....	69
Fotografija 45: Srebrna radgonska penina .....	70
Fotografija 46: Rose .....	71
Fotografija 47: Gold .....	71
Fotografija 48: Traminec.....	72
Fotografija 49: Tigrovo vino .....	73
Fotografija 50: Radgonska ranina violina .....	75
Fotografija 51: Občina Krško.....	89
Fotografija 52: Cerkev sv. Duha v kateri je galerija Krško .....	90
Fotografija 53: Kapucinski samostan.....	91
Fotografija 54: Sprejem, intervjuvanje, degustacija.....	92
Fotografija 55: Sprehod skozi staro grajska klet z direktorjem vinske kleti.....	93
Fotografija 56: Cisterne.....	93
Fotografija 57: Arhiva Sauvignon 1987.....	94
Fotografija 58: Arhivirane buteljke vina izbor Laški rizling .....	94
Fotografija 59: Vzpon v drugo nadstropje vinske kleti.....	95
Fotografija 60: Na hrastovih sodih.....	96
Fotografija 61: Ob sliki boga Bakhusa.....	96
Fotografija 62: Slovenski zavetnik Sv. Martin v ozadju.....	97
Fotografija 63: Ob grbu Občine Krško in logotip vinske kleti Krško.....	97

**KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA**

Fotografija 64: Proizvodni trak .....	98
Fotografija 65: Oglad proizvodnje .....	98
Fotografija 66: Končna proizvodnja v rokah Lee .....	99
Fotografija 67: Pred vinsko kletjo Krško .....	100
Fotografija 68: Anketiranje v gostišču .....	100
Fotografija 69: Cviček P.T.P. ....	101
Fotografija 70: Modra frankinjna .....	101
Fotografija 71: Beli pinot .....	102
Fotografija 72: Laški rizling - jagodni izbor .....	103
Fotografija 73: Kraljevska penina .....	104
Fotografija 74: Grgurjev etnološki muzej .....	120
Fotografija 75: Lipicanec .....	120
Fotografija 76: Vinogradi na Krasu .....	122
Fotografija 77: Grozdje pripravljeno na trgatev .....	123
Fotografija 78: Vinogradi na Krasu pozimi .....	124
Fotografija 79: Degustacija terantona .....	125
Fotografija 80: Skrbno zapisovanje podatkov v kleti s posodami indoks. ....	125
Fotografija 81: Filter v katerem poteka filtracija vina .....	126
Fotografija 82: Degustacija vitovske grganje .....	127
Fotografija 83: Degustacija terantona .....	128
Fotografija 84: Teranton v pravilno izbranem kozarcu .....	129
Fotografija 85: V kleti z barika sodi .....	130
Fotografija 86: Sod barika .....	131
Fotografija 87: Star vodnjak na dvorišču .....	132
Fotografija 88: Ob trti ter logotipu vinske kleti .....	133
Fotografija 89: Logotip Vinakras .....	133
Fotografija 90: Enoteka .....	134
Fotografija 91: V enoteki za glavno točilno mizo .....	135
Fotografija 92: Stari kraški portali ter omizje .....	136
Fotografija 93: Sodčka za posebne priložnosti .....	137
Fotografija 94: Laboratorij za analizo vina .....	138
Fotografija 95: Vhod v vinsko klet .....	139
Fotografija 96: Teran .....	140
Fotografija 97: Kraška penina .....	141
Fotografija 98: Rose .....	141
Fotografija 99: Občina Velenje .....	159
Fotografija 100: Spomenik padlim partizanom .....	161
Fotografija 101: Spomenik Josip Broz Tita .....	161
Fotografija 102: Velenjski grad .....	162
Fotografija 103: Vila Herberstain .....	163

## 1 UVOD

Gostinstvo in turizem sta za Slovenijo velikega pomena. Skozi potovanja spoznavamo ljudi, njihovo kulturo bivanja, oblačenja, prehranjevanja, njihove navade in razvade. Pritegne nas pozornost posameznega kraja, ki daje celotno sliko oz. vpogled na drugačnost posameznih ljudi. Čudoviti kraji nas navdajajo z veliko lepotami, množičnimi informacijami, ki vzbujajo želje po potovanjih in željo po raziskovanju te drugačnosti.

Dijaki Šolskega centra Velenje, Šole za storitvene dejavnosti: Lea Bevc in Severina Štruc (obe 3. TTb) ter: Domen Vodlan (2. GH), smo si zaželeli, da gastronomijo in turizem za vas raziščemo še natančneje. Da vam in sebi odgovorimo na že dolgo zastavljena vprašanja, ki se nam pogosto pojavljajo v povezavi s to temo. S pomočjo mentoric, ravnateljice Šole za storitvene dejavnosti Velenje, ge. Mateje Klemenčič, in ge. Simone Pompe, strokovne učiteljice praktičnega pouka, se bomo sprehodili po različnih poteh Šaleške doline in skupaj ugotavljali dejansko stanje gastronomije in turizma na tem območju, poiskali možnosti trajnostnega razvoja turizma predvsem v povezavi z gastronomijo. Želimo si poudariti, da ima gastronomija za turizem zelo velik pomen. Gastronomija se dotika hrane in pijače, ki pa je vsekakor zelo pomembna za vse ljudi, vsakega obiskovalca kraja, turista. Prav skozi gastronomijo vidimo vpogled v kulturno dediščino, tradicionalne vrednote posameznega kraja, njegove značilnosti in edinstvenost, ki daje turistom in obiskovalcem posebna doživetja.

Naš namen je krepiti pozitivno zavest o gastronomiji, izboljšati prepoznavnost te besede, ki dostikrat komu ni najbolj znana, pomagati k izboljšani gastronomski ponudbi v Šaleški dolini in opozoriti na ključni pomen gastronomije povsod po Sloveniji. Poiskati želimo kriterije za celovito ponudbo posameznega kraja, ki bi goste privlačila, zadovoljila njihova pričakovanja in v njih vzbudila željo, da se v posamezen kraj še vrnejo.

Predvsem je potrebno opozoriti, da je med mnogimi dejavniki, poleg lepote, ki jih najdemo v naravi ali pri ljudeh, tudi gastronomija tista, ki nam vrača stalne goste in turiste. Zelo pomembno je, da se tega dejstva dobro zavedamo in prav zato si zasluži gastronomija večjo prepoznavnost ter mesto v celoviti turistični ponudbi.

Želimo si, da bi bili tako gastronomija, kot vsi zaposleni na tem področju, deležni spoštovanja in ugleda, kajti prav izobraževanja v tej smeri so zelo pestra in zanimiva, zahtevna in strokovna, saj se je vedno potrebno prilagajati strukturi naših gostov in turistov, slediti zadnjim trendom in strokovnosti, kar pa seveda ni težko, saj so nam vrata v Evropsko unijo povsem odprta in so tovrstna izobraževanja in spoznavanja, raziskovanja vsekakor mogoča. Z lahkoto lahko poiščemo dober primer celovite turistične ponudbe izven Slovenije in tako še lažje analiziramo samo ponudbo in jo po potrebi izboljšamo oz. dopolnimo.

Predvsem je naša naloga zadovoljiti potrebe naših gostov, vse to pa lahko naredimo le tako, da predvsem dobro poznamo njihove navade in jim na sodoben, nevsiljiv način ponudimo naše kulinarčne dobrote, naša vrhunska vina in razkažemo kulturne znamenitosti, ki so nam v ponos.

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

### 1. 1 Namen in cilji

Namen in cilji se medsebojno dopolnjujejo, zastavili pa smo si jih takole:

- poudariti pomen močne povezanosti gastronomije in turizma,
- spodbujati usklajenost turizma z naravo,
- raziskati ponudbo posameznega kraja, se seznaniti z njihovo gastronomijo in turizmom ter podati izboljšave za celovito trajnostno ponudbo za goste,
- krepi pozitivno zavest o gastronomiji kraja,
- izboljšati ugled gastronomije v okolju,
- motivirati kakovostno ponudbo gastronomije,
- izboljšati kakovost dela v gostinskih obratih,
- izboljšati ugled zaposlenih v gastronomiji,
- uskladiti razvoj kakovostne ponudbe izobraževanja in usposabljanja na področjih gastronomije in turizma,
- pokazati možne načine in poti za oblikovanje celostne turistične ponudbe kraja in njegove promocije,
- poudariti pomembnost gastronomije in turizma za razvoj in prepoznavnost Slovenije doma in po svetu.

### 1. 2 Hipoteze

V raziskovalni nalogi smo preverjali utemeljenost navedenih hipotez:

**Hipoteza št. 1:** »Prebivalci, obiskovalci oziroma anketiranci menijo, da je turizem razvojna priložnost Slovenije.«

**Hipoteza št. 2:** »Prebivalci, obiskovalci oz. anketiranci NE poznajo pomena besede trajnostni razvoj turizem.«

**Hipoteza št. 3:** »Mnogi prebivalci, obiskovalci oz. anketiranci pojma »gastronomija« ne poznajo.«

**Hipoteza št. 4:** »Zanimanje prebivalcev, obiskovalcev oz. anketiranih za tradicionalno ponudbo hrane in pijače posameznega kraja je veliko.«

**Hipoteza št. 5:** »Vsi prebivalci, obiskovalci oz. anketirani se zavedajo, da je lepo pripravljen pogrinjek, dobra hrana in vrhunska ponudba vin ogledalo gostinskega obrata, kraja in posledično ogledalo cele Slovenije.«

## 2 PREDVIDENE METODE IN OMEJITVE DELA

Za tehnično oblikovanje besedila in oblikovni slog smo uporabili priporočena navodila, osnove znanstveno-raziskovalnega dela za mlade raziskovalce in mentorje.

Pri pisanju smo uporabili metodo deskripcije, metodo kompilacije, ugotavljanje mnenj z javnomnenjskimi vprašalniki – metodo anketiranja, metodo intervjuvanja, metodo proučevanja primerov, metodo opazovanja, v povzetku pa je bila uporabljena metoda sintetiziranja, kjer smo pomembnejše ugotovite povzeli v medsebojno dopolnjujoča navodila in izboljšave.

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

### 3 TURIZEM

**Turizem** je splet dejavnosti oseb, ki potujejo in začasno spremenijo kraj bivanja zaradi preživljanja prostega časa (dopust, počitnice, potovanja) iz poslovnih ali drugih razlogov in ki bivajo v kraju zunaj svojega običajnega okolja najmanj en dan, vendar ne več kot eno leto (365 dni) brez presledka in med tem najmanj enkrat prenočijo. **Turist** je oseba, ki potuje v kraj, ki ni del njenega običajnega okolja, in sicer zaradi preživljanja prostega časa (dopusti, počitnice, potovanja) iz poslovnih ali drugih razlogov in tam vsaj enkrat prenoči, vendar zaporedno ne več kot 365-krat. Nastanitev v kraju, ki je cilj potovanja, ni pridobitnega značaja (turist ne prejme plačila, nagrade). **Tuji turist** je oseba, ki pride iz tujine in se začasno nastani v nekem kraju v Sloveniji ter prenoči vsaj eno noč v gostinskem ali kakem drugem nastanitvenem objektu. Tujim turistom določamo nacionalno pripadnost glede na potni list. **Turizem** kot zelo raznolik in hkrati gospodarski in družbeni pojav je težko opredeliti tako natančno, da bi definicija zajela celotni splet vsebin, zato nobena od številnih definicij, ki so jih doslej oblikovali in ponudili številni teoretiki, praktiki in strokovnjaki v okviru mednarodnih organizacij, ni popolna.

Turizem je svetovni ekonomski in družbeni pojav, ki se dotika vseh segmentov gospodarstva. Je ena vodilnih gospodarskih dejavnosti z močnim vplivom na narodno gospodarstvo, regionalni razvoj in zaposlovanje. **Turistična dejavnost** ni postavljena celovito, njen ekonomski obseg in s turizmom povezani učinki so zajeti v okviru različnih področij: gostinstvo, poslovne storitve, trgovina, podatki plačilne bilance. Satelitski računi v turizmu so metodološko orožje za prikaz realnih makroekonomskih kazalnikov. Po tej metodi se spremljajo ekonomski obseg in učinki turizma na nacionalno gospodarstvo.

### 4 POLITIKA TRAJNOSTNEGA RAZVOJA TURIZMA

Za učinkovito doseganje ciljev je potrebno:

1. Oblikovanje celovite turistične ponudbe.
2. Sodelovanje in povezovanje z lokalnimi, regionalnimi in nacionalnimi subjekti.
3. Malo gospodarstvo in turizem.
4. Priprava razvojnih projektov v skladu z zahtevami Evropske unije.
5. Koordiniranje na področju turizma.

Kvalitativni cilji slovenskega turizma so:

- ☞ **Decentralizacija** – na globalnem turističnem trgu so prisotni samo slovenski turistični ponudniki nastanitev ali tradicionalni turistični kraji, premalo pa integralni turistični proizvodi, saj ti niso oblikovani. Ključna konkurenčna prednost Slovenije je raznovrstnost na malem prostoru, zato je potrebno: oblikovati do deset temeljnih tematskih turističnih proizvodov, vključiti v ponudbo tradicionalnih in že razvitih turističnih centrov naravne in kulturne privlačnosti drugih turistično še ne valoriziranih krajev.
- ☞ **Desezonalizacija** – dejstvo je, da se največji turistični promet zgodi v poletnih mesecih in to na turističnih destinacijah s ponudbo sonca in morja. Slovenija tem destinacijam ne



## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

more konkurirati s svojo ponudbo. Zato je turistično ponudbo potrebno oblikovati na takšen način, da bo ustvarjala motive za prihod turistov zunaj glavne sezone. Prav tako bo desezonalizacija (letna in tedenska) prispevala k trajnostnemu in sonaravnemu razvoju destinacij kakor tudi k višji kakovosti storitev, boljši letni izkoriščenosti turističnih zmogljivosti, boljšemu odnosu lokalnega prebivalstva do turizma.

- ☞ **Promocija sprememb** – Slovenija je na lestvicah najuspešnejših turističnih destinacij uvrščena slabo. Glede na to, da še nismo izkoristili vseh priložnosti, verjamemo, da ima lahko Slovenija v prihodnosti pomembnejšo vlogo na globalnem turističnem trgu. Zato mora slovenska turistična ponudba postati povezana, kakovostna, specializirana, inovativna, (p)ostati avtentična ter biti utemeljena na znanju in informacijah.

### 4.1 Etnološki vidiki

Etnološki vidiki trajnostnega razvoja turizma pomenijo uresničevanje interesov na področju kulture, etnologije in turizma ter s tem prispevek k bogatenju kulturnega življenja v ožjem in širšem okolju, skrb za ohranjanje etnološke tradicije in turističnega razvoja kraja. Osnovni namen je razvijanje ljubiteljskih kulturnih dejavnosti s spodbujanjem kulturne ustvarjalnosti, kulturne vzgoje in izobraževanja, posredovanje in varovanje kulturnih vrednot, skrb za etnološke posebnosti, raziskovanje zgodovine in vključevanje v razvoj turističnih znamenitosti ter posebnosti.

### 4.2 Geografski vidiki

Turizem, razumljen širše kot skupek najrazličnejših sproščujočih se dejavnosti in aktivnosti, ki jih posameznik/skupina počne v prostem času (izjemoma tudi ob drugih prilikah) – v nadaljevanju »turizem« – pogosteje kot kdajkoli poprej spreminja podobo nekdanje v izključno proizvodnje naravnane kulturne pokrajine. Izmed motivov, ki pogosteje kot poprej opredeljujejo posameznika ali skupnost in ki se dosledno odražajo v zahtevah po ustrezni opremljenosti prostora, gre izpostaviti splošno naraščanje hedonistične komponente pri posamezniku in v družbi. Iz hedonizma izhajajoče zahteve po »sproščanju« pogojujejo in spreminjajo urbano podobo mest, spreminjajo zahteve po rabi in funkciji podeželja. Proizvodna komponenta družbe, ki je bila nekoč povezana s preživetjem vrste, ni več osrednji in/ali izključni dejavnik v kulturni pokrajini. Nakupovalna središča, wellness centri (karkoli že ti ponujajo oziroma so), naprave in dvorane za modne športne igre, sproščujoče modne aktivnosti v zelenju ali na stičišču voda in kopnega (ter nad in pod njimi) – in nenazadnje, tudi zavarovana območja, videna iz določenega zornega kota, sodijo v ponudbo hedonistično naravnane sodobnemu človeku. Mnogi avtorji se teh sprememb v družbi zavedajo, saj postavljajo omenjeni motiv v ospredje razprav in razumevanja o prostorskih učinkih turizma: »Želja po veselju, zabavi in uživanju življenja je protiutež poklicnemu delu. Čutne užitke, ki jih obujajo dobra jed, lepa pokrajina, pustolovščine z omejeno nevarnostjo (npr. jadrnanje v močnem vetru), preračunano tveganje, simulirane naprave za zabavo, igralništvo idr. je možno zadovoljiti prav v prostem času. Ker je uživanje subjektivna zadeva, lahko obuja »užitek« zelo različne aktivnosti, prireditve, okolje in storitve.

### 4.3 Ekološki vidiki

Da govorimo o ekoturizmu, morata biti izpolnjena dva pogoja:

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

- ☞ neokrnjeno naravno okolje (tudi socialno in kulturno) in
- ☞ zavestno zmanjševanje negativnih vplivov na okolje ter skrb za korist lokalnega prebivalstva.

Značilno za ekoturizem je, da ima močno izobraževalno komponento (spoznavanje narave in kultur). Mogočen gospodarski razvoj sodobnega življenja je marsikje z nepremišljenimi in nesmotrnimi ukrepi že omajal ravnotežje v naravi ali ga celo porušil. Človeka je prevzela pretirana samozavest, da je neomejen gospodar nad naravo. Zato misli, da jo lahko poljubno spreminja in oblikuje po svojih željah in potrebah, ne da bi spoštoval naravne zakone in upošteval človekove potrebe po živi, neposredni zvezi z naravo, ki se z nobenimi gospodarskimi in tehničnimi pridobitvami ne da enakovredno nadomestiti.

### 4.4 Sociološki vidiki

Sociološki vidiki turizma se ukvarjajo z motivacijo turista. Eden najpomembnejših vzgibov, ki ženejo posameznika na pot, je tudi »odkrivanje velike skrivnosti sveta in življenja«. Ta skrivnost nam je lahko dosegljiva tudi, če ne potujemo, ampak jo odkrivamo v prostorskem gibanju, skozi soočenje z različnimi ljudmi in kulturami, saj imamo tako možnosti vzpostaviti stik z nezavednimi vsebinami svoje duševnosti, ki se v veliki meri odražajo skozi simbolno doživljanje prostora.

### 4.5 Ekonomski vidiki

Indeks turistične koncentracije meri koncentracijo turizma kot razmerje med prenočitvami v določenem območju, ki prikazuje stopnjo odvisnosti območja ali regionalno koncentracijo trga. Turistične destinacije držav, regij, mest in ostalih območij, ki pritegnejo turiste, so glavne lokacije turističnih aktivnosti in se nagibajo k temu, da tam turisti porabijo največ časa in denarja. Tam se nahajajo koncentrirane glavne turistične atrakcije, nastanitvene zmogljivosti in ostale turistične zmogljivosti ter storitve; to je območje, kjer so zgodi glavni vpliv turizma na ekonomske, socialne ter fizične družbene dejavnike.

### 4.6 Turistični vidik

Da bi bil turistični operater uspešen, mora upoštevati različne kompetence:

- ☞ sredstva za distribucijo, marketing in prodajo turističnih storitev,
- ☞ licenco za upravljanje zahtevanih kapacitet na določenih destinacijah,
- ☞ letalski prevoz do in z določene destinacije,
- ☞ ustrezno nastanitev na destinaciji,
- ☞ aktivnosti preverjanja in zagotavljanja, da je s potnikom vse v redu (prevoz, nastanitev).

Vsak, ki želi uspeti in preživeti v turistični industriji, mora upoštevati navedene dejavnike oz. naslednje temeljne strateške cilje:

- ☞ povečati globalno konkurenčnost slovenskega turizma in
- ☞ povečati obseg turistične dejavnosti.

Trije kvantitativni cilji so (Razvojni načrt in usmeritve slovenskega turizma 2007–2011):

- ☞ Povečanje obsega turističnega prometa – povprečna letna rast števila turistov za 6 % in

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

nočitev za 4 %.

- ☞ Povečanje turistične potrošnje – povprečna letna rast deviznih prilivov za 8 %.
- ☞ Izboljšanje prepoznavnosti – prepoznavnost Slovenije znotraj ciljnih skupin, na katerih se bodo izvajale trženjske aktivnosti, mora doseči vsaj 50 %.

### 4.6.1 Prostorsko načrtovalni vidik – razvoj regij

V zvezi s pomočjo regijam, predvsem pri pripravi regionalnih prostorskih aktov za potrebe turizma, se je izoblikovalo stališče, da je s tem ukrepom bolj smiselno počakati na realizacijo projekta pokrajin oz. regionalizacije. Lokalne skupnosti oziroma organi odločanja znotraj že definirane pokrajine/regije bodo namreč lažje in natančneje definirali oziroma sinhronizirali parametre lokalnih in regionalnih prostorskih načrtov z regionalnimi in lokalnimi razvojnimi načrti na področju razvoja turističnih destinacij (tako regionalnih kot lokalnih). Tako bi se umestili potrebni turistični infrastrukturni objekti v regionalni prostor in zagotovili optimalno konkurenčnost in razvoj posamezne turistične destinacije.

### 4.6.2 Politika trženja in promocije

Številne družbene spremembe, ki so se zgodile v zadnjih letih, nam ponujajo nove možnosti medsebojnega sodelovanja in povezovanja s sosedi, še posebno s Slovenci v sosednjih državah. Turizem v najrazličnejših oblikah je gotovo ena od dejavnosti, kjer so možnosti še prav posebno odprte.

Pri pripravi politike trženja in promocije slovenskega turizma izhajamo iz naslednjih dejstev:

- **Nizka prepoznavnost** (Slovenija kot država in destinacija), sploh izven sosednjih regij.
- **Malo razvite turistične znamke**, ki so praviloma bolj prepoznavne kot sama destinacija Slovenija.
- **Nizka sprejemljivost** zaradi nepoznavanja in stereotipov, ki izhajajo iz **umeščenosti Slovenije v Vzhodno Evropo in Balkan**, poleg tega pa še vedno obstaja nevarnost povezovanja s Slovaško.
- Posledično **nizka pričakovanja z vidika kakovosti ponudbe**.
- Posledično **pričakovanja nižjih cen**.
- Slovenija **nima v tujini prepoznavnih nacionalnih simbolov**, kar so lahko mesta, naravne, kulturne in druge znamenitosti, blagovne znamke, nacionalne jedi, pijače.
- Slovenija se z vidika **vlaganj v trženje** ne more kosati z vlaganji velikih turističnih destinacij.

Slovenija je sanjska destinacija iz številnih razlogov, a eden najbolj očitnih je ta, da je potrebno zelo malo ali nič načrtovanja. Turistične literature je v izobilju, zemljevidi so dodelani in povsod dostopni, storitve turističnega osebja, potovalnih agencij, železniških postaj so dostopne in učinkovite. Večina prebivalcev govori angleško in Slovenija je dobro razvita in organizirana.

### Politika zagotavljanja kakovosti

Turisti so še posebej občutljivi za »mehke« elemente kakovostne izvedbe storitev:

- ☞ **zanesljivost** (pravočasnost, popolnost),

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

- ☞ **varnost** (brez tveganja, dvomov),
- ☞ **dostopnost** (izražanje mnenj zaposlenim, vodstvu, dostopnost informacij, označenost),
- ☞ **razumevanje gosta** (ali osebje zna zaznati in izpolniti njegove želje ter potrebe),
- ☞ **vljudnost** (ali ima gost občutek, da je dobrodošel in da osebje dela z veseljem).

Mednarodni inštitut za turizem razvija programe izobraževanja na področju turizma, hotelirstva in gostinstva že leta. Programi so združeni v projekt Centra za usposabljanje v turizmu.

### 4.6.3 Informacijska tehnologija in komunikacija

Hitra rast uporabljanja interneta je spremenila način iskanja informacij o gostoljubnosti in ostalih turističnih storitvah. Internet je tudi učinkovito orodje za razširjanje pozitivnih turističnih izkušenj (brezplačna reklama). Kupci so prevzeli nadzor in sami s pomočjo spletnih brskalnikov (Google, Yahoo, Najdi.si) aktivno iščejo izdelke in storitve, ki jih potrebujejo. Elektronsko poslovanje kot sodobna tržna pot postaja ena ključnih metod za doseganje in ohranjanje konkurenčnosti med ponudniki, cenovne učinkovitosti v podjetju ter nudenje kakovostnih storitev strankam. Izvajajo se sledeče storitve:

- ☞ priprava strategije elektronskega poslovanja kot sodobne tržne poti v turizmu,
- ☞ priprava strategije vzpostavitve spletne trgovine,
- ☞ vzpostavitev informacijskega portala.

### 4.6.4 Politika razvoja poslovnega okolja in investicij

Turizem je eno izmed najbolj obetavnih področij za rast v svetovni ekonomiji. Svetovna turistična organizacija (The World Tourism Organization) pričakuje, da se bodo mednarodni poleti v naslednjih 20-ih letih povečali za 4 %, to je ista stopnja rasti kot v preteklosti. Od leta 1990 so mednarodni poleti prikazali 4,3 % letne rasti. Stopnja rasti se glede na posamezne svetovne regije razlikuje: Hong Kong (21 %), Kitajska (11 %) in Japonska (10 %). Rast poletov z ZDA kot svetovno najbolj privlačno destinacijo je bila v Srednji Ameriki omejena na 2,4 % in trenutno izraža stagnacijo (-0,1 %), povprečna stopnja rasti v zahodni Evropi pa je bila blizu 2,2 %. V Švici že nekaj desetletij ni nobenega porasta v rasti turizma (OECD, 2006, 11). Z brezplačnim računalniškim satelitskim programom Earthwatch Europe (2008) se da vsako turistično destinacijo vnaprej ogledati. S tem programom se tudi lažje načrtujejo potrebne investicije in rešujejo večji problemi.

### 4.6.5 Politika raziskav in trajnostnega razvoja

Raziskava marketinga je funkcija, ki organizacijo povezuje s trgovino s pomočjo informacij. Te se uporabljajo za identifikacijo in opredeljevanje tržnih priložnosti in problemov. Raziskava marketinga specificira informacije, ki se dotikajo njegovih področij, oblikuje metodo za zbiranje informacij, upravlja in implementira proces zbiranja podatkov, interpretira rezultate ter sporoča ugotovitve in njihove implikacije. Na mikroekonomskem področju se pojavljajo vprašanja glede razvoja trajnostnega turizma:

- ☞ Kateri ekonomski in drugi instrumenti so na voljo za promoviranje trajnostnega turizma?

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

- ☞ Ali je turistični management na nacionalni ravni ustrezen in kateri ukrepi so na razpolago za njegovo izboljšanje?
- ☞ Kakšno je povpraševanje po okolju prijaznem turizmu in ali so na voljo prava orodja za oceno tega povpraševanja?

### 4.7 Organiziranost Republike Slovenije na turističnem področju

V okviru vlade je interes turizma v pristojnosti ministrstva za gospodarstvo in v pristojnosti generalnega direktorja direktorata za turizem. Skrbita za strateško usmerjanje razvoja turizma. Za promocijo doma in v tujini skrbi Slovenska turistična organizacija. Nacionalno turistično združuje predvsem turistična podjetja, posameznike in organizacije s področja turizma. Mednarodni inštitut za turizem je osrednja raziskovalna institucija na področju turizma v Sloveniji. To potrjujejo realizirani projekti strateškega načrtovanja razvoja turizma posameznih turističnih območij, izvajanje zahtevnih metodoloških projektov, programi svetovanja in usposabljanja za številna turistična podjetja in prodor na tuja tržišča ter izvajanje mednarodnih projektov v okviru programov Evropske unije. Na turizem ima javni sektor velik vpliv, še posebej v smislu osnovne infrastrukture (energija, ceste, letališke steze, vodovod itd.) in tudi v smislu močne državne promocije, ki pritegne tako turiste kot tiste, ki turizem razvijajo. Po drugi strani pa je turistični sektor ponavadi sestavljen iz fragmentiranih, manjših in srednje velikih ponudnikov, ki so v zasebni lasti, kar pa je težje za koordinacijo.

## 5 GASTRONOMIJA

Gastronomija je področje, ki je naravnana na delo z ljudmi in za ljudi. Gostom nudi posebna doživetja, odlično hrano in pijačo. Gastronomija je tista, ki daje vsakemu kraju drugačnost in poudarja tipične značilnosti ljudi tega kraja skozi hrano in pijačo. V povezavi s turizmom je nujno potrebna, saj le skupaj, gastronomija in turizem, dajeta celovito ponudbo gostu. Pomembno je proučevanje celostne podobe ponudbe kraja in s tem povečanje zanimanja za posamezen kraj. Lepo pripravljeno omizje in dobra hrana in pijača goste in turiste prepriča, da se odločijo in kraj obiščejo.

### 5.1. Hrana

Hrana je katerokoli živilo, ki jo lahko zaužijemo, in predstavlja glavni vir življenjske energije. Hrana je običajno živalskega ali rastlinskega izvora.

- Živila rastlinskega izvora so: žitarice, stročnice, gomoljnice ...
- Živila živalskega izvora so: ribe, perutnina, udomačene živali, divjačina ...
- Življenjska tekočina – voda, minerali, kovine v sledih in v toplih ter vročih krajih sol.

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

### 5.1.1 Hladne začetne jedi

Pri slavnostnih obedih, večerjah in ob drugih slovesnih priložnostih postrežemo z začetnimi, uvodnimi predjedmi ali tako imenovanimi zakuhami. Njihov namen je zbuditi tek, ustvariti domače razpoloženje in omogočiti medsebojno zblížanje. Zato morajo biti kar se da okusne, privlačne in lepo okrašene. Njihov namen ni več, da potešijo lakoto, temveč da nam zbudijo tek in nas pritegnejo k naslednjim jedem. Zato morajo biti vse predjedi lahke, okusne, lepo pripravljene, zapeljive. Po kozarcu penine ob prihodu gostov lahko sledijo mali obloženi kruhki z namazi, s šunko ali pršutom, z aspiki in pastetkami ali z zelenjavo in sadeži. Hladne predjedi naj bodo res hladne in popolnoma sveže.

### 5.1.2 Juhe

Beseda juha – župa se je razvila iz nemške »die Suppe«, v nemščino pa je prišla iz poznolatinske »suppa« in je izpeljanka iz sanskerta, iz sestavljanke su = dobro in po = prehraniti. Juha je torej že od nekdaj veljala za dobro hrano. Župa je v germanskem svetu in tudi pri nas pomenila tekočo jed z vložkom, največkrat z rezinami kruha. Pozneje se je ta pojem razširil na vse jedi, ki so jih postregli v skledi. Avstrija je bila dežela juh. S tem je izpričala tudi svoj demokratični odnos do življenja, saj je bila juha jed vseh slojev prebivalstva. Juha je namreč napravila jed za kosilo, na podeželju pa za nedeljsko ali celo praznično kosilo, pri mestnem prebivalstvu in pri višjih slojih za vsak pošten obed. Po tem se je podeželska kuha razlikovala od mestne. Slovenci prav tako poznamo v svoji tradicionalni prehrani vsaj sto juh, čeprav smo imeli tudi pokrajine, v katerih o njej niso vedeli nič.

Med starejše juhe štejemo enolončnice in juhe iz ajdove in prosene kaše, med mlajše pa tiste z vkuhanimi testeninami in golaževo juho, ki so jo Prekmurci prevzeli od Madžarov, ter številne mineštre, ki so k nam zašle iz sosednjih sredozemskih dežel. Za panonski svet je značilno, da juho dostikrat oplemenitijo s smetano. Marsikje na Primorskem jo je največkrat nadomestila pašta (testenine), na Cerkljanskem pa močnik ali kislo mleko ali podmietenca (v vrelo vodo vkuhana ajdova moka s suhim ali svežim sadjem). Marsikje je tudi glavna jed. V večjem delu Slovenije se je udomačila štajerska kisla juha iz svinjskih parkljev, delov svinjske glave ali iz drobovine, ponekod poznajo pljučno kislo juho, na Pohorju kuhajo kislo juho iz fižola in krompirja. Na Gorenjskem so znane ocvirkova, zeliščna, mlečna, žabja, vranična, gamsova ali repna s koštrunovim mesom in razne druge juhe. Za Dolenjsko so značilne fižolova, krompirjeva, kruhova ter polžja in žabja juha, pa kurja obara s cvičkom. Na Primorskem so doma poleg juh z morskimi dobrotami še ječmenova, skutna, vampova in pršutova juha ter številne dobre enolončnice.

### 5.1.3 Tople začetne jedi

Tople začetne jedi serviramo po juhi v majhnih, okusno pripravljenih porcijah ali tudi na skupnih ploščah. Ne smejo biti težko prebavljive in tudi ne preveč nasitne. Začinjene naj bodo prijetno, ne preveč in ne preostro. Po sestavinah, okusu in barvah se morajo ujemati z drugimi jedmi v meniju, še posebno z jedjo, ki jo serviramo pred njimi ali za njimi. Živilo, ki ga

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

uporabljamo v topli začetni jedi, se ne sme ponoviti pri naslednjih jedeh, prav tako ne enak način priprave, kot naprimer: cvetača kot začetna jed in kot solata, omleta s slanim nadevom in omleta kot sladica, gratinirana zelenjava in gratinirane testenine kot priloga.

### 5.1.4 Ribe

Ribe so dragoceno, danes izredno cenjeno in pomembno živilo. Njihovo meso vsebuje poleg beljakovin in vitaminov še jod, kalcij, fosfor in železo. So tudi laže prebavljive, priporočljive za prehrano otrok in ostarelih. Ribe in druge vodne živali so zaradi posebne hranilne vrednosti in čedalje večje dostopnosti pogosteje na naših jedilnikih, zlasti zdaj, ko mnoge vrste rib in školjk gojijo v ribogojnicah oziroma na morskih poljih.

Ločimo sladkovodne in morske ribe, po kakovosti pa jih delimo na bele in plave. Bele so kakovostnejše od plavih, njihovo meso je nežno, drobno vlaknasto in laže prebavljivo. Plave ribe so sardele, skuša, šnjur, mečarica, slanik, tuna, klen, menek ... Bele ribe pa so brancin, zobatec, orada, morski list, oslič, girica, barbon, škarpina, jegulja, polenovka in druge.

Kako sveža je riba, vidimo, če jo damo v vodo: sveža se pogrezne, ima bistre, izbuljene oči, rdeče ostrge, rdeče škrge, trdno in prožno meso; je brez vonja, razen naravnega po ribah.

### 5.1.5 Glavne jedi

Danes v glavni jedi ne ponujamo več velikih kosov mesa ali rib, ampak je le tega malo. Poleg okusnega mesa in rib pogosto postrežemo večje porcije riža, testenin, krompirja ali kruha. Glavne jedi pogosto sestavljajo škrobna živila, zelenjava in meso. Poleg tega lahko dandanes ustvarjamo veliko različnih jedi brez mesa. Ribe so v današnjem času primerna hrana, saj vsebujejo malo maščob in so bogate z omega 3 maščobnimi kislinami. Hitro se tudi pripravijo. Pusto rdeče meso naj bi pogosto uživali ljudje z velikimi potrebami po železu.

### 5.1.6 Male jedi - Predkosilca

Ta obrok strežemo med 9. in 11. uro. Sestavljajo ga majhne porcije, drobovina, obare, mučkalica, sarme, raguji, golaži s prilogami, enolončnice, kaneloni, lazanje in druge jedi, ki jih gostu ponudimo v vmesnem času pred glavnim obrokom – kosilom.

### 5.1.7 Divjačina

Zdravo meso divjadi ima prijeten in značilen vonj, ki ga loči od drugega mesa. Predvsem so to ekstraktivne snovi, ki jih vsebuje vsa divjačina; po njih imajo jedi posebno privlačen okus in vonj. Na splošno vsebuje divjačina v primerjavi z drugim mesom manj maščobe in nekoliko več beljakovin. Pred uporabo mora biti dobro uležana, da meso pozori in še pridobi dišavne snovi.

Meso mladih živali je svetlo rdeče, starih pa temno rdeče barve. Kakovost mesa je odvisna od starosti, spola, ravnanja z živaljo od odstrela pa do predelave. Manjvredna je močno obstreljena divjad. Po zakolu je treba večjim živalim takoj iztrebiti drobovino in notranje organe (čreva, srce, jetra, pljuča). Tako ravnamo z jeleni, srnami, gamsi in divjimi svinjami.

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

Zajce ponavadi pustimo v koži in jim odstranimo le čreva. Zajce in drugo divjad tudi zamrzujemo.

Po odstrelu mora žival več dni viseti na hladnem, da meso dozori.

Zorenje pospešimo z različnimi kvašami, in sicer s surovo, kuhano in suho kvašo. V kvaši se mišična vlakna in vezi zrahljajo, meso pa se navzame aromatičnih snovi, ki jih vsebujejo dodane začimbe, in je tako še popolnejše ter prijetnejšega okusa in vonja. Kadar restavracijski obrati dobe divjačino v koži, jo je treba zelo previdno in pazljivo odreti, da se notranji deli ne onesnažijo z dlako in razno nesnago, ki je v koži.

Večje živali (srno, jelena) razsekamo na enake dele kot tele, divjega prašiča pa kot domačega. Meso je na splošno precej pusto, zato ga pred uporabo zelo pogosto preslaninimo ali posamezne kose tudi bardiramo.

### 5.1.8 Zelenjave in priloge

V vsakdanji prehrani je zelenjava zelo pomembna, ker prinaša spremembe in daje obilo možnosti za pripravo mešane in pestre hrane. Njena največja vrednost je v tem, da oskrbuje organizem z vitamini, rudninskimi in balastnimi snovmi.

Uživamo razne dele rastlin in jih različno pripravljamo: liste, korene, gomolje, plodove, cvete, stebila in čebulice. Listnato zelenjavo uporabljamo v solatah in je glavna sestavina vitaminskih plošč. Navadno in kitajsko zelje dušimo za prikuhe, za vinsko zelje, je sestavina juh, enolončnic, iz listov delamo sarme. Iz ohrovta dobimo dobre prikuhe, juhe, enolončnice. Brstični ohrovt je okusna priloga k pečenemu mesu, ocvrt pa se uporablja v predjedeh. Komarček je sestavni del solat.

Korenasta in gomoljasta zelenjava: Korenje je sestavni del solat, vitaminskih plošč, obloženih kruhkov, pripravljamo ga po angleško in francosko. Zelena je uporabna v solatah, ocvrta v predjedeh, omakah in fondih. Iz rdeče pese delamo napitke, stisnjena je barvilo za nekatere jedi. Nariban hren dodajamo k prekajenemu mesu, k različnim omakam in namazom. Peteršilj je začimba in nepogrešljiv pri okraševanju jedi. Redkev je dobra v solatah, rezine pa so pomembne za okrasitev jedi. Sladka in kislina repa je uporabna v prikuhah in narodnih jedeh. Iz kolerabe delamo prikuhe, juhe, v toplih predjedeh ponudimo nadevano z različnimi nadevi.

Plodovi in cveti: Iz cvetače pripravljamo juhe, enolončnice, solate, koktejle za predjedi, jo cvremo, kot prilogo k mesnim jedem pa jo ponudimo po poljsko. Po poljsko in v solatah pripravljamo tudi brokole. Ti pridejo prav za juhe in solate, pripravljani po francosko, poljsko, v solatah, enolončnicah in v prikuhah. Kumare so sestavine solat, prikuh, neolupljene pa so dobrodošle za okrasitev jedi. Fižol v stročju ponudimo v solatah, je sestavina juh, enolončnic in pogosta priloga k pečenemu mesu. Svež paradižnik polnimo z različnimi nadevi, iz njega delamo solate, ga pečemo na žaru, z njim krasimo jedi.

Stebelasta zelenjava: Beluši so uporabni v hladnih in toplih predjedeh, juhah, solatah in kot priloga k angleškemu pečenemu mesu. Enako pripravljamo por.

Čebulice: Svetlo pražena čebula daje mnogim jedem prijeten okus, je sestavina solat, omak, fondov in juh. Tudi pri na žaru pečenih jedeh je nepogrešljiva. Podobno se uporablja šalotka. Česen je začimba za mnoge jedi in pogost dodatek k solatam.

Priloge so nasitljive jedi, ki jih serviramo v skoraj vseh menijih, pogosto pa tudi k posameznim jedem po naročilu. O vrsti priloge in količini odloča jed, h kateri jo serviramo. Če je jed nasitljiva, je porcija priloge manjša, sicer pa nasprotno. Vse priloge vsebujejo veliko



## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

ogljikovih hidratov, zato jih nekateri gostje raje nadomeste z zelenjavnimi prikuhami ali solatami.

### 5.1.9 Solate

Vloga solate med jedmi se je v zgodovini spreminjala. Znani francoski dobrojedec Brillat-Savarin je v svoji Psihologiji okusa zapisal: »Vsem, ki mi zaupajo, da jedo solato, svetujem:

solata osvežuje, ne da bi nas oslabila, krepí, ne da bi nas vzdražila, rad povem, da nas pomlajuje.«

Danes si težko zamislimo dobro kosilo brez solate, lahko je že sama dovolj za dobro kosilo, saj sodi k zdravi prehrani in v vsako sodobno kuhinjo. Solata je v današnji prehrani čedalje bolj priljubljena. Pogosto je bila edina jed na kmetovi mizi, na meščanovi pa je bila pripravljena s kakšno boljšo, posebno polivko in v sestavi popolnega jedilnika.

Pri pripravljanju solat ločimo dva

načina. Prvi je navadno pripravljanje: na solato damo sol, olje in kis ter premešamo. Danes se ne izogibamo več strtemu česnu ali nasekljanim zelenim dišavam, kot so bazilika, drobnjak, peteršilj.



Pri drugem načinu solate, ki jih ne smemo mešati, polijemo z marinado ali majonezo, t.i. dresingom. To so razne mesne, jajčne in lepo naložene zelenjavne solate.

**Fotografija 1: Solata**

### 5.1.10 Siri

Sir ni samo eno izmed najbolj raznovrstnih živil, temveč tudi eno izmed najstarejših. Že v času pred približno deset tisoč let pred našim štetjem so v Mezopotamiji, med Evfratom in Tigrisom, odkrili, kako se da mleko siriti in iz tega potem pridobivati sir. Glede na območja so skozi čas nastale najrazličnejše vrste sira: iz kravjega, ovčjega ali kozjega mleka, primarno ali sekundarno zorjeni, z belo ali modro plesnijo ter zorjeni v rdečem vosku. Koliko različnih vrst sira je na svetu, ne ve nihče, zagotovo pa jih je več kot tisoč. Delijo se glede na čas zorenja in po značilnostih – sveži sir (skuta ali rikota), mehki sir z različnimi plesnimi (camembert, taleggio, rokfor), mehki sir (mozarella), poltrdi sir za rezanje (gavda ali masleni sir) in trdi sir (ementalec, parmezan). Izbira glede oblike in okusa je široka, prav tako raznovrstna je lahko uporaba v kuhinji – za solate, juhe, omake, za pečenje na žaru, za gratiniranje ali sladico. Sir ni samo dobrega okusa, temveč je tudi zdrav. V vsakem kosu sira

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA



ostane vse, kar je v mleku tako hranljivega in dragocenega: kakovostne beljakovine, maščobotopni vitamini in kalcij za močne kosti.

**Fotografija 2: Siri**

### 5.1.11 Sladice

Za sladice moramo uporabljati vedno le najboljše sestavine. Moka mora biti presejana, jajca morajo biti prvovrstna, pecilni prašek mora biti svež, namesto mleka je boljši pinjenec, kislo mleko ali kislina smetana. Posoda za mešanje testa naj ne bi bila iz aluminija, saj lahko testo posivi. Maščoba za testo mora biti zmehčana, sneg moramo v testo vmešati zelo narahlo. Količina tekočine lahko niha, kar je odvisno od moka in jajc. Pečice med peko ne odpiramo. Testo je pečeno, če je paličica ali zobotrebec, ki ga zapičimo v testo, čista. Da se sladkor v prahu lepše prime, ga posipamo še po topli sladici.

Modele in pekače pred peko dobro namastimo, pri občutljivejšem testu pa pekače še pomokamo. Modele za visoke sladice napolnimo le do 3/4, saj testo med peko naraste.

Sladice vsebujejo veliko kalorij, sladkorja, ogljikovih hidratov in holesterola.

### 5.1.12 Serviranje jedi

Jed je najbolj okusna in aromatična, najlepšega videza in konsistence ter ima največjo hranilno vrednost takoj, ko je kuhana. Če s hrano ravnamo nepravilno, lahko njeno kvaliteto močno poslabšamo. Paziti moramo na naslednje:

Jed moramo kuhati le tako dolgo, da se živila zadostno zmehčajo. S podaljšanim kuhanjem uničimo velik del vitaminov, pokvarimo dober okus in aromatičnost, spremenimo konsistenco in videz jedi. Jedi, ki jih kuhamo predolgo, so prekuhane in izgubijo hranilno vrednost.

Jedi se prekuhajo tudi, če predolgo stoje na robu štedilnika, v kotlih, toplovodnih kopelih ali drugih ogrevalnih napravah. V jedeh, ki jih pustimo stati pri temperaturi okoli 20–50 °C, se spreminja predvsem njihova cenzorična vrednost, pada tudi vrednost vitaminov in se lahko razvijejo škodljivi mikroorganizmi. Pri tem jedi spremenijo prvotni okus, pravimo, da so postane. Vitamini začno hitro propadati in se razvijejo škodljivi mikroorganizmi, posebno so občutljive zelenjavne in krompirjeve jedi.

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

Kjer traja serviranje več ur, moramo občutljiva živila in jedi skuhati po večkrat zaporedoma, kot npr. občutljivo zelenjavo, krompir, testenine, riž, cmoke, štruklje, svaljke ipd.

### 5.1.13 Porcioniranje jedi

Prav tako važno kot kuhanje je porcioniranje jedi. Okusno in lepo naložena jed na servirni posodi gosta vabi in mu zbuja tek. Nasprotno pa ga površno naložena jed odbija.

Kuharsko osebje, ki hrano deli, se mora držati naslednjih navodil:

Imeti mora čiste roke, pokrite lase in čiste delovne halje.

Razdeljevalni pult, ki ga gost pogosto vidi tudi iz jedilnice, naj bo vedno čist in pospravljen, prtiče ali krpe za brisanje moramo pogosto menjavati, prtiče oprati, krpe prekuhati, da se razkužijo.

Jedi nalagamo na servirne posode, z žlicami, zajemalkami, kleščami ali lopaticami, nikoli z roko; posoda mora biti pomita in pobrisana; za tople jedi posodo ogrevamo, za hladne pa ohladimo; majoneznih solat torej ne nalagamo na posode, ki so še tople od pomivanja ali smo jih vzeli iz ogrevalnih omar.

Pri nalaganju jedi na krožnike ali ovale mora ostati rob čist in prost; če jed kane na rob, jo obrišemo.

Na en krožnik naložimo le jedi, ki se po okusu in barvi dobro ujemajo, v nekaterih restavracijah serviramo vsako jed posebej v posebni posodi, in sicer uporabljamo plošče raznih oblik, tembale, skledice, omačnice; v vse te posode lahko damo eno ali več porcij.

Porcije naj ustrezajo normativom; po kvaliteti in kvantiteti morajo biti enake; količinsko enakost lažje dosežemo z normiranimi zajemalkami in drugimi merilnimi posodami, ki držijo od ena do dva in pol dl.

Gostu serviramo jedi dovolj vroče, in sicer med 50 in 60 °C.

Hrano moramo razdeljevati tiho, tako da osebje v kuhinji sliši glas izklicevalke, ko naroča jed; ropot in preglasno govorjenje motita tudi strežno osebje ali celo gosta.

Razdeljevanje jedi moramo organizirati tako, da se pota osebja, ki je zaposleno pri tem delu, ne križajo.

### 5.1.14 Dekoriranje jedi

Jedi dekoriramo tako, da jih z različnimi dodatki olepšamo, okrasimo ali pa tudi estetsko oblikujemo. Zato uporabljamo živila, ki so pestrih barv ali pikantnega okusa. Po barvah se mora jed z dodatki ujemati in dopolnjevati. Za dekoracijo lahko uporabimo živila v naravni obliki ali pa jih dekorativno narežemo.

Mesne jedi dekoriramo s surovo, kuhano ali konzervirano zelenjavo, sladice pa s sadjem, mandlji, orehi, smetano itd.

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

### 5.2 Brezalkoholne in alkoholne pijače

V skupino brezalkoholnih pijač štejemo pitno vodo, mineralno vodo, sodavico ali sifon, pijače iz sadja, sadni sok, osvežilne alkoholne pijače in razne napitke za športnike.

Alkoholne pijače so poživilo, zaradi alkohola, ki ga vsebujejo. Uživanje alkoholnih pijač samo zaradi ene same sestavine, alkohola, pomeni zato razvrednotenje zahtevnega strokovnega dela pridobivanja pijač.

Dejstvo, da so fermentirane pijače mnogo dalj obstojne od nefermentiranih pijač, in ugotovitev, da je nečista voda najbolj pogost vzrok množičnih zastrupitev, je bilo zadosten razlog za proizvodnjo alkoholnih pijač.

Čeprav so imele alkoholne pijače prvotno praktičen namen, se je njihova uporaba sčasoma pričela spreminjati. Uživanje alkoholnih pijač je tako postalo sestavni del evropske kulture in pogosto tudi vir zlorabe.

Alkohol v alkoholnih pijačah ima lahko takojšnje ali poznejše učinke na telo. Vsi učinki so lahko uničujoči!

### 5.3. Vino in kultura pitja vina



Fotografija 3: Slovenske vinorodne dežele

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

### 5.3.1 Slovenske vinorodne dežele

Vinorodna dežela je strokovni izraz, ki pomeni geografsko omejeno območje, v katerem se goji vinska trta in prideluje vino. Čez Slovenijo se raztezajo trije vinorodni rajoni, od katerih je vsak razdeljen na vinorodne okoliše. Vinorodni okoliši se naprej delijo na podokoliše in ožje okoliše.

**VINORODNA DEŽELA PRIMORSKA** ima 4 vinorodne okoliše:

- Vinorodni okoliš Goriška Brda
- Vinorodni okoliš Vipavska dolina
- Vinorodni okoliš Kras
- Koprski vinorodni okoliš

**VINORODNA DEŽELA POSAVJE** ima 3 vinorodne okoliše:

- Vinorodni okoliš Dolenjska
- Vinorodni okoliš Bela krajina
- Bizeljsko-sremiški vinorodni okoliš

**VINORODNA DEŽELA PODRAVJE** ima 7 vinorodnih okolišev:

- Šmarsko-virštanjski vinorodni okoliš
- Mariborski vinorodni okoliš
- Radgonsko-kapelski vinorodni okoliš
- Ljutomersko-ormoški vinorodni okoliš
- Vinorodni okoliš Haloze
- Vinorodni okoliš Srednje Slovenske gorice
- Prekmurski vinorodni okoliš

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

### 5.3.2 Kakovost vina in od česa je odvisna

Samo naravno vino je lahko kakovostno. Dejstvo, da je naravno, pa še ne zagotavlja, da je tudi kakovostno. Kakovost ustvarjajo številni dejavniki tehnike človekovega znanja. Ti dejavniki so:

- **POREKLO:** je geografsko natančno določeno. Vinu daje značilnost in svojevrstnost. Zanj so značilne: – podnebne razmere (srednje vegetacijske in srednje dnevne temperature, temperaturni minimumi in maksimumi, količina padavin razporejena po dnevih in mesecih);
  - talne razmere (geološka podlaga, vrsta tal, nagib zemljišča, nadmorska višina).
- **SORTA:** kakovost vina je odvisna od kakovosti vinske trte. Osnovna je delitev sort na bela in rdeča vina, ki jih razvrščamo v več skupin:
  1. skupina: vrhunska vina,
  2. skupina: kakovostna vina,
  3. skupina: povprečna namizna in slabša vina.
- **LETNIK:** kakovost vina je odvisna od kakovosti letine. Če so vremenske razmere ugodne od pomladi do jeseni, je letnik dober in se ga vinarji radi spominjajo. Če so bile vremenske razmere slabe, tudi nadvse skrbna nega ne bo mogla nadoknaditi tistega, kar je grozdju odtegnila narava.
- **ČAS IN NAČIN TRGATVE:** pri trgatvi grozdja moramo ujeti pravi trenutek, to je takrat, ko stopnja sladkorja doseže vrhunec, količina kisline pade. Iz različnih stopenj zrelosti grozdja na primer: pozna trgatev, izbor, jagodni izbor, suhi jagodni izbor in ledeno vino dobimo kakovostna in vrhunska vina.
- **PREDELAVA GROZDJA:** Grozdje predelujejo s stroji, ki mehanično ne smejo poškodovati trdih delov grozdja in ne povečati usedline v moštu.
- **BISTRENJE MOŠTA:** S takojšnjim centrifugiranjem in filtracijo mošta je potrebno odstraniti vse tuje sestavine (ostanke škropiva, zemljo in druge trdne delce). Mošt je potrebno zaščititi pred oksidacijo.
- **ALKOHOLNO VRENJE:** vino se rodi šele z alkoholnim vrenjem, ko ga sladkor, ki ga vsebuje grozdna jagoda, pretvori v alkohol. Od tega, kako poteka pretvorba sladkorja v alkohol v celici kvasovke, je odvisna končna kakovost vina.
- **PRETOK:** pri prvem pretoku ločimo glavno količino droži od čistega vina, kjer vino dobi svojo kakovost. Drugi pretok opravimo 4 do 8 tednov po prvem pretoku, odvisno od stanja vina (nečisti vonj in razne napake).
- **IZOBLIKOVANJE VINA OD KEMIČNO-BIOLOŠKE STABILNOSTI STEKLENIČENEGA VINA:** po drugem pretoku se vino kemično-biološko izoblikuje in je primerno za stekleničenje.

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

### 5.3.3 Razvrščanje vin

#### VINA RAZVRŠČAMO:

- a) Bela, rdečkasta, rdeča vina
- b) GLEDE NA POREKLO:
  - namizna brez geografskega porekla
  - namizna z geografskim poreklom
  - kakovostna vina
  - vrhunska vina
- c) GLEDE NA KOLIČINO NEPREVRETEGA SLADKORJA V VINU
  - Suho do 4 g/l
  - Polsuho od 5 do 12 g/l
  - Polsladko od 12 do 25 g/l in do 50 g/l
  - Sladko nad 50 g/l
- d) GLEDE NA FENOLNE SNOVI, ZLASTI ALI VSEBUJEJO RDEČE BARVNE SNOVI
  - Bela
  - Rdečkasta
  - Rdeča
- e) GLEDE NA NEAROMATIČNA VINA PRED AROMATIČNIMI VINI:
  - Bela
  - Rose
  - Rdeča
  - Biseri
  - Peneča
- f) GLEDE NA PREDIKATNA VINA – VINA POSEBNE KAKOVOSTI
  - Pozna trgatav – vino proizvedejo iz grozdja, ki so ga obirali najmanj 10 dni po tem, ko je grozdje doseglo polno zrelost.
  - Izbor – to oznako imajo vina, ki so proizvedena iz prezrelega grozdja. Pred stiskanjem se morajo odstraniti nezrele in poškodovane jagode.
  - Jagodni izbor – tako deklarirana vina morajo biti proizvedena iz zrelih
  - Suhi jagodni izbor – to je vino, proizvedeno iz cibeb, suhih jagod s plemenito plesnobo. To vino ima sorazmerno visoko kislino.
- g) GLEDE NA VINSKE POSEBNOSTI
  - Biserna vina – 0,5–3 barve (tlak), nad 3 barve pri 20 °C, razlika je v tlaku.
  - Slamnato vino – jagode se sušijo na slami, nato se stiskajo.
  - Cherry vino – prva kvaliteta je od 13 do 15 % alkohola.
    - druga kvaliteta je nad 15 % alkohola (OL ROSO).

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

Razvrstitev mirnih vin glede na ostanek neprevretega sladkorja

- Suha vina do 4 g/l
- Polsuha vina od 4 do 12 g/l
- Polsladka vina od 12 do 15 g/l
- Sladka vina nad 50 g/l

Razvrstitev penin glede na ostanek neprevretega sladkorja

- Suhe penine do 15 g/l
- Polsuhe penine od 15 do 40 g/l
- Polsladke penine od 40 do 80 g/l
- Sladke penine nad 80 g/

### 5.3.4 Bolezni in napake vin

Mikrobi so povsod: na grozdju, v zemlji, na kletarski opremi, v vinski posodi itd., kjer čakajo na ugodne možnosti za rast in razvoj.

Bolezni vina največkrat nastanejo zaradi delovanja mikrobov, malo pa tudi zaradi kletarjevega neznanja. Pri zglednem kletarju se mikroorganizmi ne morejo toliko razmnožiti, da bi se razvila bolezen vina.

Če se bolezen že pojavi, povzroča spremembe pri vonju, okusu in sestavi vina. Poskušamo jo zatreti že na začetku.

#### **Te bolezni so:**

- Kan ali bersa
- Očetni cik
- Vlečljivost vin

#### a) KAN ali BERSA

To bolezen vina povzročajo glivice kana, ki se naselijo v vinu z manj alkohola (pod 10 %) in v slabih kislih vinih. Glivice se začnejo množiti na gladini vina v nepolnem sodu, in sicer zaradi dostopa zračnega kisika.

Najprej se pojavi tanka, belkasta prevleka glivic – bersa, ki se vedno bolj debeli in lahko doseže debelino enega centimetra. Sčasoma se prevleka raztrga, koščki pa plavajo v vinu. Glivice kana razkrajajo alkohol v vodo in ogljikov dioksid. Vino postaja vedno bolj tanko, vodeno in ima neprijeten, nečist okus po bersi.

#### Preprečevanje bolezni

Ta bolezen nastaja pri vinih z nizkim odstotkom alkohola, nizko kislino in v nepolnem sodu zaradi dostopa kisika. Da to bolezen preprečimo, moramo paziti, da je sod vedno poln.



## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

### b) OCETNI CIK

Bolezen zaznamo s pokušanjem vina. Ciknjeno vino ima pekoč vonj in okus po kislu. Povzročča ga očetna kislina, ki je enaka kot v kislu. Na gladini ciknjenega vina v sodu opazimo prozorno kožico, ki so jo napravile očetne bakterije.

Bakterije se množijo v vinu s šibkim alkoholom in nizko kislino. Rade se razmnožujejo tudi v sodih, ki so dlje časa na pipi, in v toplejših kletih.

Preprečevanje bolezni

Preprečujemo ga tako, da skrbimo za higieno kleti in opreme v njej. Vino v sodu, ki je začelo cikati, takoj pretočimo in močno žveplamo. S tem smo preprečili nadaljnji razvoj bakterij, kajti bolezni ne moremo ozdraviti.

### c) VLEČLJIVOST VINA

V šibkih vinih z malo kisline in z ostankom neprevretega sladkorja se rade naselijo bakterije vlečljivosti, ker spreminjajo sladkor v sluz. Vino teče oljnato in postane sluzasto. Ko ga natakamo v kozarec, ne slišimo značilnega zvoka. Pravimo, da teče tiho. Bakterije vlečljivosti se zelo hitro razmnožujejo, zlasti v toplih kletih.

Preprečevanje bolezni

Brž ko opazimo, da se vino vleče, moramo ukrepati. Vino pretočimo tako, da ga močno prezračimo in žveplamo. Zrak in žveplena kislina zaustavita delovanje bakterij vlečljivosti.

## Napake vin

Napake vina so spremembe, ki puščajo nezaželene posledice na barvi, vonju in okusu vina. Povzročimo jih s slabim kletarjenjem, lahko pa nastanejo tudi zaradi fizikalno-kemičnih sprememb v vinu.

### a) PORJAVENJE VINA

Če smo mošt premalo žveplali, vino oksidira – porjavi. Po končanem vrenju, ko se vino začne čistiti, se barva belega vina spremeni iz rumenkasto zelene v rumeno rjavo ali celo v rjavo. Pri rdečem vinu dobi rubinasto-rdeča barva umazano rjav odtenek. Takšna barva se uživalcu ne zdi privlačna, vonj je neprijeten zaradi oksidacije. Vino je izgubilo na kakovosti in pri pitju nimamo pravega užitka.

Odpravljanje napake

Če vino spremeni barvo, moramo takoj ukrepati. Vino pretočimo in ga žveplamo. Vino bo kljub temu ostalo rjavo, preprečimo le nadaljnje porjavenje. Če nas takšna barva preveč moti, lahko vino čistimo z eponitom. To je v prah zmleto aktivno lesno oglje.

### b) VONJ PO ŽVEPLOVODIKU – BEKSER

Vonj po žveplovodiku je huda napaka. Takšno vino ima zelo neprijeten vonj, spominja nas na vonj po gnilih jajcih. Žveplovodik nastane zaradi več vzrokov, ki še niso dovolj

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

pojasnjeni. Napaka nastane med vrenjem, proti koncu ali po končanem vrenju. To napako lahko popolnoma odpravimo, če jo hitro odkrijemo in hitro ukrepamo.

### Odpravljanje napake

Ko opazimo napako, vino močno zračno pretočimo. Učinek bomo opazili že po desetih dneh, takrat mora vonj po žveplovodiku popolnoma izginiti. Če se poseg ni popolnoma posrečil, moramo vino znova pretočiti.

### c) VONJ IN OKUS PO PLESNOBI

Pogoj za dobro kletarjenje je čist sod. Prazen sod takoj umijemo, ga osušimo in žveplamo. Če tega ne napravimo, se v sodu z ostanki vina začno razmnoževati razni mikroorganizmi, zelo pogosto tudi plesen.

Trosi plesni so povsod; v sod pridejo z zrakom in se razvijejo v sivo zeleno plesnivo prevleko. Tudi če sod pred ponovno uporabo očistimo, bo vino v njem dobilo vonj in okus po plesnobi, kajti glive plesni – micelj – se vraste v les soda.

### Opravljanje napake

Če zaznamo to napako, vino takoj pretočimo v popolnoma zdrav sod in ga žveplamo. Nato ga popravimo s posebnim eponitom. To je aktivno oglje živalskega izvora, ki vinu odvzame vonj in okus, na barvo skoraj nima vpliva. Pri čiščenju s tem ogljem močno trpita cvetica in aroma vina. Takšno vino precej izgubi na kakovosti, vendar je to edini način, da postane spet užitno. Vino lahko pomešamo z drugim vinom in ga tako izboljšamo.

### d) OKUS PO LESU IN SODU

Nove sode moramo pred uporabo oviniti. Če soda nismo skrbno ovinili, dobi vino značilen in neprijeten okus po hrastovini. Prav tako ima vino marsikdaj okus po prazni posodi ali sodu, če je dlje časa prazen.

### Odpravljanje napake

Okus po lesu odpravimo tako, da vino očistimo z eponitom – aktivnim ogljem živalskega izvora.

### e) OKUS PO MIŠEVINI

Okus po miševini zaznamo s pokušanjem vina. Ko vino zaužijemo, občutimo na korenu jezika poseben okus. Ta okus spominja na vonj v prostoru, kjer so bile miši – vonj po mišjem seču. O tem pojavu ne vemo veliko, domneva pa se, da se okus pojavi ob vinu ob koncu vrenja, kar je redek pojav.

### Odpravljanje napake

To je trdovratna napaka, zato jo je težko odpraviti. Odstraniti jo poskušamo z močnim zračenjem in žveplanjem. Enkratno zračenje še ne zadostuje, zato pretoke prenavljamo, dokler ta okus ne izgine.

**KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA****5.3.5 Koliko vin k različnim jedem**

To je odvisno:

- od števila jedi v meniju
- od svečanosti
- od zahteve jedi v meniju

**ENOSTAVNI MENI**

Lahko eno samo vino, če se jedi med seboj dopolnjujejo.

Juha  
\*  
Glavna jed  
\*  
Sladica

**SESTAVLJEN – RAZŠIRJEN MENI**

Uvodno vino

Hladna predjed  
\*

–

Juha

Prilagojeno vrsti glavne jedi

\*  
Glavna jed

Peneče se vino

\*  
Sladica

Aperitiv: penina, vino

**SVEČANI MENI**

Uvodno vino

Hladna uvodna jed

–

\*  
Juha

Vino prilagojeno topli predjedi

\*  
Topla uvodna jed

Vino prilagojeno vrsti glavne jedi

\*  
Glavna jed

Arhivska vina

\*  
Sladica  
\*  
Sir

\*  
Kava

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

### 5.3.6 Pravilna izbira vin k vsaki jedi

Področje vinske kulture je zelo obširno. Kulturen pivec mora veliko vedeti o vinu. Spoznavanje se običajno začne s kozarcem vina v roki. Pa boste rekli: lep začetek! Zakaj pa ne? Seveda s pravo mero. Poznavanje vina nam mora biti v zadovoljstvo in užitek. Večina ljudi ima že po navadi razvita čutila (vid, vonj, okus) za poznavanje vina. Pri pokušnji je dobro, da nas vodi poznavalec vina, kajti vsak kulturen pivec mora znati k jedi izbrati tudi primerno vino.

1. **HLADNE PREDJEDI** (šunka, jajčne jedi, paštete, koktejli)  
priporočamo: PENEČA SE VINA, LAŠKI RIZLING, ROSE, CIČEK, REBULA
2. **SPECIALNE JUHE** (želodčkove, golaževe)  
priporočamo: RDEČI SREMIČAN, ŽAMETOVKA, METLIŠKA ČRNINA, REFOŠK, CABERNET
3. **TOPLE PREDJEDI** (iz testenin, beluši, raguji)  
priporočamo: ŠIPON, BELI PINOT, SAUVIGNON, REBULA, MALVAZIJA  
  
**TOPLE PREDJEDI** (z mesnim nadevom, ribe, pice)  
priporočamo: LAŠKI RIZLING, KERNER, MODRA FRANKINJA, MERLOT, BARBERA
4. **GOBE**  
priporočamo: METLIŠKA ČRNINA, MERLOT, REFOŠK, KABERNET
5. **DROBOVINA** (jetrca, ledvičke, pljučka)  
priporočamo: ROSE, CVIČEK, RDEČI BIZELJČAN, ŽAMETOVKA
6. **RIBE** (kuhane)  
priporočamo: LAŠKI RIZLING, CHARDONNAY, BELI PINOT, SAUVIGNON  
  
**RIBE** (pečene in ocvrte)  
priporočamo: LAŠKI RIZLING, ZELENI SIVLANEC, CHARDONNAY, SAUVIGNON, SIVI PINOT, TOKAJ
7. **PIŠČANEC IN PURANOVA PRSA**  
priporočamo: RENSKI RIZLING, SAUVIGNON, CHARDONNAY, JANŽEVEC, RULANDEC
8. **GOSI IN RACE, VSA DIVJA PERUTNINA**  
priporočamo: ZELENI SILVANEK, RENSKI RIZLING, MODRA FRANKINJA, MODRI PINOT, MERLOT
9. **JEDI IZ TELETINE**  
priporočamo: MARIBORČAN, CHARDONNAY, BELI PINOT, TOKAJ, RULANDEC
10. **SVINJINA** (kuhana)

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

priporočamo: ŠIPON, LAŠKI RIZLING, KERNER, ROSE

**SVINJINA** (dušena, pečena na žaru)

priporočamo: CVIČEK, MODRA FRANKINJA, LAŠKI RIZLING

11. **GOVEDINA** (kuhana)

priporočamo: LAŠKI RIZLING, ROSE, REBULA, METLIŠKA ČRNINA, BARBERA

**GOVEDINA** (pečena, na žaru)

priporočamo: MODRA FRANKINJA, MODRI PINOT, REFOŠK, KABERNET, MERLOT

12. **JAGNJE**

priporočamo: MODRI PINOT, REFOŠK, KABERNET, MERLOT, BARBERA, TERANTON

13. **JEDI IZ DIVJAČINE**

priporočamo: MODRA FRANKINJA, MODRI PINOT, KABERNET, MERLOT, TERANTON

14. **PREKAJENO MESO** (pršut)

priporočamo: MODRA FRANKINJA, METLIŠKA ČRNINA, BARBERA, TERAN

15. **SIRI** (pusti, sveži, siri – skuta)

priporočamo: MARIBORČAN, LAŠKI RIZLING, BELI PINOT, BELI BIZELJČAN

**SIRI** (dozoreli – trdi siri)

priporočamo: MODRI PINOT, KABERNET, BARBERA, REFOŠK

16. **SLADICE**

priporočamo: PENEČA SE VINA, VINA POZNE TRGATVE, JAGODNI IZBOR, RUMENI MUŠKAT, MUŠKAT OTONEL

17. **TORTE**

priporočamo: PENEČA SE VINA, IZBORI, TRAMINEC, RUMENI MUŠKAT

18. **SLADOLED, SORBET, PARFETI**

priporočamo: PENEČA SE VINA, JAGODNI IZBOR, POZNE TRGATVE, TRAMINEC, RUMENI MUŠKAT

**KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA**

<b>SKUPINE JEDI</b>	<b>PODRAVSKA VINORODNA DEŽELA</b>	<b>POSAVSKA VINORODNA DEŽELA</b>	<b>PRIMORSKA VINORODNA DEŽELA</b>
<b>HLADNE ZAČETNE JEDI</b>			
Domača šunka s hrenom, dolenski vratnik, delokranjski zašinek, svinjsko meso v tunki	Laški rizling, šipon, rizvanec, silvanec, zvrsti Suha in rose vina	Cviček, zvrsti, rose, modra frankinja Modra frankinja	Rose, rebula, tokaj, laški rizling Cabernet sauvignon, teranton, teran, merlot, rdeči capris
Suhe klobase, domača salama, savinjski in gorenjski želodec	Z okisanimi jedmi se vina ne družijo (ocetna kislina)	Modra frankinja Rose in blaga rdeča vina	Cabernet sauvignon, teranton, teran, merlot, rdeči capris
Domača žolca in tlačenska s čebulo v solati	Polsuhi laški in renski rizling, sauvignon, kerner	Suha peneča vina	Suha peneča vina
Jezikova terina, šunkin parfait	Lahka suha bela vina, polsuha	Šiponom, renskim rizlingom,	Sivim pinotom, belim pinotom, tokajem
Gosja galantina	Bela vina z več sladkorja, predikati	chardonnayem	
Perutninska jetrna in gosja jetrna pašteta	Dišeči traminec, sauvignon		
Divjačinska pašteta z brusnicami	Rulandec, beli pinot, zvrsti, suhi sauvignon, rose		
Jastrog, škampi, školjke	Suha peneča vina		
Kaviar	Vsi so sestavljeni z dodatki suhega vina ali z limono, s kisom, s ketchupom, nekateri pa tudi z majonezo in gorčico		
Coctaili: s sadjem, z grenivko, z dinjo, s špinačo, s perutnino, z ribami, z rakci, s školjkami in tunino	Jedi, ki so pripravljene s pomočjo kisa ali z limoninim sokom se ne družijo z vini, ostala pa se družijo z: renskim rizlingom, šiponom, zelenim silvancem, rosejem ali ostalimi specifičnimi vini		
Predjedi iz zelenjave: z grško marinado, z italijanskimi dresingi za zelenjavo ali sadje, mariniranimi atričoki, beluši z vinaigrette omako, nadevani paradižnik ali kumarice z mesnimi nadevi			

**KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA**

<b>SKUPINE JEDI</b>	<b>VINORODNA DEŽELA</b> <b>PODRAVJE</b>	<b>VINORODNA DEŽELA</b> <b>POSAVJE</b>	<b>VINORODNA DEŽELA</b> <b>PRIMORSKA</b>
<p><b>JUHE</b> Goveje in krepke juhe z vložki Ribje juhe čebulna ali vinska juha zelenjavne juhe, vezane juhe in rjave juhe regijske in narodne juhe: golaževe, fižolove, štajerske smetanove hladne sadne juhe</p>	<p>So lahko kot aperitivi z dodatkom konjaka ali sherrya Lahka suha bela vina in suhi rose Eventualno suha bela vina So z dodatki suhega belega vina ali vinskega kisa, juhe mora spremljati isto vino kot je v juhi Zvrsti vina in ostala kakovostna vina Juhe so z dodatki likerjev, polsladkega penečega vina ali pa tudi konjaka, ista vina kot so v juhi</p>	<p>Lahka suha bela vina in suhi rose Eventualno suha bela vina</p>	<p>Malvazija Lahka suha bela vina in suhi rose Eventualno suha bela vina</p>
<p><b>TOPLE ZACETNE JEDI</b> Paštete iz maslenega mesta s perutninskimi jetrci Paštete s školjkami, rakci, z zelenjavo Mesni narastki s perutnino, z morskim sadjem, z zelenjavo Ocvrti hrustavci z mesom, s sirom ali z zelenjavo Topli kanapeji (šunka, sir) Testenine s kislo smetano, z ribano gorgonzolo in črnim kruhom Testenine s paradižnikovo omako, s šunko, z mesom ali z zelenjavo</p>	<p>Beli in modri pinot, šipon, zeleni silvanec Renski rizling, šipon, beli pinot, chardonnay, zvrsti Renski rizling, šipon, beli pinot, chardonnay Laški rizling, beli pinot, suhi traminec, rizvanec Rizvanec, laški rizling, zvrsti Suhi traminec, rulandec, modri pinot Beli pinot, rizvanec, laški rizling</p>	<p>Cviček, modra frankinja, zvrsti Laški rizling, chardonnay, zvrsti Šipon, laški rizling, chardonnay Rose, laški rizling, chardonnay, zvrsti Laški rizling, šipon, zvrsti Rdeče zvrsti, modri pinot Cviček, rose, laški rizling, zvrsti</p>	<p>Rose, merlot, refošk Rebula, sivi in beli pinot, chardonnay, zvrsti Chardonnay, sivi in beli pinot, rebula Sivi in beli pinot, zvrsti, rebula, chardonnay Rebula, beli capris, beli pinot, rose, zvrsti Merlot, refošk, kabinet, sauvignon Beli capris, tokaj, rebula, zvrsti</p>

**KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA**

<b>SKUPINE JEDI</b>	<b>VINORODNA DEŽELA PODRAVJE</b>	<b>VINORODNA DEŽELA POSAVJE</b>	<b>VINORODNA DEŽELA PRIMORSKA</b>
<p>Ravioli, tortelini, caneloni, štruklji, žlikrofi (brez dodatkov- samo z maslom in drobtinami)</p> <p>Rižote, cmoki, svaljki, rezanci- z mesnimi omakami</p> <p>Gobe na različne načine in polži</p> <p>Pizze- z različnimi nadevi</p> <p>Jajca na oko, mešana jajca z s čebulo, omlete z mesom, s sirom ali z zelenjavo, zakrknjena jajca z omakami</p> <p>Omlete z rakci, z ribjim mesom ali s školjkami</p>	<p>Laški rizling, rizvanec, beli pinot, zeleni silvanec, chardonnay</p> <p>Beli pinot, rizvanec, laški rizling, zvrsti</p> <p>Laški rizling, beli pinot, šipon, renski rizling</p> <p>Lahka bela in rose vina</p> <p>Beli pinot, laški rizling, šipon</p> <p>Zvrsti, šipon, chardonnay</p>	<p>Laški rizling, chardonnay, rose, beli pinot</p> <p>Cviček, rose, zvrsti</p> <p>Laški rizling, rose, modra frankinja, zvrsti ali žametovka</p> <p>Cviček, modra frankinja, zvrsti</p> <p>Laški rizling, chardonnay, zvrsti</p>	<p>Toksaj, beli capris, rebula, rose</p> <p>Beli capris, tokaj, rebula, zvrsti</p> <p>Beli pinot, tokaj, rebula, zvrsti, malvazija</p> <p>Tokaj, sivi in beli pinot, malvazija, beli capris</p> <p>Rebula, pinot, malvazija, tokaj</p>
<p>RIBE</p> <p>Kuhane ribe</p> <p>Pečene in ocvrte ribe</p> <p>Morsko sadje z omakami</p> <p>Ocvrti žabji kraki</p>	<p>Zeleni silvanec, beli pinot, laški in renski rizling, chardonnay</p> <p>šipon, laški rizling, zeleni silvanec</p> <p>peneča vina, zvrsti, sveža bela vina</p> <p>sauvignon, laški rizling, šipon</p>	<p>Laški rizling, chardonnay, zvrsti</p> <p>Laški rizling, chardonnay, zvrsti, sauvignon</p> <p>Sauvignon, jagodni izbor, pred. Vina</p> <p>Rose, suhi sauvignon, laški rizling</p>	<p>Rebula, beli pinot, malvazija, sivi pinot, sauvignon, chardonnay</p> <p>Malvazija, sivi pinot, rebula, tokaj, chardonnay</p> <p>Tokaj, sivi pinot</p> <p>Malvazija, tokaj, sauvignon</p>
<p>GLAVNE JEDI</p> <p>Kuhana govedina s hladnimi omakami</p> <p>Angleški rostbif, govedina na žaru, sekljani zrezki</p>	<p>Laški rizling, šipon, zeleni silvanec, chardonnay, beli pinot</p> <p>Laški rizling, šipon</p>	<p>Modra frankinja, laški rizling, zvrsti, cviček</p> <p>Modra frankinja, zvrsti</p>	<p>Mladi refošk, beli capris, rebula, merlot, zvrsti</p> <p>Sveži refošk, rose, rdeči capris, teranton, cabernet, sauvignon</p>



## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

SKUPINE JEDI	VINORODNA DEŽELA PODRAVJE	VINORODNA DEŽELA POSAVJE	VINORODNA DEŽELA PRIMORSKA
Dušeni goveji hrbet v burgundski omaki, zvite bržole v temnih omakah z vinom	Modri in sivi pinot, suhi traminec	Zvrsti, modra frankinja, rose	Teran, merlot, refošk
Teletina (kuhana z zelenjavo)	Zvrsti, renski rizling, šipon, chardonnay	Laški rizling, sauvignon, chardonnay	Beli in sivi pinot, sauvignon
Telečja pečenka, telečji zrezki na žaru, v ponvi ali ocvrti, medaljoni z maslenimi omakami in z zelenjavo	Chardonnay, zvrsti, laški in renski rizling, zeleni silvanec	Laški rizling, chardonnay	Beli in sivi pinot, sauvignon
Svinjska pečenka, pečeni odojek	Beli pinot, šipon, laški rizling	Rose, šentlovrenka, modra frankinja, cviček	Rebula, tokaj, rose, sivi pinot, zvrsti
Jedi na žaru z ajvarjem in čebulo	Blaga rdeča vina	Zvrsti, cviček, modra frankinja	Cviček, rose, zvrsti
Poprov steak ali medaljoni v hudičevi omaki	Težja rdeča vina s poudarjenim ekstraktom	Rose, šentlovrenka, , modra frankinja, cviček	Rebula, tokaj, rose, sivi pinot,zvrsti
Kuhana topla šunka	Zvrsti	žametovka, cviček, rose, zvrsti	Beli capris, rebula zvrsti
Ocvrta svinjina	Laški rizling, šipon	modra frankinja, rose, laški rizling, zvrsti	Sveži refošk, barbera, rose, rebula
Prekajena svinjina, kmečka pojedina	Beli pinot, rizvanec, laški rizling, šipon	šipon, laški rizling, sauvignon, rose	Sivi in beli pinot, tokaj, rebula, malvazija, rose
Pečena jagnjetina in kozetina, ocvrti kozliček, kuhana ovčetina z ohrovtom	Laški rizling, šipon, rizvanec	modra frankinja, rose, sivi pinot, cviček ,zvrsti	Sveži refošk, rose
Piščanec: pečeni, ocvrti, dušeni, kuhani ali v beli omaki	Sauvignon, pinot, chardonnay, laški rizling, rulandec	zvrsti, modra frankinja, cviček	Malvazija, rose, sveži refošk
Pečena račka s kislim zeljem	Laški rizling, beli pinot, rizvanec	modra frankinja, rose, zvrsti	Beli in sivi pinot, refošk, rose
Pečena gos z rdečim vinskim zeljem	Laški rizling, šipon, (modra frankinja)	chardonnay, laški rizling, šipon, zvrsti	Chardonnay, rebula, sivi in beli pinot
Pečeni puran,- temno meso	Rizvanec, beli in sivi pinot, laški rizling		
Puranove prsi z mlinci	šipon, chardonnay, laški in renski rizling		

**KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA**

<b>SKUPINE JEDI</b>	<b>VINORODNA DEŽELA PODRAVJE</b>	<b>VINORODNA DEŽELA POSAVJE</b>	<b>VINORODNA DEŽELA PRIMORSKA</b>
<u>MALE JEDI- PREDKOSILA</u> Goveji golaž, tržaški vampi, pražena telečja jetra in ledvička, srček v omaki, sveži jezik s kislim hrenom, salonska pljučka, telečja glava s kislim hrenom, kuhana svinjska glava z jabolčnim hrenom	Laški rizling, rizvanec, zvrsti	Cviček, rose, zvrsti, laški rizling	Laški rizling, rebula, rose, sveži refošk
<u>DIVJAČINA</u> Divja svinja, medved, košuta s težjimi vini in portojem  Srna in zajec z nežnejšimi omakami s pomarančnim in limoninim sokom, vinom in sirovimi štruklji  Fazanove prsi, kljunač, jerebica, divja račka s pomarančno omako, brusnicami in hruškami v vinu	Modra frankinja, modri pinot  Zvrsti, kerner  Sauvignon, traminec, šipon, rulandec, rumeni muškati, predikatna vina	Zvrsti  Zvrsti, modra frankinja  Sauvignon, jagodni izbor, zvrsti	Merlot, teran, teranton, refošk, kabernet, rdeči capris  Kabernet, sauvignon, berbera  Tokaj, malvazija, sveži refošk, teran
<u>ZELENJAVE IN PRILOGE</u> Kuhana zelenjava z maslom in drobtinami, dušena zelenjava s paradižnikom, pražena zelenjava, zelenjavni pireji  Beluši  Gratinirana in ocvrta zelenjava  Cvetača, špinača in črni koren  Priloge: francoski krompirji, riž, testenine, žganci, poletna  Kostanj z maslov, kostanjev pire	Renski rizling, muškati otonel, sauvignon  Vina z blago aromatikom  Laški rizling, šipon, zeleni silvanec  Močnejša rdeča vina  Zvrsti  Laški rizling, zvrsti	Laški rizling, zvrsti  Laški rizling, rose, cviček  Laški rizling, zvrsti  Rose, cviček, zvrsti	Rebula, rose, tokaj, beli pinot, chardonnay  Rebula, rose, chardonnay  Rebula, pinot, rose, zvrsti  Rebula, beli pinot, zvrsti

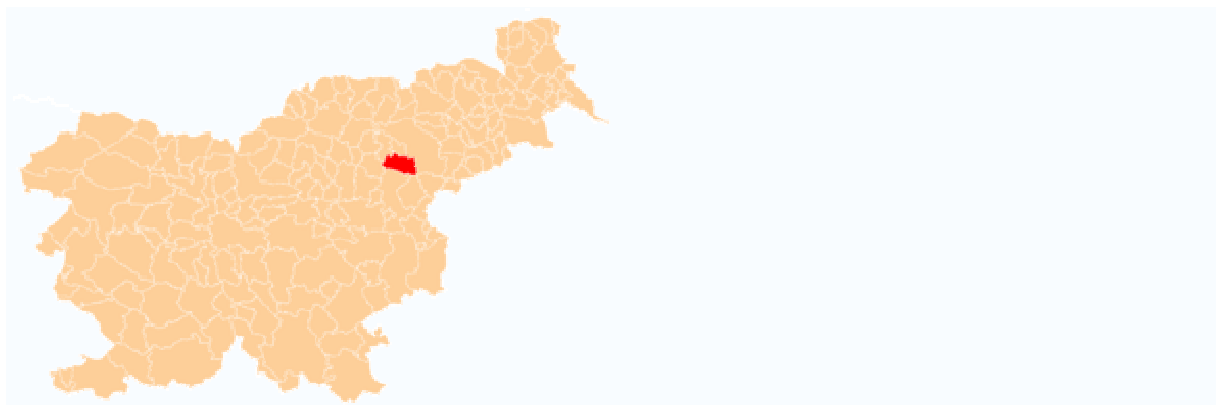
## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

### 5.3.7 Postrežba vin

Vino je veliko več kot samo pijača. Je enkratni pridelek naravnih danosti, iz katerih je lahko vinska trta razvila svoj kakovostni dedni potencial v različnih odtenkih, ki so v tehnološki verigi usmerjeni in izoblikovani. Vsako vino je enkratno in neponovljiv pridelek in posebna pijača, ki se želi odkriti in želi biti odkrita in zato tudi zahteva določeno kulturo pitja in postrežbe.

### 5.4 Vinska klet Zlati Grič, d. o. o.

#### 5.4.1 Zgodovina, kulturne znamenitosti in tradicija kraja



#### Fotografija 4: Občina Slovenske Konjice

**Slovenske Konjice**, nemško Gonobitz, so mesto, občinsko središče in sedež upravne enote v zgornji Dravinjski dolini. Nahajajo se ob severnem vznožju apnenčaste Konjiške gore, na prehodu naplavne ravnice ob Dravinji v vinorodno terciarno gričevje, pod južnimi obronki podpohorskega dela Dravinjskih gor.

Prebivalci Slovenskih Konjic se imenujejo Konjičani in Konjičanke; ustrezen pridevnik je Konjiški.

V začetku 80. let 20. stoletja so bili mestu priključeni Prevrat in deli obmestnih naselij Zgornja Pristava, Vešenik, Blato in Bezina. Mesto se danes ob magistralni cesti proti Zrečam in Stranicam razširja z naseljema Spodnje Preloge in Zeče. Kraj se je leta 1934 preimenoval iz Konjic v Slovenske Konjice, od leta 1964 je mestno naselje.

Mesto je upravno, obrtno in oskrbno središče zahodnega dela Dravinjske doline in bližnje okolice. Iz obrtne usnjarske tradicije se je razvila industrija usnja, ki se je med 1. in 2. svetovno vojno razširila v velik usnjarsko-kemični kombinat, ki je svoj konec doživel z razpadom nekdanjega jugoslovanskega trga in novih gospodarskih razmer v tranziciji.

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

Pod Konjiško goro so se ob Dravinji ljudje prvič naselili šele v srednjem veku. Cerkev in naselbino okrog nje so prvič omenjali leta 1146. Tedanja prafara je sodila še pod oglejski patriarhat, nova cerkev sv. Jurija pa je tipično gotska iz 14. stoletja. Še posebej lepa je stranska kapela, ki so jo k cerkvi prizidali v 18. stoletju. Veliko staro župnišče, ki se dviga tik nad cesto in potokom Gospodično, daje od daleč vtis kakšnega manj razkošnega dvorca. Staro je več kot petsto let, svoje največje bogastvo pa skriva v notranjosti, kjer župnik menda rad pokaže zanimive burkaške stropne podobe. S Starega trga, ki se začne pri cerkvi, se dobro vidi Stari grad z obnovljenim stolpom, ki je star vsaj toliko kot mesto, ki so mu tedaj po nemško rekli Gonobitz. Grad z obnovljenim in od daleč dobro vidnim osrednjim stolpom stoji slabih dvesto metrov nad mestom, do njega pa vodita pešpot in poldrug kilometer dolga makadamska pot, ki ne daje slutiti, da bo obljubljeni srednjeveško dogajanje kmalu zaživelo.

Bližnja okolica naselja je bila poseljena vsaj od neolitika, vendar tu ni nastalo antično naselje. Srednjeveška naselbina, ki se prvič omenja skupaj s pražupnijsko cerkvijo sv. Jurija leta 1146 (Conuwitz), v listini partiarha Peregrina iz Ogleja, se je razvila ob potoku, ki se izliva v reko Dravinjo, tik pod gradom (omenjenim 1148), središču obsežnega zemljiškega gospodarstva.

Konjiški gospodje nastopijo v zgodovini v sredini 12. stoletja kot premožni plemiči. Od grofov Spanheimov, ki so imeli posestva v konjiški okolici, katere je za njimi podedoval deželni knez, niso bili odvisni, pač pa so bili podložni ali ministeriali deželnega kneza.

Leopold de Gonvicz je štajerskemu mejnemu grofu Otokarju III. Traungau in njegovemu sinu vojvodi Otokarju IV. Traungau prodal današnjo dolino sv. Janeza Krstnika v bližini Špitaliča za gradnjo novoustanovljene Žičke kartuzije.

Trške pravice je kraj dobil do srede 13. stoletja, poštni urad in šolo ob koncu 16. stoletja, okrajno glavarstvo in sodišče sredi 19. stoletja. Med kmečkim uporom leta 1515 so tu zborovali uporni kmetje, ki so peticijo s svojimi zahtevami poslali cesarju na Dunaj. V 17. in 18. stoletju je v trgu izbruhnilo več požarov. Ob tradicionalnih agrarnih panogah je prebivalstvo živelo od prometa, gostinstva, obrti in trgovine.

**Stari trg** je dolg, da spominja kar na ulico. Neprekinjeno ga z leve in desne obdajajo mestne hiše. Na zidovih so skoraj brez izjeme opisi zgradb, zapisali pa so še, kdo so bili lastniki in kakšen poklic so opravljali. Za potoček Gospodična, ki teče vzdolž trga kar po sredi, pravijo, da je zmajeva slina. Pošast namreč čemi nekje pod Konjiško goro in se v ujetništvu neumorno slini. Gospodičnine bregove povezujejo simpatici leseni mostiči. Od Marijinega znamenja tik pod cerkvijo pridemo ob potočku do Florjanovega znamenja, ki se danes ponaša s kopijami kipov, saj so originale, sv. Florjana in njegove štiri svetniške prijatelje, preselili na varno v Mestno galerijo Riemer, ki stoji poleg znamenja. Tesno skupaj nagneten lokalčki sprva ne dajejo vtisa zaspanega mestnega jedra, a vsi domačini so povedali, da se tudi Slovenske Konjice srečujejo s podobnimi težavami kot ostala slovenska mesta. Staro jedro žal izumira.

Najstarejši sakralni objekt v občini je nadžupnijska gotska **cerkev sv. Jurija**, gotovo še iz prvega tisočletja, kar se da sklepati tudi iz njenega zavetnika sv. Jurija, ki je bil v omenjeni dobi najbolj priljubljen. Tu je bil sedež prvotne pražupnije, ki se imenuje že leta 1146, a je gotovo iz 11., morebiti celo iz 10. stoletja, ter je obsegala približno območje današnjih občin Slovenske Konjice, Oplotnica, Zreče, Vitanje. Graščine kot pomembni bivanjsko-gospodarski

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

objekti, s katerih so upravljali večja posestva, so se večinoma ohranile do današnjih dni: Trebnik (Trebenek, 1404), dvorec Golič (Golitsch, 1542), dvorec Hebenstreit (1476), dvorec Dobje (Dobiehof 1497).

Še sreča, da so del **dvorca Trebnik** v na splošno propadajočem stanju najeli podjetni zeliščarji, ki so v pritličju glavne stavbe uredili zeliščno galerijo s trgovino. Obiskovalci si lahko ogledajo manjšo zbirko starega pohištva in opreme ter delavnico, v kakršnih so nekoč mešali zeliščne zvarke. Pripravljajo izobraževalne animacije za otroke in starejše, kmalu pa nameravajo odpreti čajnico, kjer si bodo gostje lahko čaj namešali po svojem okusu.



**Fotografija 5: Občina Slovenske Konjice - dvorec Trebnik**

**Pustovo hiša**, nekoč Ratejeva zidanica sta s skupnimi močmi obnovila Turistično društvo Špitalič in občina Slovenske Konjice.

Svojevrsten pečat ji daje pristna štajerska vaška zasnova. Hiša je zidana iz kamna, gline in lesa, prekrita pa je bil s slamo. V njej je na ogled Etnološka zbirka starega kmečkega orodja za obrt in zbirka iz II. svetovne vojne.

Po predhodni najavi vam na željo postrežejo z domačimi napitki kot so domače vino, sadjevec, žganjevec in z ostalimi domačimi dobrotami.

Prostori **mestne galerije Reimer** so last občine, stalna razstavna zbirka pa last podjetnika in ljubitelja umetnosti Franca Riemerja. Poleg del svetovno znanih umetnikov je razstavljenih več kosov bidermajerskega pohištva, od umetnin, ki so blizu Slovenskim Konjicam, pa so poleg freske iz Žičke Kartuzije (14. stoletje) razstavljeni še originalni kipi znamenja sv. Florijana (1740 – 1750). Škoda, da umetnine, med katerimi najdemo Modiglianija, Ivano Kobilco, Da Vincija in Klimta, niso opremljene z opisi.

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA



**Fotografija 6: Občina Slovenske Konjice - mestna galerija Reimer**

**Žička kartuzija**, latinsko (Domus Valli Sancti Johannis), je ime kartuzijanskega samostana v dolini sv. Janeza Krstnika, v bližini naselja Žiče v občini Slovenske Konjice. Kartuzija je nastala v letih 1155–1165, ko je bila spisana njena ustanovna listina. Ustanovitelja sta bila štajerski mejni grof Otokar III. in njegov sin Otokar IV. iz rodbine Traungaucev. To je bil prvi samostan tega reda zunaj romanskega govornega območja.

**Star grad** Je eden najstarejših gradov na Slovenskem. Prvi lastniki gradu so bili konjiški gospodje sredi 12. stoletja, 1323 leta je prišel v roke Viltuške gospode, kjer je ostal do leta 1385, nato pa zaradi dedne pogodbe prešel v posest Devinskih. Leta 1597 so lastniki gradu postali Khisli, nato pa zopet Habsburžani. Leta 1597 so lastniki gradu postali Tattenbachi, ki so za slabih 100 let zaznamovali zgodovino konjiškega gradu in okolice. Ko je leta 1828 postal lastnik gradu Knez Windischgraetz, je bil že v razvalina.

Grad, ki je nastal v 12. stoletju, je bil že od kraja obzidan. Obzidje ni ohranjeno, pač pa v severozahodnem delu dvorišča še stoji romanski obrambni stolp.

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA



**Fotografija 7: Občina Slovenske Konjice, Stari grad**

### **5.4.2 Geografske značilnosti kraja**

Slovenske Konjice spadajo v severovzhodno Slovenijo. Ležijo v predalpskem hribovju. Le ob spodnji Savi se njegov del, Posavsko hribovje, oddalji od visokogorja in moli daleč v subpanonsko nižavje. Skupna značilnost je, da ostajajo vrhovi pod klimatsko gozdno mejo.

Predalpsko hribovje je svet slemen in dolin ter manjših kotlin. Relief se ločuje od visokogorskega tudi po zmernejših strminah. Sten in skalnatih vesin, ki so pogoste v apneniškem visokogorju, je bistveno manj, bolj goste pa so doline, grape in kotline. Regija zajema  $\frac{1}{4}$  Slovenije in malo manjši del prebivalstva.

**Zmerno celinsko podnebje** je značilno za večji del Slovenije, kamor spadajo tudi Slovenske Konjice. Povprečne temperature najhladnejšega meseca so nižje od 0 °C. Na vzhodnem delu tega podnebja se pojavlja že poletni višek padavin, ki je značilen za podnebje celinske Evrope. Zime so precej hladne, poletja precej vroča.

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

### 5.4.3 Gastronomsko – turistična ponudba kraja



**Fotografija 8: Vinska klet Zlati grič**

V zgodnjih jutranjih urah smo se mladi raziskovalci in naši mentorji odpravili v podjetje, ki se ukvarja s pridelavo **grozdja** in **vina** kot glavno dejavnostjo, ob tem pa v svoji ponudbi nudi še storitve na **golf igrišču**,



**Fotografija 9: Golf igrišče na Zlatem Griču**



## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

ki leži v idiličnem okolju med vinogradi v Škalcah, neposredno ob mestu Slovenske Konjice. Igrišče je zelo razgibano in v celoti obkroženo z vinogradi. Igralna polja popestri potok, ki teče v sredini golf igrišča, pa tudi ribniki, gozd in grmičevje. Golf igrišče ima veliko domačih in tujih obiskovalcev, saj ima 9 igralnih polj, katerih skupna dolžina je 2.500 m in je zelo lepo urejeno. Teren je prijeten za igro, kljub temu pa zahteva natančne udarce.

Golf igrišče je odprto od marca do novembra. V sklopu dejavnosti imajo urejeno tudi golf vadišče, kjer je organizirana šola golfa, nudijo nadaljevalne tečaje za otroke in mladino in individualne ure učenja. V recepciji golf igrišča si lahko obiskovalci po diskontnih cenah nabavijo tudi vrhunska vina, ali pa se odločijo za ogled kleti ali pa obišejo gostilno Grič, ki nudi bogato gastronomsko ponudbo.

Ogledali smo si klet Zlati grič, ki svojo osnovno dejavnost opravlja večinoma na ožji lokaciji v Škalcah, idilični krajini, zasajeni z vinogradi in starimi zidanicami na grebenih, tik nad mestom **Slovenske Konjice**, ki ležijo med Konjiško goro in Pohorjem.



### Fotografija 10: Vinogradi na Zlatem griču

Sprejeli so nas direktor vinske kleti, Janez Lešnik, ter Sašo Topolšek, ki je enolog in skrbi za kakovost vina, kot tudi Dejan Brečko, ki je vodja proizvodnje v vinski kleti Zlati grič.

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA



**Fotografija 11: Ogled vinograda z direktorjem vinske kleti lati Grič**

V naravi so nam pokazali rast vinske trte ter opisali vse, kar vpliva na kakovost vina.

Trta je tista, ki je osnova za dobro vino, kot tudi zemlja, podnebje in skrbne roke vsakega kletarja. Potrebno je veliko strokovnega znanja in truda, da pridemo do kvalitetnega vrhunskega vina. Vinska klet Zlati grič je ena izmed vinskih kleti, ki ima že dolgo tradicijo in se še kako zaveda, da je predelava dobrega vina nujno potrebna za celovito gastronomsko-turistično ponudbo.



**Fotografija 12: Sprejemnica - recepcija vinske kleti Zlati grič**

Ob prihodu v sprejemnico - recepcijo kleti Zlati grič smo opazili ogromno njihovih vin, ki jih tržijo, med drugim tudi veliko steklenico penine.

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA



**Fotografija 13: Steklenice penin**

Ogledali smo si vse sorte in podrobneje spoznali njihovo ponudbo.

Gospod Sašo Topolšek je odgovoril na vsa zastavljena vprašanja. Raziskovali smo dosedanje povezavo gastronomije in turizma v tem kraju, vključevanje ponudbe vin in strukturo najbolj pogostih obiskovalcev, individualne in skupinske goste, turiste, skratka vse, ki zahajajo prav v to klet z namenom, da spoznavajo kraj kot takšen ter njegove tipične jedi in vina. Ugotovili smo, da Zlati grič zelo dobro sodeluje tudi z občino Zreče, ki je prav tako zelo poznana turistična destinacija.

V nadaljevanju smo si ogledali sodobno opremljeno klet.



**Fotografija 14: Cisterne**

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

V cisternah vino oblikujejo, preden ga polnijo v steklenice. Predelava vin v teh cisternah je veliko enostavnejša, ravno tako vzdrževanje in praktičnost.



### Fotografija 15: Cisterne

Sašo Topolšek nam je podal opise del in namen za vsako cisterno posebej. Razložil nam je, kaj vse je potrebno postoriti, da si kasneje lahko privoščimo kozarec vina. Povedal nam je tudi, da so obiskovalci in turisti danes zahtevni gostje, ki želijo kvalitetno vino. V njihovi kleti se tega zavedajo in prav zato že leta ohranjajo tradicijo kleti in jo dopolnjujejo še z drugo gastronomsko-turistično ponudbo.

Sledil je še ogled starih vinskih sodov.



### Fotografija 16: Vinski sodi v kleti Zlati grič

Pri postrežbi gosta je pomembno to, da moramo streči starana vina drugače kot mlada vina. To je zanimivo in nujno je potrebno, da se tovrstni ogledi kleti, vključno z bogato ponudbo hrane in vin, v večji meri ponudijo gostom, tako domačim kot tujim.

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA



**Fotografija 17: Zaboji s steklenicami vin**

V zadnjih prostorih smo si ogledali velike zelene in bele zaboje, v katerih so bila pripravljena vina, ki so čakala, da odidejo na trg ponudbe.



**Fotografija 18: Kartonski zaboji za trženje**

Opaziti je bilo predvsem enotnost zaščitnega znaka Zlati grič, ki je bil na vsakem kartonskem zaboju, vsekakor pa so bile na kartonih tudi druge informacije o vinu, ki je čakalo na prodajo.

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA



**Fotografija 19: Zaboje z jabolki iz sadovnjakov na Zlatem griču**

Klet Zlati grič dejavnost dopolnjuje tudi s pridelavo namiznih jabolk in agrotehnično trgovino, predvsem za vinogradnike in sadjarje, ter s ponudbo sadnih sadik.

Grozdje, iz katerega pridelujejo žlahtna vina, zraste na prvovrstnih vinogradniških legah, na katerih je tradicija pridelave stara več kot osemsto let. Pridelujejo samo kakovostna in vrhunska vina, zato tehnologija pridelave grozdja temelji na minimalnih obremenitvah trte in na okolju prijazni pridelavi.

Po hribčku navzgor smo se pripeljali do gostilne Grič. Kar nekaj avtomobilov je bilo parkiranih zunaj, okolica je bila lepa in urejena. Uživali smo ob pogledu na vinograde, ki so hrib obdajali z vinskimi trtami.



**Fotografija 20: Gostilna Grič**

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

V gostilni sta nas lepo sprejela vodja gostilne Leon Furman in Darja Capl, ki skrbi za marketing. Zelo aktivno se vključujejo v skupnost, Mestno občino Slovenske Konjice; skupaj načrtujejo gastronomsko-turistične projekte tega kraja ter udeležbe na sejmih.



### Fotografija 21: V gostilni Grič

**Gostilna Grič** je urejena v stari zidanici v osrčju vinogradov, tik nad **golf igriščem**. Ima 100 sedežev v lokalu in 100 na terasi.

Gostilna nudi bogato izbiro jedi in bogat izbor vin iz domače kleti. V gostilni se odvijajo razne prireditve, prav tako pa je zanimiva točka za poslovneže, da si tudi tuji gostje ogledajo znamenitosti tega kraja, pokusijo dobre tradicionalne jedi in vrhunska vina Zlati grič.

V neposredni bližini igrišča za golf in gostilne Grič imajo urejeno **apartmajsko hišo** s tremi apartmaji – vinogradniški dvorec.

Dvorec je kulturni spomenik, v preteklosti last konjiških gospodov, tip bogatejšega plemiškega vinskega hrama, postavljen na dominantni prostorski lokaciji.

Nad obokanimi vinskimi kletmi so v stanovanjskem delu urejeni trije apartmaji: **TRTA** 65 m<sup>2</sup>, **ROZGA** 46 m<sup>2</sup> in **VITICA** 27 m<sup>2</sup>, od tega sta prva dva nadstandardnega tipa s čudovitim razgledom na mesto Konjice, vinograde in celotno Dravinjsko dolino od Rogle do Boča.

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

### 5.4.4 Ponudba vin



**Fotografija 22: Recepcija - trgovina vinske kleti Zlati Grič**

#### **Konjičan beli, polsuho**

Zelo harmonično vino, saj mu beli pinot daje prijetne kisline, rizvanec sadnost in pitnost, laški rizling konstitucijo, renski rizling pa mu da svojevrstni okus, ki je zelo značilen (vpliv rastišča), saden in značilen samo za belega konjičana.

#### **Laški rizling, suho**

Nežne vonjave, ki spominjajo na sladki janež, glog, evkaliptus, odsevajo bogato osnovo vina. Po prvem požirku se nadaljujejo v zaznave, ki nakazujejo širino vina. Takoj občutimo pestro sadnost in z obstojno aromo deluje vino gladko in krepko.



**Fotografija 23: Laški rizling**

#### **Renski rizling**

Izrazite sadne zaznave s tipičnim vonjem zrele marelice in rahle mineralne note. Okus je živahen (zaradi zrele kisline), bogat, saden. Tipičen renski rizling iz Zlatega griča s sortnim značajem in diskretno mineralnostjo, ki sta odraz lege in tal. Sivi pinot, suho

#### **Sivi pinot**



## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

Intenzivna rumenkast barva z pridihom rose odtenka priča o sortnosti in žlahtnosti sorte. Prijetna sadna aroma se kmalu odpre in v nos se ujamejo bogate večplastne arome po ananasu, hruški, zelenemu jabolku ... V ustih je jasno izražena sortnost in polnost. Čuti se krepko telo in lepo izražene kisline, ki dajejo občutek svežine, pitnosti, harmonije in ravnotežja.

### **Beli pinot**

Suho vino, vonj svež, mladosten s čistimi sadnimi aromami, ki spominjajo na zrelo melono in hruške. V ozadju je čutiti vonj kamilice. Prijeten okus je pričakovano svež in saden. Zrele kisline mu dajejo živahnost in pitnost.

### **Traminec**

Polsladko vino, že po prvem stiku se hitro razkošno odpre v cvetne (vijolica) in zrele sadne zaznave, ki so karakteristične za naše tramince.

V ustih se arome po cvetju in sadju (breskev, nektarina) nadaljujejo in lepo odpirajo. Ostanek nepovretega sladkorja je malo višji in s prijetano kislino, zaokrožuje polnost vina.

### **Sauvignon, suho, 2009**



To razburljivo vino preveva tipična aroma sauvignona po svežih limetah in zelnatih travnih tonih (bezeg), s poudarkom na zrelih pasijonkah in tropskemu sadju. V ustih deluje živahno, s svežimi zeliščnimi notami. Intenziven okus je dopolnjen s svežo sončno kislino ter dolgim prijetnim pokusom. Zelo primeren za uporabo v obdobju 1–2 let.

### **Sivi pinot, suho, 2009**

Svetlo slamnata barva tipična za sivi pinot priča o klasični predelavi grozdja. Alkoholna fermentacija pri nižji temperaturi in grozdni mošt, stisnjen le iz ročno prebranih jagod, daje vinu odprt, saden, sorten vonj (jabolka, marelica). Usklajeno razmerje med kislinami in sladkorji ter izrazita sortnost, ki jo zaznamo takoj po prvem požirku, se nadaljuje v srednje dolg pookus. Vino je pitno, mladostno sveže

### **Fotografija 24: Sauvignon**

### **Laški rizling, suho, 2009**

Sorten laški rizling, ki ga v vonju zaznamuje široka paleta sadnih (tropsko sadje, citrusi) in cvetličnih vonjav (belo cvetje, evkaliptus). Na okus je vino zelo sadno, harmonično in pitno. Tudi tu se nadaljujejo zaznave, ki nakazujejo širino in polnost vina. Zanj je značilna prijerna sveža kislina, ki temu vinu s poudarjeno sadnostjo po vsakem požirku pusti prijeten vtis in dolg pookus.

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

### Renski rizling, sladko, 2009

Zanimiv renski rizling, ki se v vonju takoj odpre v čudovito sortno aromo po vinogradniški breskvi, hruški in nakazuje zelo radoživo vino. Sadne arome vrejo iz vina in z zelo okusno kislino in visokim ostankom sladkorja očarajo in vabijo k požirku znova in znova. Kljub temu vino deluje kompleksno z močno hrbtnico in nakazuje, da bo v formi najmanj štiri leta.

### Modra frankinja, suho, 2007

Intenzivna rubin rdeča barva in sortna aromatika, ki spominja na zrelo sadje (ribez, maline). V ustih deluje prijetno sadno, sveže. K temu pripomore lepo izražena kislina, ki v kombinaciji s tanin, ki še zorijo, daje vinu mladostnost, svežino ter pitnost in pusti prijeten končni vtis.



### Rose, Modra frankinja

Vonj je lep sorten, saden po malinah in jagodičevju. Je zelo odprt in intenziven. Prvi vtis v ustih je zelo prijeten saden in svež in vino deluje lahkotno, mladostno in pitno. Vino za trenutke sprostitve.

### Konjiška penina Rose

Sekundarna alkoholna fermentacija vina poteka v steklenicah. Na kvasovkah jo pustimo zoreti najmanj eno leto. Tej penini daje osnovno vino izrazito sadno aromo, svežino in zaradi rastišča lepo nežno mineralno noto, zaradi katere je ta penina znana marsikateremu pivcu. Penino odlikuje nežno iskrenje in zelo obstojna pena. Na okus je penina zelo harmonična, sadna, pitna, z izrazito svežino ter je zelo primerna za aperitiv.

### **Fotografija 25: Rose, Modra frankinja**

### Konjiška penina, bela

Je suha, na vonj je zelo sveža in sadna, aroma je bogata in večplastna, na okus deluje zelo sveže, mehurčki so obstojni ter povzročajo lepo iskrenje. To je penina s posebnim karakterjem, ki ga daje osnovno vino, v katerem se izražata lega in rastišče.

### **5.4.5 Priznanja**

Na Zlatem griču so znanje in skrbno delo z večletno tradicijo že obrodili prve letošnje sadove, ki se odražajo v kvaliteti vin.

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

V sodelovanju na sommelierski degustaciji vin za akcijo Špargelj in **GOBAN JURČEK** je sodelovala tudi vinska klet Zlati Grič in bila izbrana v konkurenci petnajstih vin za Špargelj in devet vin za **GOBAN JURČEK**. Vini, ki sta prepričali zahtevno komisijo in zbrali dovolj točk za idealno druženje z jedmi iz špargljev in idealno druženje z jedmi iz žlahtnih gob, sta :

### **SAUVIGNON**, letnik 2007, Zlati grič

Mladostno in sveže vino z odkrito sortno aromo, ki spominja na bezgov cvet, list paradižnika, zeleno papriko, divje šparglje ... Z vsakim požirkom se ta krasna aroma odpre v ustih in daje prijetno sočen in svež rastlinski značaj. Je idealen spremljevalec jedi iz špargljev.

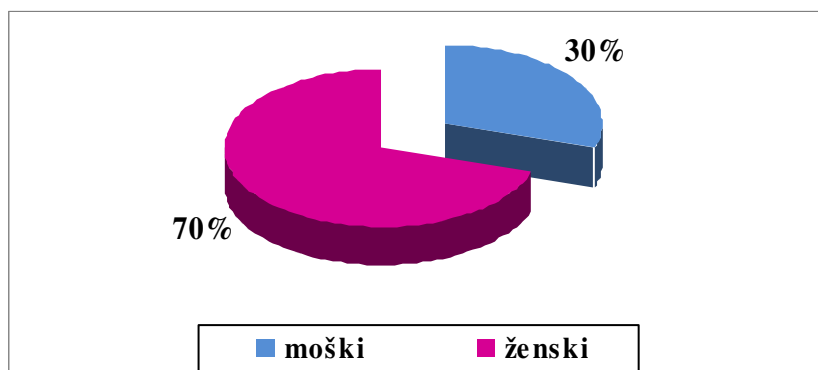
### **MODRA FRANKINJA**, letnik 2006, Zlati grič

Lepo sortno vino, spominja na zrelo sadje, ribez ... Odpira se v zaznave po praženem. Prvi vtis v ustih je zelo prijeten, saden. K temu pripomore lepo izražena kislina, ki v kombinaciji s tanini, ki še zorijo, daje vinu mladostnost in pitnost. Je idealen spremljevalec jedi iz žlahtnih gob.

Špargelj vina so se prvič predstavila 19. marca 2008, ko so na Gospodarskem razstavišču v Ljubljani potekala kuharska tekmovanja v pripravi rižote s šparglji.

Vina **GOBAN JURČEK** pa bodo javno predstavljena in ponujena na trgu z začetkom letošnje gobarske sezone.

### 5.4.6 Proučevanje turističnih potreb gostov

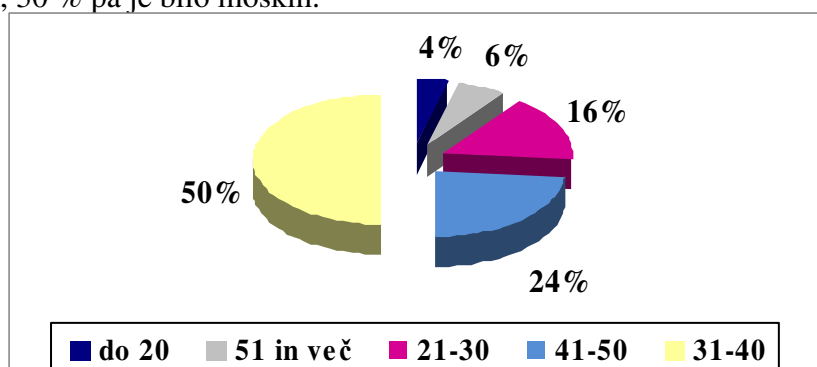


### **Graf 1: Spol anketiranih**

Vir: Anketiranje, februar 2010.

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

Z grafa št. 1 in iz tabele št. 1 (v prilogi št. 2) je razvidno, da je bilo med anketiranimi 70 % žensk, 30 % pa je bilo moških.

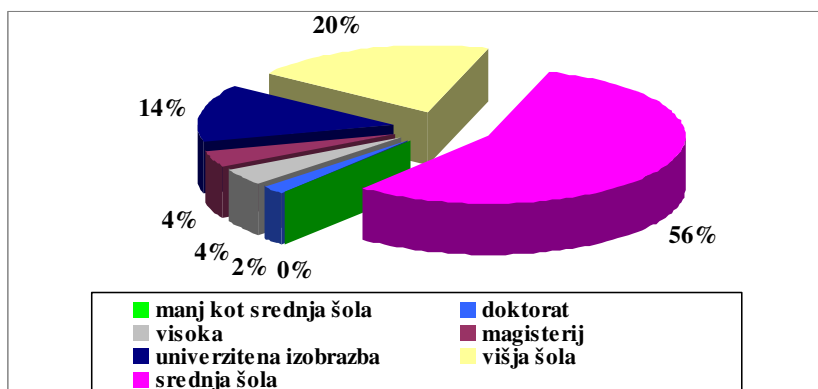


**Graf 1: Starost anketiranih**

Vir: Anketiranje, februar 2010.

Z grafa št. 2 in iz tabele št. 2 (v prilogi št. 2) je razvidno, da je bila polovica anketiranih stara med 31 in 40 let.

Sledi 24 % starih med 41 in 50 let, starih med 21 in 30 let je bilo 16 %, 6 % jih je bilo starejših od 51 let. Najmanj, 4 % anketirancev, pa je bilo starih manj kot 20 let.



**Graf 2: Izobrazba anketiranih**

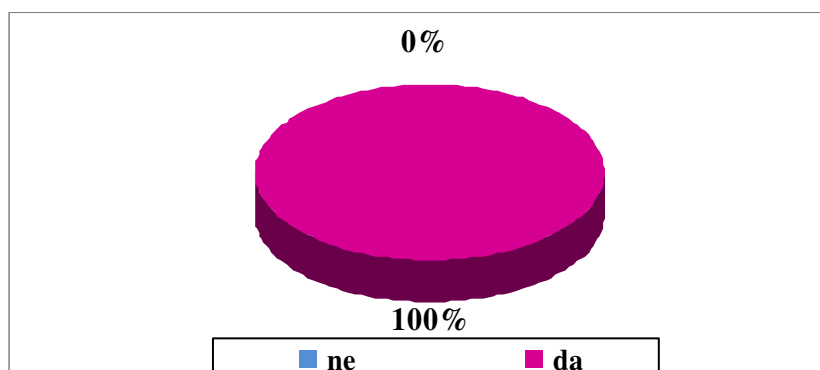
Vir: Anketiranje, februar 2010.

Na grafu št. 3 in na tabeli št. 3 (v prilogi št. 2) je razvidno, da je imelo največje število anketiranih srednješolsko izobrazbo.

Srednješolsko izobrazbo je imelo 56 % anketiranih, nakar so sledili anketiranci z višješolsko izobrazbo – teh je bilo 20 %, 14 % jih je bilo z univerzitetno izobrazbo. 4 % jih je imelo magisterij, isto število jih je bilo z visokošolsko izobrazbo, 2 % anketirancev sta imela doktorat, nič pa jih ni bilo z manj kot srednješolsko izobrazbo.

I. Ali menite, da je turizem razvojna priložnost Slovenije

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

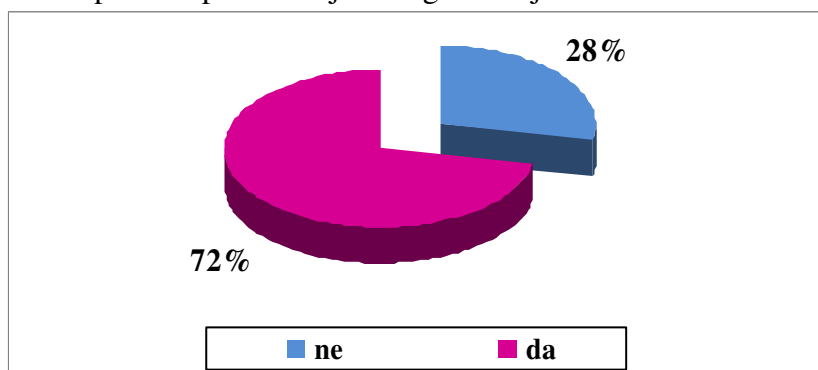


**Graf 3: Turizem kot razvojna priložnost Slovenije**

Vir: anketiranje, februar 2010

Z grafa št. 4 in iz tabele št. 4 (v prilogi št. 2) ugotovimo, da vsi anketirani menijo, da je turizem razvojna priložnost Slovenije.

### II. Ali poznate pomen trajnostnega razvoja turizma?



**Graf 4: Prepoznavnost pojma trajnostni turizem**

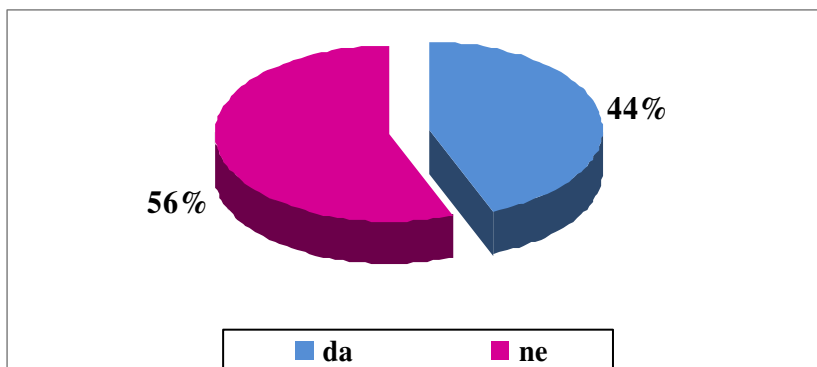
Vir: Anketiranje, februar 2010.

Z grafa št. 5 in iz tabele št. 5 (v prilogi št. 2) razberemo, da večina anketirancev pozna pomen trajnostnega turizma.

Teh je bilo 72 %, 28 % pa jih pojma trajnostni razvoj turizma ne pozna.

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

III. Ali veste, da gastronomija zavzema področje hrane in pijače?



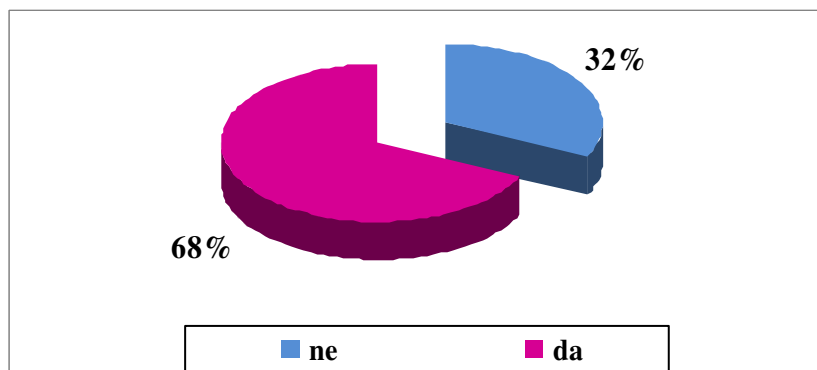
**Graf 5: Poznavanje pojma gastronomija**

Vir: Anketiranje, 2010.

Z grafa št. 6 in iz tabele št. 6 (v prilogi št. 2) ugotovimo, da je razmerje med tistimi, ki vedo, da gastronomija pomeni hrano in pijačo, precej izenačeno.

Tako 56 % anketirancev ni vedelo, da gastronomija pomeni hrano in pijačo, 44 % anketiranih pa je to vedelo.

IV. Ali poznate tradicionalne jedi kraja, v katerem se trenutno nahajate?



**Graf 6: Tradicionalne jedi s področja anketiranja**

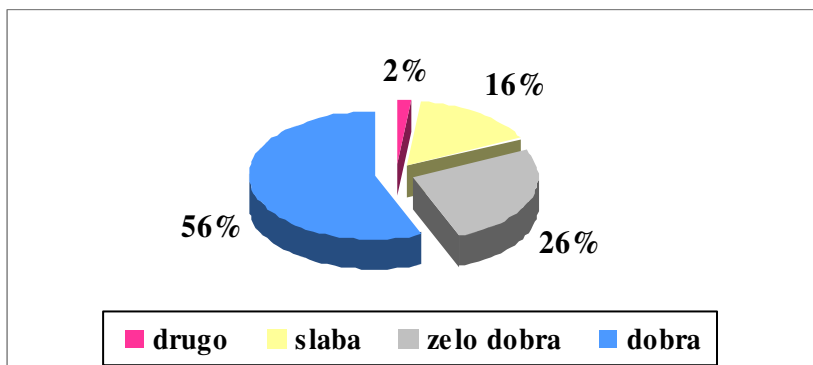
Vir: Anketiranje, februar 2010.

Z grafa št. 7 in iz tabele št. 7 (v prilogi št. 2) je videti, da tradicionalne jedi kraja anketiranja pozna večina anketirancev.

Takih je bilo 68 %, 32 % pa tradicionalnih jedi kraja anketiranja ne pozna.

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

V. Kakšna je po vašem mnenju gastronomsko-turistična ponudba kraja, v katerem se trenutno nahajate?



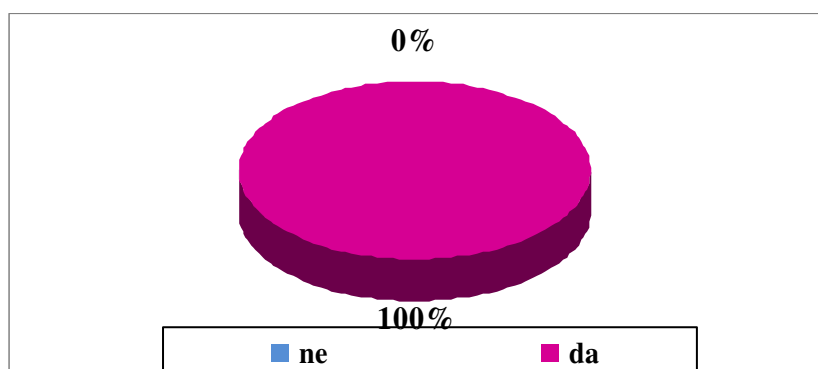
**Graf 7: Mnenje anketirancev o gastronomsko-turistični ponudbi kraja anketiranja**

Vir: Anketiranje, februar 2010.

Z grafa št. 8 in iz tabele št. 8 (v prilogi št. 2) je razvidno, da je večina anketiranih ponudbo kraja ocenila kot dobro.

Tako je ocenilo 56 %, 26 % anketirancev je bilo s ponudbo zelo zadovoljnih, 16 % se je ponudba zdela slaba, 2 % anketirancev pa imata drugo mnenje.

VI. Ali menite, da bi morali ob dobri hrani dati več pozornosti tudi vinu?



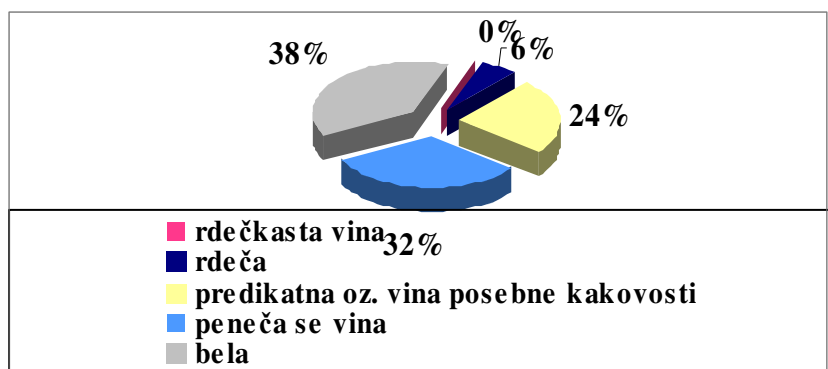
**Graf 8: Mnenje o pomenu izbora vina ob dobri hrani**

Vir: Anketiranje, februar 2010.

Z grafa št. 9 in iz tabele št. 9 (v prilogi št. 2) ugotovimo, da so vsi anketiranci menili, da bi ob dobri hrani morali dati več pozornosti tudi vinu.

VII. Katera vina najraje pokušate oz. pijete?

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA



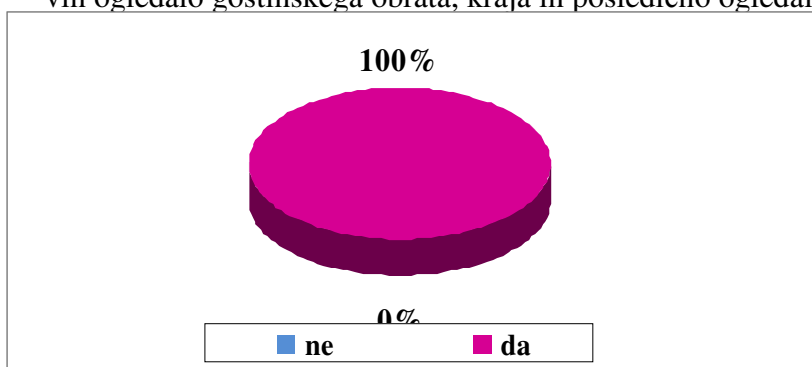
**Graf 9: Najpogostejša vina anketirancev**

Vir: Anketiranje, februar 2010.

Z grafa št. 10 in iz tabele št. 10 (v prilogi št. 2) razberemo, da ima večina anketirancev najraje bela vina.

Ljubiteljev belih vin je 38 %, 32 % jih najraje pokuša peneča se vina, vina posebne kakovosti oz. predikatna vina pa najraje pije 24 % anketirancev.

VIII. Ali se vam zdi, da je lepo pripravljen pogrinek, dobra hrana in vrhunska ponudba vin ogledalo gostinskega obrata, kraja in posledično ogledalo cele Slovenije?



**Graf 10: Pomen pogrinjka, dobre hrane in dobre izbire vin za celotno podobo gostinskega obrata**

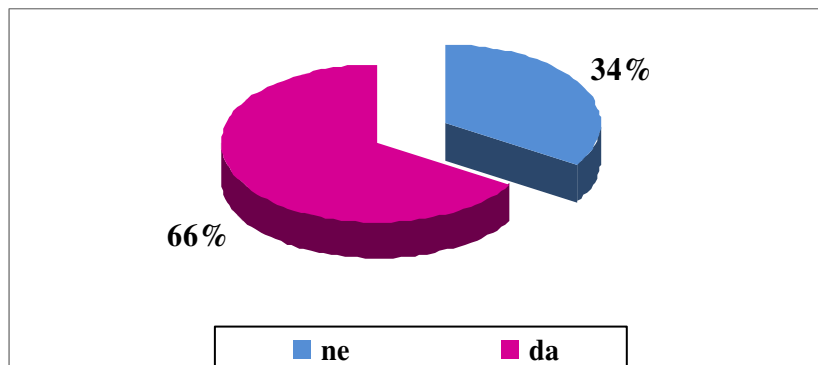
Vir: Anketiranje, februar 2010.

Z grafa št. 11 in iz tabele št. 11 (v prilogi št. 2) je spoznati, da se vsem anketirancem zdijo lepo pripravljen pogrinek, dobra hrana in vrhunska ponudba vin ogledalo gostinskega obrata.



## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

### IX. Ali pogosto potujete?



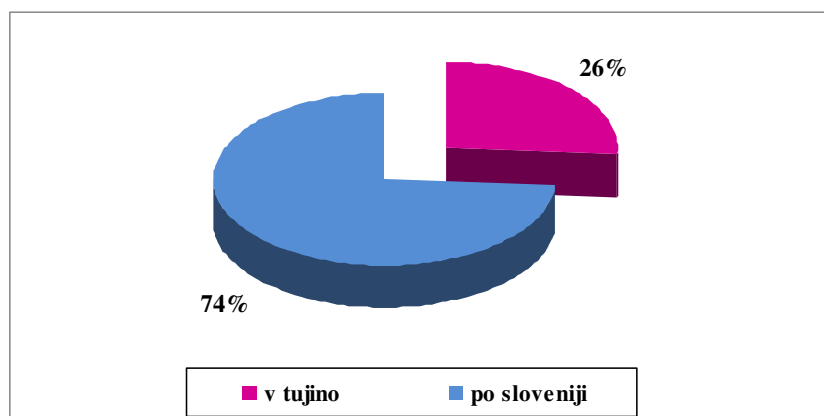
**Graf 11: Pogostost potovanj anketirancev**

Vir: Anketiranje, februar 2010.

Z grafa št. 12 in iz tabele št. 12 (v prilogi št. 2) je bilo prebrati, da večina naših anketirancev pogosto potuje.

Pogosto potuje 66 % anketiranih, 34 % pa jih ne potuje prav dosti.

### X. Nam lahko zaupate, kam se največkrat odpravite na potovanje?



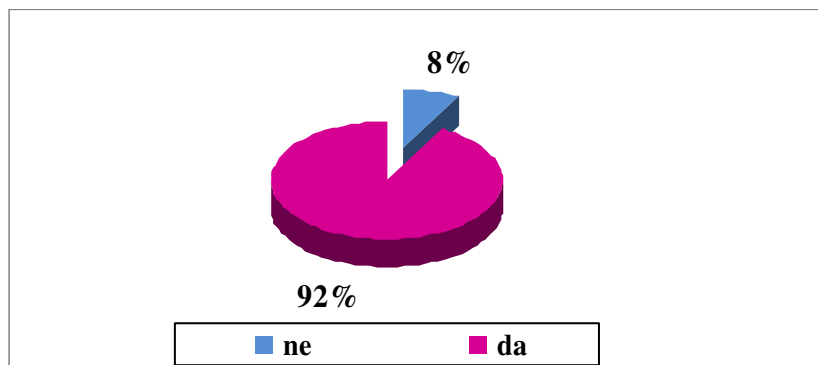
**Graf 12: Ugotavljanje, ali turisti potujejo po Sloveniji ali tujini**

Vir: Anketiranje, februar 2010.

Z grafa št. 14 in iz tabele št. 14 (v prilogi št. 2) je ugotoviti, da večina anketiranih, to je 74 %, največkrat potuje po Sloveniji. 26 % pa jih potuje v tujino.

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

XI. Ali sta hrana in pijača v kraju, ki ga obiščete, za Vas velikega pomena?



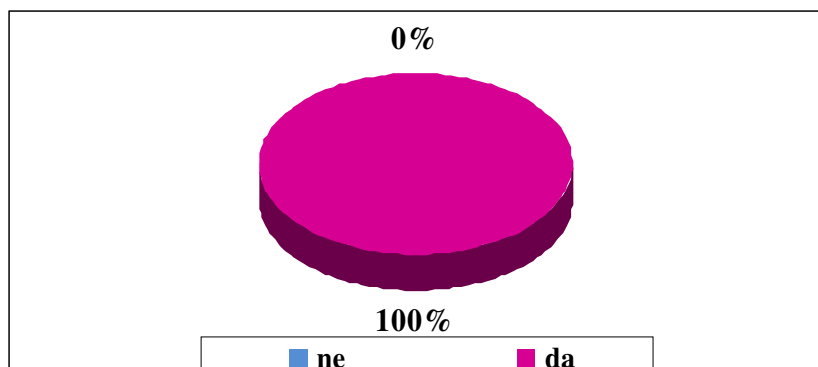
**Graf 13: Pomen hrane in pijače v kraju obiska**

Vir: Anketiranje, februar 2010.

Z grafa št. 14 in iz tabele št. 14 (v prilogi št. 2) razberemo, da sta skoraj vsem anketirancem hrana in pijača zelo pomembni.

Tistih, ki tako menijo, je bilo 92 %, 8 % pa to ni pomembno.

XII. Ali menite, da je potrebno organizirati več izobraževanj v zvezi s trajnostnim razvojem turizma?



**Graf 14: Potreba po več izobraževanjih v zvezi s trajnostnim razvojem turizma**

Vir: Anketiranje, februar 2010.

Z grafa št. 15 in iz tabele št. 15 (v prilogi št. 2) spoznamo, da so vsi anketiranci istega mnenja, da je potrebno organizirati več izobraževanj v zvezi s trajnostnim razvojem turizma.

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

### 5.4.7 Rezultati ankete in interpretacija rezultatov

**Hipoteza št. 1:** »Prebivalci, obiskovalci oziroma anketiranci menijo, da je turizem razvojna priložnost Slovenije.«

Hipotezo št. 1 v celoti potrjujemo, saj so se anketirani enotno odločili, da je turizem pomembna razvojna priložnost Slovenije. Iz rezultatov ankete je možno sklepati, da se prebivalstvo vedno bolj zaveda pomembnosti svojega okolja, da smo skupaj s turizmom tudi sami bolj vidni širšemu svetu.

**Hipoteza št. 2:** »Prebivalci, obiskovalci oz. anketiranci NE poznajo pomena besede trajnostni razvoj turizma.«

Hipotezo št. 2 potrjujemo, saj je le 72 % anketirancev izjavilo, da poznajo pomen trajnostnega razvoja turizma, ostalih 28 % anketirancev pa je izjavilo, da še nikoli niso slišali za pomen besede trajnostni razvoj turizma.

**Hipoteza št. 3:** »Mnogi prebivalci, obiskovalci oz. anketiranci pojma »gastronomija« ne poznajo.«

Hipotezo št. 3 delno potrjujemo, saj je 56 % anketirancev izjavilo, da pojma gastronomija ne poznajo, 44 % pa se jih še predobro zaveda, da je v pojem vključena tako povezava hrane kot pijače.

**Hipoteza št. 4:** »Zanimanje prebivalcev, obiskovalcev oz. anketiranih za tradicionalno ponudbo hrane in pijače posameznega kraja je veliko.«

Hipotezo št. 4 v celoti potrjujemo, saj so anketiranci večinoma potrjevali, da je za njih ključnega pomena tradicionalna hrana ter pijača kraja, ki ga obiščejo. Le 8 % anketirancev je izjavilo, da jim je vseeno, kakšno gastronomsko ponudbo nudi posamezni kraj.

**Hipoteza št. 5:** »Vsi prebivalci, obiskovalci oz. anketirani se zavedajo, da je lepo pripravljen pogrinjek, dobra hrana in vrhunska ponudba vin ogledalo gostinskega obrata, kraja in posledično ogledalo cele Slovenije.«

Hipotezo št. 5 v celoti potrjujemo, saj so se anketiranci enotno odločili, da je lepo pripravljen pogrinjek, dobra hrana in vrhunska ponudba vin ogledalo gostinskega obrata, kraja in posledično ogledalo cele Slovenije .

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

### INTERVJU

**1. Najprej se nam na kratko predstavite in povejte, kakšna je vaša vloga v podjetju in kako dolgo že opravljate to delo?**

Sem Sašo Topolšek, enolog, zaposlen v vinski kleti od leta 1995 kot enolog.

**2. Ali poznate pomen trajnostnega razvoja turizma in ali se vam zdi, da je gastronomija (hrana in vino) povezana s turizmom in zakaj?**

Trajnostni razvoj turizma je zelo pomemben za vsak kraj, ki bi rad ponudil kvalitetne turistične storitve. Gastronomija mora biti povezana s turizmom, saj je to pomemben del naše kulturne dediščine. Predvsem bi se moralo prav na tem področju narediti kaj več in tako gostom in turistom ponuditi celovito turistično ponudbo.

**3. Kako se imenuje vaš vinorodni okoliš, kakšna sta tukaj prst in podnebje, katera vina so najbolj značilna za ta okoliš?**

Vinorodna dežela Podravje, vinorodni okoliš Štajerska Slovenija, Mariborski podokoliš, ožji okoliš Konjice, vinorodna lega Škalce. Kontinentalno podnebje, kjer se mešata vpliva alpske in panonske klime. Peščeno ilovnata tla. Bela vina: Renski rizling, Laški rizling, Traminec, Sauvignon, Sivi pinot, Chardonnay, Beli pinot, Rizvanec. Rdeče sorte: Modra frankinja, Modri pinot.

**4. Se vam zdi, da bi v turistični ponudbi vašega kraja morali dati še več poudarka gastronomiji in zakaj? Katere so tipične tradicionalne jedi tega kraja?**

Bilo bi potrebno zaradi lažjega in učinkovitejšega podajanja naše zgodovine, zgodb, načina življenja, katerih pomemben sestavni del je velikokrat ravno lokalna gastronomija.

V našem kraju, kot v naši kleti Zlati grič, se na tem področju že trudimo, da sledimo trendu trajnostnega razvoja kraja, gostinske ponudbe in s tem posledično vsekakor želimo, da bi se naši gostje k nam radi vračali in pri nas doživeli izjemne trenutke.

**5. Katere so tiste pomanjkljivosti v gastronomiji in turizmu, ki ste jih skozi bogate delovne izkušnje opazili in menite, da bi jih bilo potrebno še dopolniti – izboljšati?**

Premalo je organiziranosti in zavedanja, kaj imamo in na kakšen način to ponuditi. Izobraževanja so tista, ki bi lahko še pripomogla k organizaciji celostne turistične ponudbe. Veliko bi bilo potrebno storiti še na prepoznavanju tipičnih jedi posameznega kraja ter te povezati z vini tistega vinorodnega okoliša. Tudi poznavanje tujih jezikov ima velik pomen, saj imamo veliko tujih gostov in turistov, ki so željni obiskov našega kraja ter pokušin naših dobrot. Slovenija je zelo bogata z vini in ima lepo tradicijo, katero bi bilo potrebno še bolj poudariti.

**6. Ali menite, da bi bilo potrebno izvesti tudi kakšno izobraževanje na področju gastronomije, vin in kulture pitja vina, turizma, trženja in znanja tujih jezikov in zakaj?**

Potrebno bi bilo izobraževanje na vseh področjih in nenazadnje spremljanje turizma v drugih turističnih deželah. Že prej sem omenil, da je vizija trajnostnega razvoja naravnana tako, da povzame posamezna področja globalno in jih združi v celoto. Vsa vaša našeta področja na nek način že izvajamo, pa vendar bi bilo potrebno to izvajati še bolj, bolj celovito in bolj med

## **KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA**

seboj povezano, z zastavljenimi cilji in željo, da posledično navzven promoviramo Slovenijo z vsemi njenimi lepotami, tako krajevnimi, kot kulinaričnimi. Lepo pripravljeno omizje, dobra hrana in vrhunsko vino sta vedno ponos vsakega gostinskega obrata, posledično pa promovirata Slovenijo navzven.

### **5.4.8 Vizija razvoja trajnostnega turizma v Slovenskih Konjicah**

Slovenske Konjice so urejeno evropsko izletniško mesto, ki je znano po kakovostni turistični in gostinski ponudbi.

Vizija trajnostnega razvoja turizma v tem kraju bo temeljila na lokalnih možnostih, ki bodo hkrati nadgradnja in dopolnitev ponudbe okoliških turističnih območij.

#### **Projekti, ki so si jih zastavili:**

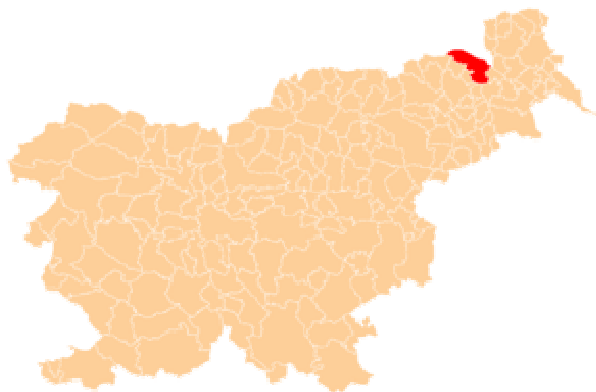
- Revitalizacija starega mestnega jedra
- Razvojni program za Žičko kartuzijo in dolino sv. Janeza
- Pritegnitev investitorjev in ureditev Kartuzije
- Ureditev območja Škalc v vrhunsko turistično točko
- Izdelava celostne podobe, spletne strani ter rezervacijskega sistema v povezavi s širšim območjem
- Izgradnja adrenalinskega parka na območju občine
- Ureditev prenočitvenih kapacitet za mlade
- Komunalna in informacijska infrastruktura

Glede na to, da so Slovenske Konjice zelo obiskana turistična destinacija in da zelo dobro sodelujejo s sosednjo občino Zreče, ki je prav tako turistična, je tovrstno sodelovanje z vidika trajnosti še kako pomembno.

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

### 5.5 Vinska klet Radgonske gorice, d. d.

#### 5.5.1 Zgodovina, kulturne znamenitosti in tradicija kraja



#### Fotografija 26: Občina Gornja Radgona

**Gornja Radgona** (nemško Oberradkersburg, madžarsko Felsőregede, prekmursko Gorenja Radgonja) je slovensko mesto ob meji z Avstrijo, sedež istoimenske občine, župnije in upravne enote. Leži na desnem bregu Mure ob magistralni cesti Murska Sobota – Maribor.

Gornja Radgona je nastala na pobočju Grajskega griča (265 m); od tod tudi ime »Gornja«. Pred letom 1918 je bila upravno povezana z danes avstrijsko Radgono (nemško Bad Radkersburg); leta 1907 je postala trg, po letu 1945 pa mesto. Slovenijo in Avstrijo povezuje čez Muro »most prijateljstva« iz leta 1969, ki je mednarodni mejni prehod.

Gornja Radgona ima pretežno kmetijsko zaledje z razvito vinogradniško industrijo. V mestu vsako leto organizirajo radgonski kmetijski sejem, največjo tovrstno prireditev v Sloveniji. V mestu je sedež podjetja Radgonske gorice, ki ima v Radgonsko-Kapelskih goricah nad 320 ha vinogradov, v mestu pa klet za 2,6 milijona litrov vina. Tu je že leta 1852 domačin Alojz Klenošek izdeloval peneče se vino, leta 1882 pa je švicarski priseljenec Clotar Bouvier ustanovil podjetje za izdelovanje šampanjca iz domačega vina po francoskem načinu.

Na Šlebingerjevem bregu številka 14 uspeva ena najdebelejših in najstarejših trt v Sloveniji. Glavno deblo z obsegom 72 cm sestavljajo 4 po cepljenju med seboj združena stebila.

V radgonskih kletih na leto napolnijo okrog 300.000 steklenic zlate penine, ki jo pridobivajo na klasični način, in srebrne penine, ki jo proizvajajo na industrijski način. Med pridelanimi tihiimi vini ima posebno mesto dišeči traminec, najbolj uveljavljena blagovna znamka pa je kakovostno, »od sonca razvajeno« vino janževce.

Najdbe in sledovi neolitske naselbine na Grajskem griču pričajo o obstoju v času kulture žarnih grobišč. Najdišča pri opekarni govorijo o domnevi, da je stalo tu manjše rimsko naselje. Župnija je spadala pod salzburški patronat in je bila ustanovljena v dobi Spanheimov v prvi polovici 12. stoletja.

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

Sama zgodovina Gornje Radgone sega v 12. stoletje, saj je nastalo naselje pod Ratigojevim gradom. Kralj Otokar II. Premysl je po letu 1265 na Murinem otoku ustanovil sedanjo Radgono, ki se omenja leta 1265 kot trg in leta 1299 kot mesto, stara naselbina pa se je spremenila v njeno predmestje. Gornja Radgona je nastala na pobočju Grajskega griča (265 m) in pomola Slovenskih goric. Zaradi pomembne lokacije pri reki Muri je bilo naselje v 12. in 13. stoletju skupaj z Radgono večkrat prizadeto zaradi napadov Madžarov, v 15. in 16. stoletju pa zaradi turških vpadov. Velika nadloga v začetku 18. stoletja so bili Kruci.

Leta 1605 je hudo narasla Mura in prizadela obema Radgonama ogromno škode, kugo pa je doživljala domala vsaka generacija. Najhuje je bilo leta 1680, ko je ostalo mnogo hiš brez stanovalcev.

Na lahni vzpetini pri opekarni so bile vislice, ki so jih odstranili šele leta 1800.

Gornja Radgona je postala leta 1907 trg, po zadnji vojni pa mesto. Pred letom 1918 je bila upravno povezana z Radgono. Star leseni most med Radgonama so po izredno hudem zimskem mrazu februarja 1929 ob odjugi nakopičene gmote ledu uničile. Drugi leseni most, pa je bil zgrajen šele leta 1932. Ugodna geografska lega, medsebojni gospodarski stiki (sodelovanje obeh strani pri ubranitvi pred poplavami, požarih, pomembni tranzitni stiki) so narekovali skupno graditev mostu, ki sta ga junija 1969 slovesno odprla jugoslovanski predsednik Tito in takratni predsednik avstrijske republike Jonas. O tem priča tudi spominska plošča na ograji mostu.

Med slovensko osamosvojitveno vojno je bil radgonski mejni prehod prizorišče večjega spopada.

Dvorec

Šahenturn

Dvorec Šahenturn je bil sedež deželne knežje gosposčine. Njegov nastanek in zgraditev je datiran z letnico 1466, ko je bil Štefan Schak oskrbnik deželnega knežjega urada, po katerem je dvorec tudi dobil ime – Schachenamt in pozneje Schachenturn. Bil je strelski dvorec, kakršnih je bilo v teh krajih veliko. Potem se je menjalo veliko oskrbnikov in lastnikov.



**Fotografija 27: Gornja Radgona - dvorec Šahenturn**

Za časa cesarske Avstrije so tu služili vojaški rok – 97. pešpolk – možje slovenskega Primorja in Istre. Opremljali in vadili so jih za fronto, strelske vaje so bile v gozdni poseki nad Lomanoši.

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

Zadnja lastnica, do konca druge svetovne vojne, je bila grofica Fünfkirchen, ko je dvorec postal državna last in se je uporabljal kot kasarna za nastanitev graničarjev. Po letu 1991 je dvorec ostal nenaseljen.

### Hiša dr. Franca Simoniča in dr. Janka Šlebingerja

Ob vznožju grajskega hriba pri cerkvi sv. Petra stoji hiša, v kateri je živel dr. Franc Simonič, zgodovinar in slavist, ki je s svojim bibliografskim delom uredil slovensko knjižno žetev od prve Trubarjeve knjige iz leta 1550 do leta 1900 in jo pri Slovenski Matici v Ljubljani izdal kot Slovensko bibliografijo.

Tu je živel tudi, ko je postal Simoničev zet, dr. Janko Šlebinger, vodilni slovenski bibliograf, ki je po letu 1945 na novo usmeril Narodno in univerzitetno knjižnico v Ljubljani in osnoval bibliografski oddelek, brez katerega si danes skoraj ni mogoče zamisliti znanstveno neoporečnega raziskovanja slovenske preteklosti.

### Prazgodovinsko gomilno grobišče

Gomile so način pokopavanja v halštatski kulturi (750 – 450 pr. n. št.) in so družinsko-rodovnega tipa, v katere se je pokopavalo več generacij, vsaka pa je imela svoj grob prvaka. Pokopavali so v krstah, tangencialno okoli središča. Pomembne grobove so pogosto pokrili s težkimi kamnitimi ploščami in kamenjem. Grobni pridatki so bili pokojnikove noše ali oborožitve, lahko tudi statusni znaki. K nogam pokojnika so polagali keramične posode s popotnico v posmrtno življenje.

Takšni pokopi kažejo na trden, duhovno-religiozen svet, ki je stoletja povezoval celotno skupino. Izjema so bili žgani pokopi, ko so truplo sežgali in pokopali ostanke (kosti), na katere so položili pridatke.

**Cerkev sv. Petra** je bila za bogoslužje določena po letu 1545, ko so na grajskem griču podrli cerkev sv. Ruperta in sedež prenesli v mesto Radkersburg. Cerkev se prvič omenja leta 1466, sedanja stavba pa je iz leta 1813, ko je bila zgrajena v glavnem nova stavba, saj je od prejšnje ostala le križeva kapela in cerkveni zid stolpa. Od prejšnje ima obratno lego. Zgrajena je v romanskem slogu, konec 19. stoletja pa je bila še povečana in prenovljena. V vojni leta 1991 je bil uničen zvonik, ki je bil postavljen na novo, in leta 1993 je bila obnovljena celotna zgradba.

V fasado ima cerkev vzdano postgotsko razpelo in troje figuralnih nagrobnikov iz prve polovice 17. stoletja. Notranjost cerkve je še kar bogata in poFotografijana s freskami. Spomenik ECCE HOMO (glej človek) je bil postavljen pri mostu, 26. maja 1726. V letu 1975 je bil premeščen na sedanjo lokacijo. Na podstavku stoji šesterokotni steber, katerega vrh zaseda kip Kristusa s trnjevo krono na glavi.



## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA



**Fotografija 28: Gornja Radgona - cerkev sv. Petra**

### Stari Špital

Ustanavljanje »špitalov« v začetku srednjega veka se pripisuje cerkvenim fevdalcem in samostanom. Nastajali so ob mestnih vratih ali celo zunaj mestnega obzidja. Zavetje so tu našli tujci (hospites), domači reveži, bolni in siromašni ter starci in invalidi. Dobivali so primerno hrano in ležišče.

Prvi podatki o obstoju špitala v Radgoni so iz leta 1438, ki so ga v predmestje, k cerkvi sv. Petra prenesli leta 1614. Dohodki so pritekali iz "špitalskega" posestva, ki pa je bilo leta 1768 po naročilu vlade prodano. Fotografija



**Fotografija 29: Gornja Radgona - Stari Špital**

Zgradba iz 2. polovice 14. stoletja je po arhitekturni zgradbi edinstvena v Sloveniji. V pritličju in nadstropju ima poleg drugih prostorov po eno dvorano. Oboki zgornje dvorane počivajo na štirih toskanskih stebrih. Pritlična dvorana, ki je bila kapela, se polkrožno odpira

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

v oltarno apsido in tako izstopa iz tlorisnega pravokotnika stavbe. Arhitekturno zanimiva je tudi lesena (macesen) strešna konstrukcija.

### Radgonsko-kapelska vinska turistična cesta

Nad dolino slatinskih izvirov Od Apaškega do Radenskega polja se med rekama Ščavnico in Muro razprostirajo položna pobočja Radgonsko-Kapelskih goric. Na vrhovih od Hercegovščaka in Polic prek Črešnjevcev, Aženskega Vrha, Zbigovcev, Orehovskega in Ivanjševskega Vrha do Janževega, Radenskega in Kapelskega Vrha so viničarji z rigolanjem ustvarili prav posebna tla za imenitna vina. Nekoč so vina radi mešali s slatinami. Poleg slavnih vrelcev v Radencih je v dolini Ščavnice še cela vrsta "divjih" slatin, toda vina Radgonsko-Kapelskih goric so danes tako plemenita, da bi jih bilo pregrešno mešati z vodo.

Vino na poti: specialna sorta, ki zgodaj zori in lepo diši, Radgonsko-Kapelske gorice so zibelka avtohtone radgonske ranine. Sorta, ki so jo na začetku 20. stoletja odkrili radgonski viničarji, je odlična za predikatna vina. Prvi vitez teh goric pa je zagotovo traminec, iz katerega kletarji ustvarjajo svojevrstno aromatično vino. V zbirki vrhunskih sortnih vin so še renski in laški rizling, sauvignon in sivi pinot, posebnost pa je tudi zvrstno vino janževca. Od sonca razvajeni janževca je tako priljubljen, da ga vsako leto spravijo kar v 2 milijona steklenic. Radgonsko-Kapelske gorice se ponašajo tudi z najstarejšo znano šampanjsko kletjo v Sloveniji. V njej že od leta 1852 po klasični šampanjski metodi pridelujejo zlato radgonsko penino, ki z iskričastostjo navdihuje legende.

V Gornji Radgoni si je mogoče ogledati mogočno šampanjsko klet, klet Pod rimskim kolesom in klet Pod slapom, ter arhitekturno edinstveno zgradbo v Sloveniji – mestni Špital. Na Janževem Vrhu je razstavljena stara preša in vinogradniško orodje, v Kapeli pa je nedaleč od znamenite cerkvice sv. Magdalene Kapelska vinska klet. V dolini Ščavnice so izviri budišakove in leljakove slatine, v Stavešincih izvir stavešinske slatine, pri Ivanjševcih pa izvir ivanjševske slatine in mofeta, ki zaradi uhajanja ogljikovega dioksida šumi in sika. Na levem bregu Mure so izviri petanjske slatine, v Radencih, ki so s svojimi tremi srci znane po vsem svetu, pa je muzej s prikazom pridobivanja slatinskih vod. O preteklosti teh krajev pričajo Radgonski grad, Negovski grad, Meinlov grad v Črncih na Apaškem polju, Kunejev grad na Noričkem Vrhu z izjemno urejenim parkom, Koratov grad v Črešnjevcih, Atilov grob na Kapelskem Vrhu ... Pokrajina vabi z naravnimi posebnostmi in znamenitostmi – v Spodnji Ščavnici je več kot 400 let star Niderlov hrast, posebna znamenitost pa je Negovsko jezero, zavarovan naravni spomenik. Jezero je nastalo z zajezitvijo 14 grajskih ribnikov, v njem pa med drugim uspevata vodni orešek in beli lokvanj. Mulj iz jezera je naravno zdravilno sredstvo v zdraviliščih Radenci in Moravske Toplice. Obmejna panoramska pot, Trstenjakova pot ter mnoge kolesarske poti vodijo do prijaznih kleti, vinotočev in turističnih kmetij. Poleg domače kapljice vam tod ponudijo izvrstne jedi – gobove juhe, ocvirke, meso iz tunke, domače klobase, kruh iz krušne peči, zaseko, kvasenice in gibanice. Priložnosti za srečanja je dovolj na številnih tradicionalnih etnografskih, kulturnih in športnih prireditvah.

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

### 5.5.2 Geografske značilnosti kraja

Gornja Radgona spada v severovzhodno Slovenijo. Leži v predelu subpanonske Slovenije, katera je površinsko največja makroregija (slaba četrtnina ozemlja in domala ena tretjina vsega prebivalstva). Prevladujejo gričevja in ravnine, vmesni hribi pa so osamljeni. Pri tej členitvi slovenskega ozemlja na makroregije nismo posebej izločili prehodnih pokrajin, ki so na stiku dveh makroregij (npr. Celjska kotlina, Kozjansko, porečje Mirne, Gorjanci, Bela krajina itd. )

**Zmerno celinsko podnebje** je značilno za večji del Slovenije, kamor spadajo tudi Slovenske Konjice. Povprečne temperature najhladnejšega meseca so nižje od 0 °C. Na vzhodnem delu tega podnebja se pojavlja že poletni višek padavin, ki je značilen za podnebje celinske Evrope. Zime so precej hladne, poletja precej vroča.

### 5.5.3 Gastronomsko turistična ponudba kraja



**Fotografija 30: Domen z direktorjem vinske kleti Radgonsko - kapeljske gorice**

Po avtocesti smo pot nadaljevali proti Vinski kleti Radgonske gorice, kjer nas je tudi čakal zelo lep sprejem. Spoznali smo direktorja kleti Boruta Cvetkoviča, poklepetali smo o novih trendih gastronomije in turizma, o vinu in kulturi pitja vin.

Potem smo skupaj z Andrejo Novak, animatorko, in Gorazdom Kovačičem, tehnologom, odšli proti degustacijski kleti. Pridelovalec vin Radgonske gorice, d. d., ima na večih lokacijah v grajski grič vzdanih več (tudi turističnih) kleti. Poslovni prostori in uprava so v veliki zeleni stavbi, spodaj pa je degustacijska klet.

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA



**Fotografija 31: Vinska klet - uprava**

Gospa Andreja nam je povedala, da njihova turistična ponudba zajema tudi turistični vlakec, ki goste in turiste popelje med vinograde Radgonskih gorc.



**Fotografija 32: Vhod v degustacijsko klet**

Ob vstopu v klet je bilo opaziti veliko miz in klopi. Tukaj smo strokovnjakoma zastavili kar nekaj vprašanj in izvedeli, kako klet sodeluje z mestno občino Gornja Radgona, skratka kako se povezuje kraj kot takšen z gastronomijo in s turizmom. Povprašali smo, katere so znane tipične jedi za ta kraj in kakšna so optimalna druženja njihovih vin s temi jedmi.

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

Povedali so nam, da imajo v njihovi kleti velikokrat naročene degustacije domačih in tujih gostov, degustacija pa poteka skupaj z različnimi zgodbicami in domislicami, ki dodatno animirajo goste. Pokazali so nam vinsko trto ranino, ki je avtohtona sorta za ta okoliš.



**Fotografija 33: Degustacijska klet**

Predstavili so nam tudi več vin, ki jih pridelujejo iz te vinske trte. Prevezela nas je steklenica v obliki violine, v kateri je suhi jagodni izbor trte ranina.



**Fotografija 34: Izbor vin za degustacijo**

Zunaj smo si ogledali rast trte modre kavčine ali žametne črnine, potomke 400 let stare trte.

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA



**Fotografija 35: Trta žametna črnina pred vinsko kletjo**



**Fotografija 36: Modra kavčina ali žametna črnina**

Pot smo nadaljevali proti šampanjski kleti, kjer pridelujejo Zlato radgonsko penino po klasični metodi. Povedali so nam, da je bistvo klasične metode dolgotrajno vrenje in dozorevanje penečega vina v steklenicah.

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA



**Fotografija 37: Šampanjska klet**

Zanimivo je bilo izvedeti, da v kleti Gornja Radgona traja priprava penine najmanj 2 leti, in sicer z originalno klasično šampanjsko metodo, katere začetek sega v Gornji Radgoni že v leto 1852.



**Fotografija 38: Hranjenje peničih se vin**

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA



**Fotografija 39: Mali muzej v vinski kleti**

Nato smo pot nadaljevali proti kleti Pod slapom. Domnu so dovolili, da je odklenil velika lesena vrata.



**Fotografija 40: Vhod v vinsko klet Pod slapom**

Že na daleč smo opazili slap, ki teče iz skale grajskega hriba, in je pritok reke Mure. Slap je nenavadna atrakcija in zanimivost te kleti. Opozorili in pokazali so nam, da je ta klet s tunelom povezana z buteljčno kletjo Pod rimskim kolesom. V obeh izjemnih kletih skupaj hranijo 120.000 steklenic različnih vin, penin in predikatov.



## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA



**Fotografija 41: Slap, pritok reke Mure v vinski kleti**



**Fotografija 42: Ogled kleti z najstarejšimi arhivi**

V teh prostorih vinske kleti smo si ogledali najstarejše arhivirano vino, to je Zlata radgonska penina suha, letnik 1979.

Zbrali smo vse informacije in prejeli vina v degustacijske namene, ki jih bomo predstavili z željo, da poudarimo, kako pomembna sta druženje gastronomije in turizma, da si gostje resnično želijo dobro hrano in vrhunska vina, ki so tipična za okoliš, kjer se nahajajo. Vsekakor pa smo opazili tudi malo trgovino, v kateri smo lahko kupili vsa vina in penine

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

radgonske kleti. Marjeta Babič nam je tudi povedala, katere sorte vin in katere penine gredo najbolj v prodajo.



**Fotografija 43: V prodajalni vin**

### 5.5.4 Ponudba vin

#### **PENINE:**

#### **Zlata radgonska penina**



je prvo slovensko peneče vino, pripravljeno po znamenitem francoskem postopku z vrenjem v steklenicah. Iznašel ga je menih Don Perignon v francoski provinci Champagne. Temu postopku pravimo danes klasična metoda ali tudi tradicionalna metoda priprave penine. Traja 2–3 leta.

V Radgoni smo odkrili, da se je "Kleinošekova štajerska penina" prvič prodajala 1852. leta. Bleiweisove novice so o tem pisale 1853. leta, ko so prvič uprizorili Traviatto.

Zorenje v starih radgonskih kletih, v steklenicah, v temi, v podzemni tišini ustvari zlate mehurčke, s katerimi krasimo velike in male dogodke ...

**Fotografija 44: Zlata radgonska penina**

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

### 150 let

V svojih kletah polnimo zlato radgonsko penino po klasični metodi že od leta 1852, ime Štajerska penina je bilo namreč takrat objavljeno v Bleiweisovih novicah.

Ko je zlata radgonska penina slavila 150 let, smo ob tem visokem jubileju napolnili posebno penino v lično steklenico in jo opremili z darilnim kartonom, na katerem je izvleček iz Bleiweisovih novic.

Ta posebna penina je za vse tiste, ki zlato radgonsko penino poznajo in uživajo ob njenih iskrecih se mehurčkih.

### Srebrna Radgonska penina



je peneče se vino, pripravljeno z vrenjem v velikih jeklenih posodah. Iznašel jo je Francoz Charmat. Zato se tudi ta način proizvodnje imenuje metoda charmat.

V Gornji Radgoni pripravljamo dve vrsti srebrne radgonske penine – suho in polsuho. Osnovna vina so laški rizling, šipon in chardonnay. Je živahno, mlado in harmonično peneče se vino.

Kako je vse lepše,  
ko gledam srebrne iskre.  
V penini, ki teče  
v obliki srebrnih valov!

Tako Francozi hvalijo svoje vino in tako imenujejo tiste penine, ki niso bile pripravljene v pokrajini Champagne.

### **Fotografija 45: Srebrna radgonska penina**

### Rose

**Opis vina:** Vino je čebulne barve, obstojne pene s finimi in drobnimi mehurčki. Ti so vir naravnega CO<sub>2</sub> in izvirajo iz ene točke na dnu kozarca. V obliki verižic potujejo proti površini, se povezujejo in tvorijo všečno ogrlico. Eleganten saden vonj spominja na višnje, rdeče slive, maline, ali celo na jagode. Penina je lepo pitna, z rahlo

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA



**Fotografija 46: Rose**

poudarjeno kislino. Večletno zorenje na kvasovkah daje penini rose dovršeno aromo klasične metode. Penina je bogatega telesa in prijetne svežine. Sadnost v okusu in skladnost vinskih spojin dopolnjujeta penino rose v zrelo harmonično celoto. Primerna je za večletno staranje.

### Gold



**Fotografija 47: Gold**

Vino je rumene barve, obstojne pene s finimi in drobnimi mehurčki. Ti so vir naravnega CO<sub>2</sub> in izvirajo iz ene točke na dnu kozarca. V obliki verižic potujejo proti površini, se povezujejo in tvorijo vsečno ogrlico. Gladek in obstojen vonj izžareva vse bogastvo klasične proizvodnje penin. Sadne arome so odraz večletnega zorenja na kvasovkah. Prevladuje vonj po lupinastem sadju, praženih mandeljnih in lešnikih. Prefinjen okus, dovršenost in skladnost vinskih sestavin je rezultat dolgoletne tradicije proizvodnje penin po klasični metodi. Penina ima krepko telo, kislina je prijetna. Penini se ob degoržiranju dodajo delci 22 karatnega zlata.

### Radgonski biser

Vino je zelenkaste barve z rumenim odtenkom. Umirjeno iskrenje in blago obstojna pena je odraz naravnega vrenja. Vinski vonj z diskretno in nevsiljivo sadno noto; lahkoten in svež. Osvežujoče vino z nizko vsebnostjo CO<sub>2</sub> in poudarjeno pitnostjo. Vino je za sprotno porabo in ni primerno za staranje.

### Pino

PINO je kakovostno peneče vino pripravljeno po metodi Charmat s sekundarno fermentacijo v visokotlačnih cisternah. Sekundarna fermentacija je potekala ob dodatku francoskih kvasovk sev Bayanus. Penina je po končani fermentaciji na kvasovki odležala še nekaj mesecev. Pripravljen je iz osnovnega vina, ki ga predstavlja sorta modri pinot, kar mu daje rubinasto rdeč odtenek.

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

Po okusu se uvršča med polsuhe penine in vsebuje okrog 30 g/l ostanka reducirajočih sladkorjev, 6,75 g/l titracijske kisline in 11,5 Vol % alkohola. Srednje intenzivno izražena sadna nota rdečega sadja (jagode, češnje in maline) ima za posledico prijeten vonj. Enako kot v vonju, tudi v okusu prevladuje omenjeno rdeče sadje.

Prijetna svežina je rezultat harmonije med ostankom sladkorja in kislino ter številnimi drobnimi mehurčki.

### MIRNA VINA

#### Traminec



Vino je sijoče zlato rumene barve in precej gosto. Obstoje in intenziven vonj spominja na divje vrtnice. Vino širokega telesa z dolgim odhodom. Reducirajoči sladkor in bogata kislinska sestava dajeta temu tramincu harmonijo v okusu. V vsej svoji veličini razkriva prepoznavne sortne značilnosti in značaj našega vinorodnega področja. Vino je primerno za nekajletno staranje.

Fotografija 48: Traminec

#### Janeževce

Vino je rahlo zlato rumene barve. Prijetna cvetica vegetativnih arom spominja predvsem na jabolka, limone ... Janeževce je odlično mešano vino, kjer izstopa laški rizling. Polsuhi harmoničen okus s prijetno svežino je rezultat mešanja sort laški rizling, šipon, renski rizling in sauvignon. Vino je primerno za kratkoročno staranje.

#### Tigrovo vino

Vino je zlato rumene barve z zelenkastim odtenkom. Prisotno je rahlo iskrenje s posameznimi mehurčki CO<sub>2</sub>. Nežen in svež saden vonj spominja na južne sadeže. Je trajen in obstojen. Vino poudarjene svežine, ki je odraz vsebnosti CO<sub>2</sub>. Preostanek reducirajočega sladkorja in vsebnost kislin dajeta vinu potrebno harmonijo.

**Temperatura serviranja: 8–10 °C.**



## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

**Enolog priporoča:** aperitiv, lahke zelenjavne jedi, polmastni in mastni siri, specialni kruhi s sadjem.

### Fotografija 49: Tigrovo vino

#### LINIJA RADGONA

Vina linije Radgona so moderen tip vin, ki zadovoljuje potrebe sodobnega potrošnika. Pri pridelavi smo upoštevali sodobne tehnologije proizvodnje, obenem pa tudi tradicijo kleti Radgonskih goric. V sortimanu so tako zajete značilne sorte okoliša. To je naša avtohtona sorta radgonska ranina in trenutno svetovno najbolj popularni sorti sivi pinot in sauvignon.

Vina so pridelana iz grozdja, katero je zorelo na prisojnih legah vinogradov Radgonskih goric. Predelava grozdja in kasneje mošta ter vina je potekala v reduktivnih pogojih brez prisotnosti kisika. Tako želimo v vinu zadržati čimveč sortnih arom, katere prinaša grozdje. Drugi zelo pomemben dejavnik v predelavi pa je fermentacija, ki poteka v kontrolirani atmosferi pri nizkih temperaturah ob dodatku selekcioniranih kvasovk. Rezultat takšne pridelave so sveža, sadna vina s poudarjeno sortno aromo.

#### Ranina, Sivi pinot, Sauvignon

#### LINIJA CICONIA

Ciconia je prestižna znamka mirnih vin iz naše kleti.

Sorte uspevajo na točno določenih najboljših vinogradniških legah. Vso pozornost posvečamo pravočasnemu in strokovnemu delu v vinogradih. Kriteriji za tehnološko zrelost grozdja so zelo visoki in jih določamo na podlagi analitičnih podatkov grozdnih jagod v fazi zorenja. Pridelki so omejeni do 2 kg na trto, grozdje je popolnoma zdravo, ročno trgano in vrhunske kakovosti. Pri predelavi grozdja in šolanju vina težimo k čim manjši prisotnosti zraka v prid aromatičnih spojin. Del vin zori na zdravih vinskih drožeh v novih hrastovih barrique sodčkih najmanj 18 mesecev, del pa v nerjaveči posodi. Filtracijo vina izvedemo le enkrat tik pred stekleničenjem.

Vina so krepkega telesa, bogata, ekstraktna in prijetnega sadnega okusa. Število zvezdic na etiketi pove, kako je bilo vino negovano. S petimi zvezdicami so označena vina po barrique tehnologiji, s tremi pa v nerjaveči posodi. Kreativnost enologa da vinu prepoznavnost in značaj.

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

### Traminec, Modri pinot, Ranina

#### POSEBNE POLNITVE

Predikati pozne trgatve

Pozno trgatev trgamo pozneje kot normalne trgatve. V tem času grozdje poveča odstotek sladkorja. Plemenita grozdna gniloba, ki se razvije na jagodah, pa da posebno značilnost pozni trgatvi. Iz takega grozdja izprešan mošt ima zelo visok odstotek sladkorja. Vsekakor pa mora imeti 92 Oochsla, da zadosti zakonskim normam.

V Radgonskih goricaх zelo dobro uspevajo pozne trgatve pri sortah radgonska ranina, traminec, chardonnay, sauvignon in sivi pinot.

Pozno trgatev, ohlajeno na 10–12 °C, servirajo kot aperitiv ali k sladici.

Predikati izbor, jagodni izbor, suhi jagodni izbor.

To so predikatna vina najvišje kakovosti. Pridobimo jih le v najlepših sončnih letinah. Grozdje zori na trti dlje in doseže izredno stopnjo sladkorja.

Glede na stopnjo sladkorja v moštu, te kvalitete razporejamo v naslednje kategorije:

NAJMANJ 105 Oe – izbor,

NAJMANJ 128 Oe – jagodni izbor,

NAJMANJ 154 Oe – suhi jagodni izbor.

Ta predikatna vina uspemo doseči pri sortah radgonska ranina, traminec, chardonnay, sauvignon in laški rizling.

#### Posebne polnitve – Traminec in Sivi pinot izbor

Vino je zlato rumene barve. Prezrelost se lepo dopolnjuje s precej odkritimi sadnimi vonji, ki spominjajo na južno sadje. Prisoten je vonj po medu. Vino je precej gosto in strukturno. Prijetna kislina dopolnjuje bogat in saden okus z značilno noto prezrelosti grozdja v skladno celoto. Vino je primerno za večletno staranje.

**Temperatura serviranja:** 10–12 °C.

**Enolog priporoča:** Sladice z medom in orehi, deserti, razni siri – močni okusi; sodobno sozvočje: školjke, morski sadeži, ocvrte ribe ali ribe v omaki.

Traminec izbor, Sivi pinot izbor, Ranina "violina", Svečnično vino, Miklavževo vino.



#### Posebne polnitve – Radgonska ranina violina

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

**Trgatev:** Ročna trgatev trt v fazi polne zrelosti, katera se ugotovi po opravljenih analizah grozdnih jagod v času zorenja grozdja. Običajno poteka v začetku novembra.

**Poreklo:** Vinorodna dežela Podravje, Radgonsko-kapelski vinorodni okoliš.

**Geografska lega:** Izbrane vinorodne lege v Radgonskih gorica. Tla so srednje težka ilovnato-glinasta.

**Videz:** Violina je lepe zlato rumene barve.

**Staranje:** Vino je primerno za večletno staranje.

**Temperatura serviranja:** 10–12°C.

**Enolog priporoča:** sladice iz listnatega testa, zavitki, kremne rezine, sladice iz kuhanega testa – princes krofi.

### Fotografija 50: Radgonska ranina violina

#### Posebne polnitve – Svečnično vino

Trgatev za to posebno vino opravimo na dan drugega februarja. Ta dan se imenuje tudi svečnica, zato so vino poimenovali v Svečnično vino. Izbrana sorta je Chardonnay. Grozdne jagode so posušene, največkrat tudi zmrznjene. Sladkorji in kisline so močno skoncentrirani. Vino kaže bogastvo narave v vsej veličini. Gostota, barva, pridih zmrzali in zrelost kažejo na to, da gre za predikat najvišjega razreda.

#### Posebne polnitve – Miklavževo vino

**Trgatev:** Trgatev za to posebno vino opravimo vsako leto na miklavževo, šestega decembra. Izbrana sorta je laški rizling. Ne glede na vremenske vplive in stanje grozdnih jagod je trgatev vedno na ta dan, zato vino imenujemo Miklavževo vino. V njem najdemo sledove prezrelosti grozdnih jagod v harmoniji z umirjenimi sadnimi toni. Gostota in višja barva kažeta na to, da gre za predikat višjega razreda.



## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

### 5.5.5 Priznanja



#### Zlata radgonska penina

Med nagradami za kvaliteto se najbolj ponašajo:

ZLATE MEDALJE	SREBRNE MEDALJE	ŠAMPIONI
Blaye Bourg-Borgdeaux, 1988; Bruxelles, 1996; Bordeaux, 1998;	Paris, 1997, 1999, 2000; London, 1998, 1999; Bruxelles, 2001, 2004;	Ljubljana, 1981, 1986, 1993, 2001, 2003; Vinoforum, 1997, 1998; Gornja Radgona, 1997, 1998, 2000, 2001, 2002, 2004; Split, 1998, 1999, 2000, 2001, 2002, 2003, 2004, 2005; Zagreb, 2002, 2005

#### Zlata radgonska penina – polsuha

Med nagradami za kvaliteto se najbolj ponašamo:

ZLATE MEDALJE	SREBRNE MEDALJE	ŠAMPIONI
Blaye Bourg-Borgdeaux, 1988; Bruxelles, 1996; Bordeaux, 1998	Paris, 1997, 1999, 2000; London, 1998, 1999; Bruxelles, 2001, 2004;	Ljubljana, 1981, 1986, 1993, 2001, 2003; Vinoforum, 1997, 1998; Gornja

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

		Radgona, 1997, 1998, 2000, 2001, 2002, 2004; Split, 1998, 1999, 2000, 2001, 2002, 2003, 2004, 2005; Zagreb, 2002, 2005
--	--	--

### Zlata radgonska penina – suha

Med nagradami za kvaliteto se najbolj ponašamo:

ZLATE MEDLJE	SREBRNE MEDALJE	ŠAMPIONI
Blaye Bourg-Borgdeaux, 1988; Bruxelles, 1996; Bordeaux, 1998	Paris, 1997, 1999, 2000; London, 1998, 1999; Bruxelles, 2001, 2004;	Ljubljana, 1981, 1986, 1993, 2001, 2003; Vinoforum, 1997, 1998; Gornja Radgona, 1997, 1998, 2000, 2001, 2002, 2004; Split, 1998, 1999, 2000, 2001, 2002, 2003, 2004, 2005; Zagreb, 2002, 2005

### Zlata radgonska penina – ekstra suha

Med nagradami za kvaliteto se najbolj ponašamo:

ZLATE MEDALJE	SREBRNE MEDALJE	ŠAMPIONI
Blaye Bourg-Borgdeaux, 1988; Bruxelles, 1996; Bordeaux, 1998;	Paris, 1997, 1999, 2000; London, 1998, 1999; Bruxelles, 2001, 2004	Ljubljana, 1981, 1986, 1993, 2001, 2003; Vinoforum, 1997, 1998; Gornja Radgona, 1997, 1998, 2000, 2001, 2002, 2004; Split, 1998, 1999, 2000, 2001, 2002, 2003, 2004, 2005; Zagreb, 2002, 2005

### Traminec

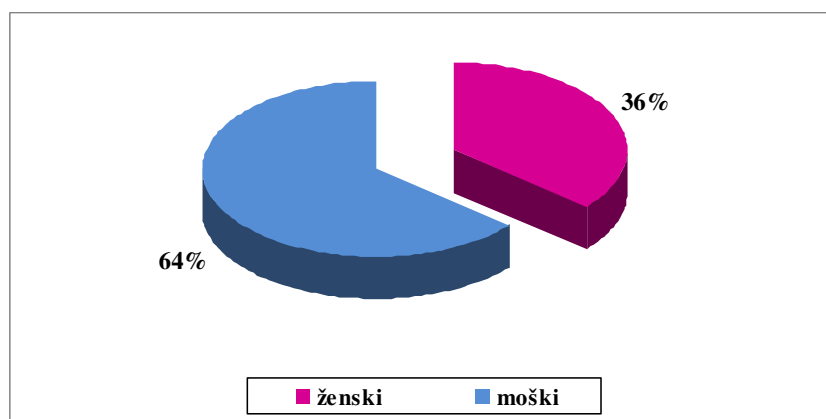
Med nagradami za kvaliteto se najbolj ponašamo z:

VELIKE MEDALJE	ZLATE ZLATE MEDALJE	ŠAMPIONI

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

Ljubljana, 1982, 1986, 1987, 1988, 2002; Novi Sad, 1983, 1985, 1986, 1987, 1988, 1989, 1990, 1991; Gornja Radgona, 1993, 1994, 1995, 1996; Split, 2003, 2004, 2005;	London, 1980; Novi Sad, 1980, 1983, 1986; Ljubljana, 1980, 1982, 1984, 1985, 1990, 1993, 1995, 1997; Zagreb, 1995, 2002; Gornja Radgona, 1997, 1998, 1999, 2000, 2001, 2002, 2003; Split, 2002, 2003, 2004;	Ljubljana, 1990; Gornja Radgona, 1991;
--	--	---

### 5.5.6 Proučevanje turističnih potreb gostov

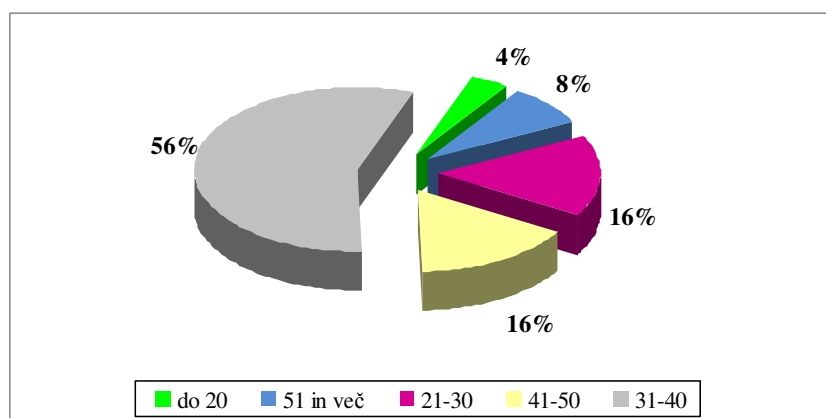


#### Graf 15: Spol anketirancev

Vir: Anketiranje, februar 2010.

Z grafa št. 16 in iz tabele št. 16 (v prilogi št. 3) je razvidno, da je bila velika mera anketiranih moških.

Moških je bilo 64 %, žensk pa je bilo 36 %.



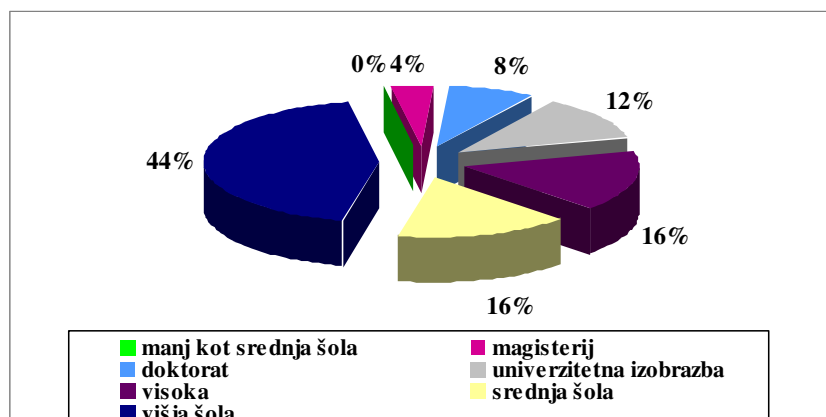
#### Graf 16: Starost anketiranih

Vir: Anketiranje, februar 2010.

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

Z grafa št. 17 in iz tabele št. 17 (v prilogi št. 3) preberemo, da je bilo pretežno število anketirancev starih med 31 in 40 let.

Starih od 31 do 40 let je bilo več kot polovica, 56 %. 16 % anketirancev je bilo starih med 41 in 50 let, enako število anketirancev je bilo starih 21 do 30 let. Starejših od 51 let je bilo 8 %, najmanj, 4 %, pa je bilo mlajših od 20 let.



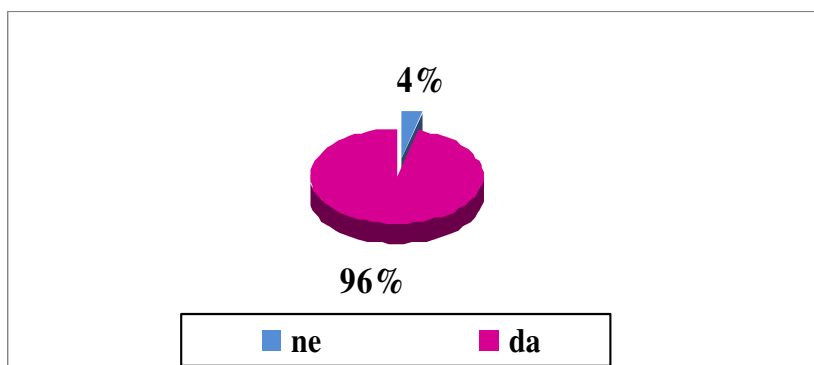
**Graf 17: Izobrazba anketiranih**

Vir: Anketiranje, februar 2010.

Na grafu št. 18 in iz tabele št. 18 (v prilogi št. 3) je videti, da ima največ anketiranih višjo šolo.

Anketirancev z višjo šolo je bilo 44 %, sledi 16 % anketiranih s srednjo šolo, 16 % je tudi oseb z visoko šolo. Univerzitetno izobrazbo je imelo 12 %, 8 % jih je imelo doktorat, 4 % magisterij, nič pa jih ni bilo z manj kot srednješolsko izobrazbo.

I. Ali menite, da je turizem razvojna priložnost Slovenije?



**Graf 18: Turizem kot razvojna priložnost Slovenije**

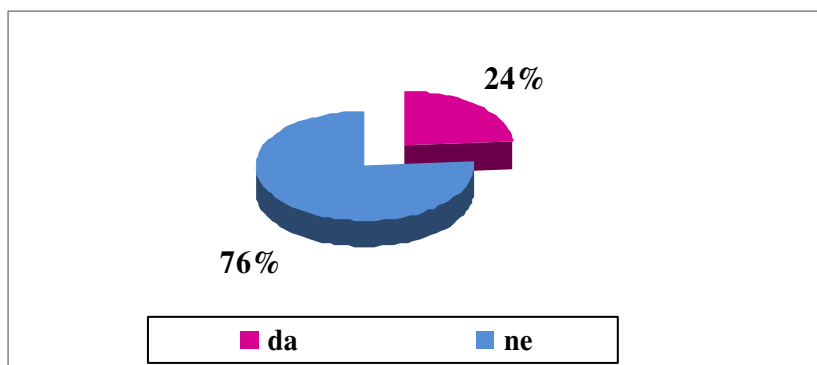
Vir: Anketiranje, februar 2010.

Z grafa št. 19 in iz tabele št. 19 (v prilogi št. 3) ugotovimo, da skoraj vsi anketirani menijo, da je turizem razvojna priložnost Slovenije.

Teh je bilo 96 %. S to trditvijo se ni strinjalo 4 % anketiranih.

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

### II. Ali poznate pomen trajnostnega razvoja turizma?

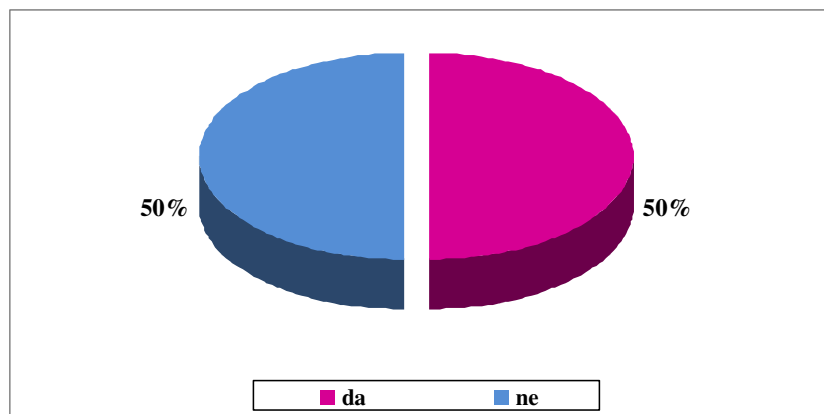


#### **Graf 19: Prepoznavanje pojma trajnostni turizem**

Vir: Anketiranje, februar 2010.

Z grafa št. 20 in iz tabele št. 20 (v prilogi št. 3) spoznamo, da 76 % anketiranih ne pozna pomena trajnostnega razvoja turizma, 24 % pa je s tem seznanjenih.

### III. Ali veste, da gastronomija zavzema področje hrane in pijače?



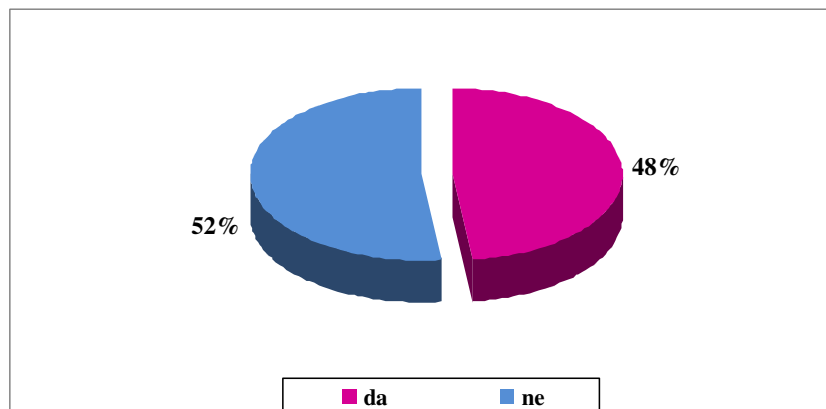
#### **Graf 20: Poznavanje pojma gastronomija**

Vir: Anketiranje, 2010.

Z grafa št. 22 in iz tabele št. 22 (v prilogi št. 3) preberemo, da je število tistih, ki so vedeli, da gastronomija zavzema področje hrane in pijače, enako številu tistih, ki tega niso vedeli.

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

IV. Ali poznate tradicionalne jedi kraja, v katerem se trenutno nahajate?

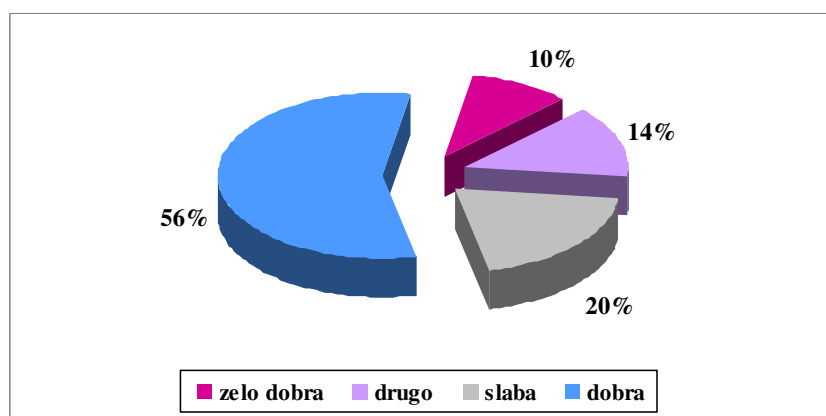


**Graf 21: Tradicionalne jedi s področja anketiranja**

Vir: Anketiranje, februar 2010.

Z grafa št. 22 in iz tabele št. 22 (v prilogi št. 3) ugotovimo, da tradicionalnih jedi kraja, kjer so se nahajali, ne pozna 52 % anketiranih, 48 % pa tradicionalno ponudbo pozna.

V. Kakšna je po vašem mnenju gastronomsko-turistična ponudba kraja, v katerem se trenutno nahajate?



**Graf 22: Mnenje anketirancev o gastronomsko turistični ponudbi**

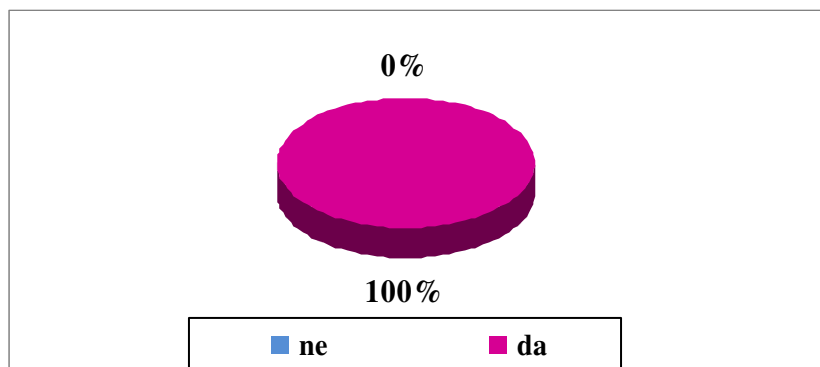
Vir: Anketiranje, februar 2010.

Z grafa št. 23 in iz tabele št. 23 (v prilogi št. 3) odčitamo, da je mnenje anketiranih, da je gastronomsko-turistična ponudba kraja dobra, več kot polovično.

Da je ponudba hrane in pijače dobra, meni 56 % anketirancev, 20 % s ponudbo sploh ni zadovoljnih, torej menijo, da je slaba, 14 % ima drugo mnenje, 10 % pa meni, da je zelo dobra.

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

VI. Ali menite, da bi morali ob dobri hrani dati več pozornosti tudi vinu?

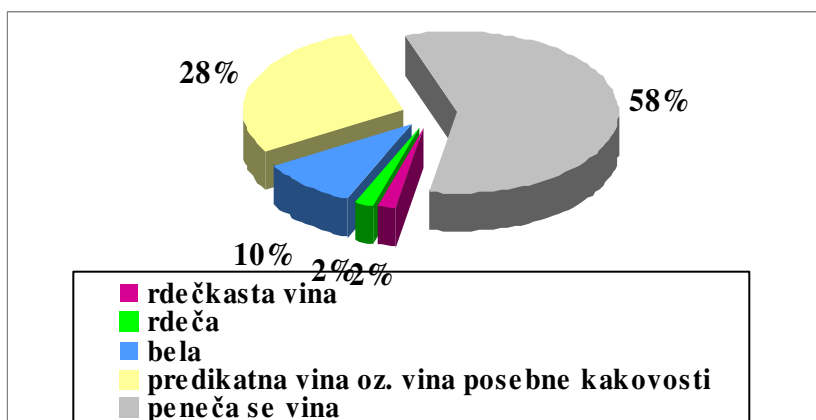


**Graf 23: Mnenje o pomenu izbora vina ob dobri hrani**

Vir: Anketiranje, februar 2010.

Z grafa št. 24 in iz tabele št. 24 (v prilogi št. 3) izvemo, vsi anketirani menijo, da je potrebno posvečati pozornost ne samo hrani, ampak tudi vinu.

VII. Katera vina najraje pokušate oz. pijete?



**Graf 24: Najljubša vina anketirancev**

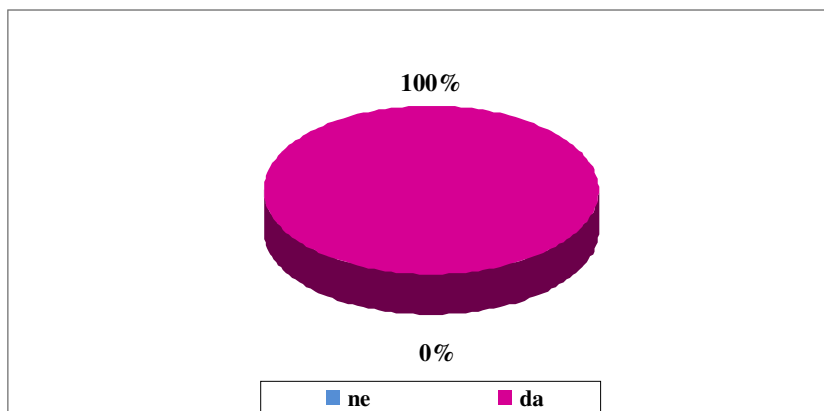
Vir: anketiranje, februar 2009

Z grafa št. 25 in iz tabele št. 25 (v prilogi št. 3) ugotovimo, da je število anketiranih, ki najraje pijejo peneča vina, zelo visoko.

Peneča vina najraje pokuša 58 % anketiranih, sledijo pivci predikatnih vin oz. vin posebne kakovosti – teh je 28 %, bela vina najraje pije 10 %, tistih, ki najraje pokušajo rdeča vina, pa je enako številu tistih, ki pijejo rdečkasta vina – 2 %.

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

VIII. Ali se vam zdi, da je lepo pripravljen pogrinjek, dobra hrana in vrhunska ponudba vin ogledalo gostinskega obrata, kraja in posledično ogledalo cele Slovenije?

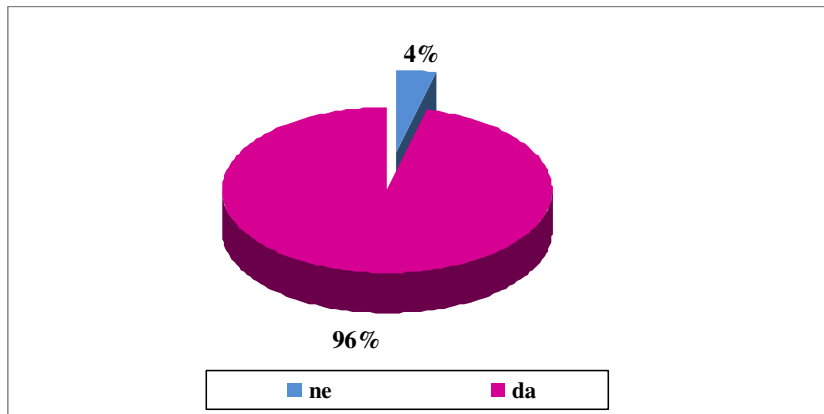


**Graf 25: Pomen pogrinjka, dobre hrane in dobre izbire vin**

Vir: Anketiranje, februar 2010.

Z grafa št. 26 in iz tabele št. 26 (v prilogi št. 3) preberemo, da se vsem zdijo pomembni pogrinjek, dobra hrana in vrhunska ponudba vin, ker so ogledalo gostinskega obrata in posledično cele Slovenije.

IX. Ali pogosto potujete?



**Graf 26: Pogostost potovanj anketirancev**

Vir: Anketiranje, februar 2010.

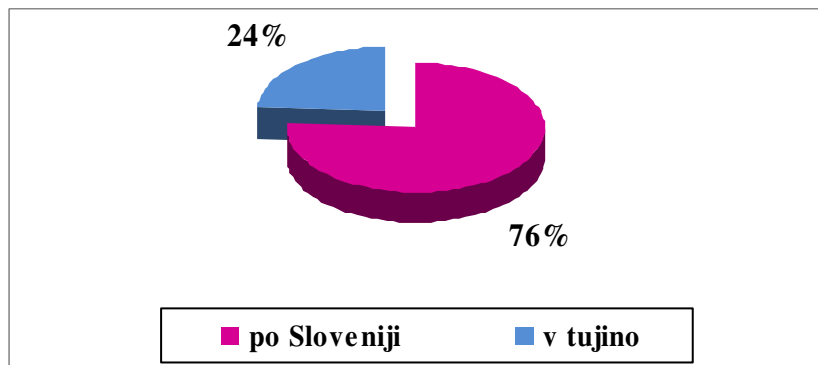
Z grafa št. 27 in iz tabele št. 27 (v prilogi št. 3) razberemo, da večina anketiranih pogosto potuje.

Takšnih je kar 96 %. Anketiranih, ki ne potujejo, je 4 %.



## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

X. Nam lahko zaupate, kam se največkrat odpravite na potovanje?



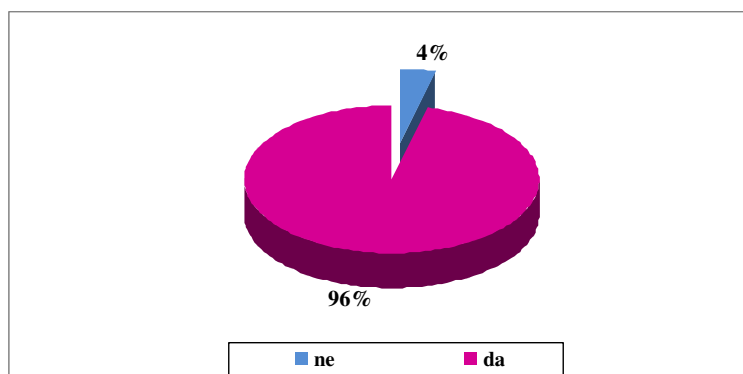
**Graf 27: Ugotavljenja, ali turisti potujejo po Sloveniji ali tujini**

Vir: Anketiranje, februar 2010.

Z grafa št. 27 in iz tabele št. 27 (v prilogi št. 3) je videti, da anketirani največ potujejo po Sloveniji.

Anketirancev, ki potujejo po Sloveniji, je 76 %, 24 % anketirancev pa potuje po tujini.

XI. Ali sta hrana in pijača v kraju, ki ga obiščete, za Vas velikega pomena?



**Graf 28: Pomen hrane in pijače v kraju obiska**

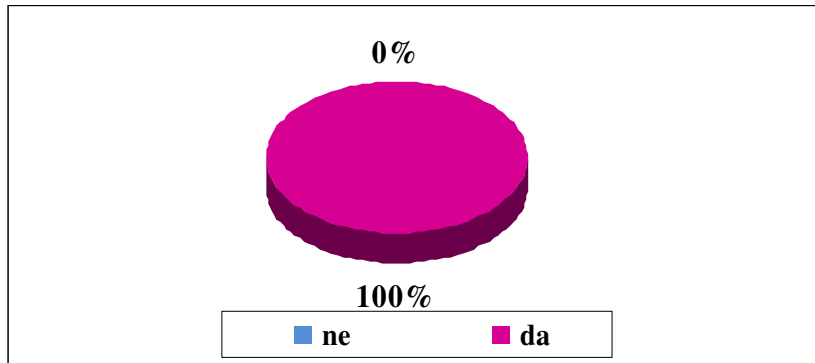
Vir: Anketiranje, februar 2010.

Z grafa št. 29 in iz tabele št. 29 (v prilogi št. 3) razberemo, da sta skoraj vsem hrana in pijača v kraju, ki ga obiščejo, zelo pomembni.

Anketiranih s tem mnenjem je 96 %, tistih, ki pa jim gastronomija na potovanjih ni pomembna, pa je 4 %.

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

XII. Ali menite, da je potrebno organizirati več izobraževanj v zvezi s trajnostnim razvojem turizma?



**Graf 29: Potreba po več izobraževanjih v zvezi s trajnostnim razvojem turizma**

Vir: Anketiranje, februar 2010.

Z grafa št. 30 in iz tabele št. 30 (v prilogi št. 3) je razvidno, da se vsi anketirani strinjajo s trditvijo, da je potrebno organizirati več izobraževanj v zvezi s trajnostnim razvojem turizma.

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

### 5.5.7 Rezultati ankete in interpretacija rezultatov

**Hipoteza št. 1:** »Prebivalci, obiskovalci oziroma anketiranci menijo, da je turizem razvojna priložnost Slovenije.«

Hipotezo št. 1 v celoti potrjujemo, saj so se anketirani enotno odločali, da je turizem pomembna razvojna priložnost Slovenije. Iz rezultatov ankete je možno sklepati, da se prebivalstvo vedno bolj zaveda vrednosti svojega okolja, da smo skupaj s turizmom tudi sami bolj vidni širšemu svetu.

**Hipoteza št. 2:** »Prebivalci, obiskovalci oz. anketiranci NE poznajo pomena besede trajnostni razvoj turizma.«

Hipotezo št. 2 v celoti potrjujemo, saj je le 24 % anketirancev izjavilo, da poznajo pomen trajnostnega razvoja turizma, razveseljivo je tudi to, da se zavedajo njegovega velikega pomena, kar 76 % anketirancev pa je izjavilo, da še nikoli niso slišali za pomen besede trajnostni razvoj turizma

**Hipoteza št. 3:** »Mnogi prebivalci, obiskovalci oz. anketiranci pojma »gastronomija« ne poznajo.«

Hipotezo št. 3 delno potrjujemo, saj je 50 % anketirancev izjavilo, da pojma gastronomija ne poznajo, 50 % pa se jih še predobro zaveda, da je v pojem vključena tako povezava hrane kot pijače.

**Hipoteza št. 4:** »Zanimanje prebivalcev, obiskovalcev oz. anketiranih za tradicionalno ponudbo hrane in pijače posameznega kraja je veliko.«

Hipotezo št. 4 v celoti potrjujemo, saj so anketiranci večinoma trdili, da je za njih ključnega pomena tradicionalna hrana ter pijača kraja, ki ga obiščejo. Le 4 % anketirancev je izjavilo, da jim je vseeno, kakšno gastronomsko ponudbo nudi posamezni kraj.

**Hipoteza št. 5:** »Vsi prebivalci, obiskovalci oz. anketirani se zavedajo, da so lepo pripravljen pogrinjek, dobra hrana in vrhunska ponudba vin ogledalo gostinskega obrata, kraja in posledično ogledalo cele Slovenije.«

Hipotezo št. 5 v celoti potrjujemo, saj so se anketiranci enotno odločili, da so lepo pripravljen pogrinjek, dobra hrana in vrhunska ponudba vin ogledalo gostinskega obrata, kraja in posledično ogledalo cele Slovenije.

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

### INTERVJU

#### 7. Najprej se nam na kratko predstavite in povejte, kakšna je vaša vloga v podjetju in kako dolgo že opravljate to delo?

Sva Gorazd Kovačič, tehnolog, in Andreja Novak, animatorka.

#### 8. Ali poznate pomen trajnostnega razvoja turizma in ali se vam zdi, da je gastronomija (hrana in vino) povezana s turizmom in zakaj?

Da, namen trajnostnega razvoja turizma poznamo.

Da, gastronomija in turizem sta vsekakor povezana. Turizem pomeni predstavljanje države (okraja ali kraja neke države), njene kulture in običajev obiskovalcu, turistu in hkrati isto pomeni tudi gastronomija. Ko se oboje skupaj poveže, pa torej pušča še močnejši vtis.

Tudi v našem podjetju je moč videti povezovanje kulinarike in turizma. Radgonske gorice, d. d., imajo namreč že dolgo oblikovano svojo turistično ponudbo – gostje pri nas lahko izbirajo med številnimi programi ogledov naših treh turističnih kleti in seveda spremljajočih degustacij naših najboljših vin. Obenem lahko degustacije po želji gostov – in v sodelovanju z okoliškimi kmečkimi turizmi ali gostišči – tudi obogatimo z različnimi domačimi narezki ali toplimi obroki.

Gastronomija in turizem se po našem mnenju povezujeta tako, da obogatita in doživljajsko popestrita gostovo izkušnjo.

#### 9. Kako se imenuje vaš vinorodni okoliš, kakšna sta tukaj prst in podnebje, katera vina so najbolj značilna za ta okoliš?

Naši vinogradi spadajo v vinorodni okoliš Radgonsko-Kapelske gorice; vinorodna dežela Podravje. Radgonske gorice se razprostirajo med Muro in Ščavnico, preko Hercegovščaka, Polic, Črešnjevca, vse do Janževega vrha. Tu se srečuje alpska klima s svežimi poletji in vlažnim zrakom, z izrazito celinskim podnebjem panonske nižine, ki prinaša suha in vroča poletja ter ostro zimo. Prav ta toplota celinskega podnebja in vlažnost zraka alpskega podnebja, skupaj z različnimi tipi tal, od lahkih peščenih, lapornatih, do težkih glinastih tal, vplivajo na razvoj arom in izrazito sortnost naših vin. Sortna paleta je zelo pestra od **ranine**, ki je naša avtohtona sorta, do **traminca, sauvignona, sivega pinota, modrega pinota, laškega rizlinga, šipona in chardonnaya**, ki je osnovno vino za **Zlato radgonsko penino**. Značilna vina za naš okoliš so: Radgonska ranina, Traminac, zvrst – Janževca in široka paleta penečih vin.

#### 10. Se vam zdi, da bi v turistični ponudbi vašega kraja morali dati še več poudarka gastronomiji in zakaj? Katere so tipične tradicionalne jedi tega kraja?

Menimo, da naš kraj z okolico ponuja dovolj gastronomskih užitkov. Na vsakem koraku je moč najti številna gostišča, restavracije in kmečke turizme z raznovrstno kulinarično ponudbo. Mogoče bi lahko nekoliko več poudarka dali domačim in tradicionalnim jedem, ki so včasih premalo izpostavljene.

Naš kraj sam po sebi se sicer ne more pohvaliti z neko tipično jedjo, se pa pri nas steka tradicija Prekmurja in Prlekije, tako da vam izbrani ponudniki postrežejo s številnimi posebnostmi, kot so: meso iz tünke, bograč, bujta repa, ajdova kaša, krvavice, gobova juha, dödöle, kvasenice, prleška gibanica, prekmurska gibanica, retaši, zlevanke itd.

## **KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA**

### **11. Katere so tiste pomanjkljivosti v gastronomiji in turizmu, ki ste jih skozi bogate delovne izkušnje opazili in menite, da bi jih bilo potrebno še dopolniti – izboljšati?**

Zdi se nam, da se pojavlja neke vrste negotovost pri ponujajo krajevno tipičnih jedi, tisti, ki pa imajo takšno t. i. »domačo« ponudbo, jo mogoče preskromno promovirajo. V turizmu opažamo preveč naslanjanja na tisto ponudbo, ki je že zagotovljena, in premalo idej in novosti (in tam, kjer so ideje, premalo interesa ali možnosti), ki bi omogočile nadaljnji bogat razvoj turistične ponudbe.

### **12. Ali menite, da bi bilo potrebno izvesti tudi kakšno izobraževanje na področju gastronomije, vin in kulture pitja vina, turizma, trženja in znanja tujih jezikov in zakaj?**

Kolikor nam je znano, takšna izobraževanja že obstajajo, ponekod bolj, ponekod manj zaprtega tipa. Tudi pri nas smo se odločili, da posebej zainteresiranim skupinam omogočimo krajše izobraževanje o degustiranju vin, kjer si najprej ogledajo naše kleti, nato pa si nabirajo veččine degustiranja ob dobri kapljici iz naše kleti.

### **5.5.8 Vizija razvoja trajnostnega turizma v Radgonsko Kapelskih gorica**

Radgonsko-Kapelske gorice so kot drugi slovenski kraji zelo poznane po dobri domači kuhinji. V teh krajih je predvsem značilna gibanica, kvasenica, ocvirkovica, orehova potica, štajerska kislja juha, ajdovi žganci, ajdova kaša, zaseka, meso iz tónke, domače klobase, presno zelje, kislno zelje, pečenica, koruzni žganci, gobova juha, tlačanka ter domači rženi kruh, vsekakor pa se lahko kot mnogi kraji pohvali tudi z bogato in uspešno vinogradniško ponudbo in svojimi vrhunskimi vini.

Gornja Radgona sicer ne vsebuje posebnih turističnih atrakcij, ima pa obsežno ponudbo, ki je namenjena predvsem izletniškemu turizmu in enodnevnim gostom. Bogata naravna in kulturna dediščina, bližina že uveljavljenih turističnih destinacij, zdraviliški turizem sosednjih krajev, stoletna tradicija vinogradništva in sadjarstva ter gostoljubnost ljudi so priložnosti, ki jih je treba povezati v kakovostne turistične produkte in jih tržiti kot skupne produkte celotnega območja občine.

Bogata kulturna dediščina omogoča razvoj turizma v povezavi z ostalimi področji in je ena od priložnosti, ki jih je treba izkoristiti. Občina Gornja Radgona se lahko ponaša z bogato zgodovino in tradicijo. Ima veliko kulturnih znamenitosti, gomilna in druga najdišča, gradove in dvorce (Radgonski grad, Kunejev dvorec, Negovski grad), kužna znamenja, kapelice, kultivirane parke (Zelišni park Negova, Kunejev park) idr.

Pomembno vlogo pri bogatenju turistične ponudbe imajo tradicionalne prireditve, šege in običaji ter domača in umetna obrt. Na tem mestu je treba izpostaviti Negovski grad, ki je v fazi obnove.

Območje občine Gornja Radgona je zaradi raznolikosti reliefa, panoramskih pogledov ter ohranjene naravne zapuščine zanimivo za razvoj kolesarstva, pohodništva ter drugih oblik aktivnega preživljanja prostega časa. Prav zaradi tega je na območju občine veliko tematskih poti.

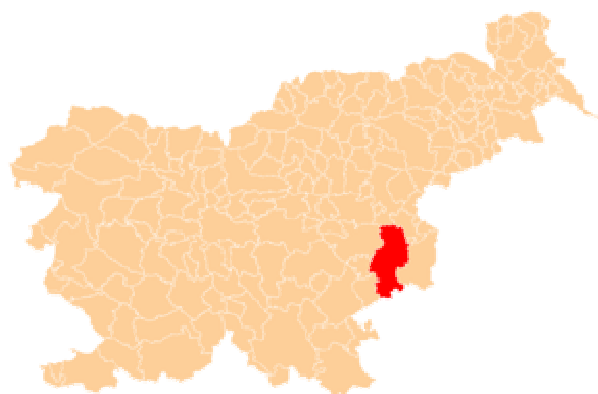
## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

Številni aktivni počitniški programi in športna doživetja v vseh letnih časih bogatijo turistično ponudbo: reka Mura (spust po reki z gumenjakom, splavarjenje), jezera (čolnarjenje, ribištvo), številne zelene (kolesarjenje, tenis, pohodništvo, jahanje, nordijska hoja) in gozdne površine (lov, gobarjenje).

Trajnostni razvoj turizma v tem kraju se že na nek način načrtuje, saj ima kraj kot takšen veliko priložnosti, ker je v bližini večjih turističnih destinacij. Veliko se dela na razvoju dopolnilnih dejavnosti na kmetiji, velike so možnosti razvoja sonaravnega turizma in razvoja integriranih turističnih produktov v povezavi s Prlekijo. Veliki premiki so bili narejeni tudi pri oblikovanju blagovnih znamk posameznih izdelkov, produktov. Kot vizija sta tudi ureditev turistično-rekreacijskih centrov ob vodnih virih (Mura, Negovsko jezero) in obnova Negovskega gradu s pristavo in zeliščnim parkom.

### 5.6 Vinska klet Krško

#### 5.6.1 Zgodovina, kulturne znamenitosti in tradicija kraja



#### Fotografija 51: Občina Krško

**Krško** je mesto in središče Občine Krško v vzhodnem delu Slovenije. Je edino mesto v Sloveniji, ki je cerkveno-upravno razdeljeno na dve škofiji: Škofijo Celje in Škofijo Novo mesto.

Poleg občine je tu tudi okrožno in okrajno sodišče, pošta, Osnovna šola Jurija Dalmatina Krško, Srednje tehnična šola, dve fakulteti, galerije, Valvasorjeva knjižnica, več podružnic bank in zavarovalnic, več podjetij, dva večja hotela, številni gostinski lokali, policijska uprava, trgovinski centri, železniška in avtobusna postaja, odcep avtomobilske ceste Ljubljana-Obrežje, več cerkva in kapucinski samostan.

Območje je bilo od nekdaj primerno za naselitev, tukaj so našli zgodovinske ostanke iz prazgodovine (Kartuševa in Jermanova jama), ilirske in keltske ostanke (Libna, Dunaj) ter iz časa rimske zasedbe ostanke mesta in pristanišča pri današnji vasi Drnovo (Neviodunum).

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

Krško je obstajalo že zelo zgodaj, upoštevati pa je treba, da je listina iz dne 29. septembra 895, ki je dolgo časa veljala za prvo omembo kraja, bila v raziskavah spoznana za ponaredek. Tržne pravice mu je podelil cesar Friderik 1391, mestne pa cesar Friderik III. 1477, ker je z utrjenimi mesti krepil obrambo države pred Turki. Leta 1573 so meščani pomagali upornim kmetom. Prav na Krškem polju je baron Jošt Turn potolkel kmečko vojsko s pomočjo uskokov in ujel vodje upora. V spomin na te dogodke stoji v Krškem pred Kulturnim domom spomenik Matije Gubca.

Med protestantsko reformacijo je bilo mesto zelo pomembno. Tukaj sta živela in delovala protestantska pridigarja Adam Bohorič in Jurij Dalmatin, ki sta oba povezana z utemeljitvijo slovenske kulture. V času protireformacije so v mestu zgradili kapucinski samostan in ga opremili z bogato knjižnico, s katero se samostan ponaša še danes. Ker so v samostanu prirejali teološke tečaje, ga cesar Jožef II. ni razpustil kot večino samostanov na Slovenskem. V času reformacije so bili v Krškem tudi številni čarovniški procesi, ki so se končali šele v začetku 18. stoletju.

Pomen Krškega je bil velik zaradi prometa, ki je potekal po Savi. V Krškem je bilo pristanišče in carinski urad. Od tukaj so z vozovi blago razvažali po Dolenjskem in na Kozjansko. Zaradi tega so bile razvite obrti (usnjarji, sedlarji, kolarji, krojači, gostilničarji, mesarji ...), v mestu pa je bila tudi ladjedelnica za popravilo savskih ladij.

V drugi polovici 19. stoletja sta na razvoj mesta močno vplivala zakonca Martin in Josipina Hočevnar, ki sta zgradila precej zgradb (okrajno in mestno glavarstvo, meščansko šolo v Krškem in ljudsko šolo na Vidmu, bolnišnico, več stanovanjskih stavb in cerkva). Krška meščanska šola je bila prva šola na Kranjskem (1877), kjer so poučevali v slovenščini. Bila je zgrajena zelo moderno in je v svojem sklopu že imela telovadnico.



Dolgo časa je bila krška znamenitost **star lesen most**, ki ga je 1866 zgradil Maks Stepišnik in je bil v uporabi dobrih sto let. Pred tem so se čez Savo prevažali z brodom. V preteklem stoletju sta na razvoj mesta nedvomno najbolj vplivali izgradnja tovarne celuloze in papirja ter jedrske elektrarne. Je pa bilo v Krškem razvito tudi tiskarstvo, v Zadržni tiskarni so leta 1923 natisnili prve slovenske grafike. Med drugo svetovno vojno je mesto utrpelo žrtve že kmalu na začetku. Poklonilo se jim je s poimenovanjem glavne ulice v centru mesta. Leta 1941 je bilo skoraj v celoti izseljeno.

### Fotografija 52: Cerkev sv. Duha v kateri je galerija Krško

**Galerija Krško** je v nekdanji cerkvi sv. Duha, ki so jo v današnji podobi zgradili leta 1777 in je lep primer baročne arhitekture, ki jo pripisujejo Johannu Fuchsu. Na pročelju je grb grofov Auerspergov. Njena prednica je stala je že v

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

Valvasorjevih časih. Po 2. svetovi vojni sakralnim namenom ni

več služila, od leta 1966 pa je v njej mestna galerija, s peštrim vsakoletnim programom likovnih in drugih razstav.

**Krški samostan** so zgradili leta 1640 za meniški red kapucinov, ki so si ustvarili bogato baročno knjižnico, v kateri danes manjka nekaj pomembnih del. Posebna vrednost je ohranjeni knjižni katalog iz leta 1695, saj je med najstarejšimi v Sloveniji. Med knjigami prevladuje nabožna literatura v latinščini, nemščini in italijanščini. Ohranjenih je nekaj slovarjev, medicinskih in farmacevtskih knjig ter kronik. Med slovenskimi tiski je omembe vredno vseh pet delov pridig Janeza Svetokriškega in dvoje očeta Rogerija.



**Fotografija 53: Kapucinski samostan**

**Galerija Vladimirja Štovička:** Akademski kipar Vladimir Štoviček (1896–1989) sodi med vodilne slovenske medaljerje in je začetnik te kiparske zvrsti pri nas. Večino svojega medaljerskega in kiparskega opusa je z darilno listino predal krški občini, ki je že za njegovega življenja, v njegovem ateljeju v pristavi leskovškega gradu, uredila galerijo.

### 5.6.2 Geografske značilnosti kraja

Podnebje je eden od pomembnih dejavnikov okolja in posredno ali neposredno vpliva na živo naravo. Kakor po tektonskem nastanku, geološki sestavi, hidrografskem in morfogenetskem razvoju, je podobno glede podnebja ravninski del Dolenjske (Krška kotlina) del panonskega obrobja; zanjo so značilne subpanonske klimatske značilnosti. Krška kotlina se nahaja na majhni nadmorski višini. Plano dno v zgornjem delu, na rečnem kolenu pod Sotesko, leži na višini 168m, v zgornjem Zakrakovju 155 m, Krško polje 155–160 m. Enakomerna nizka lega je osnova za stopnjevanje topline že na splošno. Kotlina pospešuje stopnjevanje topline v skrajnosti, kar pomeni poleti stopnjevanje vročine, a pozimi mraza. To posebej velja za zgornji del kotline, ki je skoraj zaprt, ker ta del kotline z južne strani obdajajo visoki in dokaj široki Gorjanci. Na vzhodu prihajajo v širokem področju med Gorjanci in Orlico panonski vplivi, tako da je to toplejše območje. V celoti zima v Krški kotlini ni huda, če upoštevamo povprečne januarske temperature, ki so za 1–1,5 °C višje kot v ljubljanski kotlini. Toda toplotni obrat se tudi na tem območju uveljavlja, kakor nam priča primerjava s Sv. Miklavžem (962) na Gorjancih. Srednje julijske temperature so od 20–21 °C, na vzhodu za malenkost več kot na zahodu.



## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

### 5.6.3 Gastronomsko turistična ponudba kraja

Na jedilnih listih gostišč in turističnih kmetij je pestra ponudba pristnih domačih jedi, kot so npr. različni štruklji (sirovi, ajdovi, pehtranovi), potice (orehova, rožičeva, makova, pehtranova, ajdova z ocvirki), različni žganci (beli, ajdovi, koruzni, krompirjevi), kaše (ajdova, prosena), odojki, race z domačimi mlinci in rdečim zeljem, matevž, krompir z ocvirki, martinova goska, dobrote domačih kolin, suhomesnati izdelki, različni domači kruhi (beli, črn, koruzni, polnozrnat, pisani) in še marsikaj. Pomembna pa je tudi ponudba vin, in sicer cvička PTP, modre frankinje, laškega rizlinga, ostalih belih in rdečih ter palete kakovostnih in vrhunskih vin.



**Fotografija 54: Sprejem, intervjuvanje, degustacija**

V Vinski kleti Krško nas je prijazno sprejela ga. Simončič, ki je zadolžena za promocijo vin. Raziskovalki sva ji zastavili nekaj vprašanj o podjetju ter vinskih sortah, ki jih gojijo. Predvsem naju je zanimala povezava gastronomije s turizmom in idealno druženje vin z jedmi. Sledila je degustacija vina posebne kakovosti izbor Laški rizling, letnik 2007, ki je bil prijetno sladkega okusa. Prevezela nas je cvetica in buke, ki sta bila zelo izrazita. Po končanem intervjuju smo izmenjali nekaj besed z direktorjem Janezom Živičem, ki se je skupaj z nami sprehodil skozi klet in nam zaupal določene zanimivosti o sami kleti.

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA



**Fotografija 55: Sprehod skozi staro grajska klet z direktorjem vinske kleti**

Najbolj nam je bila všeč arhivska klet staranih vin, saj sta zaprašnost in pajčevina opozarjali, da gre za izjemne sorte vin, ki že kar nekaj let v mirovanju in zorenju pridobivajo na kvaliteti.



**Fotografija 56: Cisterne**

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

Katarina Simončič nam je v kleti opisovala možnosti druženja posameznih sort vin z določenimi jedmi. Zanimiva je bila ugotovitev, da vsaka jed potrebuje skrben izbor vina, v kolikor želimo maksimalno uživati v kulinariki.

Najstarejša sorta vina v kleti je Laški rizling pozna trgatev letnika 1986. Ugotovili smo, da morajo kletarji skrbno voditi vse podatke o vinih in spremljati njihovo kvaliteto.



**Fotografija 57: Arhiva Sauvignon 1987**



**Fotografija 58: Arhivirane buteljke vina izbor Laški rizling**

V drugem nadstropju smo si ogledali moderno opremljeno klet s sodobnimi vinskimi cisternami, kjer zorijo predvsem bela vina.

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA



**Fotografija 59: Vzpon v drugo nadstropje vinske kleti**

Ogled tega dela kleti je bil zanimiv, vendar nas je bolj prevzel del vinske kleti, ki je še vedno opremljen s hrastovimi sodi,



## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

### Fotografija 60: Na hrastovih sodih

kjer vino starajo.

V kleti so slike bogov, zaščitnikov vinske trte, vin in kletarjev. **Bog Dioniz** (starogrško Διόνυσος ali Διόνυσος: Diónysos) je v grški mitologiji sin Zevsa in Semele; je bog vina, plodnosti, veselja in razposajene objestnosti. Posebej so ga častili na otokih Egejskega morja. V rimski mitologiji ga imenujejo Bakhus.



### Fotografija 61: Ob sliki boga Bakhusa

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA



**Fotografija 62: Slovenski zavetnik Sv. Martin v ozadju**



**Fotografija 63: Ob grbu Občine Krško in logotip vinske kleti Krško**

Iz zgornjih prostorov kleti smo se spustili v spodnje prostore in si ogledali proizvodnjo vin, polnilni trak in etiketiranje.

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA



**Fotografija 64: Proizvodni trak**

Vsi zaposleni skrbijo, da tečejo postopki nemoteno. Vsaka faza v delovnem postopku je zelo pomembna in jo je potrebno strokovno voditi in opravljati. Delo v teh prostorih je bilo avtomatizirano, zaposleni so le vršili nadzor.

Ta del proizvodnje prikazuje končno zapiranje steklenic in opremljanje z etiketami. Steklenice nato shranijo v kartonske škatle in pripravljene so za prodajo.



**Fotografija 65: Oglad proizvodnje**

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA



**Fotografija 66: Končna proizvodnja v rokah Lee**

V rokah drživa opremljeno steklenico z vsemi podatki; rdeča barva na etiketi je že vsem dobro poznana sorta cvička, na katerega so prav v tej kleti zelo ponosni in tudi v gastronomiji se prav to vino pogosto družijo z mnogimi jedmi. Je zelo zanimivo za številne tuje in domače goste oz. turiste. Naše raziskovanje po Vinski kleti Krško se je počasi iztekalo. Pospremili so nas z določenimi sortami njihovih vin, ki jih bomo na predstavitvi naloge lahko ponudili v degustacijo.



## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA



**Fotografija 67: Pred vinsko kletjo Krško**

Prav to vino posebne kakovosti pa se bo podalo k naši sladici, ki jo bomo pripravili za degustacijo in prav tako tudi z njo opozorili, da polnost kulinarike lahko uživamo le ob pravilnem druženju hrane in vin, česar se pa seveda zelo veselijo vsi naši obiskovalci, turisti, ki vstopajo in raziskujejo našo bogato, s turizmom zelo povezano Slovenijo. Predvsem je naša želja, kot tudi želja kleti, katero smo obiskali, da se pri promociji turizma bolj poudarja gastronomija (ponudba hrane in vin).



**Fotografija 68: Anketiranje v gostišču**

Anketirali smo še mimoidoče, ki so z veseljem sodelovali, potem pa smo se ustavili v gostišču, saj nas je zelo zanimalo, kakšna je ponudba hrane in pijače v tem kraju. Veseli smo, da se vsi zavedajo, da sta turizem in gastronomija zelo povezana in da bo potrebno prav na tem področju v bodoče narediti kaj več.

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

### 5.6.4 Ponudba vin

#### Cviček P.T.P. (priznано tradicionalno poimenovanje)



To je vino, ki je sinonim za Dolenjsko in Slovenijo. Cviček p.t.p. predstavlja in dokazuje značilnosti svojega porekla, to je dolenjske pokrajine. Pridelujejo ga iz rdečkastih, rdečih in belih vinskih sort grozdja, ki zorijo v vinorodnem okolišu Dolenjske.

Cviček p.t.p. je suho vino z nizko alkoholno stopnjo, (do 10,0 %), z malo višjimi skupnimi kislinami. Vino je svetlo rdečkaste barve z rubinastim odtenkom, sveže sadne arome, v okusu nežen, lahkoten, svež, živahen. Očara nas s svojimi neobičajnimi lastnostmi, z lahkotnostjo, pitnostjo in vsebnostjo sestavin primerljivih s pestrostjo današnjega tempa življenja.

Cviček p.t.p. je vino za vse priložnosti, je spremljevalec preprostih krajevno značilni jedi v zidnici ali hramu na Dolenjskem, kakor tudi slavnostnih jedi in popotnice, ko nas osveži in z lahko glavo dolgo spominja na prijetna doživetja.

#### **Fotografija 69: Cviček P.T.P**

#### Modra Frankinja

Organoleptični značaj vina modra frankinja izoblikujejo podnebne razmere, tla, sorta, način predelave grozdja ter kletarjenje mošta oz. vina. V Posavju je po kakovosti glavna rdeča sorta ravno modra frankinja, saj daje odlična rdeča vina. Zelo prijetna je kot mlado vino, pa tudi z daljšim zorenjem daje intenzivno obarvana krepka vina, s sortno značilnim vonjem in blagimi tanini.



#### **Fotografija 70: Modra frankinja**

Vino ima okoli 12,0 % alkohola, diskreten saden okus in prijetno

svežino, ki se s staranjem dolgo zadrži. Odlikuje jo tudi velika vsebnost antioksidantov, še posebej resveratola. Resveratol znižuje splošno stopnjo holesterola in zvišuje blagodejno

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

visoko lipoproteinsko gostoto (HDL), ki varuje srce. Istočasno tudi preprečuje rakava obolenja, zato je zmerno uživanje modre frankinje še posebej priporočljivo.

Modra frankinja se postreže pri temperaturi 16–18 °C k suhomesnatim jedem, divjačini in k slovenskemu narodnemu jedilniku.

### **Modra Frankinja Prestige**

Vino je pridelano iz dozorelega in skrbno odbranega grozdja modre frankinje z najboljših leg bizeljsko-sremiškega vinorodnega okoliša. V njem so v optimalni meri združene lastnosti tal in podnebja z marljivostjo in ljubeznijo vinogradnikov in kletarjev. Vino je donegovano v francoskih hrastovih sodčkih – barrikih. Odlikuje se z globoko rdečo barvo, značilno sortno cvetico, polnostjo in pitnostjo.

Posebnost takega vina je tudi svojevrstna plemenita aroma, ki se odraža v harmonični skladnosti tega lepega rdečega vina s sestavinami lesa novega ožganega soda.

To vino postrežemo pri temperaturi 15–18 °C in lepo dopolnjuje razne jedi iz rdečega mesa, prilega se k pečenki, jedem z žara, narezkom, šunki, klobasam.

### **Zeleni silvanec**

Sorta izvira iz Transilvanije in se je udomačila v Nemčiji, Švici in Avstriji. V Posavje se vrača selekcionirana na to sortno značilno mikrolego, ni pa zajela širše obnove.

Vino je slamnato rumene barve z zelenkastim odtenkom, s prijetno in enostavno sortno cvetico. Odlikuje se po svežini in nežni cvetici kot vino za vsako priložnost. Primerno je tako mlado, kot suho ali z ostankom sladkorja. Kot vrhunsko vino iz Bizeljsko-sremiškega vinorodnega okoliša, z alkoholom 12 %, ga glede na ostanek neprevretega sladkorja pri temperaturi 10–12 °C lahko ponudimo ob skoraj vsaki priložnosti.

### **Beli pinot**

Sorta izvira iz v Francije, zelo razširjena je tudi v Posavju, kjer daje vrhunsko belo vino, zlato rumene barve in sortno značilnost v vonju, s sadnimi odtenki. V okusu je krepko, bogato vino.



**Fotografija 71: Beli pinot**

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

Skupne kisline mu dajejo svežino in s tem živahnost. Kot zgodnejša sorta dobro dozoreva, zato je tudi v alkoholu močnejše vino (11–12,5 %).

### Laški rizling

Sorta izvira iz Francije in je ena od najbolj razširjenih. V Sloveniji, kot tudi v Posavju daje vse kvalitete, od namiznih vin do vrhunskih in najvišjih predikatnih vin, odvisno od talnih pogojev in mikroklima.

Vrhunsko vino iz Bizeljsko-sremiškega vinorodnega okoliša je zbir pozitivnih lastnosti okolja in sorte. Vino je prijetnega, polnega, uravnoveženega okusa, z izraženo sortno cvetico, daje vtis lahкости in svoj značaj, naj bo suho ali polsuho vino, z blagim alkoholom in sadno cvetico.

### Sauvignon

Sorta ima svojo domovino v Franciji, razširila pa se je v velikem delu vinorodnih dežel. V posebnih mikro legah in rastiščih pa daje izjemne kakovosti, posebno kot predikatna vina.

Vino je polno v vonju in okusu, s skladnimi sortnimi danostmi ter njihovimi prefinjenimi kombinacijami. Ohlajen, kot aperitiv, predvsem pa ob zaključku pogostitve nam zapusti nepozabna doživetja in občudovanje. Vino je polno v vonju in okusu, s skladnimi sortnimi danostmi in njihovimi prefinjenimi kombinacijami.

Ledeno vino ob posebnih slovesnostih postrežemo pri temperaturi 10–12 °C. Poda se k izbranim sladlicam ob izbrani družbi in z nepozabnimi doživetji še tako zahtevnega ljubitelja vina.

**Laški rizling** – jagodni izbor, suhi jagodni izbor, ledeno vino

Laški rizling, pridelan na mikro legah v Bizeljsko-sremiškem okolišu in na Sremiču, je dokaz sorte, ki ji uspeva izkoristiti naravne danosti v porečju Save. Laški rizling predstavlja vrhunec našega zadovoljstva in sožitja z naravnimi darovi.

Naravne danosti in marljivost ter skrb vinogradnika in kletarja se združijo v čudovite darove jagodnih izborov, suhih jagodnih izborov, ledenih vin.



°C.  
očara

v

**Fotografija 72: Laški rizling - jagodni izbor**

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

Vino postrežemo ob zaključku slavnostnih jedi, prijetnih in intimnih srečanj, ko vas zadolži za ponovna srečanja. To pa je tudi najlepše. Ponudimo ga pri temperaturi 10-12 °C.

### **Beli pinot** – jagodni izbor

Poleg rednih trgatev je sorta primerna tudi za vina posebnih kakovosti – predikate vseh kategorij do najvišjih kakovosti.

Sortne značilnosti, naravne danosti in marljivost ter skrb vinogradnikov in kletarjev pa so združene v harmonijo okusa sladkega vina.

### **Sauvignon** – ledeno vino

Ožji okoliš Sremiča je s svojimi talnimi in klimatskimi značilnostmi idealna lega za pridelavo najkvalitetnejših sauvignonov. Združitev teh danosti, marljivosti, potrpežljivosti ter znanj vinogradnikov in kletarjev rojeva svetovno odličnost. To pa je tudi vrhunec sožitja in popolnosti. Grozdje je bilo potrgano, ko je narava že globoko počivala, po najmanj treh dneh, ko je povprečna temperatura padla pod -7 °C.

Vino je polno v vonju in okusu, s skladnimi sortnimi danostmi in njihovimi prefinjenimi kombinacijami.

Ledeno vino ob posebnih slovesnostih postrežemo pri temperaturi 10–12 °C. Poda se k izbranim sladlicam ob izbrani družbi in z nepozabnimi doživetji očara še tako zahtevnega ljubitelja vina.

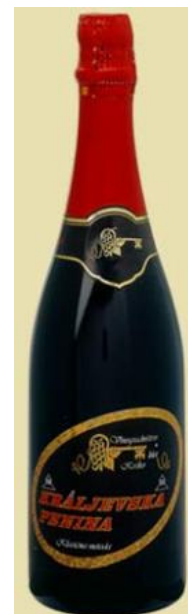
### **Chardonnay** – suhi jagodni izbor

Sorta daje izredne predikate vseh kategorij, kar dokazuje tudi predstavljeno vino najvišje kakovosti. Vino združuje naravne danosti, marljivost vinogradnikov in kletarjev pa poplačajo nepozabni trenutki ob uživanju sladkega vina.

### **Kraljevska penina**

Blagovna znamka prvega klasičnega penečega vina, pridelanega na Dolenjskem po tradicionalnem postopku pridelave cvička, z dodatnim vrenjem v steklenicah.

Geografsko poreklo cvička je Dolenjska, postopek zorenja poteka klasično, po izvršeni tipizaciji pa v steklenicah, in sicer vsaj šest mesecev.



**Fotografija 73: Kraljevska penina**

Svežina, lahkotnost, prijetnost okusa in vonja ne ponujajo »velikosti«, dajejo pa to, kar od aperitiva pričakujemo: svežino in prikupen pristop v prijetni intimni družbi ali ob slovesu.

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

### 5.6.5 Priznanja

#### Medalje in priznanja na vinskih ocenjevanjih



#### Mednarodno ocenjevanje vin Ljubljana

<b>1996</b>	Sauvignon jagodni izbor 92 ZM
<b>1995</b>	Sauvignon jagodni izbor 92 ZM
<b>1994</b>	Sauvignon jagodni izbor 92 ZM
<b>1993</b>	Laški rizling izbor 91 VZM Laški rizling jagodni izbor 92 ZM
<b>1992</b>	Laški rizling izbor 91 ZM
<b>1991</b>	Modra frankinja 90 ZM
<b>1989</b>	Laški rizling pozna trgatev 86 ZM
<b>1987</b>	Laški rizling pozna trgatev 86 ZM
<b>1984</b>	Modra frankinja 83 ZM
<b>1980</b>	Sremičan rdeči 79 ZM

#### Ocenjevanje slovenskih vin Gornja Radgona

<b>LETO</b>	<b>PRIZNANJE</b>
<b>1997</b>	Laški rizling ledena trgatev 92 VZM Sauvignon jagodni izbor 92 VZM Kletar Gabrijel izbor 96 ZM Laški rizling izbor 96 ZM Sauvignon jagodni izbor 96 ZM
<b>1995</b>	Laški rizling suhi jagodni izbor 92 VZM Laški rizling jagodni izbor 92 VZM Laški rizling izbor 91 VZM Sauvignon jagodni izbor 92 ZM Laški rizling izbor 92 ZM
<b>1994</b>	Laški rizling jagodni izbor 92 VZM Sauvignon jagodni izbor 92 VZM
<b>1993</b>	Laški rizling jagodni izbor 91 VZM Laški rizling jagodni izbor 92 VZM Laški rizling ledena trgatev 92 VZM prvak sorte Sauvignon jagodni izbor 92 VZM prvak sorte

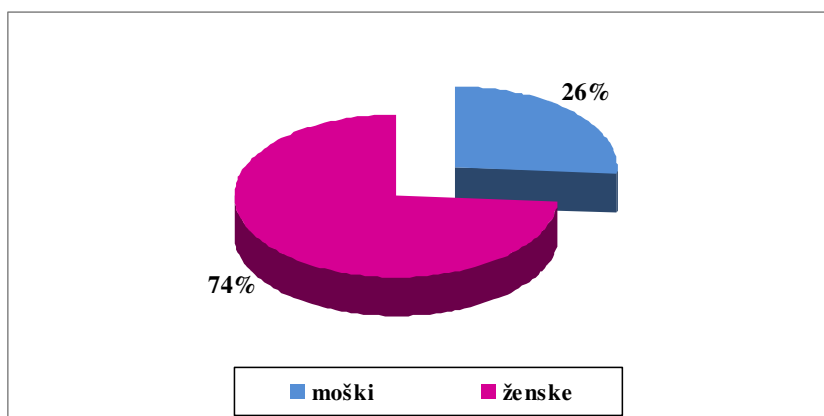
**KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA**

<b><u>1992</u></b>	Laški rizling izbor 91 VZM prvak sorte Sauvignon izbor 87 VZM prvak sorte
<b><u>1991</u></b>	Modra frankinja 90 ZM SAUVIGNON ledeno vino 99
<b><u>2000</u></b>	<b><u>Prvak sorte Ljubljana</u></b> <b><u>Velika zlata medalja Radgonski sejem</u></b> <b><u>Zlata medalja Muvina</u></b> <b><u>Zata medalja Radgonski sejem-</u></b>  BELI PINOT jagodni izbor 99 <b><u>Srebrna medalja Radgonski sejem</u></b> <b><u>Srebrna medalja Radgonski sejem</u></b> SAUVIGNON 1997
<b><u>2002</u></b>	<b><u>Velika zlata medalja Radgonski sejem</u></b>
<b><u>2001</u></b>	<b><u>Velika zlata medalja Split</u></b> <b><u>Zlata medalja Ljubljanski sejem</u></b> <b><u>Češka Zlata medalja Bruxelles</u></b> <b><u>Srebrna medalja Radgonski sejem-</u></b> CHARDONNAY suhi jagodni izbor 99 <b><u>Srebrna medalja Radgonski sejem</u></b> SAUVIGNON 2001 <b><u>Zlata medalja Ljubljanski sejem</u></b> <b><u>Zlata medalja Split</u></b> <b><u>Bronasta medalja Radgonski sejem</u></b> MODRA FRANKINJA barrique 1999 <b><u>Zlata medalja Split</u></b>
<b><u>2002</u></b>	<b><u>Zata medalja Radgonski sejem-</u></b> LAŠKI RIZLING jagodni izbor 99 <b><u>Velika zlata medalja Split</u></b> BELI PINOT 2000 <b><u>Srebrna medalja Radgonski sejem</u></b> CVIČEK PTP 2001 <b><u>Bronasta medalja Radgonski sejem 2002</u></b> MODRA FRANKINJA 1999 <b><u>Zlata medalja Split</u></b> <b><u>Zlata medalja Radgonski sejem</u></b> MODRA FRANKINJA 1997 <b><u>Zlata medalja Radgonski sejem</u></b> <b><u>Zlata medalja Split</u></b> MODRA FRANKINJA barrique 1997 <b><u>Prvak sorte Radgonski sejem</u></b> <b><u>Zlata medalja 2002</u></b>
<b><u>2003</u></b>	<b><u>Velika zlata medalja Radgonski sejem</u></b> MODRA FRANKINJA 2002 <b><u>Radgonski sejem 2003</u></b>

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

	MODRA FRANKINJA barrique 2000 <u>Srebrna medalja Radgonski sejem 2003</u> ZELENi SILVANEC 2002 <u>Srebrna medalja Radgonski sejem 2003</u> MODRA FRANKINJA 2002
<b>2004</b>	<u>Zlata medalja Radgonski sejem 2004</u> SAUVIGNON suhi jagodni izbor 2003 <u>Velika zlata medalja Radgonski sejem 2004</u> SAUVIGNON ledeno vino 2003

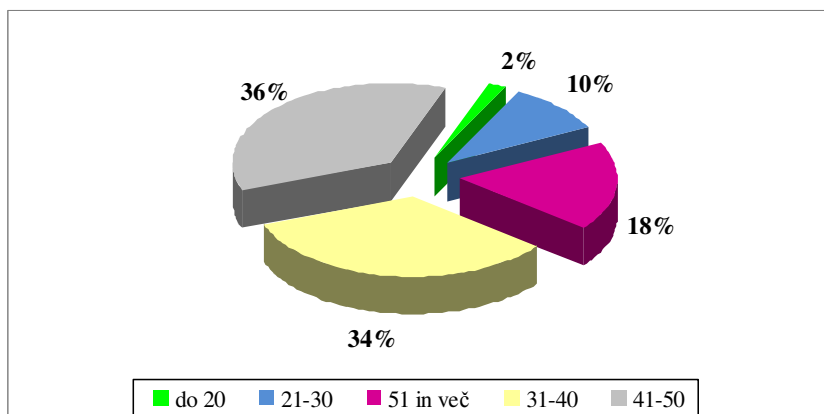
### 5.6.6 Proučevanje turističnih potreb gostov



**Graf 30: Spol anketirancev**

Vir: Anketiranje, februar 2010.

Z grafa št. 31 in iz tabele št. 31 (v prilogi št. 4) je videti, da je bilo med anketiranimi največ žensk, teh je bilo 74 %, moških pa je bilo 26 %.



**Graf 31: Starost anketiranih**

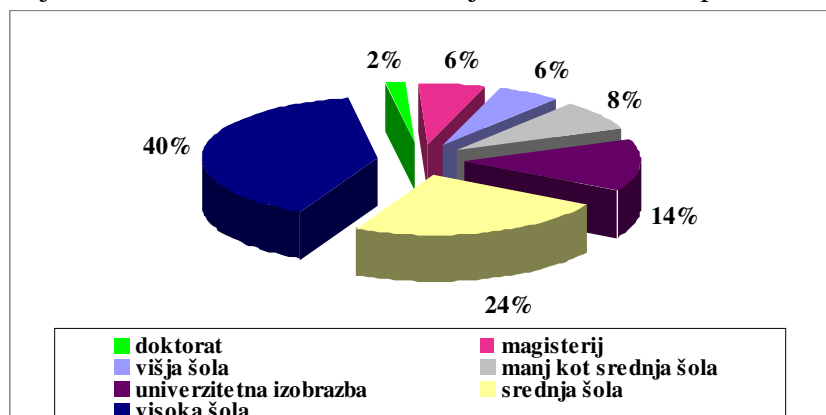
Vir: Anketiranje, februar 2010.



## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

Z grafa št. 32 in iz tabele št. 32 (v prilogi št. 4) je razbrati, da je bila največja populacija anketiranih stara od 31 do 40 let.

Anketiranih te starosti je bilo 36 %. Malo manj, 34 %, je bilo starih 31 do 40 let, starejših od 51 je bilo 18 %, med 21 in 30 letom je bilo 10 %, 2 % pa sta bila mlajša od 20 let.



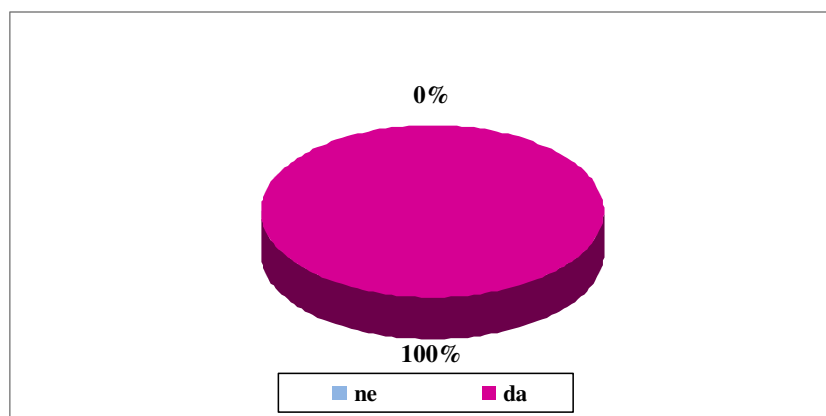
**Graf 32: Izobrazba anketiranih**

Vir: Anketiranje, februar 2010.

Z grafa št. 33 in iz tabele št. 33 (v prilogi št. 4) je razvidno, da je bilo največ anketiranih z visokošolsko izobrazbo.

Anketirancev z visokošolsko izobrazbo je bilo 40 %. Sledijo anketirani s srednješolsko izobrazbo, teh je 24 %, z univerzitetno izobrazbo je bilo 14 % udeležencev. Manj kot srednjo šolo je imelo 8 % anketiranih, višjo šolo je imelo 6 %, prav tako je bilo 6 % anketirancev z magisterijem. Doktorat sta imela 2 % anketiranih.

### I. Ali menite, da je turizem razvojna priložnost Slovenije?



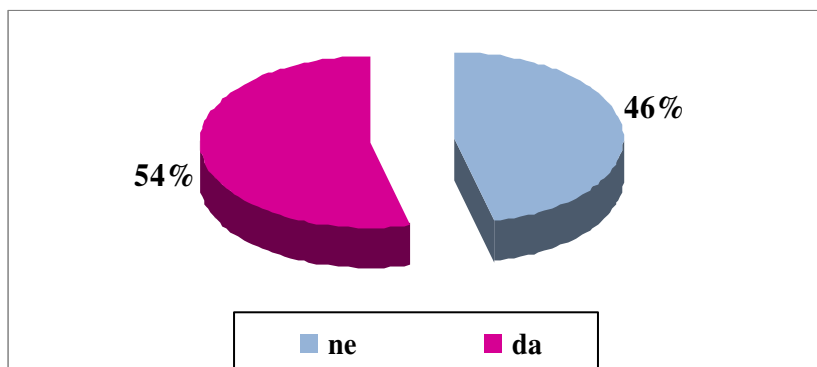
**Graf 33: Turizem kot razvojna priložnost Slovenije**

Vir: Anketiranje, februar 2010.

Z grafa št. 34 in iz tabele št. 34 (v prilogi št. 4) je razvidno, da vsi anketirani menijo, da je turizem razvojna priložnost Slovenije.

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

### II. Ali poznate pomen trajnostnega razvoja turizma?

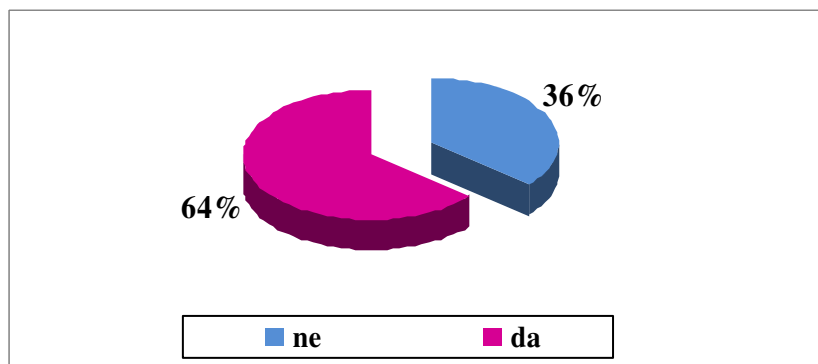


**Graf 34: Prepoznavnost pojma trajnostni turizem**

Vir: Anketiranje, februar 2010.

Z grafa št. 35 in iz tabele št. 35 (v prilogi št. 4) je opaziti, da 54 % anketirancev pozna pojem trajnostni turizem, 46 % pa tega pojma ne pozna.

### III. Ali veste, da gastronomija zavzema področje hrane in pijače?



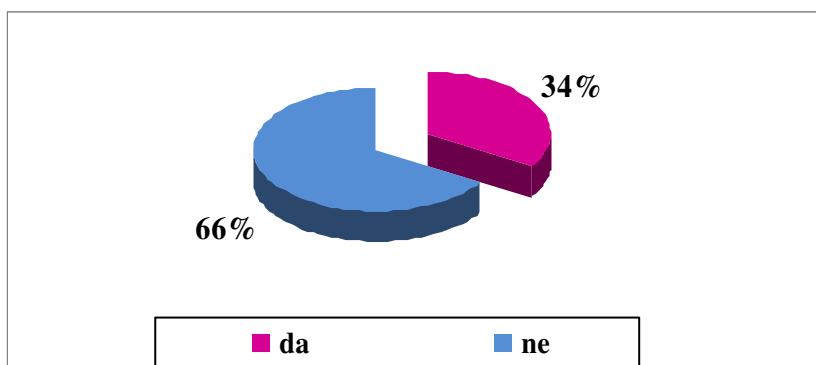
**Graf 35: Poznavanje pojma gastronomija**

Vir: Anketiranje, 2010.

Z grafa št. 36 in iz tabele št. 36 (v prilogi št. 4) je videti, da je bilo število anketiranih, ki vedo, da gastronomija zavzema področje hrane in pijače, nad polovico, 64 %, 36 % anketiranih pa tega ni vedelo.

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

IV. Ali poznate tradicionalne jedi kraja, v katerem se trenutno nahajate?



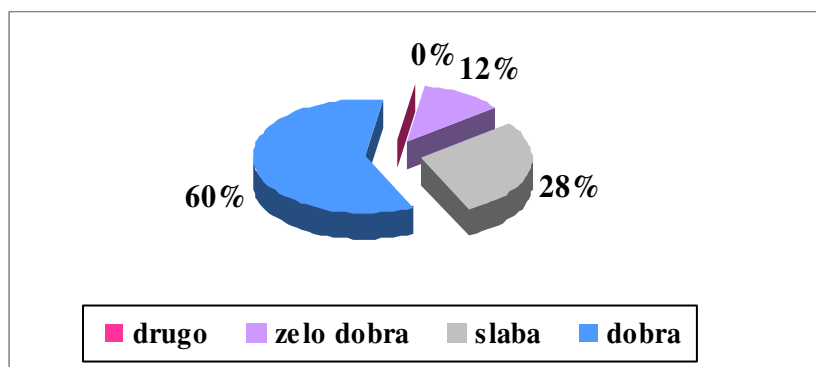
**Graf 36: Tradicionalne jedi s področja anketiranja**

Vir: Anketiranje, februar 2010.

Z grafa št. 37 in iz tabele št. 37 (v prilogi št. 4) je videti, da večina anketiranih ne pozna tradicionalnih jedi kraja, v katerem se nahaja.

Tako 66 % anketiranih ne pozna tradicionalnih jedi kraja, v katerem se trenutno nahaja, 34 % anketiranih pa te jedi pozna.

V. Kakšna je po vašem mnenju gastronomsko-turistična ponudba kraja, v katerem se trenutno nahajate?



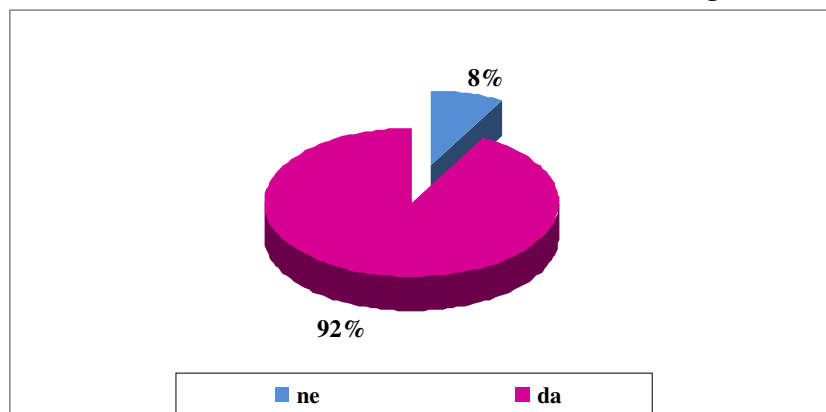
**Graf 37: Mnenje o pomenu izbora vina ob dobri hrani**

Vir: Anketiranje, februar 2010.

Z grafa št. 38 in iz tabele št. 38 (v prilogi št. 4) je razvidno, da večina anketiranih meni, da je gastronomsko-turistična ponudba kraja, v katerem se nahajajo, dobra. Da ni tako, da je ponudba slaba, meni 28 %. Da pa je celo zelo dobra, meni 12 % anketiranih.

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

VI. Ali menite, da bi morali ob dobri hrani dati več pozornosti tudi vinu?

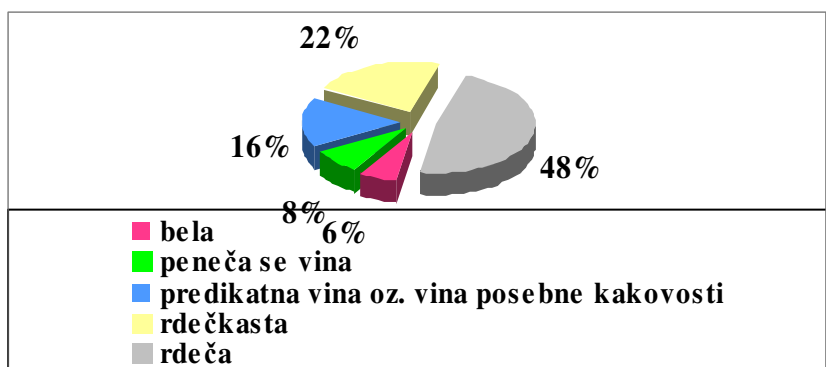


**Graf 38: Mnenje o pomenu izbora vina ob dobri hrani**

Vir: Anketiranje, februar 2010.

Z grafa št. 39 in iz tabele št. 39 (v prilogi št. 4) je videti, da velika večina, 92 % anketiranih, meni, da je potrebno ob dobri hrani dati pozornost tudi vinu, 8 % se s tem ne strinja.

VII. Katera vina najraje pokušate oz. pijete?



**Graf 39: Najljubša vina anketirancev**

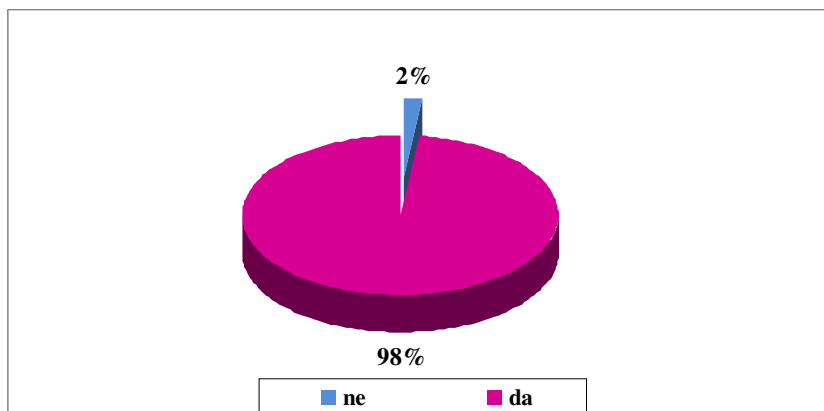
Vir: Anketiranje, februar 2009.

Z grafa št. 40 in iz tabele št. 40 (v prilogi št. 4) je razvidno, da velika večina najraje pije rdeča vina.

Ljubiteljev rdečega vina je 48 %. Z 22 % sledijo rdečkasta vina, 16 % anketiranih najraje pije predikatna vina oz. vina posebne kakovosti. Peneča se vina najraje okuša 8 % anketirancev. Ljubiteljev belih vin pa je nekoliko manj – 6 %.

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

VIII. Ali se vam zdi, da je lepo pripravljen pogrinjek, dobra hrana in vrhunska ponudba vin ogledalo gostinskega obrata, kraja in posledično ogledalo cele Slovenije?



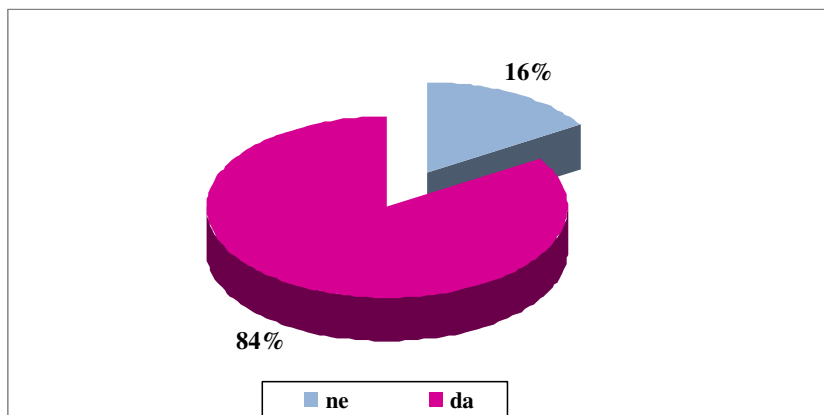
**Graf 40: Pomen pogrinjka, dobre hrane in dobre izbire vin**

Vir: Anketiranje, februar 2010.

Z grafa št. 41 in iz tabele št. 41 (v prilogi št. 4) je razvidno, da se skoraj vsi strinjajo, da so pogrinjek, dobra hrana in dobra izbira vin zelo pomembni za celotno podobo gostinskega obrata.

Tako se 98 % anketiranih s tem strinja, 2 % pa se to ne zdi pomembno.

IX. Ali pogosto potujete?



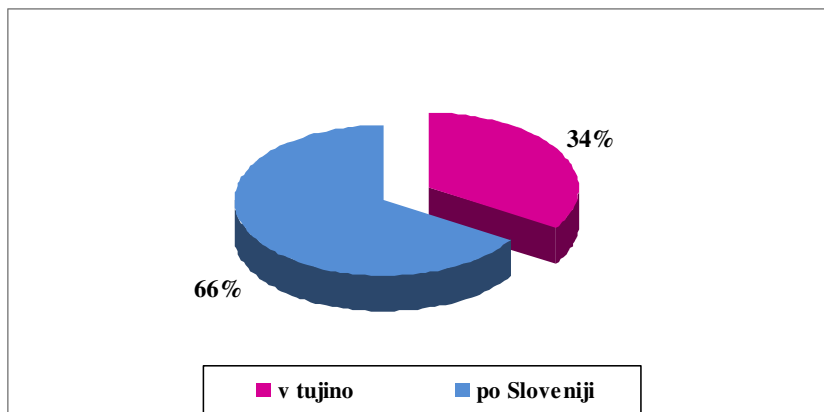
**Graf 41: Pogostost potovanj udeležencev**

Vir: Anketiranje, februar 2010.

Z grafa št. 42 in iz tabele št. 42 (v prilogi št. 4) izvemo, da anketirani kar pogosto potujejo. Odstotek tistih, ki pogosto potujejo je 84. Tistih, ki ne potujejo, je 16 %.

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

X. Nam lahko zaupate, kam se največkrat odpravite na potovanje?



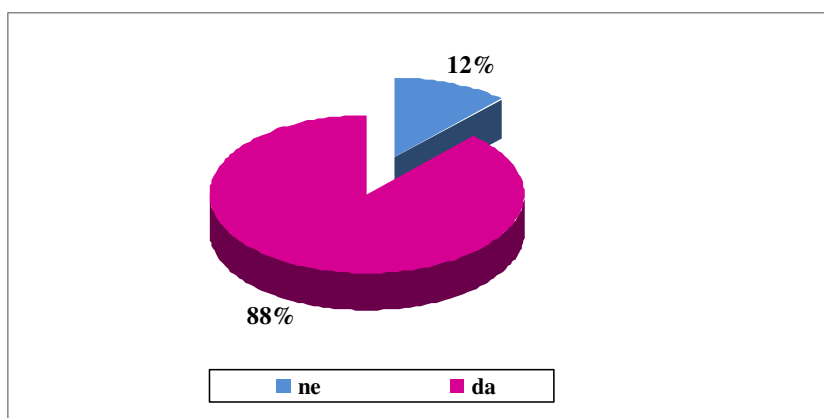
**Graf 42: Ugotavljanje, ali turisti potujejo po Sloveniji ali tujini**

Vir: Anketiranje, februar 2010.

Z grafa št. 43 in iz tabele št. 43 (v prilogi št. 4) preberemo, da je število tistih, ki potujejo po Sloveniji, večje od števila tistih, ki potujejo po tujini.

Tako je tistih, ki potujejo po Sloveniji, 66 %. Tistih, ki potujejo po tujini, je 34 %.

XI. Ali sta hrana in pijača v kraju, ki ga obiščete, za Vas velikega pomena?



**Graf 43: Pomen hrane in pijače ob kraju obiska**

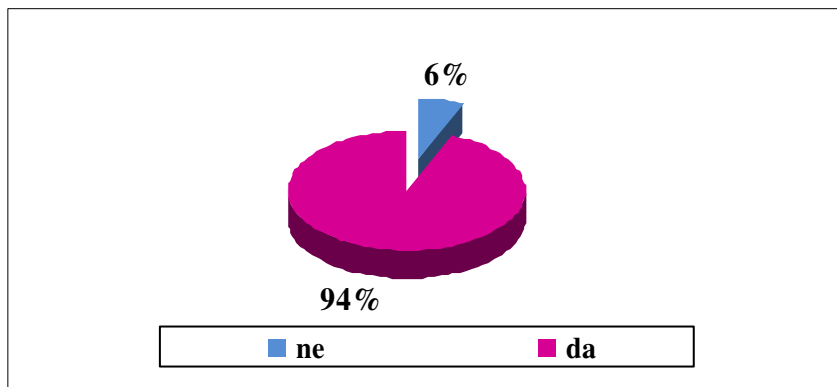
Vir: Anketiranje, februar 2010.

Z grafa št. 44 in iz tabele št. 44 (v prilogi št. 4) razberemo, da sta hrana in pijača na potovanjih za večino anketiranih velikega pomena.

Tako je tistih, ki jim hrana in pijača na potovanjih pomenita veliko, 88 %, 12 % pa nista pomembni.

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

- XII. Ali menite, da je potrebno organizirati več izobraževanj v zvezi s trajnostnim razvojem turizma?



**Graf 44: Potrebe po več izobraževanjih v zvezi s trajnostnim razvojem turizma**

Vir: Anketiranje, februar 2010.

Z grafa št. 45 in iz tabele št. 45 (v prilogi št. 4) preberemo, da se večini zdi izobraževanje v zvezi s trajnostnim razvojem turizma pomembno.

Tako je tistih, ki se jim zdi izobraževanje v zvezi s trajnostnim razvojem turizma pomembno, 94 %, 6 % pa se to ne zdi potrebno.

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

### 5.6.7 Rezultati ankete in interpretacija rezultatov

**Hipoteza št. 1:** »Prebivalci, obiskovalci oziroma anketiranci menijo, da je turizem razvojna priložnost Slovenije.«

Hipotezo št. 1 v celoti potrjujemo, saj so se anketirani enotno odločali, da je turizem pomembna razvojna priložnost Slovenije. Iz rezultatov ankete je možno sklepati, da se prebivalstvo vedno bolj zaveda vrednosti svojega okolja, da smo skupaj s turizmom tudi sami bolj vidni širšemu svetu.

**Hipoteza št. 2:** »Prebivalci, obiskovalci oz. anketiranci NE poznajo pomena besede trajnostni razvoj turizma.«

Hipotezo št. 2 delno potrjujemo, saj je 54 % anketirancev izjavilo, da poznajo pomen trajnostnega razvoja turizma, 46 % anketirancev pa je izjavilo, da še nikoli niso slišali za pomen besede trajnostni razvoj turizma

**Hipoteza št. 3:** »Mnogi prebivalci, obiskovalci oz. anketiranci pojma »gastronomija« ne poznajo.«

Hipoteze št. 3 ne potrjujemo, saj je le 36 % anketirancev izjavilo, da pojma gastronomija ne poznajo, kar 64 % pa se jih še predobro zaveda, da je v pojem vključena tako povezava hrane kot pijače.

**Hipoteza št. 4:** »Zanimanje prebivalcev, obiskovalcev oz. anketiranih za tradicionalno ponudbo hrane in pijače posameznega kraja je veliko.«

Hipotezo št. 4 v celoti potrjujemo, saj so anketiranci večinoma zatrjevali, da je za njih ključnega pomena tradicionalna hrana ter pijača kraja, ki ga obiščejo. Le 12 % anketirancev je izjavilo, da jim je vseeno, kakšno gastronomsko ponudbo nudi posamezni kraj.

**Hipoteza št. 5:** »Vsi prebivalci, obiskovalci oz. anketirani se zavedajo, da so lepo pripravljen pogrinjek, dobra hrana in vrhunska ponudba vin ogledalo gostinskega obrata, kraja in posledično ogledalo cele Slovenije.«

Hipotezo št. 5 v celoti potrjujemo, saj so se anketiranci enotno odločili, da so lepo pripravljen pogrinjek, dobra hrana in vrhunska ponudba vin ogledalo gostinskega obrata, kraja in posledično ogledalo cele Slovenije.



## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

### INTERVJU

**1. Najprej se nam na kratko predstavite in povejte, kakšna je vaša vloga v podjetju in kako dolgo že opravljate to delo?**

Moje ime je Katarina Simončič. Po poklicu sem univ. dipl. inž. kmetijstva, v Kmečki zadruzi Krško pa opravljam delovno mesto promocijske menedžerke, kar pomeni, da skrbim za promocijo naših vin in kleti. Delo opravljam šesto leto, vključno s pripravništvom.

**2. Ali poznate pomen trajnostnega razvoja turizma in ali se vam zdi, da je gastronomija (hrana in vino) povezana s turizmom in zakaj?**

Pomen trajnostnega razvoja turizma poznam in se mi zdi zelo pomembno, da se le-ta razvija načrtno in premišljeno. Še vedno velja, da turizem smo ljudje, zato je naša naloga, da znamo turiste zadovoljiti in s tem zagotoviti, da se še v večjem številu vračajo v naše kraje. Pri tem pa velik pomen odigra ponudba, še posebej ponudba hrane in vina, ki je nedvomno v trdni povezavi s turizmom. Turistu je potrebno ponuditi krajevno značilne jedi in vina, ki se zraven podajo. Slovenija je majhna dežela v primerjavi z drugimi, vendar se na tako majhnem prostoru najde izjemno pestra ponudba vin in hrane.

**3. Kako se imenuje vaš vinorodni okoliš, kakšna sta tukaj prst in podnebje, katera vina so najbolj značilna za ta okoliš?**

Nahajamo se v vinorodni deželi Posavje in sodimo pod dolnjski vinorodni okoliš, za katerega je najbolj značilen vinski posebež cviček ptp. Imamo pa tudi nekaj vinogradniških površin na levem bregu reke Save, kjer se nahaja bizeljsko-sremiški vinorodni okoliš. Tam pa pridelujemo naš vrhunski izbor vin, kot so Modra frankinja, Zeleni silvanec, Beli pinot in predikatna vina.

Območje dolnjskega vinorodnega okoliša je geološko izjemno pestro. Večina vinogradniških leg je na litološki podlagi iz zgodnjih krednih rjavih in peščenih laporjev ter ploščatih apnencev z roženci.

Po razpoložljivih meteoroloških podatkih lahko ugotovimo, da so tudi podnebne razmere primerne za rast vinske trte.

**6. Se vam zdi, da bi v turistični ponudbi vašega kraja morali dati še več poudarka gastronomiji in zakaj? Katere so tipične tradicionalne jedi tega kraja?**

Res je, da bi bilo potrebno v turistični ponudbi našega kraja dodati še več poudarka gastronomiji, saj to predstavlja tudi večjo osveščenost ljudi. Tipične jedi, ki se lepo družijo s cvičkom ptp, pa so kranjska klobasa, domača suha salama, prekajena krača, šunka s hrenom ...

**7. Katere so tiste pomanjkljivosti v gastronomiji in turizmu, ki ste jih skozi bogate delovne izkušnje opazili in menite, da bi jih bilo potrebno še dopolniti – izboljšati?**

K pomanjkljivostim v gastronomiji štejem predvsem neustrezno ponujeno vino k določeni hrani, nepravilna temperatura postreženega vina, napačno držanje steklenice, slaba ponudba tipičnih slovenskih ali krajevno značilnih jedi ...

Vsekakor se da vse pomanjkljivosti še popraviti oz. izboljšati z ustreznimi izobraževanji in izkušnjami.

**8. Ali menite, da bi bilo potrebno izvesti tudi kakšno izobraževanje na področju gastronomije, vin in kulture pitja vina, turizma, trženja in znanja tujih jezikov in zakaj?**

Izobraževanja na tem področju so izjemnega pomena. Tudi znanje tujih jezikov odigra pomembno vlogo, da se lahko turistu bolj približamo in mu predstavimo našo ponudbo.

## **KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA**

Na področju gastronomije in kulture pitja vina nenehno potekajo seminarji, delavnice in podobne oblike izobraževanj, tako da se to znanje lahko širi.

### **5.6.8 Vizija razvoja trajnostnega turizma v Krškem**

Turistična ponudba je že danes pestra, razvojne priložnosti še večje. Občina je poslovno zelo aktivna, premalo pa je terciarnih dejavnosti, predvsem namestitvenih kapacitet in wellnesa. Tržna organizacija turizma ni zadovoljiva. Na območju so štiri turistične agencije, ki pa se razen ene večinoma ukvarjajo z »outgoing« turizmom.

Nahajališče tople in zdravilne termalne vode pri Podbočju obeta mikro destinaciji izjemne možnosti za razvoj. Tudi tuji investitorji prepoznavajo destinacijo kot prostor, v katerem lahko uspešno uresničijo svoje poslovne načrte.

Izzivov, ki jih pred območje občine Krško postavlja celotna veja gospodarstva, na kateri je tudi turizem, je veliko.

Mikro destinacija Krško bo priljubljena in urejena turistična destinacija za aktivno in zdravo preživljanje prostega časa prebivalcev in obiskovalcev območja, središče poslovnih srečanj, mladinskih vsebin, mesto obiskovanja bogatih kulturnih in naravnih znamenitosti ter kraj za umik iz urbanega območja. Tako bo območje postalo turistična blagovna znamka: V sožitju z naravo in kulturo.

Turizem je postal dejavnost s številnimi ekonomskimi učinki, kot generator gospodarskega razvoja v dopolnilnih dejavnostih, posledica tega pa je razvoj novih gospodarskih dejavnosti, spremembe v strukturi proizvodnje in porabe. Tudi v tem kraju je trajnostni razvoj turizma močno zaznati, predvsem pa smo veseli, da se tudi tukaj zavedajo močnega pomena povezanosti gastronomije in turizma, da le skupaj lahko dajeta celovito ponudbo gostom in turistom.

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

### 5.7 Vinska klet vina Kras

#### 5.7.1 Zgodovina, kulturne znamenitosti in tradicija kraja



**Sežana** je gospodarsko, prometno, izobraževalno, kulturno in zdravstveno središče slovenskega Krasa. Mesto je sedež občine Sežana, upravne enote Sežana in župnije Sežana.

Ima okoli 6500 prebivalcev. Prebivalci so se še pred nedavnim imenovali samo **Sežanci** in **Sežanke** in nič drugače. Ob koncu 20. stoletja sta se začeli pojavljati obliki Sežančani in Sežančanke, ki pa ju pristni Sežanci zavračajo z besedami: »Sežančani je enako nesmiselno, kot če bi namesto Slovenci rekli Slovenčani.«

Sežana leži ob cesti in železnici med Ljubljano in Trstom, od katere se tu odcepi proga proti Novi Gorici, v neposredni bližini Italije. Mesto je s severne strani obdano s hriboma Tabor (484 m) in Lenivec (464 m), na vzhodni strani pa z Malo (489 m) in Veliko planino (551 m), Sedovnikom (575 m), Sablanico, Hrbčičem in Bršljanovcem. Najstarejši del mesta sestavljajo nekdanja vaška jedra in sicer: Gradišče ob vznožju Tabora, Britof ob župnijski cerkvi Sv. Martina, Vas in Vidmašče pod Planino, novejše soseske pa nastajajo pod Planino, Taborom in Lenivcem ter ob glavni cesti skozi mesto.

V mestu je okrajno in občinsko sodišče, dve pošti, osnovna šola, srednja šola, visokošolsko središče, kulturni center za celotni Kras, matična knjižnica, več bank in zavarovalnic, štiri hoteli, številni gostinski lokali, policijska postaja, trgovski centri, železniška in avtobusna postaja ter še veliko drugih stvari, ki spadajo v vsako pomembnejše mesto.

V kontekstu primorske regije predstavlja Sežana pomembno gospodarsko središče, saj v njem deluje nekaj vodilnih slovenskih podjetij in večje število manjših firm, ki nudijo zaposlitev prebivalcem okoliških krajev (Postojna, Ilirska Bistrica, Divača, Kozina, Komen itd). Mesto je lepo urejeno in obiskovalcu ponuja vtis večjega mesta, saj so tako stavbe kot infrastruktura izrazito mestnega tipa.

Večja podjetja v Sežani so: Gold Club, Jadran, Kras, Kraški zidar, Marmor, Mitol, Vinakras, Adria Terminali ... V Sežani je tudi Zavod za gasilno in reševalno službo Sežana, ki pokriva štiri občine (Komen, Divača, Hrpelje-Kozina, Sežana).

V Sežani se je rodil znani pesnik Srečko Kosovel. Po njem se imenuje več ustanov v mestu:

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

- Osnovna šola Srečka Kosovela Sežana
- Šolski center Srečka Kosovela Sežana
- Kosovelov dom (Kulturni dom Srečka Kosovela Sežana)
- Kosovelova knjižnica Sežana

V Sežani je tudi botanični vrt Scaramangà, ki se ponaša z bogatim izborom eksotičnih dreves in rastlinjakom – oranžerijo.

### Kratka zgodovina

Območje mesta je bilo naseljeno že v prazgodovini, na kar najbolj spominja gradišče na hribu Tabor. Kraj se v pisni obliki prvič omenja leta 1086. Franc Kos v Gradivu za zgodovino Slovencev v srednjem veku (str. 224, 225) omenja listino, kjer je zapisano, da je po letu 1086 oglejski patriarh Uldarik v Rožacu (Rosazzo) postavil cerkev in samostan, njegov brat Henrik pa je podaril samostanu številna posestva - med drugim tudi vasi Cesana (Sežana), Siriacha (Žirje), Merzana (Merče), Danna (Dane), S. Maria sub castro Cesane (Šmarje pri Sežani), S. Crux (Križ), Godina (Godnje), Gabraviz (Gabrovica), Pliscavitz (Pliskovica), Goriano (Gorjansko), itd.

Sežana je bila dolgo časa zgolj nepomembna kraška vas. Njen pomen so povečali zlasti naslednji dogodki:

- Leta 1713 so grofje Petači (po tem ko so jim kmetje požgali grad Završnik v Vremski dolini) v Sežano prenesli sedež svoje uprave. S tem je postala Sežana administrativno središče regije.
- Z dograditvijo ceste med Dunajem in Trstom v začetku 18. stoletja se je pomen Sežane precej povečal s številnimi furmanskimi gostilnami in hlevi ter tudi z velikimi živinskimi sejmi, ki so se ohranili do 2. svetovne vojne.
- Še hitrejši razvoj po letu 1857 pa je prispeval prihod južne železnice na trasi Dunaj – Trst, ki je še povečal pretok blaga in obseg trgovine. Velike zasluge pri gradnji železnice skozi Sežano je imel Karl Polley, ki je z gradnjo tudi precej obogatel.

Leta 1870 je bil v Sežani pomemben tabor.

Po 1. svetovni vojni je Sežana pripadla Italiji do osvoboditve leta 1945. Med letoma 1945 in 1947 je spadal kraj z okolico pod upravo angleške vojske. Leta 1947 je bil dokončno priključen Jugoslaviji in 1952 postal mesto.

Hotel Safir je odlično izhodišče za izlete po Krasu. Lahko si ogledate številne naravne znamenitosti v bližini, predvsem so zanimive kraške jame. Uživali pa boste tudi ob ogledu kulturnih spomenikov, ki vas bodo s svojimi zgodbami popeljali skozi zgodovino tega območja.

Dobro je na Krasu poskrbljeno tudi za ljubitelje športa in rekreacije, urejene so številne kolesarske in pešpoti, na razpolago je golf, jahanje, tenis in tudi plavanje.

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

### Kulturno zgodovinske znamenitosti

#### Grgurjev etnološki Muzej

– tukaj je razstavljenih več kot petsto predmetov bogate Grgurjeve dediščine na Krasu

– orodja, ki so se uporabljala v mizarstvu, kamnoseštvi, mlekarstvu, pletarstvu, šiviljstvu ...

– posebnosti: lesena okrasna hiška, pletarstvo in porcelanasti krožniki

– nešteto čudovitih zgodb, ki jih pripovedujeta Jožef in Danica

– veliko zanimivih fotografij in starih dokumentov.



#### Fotografija 74: Grgurjev etnološki muzej

Le 5 kilometrov je oddaljena **Kobilarna Lipica**, domovina plemenitih belih lipicanskih konj. Kobilarna je bila ustanovljena v letu 1580. Več kot štiri stoletja negujejo tradicijo vzreje in selekcije konj čistokrvne pasme. V povojnem času so razvili tudi klasično šolo jahanja. Vsak dan med 9.00 in 18.00 si tam lahko ogledate kobilarno in klasično šolo jahanja, ljubitelji umetnosti pa lahko obiščete tudi galerijo Avgusta Černigoja.



#### Fotografija 75: Lipicanec

Konji na Krasu so že od nekdaj sloveli po moči, hitrosti in vzdržljivosti, zato so jih svoj čas tod iskali že Rimljani. Osnova znamenite lipicanske pasme je avtohtoni slovenski kraški konj, ki so ga oplemenitili s španskim, neapeljskim, danskim in arabskim konjem.

Lipicanci, ki se rodijo kot vranči, rjavci ali sivci, kasneje spremenijo barvo in postanejo beli. Izredna skladnost gibov, elegantna zunanost ter živahen temperament omogočajo usposabljanje lipicancev za dresurno jahanje z najtežjimi elementi.

V svetu je po vzreji plemenitih lipicancev poznana Kobilarna Lipica, ki je bila že v času Avstro-Ogrske monarhije rezervat za dunajski dvor in špansko jahalno šolo.

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

6 km oddaljena je vas Tomaj, kjer je na ogled **Kosovelova domačija** s spominsko zbirko o pesniku Srečku Kosovelu in njegovi družini.

17 km je od Sežane oddaljen **Štanjel**, eno najbolj slikovitih naselij na Krasu z gradom in kraško hišo. Grad sega v srednji vek, današnjo podobo pa so mu dali grofje Cobenzi sredi 17. stol. V gradu lahko vsak dan obiščete galerijo Lojzeta Spacala, poročno sobo in vinoteko, galerija je urejena tudi v Kobdiljskem stolpu.

Če vas zanima obdobje vojn, lahko obiščete 8 km oddaljen **vojaški muzej Tabor** v Lokvi. Muzej je urejen v nekdanji protiturški utrdbi, v njem pa je poleg obdobja obeh svetovnih vojn predstavljena zgodovina naselja Lokev in njegove okolice.

V Lokvi najdete tudi **Fabianovo muzejsko trgovino** s številnimi starimi predmeti, značilnimi za trgovine z mešanim blagom. Na ogled je več kot pet tisoč eksponatov. Trgovina – muzej je odprta ob vikendih.

V 13 kilometrov oddaljeni Pliskovici si lahko ogledate **Slamčevo domačijo**, staro 400 let s tipično kraško opremo. Danes v stavbi deluje mladinski hotel.

**Škratelnova domačija** v 13 km oddaljeni Divači je najstarejša ohranjena kraška domačija, sega v 17. st.. V domačiji je urejena razstava o življenju slovenske igralke Ite Rine, ki je bila tu rojena.

V vasi Žirje, 4,5 km oddaljeni od Sežane, si lahko na domačiji Janka Samse ogledate najpopolnejšo zbirko dediščine vozil v Sloveniji. Janko Samsa izdeluje miniature vozov izdelane v razmerju 1:7.

### 5.7.2 Geografske značilnosti kraja

Podnebje

**V kraškem vinorodnem okolišu se prepletajo vplivi celinskega in mediteranskega podnebja. Zanj je značilen suh, mrzel severni veter – burja, ki piha s kopnega proti morju. Prav zato je kraško podnebje razmeroma suho, bližina morja pa vpliva, da temperature na tem področju ne padejo tako nizko, da bi škodovale vinski trti.**

Tla

**Na rast trte v tem vinorodnem okolišu pomembno vpliva značilna rdeča zemlja terra rosa ali jerina, ki je bogata z minerali in železom, kar se odraža v kraških vinih.**

### 5.7.3 Gastronomska turistična ponudba kraja

V jutranjih urah smo se mladi raziskovalci in naši mentorji odpravili proti Primorski. Pozno dopoldan smo prispeli v podjetje, ki se ukvarja s pridelavo vina, katerega začetki segajo v leto 1861, ko je bila zgrajena velika velbana klet iz klesanega kamna za potrebe furmanskega gostinstva. Leta 1978 so klet zaradi potreb kraškega vinogradništva precej povečali in modernizirali.

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

Zahvaljujoč teranu je vinska klet pridobila velik sloves. Poleg terana, ki je glavni adut kleti, pridelujejo tudi bela ter peneča vina.



### **Fotografija 76: Vinogradi na Krasu**

Kras imenujejo tudi dežela terana, to zagotovo drži, saj je večina vinogradov na kraški planoti posajena s sorto refošk, ki daje na krasu zaradi podnebnih in talnih razmer vino teran.

V kleti Vinakras imajo v register vpisanih 48 ha vinogradov. Od tega je 44 ha posajenih s sorto refošk, ostalo pa so bele sorte.

Lastni vinogradi se nahajajo v okolici Komna, Svetega, Škrbine, Ivanjega grada in Gabrovice.

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA



**Fotografija 77: Grozdje pripravljeno na trgitev**

Grozdje za vino teran PTP, ki ga vidimo na sliki, se prideluje le iz grozdja sorte refošk na absolutnih vinogradniških legah, ki so znotraj vinorodnega podokoliša. Območja določa predpis, ki ureja seznam geografskih označb za vina. Grozdje za vino teran PTP se prideluje po načelih tehnoloških navodil za integrirano pridelavo grozdja.

Posebnost Kraškega terana je na prvi pogled njegova izrazita barva. Vonj je izjemno svež z močno sadno aromo, v kateri prevladujejo maline, ribez in borovnice. Teran se navadno uporablja kot mlado vino. S starostjo izgublja svežino. Nekateri vinogradniki so z določenimi primerki dokazali, da teran lahko ohranja svoje lastnosti tudi po dveh, treh ali celo več letih.



## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA



### **Fotografija 78: Vinogradi na Krasu pozimi**

V sejni sobi kleti sta nas sprejela direktor, Egon Rebec, in kletni enolog, Boštjan Zidar. Po vprašanjih, ki smo jima jih zastavili, in izvedenem anketnem intervjuju so nas povabili na ogled celotne kleti.

**KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA**



**Fotografija 79: Degustacija terantona**



**Fotografija 80: Skrbno zapisovanje podatkov v kleti s posodami indoks.**

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

Najprej nas je pot pripeljala do nadzemnega dela kleti, kjer so indoks posode, v katerih hranijo vino od količine 5 tisoč litrov do 50 tisoč litrov.



### **Fotografija 81: Filter v katerem poteka filtracija vina**

Gospod Boštjan nam je podrobno opisal naplavni filter, v katerem poteka filtracija vina. V nadzemnem delu kleti smo degustirali vitovsko grganjo, ki je avtohtono kraško vino, polno svežine. S svojo bogato aromo spominja na sveže sadje. Očaralo nas je s svojo mehko in prijetnim okusom.

Ponudimo ga v kombinaciji s testeninami, belim mesom, ribami in morskimi sadeži. Izvedeli smo, kako pravilno držimo kozarec, da ne umažemo čaše, ne segrejemo vina ter da kozarec lepo »zacinglja«.

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA



**Fotografija 82: Degustacija vitovske grganje**

Pravi pokuševalci vina vino poskusijo in ga nato izpljunejo. Pokušanje vina ali degustiranje (beseda degustacija pride od latinske besede gustus: okus, poskus in latinske besede degustare: poskusiti) je dogodek, ki zahteva zbranost, umirjenost in pripravljenost na srečanje različnih okusov. A ni le to: je tudi lep trenutek družabnosti, kjer je potrebno znati pravilno predstaviti in tako širiti vinsko kulturo, ki je del splošne kulture in razgledanosti sodobnega človeka, kar so nam v vinski kleti Vinakras tudi podrobno razložili.

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA



### **Fotografija 83: Degustacija terantona**

Naslednja degustacija je potekala v drugem delu kleti, v katerem imajo lesene sode, pokušali pa smo teranton letnik 2003. **Teranton** je vrhunsko arhivsko vino, pridelano s staranjem kraškega terana (ki je sicer najboljše le kot mlado vino). Teranton je, tako kot teran, pridelan izključno iz sorte refošk. Trta refoška, ki na kraških tleh daje vino teran, v desetletnem povprečju le nekajkrat (dva do trikrat) obrodi grozdje, katerega vino je primerno za kvalitetno staranje. Teranton najprej od 3 do 6 let zori v hrastovih sodih, nato pa naj bi se ustekleničen staral še od 2 do 4 leta. Posebna predelava in zorenje dajeta temu vinu polnost, fino in elegantno cvetico ter bogat in poln okus, ki je posledica esterifikacijskih procesov. Teranton ima visoko alkoholno stopnjo (12,5 % alkohola) ter 8–10 % kisline.

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA



**Fotografija 84: Teranton v pravilno izbranem kozarcu**

Na spodnji sliki se nahajava z Leo v kleti s sodi, ki jih imenujejo barike. Sodi imajo svoj izvor v Franciji. Značilni so po stalni litraži in dimenzijah. Vinarji jih uporabljajo za pridobivanje najkvalitetnejših vin, saj vina v njih dosegajo posebne arome. Sodi so znotraj namreč posebej obdelani s postopkom **obžiganja** (toasting).

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA



**Fotografija 85: V kleti z barika sodi**

Delimo jih v **dve skupini**:

- **barrique** (barik) in
- **tonneaux** (tono).

### Dimenzije

Vrsta soda	Litraža	Dolžina dog v cm	Premer trebuha na v cm	Premer na glavi v cm
Barrique	225 l	95	69	57
Tonneaux	500 l	110	100	80

Te sode izdelujemo iz lesa **hrasta**, **akacije** in **kostanja**.  
Notranje obdelani (obžgani) so lahko na različnih **stopnjah**:

- lahko (L – light),
- srednje (M – medium) in

močno (H – heavy).

Lea BEVC, Severina ŠTRUC, Domen VODLAN

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA



**Fotografija 86: Sod barika**



## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA



**Fotografija 87: Star vodnjak na dvorišču**

Vodnjak dokazuje, da ima vinska klet že dolgo in dobro tradicijo, saj je med najinima rojstnima dnevnoma in vodnjakom kar 136 let razlike.



## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

### Fotografija 88: Ob trti ter logotipu vinske kleti

Modrovanje o izvoru logotipa vinske kleti.



### Fotografija 89: Logotip Vinakras

Na naši zadnji postaji smo si ogledali enoteko, kjer opravljajo degustacije.

Vinakras nudijo nepozabno vinsko izkušnjo za vse ljubitelje vina. V pristnem domačem okolju vabijo na ogled kleti ter degustacijo njihovih vin. Klet, v kateri se nahajamo, je najstarejša in šteje kar 148 let.

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA



**Fotografija 90: Enoteka**

Dokaz, da so vina kleti VINAKRAS priljubljena, potrjuje velik obisk degustacijske enoteke, v kateri vam enolog na kratko predstavi vino, njegov izvor, zgodovino, nato pa ob dobri hrani lahko pokusite vse njihove specialitete.

Lea BEVC, Severina ŠTRUC, Domen VODLAN

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA



Fotografija 91: V enoteki za glavno točilno mizo

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA



### Fotografija 92: Stari kraški portali ter omizje

Na sliki so na desni strani dobro vidni stari kraški portali iz leta 1861, v katerih so izbrana vina teran s tradicionalnim priznanjem Kras ter degustacijske mize.



## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

### **Fotografija 93: Sodčka za posebne priložnosti**

Ta dva sodčka sta namenjena za posebne priložnosti kot npr. izbor vinske kraljice. Vinska kraljica Slovenije je mnogo več kot le eden izmed projektov Pomurskega sejma. Je slovenska institucija, ki v svetu predstavlja slovenski turizem in slovensko kulturno dediščino. Je poslanstvo, ki po domovini in svetu širi kulturo pridelovanja, negovanja in pitja vina. Da sodi Pomurski sejem med najbolj zveste dvorjane in rezidence vinske kulture, dokazuje z Odprtim državnim ocenjevanjem vin – Vino Slovenija Gornja Radgona, s predstavitevijo vinogradništva na Mednarodnem kmetijsko-živilskem sejmu, z Vinskim hramom, ki je na sejmišču v Gornji Radgoni pravo svetišče plemenite kapljice ...

Vinsko kraljico Slovenije vsako leto izbere posebna komisija na osnovi javnega natečaja. Za laskavi naziv se lahko potegujejo dekleta, ki so dokazala dobro splošno znanje, poznavanje vinogradništva in vinarstva v Sloveniji ter znanje ponudbe vina. Dobro se morajo odrezati tudi na javni predstavitvi v slovenskem in enem od svetovnih jezikov.

Vse vinske princeze vabijo k spremljanju vsakoletnih razpisov za izbor Vinske kraljice Slovenije. Vse ljubitelje vina pa, da postanejo njeni zvesti dvorjani ...

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA



### **Fotografija 94: Laboratorij za analizo vina**

Na koncu smo si ogledali še laboratorij, v katerem sva se preizkusili kot sommelierki. V tem prostoru enologi zmešajo vina, da ustvarijo določeno aromo. Vino mešajo iz različnih sodov, vendar vina pri mešanju ne smejo mešati z različnimi sortami.

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA



### **Fotografija 95: Vhod v vinsko klet**

Ko smo zaključili ogled, nam je gospod Boštjan podaril zapakirane kraške penine ter teranove likerje. V dar pa smo dobili tudi kraško cepljenko. Polne doživetij smo se odpravile na pozno kosilo v hotel Grahor, kjer so nam gostinci predstavili njihove tradicionalne jedi (jota, pršut, štruklji, sušene klobase ...). Anketo sva izvedli z osebjem kuhinje in gosti hotela.



## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

### 5.7.4 Ponudba vin

#### Teran



#### Fotografija 96: Teran

Kraški teran je kakovostno **rdeče vino**. Pridelujejo ga na **Krasu** iz **trte refošk** (imenuje se tudi teranovka). Zaradi kraške **prsti** dobi značilen okus, v primerjavi z drugimi vini pa vsebuje velik odstotek **mlečne kisline**. Po nekaterih raziskavah deluje kraški teran zdravilno za **človeški** organizem, kot **antioksidant**, kot sredstvo za zaviranje **slabokrvnosti** (vsebuje veliko **železa**), kot sredstvo za zaviranje **arterioskleroze** in sredstvo za zniževanje LDL **holesterola** v krvi (v barvilu).

Bela vina

#### Malvazija

To je vino s prijetno kislino, zmernim alkoholnom in intenzivnim okusom. Malvazija, v literaturi opisana tudi kot: malvazija bela, Malvasia, Malvasia d'Istria bianca, Malvasie blanche je **vinska trta** in slovenska sorta belega **vina**, ki uspeva v **slovenskem primorju**. Tja so to sorto v **13. stoletju** prinesli iz sosednje **Italije**. Danes je pri nas najbolj razširjena na **Krasu** in v okolici **Kopra**, uspeva pa tudi po hrvaški **Istri**.

#### Chardonnay

Chardonnay (**slovensko** tudi bela klevna) je bela sorta **vinske trte** in istoimensko **vino**. Izvira iz **Burgundije** (Francija) in je ena najbolj razširjenih trt oz. vin v svetovnem merilu. Francozi ga zaradi tega obravnavajo kot »narodnega izdajalca«<sup>[navedi vir]</sup>. Chardonnay je bil dolgo zamenjevan z **belim pinotom**. Grozdje zori srednje pozno, vino pa je uvrščano tako v **kakovostni** kot **vrhunski razred**. Nastopa v večini **penečih vin**.

#### Sauvignon

Sauvignon, tudi muškadni silvanec (oz. beli sauvignon, **francosko**: sauvignon blanc) je bela sorta **vinske trte**, ki verjetno izvira iz okolice **Bordeauxa** (Francija). Danes je v svetovnem merilu zelo razširjena. Trta se obira pozno, **vino** je **suho** in ima precejšnjo stopnjo alkohola.

#### Sivi pinot

Sivi pinot, tudi rulandec (**francosko** Pinot gris) je bela sorta **vinske trte** in je brstna mutacija **modrega pinota** (modrega burgundca). Trta najbolje uspeva v toplih krajih, čeprav so za to

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

sorto primerne tudi slabše lege. Trta zahteva globoka in rodovitna tla. Sivi pinot je dokaj odporna trta proti **boleznim** in **pozebi**, ker pa ta drobna trta razvije drobno grozdje, jo je potrebno močno obremeniti.

### Vitovska gorganja

Ta avtohtona sorta daje elegantno – sveža vina z izraženo sadnostjo, katera se zliva s prijetno harmonijo. Svež vonj spominja na belo cvetje, mandelj in grenivko.

Penine

### Kraška penina



Penina je sveža s polnim telesom in karakterjem terana. Vonj ima po sadni cvetici, ki spominja na maline in druge gozdne sadeže.

### Marmorna penina

Je sveža s polnim telesom. Vonj spominja na jabolka in skorjo svežega kruha.

### **Fotografija 97: Kraška penina**

## OSTALO

### Teranov liker

Izvira iz tradicionalne kraške kuhinje, ki ga pripravimo po starem kraškem receptu iz vina teran. Uporablja se predvsem kot desertno vino ter dodatek sladlicam.

### Rose

Vonj spominja na češnje, rdeče jagodičevje in vanilio. Vino je zelo svežo ter polno sadnosti.



### **Fotografija 98: Rose**

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

### 5.7.5 Priznanja

#### II MEDNARODNI FESTIVAL VINA SARAJEVO

Sorta vina	Letnik	Priznanje
Malvazija	2008	Zlata medalja

#### SEJEM GAST SPLIT 2009

Sorta vina	Letnik	Priznanje
Teranton	2003	Zlata medalja
Marmorna penina	2007	Zlata medalja
Izbrani teran PTP	2007	Srebrna medalja
Vitovska grganja	2007	Srebrna medalja
Teranov liker PTP	/	Srebrna medalja
RUJ – vino iz sušenega grozdja refošk	1998	Srebrna medalja
Rosé	2008	Bronasta medalja

#### DRAŠIČI 2009

Sorta vina	Letnik	Priznanje
RUJ – vino iz sušenega grozdja refošk	1998	Zlato priznanje
Teranov liker PTP		Zlato priznanje
Sivi pinot	2008	Srebrno priznanje
Rosé	2008	Srebrno priznanje
Izbrani teran PTP	2007	Srebrno priznanje

#### MEDNARODNI KMETIJSKI SEJEM NOVI SAD 2009

Sorta vina	Letnik	Priznanje
RUJ – vino iz sušenega grozdja refošk	1998	Zlata medalja
Marmorna penina	2007	Zlata medalja
Teranton	2003	Srebrna medalja
Izbrani teran PTP	2007	Srebrna medalja

#### VINISTRA POREČ 2009

Sorta vina	Letnik	Priznanje
Teranton	2003	Zlata medalja
RUJ – vino iz sušenega grozdja refošk	1998	Srebrna medalja
Izbrani teran PTP	2008	Srebrna medalja

#### DECANTER 2009

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

Sorta vina	Letnik	Priznanje
RUJ – vino iz sušenega grozdja refošk	1998	Bronasta medalja

### VINO LJUBLJANA 2009

Sorta vina	Letnik	Priznanje
Marmorna penina	2007	Srebrna medalja
RUJ – vino iz sušenega grozdja refošk	1998	Srebrna medalja

### VINO SLOVENIJA – GORNJA RADGONA 2009

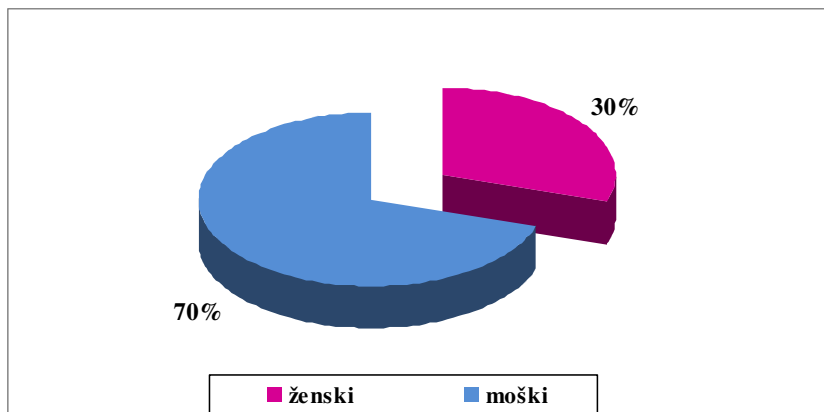
Sorta vina	Letnik	Priznanje
Teranton	2003	Velika zlata medalja
RUJ – vino iz sušenega grozdja refošk	1998	Zlata medalja
Sivi pinot	2008	Zlata medalja
Teranov Liker PTP	2007	Zlata medalja
Izbrani teran PTP	2007	Srebrna medalja
Izbrani teran PTP	2008	Srebrna medalja

### AWC VIENNA 2009

Sorta vina	Letnik	Priznanje
RUJ – vino iz sušenega grozdja refošk	1998	Srebrna medalja
Teranov Liker PTP	2007	Srebrna medalja
Rosé	2008	Srebrna medalja
Marmorna penina	2007	Srebrna medalja

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

### 5.7.6 Proučevanje turističnih potreb gostov

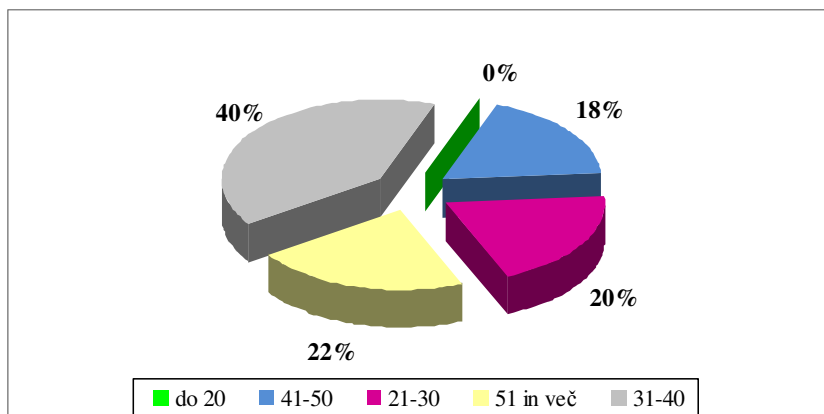


**Graf 45: Spol anketirancev**

Vir: Anketiranje, februar 2010.

Z grafa št. 46 in iz tabele št. 46 (v prilogi št. 5) razberemo, da je bilo največje število anketiranih moškega spola.

Anketirancev moškega spola je bilo 70 %. Žensk je bilo 30 %.



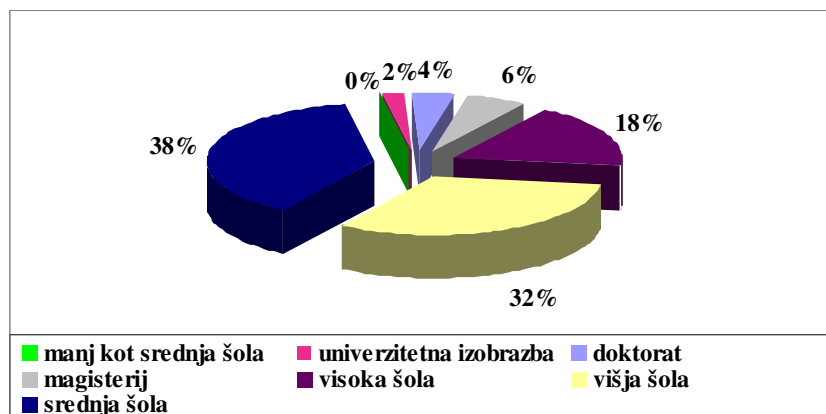
**Graf 46: Starost anketiranih**

Vir: Anketiranje, februar 2010.

Z grafa št. 47 in iz tabele št. 47 (v prilogi št. 5) je razvidno, da je bilo pretežno število anketiranih starih od 31 do 40 let.

Teh je bilo 40 %. Z 22 % sledijo anketiranci, stari 51 let in več, 20 % anketiranih je bilo med 21 in 30 letom. 18 % anketiranih je bilo starih 41 do 50, nič pa ni bilo mlajših od 20 let.

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

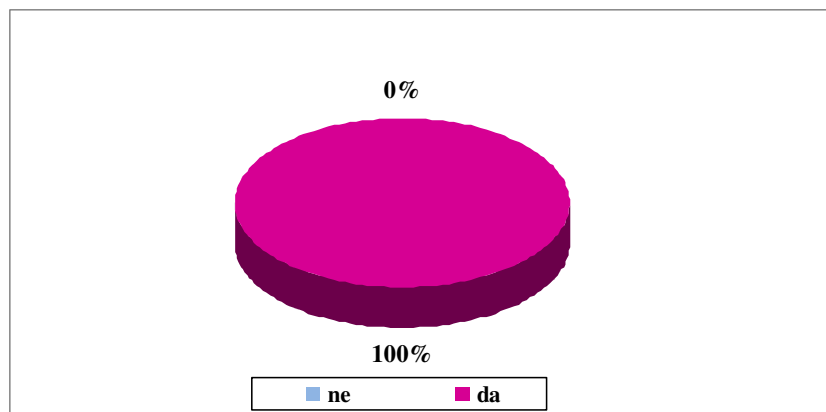


**Graf 47: Izobrazba anketiranih**

Vir: Anketiranje, februar 2010.

Z grafa št. 48 in iz tabele št. 48 (v prilogi št. 5) je razvidno, da je bilo največ anketiranih s srednješolsko izobrazbo. Anketiranih z višjo šolo je bilo 32 %, anketirancev z visokošolsko izobrazbo je bilo 18 %, magisterij je imelo 6 %. Z doktoratom je bilo 5 % anketiranih. 2 % anketiranih sta imela univerzitetno izobrazbo. Nič pa jih ni bilo z manj kot srednješolsko izobrazbo.

### I. Ali menite, da je turizem razvojna priložnost Slovenije?



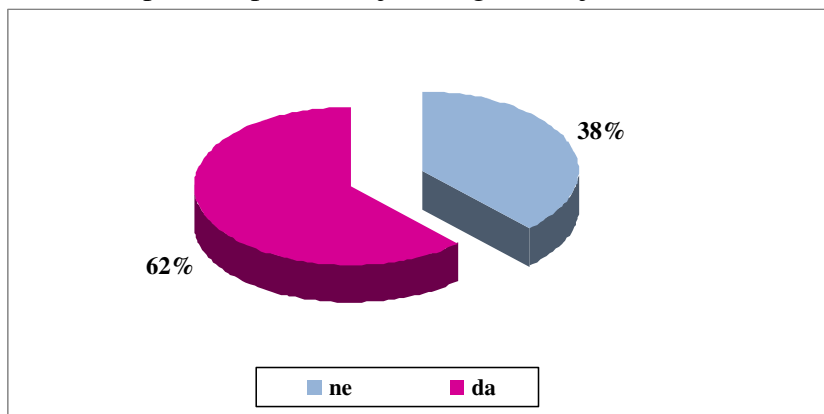
**Graf 48: Turizem kot razvojna priložnost Slovenije**

Vir: Anketiranje, februar 2010.

Z grafa št. 49 in iz tabele št. 49 (v prilogi št. 5) je videti, da vsi vidijo v turizmu razvojno priložnost Slovenije.

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

### II. Ali poznate pomen trajnostnega razvoja turizma?



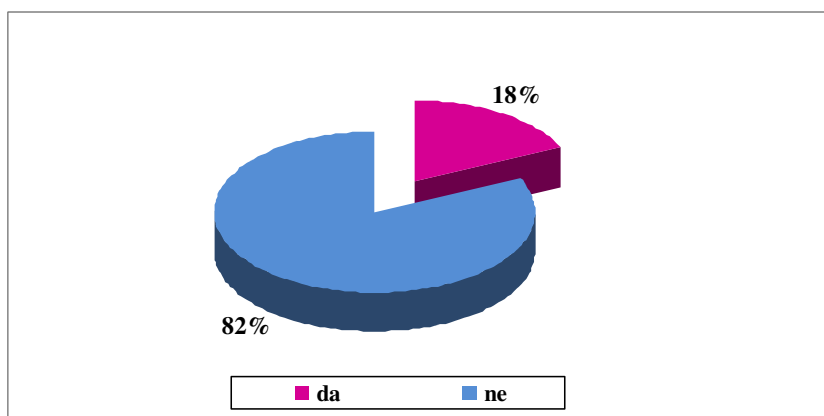
#### Graf 49: Prepoznavnost pojma trajnostni turizem

Vir: Anketiranje, februar 2010.

Z grafa št. 50 in iz tabele št. 50 (v prilogi št. 5) je razvidno, večina pozna pomen trajnostnega razvoja turizma.

Tako 62 % pozna pomen trajnostnega razvoja turizma, 38 % pa le-tega ne pozna.

### III. Ali veste, da gastronomija zavzema področje hrane in pijače?



#### Graf 50: Poznavanje pojma gastronomija

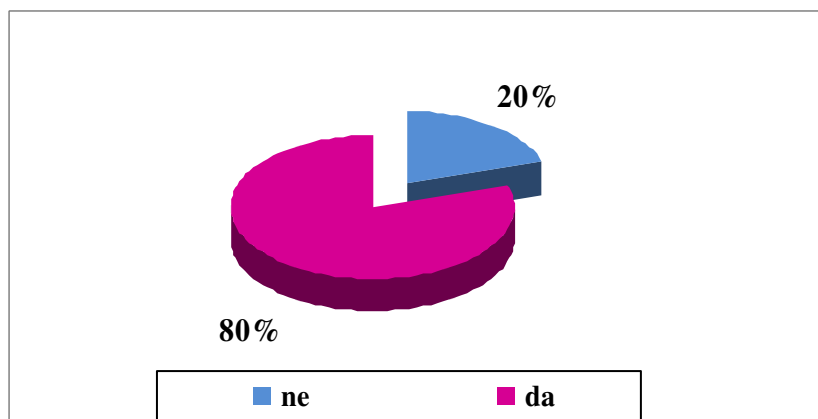
Vir: Anketiranje, 2010.

Z grafa št. 51 in iz tabele št. 51 (v prilogi št. 5) razberemo, da velika večina anketiranih ne ve, da gastronomija zavzema področje hrane in pijače.

Takih oseb je 82 %, medtem ko pa 18 % ve, da gastronomija zavzema hrano in pijačo.

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

IV. Ali poznate tradicionalne jedi kraja, v katerem se trenutno nahajate?



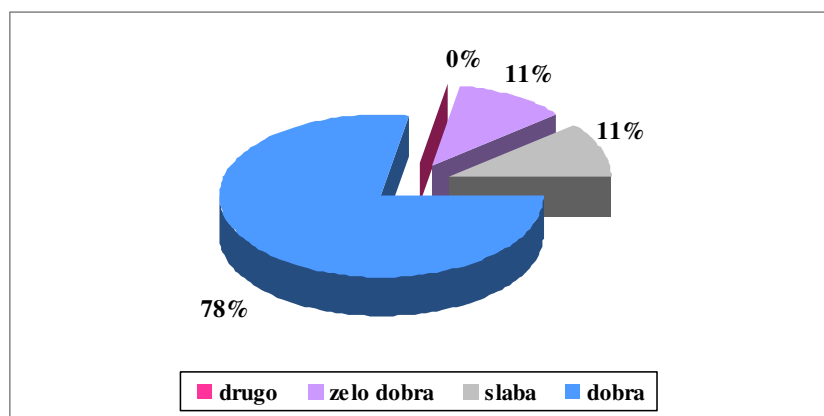
**Graf 51: Tradicionalne jedi s področja anketiranja**

Vir: Anketiranje, februar 2010.

Z grafa št. 52 in s tabele št. 52 (v prilogi št. 5) razberemo, da skoraj vsi anketiranci poznajo tradicionalne jedi kraja, v katerem se nahajajo.

Tako je bilo tistih, ki poznajo tradicionalne jedi kraja 80 %. Tistih, ki pa jih ne poznajo, je bilo 20 %.

V. Kakšna je po vašem mnenju gastronomsko-turistična ponudba kraja, v katerem se trenutno nahajate?



**Graf 52: Mnenje anketirancev o gastronomsko turistični ponudbi**

Vir: Anketiranje, februar 2010.

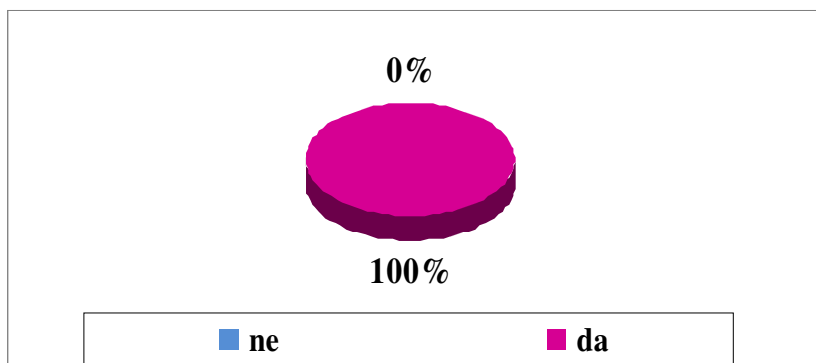
Z grafa št. 53 in iz tabele št. 53 (v prilogi št. 5) je razvidno, da se večini zdi gastronomsko-turistična ponudba dobra.

Slednjih je 78 %. 11 % je tistih, ki se jim ponudba zdi slaba, 11 % pa je tudi tistih, ki se jim zdi ponudba zelo dobra.



## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

VI. Ali menite, da bi morali ob dobri hrani dati več pozornosti tudi vinu?

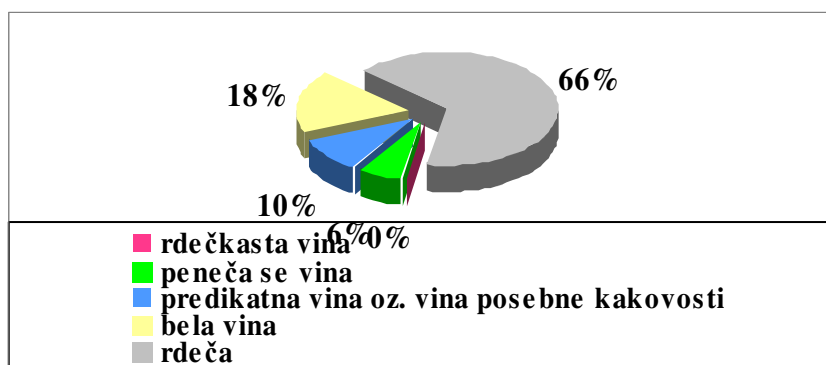


**Graf 53: Mnenje o pomenu izbora vina ob dobri hrani**

Vir: Anketiranje, februar 2010.

Z grafa št. 54 in iz tabele št. 54 (v prilogi št. 5) je prebrati, da se vsi anketirani strinjajo, da je ob dobri hrani treba dati več pozornosti tudi vinu.

VII. Katera vina najraje pokušate oz. pijete?



**Graf 54: Najljubša vina anketirancev**

Vir: Anketiranje, februar 2009.

Z grafa št. 55 in iz tabele št. 55 (v prilogi št. 5) je razbrati, da anketirani najraje posegajo po rdečem vinu.

Slednjih je 66 %. Bela vina najraje pije 18 % anketiranih. 10 % najraje pije predikatna vina oz. vina posebne kakovosti. Peneča vina najraje pokaša 6 % anketiranih, medtem ko se za rdečkasta vina ni odločil nihče izmed anketiranih.

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

VIII. Ali se vam zdi, da so lepo pripravljen pogrinjek, dobra hrana in vrhunska ponudba vin ogledalo gostinskega obrata, kraja in posledično ogledalo cele Slovenije?

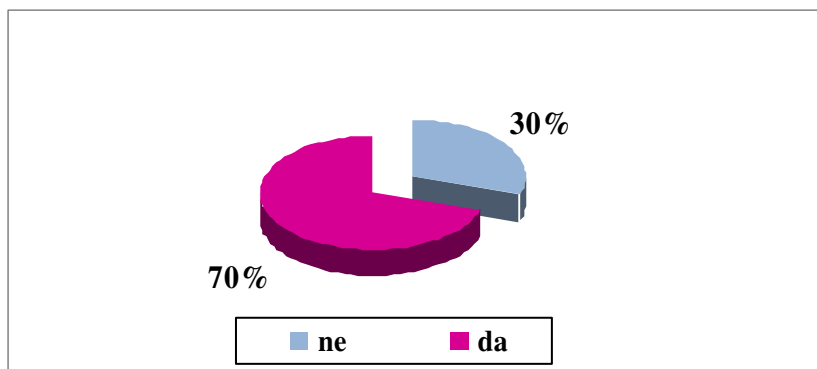


**Graf 55: Pomen pogrinjka, dobre hrane in dobre izbire vin**

Vir: Anketiranje, februar 2010.

Z grafa št. 56 in iz tabele št. 56 (v prilogi št. 5) izvemo, da se vsi anketirani strinjajo, da so lepo pripravljen pogrinjek, dobra hrana in vrhunska ponudba vin ogledalo gostinskega obrata, kraja in posledično ogledalo cele Slovenije.

IX. Ali pogosto potujete?



**Graf 56: Pogostost potovanj anketirancev**

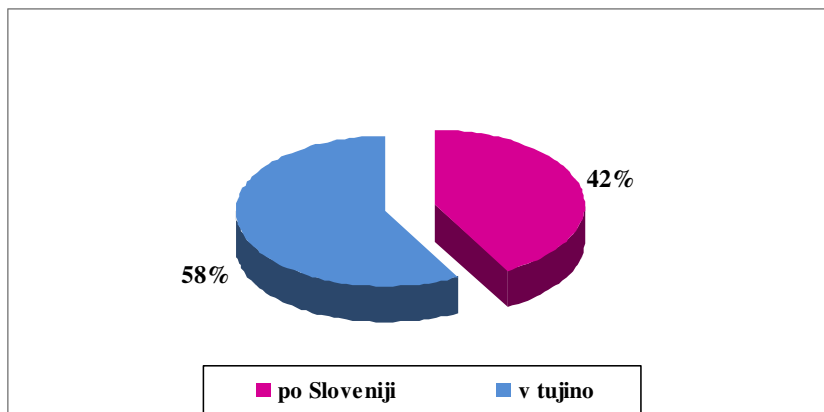
Vir: Anketiranje, februar 2010.

Z grafa št. 56 in iz tabele št. 56 (v prilogi št. 5) izvemo, da večina sodelujočih v anketi pogosto potuje.

70 % anketiranih pogosto potuje, medtem ko 30 % anketiranih ne.

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

X. Nam lahko zaupate, kam se največkrat odpravite na potovanje?



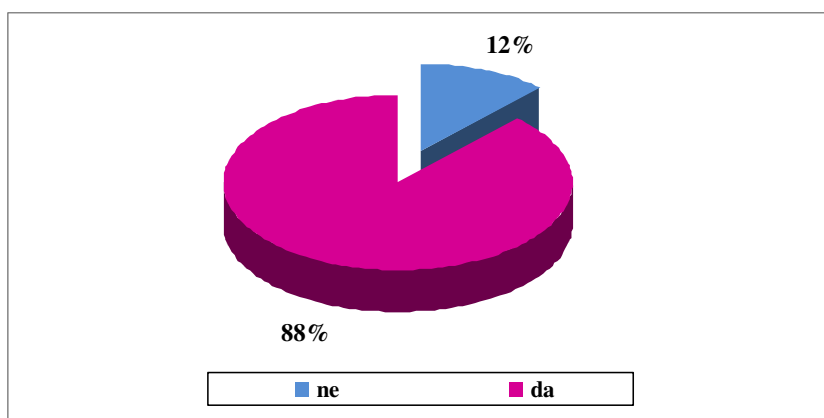
**Graf 57: Ugotavljanje, ali turisti potujejo po Sloveniji ali tujini**

Vir: Anketiranje, februar 2010.

Z grafa št. 58 in iz tabele št. 58 (v prilogi št. 5) ugotovimo, da največ anketiranih potuje v tujino.

Teh je 58 %, medtem ko je tistih, ki potujejo po Sloveniji, 42 %.

XI. Ali sta hrana in pijača v kraju, ki ga obiščete, za Vas velikega pomena?



**Graf 58: Pomen hrane in pijače v kraju obiska**

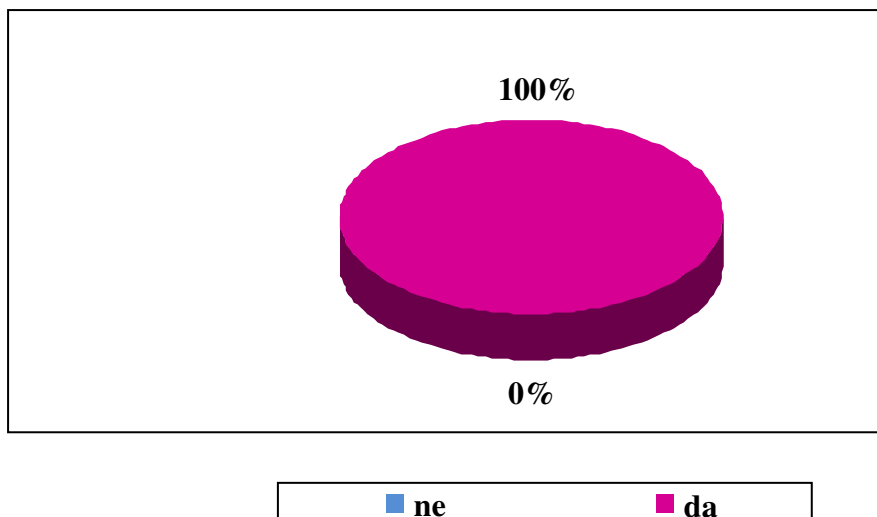
Vir: Anketiranje, februar 2010.

Z grafa št. 59 in iz tabele št. 59 (v prilogi št. 5) je razvidno, da sta hrana in pijača za večino anketiranih velikega pomena.

Teh je 88 %, medtem ko je število tistih, ki jim hrana in pijača na potovanjih nista pomembna, 12 %.

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

XII. Ali menite, da je potrebno organizirati več izobraževanj v zvezi s trajnostnim razvojem turizma?



**Graf 59: Potreba po več izobraževanjih v zvezi s trajnostnim razvojem turizma**

Vir: Anketiranje, februar 2010.

Z grafa št. 60 in iz tabele št. 60 (v prilogi št. 5) preberemo, da vsi anketirani menijo, da je potrebno organizirati več izobraževanj v zvezi s trajnostim razvojem turizma.

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

### 5.7.7 Rezultati ankete in interpretacija rezultatov

**Hipoteza št. 1:** »Prebivalci, obiskovalci oziroma anketiranci menijo, da je turizem razvojna priložnost Slovenije.«

Hipotezo št. 1 v celoti potrjujemo, saj so se anketirani enotno odločali, da je turizem pomemben razvoj Slovenije. Iz rezultatov ankete je možno sklepati, da se prebivalstvo vedno bolj zaveda vrednosti svojega okolja, da smo skupaj s turizmom tudi sami bolj vidni širšemu svetu.

**Hipoteza št. 2:** »Prebivalci, obiskovalci oz. anketiranci NE poznajo pomena besede trajnostni razvoj turizma.«

Hipoteze št. 2 ne potrjujemo, saj je kar 62 % anketirancev izjavilo, da poznajo pomen trajnostnega razvoja turizma, le 38 % anketirancev pa je izjavilo, da še nikoli niso slišali za pomen besede trajnostni razvoj turizma.

**Hipoteza št. 3:** »Mnogi prebivalci, obiskovalci oz. anketiranci pojma »gastronomija« ne poznajo.«

Hipotezo št. 3 potrjujemo, saj je kar 82 % anketirancev izjavilo, da pojma gastronomija ne poznajo, 18 % pa se jih še predobro zaveda, da je v pojem vključena tako hrana kot pijača.

**Hipoteza št. 4:** »Zanimanje prebivalcev, obiskovalcev oz. anketiranih za tradicionalno ponudbo hrane in pijače posameznega kraja je veliko.«

Hipotezo št. 4 v celoti potrjujemo, saj so anketiranci večinoma potrjevali, da je za njih ključnega pomena tradicionalna hrana ter pijača kraja, ki ga obiščejo. Le 12 % anketirancev je izjavilo, da jim je vseeno, kakšno gastronomsko ponudbo nudi posamezni kraj.

**Hipoteza št. 5:** »Vsi prebivalci, obiskovalci oz. anketirani se zavedajo, da so lepo pripravljen pogrinjek, dobra hrana in vrhunska ponudba vin ogledalo gostinskega obrata, kraja in posledično ogledalo cele Slovenije.«

Hipotezo št. 5 v celoti potrjujemo, saj so se anketiranci enotno odločili, da so lepo pripravljen pogrinjek, dobra hrana in vrhunska ponudba vin ogledalo gostinskega obrata, kraja in posledično ogledalo cele Slovenije.

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

### INTERVJU

**1) Najprej se nam na kratko predstavite in povejte, kakšna je vaša vloga v podjetju in kako dolgo že opravljate to delo?**

Moje ime je Boštjan Zidar. V kleti VINAKRAS, z. o. o., Sežana opravljam delo enologa dve leti. Kot enolog imam za seboj devet let delovnih izkušenj.

**2) Ali poznate pomen trajnostnega razvoja turizma in ali se vam zdi, da je gastronomija (hrana in vino) povezana s turizmom in zakaj?**

S trajnostnim razvojem turizma sem seznanjen. Prepričan sem, da je gastronomija tesno povezana s turizmom. Večina obiskovalcev naše dežele želi spoznati tudi našo gastronomijo, vsi ostali, kateri te želje nimajo, pa lahko ob naši primerni ponudbi na prijeten in zanimiv način to vseeno doživijo, kajti vsak človek, ki nas obišče, si bo pri nas privoščil tudi kakšen obrok.

**3) Kako se imenuje vaš vinorodni okoliš, kakšna sta tukaj prst in podnebje, katera vina so najbolj značilna za ta okoliš?**

Vinorodni okoliš KRAS, v katerem se nahajamo, spada med štiri vinorodne okoliše Primorske vinorodne dežele. Kras je specifičen po svoji rdeči zemlji jerini ali »terra rossi«, apnencu in kraških pojavih. Seveda tu gospodari tudi kraška burja, katera s severa prinaša hladen zrak. Svoj pečat pa Krasu daje tudi bližina morja, katero je še posebej čutiti, ko z morja zapiha topel in vlažen jugozahodni veter. Podnebje Krasa bi lahko opisali kot sredozemsko-celinsko-predalpsko. Seveda pa Kras ni samo kamen, rdeča zemlja in burja, ampak so tu tudi kraški vinogradniki, kateri skrbno in vztrajno gojijo svoje vinograde. Teh je na Krasu kar 650 ha. Kraševci smo zelo ponosni na svoje temno rubinasto, sadno in polno vino TERAN, katero je avtohtono slovensko vino zaščiteno s priznanim tradicionalnim poimenovanjem (PTP) Pridelano je iz sorte refošk. Teran ljudi poživlja, jim daje moč in jih krepi. Poleg terana so v kraških vinogradih zasajene tudi druge vinske sorte kot je bela avtohtona sorta vitovska grganja, malvazija, chardonnay, sivi pinot, sauvignon ter rdeči sorti kot sta merlot in cabernet sauvignon.

**4) Se vam zdi, da bi v turistični ponudbi vašega kraja morali dati še več poudarka gastronomiji in zakaj? Katere so tipične tradicionalne jedi tega kraja?**

Da. Zato, ker je premalo gastronomije vključene v turistično ponudbo.

Kar se tiče tipičnih tradicionalnih jedi Krasa ne moremo mimo slovitega kraškega pršuta in suhomesnatih izdelkov, teranovega toča, jote, fitalje, presenca, štrukljev, polente (koruzna in ajdova) ...

**5) Katere so tiste pomanjkljivosti v gastronomiji in turizmu, ki ste jih skozi bogate delovne izkušnje opazili in menite, da bi jih bilo potrebno še dopolniti – izboljšati?**

Ponuditi bi bilo potrebno ljudem zanimive, tipične jedi in pijače kraja oz. regije in jim o njih tudi kaj povedati. Izkoristiti naravne danosti in posebnosti določenega kraja in o njih obveščati obiskovalce. Animirati ljudi, da te kraje tudi obiščejo in jih doživijo ter vzbuditi v njih željo po ponovnem obisku.

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

### 6) Ali menite, da bi bilo potrebno izvesti tudi kakšno izobraževanje na področju gastronomije, vin in kulture pitja vina, turizma, trženja in znanja tujih jezikov in zakaj?

To je vedno dobrodošlo. Tako za širitev obzorij poznavanja domače kot tuje gastronomije kot za boljše uživanje v hrani in pijači.

Vsak posameznik predstavlja kamenček v mozaiku kraja, v katerem živi, katerega čuti in na katerega je ponosen. Bilo bi lepo, če bi to lahko prenesel tudi na ljudi, ki prihajajo z namenom, da ta kraj spoznajo.

### 5.7.8 Vizija razvoja trajnostnega turizma v Sežani

Sežana kot kraj si zelo želi, da bi v samem kraju gostinski lokali nudili še več tipičnih jedi s tradicijo kulinarike, po kateri so kuhale tamkajšnje gospodinje. Sodelovanje kleti Vinakras z mnogimi gostinskimi obrati kažejo, da je tudi v tem kraju poudarek za trajnostni razvoj tako kulinarike kot vin močno občutiti.

Pomembno bi bilo še več sodelovanja v povezavi gastronomije in turizma, kajti goste, ki obiščejo določen kraj, zanima predvsem celovita ponudba določenega kraja.

## 6 OBLIKE GASTRONOMSKE PONUDBE

Za vsa podjetja, ki morajo svoje izdelke ali storitve prodati, velja, da jih morajo pred tem na tržišču ponuditi. To velja tudi za gostinske storitve, česar se morajo gostinski obrati zavedati ne glede na njihovo obliko, velikost, lokacijo, sezonski vpliv in podobno.

Za različne oblike ponudbe imajo danes večji gostinski obrati samostojne in specialne službe. Prav v vseh vrstah gostinskih obratov pa so najpomembnejša in tudi najučinkovitejša oblika ponudbe jedilni list, vinski list in cenik pijač, ki so strokovno usposobljenemu strežnemu osebju obnem v veliko pomoč.

### 6.1 Jedilni list

Jedilni list je seznam jedi, razporejenih po določenem sistemu, z označenimi cenami. Je odlično reklamno sredstvo, najboljši pripomoček pri prodaji ter ogledalo in vizitka gostišča.

Gostje od jedilnega lista pričakujejo:

- da bo po zunanji obliki prikupen, četudi je enostaven;
- da bo po vsebini pester in usklajen z vrsto in krajevno lego gostišča;
- da bo ponudba prilagojena pretežni večini gostov;
- da bo sestavljen po klasičnem zaporedju jedi, kajti vsak drugačen razpored jedi zahteva, da so vse take posebnosti posebej poudarjene;
- da po obsegu ne bo preobširen;
- da bodo v njem jedi, ki so krajevno prilagojene po izbiri živil in načinu priprave;
- da bodo jedi napisane enostavno in slovnično pravilno;

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

- da bo tisk čitljiv tudi ob zmanjšani svetlobi in jedilni list uporaben tudi za goste s slabšim vidom;
- da bodo manj znanim jedem dodani kratki opisi o vrsti mesa in načinu priprave;
- da bodo jedi navedene v tujih jezikih, če v obrat zahajajo tujci;
- da bo jedilni list iz materiala, ki se ga da enostavno in hitro vzdrževati;
- da bo jedilni list čist, s pravilnimi cenami;
- da bodo na njem le tiste jedi, ki jih je v gostišču v resnici mogoče dobiti.

Ne glede na obliko in obširnost pa morajo biti na jedilnem listu naslednji podatki:

- ime podjetja,
- polni naslov podjetja,
- seznam vseh jedi s cenami in z normativi,
- datum.

Pri oblikovanju zunanega videza je prav, da se uporabi simbol gostišča, ki mora biti estetsko usklajen s celotno zasnovano jedilnega lista glede na barvo in velikost. Pri tem mora biti ime podjetja vidno, obenem pa nevsiljivo, viden mora biti napis **jedilni list**, morebitni prazni prostor pa je mogoče izkoristiti še za druga reklamna sporočila.

### 6.2 Meni

Tako kot nekdanj velja tudi danes za meni, da je to vnaprej izbrana skupina jedi in pijač za vnaprej določen obrok in vnaprej določeno ceno, dodajamo v novejšem času.

Po namenu razlikujemo:

- dnevni meni
- specialni meni
- svečani meni

Pri sestavljanju menija morajo sodelovati osebe, ki so za to delo strokovno usposobljene in bodo upoštevale naslednja izhodišča:

- Meni mora biti prilagojen prehranskim navadam gostov.
- Vrsten red jedi mora biti postavljen pravilno.
- Vedeti je treba, za kakšno število gostov se bo pripravljala meni, kakšna je struktura teh gostov po spolu, starosti, poklicu, narodnosti; če ne za večino, pa vsaj za glavne povabljene goste.



## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

- Vedeti je treba, kakšna je plačilna zmogljivost naročnika.
- Poznati je treba tehnično opremljenost gostinskega obrata.
- Poznati je treba strokovno usposobljenost kuharskega in strežnega osebja.
- Pri sestavljanju menija za večje število gostov se je treba izogibati jedem, ki se morajo pripravljati sproti (kuhana postrv).

Meni mora biti po svoji obliki, materialu in vizualnem učinku dekorativen in je sestavni del slavnostne mize. Za meni karto uporabljamo boljši papir, tanjši karton, pergament, svilo, domače platno, les, kožo, steklo in drugo. Po obliki je meni karta lahko enodelna, dvodelna s pregibom ali dvodelna (pregibna) z vložkom. Po velikosti pa ne sme biti prevelika in se mora kot drugi deli namizne opreme vklopiti v celoto slavnostnega pogrinjka.

Pri pisanju meni karte lahko pišemo jedi od leve proti desni z razmiki in eno pod drugo ali pa tako, da so simetrično enako oddaljene od obeh stranskih robov. Vsebina meni karte je razdeljena na:

- posvetilo, iz katerega mora biti razvidno, ali je slavnostni obrok kosilo, večerja, party, komu je namenjen in kdo ga prireja;
- vrstni red jedi in pijač;
- datum in kraj slavnosti in
- ime gostinskega obrata, kjer je slavnost prirejena.

### 6.3 Vinski list

Ponudba in prodaja vina je v gostinskem obratu sestavni del celotne ponudbe, zato ji moramo posvetiti vso potrebno pozornost, saj ni vseeno, kako naša vina predstavimo gostu. Kot velja za jedilni list, da je ogledalo gostišča, velja enako za vinski list. Sestava vinskega lista pa nam ne bo delala težav, če bomo prisluhnili željam gostov in pri tem upoštevali naslednje:

- vina naj bodo izbrana tako, da bodo zastopane suhe, polsuhe, polsladke in sladke vrste,
- na posameznih področjih, še posebej, če so vinorodna, naj imajo prednost vina s teh področij;
- na zalogi imejmo samo kakovostna in vrhunska vina;
- vinski list bo še posebej zanimiv, če bomo lahko ponudili tudi arhivska vina.

Na vinskem listu so vina običajno napisana po skupinah v naslednjem vrstnem redu:

- aromatizirana vina,
- bela buteljčna vina,
- rdeča buteljčna vina,

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

- peneča vina – naravna in gazirana,
- desertna vina,
- tuja vina (po enakem zaporedju).

Vina pa morajo imeti na vinskem listu še naslednje podatke:

- ime vina,
- letnik trgatve oz. polnjenje,
- geografsko poreklo, za kakovostna in vrhunska vina tudi ime vinogradniškega območja,
- količina alkohola v volumenskih %,
- količina sladkorja, izraženega kot: suho, polsuho, polsladko in sladko,
- neto količina, ki se streže kot osnovna enota,
- firma proizvajalca oz. polnilca vina,
- cena za enoto.

Vinski list naj bo tiskan na boljšem papirju in po oblikovanju usklajen z jedilnim listom in cenikom pijač. Cene k posameznim vinom opisujemo lično in jih ob spremembah ne popravljamo, pač pa izpišemo nov vinski list.

### 6.4 Cenik pijač

Tudi za cenik pijač velja glede pisanja, preglednosti, velikosti in izbire enako kot za jedilni in vinski list. Razlika med vinskim listom in cenikom pijač je v tem, da so na ceniku pijač vse pijače, ki jih gostišče streže, medtem ko so na vinskem listu le vina.

Vrstni red pijač na ceniku ni predpisan, kot so jedi na jedilnem listu, kljub temu pa je najpogosteje uporabljena naslednja razdelitev:

- aperitivi,
- odprta bela vina,
- odprta rdeča vina,
- bela buteljna vina,
- rdeča buteljna vina,
- polpeneča in peneča se vina,
- desertna vina,
- piva,
- žgane pijače,
- likerji,
- alkoholne pijače,
- tople pijače in napitki.

Pri vinih pišemo na ceniku pijač poleg imena tudi podatke, ki so navedeni pri vinskem listu, medtem ko:

- pri žganih pijačah poleg proizvajalca navedemo še alkoholno stopnjo, količino in ceno;

## **KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA**

- pri likerjih navedemo poleg alkoholne stopnje še sladkorno stopnjo ter količino in ceno;
- pri vseh ostalih pijačah pa le količino in ceno.

### **7 POGRINJEK**

Pogrinjek (francosko couvert) pomeni jedilni pribor, ki ga postavimo na mizo pred gosta za toliko jedi, kot jih je v meniju, in takega, ki je za te jedi potreben.

Gastronomijo je močno zaznamovala knjiga Physiologie de goût (Psihologija okusa), ki jo je napisal Brillat Savarin in v kateri so podana že izdelana pravila in uzance, ki naj veljajo pri organizaciji svečanih obrokov za gostinsko osebje, pa tudi za povabljene goste.

Danes pod pogrinjkom razumemo prostor na mizi, ki ga opremimo z inventarjem, ki ga bo gost potreboval pri določenem obroku. Strežni inventar postavimo pred gosta tako, da mu je čim bolj pri roki. Običajno pripravljamo na restavracijske mize velikost 80x80 do 100x100 cm največ 2–3 pogrinjke, tako zagotovimo, da se bodo gostje pri mizi počutili udobno.

Splošno pravilo za pripravo pogrinjkov je, da pogrinjek postavimo tako, da bo za gosta in strežno osebje priročen, da bo postrežba tekla nemoteno in da bo celotni videz estetski.

#### **7.1 Vrste pogrinjkov**

V naših gostinskih obratih pripravljajo za postrežbo raznih obrokov naslednje vrste pogrinjkov:

- enostavni pogrinjek ali pogrinjek za nedoločen obrok,
- razširjeni pogrinjek ali pogrinjek za določen obrok,
- veliki ali svečani pogrinjek,
- pogrinjek za različne specialitete.

#### **7.2 Priprava omizja in prostora**

Preden pričnemo z dekoracijo prostora in omizij moramo poskrbeti, da že sama oprema lokala izpolnjuje dve glavni nalogi:

**FUNKCIONALNOST IN LEPOTO**, vse z namenom, da bi se gost čim prijetneje počutil pri nas.

Nanjo pa naj ne vpliva le arhitektura zgradbe, sodobnost uporabljenih materialov, ampak tudi: snaga, urejenost toaletnih prostorov, čist prt, izpraznjeni pepelniki, čista tla, pospravljene mize, lepo in strokovno pripravljene pogrinjki.

#### **7.3 Posvetila, male pozornosti za gosta**

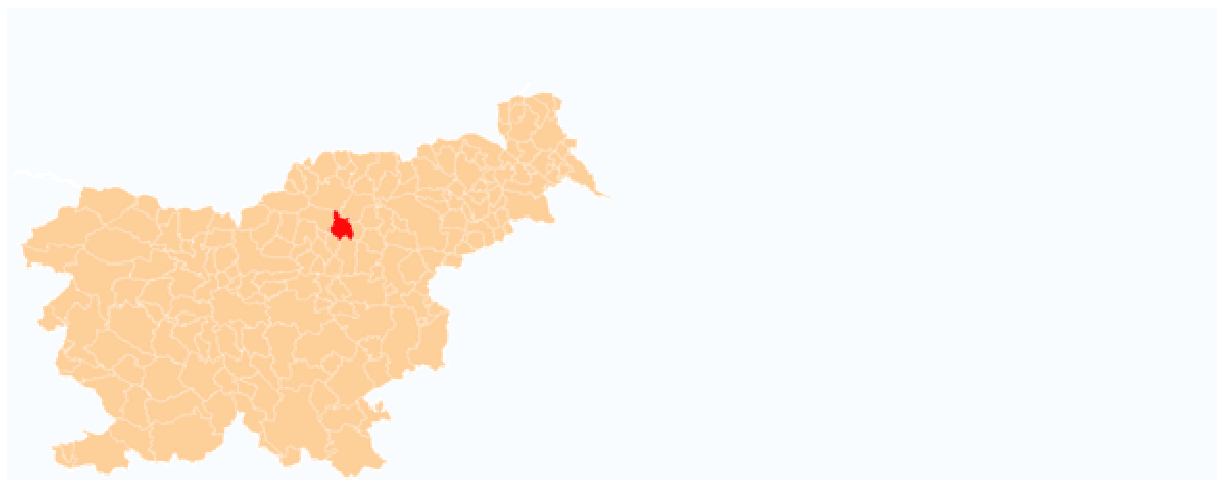
Posvetila za goste, tako imenovane male pozornosti za gosta so tiste, ki so namenjene majhnim presenečenjem, istočasno pa so reklama gostinskega obrata. Predvsem je zeleno, da

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

so izdelana v samem gostišču, aranžirana tako, da jih gost z lahkoto vzame, ne da ima občutek, da je vzel nekaj, kar ni dovoljeno. Mala darilca morajo biti opremljena z logom gostišča, posvetilom, vsekakor pa morajo prikazati dan pogostitve. Najboljša reklama gostišču je zadovoljen gost in v kolikor bo odnesel s seboj malo darilce, ga pokazal prijateljem in znancem se bo posledično obisk v tem gostišču povečal.

## 8 ANALIZA STANJA OBČINE VELENJE

### 8.1 Zgodovina, kulturne znamenitosti in tradicija kraja



#### Fotografija 99: Občina Velenje

**Velenje** je z več kot trideset tisoč prebivalci središče Šaleške doline. Leži na nadmorski višini 396 metrov. Moderno mesto je nastalo v desetletjih po drugi svetovni vojni v bližini starega mestnega jedra pod velenjskim gradom. Premogovnik in svetovno znana tovarna Gorenje že dolgo nista več edina razpoznavna znaka Velenja. Mesto ni samo na zunaj moderno, moderni so tudi njegovi prebivalci, ki s svojo različnostjo priseljencev dajejo čudoviti naravi svojevrsten utrip in ustvarjajo pogoje za udobno, ustvarjalno in sproščeno počutje. Ne samo zase, temveč tudi za številne goste, ki so jih veseli v vsakem trenutku.

Osrednji del mestne občine Velenje predstavlja dolinski del ob reki Paki. Ves vzhodni dolinski del Šaleške doline je urbaniziran, saj se je mesto, ki je po številu prebivalcev peto največje v Sloveniji, v svojem razvoju zadnjih 50 let razširilo med nekdanjimi naselji in zaselki Škale, Stara vas, Staro Velenje, Šalek in Šmartno.

Severno obrobje občine sega v hribovit svet, ki se razteza od Razborja do Graške Gore in preko prebojne doline Pake v Hudi luknji do Paškega Kozjaka. Vzhodna meja občine poteka po Dobrnskem podolju, preko potoka Pirešica, proti jugu na Ponikovsko planoto in Ložniško gričevje, ki Šaleško dolino ločujeta od Spodnje Savinjske doline. Zahodna meja občine razpolovi Šaleško dolino v smeri sever-jug na območju nekdanje vasi Preloge, kjer danes pod dolinskim dnem poteka v Premogovniku Velenje najintenzivnejši odkop lignita. Meja se nadaljuje po spodnjem toku potoka Velunja do podnožja Graške Gore.

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

**Ostanki, ki so bili najdeni v Šaleški dolini, nam pričajo, da je bila dolina naseljena že v davni preteklosti. V Mornovi zijalki pri Šoštanju in jami Špehovki pri Hudi luknji so izkopali ostanke naselbine prazgodovinskega človeka, v Bevčah in na Plešivcu prazgodovinske predmete. Ostanki iz rimskega obdobja pa kažejo, da je bila v tem času na prostoru današnje Šaleške doline rimska naselbina.**

Območje današnjega Velenja je bilo prvič omenjeno leta 1250, trg Velenje se v dokumentih prvič omenja leta 1264, nad starim trškim jedrom pa že stoletja gospoduje grad, ki je v zgodovinskih virih prvič omenjen leta 1270. V 16. stoletju je Šaleška dolina postala eno od središč protestantskega življenja na Štajerskem. Največja pridobitev tega časa je bila šola, ki so jo v Velenju ustanovili protestantje. V srednjem veku je bila Šaleška dolina zaradi velikega števila gradov (preko 20) znana tudi kot »dolina gradov«, ime pa se je ohranilo vse do danes. Leta 1801 je v Velenju izbruhnil velik požar, ki je upepelil celotni trg, skupaj s cerkvijo sv. Marije. Velenje je v tem obdobju predstavljalo le majhen trg, ki je po velikosti zaostajal za Šoštanjem. Leta 1889 je imelo le 364 prebivalcev. Nekoliko močnejši gospodarski razmah je Velenje doživelo šele konec 19. in v začetku 20. stoletja, ko so v bližini Velenja odprli premogovnik. Premogovništvo je na razvoj trga sicer vplivalo le posredno, saj Velenje v tem času še ni bila rudarska naselbina. V Velenju so bili konec 19. stoletja razviti predvsem trgovina, žagarski in lesnopredelovalni obrati, pomembna gospodarska panoga pa je vseskozi ostajalo kmetijstvo. Leta 1931 je prav od te dejavnosti še vedno živelo nekaj nad polovico prebivalstva Šaleške doline. Velenjski premog in šoštanjska tovarna usnja sta dva od razlogov, da je to področje dobilo železnico, ki je skozi Savinjsko dolino stekla leta 1891 in tako povezala Velenje s Celjem, leta 1899 pa je bila omogočena tudi železniška povezava Velenja s Koroško (Dravogradom).

Predvsem po letu 1950 se je ob bistveno povečanih zahtevah po premogu vedno bolj kazala potreba po postavitvi sodobnega mesta, ki naj bi nadomestilo sprva planirane male vrstne hiške za številne rudarje iz celotne Jugoslavije. Pod vodstvom tedanjega direktorja Rudnika Velenje Nestla Žganka so se ob sodelovanju projektantov Slovenija projekta iz Ljubljane z arhitektom Janezom Trenzem na čelu začeli oblikovati načrti za sodobno mesto, ki naj zagotovi domovanje za približno 30.000 prebivalcev. Moto N. Žganka, da naj imajo "...rudarji, ki preživijo pol dneva v temnih nedrjih zemlje kar se da svetla in sončna stanovanja ..." je z načrti projektantov postal sodobno modernistično mesto, s prostostoječimi objekti postavljenimi v velike zelenice. Na žalost kasnejši urbanisti tega koncepta iz številnih razlogov niso ustrezno nadaljevali, kljub temu pa jim je arhitekturni izraz ožjega centra uspelo ohraniti kot stilsko čist pozni modernizem, kakršnih v Evropi ni prav veliko. Neverjetna rast naselja, ko je v borih dveh letih konec šestdesetih sredi zelenice zraslo več kot 20 mestotvornih objektov, je čudila vso tedanjo domovino, ki mu je 20. septembra 1959 podelila mestne pravice, na ta dan pa v Mestni občini Velenje praznujemo svoj občinski praznik.

Spomenik – Partizani

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA



### Fotografija 100: Spomenik padlim partizanom

Spomenik je posvečen skupnemu boju jugoslovanskih in italijanskih partizanov proti fašizmu in je edini spomenik v Velenju, ki ga je bivši državi naredil tuj avtor – Italijan. Njegov spomenik upora je eno najzanimivejših likovnih del na temo NOB pri nas. Prikazuje nam skupino partizanov, ki se nam v hitrem pohodu približujejo s strani in se na mestu gledalčevega očišča sunkovito obrnejo v levo. Vendar, telesa, ki stopajo mimo, niso individualna bitja, zdijo se kot val, ki nam drvi nasproti. Umetnik ga je razrezal na posamične dele in jim dal antropomorfno odliko. Simboličen pomen upora, v katerem posameznik pomeni le toliko, kolikor predstavlja del celote. Spomenik stoji na nizkem podstavku velikosti 50m<sup>2</sup> med Delavskim klubom in poslovno zgradbo Fori. Avtor in njegov sodelavec Mario Flavio Aluffo sta skulpturo podarila Velenju.

Spomenik Josip Broz – Tito

Spomenik predstavlja razmišljujočega maršala Tita, oblečenega v vojaško uniformo, ogrnjenegega z zimskim plaščem. Skulptura je visoka okoli 10 metrov. Je največji Titov spomenik na svetu. Slovesno je bil odkrit 24. junija 1977, na osrednji slovesnosti v počastitev obletnice ustanovitve Zveze komunistov.



### Fotografija 101: Spomenik Josip Broz Tita

#### Vila Bianca

Vila, ki jo je okoli leta 1855 pozidal grof Hubert d'Harnoncourt-Unverzagt, tedanji lastnik velenjskega gradu, je značilna predmestna vila, grajena v duhu starih fevdalnih dvorcev. Stavba je pozidana v neogotskem slogu in je pomembna tako zaradi svoje vloge v prostoru, kjer zamenjuje stari trški ambient, kot zaradi arhitekturnih ambicij – te se kažejo v zavestnem naslonu na tradicijo starih fevdalnih grajskih stavb.

Velenjski grad

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA



Če bi zaprli oči in si v mislih skušali pričarati pravljичni grad, podoba, ki bi nastala za vekami, prav gotovo ne bi bila daleč od podobe gradu Velenje. Tako bel, tako poln nostalgije, tako nepogrešljiv je ta grad na griču nad Velenjem. Njegovo jedro je bilo postavljeno v 13. stoletju, večji del današnje podobe pa je dobil tri stoletja pozneje, ko so med drugim zgradili notranje arkadno dvorišče ter večji del slikovitega obzidja s stolpi in mogočno renesančno rondelo.

### Fotografija 102: Velenjski grad

Danes je grad popolnoma obnovljen. Muzej Velenje je tu pripravil stalno razstavo Šaleška dolina med 10. in 17. stoletjem, poleg tega pa so na ogled še zbirka afriške umetnosti češkega kiparja Františka Foita, galerija z deli Fotografijarja Lojzeta Perka in galerija slovenskega Fotografijarstva XX. stoletja. V prostorih nekdanje konjušnice hranijo ostanke mastodonta, najdene v neposredni bližini Velenja, v grajski kapeli pa zbirko baročne umetnosti iz porušene cerkve sv. Jurija v Škalah. Ena od sob je namenjena priložnostnim razstavam. Za obiskovalce pa sta gotovo najzanimivejši rekonstrukciji trgovine in gostilne iz 30. let tega stoletja. Ker v trgovinici prodajajo tudi vstopnice za ogled muzeja, je tu precej živahno, v gostilnici pa lahko gostje popijejo frakeljček ali dva. Bogato ponudbo dopolnjujejo velenjske poletne kulturne prireditve, možen pa je tudi najem grajskih prostorov za sprejeme in podobno.

### Grad Šalek

**Grad, ki leži na strmem griču nad naseljem Šalek, je verjetno najstarejša grajska stavba v Šaleški dolini. Po njem je dobila dolina tudi ime. Grad je bil opuščen po letu 1770, še danes pa so razvaline njegovega stolpa osrednja točka v Velenju. Stolp, ki se je v večini ohranil do danes, je bil najstarejši del gradu. Stolp je znamenit po svoji obliki, saj je v tlorisu trikotne oblike in kot tak enkrat v slovenskem prostoru.**

### Penzion Vila Herbestain

je gostišče I. kategorije s 7 sobami v umirjenem, elegantnem secesijskem slogu. Vila predstavlja tip odlične primestne vile iz druge polovice 19. stoletja. V notranjosti je vredno opozoriti zlasti na bogato kasetirane in profilirane lesene stropne ter stopnišča z balustradnimi ograjami. Gre za eno najlepših in najbolj intaktno ohranjenih stavb v Šaleški dolini s krasnim pogledom na mesto Velenje. Po oceni domačih in tujih gostov ena izmed najlepših primestnih vil iz druge polovice 19. stoletja, v kateri Gorenje Gostinstvo, d. o. o., opravlja vrhunsko gostinsko dejavnost. Primerna je za pripravo poslovnega kosila ali večerje, praznovanje osebnega praznika, poročnega obreda in poročne pogostitve. Vila ima sedem stilno opremljenih sob, kjer se dobro počutijo tudi najzahtevnejši gostje. Vsako leto v mesecu juniju

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA



se v Vili Herberstein srečujejo slovenski književniki. V letu 2002 je vila prejela zlato plaketo GZ Slovenije ob 30-letnici opravljanja vrhunske gostinske dejavnosti.

**Fotografija 103: Vila Herberstein**

### 8.2 Ponudba vin

Vinska kot tudi kulinarična ponudba v Šaleški dolini je zelo raznolika, saj sta gastronomija in turizem v tem kraju zelo razvita. Kraj kot takšen nima svoje vinske kleti, čeprav je bilo raziskano, da se tudi v tem kraju pojavi kar nekaj turističnih kmetij, ki se ukvarjajo tudi z vinogradništvom. Turizem v povezavi z gastronomijo v tem kraju je že močno povezan, saj ima Šaleška dolina različne turistične destinacije:

- zimsko-smučarski turizem,
- rekreacijski in športni turizem,
- etnološki in ekološki turizem,
- doživljajske in domišljajske aktivnosti,
- zdraviliški in wellness turizem v povezavi z zdravstvenimi storitvami,
- poslovni turizem,
- mladinski turizem.

Glede na to, da je turizem v kraju zelo razvit in je tudi velika želja po še bolj popolni turistični ponudbi, je zanimiva ugotovitev, da gostinski obrati v tem kraju nudijo pestro izbiro vin iz različnih kleti posameznih vinorodnih dežel. Ponudba vin kot taka je torej bogata, morda bi bilo potrebno narediti še kaj več glede poznavanja vin.

### 8.3 Priznanja

Šaleška dolina kot taka se lahko pohvali s kar nekaj dobro organiziranimi mladinskimi prireditvami, široko ponudbo rekreacijskih aktivnosti, ki so ključni del turistične ponudbe tega kraja. Zelo dobri primeri so Pikin festival, vsako leto v okviru občine Velenje predstavljeni v samem centru različni projekti, ki povezujejo medkulturni dialog 4 držav – Hrvaške, Bosne in Hercegovine, Srbije in Slovenije. V te projekte se vsako leto vključi tudi Šolski center Velenje, Šola za storitvene dejavnosti, ki skupaj z dijaki aktivno sodeluje pri



## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

izvedbi teh projektov, ki navzven obogatijo tako gastronomsko kot turistično ponudbo občine Velenje.

Savinjsko-šaleška regija si zasluži tudi priznanje, saj si želi biti inovativna, ekonomsko uspešna ter dostopna ljudem in okolju prijazna slovenska regija, ki bo z upoštevanjem načel trajnostnega razvoja do leta 2013 za 5 % preseгла slovensko povprečje BDP na zaposlenega. V njej se ohranjajo in razvijajo premogovništvo, energetika, predelovalna industrija in novi programi na področju:

- okoljskih tehnologij,
- turizma,
- drugih dejavnosti, povezanih z razvojem industrije in prestrukturiranjem premogovništva, z aktivnim vključevanjem mladih v razvoj in s prijaznim podjetniškim okoljem.

### 8.4 Gastronomsko-turistična ponudba kraja

#### Tradicionalne prireditve

##### JANUAR

- Mednarodno odprto prvenstvo Slovenije v namiznem tenisu (15. – 19. 1.)

##### FEBRUAR

- Pokop pusta v Šaleku (6. 2.)

- Osrednja občinska proslava ob slovenskem kulturnem prazniku (7. 2.)

##### MAREC

- Jožefov sejem (1. in 2. 3.)

- Bolero – dobrodelna prireditev ob materinskem dnevu

##### APRIL

- Salamijada (12. 4.)

- Jurijev sejem (18. in 19. 4.)

- Osrednja občinska proslava ob dnevu upora proti okupatorju

##### MAJ

- Prvomajsko srečanje na Graški Gori (1. 5.)

- Slaščičarska razstava (10. 5.)

- Cvetlični sejem

- Velenjska mestna avantura

- Dnevi mladih in kulture

##### JUNIJ

- Večer pod lipco (14. 6.)

- Starotrški dan v Šaleku (21. 6.)

- Adventure Race Slovenia – Velenje 2008

- Konjeniška tekmovanja v preskakovanju ovir

- Mednarodni atletski miting – EAA (26. 6.)

- Skok čez kožo

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

- Velenjska jadralska regata
- Herbersteinsko srečanje književnikov
- Osrednja občinska prireditev od dnevu državnosti

### JULIJ

- Revija smučarskih skokov Velenje
- Poletne kulturne prireditve (cel mesec)

### AVGUST

- Festival mladih kultur Kunigunda 2008 (23.-30. 8.)
- VIP-teniški turnir
- Raziskovalni tabor
- Prireditev Graška Gora poje in igra
- Citrarski festival
- Poletne kulturne prireditve (cel mesec)

### SEPTEMBER

- Srednjeveški dan na Velenjskem gradu (6. in 7. 9.)
- Pikin festival (21.-27. 9.)
- Osrednja proslava ob občinskem prazniku

### OKTOBER

- Jesenski sejem
- Srečanje čarovnic v Šaleku

### NOVEMBER

- Vinska cesta v Šentilju (8. 11.)

### DECEMBER

- Praznični december – Velenje 2008 (1.-1. 12.)
- Poulični božično-novoletni sejem (15.-22. 12.)
- Tradicionalni blagoslov konj v Šentilju (26. 12.)
- Silvestrovanje na prostem (31. 12.)
- Praznični sejem
- Veseli december
- Osrednja občinska proslava ob dnevu samostojnosti in enotnosti
- Razstava jaslic

Vsak mesec (druga sobota v mesecu) poteka v središču mesta tudi Boljši sejem!

### **Šaleška dolina na sejmu turizem in prosti čas**

Med 24. in 27. januarjem je na Gospodarskem razstavišču v Ljubljani potekal sejem Turizem in prosti čas, na katerem se je na 8000 kvadratnih metrih predstavilo več kot 200 razstavljalcev iz 12 držav. Sejem je predstavljal vodnik po turistični ponudbi, gastronomskih užitkih ter idejah za doživljanja Slovenije in spoznavanje sveta. Ob sejmskih predstavitev so potekala tudi številna izobraževalna srečanja.

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

Na skupnem razstavnem prostoru v dvorani B so se v okviru projekta "Stranske poti so zapeljivejše od glavnih" na Jantarjevi poti predstavili tudi turistični ponudniki iz Velenja, Šoštanja in Šmartnega ob Paki, zadnji dan pa so se jim je pridružili še predstavniki Zgornje Savinjske doline. Skupno predstavitev so tudi letos pripravili v Turistično-informacijskem in promocijskem centru Mestne občine Velenje.

Prvi dan sejma, v četrtek, so svojo ponudbo in večje prireditve v mestu predstavili predstavniki hotela Paka, Turistično-rekreacijskega centra Jezero, Muzeja premogovništva Slovenije ter raziskovalci Inštituta za ekološke raziskave ERIC-o Velenje.

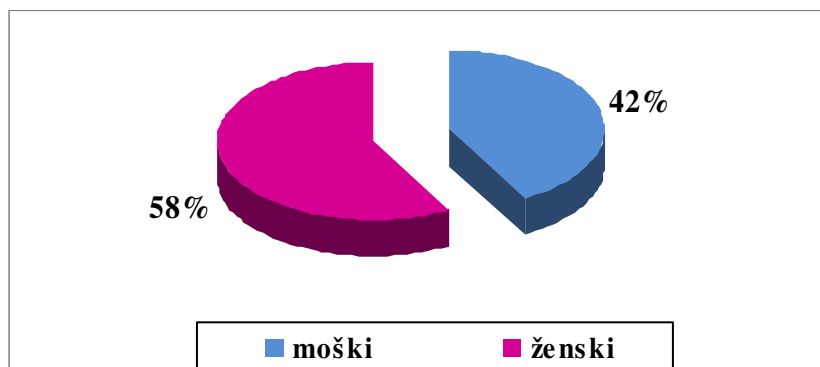
V petek so za predstavitev dejavnosti in za kulinarčne dobrote poskrbeli v hotelu Razgoršek, petkov program pa so obogatili še dijaki Šolskega centra Velenje in predstavniki Muzeja premogovništva Slovenije, ki so uprizorili tradicionalni „Skok čez kožo“. V petek so bili na razstavnem prostoru tudi predstavniki občine Šoštanj in turističnih društev, ki so poleg turistične ponudbe predstavili še priprave na letošnje pustovanje v Šoštanju.

Zelo živahen je bil sobotni dan, ko je za predstavitev turizma, prireditev, kulinarčnih dobrot ter za nastope na glavnem sejmskem odru poskrbela Turistična zveza Velenje v sodelovanju z vsemi društvi, ki delujejo pod njenim okriljem.

V nedeljo pa so se po program ob stojnici in na glavnem odru pripravili predstavniki občine, mladinskega centra ter društev iz Šmartnega ob Paki, ki so med drugim tudi letos poskrbeli za pokušino vin iz njihovega okolja. Pridružili pa so se jim še predstavniki rekreacijsko-turističnega centra Golte ter turistično-informacijskih centrov Luče in Logarska dolina.

Seveda so predstavniki velenjskega TIC-a vse sejmske dneve predstavljali celotno turistično ponudbo Šaleške doline in odmevnejše prireditve, ki so v letu 2008 potekale v dolini. Poseben poudarek pa so namenili predstavitvi kataloga „SAŠA – doživetja za otroke in mlade“, ki je nastal ob koncu lanskega leta in združuje zanimive programe in produkte celotne Savinjsko-šaleške regije.

### 8.5 Proučevanje turističnih potreb gostov



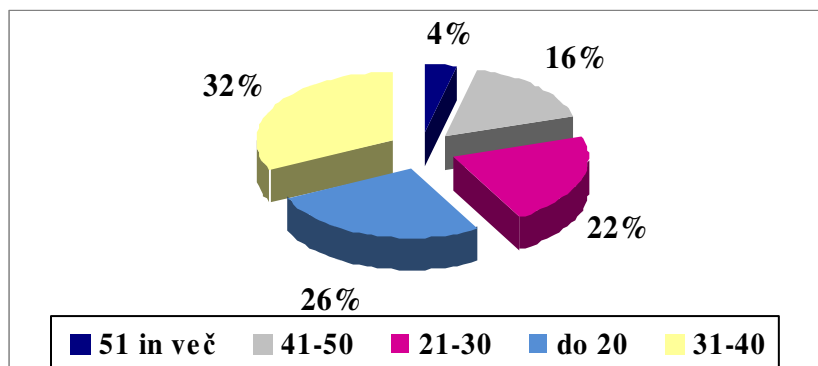
**Graf 60: Spol anketirancev**

Vir: Anketiranje, februar 2010.

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

Z grafa št. 61 in iz tabele št. 61 (v prilogi št. 6) je razvidno, da so bile med anketiranci večinoma ženske.

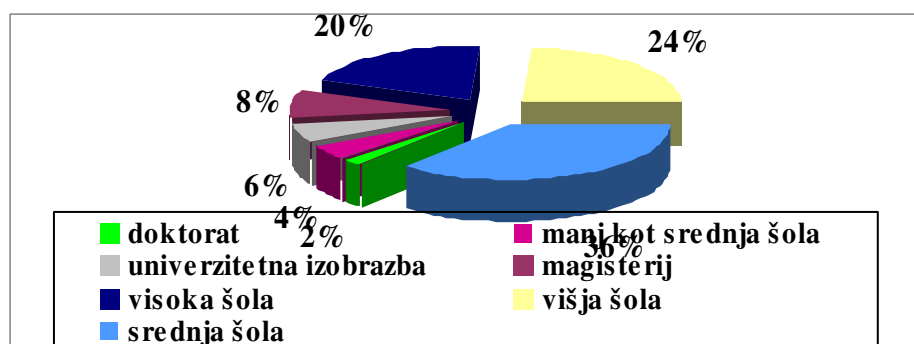
Teh je bilo 58 %, medtem ko je bilo moških 42 %



**Graf 61: Starost anketiranih**

Vir: Anketiranje, februar 2010.

Z grafa št. 62 in iz tabele št. 62 (v prilogi št. 6) je razvidno, da je bilo pretežno število anketiranih starih od 31 do 40 let. 26 % je bilo mlajših od 20 let, 22 % je bilo starih med 21 in 30 let, 16 % je bilo starosti od 41 do 50 let, 4 % pa je bilo starejših od 51 let.



**Graf 62: Izobrazba anketiranih**

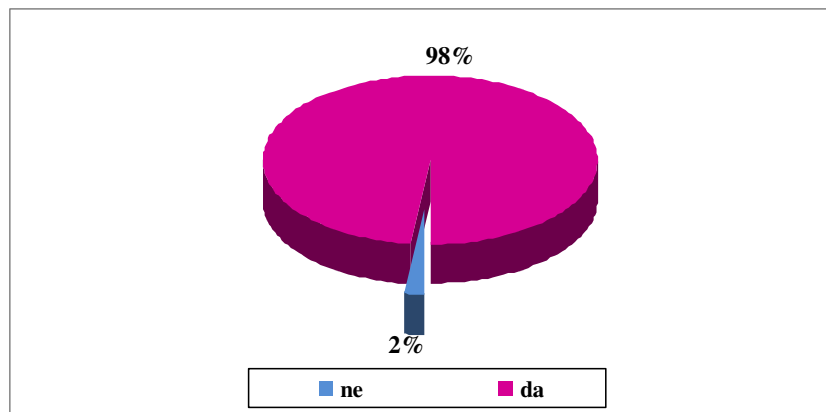
Vir: Anketiranje, februar 2010.

Z grafa št. 63 in iz tabele št. 63 (v prilogi št. 6) je razvidno, da je bilo največ anketiranih s srednješolsko izobrazbo.

Anketiranih s srednješolsko izobrazbo je bilo 36 %. Z višješolsko izobrazbo je bilo 24 % anketiranih, z visoko šolo je bilo 20 % anketiranih, 8 % je imelo magisterij, 6 % univerzitetno izobrazbo, 4 % manj kot srednjo šolo, najmanj – 2 % pa doktorat.

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

### I. Ali menite, da je turizem razvojna priložnost Slovenije?



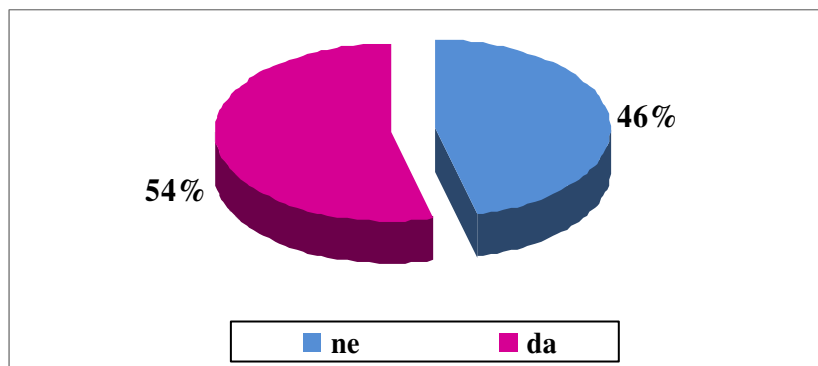
**Graf 63: Turizem kot razvojna priložnost Slovenije**

Vir: Anketiranje, februar 2010.

Z grafa št. 64 in iz tabele št. 64 (v prilogi št. 6) je razbrati, da večina vidi turizem kot razvojno priložnost Slovenije.

Teh je 98 %. Le 2 % menita, da turizem ni razvojna priložnost Slovenije.

### II. Ali poznate pomen trajnostnega razvoja turizma?



**Graf 64: Prepoznavnost pojma trajnostni turizem**

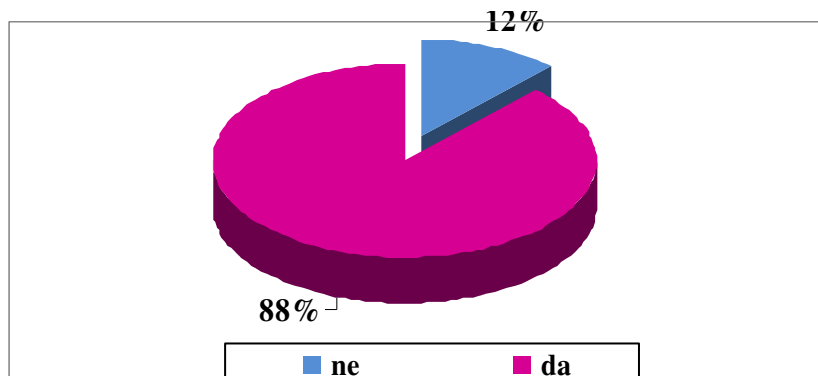
Vir: Anketiranje, februar 2010.

Z grafa št. 65 in iz tabele št. 65 (v prilogi št. 6) je razvidno, da večina anketiranih pozna pomen trajnostnega razvoja turizma.

Teh je 54 %. 46 % pomena trajnostni razvoj turizma ne pozna.

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

III. Ali veste, da gastronomija zavzema področje hrane in pijače?



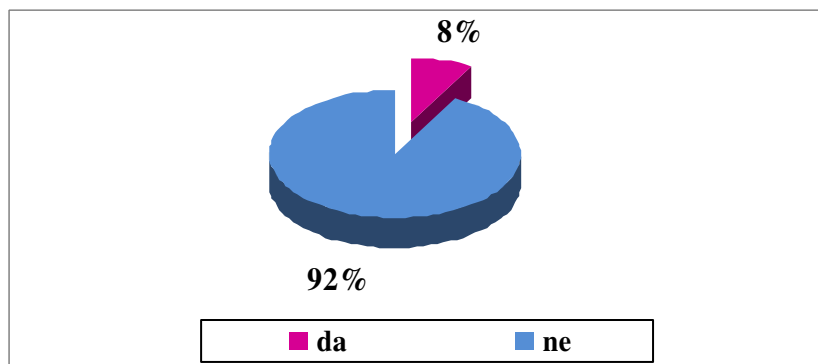
**Graf 65: Poznavanje pojma gastronomija**

Vir: Anketiranje, 2010.

Z grafa št. 66 in iz tabele št. 66 (v prilogi št. 6) je razbrati, da večina anketiranih ve, da gastronomija zavzema hrano in pijačo.

Slednjih je 88 %. Tistih, ki pa tega ne vedo, pa je 12 %.

IV. Ali poznate tradicionalne jedi kraja, v katerem se trenutno nahajate?



**Graf 66: Tradicionalne jedi s področja anketiranja**

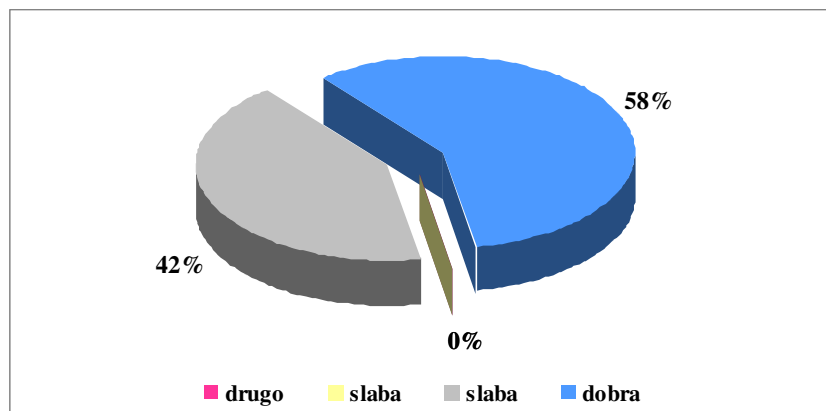
Vir: Anketiranje, februar 2010.

Z grafa št. 67 in iz tabele št. 67 (v prilogi št. 6) je videti, da večina ne pozna tradicionalnih jedi kraja, v katerem se nahaja.

Tako je anketiranih, ki ne poznajo tradicionalnih jedi kraja, v katerem se nahajajo, 92 %, 8 % pa te jedi pozna.

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

V. Kakšna je po vašem mnenju gastronomsko-turistična ponudba kraja, v katerem se trenutno nahajate?



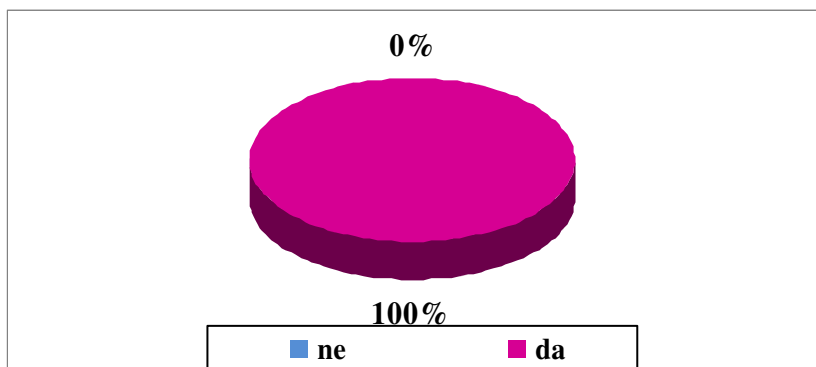
**Graf 67: Mnenje anketirancev o gastronomsko -**

Vir: Anketiranje, februar 2010.

Z grafa št. 68 in iz tabele št. 68 (v prilogi št. 6) je razbrati, da večina anketiranih gastronomsko turistično ponudbo ocenjuje kot dobro.

Teh je 58 %. 42 % anketiranih meni, da je gastronomsko-turistična ponudba slaba, ponudbe pa nihče ni ocenil kot zelo dobro

VI. Ali menite, da bi morali ob dobri hrani dati več pozornosti tudi vinu?



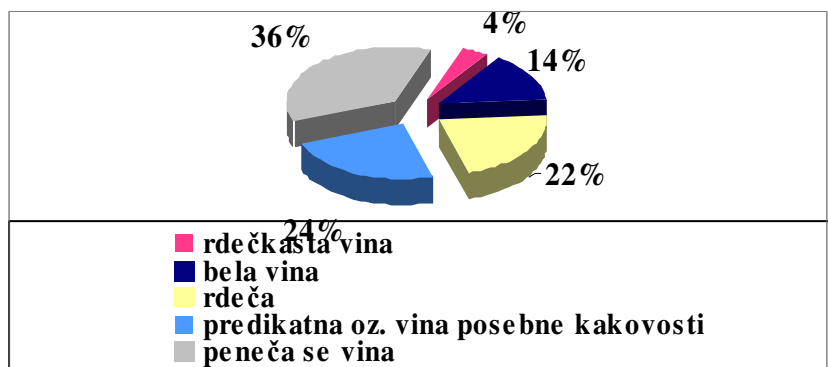
**Graf 68: Mnenje o pomenu izbora vina ob dobri hrani**

Vir: Anketiranje, februar 2010.

Z grafa št. 69 in iz tabele št. 69 (v prilogi št. 6) je razvidno, da večina meni, da bi morali ob dobri hrani dati več pozornosti tudi vinu.

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

### VII. Katera vina najraje pokušate oz. pijete?

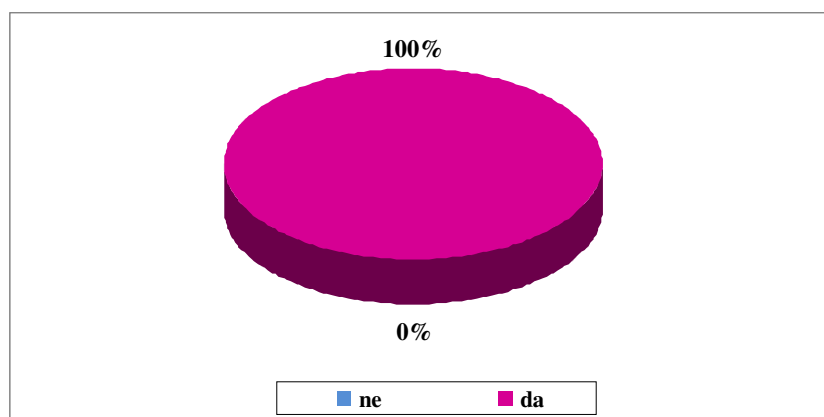


**Graf 69: Najljubša vina anketirancev**

Vir: Anketiranje, februar 2009.

Z grafa št. 70 in iz tabele št. 70 (v prilogi št. 6) je razvidno, da večina najraje pije peneča vina. Teh je 36 %. Predikatna vina oz. vina posebne kakovosti najraje pije 24 % anketirancev. 22 % najraje pije rdeča vina, medtem ko bela vina najraje pokuša 14 %. Rdečkasta vina najraje pije 4 % anketirancev.

### VIII. Ali se vam zdi, da so lepo pripravljen pogrinjek, dobra hrana in vrhunska ponudba vin ogledalo gostinskega obrata, kraja in posledično ogledalo cele Slovenije?



**Graf 70: Pomen pogrinjka, dobre hrane in dobre izbire vin**

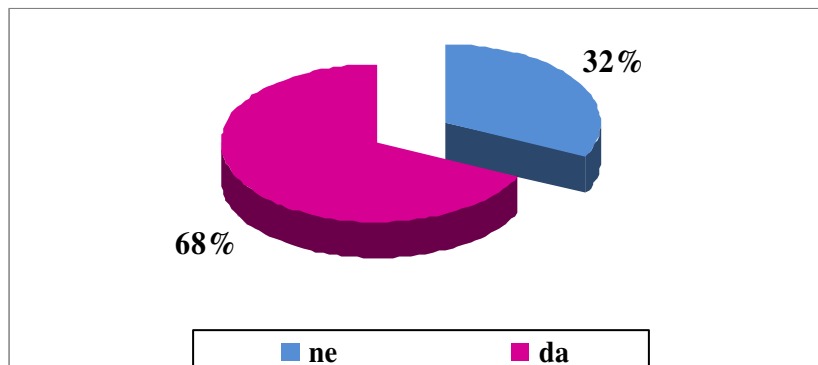
Vir: Anketiranje, februar 2010.

Z grafa št. 71 in iz tabele št. 71 (v prilogi št. 6) je razvidno, da se vsi strinjajo, da je lepo pripravljen pogrinjek, dobra hrana in vrhunska ponudba vin ogledalo gostinskega obrata, kraja in posledično ogledalo cele Slovenije.



## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

IX. Ali pogosto potujete?



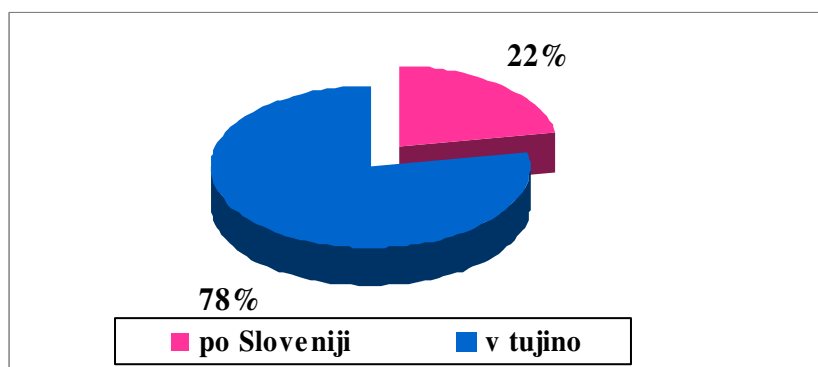
**Graf 71: Pogostost potovanj**

Vir: Anketiranje, februar 2010.

Z grafa št. 72 in iz tabele št. 72 (v prilogi št. 6) je razvidno, da večina anketirancev pogosto potuje.

Anketirancev, ki pogosto potujejo, je 68 %. 32 % anketiranih pa ne potuje pogosto.

X. Nam lahko zaupate, kam se največkrat odpravite na potovanje?



**Graf 72: Ugotavljanje, ali turisti potujejo po Sloveniji ali tujini?**

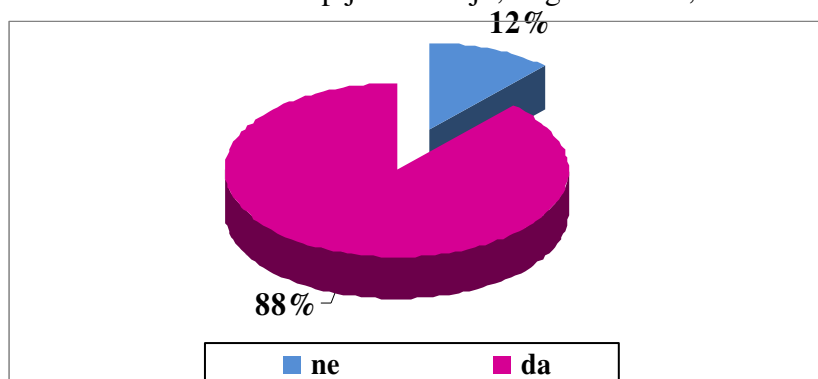
Vir: Anketiranje, februar 2010.

Z grafa št. 73 in iz tabele št. 73 (v prilogi št. 6) je razbrati, da večina anketiranih potuje v tujino.

Tako je anketiranih, ki potujejo v tujino, 78 %, 22 % pa je tistih, ki večkrat potujejo po Sloveniji.

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

XI. Ali sta hrana in pijača v kraju, ki ga obiščete, za Vas velikega pomena?



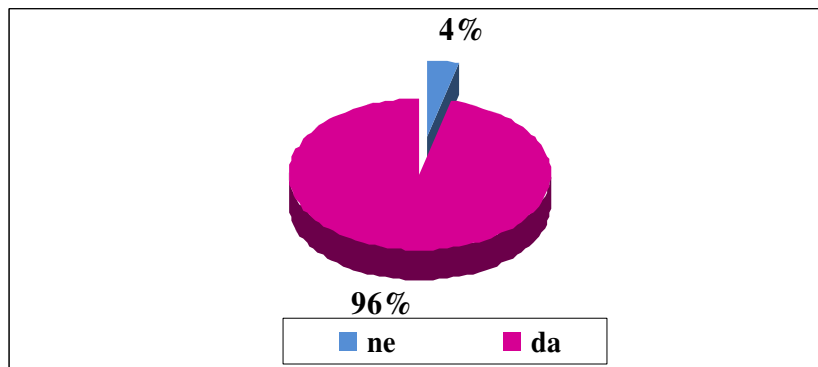
**Graf 73: Pomen hrane in pijače v kraju obiska**

Vir: Anketiranje, februar 2010.

Z grafa št. 74 in iz tabele št. 74 (v prilogi št. 6) je opazno, da sta hrana in pijača za večino anketirancev v kraju, ki ga obiščejo, velikega pomena.

Hrana in pijača sta v kraju, ki ga obiščejo, pomembna 88 % anketirancev, 12 % pa niti nista tako pomembni.

XII. Ali menite, da je potrebno organizirati več izobraževanj v zvezi s trajnostnim razvojem turizma?



**Graf 74: Potrebe po izobraževanjih v zvezi s trajnostnim razvojem turizma**

Vir: Anketiranje, februar 2010.

Z grafa št. 75 in iz tabele št. 75 (v prilogi št. 6) je razbrati, da večina anketiranih misli, da je potrebno organizirati več izobraževanj v zvezi s trajnostnim razvojem turizma.

Tako misli 96 % anketiranih, 4 % pa se to ne zdi potrebno.

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

### 8.6 Rezultati ankete in interpretacija rezultatov

**Hipoteza št. 1:** »Prebivalci, obiskovalci oziroma anketiranci menijo, da je turizem razvojna priložnost Slovenije.«

Hipotezo št. 1 v celoti potrjujemo, saj so se anketirani enotno odločali, da je turizem pomemben razvoj Slovenije. Iz rezultatov ankete je možno sklepati, da se prebivalstvo vedno bolj zaveda vrednosti svojega okolja, da smo skupaj s turizmom tudi sami bolj vidni širšemu svetu.

**Hipoteza št. 2:** »Prebivalci, obiskovalci oz. anketiranci NE poznajo pomena besede trajnostni razvoj turizma.«

Hipotezo št. 2 delno potrjujemo, saj je kar 54 % anketirancev izjavilo, da poznajo pomen trajnostnega razvoja turizma, 46 % anketirancev pa je izjavilo, da še nikoli niso slišali za pomen besede trajnostni razvoj turizma.

**Hipoteza št. 3:** »Mnogi prebivalci, obiskovalci oz. anketiranci pojma »gastronomija« ne poznajo.«

Hipoteze št. 3 ne potrjujemo, saj je kar 88 % anketirancev izjavilo, da pojma gastronomija ne poznajo, 12 % pa se jih še predobro zaveda, da je v pojem vključena tako povezava hrane kot pijače.

**Hipoteza št. 4:** »Zanimanje prebivalcev, obiskovalcev oz. anketiranih za tradicionalno ponudbo hrane in pijače posameznega kraja je veliko.«

Hipotezo št. 4 v celoti potrjujemo, saj so anketiranci večinoma potrjevali, da je za njih ključnega pomena tradicionalna hrana ter pijača kraja, ki ga obiščejo. Le 12 % anketirancev je izjavilo, da jim je vseeno, kakšno gastronomsko ponudbo nudi posamezni kraj.

**Hipoteza št. 5:** »Vsi prebivalci, obiskovalci oz. anketirani se zavedajo, da so lepo pripravljen pogrinjek, dobra hrana in vrhunska ponudba vin ogledalo gostinskega obrata, kraja in posledično ogledalo cele Slovenije.«

Hipotezo št. 5 v celoti potrjujemo, saj so se anketiranci enotno odločili, da so lepo pripravljen pogrinjek, dobra hrana in vrhunska ponudba vin ogledalo gostinskega obrata, kraja in posledično ogledalo cele Slovenije.

### 8.7 Vizija razvoja trajnostnega turizma v Velenju

Glede na to, da ima občina Velenje uspešna velika podjetja v tradicionalnih panogah in z dobrimi gospodarskimi rezultati, veliko mladih potencialov, talentiranih študentov in strokovnjakov ter obstoj naravnih danosti za razvoj ekokmetijstva, turizma in alternativnih virov energije – ekološko kmetovanje, da so v tej občini ljudje, ki so gostoljubni in prijazni, je

## **KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA**

vsekakor močna vizija tudi ta, da se obstoječi turizem, ki je v tem kraju že zelo opazen in je močan, razvije v še bolj močnega in trajnostnega, ki bi sam kraj navzven popeljal kot prepoznaven in zanimiv. Izjemno naravno okolje je prav primerno za turizem, tako mladinski, izobraževalni, športni, rekreativni, kulturni kot tudi katerikoli drugi. Vizija je sodelovanje s tujino in cilj je gostiti čim več tujih gostov, kot tudi naše ljudi popeljati v tujino. Vsekakor pa bo potrebno narediti veliko, ne le v Velenju, ampak tudi drugod po Sloveniji, da se bomo poleg kulturnih znamenitosti lahko pohvalili še s tipičnimi jedmi posameznega kraja in tudi z bogatim izborom vina. Saša-regija ima zelo razvito gastronomijo, pa vendar še nima svoje tipične znane jedi oz. sladice. Trajnostno in celovito bo potrebno še bolj temeljito raziskati to področje, saj bomo le tako lahko govorili o celoviti ponudbi kraja, ki bo s tem pospeševal zanimanje za kraj v Sloveniji in zunaj nje.

## **9 PREDLOGI ZA PRIHODNJE STRATEŠKE USMERITVE TURISTIČNE DESTINACIJE V ŠALEŠKI DOLINI**

### **9.1 Vizija razvoja trajnostnega turizma**

Vizija razvoja turizma je izboljšati konkurenčnost turistične ponudbe Šaleške doline. Predvsem je pomembno, da bi poudarila opredelitev potencialnih in ciljnih trgov, prav tako bi bilo potrebno razvijati celotne programe in aktivnosti, zaželen in zelo pomemben je tudi enakovreden razvoj zaledja, kulturo pa je potrebno videti kot ustrezno sredstvo oživitve mestnega jedra Velenja. Potrebno je še bolj povezati tako ljudi, ki v tem kraju bivajo, kot povabiti čim več ljudi iz drugih krajev, pa naj bodo iz Sloveniji ali zunaj nje. Vizija kraja je napredovati, se razvijati in dajati mladim še več možnosti za ustvarjanje in kreiranje njihovih idej.

### **9.2 Cilji gastronomije in turizma**

Skupaj gastronomija in turizem tvorita celovito ponudbo posameznega kraja. Le skupaj sta lahko popolna ponudba za goste in turiste, ki danes niso več zadovoljni s skromno načrtovanimi turističnimi destinacijami. Veliko ljudi se odloča za različna potovanja in skozi potovanja na nek način raziskujejo ali vsaj želijo raziskovati to drugačnost posameznih krajev. Vsi zaposleni v gastronomiji in turizmu se morajo zavedati, kako pomembno je to sodelovanje, vsako kulinarično ustvarjanje je prav tako mojstrovina in strokovnost, za gosta dostikrat kulinarično presenečenje, pa vendar tisto, ki opozarja, da le tako pridemo do popolnosti ponudbe.

Cilj gastronomije in turizma v bodoče bi moralo biti tudi to, da ovestimo ljudi, kako pomembna je kulinarika, da se začno zavedati, da je delo v gastronomiji ustvarjalno in mojstrsko, ki daje možnosti sodelovanja s tujino in vsekakor je tisto, ki nam daje posebna zadovoljstva. Potrebno je opozoriti vse goste, turiste in vse zaposlene v gastronomiji in turizmu, da bi na trgu povpraševanja morali nameniti še večjo pozornost prav vinu, saj kot hrana je tudi vino izjemnost posameznega kraja, ki pri obedovanju dopolni kulinariko. Gostinski obrati bi morali prav vinskim kletem ponuditi več možnosti pri sodelovanju, pa tukaj vsekakor nimamo v mislih brezplačne predstavitve vin, ampak imamo v mislih več sodelovanj, lahko bi rekli uspešnih sodelovanj, ki bi dajali rezultate na vseh straneh. Tako pri

## **KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA**

gostih, pri gostinskih obratih, kot tudi pri vinskih kletih. Potrebno bi bilo posvetiti več pozornosti priznanjem posameznih kleti in z večjim spoštovanjem do vin ponuditi to v gostinski ponudbi. Pomembno je, da smo ponosni na svoja priznanja in nagrade, še bolj pa je pomembno, da znamo to tudi tržiti navzven. Pri raziskovanju trga prodaje vin smo zasledili, da je pogostokrat razmišljanje gostinskih obratov malce nerazumljivo, saj si želijo predstavitev vin brez plačil, v kolikor ne uspejo v določenih kletih, se pač odločijo za predstavitev z vini, ki nimajo rezultatov na vinskih sejnih, še vedno premajhna izobraženost gostov in turistov na tem področju pa seveda to nevede podpira. Kot cilj si bo torej potrebno zastaviti, da na trgu gostu ali turistu ponudimo le kvalitetno izbrane jedi, ob izjemnih vinih in s tem ob še izjemno pripravljenem omizju dokažemo, da smo vredni, da se gost še vrne k nam.

### **9.3 Izboljšanje konkurenčnosti turistične ponudbe**

Biti boljši je za večino izziv, zato je še toliko bolj pomembno, da dobro razmislimo pri sestavi turistične ponudbe, kaj je tisto, kar bo našo turistično ponudbo ob drugih turističnih ponudbah delalo drugačno, izjemno in edinstveno. Potrebno je vedeti, kakšno strukturo turistov želimo privabiti in kaj bi ti naši gostje želeli oz. kakšna so njihova pričakovanja. Vsekakor bomo svojo turistično ponudbo naredili popolno, v kolikor bomo turistom naš kraj pokazali kot celoto in prav za njih oblikovali celovito ponudbo, ki bo povezovala poleg ogledov in doživljanja znamenitosti kraja tudi izjemno hrano in pijačo, ki bo prav tako tradicionalna. Več poudarka je potrebno dati prav gastronomiji, ki je tako močno povezana s turizmom in ga bogati. Vsak kraj bi moral poiskati svojo tradicionalno jed, po kateri bi bil prepoznaven znotraj in zunaj Slovenije. Poleg ogledov krajev in animacij je potrebno večjo pozornost in spoštovanje posvetiti kulinarični ponudbi in vinu, vsekakor pa je potrebno vse te načrtovane izboljšave podpreti z izobraževanji s strani strokovnjakov, saj bo le tako lahko celovita turistična ponudba tudi zaživela. Pogostokrat se po konkurenčnosti zgledujemo pri sosedu in želimo biti kot on, pa vendar bi opozorili, da to niso pravi pristopi, kot tudi ne nižanje cen, da postanemo konkurenčni.

Predvsem je pomembno, da se svojih vrednot, edinstvenosti in izjemnosti zavedamo, da poiščemo nekaj novega, kar nam bo odpiralo pot na konkurenčnem trgu. Pomembno je torej imeti svojo izbrano jed, z njo presenečati tako goste kot konkurenco, vzbuditi pozornost. Vsekakor pa ima pomembno noto ob jedi tudi pravilno in strokovno izbrano vino, v kolikor je podprto z izjemnimi dosežki na raznih tekmovanjih, bo to za gosta predstavljalo še posebno veselje in zadovoljstvo.

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

### 10 ZAKLJUČEK

Kot osrednji problem te raziskovalne naloge smo izbrali teoretično in empirično raziskavo »Ključni pomen gastronomije za trajnostni razvoj turizma«. Za boljšo opredelitev ključnega pomena gastronomije za trajnostni razvoj turizma smo pri anketiranju k sodelovanju povabili 250 prebivalcev in obiskovalcev različnih krajev, ki smo jih izbrali kot primere, saj menimo, da sta gastronomija in turizem med seboj nerazdružljivo povezana in da le skupaj lahko dajeta trajnostni razvoj Slovenije. Zato smo raziskali štiri turistične kraje in ugotovili, da imajo vsi kraji bogato kulturo vina, hrane in drugih znamenitosti, ki privlačijo obiskovalce in goste, ampak še vedno je bilo prav na tem področju storjenega premalo.

Gastronomija, ki pokriva hrano in pijačo, bi morala biti za vsak kraj drugačna, morala bi obuditi staro tradicijo posameznega kraja. Skupaj z zgodbami, ki pogostokrat še obogatijo pozornost gostov in turistov.

Veliko časa smo si vzeli za to, da smo opazovali in kasneje primerjali hrano in pijačo, vsekakor pa je ves čas v ospredje prihajalo razmišljanje, da kljub temu, da vemo, kako pomembna je gastronomija, prav v turistični ponudbi pogostokrat to zbledi in je le redko opaženo. Tudi intervju dobrih poznavalcev gastronomije je potrdil, da se vsi intervjuvanci zelo zavedajo, da sta gastronomija in turizem zelo povezana, dobro poznajo trajnostni razvoj turizma in vsi poudarjajo, da bi morali dati prav gastronomiji več poudarka, jo postaviti bolj v ospredje turističnih ponudb, tako bi prišle v ospredje tipične tradicionalne jedi in vina posameznega kraja. Zanimiva je ugotovitev, da si vsi intervjuvanci želijo več izobraževanj s področja trajnostnega razvoja: gastronomije, vin in kulture pitja vin, turizma, trženja in znanja tujih jezikov. Vsi si želijo še več gostov in boljše oglaševanje in predstavitev navzven s krajevnimi vrednotami.

Pri ogledu posameznih kleti smo ugotovili, koliko truda in strokovnega znanja je potrebno, da pridemo do vrhunskega vina, ki je za gastronomijo ključnega pomena. Raziskovali smo optimalno druženje vin z jedmi, da bi tako dosegli popolno in edinstveno gastro ponudbo za naše goste. Vsekakor pa je poleg vina in drugih pijač glavnega pomena tudi hrana. Pomembno je vedeti, da smo z raziskovanjem ugotovili, da je izjemnega pomena za kraj, da ima določeno jed, ki naj bi jo zaščitili, in bi bil kraj prav po njej prepoznaven. Tako bi se širila tradicija kraja in zanimanje za kraj bi bilo še večje.

Gastronomija je torej neke vrste ustvarjanje, vsekakor pa zahteva izjemna znanja, o tem pa se lahko prepričamo, ko sedemo za urejeno omizje, lepo in strokovno pogrnjeno mizo, s pogrinjki, ki pritegnejo našo pozornost. V kolikor sledi okusno pripravljena in lepo dekorirana hrana, v povezavi s pravilno izbranim vinom, bo naš obisk turističnega kraja vzbudil čudovite občutke, o katerih bomo govorili svojim prijateljem, s tem ustno širili reklamo in vsekakor si bomo še kdaj želeli obiskati prav ta kraj. V kolikor dosežemo to, potem smo na pravi poti, saj se bodo gostje radi vračali sami ali v krogu svojih prijateljev in znancev.

Vizija trajnostnega turizma je oblikovati celovito gastro turistično ponudbo managementa turističnih destinacij. Z vidika, da je prav turizem perspektiva za Slovenijo, pa je potrebno bolje poskrbeti, da bodo naši gostje nas kot Slovence z našo ponudbo doživljali bolj doživeto, z družinskimi vrednotami, s kulinariko, z vini in s krajevnimi znamenitostmi. V Velenju smo ponosni, da imamo srednjo in višjo šolo, ki izobražujeta program gostinstva in turizma, izjemno je sodelovanje z lokalno skupnostjo in Mestno občino Velenje, ob pogledu na vse lepšo urejenost kraja pa resnično čutimo, da smo na pravi poti uspehov.

Ko smo sadili cepljenke posameznih vinskih trt, ki so nam jih podarile posamezne kleti, smo se on pogledu na to čudovito trto zamislili, da je resnično trta tista, ki opozarja na pomen

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

skrbnosti in na nek način drugačnosti. Tudi pri vinu oz. trti je opaziti, kako nanj vplivajo podnebne in talne razmere. Seveda se tudi ob drugih dejavnikih ustvarja izjemno vino. Veliko časa smo razmišljali, kaj bi lahko imela Saša-regija kot tipično jed ali sladico kraja, po kateri bi bila prepoznavna.

Prebiralimo literaturo, poizvedovali po spletu, preko starejših občanov tega kraja kot tudi ob izčrpani raziskovalni kuharski delavnici in uspelo nam je sestaviti sladico, ki smo jo poimenovali bergmandeljčeva pita, za katero menimo, da bi lahko sčasoma postala tradicionalna sladica našega območja. Že včasih so prebivalci tega kraja pogostokrat pripravljali krhko testo, seveda pa tudi jabolk in skute ni bilo v pomanjkanju. In prav to so sestavine naše sladice, do katere smo resnično prišli, v kolikor se malo pošalimo, kot v filmu Channel 5, ko je lastnik na vsak način želel priti do najbolj opaznega in izjemnega parfuma. Tudi mi smo veliko truda namenili prav temu, seveda smo sladico v krogu naših prijateljev predstavili z željo, da poizvemo, kakšen odziv bo na trgu.

Ker smo resnično dobili le pohvale, smo se odločili, da bomo našo sladico v nalogi predstavili z recepturo in z željo, da se kasneje, morda pojavi na trgu z namenom trajnostnega prepoznavanja našega kraja.

Ob sladici pa bomo predstavili tudi izjemno ponudbo vin kleti, ki smo jih obiskali, da bomo v živo prikazali, kaj razumemo pod celovito gastro turistično ponudbo kraja, kaj torej pomeni uživati v popolni kulinariki, ob izbrani jedi uživati še vino, ki se z jedjo izjemno družijo.

Veseli smo, da smo se z raziskavo veliko naučili in se predvsem prepričali, da gastronomija in turizem resnično drug brez drugega ne moreta delovati. To pa pomeni, da je glede na to, da imamo v Sloveniji lepe kraje, ki privabljajo naše goste in obiskovalce, res pomembno, da poskrbimo, da bosta prav hrana in pijača to ponudbo povezali v celoto in popolnost.

Ob sladici pa bomo predstavili tudi izjemno ponudbo vin kleti, ki smo jih obiskali, da bomo v živo prikazali, kaj razumemo pod celovito gastro turistično ponudbo kraja, kaj torej pomeni uživati v popolni kulinariki, ob izbrani jedi uživati še vino, ki se z jedjo izjemno družijo.

Veseli smo, da smo se z raziskavo veliko naučili in se predvsem prepričali, da morata biti gastronomija in turizem med seboj povezana. Ponosni smo tudi, da smo nalogo dokončali. Priznati pa moramo, da nismo pričakovali, da bo raziskava tako obsežna, da nam bo pri oblikovanju marsikje ponagajal škrt; tokrat ni bil bergmandeljč ampak tiskarski škrt. Prepričani pa smo, da ga bomo s pridobljenimi dosedanjimi izkušnjami prihodnjic lažje ukrotili.

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

### 11 POVZETEK

Turizem pospešuje regionalni razvoj, povečuje ekonomsko vrednost naravne in kulturne dediščine in omogoča povečanje družbene blaginje. Rezultati naše raziskave kažejo, da je turizem razvojna priložnost Slovenije, kjer ima pomembno mesto tudi gastronomija. Raziskava temelji na izsledkih ankete in intervjuvanja tistih, ki v gastronomiji in turizmu delajo že več let in imajo zato bogate delovne izkušnje. Raziskovali smo optimalno druženje vin z jedmi in odkrivali možnosti in predloge za celovito oblikovanje gastronomsko-turistične ponudbe. Le ob močni povezanosti gastronomije in turizma lahko govorimo o trajnostnem razvoju turizma. To pomeni, da je prav gastronomija tista, ki bogati celovito ponudbo managementa turističnih destinacij. Iz rezultatov ugotavljamo, da je v gastronomsko ponudbo posameznega kraja nujno vključiti tradicionalne jedi, po katerih bi lahko prepoznavali posamezen kraj daleč naokoli po Sloveniji, pa tudi v tujini. Ugotovili smo, da anketiranci vidijo potrebo po izboljšanju tovrstne ponudbe v posameznih krajih. Zaznali smo želje po izobraževanju prav na področjih gastronomije, vin in kulture pitja vina, turizma, trženja in znanja tujih jezikov. Rezultati raziskav so pokazali, da SAŠA-regija nima zaščitene tipične jedi, po kateri bi lahko bili prepoznavni po Sloveniji in tujini. Kot predlog podajamo Bergmandeljčevo pito – sladico, ki se druži z vsemi vini posebne kakovosti (pozna trgatev, izbor, jagodni izbor ...), kot tudi s peninami. Prav vključevanje lokalnih jedi in vin ter lepo pripravljene pogrinjki dajejo vsakemu kraju svojo edinstvenost in atraktivnost za oblikovanje celovite in trajnostno usmerjene turistične ponudbe, razvoja, urejenosti in privlačnosti turistične destinacije.



## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

### 12 ZAHVALA

Pri našem raziskovanju nam je pomagalo kar nekaj ljudi in prav je, da se jim posebej zahvalimo.

Tako se za spodbudo in pomoč pri nastanku in oblikovanju raziskovalne naloge najprej zahvaljujemo našima mentoricama, gospe ravnateljici Mateji Klemenčič ter profesorici Simoni Pompe.

Zahvaljujemo se tudi profesorici Albini Lindič za lektoriranje naloge, profesorici Lijani Martinc, ki nam je pomagala pri računalniških težavah, ter profesorju Sebastjanu Kukovcu za pomoč pri prevajanju v angleščino.

Seveda pa se zahvaljujemo tudi predstavnikom vseh štirih vinskih kleti, ki so nam dali globlji vpogled v svet vin in omogočili, da je raziskovalna naloga dobila pravi pomen.

Želeli bi se zahvaliti tudi vsem ostalim, ki so nam kakorkoli pomagali pri nastajanju naloge ter nas vzpodbujali.

Še enkrat hvala!

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

### 13 PRILOGE

#### PRILOGA 1 (ANKETNI VPRAŠALNIK)

##### Anketni vprašalnik

Spoštovani,  
smo dijaki 2. in 3. letnika Šole za storitvene dejavnosti Velenje, smer gastronom hotelir in programa turistični tehnik. Pripravljamo raziskovalno nalogo »POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA.«

Prosimo, da izpolnite naš vprašalnik, saj nam s tem pomagate pri raziskavi. Že v naprej se vam iskreno zahvaljujemo!

Podatki o anketirancu :

(izbrane odgovore označite s križcem ali obkrožite ustrežni odgovor. )

##### Spol:

Moški  
Ženski

Starost:

##### Preglednica 1: Starost anketiranih

Do 20	21–30	31–40	41–50	51 in več
-------	-------	-------	-------	-----------

Izobrazba:

##### Preglednica 2: Izobrazba anketih

Manj kot srednja šola	Srednja šola	Višja šola	Visoka šola	Univerzitetna izobrazba	Magisterij	Doktorat
-----------------------	--------------	------------	-------------	-------------------------	------------	----------

**Ali menite, da je turizem razvojna priložnost Slovenije?**

DA  
NE

**Ali poznate pomen trajnostnega razvoja turizma?**

DA  
NE

**Ali veste, da gastronomija zavzema področje hrane in pijače?**

DA  
NE

**Ali poznate tradicionalne jedi kraja, v katerem se trenutno nahajate?**

DA

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

NE

**Kakšna je po vašem mnenju gastronomsko-turistična ponudba kraja, v katerem se trenutno nahajate?**

dobra

slaba

zelo dobra

drugo (prosim navedite) \_\_\_\_\_

**Ali menite, da bi morali ob dobri hrani več pozornosti nameniti tudi vinu ?**

DA

NE

**Katera vina najraje pokušate oz. pijete?**

bela vina

rdečkasta vina

rdeča

peneča se vina

predikatna vina oz. vina posebne kakovosti

**Ali se vam zdi, da so lepo pripravljen pogrinjek, dobra hrana in vrhunska ponudba vin ogledalo gostinskega obrata, kraja in posledično ogledalo cele Slovenije?**

DA

NE

**Ali pogosto potujete?**

DA

NE

**Nam lahko zaupate, kam se največkrat odpravite na potovanje?**

PO SLOVENIJI

V TUJINO

**Ali sta hrana in pijača v kraju, ki ga obiščete, za Vas velikega pomena?**

DA

NE

**Ali menite, da je potrebno organizirati več izobraževanj v zvezi s trajnostnim razvojem turizma?**

DA

NE

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

Iskrena hvala za vse odgovore,  
Lea Bevc, Severina Štruc in Domen Vodlan

### PRILOGA 2 (REZULTATI ANKETIRANJA SLOVENJSKE KONJICE)

#### REZULTATI ANKETIRANJA SLOVENSKE KONJICE

##### Preglednica 3: Spol anketiranih

Starost	Število	Delež v %
do 20	2	4
21-30	8	16
31-40	25	50
41-50	12	24
51 in več	3	6
skupaj	50	100

Vir: Anketiranje (priloga št. 1, marec 2010).

##### Preglednica 4: Izobrazba anketiranih

Izobrazba	Število	Delež v %
manj kot srednja šola	0	0
srednja šola	28	56
višja šola	10	20
visoka šola	2	4
univerzitetna izobrazba	7	14
magisterij	2	4
doktorat	1	2
skupaj	50	100

Vir: Anketiranje (priloga št. 1, marec 2010).

1. Ali menite, da je turizem razvojna priložnost Slovenije?

##### Preglednica 5: Turizem kot razvojna priložnost Slovenije

	Število	Delež v %
--	---------	-----------

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

DA	50	100
NE	0	0
Skupaj	50	100

Vir: Anketiranje (priloga št. 1, marec 2010).

2. Ali poznate pomen trajnostnega razvoja turizma?

### Preglednica 6: Prepoznavnost pojma trajnostni turizem

	Število	Delež v %
DA	36	72
NE	14	28
Skupaj	50	100

Vir: Anketiranje (priloga št. 1, marec 2010).

3. Ali veste, da gastronomija zavzema področje hrane in pijače?

### Preglednica 7: Poznavanje pojma gastronomija

	Število	Delež v %
DA	22	44
NE	28	56
Skupaj	50	100

Vir: Anketiranje (priloga št. 1, marec 2010).

4. Ali poznate tradicionalne jedi kraja, v katerem se trenutno nahajate?

### Preglednica 1: Tradicionalne jedi s področja anketiranja

	Število	Delež v %
DA	34	68
NE	16	32
Skupaj	50	100

Vir: Anketiranje (priloga št. 1, marec 2010).

5. Kakšna je po vašem mnenju gastronomsko-turistična ponudba kraja, v katerem se trenutno nahajate?

### Preglednica 2: Mnenje anketirancev o gastronomsko-turistični ponudbi kraja anketiranja

	Število	Delež v %
dobra	28	56
slaba	8	16
zelo dobra	13	26
drugo	1	2
skupaj	50	100

Vir: Anketiranje (priloga št. 1, marec 2010).

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

6. Ali menite, da bi morali ob dobri hrani dati več pozornosti tudi vinu?

**Preglednica 3: Mnenje o pomenu izbora vina ob dobri hrani**

	Število	Delež v %
DA	50	100
NE	0	0
Skupaj	50	100

Vir: Anketiranje (priloga št. 1, marec 2010).

7. Katera vina najraje pokušate oz. pijete?

**Preglednica 4: Najljubša vina anketirancev**

	Število	Delež v %
bela vina	19	38
rdečkasta vina	0	0
rdeča	3	6
peneča se vina	15	30
Predikatna vina oz. vina posebne kakovosti	12	24
skupaj	50	100

Vir: Anketiranje (priloga št. 1, marec 2010).

8. Ali se vam zdi, da so lepo pripravljen pogrinjek, dobra hrana in vrhunska ponudba vin ogledalo gostinskega obrata, kraja in posledično ogledalo cele Slovenije?

**Preglednica 5: Pomen pogrinjka, dobre hrane in dobre izbire vin za celotno podobo gostinskega obrata**

	Število	Delež v %
DA	50	100
NE	0	0
Skupaj	50	100

Vir: Anketiranje (priloga št. 1, marec 2010).

9. Ali pogosto potujete?

**Preglednica 6: Pogostost potovanj anketirancev**

	Število	Delež v %
DA	33	66
NE	17	34
Skupaj	50	100

Vir: Anketiranje (priloga št. 1, marec 2010).

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

Skupaj	Število	Delež v %
moški	32	64
ženski	18	36
skupaj	50	100

10. Nam lahko zaupate, kam se največkrat odpravite na potovanje?

### Preglednica 7: Ugotavljanje, ali turisti potujejo po Sloveniji ali tujini

	Število	Delež v %
PO SLOVENIJI	37	74
V TUJINO	13	26
Skupaj	50	100

Vir: Anketiranje (priloga št. 1, marec 2010).

11. Ali sta hrana in pijača v kraju, ki ga obiščete, za Vas velikega pomena?

### Preglednica 8: Pomembnost hrane in pijače v kraju obiska

	Število	Delež v %
DA	46	92
NE	4	8
Skupaj	50	100

Vir: Anketiranje (priloga št. 1, marec 2010).

12. Ali menite, da je potrebno organizirati več izobraževanj v zvezi s trajnostnim razvojem turizma?

### Preglednica 9: Potreba po več izobraževanjih v zvezi s trajnostnim razvojem turizma

	Število	Delež v %
DA	50	100
NE	0	0
Skupaj	50	100

Vir: Anketiranje (priloga št. 1, marec 2010).

- **PRILOGA 3 (REZULTATI ANKETIRANJA RADGONSKO-KAPELJSKE GORICE)**

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

### Preglednica 10: Spol anketiranih

Vir: Anketiranje (priloga št. 1, marec 2010).

Spol	Število	Delež v %
moški	32	64
ženski	18	36
skupaj	50	100

### Preglednica 11: Starost anketiranih

Starost	Število	Delež v %
do 20	2	4
21-30	8	16
31-40	28	56
41-50	8	16
51 in več	4	8
skupaj	50	100

Vir: Anketiranje (priloga št. 1, marec 2010).

### Preglednica 12: Izobrazba anketiranih

Izobrazba	Število	Delež v %
manj kot srednja šola	0	0
srednja šola	8	16
višja šola	22	44
visoka šola	8	12
univerzitetna izobrazba	6	12
magisterij	2	4
doktorat	4	8
skupaj	50	100

Vir: Anketiranje (priloga št. 1, marec 2010).

13. Ali menite, da je turizem razvojna priložnost Slovenije?

### Preglednica 13: Turizem kot razvojna priložnost Slovenije

	Število	Delež v %
DA	48	96
NE	2	4
Skupaj	50	100

Vir: Anketiranje (priloga št. 1, marec 2010).

14. Ali poznate pomen trajnostnega razvoja turizma?

### Preglednica 14: Prepoznavnost pojma trajnostni turizem

	Število	Delež v %
DA	12	24
NE	38	76



## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

Skupaj	50	100
--------	----	-----

Vir: Anketiranje (priloga št. 1, marec 2010).

15. Ali veste, da gastronomija zavzema področje hrane in pijače?

### Preglednica 15: Poznavanje pojma gastronomija

	Število	Delež v %
DA	25	50
NE	25	50
Skupaj	50	100

Vir: Anketiranje (priloga št. 1, marec 2010).

16. Ali poznate tradicionalne jedi kraja, v katerem se trenutno nahajate?

### Preglednica 16: Tradicionalne jedi s področja anketiranja

	Število	Delež v %
DA	24	48
NE	26	52
Skupaj	50	100

Vir: Anketiranje (priloga št. 1, marec 2010).

17. Kakšna je po vašem mnenju gastronomsko-turistična ponudba kraja, v katerem se trenutno nahajate?

### Preglednica 17: Mnenje anketirancev o gastronomsko-turistični ponudbi kraja anketiranja

	Število	Delež v %
dobra	28	56
slaba	10	20
zelo dobra	5	0
drugo	7	14
skupaj	50	100

Vir: Anketiranje (priloga št. 1, marec 2010).

18. Ali menite, da bi morali ob dobri hrani dati več pozornosti tudi vinu?

### Preglednica 18: Mnenje o pomenu izbora vina ob dobri hrani

	Število	Delež v %
DA	50	100
NE	0	0
Skupaj	50	100

Vir: Anketiranje (priloga št. 1, marec 2010).

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

19. Katera vina najraje pokušate oz. pijete?

**Preglednica 19: Najljubša vina anketirancev**

	Število	Delež v %
bela vina	5	10
rdečkasta vina	1	2
rdeča	1	2
peneča se vina	29	58
Predikatna vina oz. vina posebne kakovosti	14	28
skupaj	50	100

Vir: Anketiranje (priloga št. 1, marec 2010).

20. Ali se vam zdi, da je lepo pripravljen pogrinjek, dobra hrana in vrhunska ponudba vin ogledalo gostinskega obrata, kraja in posledično ogledalo cele Slovenije?

**Preglednica 20: Pomen pogrinjka, dobre hrane in dobre izbire vin za celotno podobo gostinskega obrata**

	Število	Delež v %
DA	50	100
NE	0	0
Skupaj	50	100

Vir: Anketiranje (priloga št. 1, marec 2010).

21. Ali pogosto potujete?

**Preglednica 21: Pogostost potovanj anketirancev**

	Število	Delež v %
DA	48	96
NE	2	4
Skupaj	50	100

Vir: Anketiranje (priloga št. 1, marec 2010).

22. Nam lahko zaupate, kam se največkrat odpravite na potovanje?

**Preglednica 22: Ugotavljanje, ali turisti potujejo po Sloveniji ali tujini**

	Število	Delež v %
PO SLOVENIJI	38	76
V TUJINO	12	24
Skupaj	50	100

Vir: Anketiranje (priloga št. 1, marec 2010).

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

23. Ali sta hrana in pijača v kraju, ki ga obiščete, za Vas velikega pomena?

**Preglednica 23: Pomen hrane in pijače v kraju obiska**

	Število	Delež v %
DA	48	96
NE	2	4
Skupaj	50	100

Vir: Anketiranje (priloga št. 1, marec 2010).

24. Ali menite, da je potrebno organizirati več izobraževanj v zvezi s trajnostnim razvojem turizma?

**Preglednica 24: Potreba po več izobraževanjih v zvezi s trajnostnim razvojem turizma**

	Število	Delež v %
DA	50	100
NE	0	0
Skupaj	50	100

Vir: Anketiranje (priloga št. 1, marec 2010).

### • PRILOGA 4 (REZULTATI ANKETIRANJA KRŠKO)

#### REZULTATI ANKETIRANJA KRŠKO

Preglednica 1: Spol anketiranih

Vir: Anketiranje (priloga št. 1, marec 2010).

**Preglednica 25: Starost anketiranih**

Starost	Število	Delež v %
do 20	1	2
21-30	5	10
31-40	17	34
41-50	18	36
51 in več	9	18
skupaj	50	100

Vir: Anketiranje (priloga št. 1, marec 2010).

**Preglednica 26: Izobrazba anketiranih**

Izobrazba	Število	Delež v %
manj kot srednja šola	4	8
srednja šola	12	24
višja šola	3	6
visoka šola	20	40
univerzitetna izobrazba	7	14

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

magisterij	3	6
doktorat	1	2
skupaj	50	100

Vir: Anketiranje (priloga št. 1, marec 2010).

25. Ali menite, da je turizem razvojna priložnost Slovenije?

### Preglednica 27: Turizem kot razvojna priložnost Slovenije

	Število	Delež v %
DA	50	100
NE	0	0
Skupaj	50	100

Vir: Anketiranje (priloga št. 1, marec 2010).

26. Ali poznate pomen trajnostnega razvoja turizma?

### Preglednica 28: Prepoznavnost pojma trajnostni turizem

	Število	Delež v %
DA	27	54
NE	23	46
Skupaj	50	100

Vir: Anketiranje (priloga št. 1, marec 2010).

27. Ali veste, da gastronomija zavzema področje hrane in pijače?

### Preglednica 29: Poznavanje pojma gastronomija

	Število	Delež v %
DA	32	64
NE	18	36
Skupaj	50	100

Vir: Anketiranje (priloga št. 1, marec 2010).

28. Ali poznate tradicionalne jedi kraja, v katerem se trenutno nahajate?

### Preglednica 30: Tradicionalne jedi s področja anketiranja

	Število	Delež v %
DA	17	34
NE	33	66
Skupaj	50	100

Vir: Anketiranje (priloga št. 1, marec 2010).

29. Kakšna je po vašem mnenju gastronomsko-turistična ponudba kraja, v katerem se trenutno nahajate?

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

### Preglednica 31: Mnenje anketirancev o gastronomsko-turistični ponudbi kraja anketiranja

	Število	Delež v %
dobra	30	60
slaba	14	28
zelo dobra	6	12
drugo	0	0
skupaj	50	100

Vir: Anketiranje (priloga št. 1, marec 2010).

30. Ali menite, da bi morali ob dobri hrani dati več pozornosti tudi vinu?

### Preglednica 32:: Mnenje o pomenu izbora vina ob dobri hrani

	Število	Delež v %
DA	46	92
NE	4	8
Skupaj	50	100

Vir: Anketiranje (priloga št. 1, marec 2010).

31. Katera vina najraje pokušate oz. pijete?

### Preglednica 33: Najljubša vina anketirancev

	Število	Delež v %
bela vina	3	6
rdečkasta vina	11	22
rdeča	24	48
peneča se vina	4	8
Predikatna vina oz. vina posebne kakovosti	8	16
skupaj	50	100

Vir: Anketiranje (priloga št. 1, marec 2010).

32. Ali se vam zdi, da so lepo pripravljen pogrinjek, dobra hrana in vrhunska ponudba vin ogledalo gostinskega obrata, kraja in posledično ogledalo cele Slovenije?

### Preglednica 34: Pomen pogrinjka, dobre hrane in dobre izbire vin za celotno podobo gostinskega obrata

	Število	Delež v %
DA	49	98
NE	1	2
Skupaj	50	100

Vir: Anketiranje (priloga št. 1, marec 2010).

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

33. Ali pogosto potujete?

**Preglednica 35: Pogostost potovanj udeležencev**

	Število	Delež v %
DA	42	84
NE	8	16
Skupaj	50	100

Vir: Anketiranje (priloga št. 1, marec 2010).

34. Nam lahko zaupate, kam se največkrat odpravite na potovanje?

**Preglednica 36: Ugotavljanje, ali turisti potujejo po Sloveniji ali tujini**

	Število	Delež v %
PO SLOVENIJI	33	66
V TUJINO	17	34
Skupaj	50	100

Vir: Anketiranje (priloga št. 1, marec 2010).

35. Ali sta hrana in pijača v kraju, ki ga obiščete, za Vas velikega pomena?

**Preglednica 37: Pomen hrane in pijače v kraju obiska**

	Število	Delež v %
DA	44	88
NE	6	12
Skupaj	50	100

Vir: Anketiranje (priloga št. 1, marec 2010).

36. Ali menite, da je potrebno organizirati več izobraževanj v zvezi s trajnostnim razvojem turizma?

**Preglednica 38: Potreba po več izobraževanjih v zvezi s trajnostnim razvojem turizma**

	Število	Delež v %
DA	47	84
NE	3	6
Skupaj	50	100

Vir: Anketiranje (priloga št. 1, marec 2010).

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

### • PRILOGA 5 (REZULTATI ANKETIRANJA SEŽANA)

#### REZULTATI ANKETIRANJA SEŽANA

##### **Preglednica 39: Spol anketiranih**

Vir: Anketiranje (priloga št. 1, marec 2010).

Spol	Število	Delež v %
moški	32	64
ženski	18	36
skupaj	50	100

##### **Preglednica 40: Starost anketirancev**

Starost	Število	Delež v %
do 20	0	0
21-30	10	20
31-40	20	40
41-50	9	18
51 in več	11	22
skupaj	50	100

Vir: Anketiranje (priloga št. 1, marec 2010).

##### **Preglednica 41: Izobrazba anketiranih**

Izobrazba	Število	Delež v %
manj kot srednja šola	0	0
srednja šola	19	38
višja šola	16	32
visoka šola	9	18
univerzitetna izobrazba	1	2
magisterij	3	6
doktorat	2	4
skupaj	50	100

Vir: Anketiranje (priloga št. 1, marec 2010).

37. Ali menite, da je turizem razvojna priložnost Slovenije?

##### **Preglednica 42: Turizem kot razvojna priložnost Slovenije**

	Število	Delež v %
DA	50	100
NE	0	0
Skupaj	50	100

Vir: Anketiranje (priloga št. 1, marec 2010).

38. Ali poznate pomen trajnostnega razvoja turizma?

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

**Preglednica 43: Prepoznavnost pojma trajnostni turizem**

	Število	Delež v %
DA	31	62
NE	19	38
Skupaj	50	100

Vir: Anketiranje (priloga št. 1, marec 2010).

39. Ali veste, da gastronomija zavzema področje hrane in pijače?

**Preglednica 44: Poznavanje pojma gastronomija**

	Število	Delež v %
DA	41	82
NE	9	18
Skupaj	50	100

Vir: Anketiranje (priloga št. 1, marec 2010).

40. Ali poznate tradicionalne jedi kraja, v katerem se trenutno nahajate?

**Preglednica 45: Tradicionalne jedi s področja anketiranja**

	Število	Delež v %
DA	40	80
NE	10	20
Skupaj	50	100

Vir: Anketiranje (priloga št. 1, marec 2010).

41. Kakšna je po vašem mnenju gastronomsko-turistična ponudba kraja, v katerem se trenutno nahajate?

**Preglednica 46: Mnenje anketirancev o gastronomsko-turistični ponudbi kraja anketiranja**

	Število	Delež v %
dobra	35	70
slaba	10	20
zelo dobra	5	10
drugo	0	0
skupaj	50	100

Vir: Anketiranje (priloga št. 1, marec 2010).



## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

42. Ali menite, da bi morali ob dobri hrani dati več pozornosti tudi vinu?

**Preglednica 47: Mnenje o pomenu izbora vina ob dobri hrani**

	Število	Delež v %
DA	50	100
NE	0	0
Skupaj	50	100

Vir: Anketiranje (priloga št. 1, marec 2010).

43. Katera vina najraje pokušate oz. pijete?

**Preglednica 48: Najljubša vina anketirancev**

	Število	Delež v %
bela vina	9	18
rdečkasta vina	0	0
rdeča	33	66
peneča se vina	3	6
Predikatna vina oz. vina posebne kakovosti	5	10
skupaj	50	100

Vir: Anketiranje (priloga št. 1, marec 2010).

44. Ali se vam zdi, da so lepo pripravljen pogrinjek, dobra hrana in vrhunska ponudba vin ogledalo gostinskega obrata, kraja in posledično ogledalo cele Slovenije?

**Preglednica 49: Pomen pogrinjka, dobre hrane in dobre izbire vin za celotno podobo gostinskega obrata**

	Število	Delež v %
DA	50	100
NE	0	0
Skupaj	50	100

Vir: Anketiranje (priloga št. 1, marec 2010).

45. Ali pogosto potujete?

**Preglednica 50: Pogostost potovanja anketirancev**

	Število	Delež v %
DA	35	70
NE	15	30
Skupaj	50	100

Vir: Anketiranje (priloga št. 1, marec 2010).

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

46. Nam lahko zaupate, kam se največkrat odpravite na potovanje?

**Preglednica 51: Ugotavljanje, ali turisti potujejo po Sloveniji ali tujini**

	Število	Delež v %
PO SLOVENIJI	21	42
V TUJINO	29	58
Skupaj	50	100

Vir: Anketiranje (priloga št. 1, marec 2010).

47. Ali sta hrana in pijača v kraju, ki ga obiščete, za Vas velikega pomena?

**Preglednica 52: Pomen hrane in pijače v kraju obiska**

	Število	Delež v %
DA	44	88
NE	6	12
Skupaj	50	100

Vir: Anketiranje (priloga št. 1, marec 2010).

48. Ali menite, da je potrebno organizirati več izobraževanj v zvezi s trajnostnim razvojem turizma?

**Preglednica 53: Potreba po več izobraževanjih v zvezi s trajnostnim razvojem turizma**

	Število	Delež v %
DA	50	100
NE	0	0
Skupaj	50	100

Vir: Anketiranje (priloga št. 1, marec 2010).

- **PRILOGA 6 (REZULTATI ANKETIRANJA VELENJE)**

**Preglednica 54: Spol anketirancev**

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

Vir: Anketiranje (priloga št. 1, marec 2010).

### Preglednica 55: Starost anketiranih

Starost	Število	Delež v %
do 20	13	26
21-30	11	22
Spol	Število	Delež v %
moški	21	42
ženski	29	58
skupaj	50	100
31-40	16	32
41-50	8	16
51 in več	2	4
skupaj	50	100

Vir: Anketiranje (priloga št. 1, marec 2010).

### Preglednica 56: Izobrazba anketiranih

Izobrazba	Število	Delež v %
manj kot srednja šola	2	4
srednja šola	18	36
višja šola	12	24
visoka šola	10	20
univerzitetna izobrazba	3	6
magisterij	4	8
doktorat	1	2
skupaj	50	100

Vir: Anketiranje (priloga št. 1, marec 2010).

49. Ali menite, da je turizem razvojna priložnost Slovenije?

### Preglednica 57: Turizem kot razvojna priložnost Slovenije

	Število	Delež v %
DA	49	98
NE	1	2
Skupaj	50	100

Vir: Anketiranje (priloga št. 1, marec 2010).

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

50. Ali poznate pomen trajnostnega razvoja turizma?

**Preglednica 58: Prepoznavnost pojma trajnostni turizem**

	Število	Delež v %
DA	27	54
NE	23	46
Skupaj	50	100

Vir: Anketiranje (priloga št. 1, marec 2010).

51. Ali veste, da gastronomija zavzema področje hrane in pijače?

**Preglednica 59: Poznavanje pojma gastronomija**

	Število	Delež v %
DA	44	88
NE	6	12
Skupaj	50	100

Vir: Anketiranje (priloga št. 1, marec 2010).

52. Ali poznate tradicionalne jedi kraja, v katerem se trenutno nahajate?

**Preglednica 60: Tradicionalne jedi s področja anketiranja**

	Število	Delež v %
DA	4	8
NE	46	92
Skupaj	50	100

Vir: Anketiranje (priloga št. 1, marec 2010).

53. Kakšna je po vašem mnenju gastronomsko-turistična ponudba kraja, v katerem se trenutno nahajate?

**Preglednica 61: Mnenje anketirancev o gastronomsko-turistični ponudbi kraja anketiranja**

	Število	Delež v %
dobra	29	58
slaba	21	42
zelo dobra	0	0
drugo	0	0
skupaj	50	100

Vir: Anketiranje (priloga št. 1, marec 2010).

54. Ali menite, da bi morali ob dobri hrani dati več pozornosti tudi vinu?

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

### Preglednica 62: Mnenje o pomenu izbora vina ob dobri hrani

	Število	Delež v %
DA	50	100
NE	0	0
Skupaj	50	100

Vir: Anketiranje (priloga št. 1, marec 2010).

55. Katera vina najraje pokušate oz. pijete?

### Preglednica 63: Najljubša vina anketirancev

	Število	Delež v %
bela vina	7	14
rdečkasta vina	2	4
rdeča	11	22
peneča se vina	18	36
Predikatna vina oz. vina posebne kakovosti	12	24
skupaj	50	100

Vir: Anketiranje (priloga št. 1, marec 2010).

56. Ali se vam zdi, da so lepo pripravljen pogrinjek, dobra hrana in vrhunska ponudba vin ogledalo gostinskega obrata, kraja in posledično ogledalo cele Slovenije?

### Preglednica 64: Pomen pogrinjka, dobre hrane in dobre izbire vin za celotno podobo gostinskega obrata

	Število	Delež v %
DA	50	100
NE	0	0
Skupaj	50	100

Vir: Anketiranje (priloga št. 1, marec 2010).

57. Ali pogosto potujete?

### Preglednica 65: Pogostost potovanj anketirancev

	Število	Delež v %
DA	16	32
NE	34	68
Skupaj	50	100

Vir: Anketiranje (priloga št. 1, marec 2010)

58. Nam lahko zaupate, kam se največkrat odpravite na potovanje?

### Preglednica 66: Ugotavljanje, ali turisti potujejo po Sloveniji ali tujini

	Število	Delež v %
PO SLOVENIJI	11	22

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

V TUJINO	39	78
Skupaj	50	100

Vir: Anketiranje (priloga št. 1, marec 2010).

59. Ali sta hrana in pijača v kraju, ki ga obiščete, za Vas velikega pomena?

### Preglednica 67: Pomen hrane in pijače v kraju obiska

	Število	Delež v %
DA	44	88
NE	6	12
Skupaj	50	100

Vir: Anketiranje (priloga št. 1, marec 2010).

60. Ali menite, da je potrebno organizirati več izobraževanj v zvezi s trajnostnim razvojem turizma?

### Preglednica 68: Potreba po več izobraževanjih v zvezi s trajnostnim razvojem turizma

	Število	Delež v %
DA	48	96
NE	2	4
Skupaj	50	100

Vir: Anketiranje (priloga št. 1, marec 2010).

## 14 VIRI IN LITERATURA

1. [http://www.mg.gov.si/si/delovna\\_podrocja/turizem/](http://www.mg.gov.si/si/delovna_podrocja/turizem/), 1. marec 2010
2. [http://www.gzs.si/slo/panoge/turisticno\\_gostinska\\_zbornica\\_slovenije](http://www.gzs.si/slo/panoge/turisticno_gostinska_zbornica_slovenije), 1. marec 2010
3. <http://www.cpi.si/gastronomija-in-turizem.aspx>, 1. marec 2010
4. <http://www.turizem-institut.si/>, 1. marec 2010
5. [http://www.slovenia.info/si/Slovenska-Turistična-Organizacija-STO.htm?ps\\_sto=0&lng=1](http://www.slovenia.info/si/Slovenska-Turistična-Organizacija-STO.htm?ps_sto=0&lng=1), 1. marec 2010
6. [http://www.slovenia.info/si/Znamenitosti-in-aktivnosti.htm?what\\_to\\_see=0&lng=1](http://www.slovenia.info/si/Znamenitosti-in-aktivnosti.htm?what_to_see=0&lng=1), 1. marec 2010
7. [http://www.slovenia.info/si/O-Sloveniji.htm?o\\_sloveniji=0&lng=1](http://www.slovenia.info/si/O-Sloveniji.htm?o_sloveniji=0&lng=1), 1. marec 2010
8. [http://www.slovenia.info/si/Kulinarika-vino.htm?kulinarika\\_in\\_vino=0&lng=1](http://www.slovenia.info/si/Kulinarika-vino.htm?kulinarika_in_vino=0&lng=1), 1. marec 2010
9. <http://www.ntz-nta.si/default.asp?id=140>, 2. marec 2010
10. <http://www.setcom-project.eu/index.php?id=slovenia>, 2. marec 2010
11. <http://sl.wikipedia.org/wiki/Kr%C5%A1ko>, 12. marec 2010
12. <http://www.radgonske-gorice.si/si/vsebina.cfm?id=94>, 12. marec 2010
13. <http://www.vinske-poti.si/si/index.php?tip=znamenitosti&objekt=88#88>, 12. marec 2010
14. [http://sl.wikipedia.org/wiki/Gornja\\_Radgona](http://sl.wikipedia.org/wiki/Gornja_Radgona), 14. marec 2010

## KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA

15. <http://www.zlati-gric.si/pages/slovensko/vinarstvo/vino.php>, 14. marec 2010
  16. [http://www.slovenia.info/si/turisticni-ponudniki/TIC-SlovenskeKonjice.htm?turisticni\\_ponudniki=5946&lng=1](http://www.slovenia.info/si/turisticni-ponudniki/TIC-SlovenskeKonjice.htm?turisticni_ponudniki=5946&lng=1), 14. marec 2010
  17. [http://sl.wikipedia.org/wiki/Slovenske\\_Konjice#Zgodovina](http://sl.wikipedia.org/wiki/Slovenske_Konjice#Zgodovina), 14. marec 2010
  18. [http://www.zveza-zadrug.si/Vino\\_k\\_jedem.697,0.html](http://www.zveza-zadrug.si/Vino_k_jedem.697,0.html), 14. marec 2010
  19. [http://www.ro.feri.uni-mb.si/~jk/Kaj\\_mora\\_Slovenec\\_vedeti\\_o\\_vinu.PDF](http://www.ro.feri.uni-mb.si/~jk/Kaj_mora_Slovenec_vedeti_o_vinu.PDF), 14. marec 2010
  20. <http://sl.wikipedia.org/wiki/Vino>, 14. marec 2010
- 
1. BAVČAR, D. 2006. Kletarjenje danes, 1. izdaja, Ljubljana, Narodna univerzitetna knjižnica, 85-88 str. 19-32 str.
  2. EVANS, Nigel, CAMPBELL, David in STONEHOUSE, George, 2007. Strategic Management for Travel and Tourism. Oxford: Butterworth – Heinemann.
  3. FRELJH, J. / POLAK, A. 1997. Strežba. 1. izdaja, Ljubljana, Tiskarna Tone Tomšič
  4. GAMS, I. 1996. Geografske značilnosti Slovenije. 1. izdaja, Ljubljana, Mladinska knjiga, 24 str.
  5. GORJAK, R. 2009. Vinski vodič. 1. izdaja, Ljubljana, Narodna univerzitetna knjižnica 15-20 str.
  6. GRÜNER, H. / METZ, R. 2003. ABC kuharstva in prehrane. 1. izdaja, Germany, Schwarz, d.o.o, 151 str.
  7. KALINŠEK, F. 1991. Slovenska kuharica. 22. izdaja, Ljubljana, Cankarjeva založba 503 str. 55 str.
  8. KALINŠEK, F. 2009. Sodobna slovenska kuharica. 29. izdaja, Ljubljana, Cankarjeva založba, 9 str. 104 str.
  9. LEVSTEK, P. 2003. Kuharstvo. 1. izdaja, Ljubljana, Grafika Soča d.d., 61-66 str. 241-274 str. 377- 400 str.
  10. MEDICO, D. D / APOLLONIO, Z. / JAKOMIN, L. 2007. Vino v starih slovenskih jedeh. 1. izdaja, Ljubljana, Združenje slovenskega reda vitezev vina, 43-105 str.
  11. NEMANIČ, J. 2006. Ali razumemo vino, 1. izdaja, Ljubljana, Narodna univerzitetna knjižnica, 126- 150 str.
  12. PAJŠTER, B. 2003. Knapovška košta. Mežica, Rudnik svinca in cinka Mežica v zapiranju, d.o.o
  13. POMPE, S. 2003. Čarobni svet serviet. 1. izdaja, Celje, Fotolik d.o.o. 30-50 str.
  14. URAN, Maja. in OVSENIK, Rok. 2006. Razvojni načrt in usmeritve slovenskega turizma 2007 – 2011. Ljubljana: Ministrstvo za gospodarstvo, Direktorat za turizem.
  15. VERBIČ, Darja. 2004. Velenje, Šaleška dolina. Velenje: TIC Velenje.
  16. VRBIČ, Vlado. 1996. Turistični vodnik: Velenje, Šoštanj in Šmartno ob Paki. Velenje: Založništvo Pozoj.
  17. ZABERT, A. 1993. Kochen. Germany, Gütersloh, 130-149 str. 268-283 str.
  18. ZAVODNIK, S. / JOŠT, G. 2005. Strežba z animacijo. 1. izdaja, Ljubljana, DZS 16-55 str.
  19. WANG, X. 2001. ABC des Gemüse-und Früchteschnittens. Switzerland, Publishop, 81 str.

Lea BEVC, Severina ŠTRUC, Domen VODLAN

**KLJUČNI POMEN GASTRONOMIJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ TURIZMA**

20. WILLAN, A. 1992. Velika šola kuhanja. 1. izdaja, Ljubljana, Mladinska knjiga, 194 str. 236 str. 42 str.