

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

MLADI RAZISKOVALCI ZA RAZVOJ ŠALEŠKE DOLINE

RAZISKOVALNA NALOGA

VODENI OGLEDI VELENJA ZA MLADE

Tematsko področje: TURIZEM

Avtorji:

Kristina Rotovnik, 4. letnik

Maša Silovšek, 4. letnik

Mentor:

Marko Gams, univ. dipl. ekon.

Velenje, 2013

Raziskovalna naloga je bila opravljena na Šolskem centru Velenje – ŠOLA ZA
STORITVENE DEJAVNOSTI

Mentor : Marko Gams, univ. dipl. ekon.

Datum predstavitve:

KLJUČNA DOKUMENTACIJSKA INFORMACIJA

- ŠD Šola za storitvene dejavnosti, Šolski center Velenje / 2013
- KG Mladinski turizem / vodeni ogledi / turistični proizvod / doživetje
- AV ROTOVNIK, Kristina / SILOVŠEK, Maša
- SA GAMS, Marko
- KZ 3320 Velenje, SLO, Trg mladosti 3
- ZA Šolski center Velenje
- LI 2013
- IN VODENI OGLEDI VELENJA ZA MLADE
- TD RAZISKOVALNA NALOGA
- OP V, 36 s., 2 karti, 7 fotograf., 3 pril., 25 ref.
- IJ SL
- JI sl/en

AI Usmeritve razvoja turizma v Velenju temeljijo zlasti na ponudbi proizvodov poslovnega, športnega, rekreativnega, kulturnega, prireditvenega, industrijskega, doživljajskega, otroškega in mladinskega turizma, kar izpostavlja tudi strategija razvoja turizma Mestne občine Velenje za obdobje 2009 - 2013. V Velenju je septembra 2010 odprl vrata nov mladinski hotel kot ključen element infrastrukture mladinskega turizma. Kot dijakinji turistične usmeritve Šolskega centra Velenje želiva z najinimi idejami prispevati k ponudbi proizvodov mladinskega turizma v Velenju. Zato sva si za predmet raziskovalne naloge zamislili vodene ogledе Velenja, namenjeno mladim in radovednim obiskovalcem, zlasti gostom novega mladinskega hotela. Mladi domačini, zlasti študentje in dijaki, bi v vlogi lokalnih turističnih predstavili zanimive predele mesta, objekte, legende, zgodbe in posebnosti. Predlagani ogledi ne bi predstavljali konkurence ponudbi »klasičnih« ogledov Velenja, temveč njihovo dopolnilo. Namen predlaganih turističnih proizvodov je vsebinsko obogatiti bivanje gostov mladinskega hotela, povečati ponudbo na področju mladinskega in doživljajskega turizma, povečati prepoznavnost Velenja in izkoristiti možnosti zaposlitve mladih v vlogi turističnih vodnikov.

KEY WORDS DOCUMENTATION

ND Šola za storitvene dejavnosti / 2013

CX Tourism / Guided Tours / Tourist Product / Experience

AU ROTOVNIK, Kristina / SILOVŠEK, Maša

AA GAMS, Marko

PP 3320 Velenje, SLO, Trg mladosti 3

PB Šolski center Velenje

PY 2013

TI GUIDED TOURS OF VELENJE FOR YOUTH

DT RESEARCH WORK

NO V, 36 p., 2 maps, 7 photos, 25 app.

LA SL

AL sl/en

AB abstract

The strategy of tourism development of Town Municipality Velenje for the period of 2009-2013 emphasises offering business, culture, sport and recreation, culture, adventure and youth tourism products. In September 2010 a new youth hostel was opened as the key element of the youth tourism infrastructure in Velenje. As students of tourism at the School Centre Velenje we wish to contribute ideas to the development of youth tourism products in our town. The subject of our research is guided tours tailored to the young and curious visitors of Velenje, especially the guests of the new hostel. The idea is for the local students to present their city in a different way, which enables visitors to see things hidden to the mainstream tourists. These alternative tours would complement rather than be a competition to the "classical" tours in Velenje. The main objective of the proposed tours is to enhance the experience of the hostel guests, enrich the offer in the area of youth and adventure tourism as well as to increase the recognisability of Velenje and provide new job opportunities for young people aspiring to be tourist guides.

KAZALO VSEBINE

KLJUČNA DOKUMENTACIJSKA INFORMACIJA	II
KEY WORDS DOCUMENTATION	III
KAZALO	IV
KAZALO SLIK.....	V
1 UVOD	1
2 PREGLED OBJAV	2
3 METODOLOGIJA	2
4 IZSLEDKI IN RAZPRAVA	3
4.1 Pomen, značilnosti in oblike mladinskega turizma po svetu.....	3
4.2 Problematika mladinskega turizma v Sloveniji	5
4.3 Pomen mladinskih hotelov za mladinski turizem.....	7
4.4 Pomen mladinskega turizma v Velenju.....	8
4.5 Vloga turističnega vodnika in pomen turističnega vodenja.....	11
4.6 Alternativni vodeni ogledi.....	13
4.7 Pregled ponudbe vodenih turističnih ogledov Velenja.....	14
4.8 Predlogi tematskih vodenih ogledov Velenja za mlade.....	16
5 SKLEP.....	29
SUMMARY	30
ZAHVALA.....	31
SEZNAM PRILOG	31

KAZALO SLIK

Slika 1: Mladi turisti.....	4
Slika 2: Vzdušje v mladinskem hotelu.....	7
Slika 3: Dijaki ŠCV med snemanjem promocijskega spota v Mladinskem hotelu Velenje.....	9
Slika 4: Dijakinja Urša Pečečnik med simulacijo vodenega ogleda Velenja za mlade.....	12
Slika 5: Urša Pečečnik, Kristina Rotovnik in Anja Jamnikar med predstavitvijo Velenja.....	17
Slika 6: Scena s požigalcem med simulacijo vodenega ogleda Velenja za mlade.....	18
Slika 7: Središče Velenja - predlog karte Velenja za mlade (Avtorica: T. Petauer).....	27
Slika 8: Območje jezer - predlog karte Velenja za mlade (Avtorica: T. Petauer).....	27
Slika 9: Utrinek iz snemanja promocijskega spota.....	29

1 UVOD

Mladinski turizem je ena izmed pomembnejših oblik turizma in beleži dolgoročni trend rasti. Mladi raziskujemo svet, se udeležujemo rekreativnih in adrenalinskih aktivnosti ter se radi družimo in zabavamo. S tem spoznavamo svet in tudi samega sebe. Mladi smo pomembni za številne turistične destinacije in turistične proizvode kot so npr. študentska potovanja, adrenalinske aktivnosti, aktivnosti, ki temeljijo na zabavi in doživetjih, avtobusni in železniški prevozi ter tematski vodeni ogledi. Mladinski turizem je pomemben tudi za Velenje, kar potrjuje tudi Strategija razvoja turizma v Mestni občini Velenje za obdobje 2009 – 2013, ki izpostavlja mladinski turizem med prednostnimi oblikami turizma. Z razvojem novih turističnih produktov za mlade se nudijo možnosti za dodatna delovna mesta turističnih vodnikov in animatorjev. V Velenju obstajajo določene možnosti rekreacije, zabave in drugih aktivnosti za mlade, infrastrukturo mladinskega turizma pa je zaokrožil novi mladinski hotel, ki ima velik potencial v mednarodnih izmenjavah, pestrem kulturnem dogajanju v sklopu Mladinskega centra Velenje in mladinskih turističnih produktov. Kljub temu v Velenju ne obstaja turistični produkt v obliki vodenega ogleda, ki bi bil namenjen izključno mladim.

Predmet raziskovalne naloge so vodeni ogledi Velenja za mlade. V nalogi predlagamo nove in inovativne vodene ogledе Velenja, namenjene mladim in po srcu mladim. Takšni vodeni ogledi so v zadnjem desetletju postali eden izmed trendov mladinskega turizma v Evropi. Promovirajo se zlasti preko spleta in mreže mladinskih hotelov, saj so večinski gostje mladinskih hotelov mladi popotniki.

Namen raziskovalne naloge je pripraviti predlog tematskega vodenega ogleda Velenja zlasti za organizirane skupine domačih in tujih mladih gostov Mladinskega hotela Velenje. Mladim želimo predstaviti Velenje na drugačen način kot se izvaja pri klasičnih lokalnih vodenih ogledih, ki jih ponuja Turistično-informacijski center Velenje (v nadaljevanju MO Velenje - TIC). S takšnimi vodenimi ogledi nameravamo z vsebino obogatiti bivanje gostov mladinskega hotela, prispevati k večjemu poznavanju in tudi prepoznavnosti Velenja ter posledično povečati število mladih turistov v Velenju. V nalogi predlagani vodeni ogledi bi naj služili kot dopolnilo obstoječi ponudbi vodenih ogledov Velenja. Verjamemo, da bodo mladi obiskovalci s pomočjo naše ponudbe doživeli privlačen utrip našega mesta, kar pa ima tudi izobraževalni pomen. Poleg programa vodenega ogleda smo izdelali tudi spremljevalne turistične produkte: tematsko karto Velenja za mlade turiste, promocijski video in promocijske zgibanke.

S pregledom literature, različnih virov, z metodo intervjuja s strokovnjaki iz turizma in drugimi poznavalci obravnavane tematike v Velenju in s pomočjo anketnega vprašalnika bova preverili naslednje **hipoteze**:

- Vodeni ogledi Velenja za mlade predstavljajo novost na področju mladinskega turizma v Velenju,
- lokalni turistični ponudniki bi podprli predlagane vodene ogledе,
- večina gostov Mladinskega hotela Velenje bi se odločila za vodene ogledе Velenja.

2 PREGLED OBJAV

Na spletni strani COBISS smo našli 37 raziskovalnih nalog na temo turizma in Velenja, vendar nobena ne obravnava področja turističnih vodenj. Med njimi dve nalogi obravnavata področje mladinskega turizma. Raziskovalna naloga Erme Bečić, Eme Delić in Katje Žižek z naslovom Dobrodošli v mladinskem hotelu je bila izdelana leta 2006, torej 4 leta pred odprtjem Mladinskega hotela Velenje, predmet raziskave pa niso vodeni ogledi oz. turistična vodenja. Tudi raziskovalna naloga avtorjev Nike Rakuša, Lidije Celcer in Irme Selimović z naslovom MLADI IN TURIZEM. Zakaj bi prišel/la v Velenje? ne obravnava turističnih vodenj. Nekaj osnovnošolskih in srednješolskih raziskovalnih nalog sicer vsebuje predloge različnih turističnih tematskih programov za Velenje, med njimi so programi, namenjeni tudi mladim, vendar na temo turističnih vodenj oz. vodenih ogledov Velenja ni bila izdelana nobena naloga. Tudi spletna brskalnika Yahoo in Google ne najdeta raziskovalnih nalog na navedeno temo.

3 METODOLOGIJA

V nalogi uporabljamo zlasti metodo dedukcije, saj sklepamo na podlagi splošnega k posebnemu. Na podlagi pridobljenega znanja v šoli o turističnih vodenjih in mladinskem turizmu, literature in drugih virov podajamo predloge tematskih vodenih ogledov za mlade turiste. Uporabljava tudi metodo analize, intervju in anketni vprašalnik. Večino podatkov smo našli na spletu. S predstavniki turističnih institucij in drugimi poznavalci tematike v Velenju smo opravili 5 intervjujev preko elektronske pošte, med oktobrom 2012 in februarjem 2013 pa smo v Mladinskem hotelu Velenje zbrali 70 anketnih vprašalnikov. Z navedenimi metodami dela sva preverili zastavljene hipoteze.

Projektni del raziskovalne naloge je zajemal snovanje tematskega vodenega ogleda, za katerega smo s pomočjo nekdanje dijakinje programa Turistični tehnik Šole za storitvene dejavnosti ŠCV Urše Pečečnik izdelali promocijsko zgibanko, s pomočjo dijakinje 3. letnika programa Gastronomija in turizem Šole za storitvene dejavnosti ŠCV Tanjuše Petauer pa tematsko karto Velenja, namenjeno mladim turistom. V sodelovanju z MO Velenje - TIC, Regionalnim multimedijским centrom Konigunda in Mladinskim hotelom Velenje smo posneli tudi promocijski spot, ki bo pod gesli »Vodeni ogledi Velenja za mlade« in »Velenje for You!« dostopen na spletnem portalu YouTube. Na spletni strani Banke turističnih priložnosti (BTP) smo položili idejni plog predlaganega turističnega produkta pod imenom Velenje for You(th). Na Facebooku smo odprli račun pod imenom »VelenjeforYou«, na katerem so dostopne fotografije iz izvedbe testnega vodenja. Za vse informacije v zvezi s predlaganim turističnim produktom smo dosegljivi na elektronskem naslovu velenjeforyou@gmail.com.

Odkrivajmo skupaj prikrite predele, mestne zgodbe in posebnosti Velenja! Všečkajte nas na Facebook profilu VelenjeforYou ali nam pošljite svoje predloge na velenjeforyou@gmail.com.

4 IZSLEDKI IN RAZPRAVA

4.1 Pomen, značilnosti in oblike mladinskega turizma po svetu

Mladinski turizem (*angl. Youth tourism*) je oblika turizma, katerega ciljna skupina so mladi. Kdo pa smo mladi? Kakšna starostna meja je postavljena za mlade? Še vedno nimamo enotne definicije mladinskega turizma, saj se vselej zaplete pri starostni opredelitvi mladih. Nekatere definicije mladinskega turizma omejujejo to obliko turizma s starostno skupino med 15 in 26 let, opredelitev Svetovne turistične organizacije (v nadaljevanju UNWTO) pa določa zgornjo starostno mejo 29 let. Meja »mladosti« se nenehno viša. Nekdanja starostna struktura mladinskega turizma od 18 do 24 let se je premaknila na širši razpon od 15 do nad 30 let (Potencial mladinskega turizma, 2012). V zadnjem času se namreč srečujemo tako z zgodnejšim vstopom v obdobje višjega izobraževanja kot s podaljševanjem samega trajanja študija in z odlaganjem vstopa v svet odraslih. Poleg tega se v družbi vse bolj krepi želja po ohranjanju mladosti in tako vzorce mladinskega popotništva privzemajo tudi generacije, ki sicer glede na starostno opredelitev ne spadajo več v segment mladih. Zanimivo je tudi, da po podatkih UNWTO mladi turisti sebe navadno ne dojemajo kot turiste, ampak pogosteje kot popotnike (*angl. Travellers*) ali nahrbtnikarje (*angl. Backpackers*) (Richards, Wilson, 2003).

Pojem mladinski turizem se pogosto povezuje z željo po izkušnjah, pustolovščinah in zabavi brez nadzora staršev oziroma skrbnikov. Znotraj trga obstajajo mnoge delitve in tržne niše kot so nahrbtnikarji, jezikovna potovanja ter študij in delo v tujini. Najpomembnejše oblike mladinskega turizma so tako študentska potovanja, popotništvo ali nahrbtnikarstvo, avanturistična potovanja in adrenalinska doživetja, mednarodne jezikovne šole, delo v tujini, mednarodno prostovoljno delo in mladinske izmenjave. Veliko mladih turistov spada v kategorijo popotnikov. Kdo so popotniki? V širšem pomenu beseda popotnik označuje vsakogar, ki potuje, ali vsaj tistega, ki potuje iz lastnega veselja in želje po spoznavanju. Ožje vzeto pa je pravi popotnik tisti, ki potuje sam, v paru ali v razpuščeni skupini; potovati hoče čim dlje in za čim dalj časa ter za potovanje zapraviti čim manj denarja. To pomeni, da bo štopal, potoval s kolesom, motorjem ali kombijem, spal v spalni vreči pod milim nebom, v vozilu ali v najcenejšem hotelu, se prevažal v najnižjem razredu lokalnih vlakov in avtobusov, vse svoje premoženje pa bo prenašal naokrog v nahrbtniku. Nahrbtnik je razpoznavni znak, če ne že kar statusni simbol mladih popotnikov, ki se v nekaterih jezikih po njem imenujejo: »backpackers« v angleščini ali »nahrtnikarji« v slovenščini (Klemenčič, 2002, str. 6, 7). Kaj popotniki ali nahrtnikarji počnejo na potovanjih? Najpopularnejše aktivnosti so obiskovanje zgodovinskih mest in kulturnih znamenitosti. Sledijo sprehodi in treking, nato pa sprostitve, kot npr. posedanje po barih in restavracijah in nakupovanje. Nekateri potujejo zaradi akademskega izobraževanja ali učenja tujih jezikov. Ženske imajo raje sprehode, treking in kulturne dogodke, moški pa športne in adrenalinske izkušnje (Štefe, 2004, str. 2, 3). V zadnjih letih so pravi modni trend za mlade popotnike, zlasti goste mladinskih hotelih, tematski vodeni ogledi mest.

Danes mladi popotniki oz. nahrtnikarji potujejo na način, ki je vnaprej določen (uporaba vodičev) in predvidljiv (domačini točno vedo, od kod prihajajo, kam so namenjeni in kje bodo spali). Postavljajo se v opozicijo z drugimi turisti in večina jih zavrača oznako turist, saj v nasprotju z organiziranim množičnim turizmom svoj način potovanja vidijo kot individualen in neorganiziran. Vendar danes tudi mladi popotniki kupujejo letalske karte pri turističnih agencijah, si uredijo potovalno zavarovanje, potovalni ali delovni vizum, letalske in druge karte, cepljenja, dobijo osnovne informacije o državah, prevozu do hotela ter se na svojih potovanjih udeležujejo kratkih, a organiziranih tur (treking, safari, jahanje kamel in oslov,

spanje pri domačinih v puščavi itd.), večji del potovanja hodijo po že uhojenih poteh in več svojega časa preživijo v družbi drugih popotnikov.

Mladinski turizem je velik in rastoči trg mednarodnega turizma, ki povzroča pomembne ekonomske, družbene in kulturne učinke. Trg mladinskega turizma je posebej zanimiv zaradi več razlogov. Poleg tega, da gre za rastoči trg, ki je pomemben zaradi ekonomske razsežnosti, je mladinski turizem pomemben tudi zaradi prispevka k neformalnemu izobraževanju, socializaciji in ne nazadnje zaradi spoznavanja medkulturnih razlik in s tem sprejemanja drugačnosti ter razvijanja tolerantnosti. Potovanja so pomembna za medkulturno izmenjavo in razumevanje ter za socializacijo in izobrazbo mladega človeka. Spodbujajo ustvarjanje turistične kulture in spoznavanje različnih svetovnih kultur in jezikov ter ustvarjanje tolerance med ljudmi z različnih koncev sveta. Mladinski turizem je zato tesen splet vzgoje, izobraževanja, socializacije, kulture, športa in turizma. Z gospodarskega vidika je pomen mladinskega turizma velik. Velikost trga je ocenjena na 300 milijonov prenočitev mladih turistov in 180 milijonov prihodov mednarodnih mladih turistov letno, kar predstavlja okoli 20 % prihodov vseh mednarodnih turistov. Vrednost trga ocenjujejo na 110 milijard evrov letno, kar predstavlja 18 % prihodkov od turizma na svetovni ravni. Po napovedih UNWTO naj bi do leta 2020 porasel na več kot 30 odstotkov (Richards, Wilson, 2003).

Mladi v večji meri kot turisti iz drugih starostnih skupin potujejo daljši čas, od česar imajo največ koristi lokalna gospodarstva, saj v večji meri potujejo samostojno in manj v okviru organiziranih potovanj. Bolj kot druge ciljne skupine so mladi naklonjeni inovacijam in utirajo pot odgovornemu turizmu. Mladi porabijo velik del razpoložljivega dohodka za potovanja in praviloma potujejo bolj pogosto v primerjavi z večino starejših turistov. Samostojna potovanja mladih omogočajo tesnejše stike z lokalnim okoljem, njihova povprečna doba bivanja je v številnih destinacijah daljša v primerjavi s starejšimi turisti. Mladi pogosto bivajo v cenejših nastanitvenih obratih, ki so praviloma v lokalni lasti in posledično finančno prispevajo neposredno lokalnemu okolju več v primerjavi s starejšimi turisti. Čeprav je njihova povprečna dnevna potrošnja dokaj nizka, je skupna potrošnja pa pogosto višja od drugih turistov. Mladi narekujejo potovalne trende in spodbujajo oblikovanje novih turističnih produktov. Za destinacijo lahko ustvarjajo dolgoročno vrednost s tem, ko se bodo v kasnejših letih skupaj z družino in/ali prijatelji vrnili v kraje iz mladostnih potovanj (Potencial mladinskega turizma, 2012).

Vir: <http://images.brisbanetimes.com.au/2011/08/15/2558134/art-young-travellers-420x0.jpg>



Slika 1: Mladi turisti

4.2 Problematika mladinskega turizma v Sloveniji

Slovenija se začinja zavedati pomena mladinskega turizma. Naša država postaja vse bolj zanimiva turistična destinacija. Urad Republike Slovenije za mladino, ki deluje pod okriljem Ministrstva za šolstvo in šport, je v okviru Koncepta razvoja mladinskega turizma v RS 2005–2006 izdelal SWOT analizo, ki je pokazala, da je mladinski turizem pomemben, a premalo razvit in zapostavljen del turizma. Spremembe na področju mladinskega turizma pri nas potekajo počasi, predvsem zaradi naslednjih **zaviralnih dejavnikov**:

- relativno slabo in počasno financiranje izgradnje infrastrukture mladinskega turizma ter neustrezen koncept izgradnje mreže mladinskih prenočišč v preteklosti;
- turistična ponudba za mlade je neustrezna in neprilagojena njihovim potrebam;
- šibka javna, zasebna in društvena partnerstva na področju razvoja mladinskega turizma;
- neučinkovitost pri načrtovanju in izvajanju aktivnosti, potrebnih za uspešen razvoj turizma zaradi neprimerne organiziranosti oziroma nerazporejenih obveznosti in omejitev;
- razpršenost interesov ključnih nosilcev razvoja mladinskega turizma ter neučinkovita komunikacija in sodelovanje med subjekti na različnih ravneh (lokalna, regionalna, nacionalna);
- pomanjkanje jasnih usmeritev razvoja mladinskega turizma
- neurejenost informacijske mreže in pomanjkanje informacij za mlade.

Spodbudni so podatki o oceni privlačnosti mladinskega turizma v Sloveniji, malo manj pa tisti o njegovi konkurenčnosti. Podatki so bili zbrani zaradi lažjega strateškega načrtovanja razvoja turizma. Ocena privlačnosti je temeljila na šestih kriterijih:

- velikost tržišča: Tržišče je relativno veliko, saj so potencialni turisti mladi iz vsega sveta. Edina omejitev je, da vsi mladi zaradi finančnih omejitev ne potujejo in da tako niso prevladujoča skupina med turisti;
- stopnja rasti: Privlačnost slovenskega tržišča je z vidika povečanja povpraševanja predvsem v okviru evropskih trgov ocenjena kot relativno dobra. Glede na danosti in možnosti za oblikovanje ponudbe za mlade lahko postane Slovenija izredno zanimiva za ta segment turistov;
- povprečna poraba: Z vidika dobička gre za najpomembnejši kriterij pri ocenjevanju privlačnosti. Mladi glede na svoje finančne omejitve sicer povprečno na dan porabijo manj v primerjavi z ostalimi turisti, vendar ostajajo dlje časa na določeni lokaciji. Poleg tega mladi raziskujejo predvsem turistično manj razvita območja;
- sezonskost: Mladi prihajajo skozi celo leto in ne le v sezoni, kar velja predvsem za šolske izlete in mlade tuje turiste. Najbolj dragoceni so tisti gostje, ki prihajajo čez 10 celo leto, pri čemer velja, da je tako kot ostalih turistov tudi mladih turistov največ poleti in pozimi;

- potreba po investicijah: Označuje velikost sredstev, ki jih je potrebno vložiti za uspešno zadovoljitev segmenta. Glede na dejstvo, da mladi ne pričakujejo in ne zahtevajo izrazito visoke kakovosti turističnih storitev (pomembnejši je način izvajanja storitev), so potrebna sredstva za investicije manjša. Kljub temu so glede na relativno nerazvito področje mladinskega turizma v Sloveniji investicije nujno potrebne (na primer vzpostavitev informacijskega sistema za mlade);

- potrebni tržni napor: Predstavlja velikost sredstev in možnost obdelave tržnega segmenta. Trženje mladinskega turizma sicer ne zahteva izredno visokih sredstev, ampak predvsem uporabo elektronskih medijev, kreativnosti in izvajanja tržnih aktivnosti v obliki partnerskih povezav s pristojnimi organizacijami in ponudniki storitev. Trženje mladinskega turizma zahteva višja sredstva v primeru, ko želimo ponudbo mladinskega turizma v Sloveniji ustrezno promovirati tudi širše – mednarodno. V določenih primerih stane organizirana in z državne ravni koordinirana promocija manj kot razdrobljena promocija posameznih subjektov. Pomembna je tudi udeležba na mednarodnih mladinskih borzah. Ciljne skupine gostov je potrebno seznaniti z destinacijo, jo umestiti v svetovni (evropski) prostor ter posredovati potrebne informacije in izobraziti bodoče goste o tem, kaj lahko pričakujejo v Sloveniji.

Konkurenčnost je bila prav tako ocenjena na podlagi šestih kriterijev, in sicer:

- relativni tržni delež: Z rastjo relativnega tržnega deleža se povečuje moč in stabilnost konkurenčnega položaja. Relativni tržni delež je glede na potenciale, ki jih ima mladinski turizem v Sloveniji, veliko prenizek. Zaradi dolgoročnega demografskega trenda upadanja števila mladih teoretično ni pričakovati pretirane rasti števila mladih gostov, bo pa v prihodnosti zaradi stila življenja, potovalo več mladih kot do sedaj. Situacija za Slovenijo je v tem trenutku še toliko boljša, saj je kot ena izmed mlajših članic EU, zaradi dosedanje relativne nepoznanosti, tudi turistično bolj zanimiva država;

- stroškovna prednost: Na zunaj se kaže predvsem v cenah, ki so nižje od tistih, ki jih nudijo drugi ponudniki. V tem kontekstu je predvsem gostinska ponudba za mlade (na primer na področju zabave) glede na konkurenčne države Evropske unije cenovno ugodnejša in primerljiva z vzhodno evropskimi državami;

- prepoznavnost: Če prepoznavnost obstaja, predstavlja izjemno pomemben tržni kapital. Mladinski turizem je v Sloveniji še vedno zelo nerazpoznaven, zato bo v prihodnosti potrebno veliko naporov za oblikovanje turistične identitete;

- inovativnost: Inovativnost turistične ponudbe ne izstopa iz povprečja, saj kljub posameznim atraktivnim ponudbam, primanjkuje predvsem inovativnosti pri oblikovanju celovitih turističnih ponudb za mlad;

- obstoječa infrastruktura: Infrastruktura v mladinskem turizmu je pod povprečjem. Nekoliko boljšo oceno lahko prisodimo ponudnikom aktivnosti na rekah in kampom, ki jih tudi uvrščamo med možnosti za prenočevanje mladih;

- stopnja integracije: Ocena stopnje organiziranosti turistične ponudbe in povezanosti posameznih dejavnikov in izvajalcev je povprečna, pri čemer so možne izboljšave (Harej, 2010).

4.3 Pomen mladinskih hotelov za mladinski turizem

Mladinski hotel ali hostel je namestitveni objekt nižjega cenovnega razreda, s čimer je povezan tudi standard, ki ga ponuja. Nameščeni so lahko v kletah ali pa v najvišjih nadstropjih starejših hiš. Najdemo jih tudi v čudovitih gradovih, ki pa se s kvaliteto zelo približajo hotelom nižjih kategorij. Mladinski hoteli so kot vrsta nastanitvenega objekta uvrščeni v klasifikacijo vrst nastanitvenih objektov od leta 2010, v obdobju 2008–2009 so bili razvrščeni med različne vrste nastanitvenih objektov: prenočišča, zasebne sobe, apartmaji in hiše ali otroške in mladinske počitniške domove (SURS, 2012).

Vir: <http://www.eurocheapo.com/blog/wp-content/uploads/2008/10/hostel.jpg>



Slika 2: Vzdušje v mladinskem hotelu

Mladinski hoteli so pri mladih popotnikih najpogostejša oblika prenočevanja na potovanjih. Gre za namestitvene objekte nižjega cenovnega razreda, s čimer je povezan tudi standard, ki ga ponujajo. Vendar pa obstajajo tudi med mladinskimi objekti velike razlike. Tako so nekateri nameščeni v kletah ali pa v najvišjih nadstropjih starejših hiš, medtem ko so drugi urejeni celo v čudovitih gradovih, ki se s kvaliteto zelo približajo hotelom nižjih kategorij. V skoraj vseh tovrstnih prenočiščih je v ceno všteti tudi zajtrk, ki pa je različno bogat (od samopostrežb do takih, kjer lahko dobiš točno določeno število kosov kruha, salame ...). Najbolj urejeno je prenočevanje v mladinskih hostelih International Youth Hostel Federation (IYHF), saj so njihovi hoteli razdeljeni na kategorije, kar vam omogoča, da boste pred prihodom točno vedeli, kaj vse vam ponuja določen objekt. Prav tako morajo objekti v tej mreži spoštovati določene standarde, ki so stalno spremljani. IYHF ima tudi rezervacijski sistem imenovan IBN, preko katerega lahko najdete, rezervirate in tudi vnaprej plačate prenočišče v nekem IYHF mladinskem hotelu... Za cenejše prenočevanje v teh objektih si priskrbite člansko izkaznico Hostelling International card (Hostelling International je blagovna znamka IYHF organizacije), ki si jo lahko pridobite pri zastopnikih IYHF organizacije ali v samem mladinskem hotelu. Popotniki, ki se ustavljajo v domovih, večinoma potujejo sami ali v dvoje in so zaradi potrebe po družbi zelo komunikativni. Zato so velike spalnice in skupni prostori imenitno mesto za družabne aktivnosti, izmenjavo informacij in poslušanje popotniških zgodb. Tu si boš našel tudi družbo za dnevne in večerne sprehode po mestu.

Ker domovi niso dragi, bo včasih treba žrtvovati nekaj udobja: marsikje ni rjuh in boš moral spati v svoji spalni vreči ali pa doplačati posteljnino. Ne smeš biti presenečen, če ti bodo ponekod naložili jutranje pometanje sobe ali hodnika. Tudi za uporabo kuhalnika bo največkrat treba doplačati, včasih celo za tuširanje. Poleg uradnih je v Evropi vse več zasebnih mladinskih domov. Ker niso člani IYHF, je njihova slaba stran to, da niso navedeni v njeni vsakoletni publikaciji in jih je zato težje najti. Njihova dobra stran pa je, da so največkrat manjši, bolj domači in bistveno manj birokratski. Posebno v Grčiji in Turčiji se je vrsta cenjenih hotelov preimenovala v Youth hostle. V njih lahko prespiš v dvoposteljni ali skupinski spalnici, lahko pa tudi na terasi, in sicer za bistveno manj denarja in včasih (poleti) celo prijetneje kot v sobi (Ivančič, 2003).

4.4 Pomen mladinskega turizma v Velenju

V Velenju se za mlade ne dogaja nič. To je že stara fraza, ki delno drži, ker menimo, da je zabave za mlade v Velenju, vsaj v primerjavi npr. z bližnjim Celjem, premalo. Ne drži pa v celoti, da se pri nas ne dogaja nič, saj se v Velenju vsako leto odvija precej kulturnih, rekreativnih, športnih in drugih priložnostnih in tradicionalnih dogodkov, ki privabijo poleg domačinov tudi mlade iz drugih krajev Slovenije in tujine. Med najodmevnejšimi in izven Velenja najbolj poznanimi tradicionalnimi dogodki in festivali, namenjeni mladim, so (poleg koncertov kot je npr. prednovoletni tradicionalni rock žur) Dnevi mladih in kulture (DMK), Festival mladih kultur Kunigunda, Skate contest in Adventure race Slovenia. Nekateri mladi obiskovalci takšnih dogodkov v Velenju tudi prenočijo. Mladi imamo zelo omejene finančne možnosti, zato na izbiro nastanitvenega obrata v veliki meri vpliva cena prenočitve. V Velenju je izbira poceni možnosti prenočitve skromna. Najcenejši in tudi sicer za mlade najprimernejši možnost bivanja nudi Mladinski hotel Velenje, v poletni sezoni pa tudi Avtokamp Jezero.

Mladinski hotel Velenje (v nadaljevanju hostel), s katerim upravlja Mladinski center Velenje (v nadaljevanju MC), je zelo pomembna pridobitev infrastrukture mladinskega turizma v Velenju. Mestna občina Velenje je hostel ob sofinanciranju Evropske skupnosti za regionalni razvoj uredila v prenovljenem stolpiču dijaškega doma na Efenkovi ulici, ki je pridobil tudi privlačno zunanjo podobo. V hostlu so prve goste sprejeli že v mesecu juliju 2010, svečana otvoritev pa je bila 11. septembra 2010, ko so hostel skupaj odprli tedanji minister za šolstvo in šport dr. Igor Lukšič, tedanji velenjski župan Srečko Meh in direktor MC Velenje Marko Pritrznik. V hostlu je na voljo 58 postelj v 17 dvo-, tro- in šest-posteljnih sobah. Del hostla je prilagojen tudi invalidom. Gostom je na voljo skupni prostor poleg recepcije s Tv sprejemnikom in skupna kuhinja z veliko jedilnico. Po celotnem hostlu je mogoče uporabljati brezžični internet, gosti pa lahko brezplačno uporabijo tudi računalnike v internetnem koticu. V povezanem delu hotela so prostori MC in moderni seminarsko-kongresni prostori z vso potrebno tehnično opremo. Vodja Mladinskega hotela Velenje gospa Metka Rupreht je od prvi obletnici delovanja hostla dejala, da je bila zasedenost hostla v prvem letu poslovanja 10-odstotna. Gostje so bili predvsem udeleženci raznih izobraževalnih, kulturnih ali športnih dogodkov, skupine dijakov in študentov na dvodnevni ekskurzijah in udeleženci mednarodnih mladinskih izmenjav. Individualnih turistov je bilo le 5 odstotkov (Almanah občin Velenje, Šoštanj in Šmartno on Paki, 2010, str. 182). Na uradni spletni strani Mladinskega hotela Velenje <http://www.mc-velenje.si/sl/hotel> ni razen obiska MC Velenje, koncertov in možnosti uporabe seminarskih kapacitet navedena nobena dodatna turistična ponudba za goste hostla, zato menimo, da je naš predlog vodenih ogledov Velenja zelo dobrodošel.



Slika 3: Dijaki ŠCV med snemanjem promocijskega spota v Mladinskem hotelu Velenje

Ali je mladinski turizem v Velenju pomemben? Menimo, da je zelo pomembna in perspektivna oblika turizma, saj mladi s potovanji spoznavamo druge države in mesta, druge kulture in vere, družbo in s tem tudi samega sebe. Z potovanji in z udeležbo na kulturnih in drugih prireditvah izven našega domačega kraja spoznavamo ljudi, navezujemo stike in si širimo obzorje. Mladinski turizem je zato pomemben za udeležence in tudi za obiskana mesta, saj o njih širimo dober glas. Turizem je gospodarska dejavnost, zato nas zanima tudi, koliko mladih turistov obišče Velenje v enem letu. Najpomembnejši nastanitveni obrat mladih turistov so hostli. Mladi so tudi najpogostejši gostje Mladinskega hotela Velenje (Selič, 2013). Zaradi obeh navedenih dejstev smo za podatke o številu mladih turistov in njihovih prenočitev v Velenju uporabili podatke za velenjski mladinski hotel. V prvem letu poslovanja (od novembra 2010 do oktobra 2011) so v mladinskem hotelu Velenje zabeležili 2362 prenočitev. Po podatkih Statističnega urada Republike Slovenije (v nadaljevanju SURS) je bilo v občini Velenje v letu 2011 zabeleženih 16269 prenočitev turistov (SURS, 2013). Čeprav se podatka časovno razlikujeta za 2 meseca, pokaže primerjava, da predstavljajo mladi turisti v Velenju približno 15 % delež, kar ni malo in ni zanemarljivo. Podobno velja za leto 2012, ko so imeli v Mladinskem hotelu Velenje približno 1100 gostov (Selič, 2013). Čeprav na SURS še ni podatkov po občinah za leto 2012, pa lahko glede na podatke za 2011 (7768 prihodov v vseh nastanitvenih obratih), vidimo da gre za podoben delež.

Za mnenje o turistični ponudbi za mlade v Velenju smo preko elektronske pošte prosili določene strokovnjake in poznavalce obravnavane tematike: gospo Urško Gaberšek, vodjo Turistično-informacijskega centra Velenje (v nadaljevanju MO Velenje – TIC), gospoda Petra Groznika, vodjo programa Velenje - Evropska prestolnica kulture 2012 (v nadaljevanju EPK 2012), gospoda Matjaža Šaleja, koordinatorja in organizatorja kulturnih prireditev pri Festivalu Velenje in gospo Tjašo Selič, javno delavko Kunigunde Regionalnega multimedijskega centra, ki za čas porodniške odsotnosti gospe Metre Ruprecht opravlja naloge vodje Mladinskega hotela Velenje. Njihove odgovore na naša vprašanja glede zadostnosti turistične ponudbe za mlade v Velenju navajamo v celoti.

Mladi raziskovalci:

Ali menite, da je turistična ponudba za mlade v Velenju zadostna ali ne? Zakaj?

Gospa Urška Gaberšek, MO Velenje – TIC:

Turistična ponudba za mlade je v Velenje dobro razvita, vsekakor pa bi se morala še naprej razvijati in nadgrajevati. Menim, da so mladi bolj kot druge ciljne skupine naklonjeni

inovacijam in utirajo pot odgovornemu turizmu. Mladi popotniki v večji meri kot turisti iz drugih starostnih skupin potujejo daljši čas, od česar imajo največ koristi lokalna gospodarstva, saj v večji meri potujejo samostojno in ne v okviru organiziranih potovanj.

Zaradi teh razlogov vodenih ogledov, ki bi bili specializirani izključno za ciljno skupino mladih turistov, v Velenje še ne izvajamo. Turistična ponudba v Velenju za mlade je sicer dobro razvita, vsako leto nas obišče vedno več mladih, ki želijo raziskati naše mesto in okolico. Predvsem v avgustu, ko poteka Festival mladih kultur Kunigunda, nas obišče ogromno študentov in dijakov, ki si poleg zabave privoščijo tudi ogled »pozabljenih« krajev Velenja. V TIC-u Velenje jim nudimo informacije o turističnih atrakcijah, o zanimivih dogodkih in aktivnosti v bližini. Veseli smo, da lahko tej ciljni skupini ponujamo možnost nočitve v prenovljenem in atraktivnem Mladinskem hotelu Velenje, kjer lahko gosti svoj prosti čas namenijo tudi obisku Mladinskega centra, lociranega v povezanem delu iste zgradbe.

Gospod Peter Groznik, EPK 2012:

Menim, da je dovolj raznolikih vsebin, ki jih mesto lahko mladim ponudi, vendar je še veliko rezerve pri oblikovanju konkretnih produktov.

Z večjo povezanostjo vseh ponudnikov turističnih kapacitet (Mladinski hotel, kamp, hotela Paka in Razgoršek, gostinci...) in producentov posameznih kulturnih, športnih, izobraževalnih in ostalih programov bi se dalo skozi vse leto z različnimi paketi v mesto učinkoviteje privabljati raznolike ciljne skupine mladostnikov (metalci, taborniki, nogometaši, hiphoperji, jadralci, eko friki, jazzerji, kanuisti, planinci, techno friki itd.)

Gospod Matjaž Šalej, Festival Velenje:

Turistična ponudba bi vedno lahko bila boljša, tako da menim, da se v tem pogledu da še kaj storiti. Torek kolebam med da in ne. Tudi ob dani današnji situaciji ponudba ni tako slaba, pa bi se več lahko storilo na področju turistične promocije, bolje razvijalo ponudbo za mlade.

Gospa Tjaša Selič, Mladinski hotel Velenje:

Zdi se mi, da je vsekakor boljša kot je bila nekaj let nazaj - že samo zato, ker je tudi za mlade Velenjčane veliko bolje poskrbljeno. Menim, da mlade turiste poleg turističnih znamenitosti mogoče bolj zanimata sam način življenja in utrip mesta.

Na podlagi navedenih odgovorov in na podlagi šolskih in osebnih izkušenj in opaznanj sklepamo, da je nujno razviti več tematskih turističnih produktov za mlade enodnevnih obiskovalce in turiste. Zaradi tega domnevamo, da je vsebina naše raziskovalne naloge aktualna.

Pregledali smo dostopne dokumente, ki obravnavajo problematiko mladinskega turizma v Sloveniji. Na spletu smo našli dokument Koncept razvoja mladinskega turizma v Republiki Sloveniji 2005 – 2006. Segmentacija mladih turistov v tem dokumentu pokaže, da so tako domače kot tuje mlade turiste privlačni štirje turistični produkti: šport, zabava, izobraževanje, ogledi. Naš predlog vodenih ogledov vsebuje kar 3 izmed navedenih produktov: ogledi, zabava in izobraževanje, delno pa tudi rekreacijo, zlasti v primeru variante ogledov s kolesi (Koncept razvoja mladinskega turizma v Republiki Sloveniji 2005 – 2006, 2005, str. 32, 37).

Strategija mladinskega turizma za Velenje po naših podatkih ni bila izdelana. V dokumentu Lokalni program delovanja mladih v Mestni občini Velenje – Mladi v korak s časom 2010 – 2015 je navedenih nekaj idej, ki bi popestrile dogajanje za mlade v Velenju in domnevno pritegnile mlade obiskovalce tudi od drugod, npr. vodni park ob jezeru, mladinska info točka,

letni bazen, bike (skate), bmx park, tematsko porisane sobe mladinskega hotela, kulturni dogodki na šaleškem gradu, ureditev klasirnice za kulturne namene... Pri predlogu Potovanja za mlade je pod sofinanciranjem zapisan program Mladi v akciji. To se nam zdi še posebej pomembno, ker je smiselno naš predlog vodenih ogledov za mlade sofinancirati ravno iz tega programa (Lokalni program delovanja mladih v Mestni občini Velenje – Mladi v korak s časom 2010 – 2015, 2010, str. 18, 26).

Tudi Strategija razvoja turizma v Mestni občini Velenje 2009 – 2013 izpostavlja mladinski turizem med prednostnimi oblikami turizma. Po tej strategiji bi naj v Velenju »uvajali štiri vrste turizma: otroški in mladinski turizem, doživljajski, športno-rekreativni ter kulturno-prireditveni turizem. Z razvojem novih turističnih oblik bi lahko v Velenju razvijali in zaposlovali bolj usposobljene kadre ter mladim ponudili priložnost za kvalitetna delovna mesta (animatorji, vodniki)« (MO Velenje, 2012). Zaradi tega so vodeni ogledi za mlade ena izmed priložnosti za mlade turistične delavce, tudi iz zaposlitvenega vidika.

4.5 Vloga turističnega vodnika in pomen turističnega vodenja

Turistični vodnik je oseba, ki je strokovno usposobljena za spremljanje in vodenje turistov na izletih in potovanjih, ki jih prirejajo turistične agencije. Delo in naloge vodnika delimo na delo vsebinske in organizacijske narave. Naloge turističnega vodnika so predvsem vsebinske narave in obsegajo seznanjanje udeležencev izleta z znamenitostmi, kulturnimi, naravnimi in umetnostnimi spomeniki, ki jih gostje videvajo ob poti. Vodnik mora biti dober organizator, komentator, animator, psiholog, diplomat, v izjemnih primerih tudi medicinska sestra. Zato pri opravljanju svojega dela potrebuje tudi sistematično znanje iz najrazličnejših področij: geografije, umetnosti, znanosti, biologije, geologije, meteorologije, politike, športa in tako naprej. Svojo posredniško vlogo v kulturi mora biti sposoben opravljati v lepem in tekočem jeziku. Pri vodenju gostov po tujini mora njegovo znanje vključevati tudi poznavanje tuje dežele, pri vodenju gostov po domači deželi pa mora informacije posredovati v tekočem tujem jeziku. Pri opravljanju svojega dela (vsebinsko in organizacijsko delo naj bi potekala hkrati) mora vodnik vedno delovati spočit, biti primerno oblečen, urejen, prijazen, potrpežljiv, nevsiljiv, dobro razpoložen itn. (Resnik, 1989).

Dejavnost turističnega vodnika je strokovno vodenje obiskovalcev po vnaprej določenem programu. Dejavnost turističnega vodnika lahko opravljajo osebe, ki opravijo preizkus znanja iz programa strokovne usposobljenosti, ki ga določi Gospodarska zbornica Slovenije (v nadaljevanju GZS). Po 39. členu Zakona o spodbujanju razvoja turizma podeljuje GZS dve licenci: za turističnega vodnika in turističnega spremljevalca. Vsebina vodnikove razlage bi naj potekala po naslednjem zaporedju: geografski oris, zgodovinski oris, gospodarstvo, šport in kultura, aktualni dogodki. V raziskovalni nalogi predlagani vodeni ogledi za mlade bi naj večinoma potekali peš. Pri vodenju skupine peš po mestu vodniku predstavlja izziv hrup, promet in drugi ljudje, po drugi strani pa so mestni ogledi lahko zelo zabavni, saj lahko turiste tudi animirate in tako poživite potek vodenja. Pri vodenju peš se mora vodnik držati naslednji načel:

- začnite na mirni in varni točki,
- govorite glasno, da vas vsi slišijo,
- skupini predstavite načrt ogleda, povejte čas ogleda, jih orientirajte,
- med razlago bodite obrnjeni proti skupini,
- vsebino razlage prilagodite značilnostim skupine,

- izberite varno pot,
- prilagodite hitrost,
- zgodovinske dogodke povežite z aktualnim dogajanjem.
- predstavite čim več zanimivosti, lokalnih zgodb in posebnosti,
- spodbujajte postavljanje vprašanj

Turistične vodnike delimo v različne skupine. Med najpomembnejšimi so:

- Turistični vodnik z licenco GZS: vodi daljše izlete ali potovanja po Sloveniji in tujini. Po določenih krajih se poslužuje storitev lokalnega turističnega vodnika ali pa opravlja tudi njegovo delo.
- Vodnik po zaključenih objektih: vodi po muzejih, samostanih, galerijah, konjušnicah, vinskih kletah...
- Lokalni turistični vodnik: vodi obiskovalce po določenem kraju ali regiji. Vodniško licenco pridobi na podlagi tečaja, ki ga praviloma organizira lokalna turistična organizacija ali več takšnih organizacij.
- Vodja poti ali potovanja: je najbolj izkušen turistični vodnik, ki je odgovoren za izvedbo daljših, tudi medcelinskih potovanj.
- Vodnik animator: takšni vodniki se največkrat nahajajo v sklopu hotelov in skrbijo za animacijo hotelskih gostov, njihovo zabavo in sprostitev.
- Turistični spremljevalec: ima licenco GZS za turističnega spremljevalca. Samostojno spremlja skupine, vendar ne sme razlagati turističnih znamenitosti. Poslužuje se storitev lokalnih vodnikov.
- Stacionarni vodnik ali predstavnik turistične agencije: v turistični sezoni v enem kraju zastopa določeno agencijo. Skrbi za goste, pomaga pri nastanitvi, rešuje probleme, prodaja fakultativne izlete...

Vir: Arhiv VelenjeforYou



Slika 4: Dijakinja Urša Pečičnik med simulacijo vodenega ogleda Velenja za mlade

Tudi turiste delimo po različnih kriterijih. Najpogostejši delitvi sta po starosti in glede na vrsto turističnega programa. Pri delitvi po starosti izpostavljava mlade (srednješolce in študente), ki so razigrani in jih zanima zabava, zato je potrebno postaviti jasna pravila. Vendar so tudi radovedni, zato zanimiv vodnik pridobi njihovo naklonjenost. Glede na vrsto

turističnega programa so razpisne skupine zelo heterogene in se večinoma med seboj ne poznajo. Vodnik ima v tem primeru tudi vlogo povezovalca. Nasprotno pa so pogosto skupine po naročilu iz disciplinskega vidika težavnejše, ker se že od prej poznajo med seboj. Priporočljivo je, da vodnik takšne goste tudi animira (Zapiski pri modulu Turistično spremljanje in vodenje).

Po odloku o lokalnem turističnem vodenju v Mestni občini Velenje iz leta 2011 organizira dejavnost lokalnega vodenja v MO Velenje TIC Velenje. Programe lokalnega vodenja pripravlja, ponuja, organizira in nadzira TIC Velenje v skladu z usmeritvami aktualne strategije razvoja turizma. Lokalna vodenja se lahko pripravljajo v okviru standardnih in posebnih programov. Naši predlagani programi za mlade bi po 10. členu odloka lahko sodili v vsako od navedenih kategorij programov (MO Velenje – TIC, 2012)

4.6 Alternativni vodeni ogledi

Kakšni morajo biti vodeni ogledi za mlade in v čem se razlikujejo od vodenih ogledov za starejše obiskovalce? Takšni ogledi morajo biti drugačni, zelo zanimivi, pokazati morajo tiste predele mesta in takšne zgodbe, ki so za mlade zanimive, kot npr. nevarne predele mesta, smešne in zanimive lokalne posebnosti, mestni utrip in življenjski slog, alternativno kulturo, rekreacijo, zapuščene industrijske ipd. objekte... Če je možno, naj ne bodo samo peš, ampak tudi s kolesi in z javnimi prevoznimi sredstvi. Zelo pomembno pa je, da so takšni ogledi dosti cenejši od ogledov za starejše turiste, saj mladi nimamo denarja in želimo potovati čim ceneje. Po drugi strani pa si mladi zelo želimo druženja in zabave in se radi udeležujemo aktivnosti, ki so drugačne, avanturistične in obljublajo zabavno preživljanje časa kot npr. paintball, bungee jumping in pub crawl. V zadnjem desetletju so postali v Evropi zelo popularni tako imenovani »alternativni« vodeni ogledi, ki postajajo nepogrešljivi del ponudbe mladinskega turizma in mladinskih hotelov v večjih evropskih mestih. Takšni ogledi so alternativni zlasti zato, ker predstavljajo mesto na drugačen način in pokažejo manj znane predele in zgodbe mesta. Ker so ciljna skupina takšnih ogledov mladi, jih promovirajo zlasti na spletu, družbenih omrežjih kot npr. Facebook in v mladinskih hotelih. Lokalni vodniki za takšne ogledе so mladi domačini, večinoma študentje. To je nujno, tudi za naš predlagani program, saj lahko mladinsko tematiko mladim iz drugih mest in držav prepričljivo in iz prve roke predstavijo le mladi.

Navajamo nekaj primerov alternativnih vodenih ogledov, ki smo jih zasledili na spletu in se nam zdijo zelo primerni za mlade. V Berlinu lahko obiskovalci udeležijo izleta poleg uličnih slikarjev. Lahko tudi ustvarijo svoj lasten grafit na berlinskih ulicah, ki so namenjene prav tem delom. Študentje ponujajo turistom možnost, da se ne bi počutili kot »turisti« in bi mesto doživeli kot ga vidijo prebivalci. Obiskovalci se pomešajo skupaj z dijaki in študenti, in vidijo Berlin skozi oči mladih. Tako odkrivajo številne zanimive predele mesta, ki bi jim kot turistom ostala skrita. Drugačni vodeni ogledi mest, namenjeni mladim, se pojavljajo v večjih evropskih mestih. Nekaj primerov spletnih strani:

- <http://www.youtube.com/watch?v=zzk4r1eW064>
- http://www.youtube.com/watch?v=_5tBu96k4us
- <http://www.youtube.com/watch?v=lx9MNLR847I>
- http://www.youtube.com/watch?v=P_-ZBOAP0zM
- <http://www.youtube.com/watch?v=8qhIMKNABfk>

Tudi na nekaterih drugih delih sveta ponujajo alternativne vodene ogledе, nekateri so domnevno nevarni in niso namenjeni le mladim turistom. Npr. Mehika, ki ne slovi kot ravno varna dežela, odvrne številne turiste. A tudi tam obstajajo vodeni alternativni ogledi, ki so primerni predvsem za tiste, ki imajo radi nevarnost (<http://www.reuters.com/article/idUSTRE67O4GY20100825>). Alternativni vodeni ogledov zaenkrat v Sloveniji nismo zasledili, smo pa našli članek, ki se šali na račun števila krožišč v Sloveniji. V članku so želeli bralce obvestiti o alternativnem vodenem ogledu krožnih križišč. Seveda (ali pa žal) je bila to samo prvoaprilska šala. Članek je dostopen na strani <http://www.dnevnik.si/novice/neverjetno/1042349430>. Zamisel je zelo primerna za Velenje, saj bi bil ogled voznikov, ki se nikakor ne znajdejo na velikem in nevarnem krožišču pod velenjsko skakalnic, o zagotovo lahko del ponudbe tovrstnih ogledov. Bolj kot alternativo želimo ponuditi dopolnilo že obstoječim ogledom Velenja. Res pa je, da je naš predlog vodenih ogledov podoben predstavljenim alternativnim vodenim ogledom. To pa zlasti zato, da bi predstavili Velenje skozi oči mladih in za mlade in tudi zato, da bi spodbudili udeležbo tistih mladih turistov in popotnikov, ki se »klasičnih« ogledov praviloma ne udeležujejo.

4.7 Pregled ponudbe vodenih turističnih ogledov Velenja

Zanimalo nas je, ali že obstajajo specializirani vodeni ogledi Velenja za mlade. Na **spletni strani** MO Velenje – TIC <http://www.velenje-tourism.si/izleti> smo pregledali ponudbo programov vodenih ogledov Velenja, ki jih izvajajo lokalni turistični vodniki. Navedenih je 5 programov:

Ogled Velenja in okolice

Program zajema ogled Muzeja premogovništva, muzejskih zbirk Muzeja Velenje, ki se nahaja v gradu. V središču mesta ponujajo ogled knjižnice Velenje, mestne občine, doma kulture, ljudske univerze, Titovega trga z največjim kipom Tita v Evropi, cerkve sv. Andreja v Šaleku in Kavčnikove domačije z vmesnim postankom s kosilom v gostišču Pri Vidi. Cena za skupino od 13 do 50 oseb znaša 16, 50 € /osebo.

Mesto med dvema gradovoma

Program zajema ogled gradu Šalek, cerkve sv. Andreja, mestnega središča, gradu in kosilo v Vili Herberstein. Cena za skupino od 13 do 50 oseb znaša 7,00 € /osebo.

Velenje vabi

Program zajema ogled Muzeja premogovništva Velenje, Velenjskega gradu, Vile Herberstein, cerkve sv. Andreja v Šaleku in središča mesta. Cena ni navedena.

Doživetje podeželja in mestnega utripa

Program zajema ogled središča mesta, ogled območja jezer, Muzeja premogovništva Slovenije, vaško perišče v Vinski Gori, cerkev sv. Janeza Krstnika, Krstnikov dom in kosilo na kmetiji Tuševo z doplačilom. Cena za skupino od 13 do 50 oseb znaša 14, 00 € /osebo.

Po stopinjah rudarstva

Program zajema ogled središča mesta, Muzeja premogovništva Slovenije in kosilo v restavraciji Jezero z doplačilom. Cena za skupino od 13 do 50 oseb znaša 12, 00 € /osebo

Nobeden izmed navedenih programov ni posebej osredotočen na ciljno skupino mladih. So pa določene atrakcije, ki so vključene v navedene programe, zanimive tudi za mlade.

Nova **brošura Velenje – skozi zanimiva doživetja do nepozabnih spominov**, ki jo je izdala MO Velenje – TIC, pa ponuja kar 16 enodnevni izletov po Velenju in okolici, izmed katerih jih je 9 namenjenih odraslim, 7 pa otrokom. Doživetja za **odrasle** so poimenovana:

- Po poti rudarstva
- Čar sodobnega mesta
- Odkrivanje zgodb podeželja
- Bogastvo preteklosti
- Pohod po Pozojevi grajski poti
- Velenje nekoč in danes
- Odkrivanje zanimivih kotičkov mesta in narave
- Po sledih NOB
- Od usnja do meda.

Doživetja za **otroke** pa so:

- Pozojeva mini avantura
- S škratom Biserom na pot
- Druženje z Usnjarčkom Juretom
- Podzemna pustolovščina
- Raziskovanje ekologije v Velenju
- Velenje skozi čas
- Aktivno potepanje po Velenju.

Opis vsebine programov za odrasle in otroke pokaže, da bi lahko bile našim ciljnim skupinam, torej mladim, namenjena naslednja doživetja za otroke: Podzemna pustolovščina z ogledom zelo atraktivnega Muzeja premogovništva Slovenije, izobraževalni program Raziskovanje ekologije v Velenju in Aktivno potepanje po Velenju, ki se zaključi z »miganjem v športnem centru Galactica«. Predlagamo, da na TIC-u Velenje navedene 3 programe ustrezno priredijo tako, da bodo privlačni tudi za mladostnike, ki imamo radi pustolovščine, »miganje«, moramo pa biti tudi izobraženi.

V Vinski Gora deluje od leta 2010 prvi Mladinski turistično-informacijski center (MTIC) v Sloveniji, kjer učenci nižje stopnje tamkajšnje osnovne šole organizirajo in vodijo svoje vrstnike, organizirane skupine in družine po treh turističnih poteh po Vinski Gori in okolici (<http://www.velenje-tourism.si/3517>). Ciljna skupina so zlasti učenci osnovne šole in dijaki ali študentje, zato teh vodenj ne moremo šteti med mladinski turizem, ampak prej pod otroški turizem.

4.8 Predlogi tematskih vodenih ogledov Velenja za mlade

Velenje, vzorčni primer sodobnega modernističnega mesta, je znano kot mesto alternativne glasbene scene, mesto rap in hip hop glasbenikov in rock band-ov, mesto športa in tudi mesto mladih. Kot takšno ponuja priložnost razvoja tematskih vodenih ogledov za mlade. Kateri **starostni skupini** mladih so namenjeni naši predlagani ogledi? Ker se starostna meja mladosti spreminja, je težko potegniti mejo. Naši ogledi bi bili najbolj primerni za študente in dijake, učence zaključnih razredov in za vse mlade po srcu, zato predlagamo starostno mejo 14 +. Menim, da stroge omejitve navzgor ne sme biti, najbolj pa se bi usmerili na skupino 14 – 35.

Prvi primer vodenih ogledov Velenja za mlade smo na Šoli za storitvene dejavnosti ŠCV uspešno preizkusili spomladi leta 2010. Andrej Ciglar, takratni dijak zaključnega letnika programa Turistični tehnik, je pod mentorstvom g. Marka Gamsa pripravil koncept in tudi izvedel drugačno, t.j. alternativno predstavitev Velenja z izborom lokacij, ki so še posebej zanimive za mlade. Ogled je bil dopolnilo klasičnemu vodenemu ogledu Velenja za skupino učencev 9. razreda OŠ Gustava Šiliha, ki sta ga izvedla dijaka Anže Sever in Nela Halilović. Vsebinska predstavitev Velenja Andreja Ciglarja je bila naslednja:

LOKALNO ALTERNATIVNO VODENJE PO VELENJU

Pripravil: **Andrej Ciglar**

PARK PRED GIMNAZIJO: V parku pri gimnaziji preživljajo svoj prosti čas med odmori osnovnošolci, dijaki in tudi študentje, ki pridejo spočiti svoje možgančke. V parku pa se odvijajo tudi prireditve. Že od leta 2000 se tam odvija festival »Park dogaja« ki je trajal en dan po zaključku šole oz. na začetku glavnih počitnic. Festival je imel manjši presledek in nato se je leta 2002 spet ponovil. Ker je bilo zanimanje premajhno, so nanj pozabili kar do leta 2008, takrat pa so ga tudi preimenovali v »Park spet dogaja«. Ker jim je večdnevna organizacija uspela, so se odločili, da bodo prireditve ponavljali vsako leto in to jim še vedno uspeva.

VELENJSKI GRAD: V prostorih Velenjskega gradu se v atriju odvijajo solistični, godbeni in podobi koncerti. Lahko tudi najamete prostore za kakšna praznovanja ali proslavljanja obletnice, lahko pa si ogledate zanimive zbirke. V okolici gradu pa se že kar 20 let v spomin na dan mladosti 25. maj odvijajo »Dnevi mladih in kulture«. Sprva je prireditev trajala en dan in se je imenovala »Dan mladih in kulture« sedaj pa so ga preimenovali v »Dneve mladih in kulture«, ker festival traja kar 3 tedne. Na »DMK« se odvijajo raznorazni koncerti komercialne glasbe, rock-a, vse do elektronike. Odvijajo se tudi prireditve, tekmovanja, predstave, inprovizacije in podobno. Na istem prostoru se vsako leto že od leta 1996 odvija tudi festival »Kunigunda«, ki je dobila ime po čarovnici iz velenjskega gradu. Festival se prične ob začetku šolskega leta z namenom druženja mladih na ulicah Velenja. Seveda pa ne moremo pozabiti skakalnice, kjer že vrsto let potekajo skoki za rudarsko svetilko. Tudi tukaj ne primanjkuje zabave, ki jo na koncu popestrijo s čudovitim ognjemtom.

RDEČA DVORANA: Tudi v okolici Rdeče dvorane se dogajajo prireditve. Na parkirišču pred dvorano je postavljen Skate-park, kjer se je odvijalo že kar nekaj tekmovanj. V objektu Rdeče dvorane se nahaja Mladinski Center, kjer se čez teden mladi lahko družijo, nudijo jim rekreacijske aktivnosti (namizni tenis, ročni nogomet..) in družabne igre, potekajo pa tudi krožki. Med vikendi pa tam odvijajo klubski večeri, koncerti in razne predstave. Tukaj se odvijata tudi prej omenjena festivala »DMK« in »Kunigunda«. V Rdeči dvorani poteka tudi tradicionalni božično-novoletni Rock žur, ki privabi obiskovalce iz vse Slovenije.

BAZEN: V obnovljenem objektu bazena je manjši športno-rekreativni center s fitnes prostori, savnami, dva bazena in Ritmo bar. V okolici bazena se je nahajal zunanji bazen, ki je bil dobro obiskan, a je zaradi ugrezanja bližnjega hriba počila spodnja plošča bazena in voda je začela pronicati. To pa so izkoristili velenjski skejterji. Prostor so uporabili za skate-park, ki so ga zgradili z lastnimi rokami. A ker prostor ni bil varovan, se je počasi zanemaril in s časom tudi propadel. Sedaj že vrsto let ni na tem prostoru ničesar. Vse do sedaj je bilo zapuščeno, pred kratkim pa so nam predstavili projekt športnega kompleksa z alternativnimi športi. Uredila se bodo tla, utrdili zidove, da se hrib ne bo več ugrezal in zgradili naj bi največji skate-park v Sloveniji. Zraven naj bi postavili še plezalno steno in progo za gorske kolesarje.

TRIM STEZA: Je nekaj kilometrov dolga pot, ki poteka po gozdu nad Vilo Herberstein. Steza ima postojanke z različnimi športnimi orodji. Služi za pobeg iz vsakdanjega mestnega življenja, kjer se naužijemo lepega naravnega okolja.

CENTER NOVA: V konferenčni sobi se odvijajo različni dogodki, tudi abonmajski koncerti. Zanimivost: fontano pred centrom Nova je obložil s ploščicami naš velenjski glasbenik 6 Pack Čukur.

Po tem prvem primeru drugačnih vodenj za mlade iz leta 2010 je naslednje leto svoj koncept drugačnih ogledov Velenja pripravila in izvedla dijakinja programa Turistični tehnik Urša Pečečnik. Vodenje je izvedla najprej za dijakinji iz Švedske, ki sta gostovali na ŠCV v okviru mednarodne izmenjave dijakov. Odziv dijakinj na ogled je bil spodbuden.

Vir: Arhiv VelenjeforYou



Slika 5: Urša Pečečnik, Kristina Rotovnik in Anja Platovšek med predstavitvijo Velenja

Ogled Velenja je Urša Pečečnik obogatila z zgodbo o (ne)slavnem požigalcu. Dijaki programa Turistični tehnik Anže Sevčnikar v vlogi požigalca na kolesu ter Dejan Ikoč in Žan Valenčak v vlogah lokalnih junakov, ki sta požigalca prijela, so trenutke zajetja požigalca uprizorili na Titovem trgu in tako vodenju dodali še turistično animacijo. Predstavitve je lepo uspela, zato se je porodila ideja o produktu z atraktivnim imenom Požigalec Tour. Vodenje z animacijo na temo požigalca so dijaki izvedli spomladi 2011 za dve skupini dijakov naše šole.

Vir: Arhiv VelenjeforYou



Slika 6: Scena s požigalcem med simulacijo vodenega ogleda Velenja za mlade

Ker smo že leta 2011 razmišljali o uresničitvi zamisli, smo vprašanje o drugačnih vodenih ogledih Velenja zastavili tudi na diskusije na portalu Velenje.com. Odgovori so dostopni na povezavi <http://www.velenje.com/DISKUSIJEsporocila.php?stev=762434>.

Decembra 2012 smo na šoli v sklopu projektne dni izvedli delavnico na temo alternativnih vodenih ogledov, na kateri smo iskali dodatne ideje o predlaganih ogledih. Nekaj utrinkov iz delavnice je dostopnih na naslednji povezavi:
http://storitvena.scv.si/index.php?option=com_content&view=article&id=1944%3Adelavnica-alternativni-vodeni-ogledi&catid=1&Itemid=71&lang=sl.

V raziskovalni nalogi iščemo odgovore na določena vprašanja. Odgovore ssmo preko elektronske pošte poiskali tudi pri strokovnjakih in poznavalcih. Vseh vprašanj nismo zastavili istim strokovnjakom, ampak smo vprašanja izbirali glede na poklicno področje delovanja posameznega vprašanega. Odgovore objavljamo v celoti.

Mladi raziskovalci:

Ali menite, da bi bili tematski vodeni ogledi Velenja za mlade smiselno dopolnilo obstoječi ponudbi mladinskega turizma?

Gospa Urška Gaberšek, MO Velenje – TIC:

Tematski vodeni ogledi Velenja za mlade bi vsekakor smiselno zapolnili obstoječo ponudbo mladinskega turizma. Po navadi mladi povprašujejo po turistični ponudbi, ki je drugačna in atraktivna, zato bi ti ogledi morali biti skrbno pripravljani in predvsem zelo inovativni.

Mladi raziskovalci:

Ali menite, da bi se organizirane skupine mladih obiskovalcev Velenje odločile za zanimive tematske vodene ogleda Velenja, ki bi vključevala zanimive in prikrite predele Velenja ter točke, ki so za mlade bolj zanimive kot klasične turistične znamenitosti?

Gospa Urška Gaberšek, MO Velenje – TIC:

V prvi vrsti bi bilo potrebno razmisliti o oblikah mladinskega turizma in potencialne mlade obiskovalce razdeliti v vsaj dve skupini:

1. Osnovnošolci/Srednješolci – 14-18let (izobraževalna tematika) in
2. Študenti/mladi – 18-30+ let (zabava)
3. ...

Pri tem je potrebno upoštevati, da se je pretekla starostna struktura mladinskega turizma, 18-24. let, premaknila na 15-30+ let.

Za kompatibilen odgovor bi se morale najprej opraviti raziskave trga organiziranih skupin potencialnih mladih obiskovalcev Velenja. Verjamem, da če bi tematski vodeni ogledi Velenje dejansko zadovoljili potrebe mladih, bi omenjena ciljna skupina verjetno bila pripravljena koristiti in plačati za to storitev.

Gospod Peter Groznik, EPK 2012:

Seveda. Če bi bile stvari primerno pripravljene in predstavljene.

Gospod Matjaž Šalej, Festival Velenje:

Menim, da se mladi dandanes odločajo predvsem za individualne turistične ogledne znamenitosti. Radi potujejo sami ali s sovrstniki, kar zelo radi počno. Nasprotno pa so izkušnje s šolskimi izleti in ekskurzijami ravno obratne, saj se na njih raje družijo in jih turistični ogled manj zanimajo, so pasivni obiskovalci.

Gospod Bojan Pavšek, oblikovalec vizualnih komunikacij in avtorja projekta Promenada – Urbana revitalizacija:

Zagotovo ima vsako mesto, kar se tiče mladinskega turizma, ogromen potencial in Velenje pri tem ni nobena izjema. Predvsem pri iskri in razposajenem mladostniškem duhu so možnosti interpretacij mestnih turističnih znamenitosti (znanih ali nezanih, vidnih ali skritih) toliko večje. Mladi namreč skozi svojo neobremenjeno perspektivo mnogokrat vidijo in opazijo stvari, ki so preostalim generacijam nevidne ali nerazumljive. Takšno turistično ponudbo, ki bo vključevala mlade raziskovalce, je potrebno še posebej razvijati in vzdrževati. Seveda pa se je potrebno lotiti predstavitve celotne ponudbe na premišljen način in skozi promocijski jezik, ki bo razumljiv ciljni skupini oz. v vašem primeru mladi generaciji. Zato je nujnost pri oblikovanju projektnih skupin, ki bodo snovale in ustvarjale programe turizma za mlade, vključiti tudi predstavnike mlade generacije. In kdaj postane določen element, stvar ali prostor zanimiv? Takrat, ko v se nas prebudijo raziskovalne emocije, ki poskrbijo, da se del vsakodnevne rutine spremeni v doživljajski odklon.

Odgovori potrjujejo, da je naša zamisel ustrezna. Odgovor g. Šaleja pa opozarja, da morajo biti takšni ogledi še posebej atraktivni, saj se mladi popotniki in turisti odločajo za vodene ogledne le, če so ti nekaj posebnega in ponujajo drugačno in zabavno doživetje.

Mladi raziskovalci:

Ali bi podprli vodene ogledne za mlade? Na kakšen način?

Gospa Urška Gaberšek, MO Velenje – TIC:

Najprej bi se v TIC Velenje želeli podrobneje seznaniti z novo storitvijo – vodenimi ogledi Velenja za mlade. Če bi v njih prepoznali potencial za komercialni razvoj storitve in trajnostni razvoj turizma v Velenju, bi vaš projekt vsekakor strokovno podprli.

Mladi raziskovalci:

Ali bi vključili predlagane vodene ogledе, če bi bili tržno zanimivi, v ponudbo vodenih ogledov, ki jih ponuja TIC Velenje?

Gospa Urška Gaberšek, MO Velenje – TIC:

Da, če bi bili tržno in komercialno zanimivi, skladni s strategijo in smernicami razvoja turizma v Velenju in SAŠA regiji.

Odgovor gospe Gaberšek je spodbuden, ker je naš predlog podpira glavne usmeritve iz aktualne strategije razvoja turizma v Velenju, ki podpira razvoj mladinskega turizma in delovna mesta na področju vodenja in animacije. To potrjuje tudi zapis na povezavi <http://www.velenje.si/667?newsId=2336>.

Največji izziv izdelave naloge je bila določitev vsebine tematskih vodenih ogledov. Ideje smo zbirali tudi s pomočjo odgovorov strokovnjakov.

Mladi raziskovalci:

V Velenju obstaja precej zanimivih lokacij, znamenitosti in zgodb, ki jih nameravamo vključiti v program vodenega ogleda. Ustvarjamo nabor zanimivih točk (zanimivi predeli mesta, urbane legende, grafiti, glasbena scena...). Ali imate predloge glede posebnosti, znamenitosti, zgodb,.. ki bi jih bilo smiselno prikazati mladim obiskovalcem?

Gospa Urška Gaberšek, MO Velenje – TIC:

V TIC Velenje smo že razmišljali o uvedbi alternativnih vodenj za mlade, o vodniku za mlade in drugih produktih, ki bi našo turistično ponudbo mladim kar se da približali. Spodaj podajam zgodbo za zbujanje pozornosti kot predlog za oblikovanje tematskega vodenja:

Legenda pravi, da je bila včasih spletična Kunigunda. Ker se je vanjo zaljubil sam grof, so jo obtožili čarovništva in jo vrgli v vodnjak. Njeno čarobno ime se danes pojavi na kamnu ob grajskem kaminu le v mesecu avgustu, ko zaživi Festival mladih kultur Kunigunda. Čarovnica daje mladim navdih za ustvarjanje festivalskih dogodkov. S svojim festivalom razgiba nova in stara prizorišča pod milim nebom, njeno ustvarjalno energijo in kreativne ideje mladih pa začutite v vseh porah.

Gospod Peter Groznik, EPK 2012:

- Zgodovina popularne glasbe Velenja,
- Zgodovina nastanka jezer in ekološke sanacije Šaleške doline,
- Nastanek in razvoj mesta (arhitektura, sociala, gospodarstvo...),
- Tehnična dediščina Premogovnika, Gorenja in ostalih gospodarskih družb,
- Znanje in raziskovanje (ŠCV, MIC, ERICo, VŠVO...),
- Celotna kulturna mreža Velenja (Mladinski center, Festival Velenje, Muzej Velenje, Galerija Velenje, Muzej premogovništva, društva, posamezni ustvarjalci...) itd.

Gospod Matjaž Šalej, Festival Velenje:

- Velenje ima predvsem velik potencial kot urbano mesto – vrtno mesto (Garden City), ki je premalo turistično izkoriščeno. V tem smislu je še posebno bogata urbana

arhitektura, saj je mesto prava zakladnica modernističnih stavb iz sredine prejšnjega stoletja, ki so vsaka zgodba zase (Kristlov blok, Dom kulture, steklena direkcija, občinska stavba, Delavski klub in Ljudska univerza, OŠ MPT...)

- Urbana glasbena zgodba Velenja: glasbena scena od rudarske godbe, preko Šank Rocka, Res Nulliusov, raperskih zgodb (6-pack Čukur...), do Jureta Pukla, Roberta Jukiča in Max klub jazz festivala...
- Zgodbe treh ugrezninskih jezer: montanogena jezera - možnosti kopanja, rekreacije, zimskega drsanja...
- Titov spomenik, največji (še stoječi?) spomenik kateremu od vzhodnoevropskih komunističnih voditeljev...

Gospod Bojan Pavšek, oblikovalec vizualnih komunikacij in avtorja projekta Promenada – Urbana revitalizacija:

Če bi hoteli resnično analizirati in »prefiltrirati« najboljši nore, nenavadne in unikatne programske ideje, bi bila za to najbolj primerna kreativna delavnica, katere udeleženci bi bili predstavniki mlade generacije in institucij, ki se v občini ukvarjajo s turizmom. Kljub temu pa je spodaj navedenih nekaj idej »na prvo žogo«:

- Industrijska dediščina - zapuščena in še delujoča
- Mesto v parku - odkrivanje pestrosti naravnega habitata v mestu
- Po poti reke Pake - mostovi Velenja
- Arhitektura, »da te kap« - ogled najbolj kičastih stanovanjskih hiš (arhitektura, barve fasad...).

Na podlagi navedenih odgovorov, preteklih izkušenj (predlog programov Andreja Ciglarja in Urše Pečečnik in šolske delavnice na temo alternativnih vodenih ogledov) menimo, da je v programe inovativnih vodenih ogledov za mlade smiselno vključiti naslednje vsebine:

- Najbolj izstopajoča arhitektura (zlasti »indijanski« blok, Gaudeamus in MIC),
- Industrijska dediščina (zlasti stara elektrarna in klasirnica premoga)
- javni spomeniki, ki so posebej zanimivi za mlade (zlasti Nabiralka zvezd in Ob knjigi),
- lokacije mladinske in alternativne kulture (zlasti eMČe Plac, Pekarna, Park pri Gimnaziji),
- urbane legende (zlasti požigalec),
- območje jezer (zlasti letni kino in vodno mesto Elvuisa Halilovića, ki je obiskoval našo šolo)
- izginuli objekti (zlasti stari bazen in tržnica)
- druge zanimivosti in posebnosti (zlasti Urban, skate park, grafiti, alternativna glasbena scena).

Med **zapuščenimi objekti industrijske dediščine** izpostavljamo staro elektrarno in klasirnico premoga. Nekdanja klasirnica premoga je bila zgrajena leta 1986. Od konca leta 2004 sama stavba klasirnice ne opravlja več svoje funkcije. Če ne bo revitalizirana, bo porušena, kar bi bila velika škoda, saj bi Šaleška dolina izgubila še enega izmed objektov industrijske kulturne dediščine. Stara elektrarna je bila zgrajena med leti 1919 in 1927. Leta 1970 so v objektu prenehali s pridobivanjem električne energije in od takrat objekt stoji neizkoriščen in je prepuščen propadanju, čeprav je arhitekturni biser med tovrstnimi objekti v Sloveniji.

Za urbane legende smo se odločili tudi na podlagi članka (Naš čas, 2012), v katerem je etnolog in folklorist Ambrož Kvartič pod naslovom Velenjske urbane legende objavil

zgodbice in legende iz Velenja, ki so se do sedaj ohranjale preko ustnega izročila. S tem je še dodatno podkrepil našo domnevo, da je Velenje zelo zanimivo za alternativne ogledе. Besedilo navajamo tako, kot ga je navedeno v gradivu:

Duhovi v Hudi luknji

»Pač js je nikol nism vidu, čeprav sem se v tistem času v šolo vozu. Zgleda, da sem mel js tako smolo, da je vedno prej zginala, ko bi jo pa js vidu. Vsi so rekli, da Črna baba v Hudi luknji avtobuse štopa pa gor pride, pol pa kr zginе. Tk se je čulo pol, ko so sprevodniki napovedovali, da je pršla pa kr zginla pa da je blo vse tk čudno.«

Kontaminacija hrane in tujci

»Ja pač, ko prideš na sladoled, ne smeš nikol pojest cel sladoled, morš pustit tist konc korneta, ker s tistim si pa sladoledarji ušesa umivajo.«

Mesarji

»Je mesar iz bližnjega kraja vozu ženska trupla, in sicer zgodilo se je tk, da je na poti v Vojnik na enmu rukerju so se odprla vrata tovornjaka in iz tistega tovornjaka je padla žanska noga. In pol so ljudje začeli govorit, da daje žensko meso v hrenovke.«

Tujci

»Ko je en naroču kebab, pa mu je on reku : »A boš za tuki al za po peš?« To je isto ko ono pri kebabu, ko je en pršu pa reku, da bi rad kebab brez čebule, pa mu je on reku, kao : »Ej, nimam čebule, a lahko brez česa drugega?«

Gor v Teksasu, v Rudnik pubu so se naenkrat meda stepli jugovci. Pol je pa pršla policija pa so delali zapisnik, pol pa je kao policaj enga vprašu: »Kk ti je ime, pa kaj si po poklicu?« Pa je pol un reko kao: »Pa nisam ja poklicu!«

Ko je enkrat, tam pr Livadi so na igrišču neki fuzbal špilali, neki ga je foter poklicu domu, pol pa se je kao poslovil : »sori, morem iti domu učit knjige!«

Požigalec

A : »Mel je v torbi bencin pa take fore, tk da ...«

Novinarka : »Pa ste ga poznali?«

A : »Ne, ne, ne, ja ga nism prej poznal ..«

B : »Vzeli smo mu prvo kolo pa je on reku da bo policijo klicu, pa se je začel neki ... tam bil je živčen, pa je reku : »Ja, ka ti bo pa torba, če si kupu kolo, pa ka maš u torbi,« pa ni hotu pokazat torbe pa sm pogledu, pa je blo not neki trdega. Pa sm reku : » Dj pokaž, ka maš u torbi,« pa je reku7 : »Ne!« pa se je tam upiru, pol ga je pa on primu za eno roko pa js za eno roko pa sm pogledu u torb0 pa je mel bencin. Pol mu je pa on reku : »Ti si ziher požigalec!« pa se je zašvicu ful.

Zgodba o požigalcu izstopa, saj je prerasla lokalne okvire. Ravno zato, ker zgodbo zaradi objave na portalu YouTube pozna vsa Slovenija, je zelo primerna za tematski vodeni ogled. Da ima zgodba o požigalcu velik potencial, je dokazal tudi Velenjčan Jani Pravdič, ki je požigalčevo slavo unovčil na podjetniški način. Odprl je spletno trgovino www.pozigalec.si in preko nje prodal veliko število potiskanih majic, vžigalnikov in ostalih praktičnih stvari. To je potrdilo, da je požigalec prepoznaven in tudi komercialno zanimiv po vsej Sloveniji, kar je še ena potrditev, da je nenavadno zgodbo požigalca nujno izkoristiti tudi v turistične namene in kot najprimernejši način se kaže vključitev v vodene ogledе Velenja za mlade.

Predlagani ogledi bi potekali peš, za bolj oddaljene lokacije in ob slabem vremenu pa s pomočjo brezplačnega javnega prevoza Lokalc. Zelo zanimivi bi bili dnevni in tudi posebni

nočni ogledi na kolesu. Za mnenje o uporabi kolesa za vodenje smo povprašali gospo Gaberšek.

Mladi raziskovalci:

Oblikujemo 2 tematski vodnji: eno peš in drugo s kolesi (zimsko varianta pa z Lokalcem namesto kolesa). Ali menite, da je smiselno, da bi v sistem vodenj vključil sistem Bicy? Zakaj?

Gospa Urška Gaberšek, MO Velenje – TIC:

Vključitev sistema BICY v vodenja za organizirane skupine mladih za enkrat odsvetujemo. Brezplačen avtomatiziran sistem za izposajo koles vključuje 25 koles na petih izposojevalnih postajah v Velenju. Število koles je torej omejeno in ne moremo predvideti, da bodo na točno določen dan dejansko na voljo v želenem številu. Poleg tega se lokacija koles dnevno spreminja. Predlagam, da v organizirana vodenja s kolesi vključite storitev RENT-A-BIKE, ki jo ponujamo v TIC Velenje in v nekaterih drugih organizacijah v Velenje.

Problem vodenih ogledov s kolesi bodo morali rešiti na TIC-u ali tisti mladi, ki se bodo (v primeru, da se bodo) odločili za uresničitev predlagane zamisli.

Oblikovali smo 2 tematska vodena ogleda, ki sta za mlade zanimivi kombinaciji turističnega vodenja in animiranja gostov. Turistični produkt **POŽIGALEC TOUR** temelji zlasti na zapuščini in prepoznavnosti legendarnega velenjskega požigalca, ki je zaradi posnetka na You Tube z rekordnim številom ogledov, odlično poznan med mladimi iz cele Slovenije. Namen programa Požigalec Tour je tudi ohranjanje ene izmed najbolj znanih velenjskih urbanih legend, s tem pa sodobne nesnovne dediščine. Program **HEAVY TOUR** temelji na industrijski dediščini, tako tisti, ki ne služi več prvotnemu namenu, kot še vedno delujoči. Udeleženci navedenih programov ne bodo sledili le ostankom pepela tarč velenjskega požigalca in spoznali le industrijske dediščine Velenja, ampak bodo začutili utrip mesta kot ga doživljamo mladi domačini. Pokukali bomo v skrite in skrivnostne predele, se naučili kakšno kitico lokalnega glasbenega rap ali hip hop komada, poskusili lokalno specialiteto in čutili multikulturalnost »mesta priložnosti«. V nadaljevanju navajamo tematska programa.

POŽIGALEC TOUR

Ne še ena ekskurzija, temveč privlačen potep pod vodstvom mladih vodnikov in animatorjev po manj znanih, zato pa toliko bolj zanimivih predelih Velenja peš, z Lokalcem in/ali kolesi.

Bi radi sledili podvigom slavnega požigalca? In ga na koncu morda tudi ujeli? Spoznali najbolj alternativni kino na prostem? Poskusili skočiti na stari prezračevalni jašek, na katerem sta pela protagonist filma Hit poletja? Poskusili brezplačno storitev Lokalca »hop-on, hop-off«?

Dobili se bomo pred Mladinskim hotelom Velenje, kjer bomo spoznali zgodovino in posebnosti tega nedavno prenovljenega objekta. Počakali bomo na prihod brezplačnega mestnega avtobusa Lokalca in se zapeljali do letnega kina, urejenega z prostovoljnim delom, ki se nahaja ob Škalskem jezeru in v zimskem času služi kot drsališče. Sprehodili se bomo do skrivnostnega gradu Turn, nato pa si ob najglobljem jezeru v Sloveniji ogledali vrtičkarsko naselje Kunta Kinte, urejeno v stilu afriške vasice, ki je bilo med drugim tarča požigalčevih neslavnih podvigov. Po vrnitvi z Lokalcem do zgledno prenovljene Vile Bianca se bomo povzpeli do sodniškega stolpa ob smučarski skakalnici pod gradom, ki ga je požigalec poskusil upepeliti. V središču mesta si bomo ogledali fontano, ki jo je s ploščicami obložil

znani glasbenik 6 Pack Čukur. Na Titovem trgu pa bomo s pomočjo animatorjev podoživeli usodni konec požigalčevih pohodov. Zagotovo boste prepoznali pogovor:

A : »Mel je v torbi bencin pa take fore, tk da ...«

Novinarka : »Pa ste ga poznali?«

A : »Ne, ne, ne, ja ga nism prej poznal ..«

B : »Vzeli smo mu prvo kolo pa je on reku da bo policijo klicu, pa se je začel neki ... tam bil je živčen, pa je reku : »Ja, ka ti bo pa torba, če si kupu kolo, pa ka maš u torbi,« pa ni hotu pokazat torbe pa sm pogledu, pa je blo not neki trdega. Pa sm reku : »Dj pokaž, ka maš u torbi,« pa je reku : »Ne!« pa se je tam upiru, pol ga je pa on primu za eno roko pa js za eno roko pa sm pogledu u torbo pa je mel bencin. Pol mu je pa on reku : »Ti si ziher požigalec!« pa se je zašvicu ful.«

To je bil le izsek iz programa, več zanimivega bomo doživeli skupaj!

HEAVY TOUR

Dobili se bomo pred Mladinskim hotelom Velenje, od koder se bomo s kolesi podali do pogreznjenega starega rudniškega stolpa na območju Družmirja. Ravno na tem stolpu je bil posnet prizor v filmu Hit poletja, v katerem nastopa Ula Furlan, hči znane TV voditeljice. Do pogreznjenja je prišlo zaradi izkopavanja ogromnih količin premoga, zato je bilo treba vasi porušiti, ljudi preseliti, polja pa so se spremenila v jezera. Pot bomo nadaljevali do stare klasirnice premoga v Pesju. S kančkom sreče si jo bomo ogledali tudi od znotraj, kar bo predstavljalo posebno doživetje. Vrnili se bomo proti središču Velenja in se ustavili pri Stari elektrarni, ki stoji poleg Muzeja premogovništva in je arhitekturni biser industrijske dediščine. Opozorili bomo na zgradbo uprave Vegrada, kjer je bila leta 2010 nastavljena ročna bomba in na neslavni propad nekoč gradbenega giganta. Čas za okrepčilo: legendarna Mladost je sicer s spremembo lokacije izgubila pristnost, a je zaradi svojega bureka še vedno obvezna postojanka v Velenju.

Poleg navedenih vodenih ogledov bi bili smiselni tudi spremljajoči proizvodi, npr. »Night Bike Tour« in »Velenje Pub Crawl«, ki naj služita kot predlog za prihodnje raziskave in podjetniške ideje za mlade.

Prva ciljna skupina mladih, na katero bi, v primeru uresničitve zamisli, ciljali, bi bili **gostje Mladinskega hotela Velenje**. Zato smo gospe Tjaši Selič in Mladinskega hotela Velenje zastavili naslednja vprašanja, ki se nanašajo le na goste hostla.

Mladi raziskovalci:

Ali menite, da bi se organizirane skupine mladih gostov Mladinskega hostla Velenje odločile za zanimive tematske vodene ogledе Velenja, namenjene mladim?

Gospa Tjaša Selič, Mladinski hotel Velenje:

Mislim, da. Tematska vodenja so primerna tako za mlajše kot tudi starejše obiskovalce našega mesta.

Mladi raziskovalci:

Ali bi takšen turistični produkt ponudili gostom Mladinskega hotela?

Gospa Tjaša Selič, Mladinski hotel Velenje:

Seveda. Z veseljem. Zdi se mi, da bi tematski ogled mesta bil super popestritev kakšnih vikend seminarjev, ki potekajo pri nas.

Mladi raziskovalci:

Ali bi podprli vodene ogleda za mlade? Na kakšen način?

Gospa Tjaša Selič, Mladinski hotel Velenje:

Bi. Vodene ogleda bi lahko ponudili vsem organizacijam in skupinam, ki bi v naših prostorih imeli celodnevne ali večdnevne aktivnosti.

Mladi raziskovalci:

Koliko gostov ste imeli v letu 2012 v Mladinskem hotelu Velenje?

Gospa Tjaša Selič, Mladinski hotel Velenje:

V lanskem letu smo sprejeli približno 1100 gostov.

Mladi raziskovalci:

Kolikšen delež (%) vseh gostov Mladinskega hotela Velenje predstavljajo organizirane skupine mladih?

Gospa Tjaša Selič, Mladinski hotel Velenje:

V organiziranih skupinah nas obišče skupaj približno 600 mladih, kar znaša 55 v % vseh gostov v preteklem letu.

Mladi raziskovalci:

Koliko skupin mladih gostite povprečno v enem letu in kako so te skupine v povprečju velike?

Gospa Tjaša Selič, Mladinski hotel Velenje:

V lanskem letu smo sprejeli cca. 23 organiziranih skupin mladih. Gre za različne vrste skupin (študentski seminarji in delavnice, plesne in športne priprave, študentske izmenjave, izobraževanja...). Število gostov v posameznih skupinah je različno, od 6 pa nekje do 50 udeležencev.

Odgovori potrjujejo, da je večina gostov Mladinskega hotela Velenje mladih in da je ponudba vodenih ogledov smiselna. Ali si gostje res želijo predlagane storitve, pa smo preverili tudi z **anketnim vprašalnikom**. Med oktobrom 2012 in februarjem 2013 je bil v dogovoru z gospo Tjašo Selič na recepcijo hostla vprašalnik za goste. Februarja 2013 smo prejeli 70 uporabnih vprašalnikov. Število ni veliko, je pa zelo težko pridobiti odgovore od gostov, ki so nastanjeni v nekem obratu. Dosti težje kot izvesti anketiranje npr. na ulici ali pa v šolskem razredu. Glede na to, da je skupno število gostov v enem letu cca. 1100, smo z 70 zbranimi vprašalniki zadovoljni in menimo, da predstavljajo reprezentativni vzorec gostov hostla. **Rezultati** anketiranja so sledeči (poleg vsake možnosti je navedeno **število odgovorov**):

1. Kakšnih aktivnosti v Velenju bi se radi udeležili? (Obkrožite lahko več odgovorov)
 - A vodenih, malce drugačnih, ogledov mesta, prirejenih za (po srcu) mlade – 23
 - B športnih aktivnosti - 33
 - C aktivnosti iz področja kulture - 17
 - D zabavnih vsebin - 40
 - E nočnega dogajanja - 23
2. Koliko denarja ste pripravljeni odšteti za udeležbo pri kateri posamezni aktivnosti?
 - A 0 (nič) - 6
 - B 1 do 5 € - 19

C 6 do 10 € - 26

D 11 do 20 € - 14

E nad 20 € - 8

3. Zanima nas vaše mnenje o vodenih ogledih mesta. (Obkrožite lahko več trditev)

A vodenih ogledov mesta se ne nameravam udeležiti v nobenem primeru - 16

B vodenega ogleda bi se udeležil v primeru, da bi bil zanimiv in prirejen za mlade - 44

C vodenega ogleda bi se udeležil v primeru, da bi bil brezplačen - 8

D za zanimiv brezplačen vodeni ogled bi plačal na prostovoljni osnovi v skladu s svojimi zmožnostmi - 9

4. Koliko noči boste bivali v Mladinskem hotelu Velenje? – vsi po 1 noč

1. Razlogi obiska Velenja:

A posel/službeni razlogi - 6

B šport/rekreacija - 9

C šola/študij/izobraževanje - 60

D počitnice/potovanje/ogled znamenitosti - 4

E drugo (prosim navedite) 1 - poroka

2. Spol:

A ženski - 30

B moški - 40

3. Starost:

A pod 16 let - 0

B 16 do 29 let - 64

C 30 do 40 let - 3

D nad 41 let - 3

8. Država vašega izvora/državljanstvo: 67 odgovorov Slovenija, 2 odgovora Hrvaška.

Rezultati ankete pokažejo, da bi se 33 % vprašanih odločila za vodene ogledе, to je približno 200 gostov, ki obišejo hostel v organiziranih skupinah. Večina bi bila za izbrano dejavnost pripravljena odšteti med 6 do 10 evrov. Čeprav sami ne predlagamo cene vodenega ogleda, ampak to prepuščamo TIC Velenje, menimo da bi bila realna cena ogleda v tem razponu. Daleč največji delež vprašanih bi se udeležil vodenega ogleda, če bi bil ta zanimiv in prirejen za mlade. Zelo skromna doba bivanja v hostlu pokaže, da je ponudba dodatnih aktivnosti nujna, da bi goste zadržali v hostlu dodatno noč. Struktura gostov pokaže, da so v veliki večini mladi med 16 in 29 let, torej ustrezajo predlaganemu produktu. Po razlogu obiska gre večinoma za šolske in druge organizirane skupine. Za pristno vzdušje v hostlu pa bi bilo zaželeno pridobiti goste različnih narodnosti. Anketni vprašalnik se nahaja v **PRILOGI št. 1**.

Poleg tematskih programov smo oblikovali tudi promocijske zgibanke in atraktivno karto Velenja za mlade popotnike in druge mlade obiskovalce. **Zgibanka** predstavlja tematska programa vodenih ogledov. **Karta Velenja za mlade**, kot je predstavljena, bi morala v Velenju zares obstajati. Gre za predlog, katerega bi bilo smiselno dopolniti s seznamom nastanitev, gostinskih objektov, proge Lokalca, točk Bicy, vseh zanimivih atrakcij... Karto je narisala dijakinja 3. letnika turistične usmeritve Tanjuša Petauer. Karta na eni strani predstavlja središče Velenja z nekaj najpomembnejšimi zgradbami, spomeniki, lokali in posebnostmi (kot je požigalec na kolesu), na drugi strani pa območje jezer z atrakcijami in aktivnostmi.



Slika 7: Središče Velenja - predlog karte Velenja za mlade (Avtorica: T. Petauer)



Slika 8: Območje jezer - predlog karte Velenja za mlade (Avtorica: T. Petauer)

Zgibanke in karta se bi nahajale v Mladinskem hotelu Velenje, velenjskem TIC-u in na izbranih lokacijah v Velenju (avtobusna, železniška postaja, gostinski obrati...). Prav tako bi bilo smiselno zgibanke in karte distribuirati v druge mladinske hotele, avtobusne in železniške postaje v drugih krajih v Sloveniji.

Promocijska zgibanka se nahaja v **PRILOGI št. 2**.

Karta Velenja za mlade se nahaja tudi v **PRILOGI št. 3**.

Posneli smo tudi 3-minutni **promocijski spot** (posnetega materiala je za preko 60 minut), ki bo prvič predstavljen na javni predstavitvi raziskovalnih nalog. Osnutek scenarija je bil sledeč:

Soba v mladinskem hotelu. Skupina popotnikov, eden pokaže zgibanko, »ful« so navdušeni. Kamera približa zgibanko s ključnimi podatki (kontakti...). Gredo preverit na »comp«, na »fejsa«. Navdušeni so. To pokažejo z gesto. Nato gredo na recepcijo, pokažejo zgibanko receptorju, ki jih usmeri pred vrata. Pred vhodom čaka vodnica Urša z animatorjema Žanom in Dejanom. Posname se fasada hostla, pride lokalci, vodniki in skupina »kao« gredo na lokalca. Sledi potep po mestu (Kardelj, bazen, tank, Titov trg in požigalec, Mc + skate park,

Park s5 dogaja + ŠCV fontana (prenosniki), Sončni park + grafiti in sprej, Stara elektrarna, MIC, Letni kino, Kunta Kinte + požigalec...). Da je bilo snemanje zabavo, je razvidno tudi iz fotografije.

Vir: Arhiv VelenjeforYou



Slika 9: Utrinek iz snemanja promocijskega spota

Izredno pomemben kanal promocije za mlade je svetovni splet, kjer bi bile na volje zgibanke in karte v elektronski obliki in osnovne informacije o turističnem produktu. Na najbolj popularnem družbenem omrežju Facebook smo odprli račun pod imenom **Velenjefor You** (<https://sl-si.facebook.com/aogledi.velenje>). Takšen naziv FB profila je zanimiv, nagovarja mlade, poleg tega pa je YOU v našem primeru skrajšana oblika angleške besede YOUTH (mladost, mladi). Za vse informacije, nasvete, pobude in seveda naročila ogledov pa smo dosegljivi na elektronskem naslovu velenjeforyou@gmail.com.

5 SKLEP

Izdelava raziskovalne naloge nam je predstavljala velik izziv, saj je tema naloge za mlade aktualna in zelo zanimiva. Z izdelavo naloge smo pridobili novo znanje in nove izkušnje na področju mladinskega turizma in vodenih ogledov. Velenje je mesto mladih, ki ponuja za mlade veliko priložnosti. Tudi Strategija razvoja turizma Velenja za obdobje 2009-2013 poudarja mladinski turizem med prednostnimi oblikami turizma v Velenju.

V nalogi podajamo predlog tematskih vodenih ogledov Velenja, ki so drugačni od obstoječih in so zelo primerni za mlade. Takšni ogledi bi bil, če bi jih dejansko izvajali novost ne le v Velenju, ampak tudi v Sloveniji. Predlagani ogledi vsebinsko pokrivajo dve tematski področji. Program Heavy Tour temelji na predstavitvi zapuščenih in tudi še vedno delujočih objektov industrijske dediščine. Požigalec Tour pa pokriva zlasti zapuščino legendarnega velenjskega požigalca, ki je zaradi posnetka na You Tube z rekordnim številom ogledov, odlično poznan med mladimi iz cele Slovenije.

Na podlagi razgovorov s strokovnjaki, rezultatov anketnega vprašalnika, lastnih opažanj in analize različnih virov smo potrdili naslednji **hipotezi**:

- Vodeni ogledi Velenja za mlade predstavljajo novost na področju mladinskega turizma v Velenju,
- lokalni turistični ponudniki bi podprli predlagane vodene ogleda,

Hipotezo, ki pravi, da bi se večina gostov Mladinskega hotela Velenje odločila za vodene ogleda, nismo potrdili, saj so rezultati analize anketnega vprašalnika pokazali, da bi se za vodene ogleda Velenja odločila tretjina (33 %) vprašanih gostov hostla. Menimo, da bi z mladim privlačno »kul« predstavitvijo produkta na spletu, Facebooku, YouTubu in zgibankami, lahko pa tudi z osebnimi predstavitvami, prepričali za udeležbo več gostov. Gostje na podlagi vprašanja v anketnem vprašalniku ne morejo vedeti, da gre za zelo privlačen produkt.

Na podlagi vseh virov, pridobljenih odgovorov ter izkušenj menimo, da bi bilo zelo smiselno nadgraditi našo nalogo z resnično izvedbo vodenih ogledov za mlade. Koristi od izvajanja produkta bi poleg udeležencev – turistov imelo Velenje in vsi partnerji, ki bi pri tem sodelovali, to pa bi bili zlasti mi mladi.

POVZETEK

Velenje kot mlado mesto ter največje po drugi svetovni zgrajeno mesto v Sloveniji ponuja številne očem obiskovalcev prikrite in neznane objekte, zgodbe in druge zanimivosti, ki jih obstoječi programi ogledov ne vključujejo. Predlagani produkti so namenjeni tako enodnevnim obiskovalcem kot turistom, za katere priporočamo nočitev v novem zgledno urejenem Mladinskem hotelu Velenje. Mladinski hotel deluje v sklopu Mladinskega centra, v katerem se skozi ves dan odvijajo mladim zanimive dejavnosti. Programe alternativnih ogledov bi izvajali mladi domačini, ki poznamo vse kotičke našega mesta, to smo zlasti študentje in dijaki turistične usmeritve. Strategija razvoja turizma Velenja za obdobje 2009-2013 in številni projekti in dogodki za mlade potrjujejo upravičenost uvedbe tematskih vodenih ogledov za mlade. To so potrdili tudi odgovori strokovnjakov na naša raziskovalna vprašanja.

Predlagan turistični produkt bi s kombinacijo vodenega ogleda in animacije smiselno dopolnil in poživil turistično ponudbo Velenja in povečal prepoznavnost našega mladega mesta. S tem pa bi tudi izkoristili možnosti (samo)zaposlitve mladih v vlogi turističnih vodnikov in animatorjev.

SUMMARY

The strategy of tourism development of Town Municipality Velenje for the period of 2009-2013 emphasises offering business, congress, culture, sport and recreation, education, culture, adventure and youth tourism products. In September 2010 a new youth hostel was opened as the key element of the youth tourism infrastructure in Velenje.

As students of tourism at the School Centre Velenje we wish to contribute ideas to the development of youth tourism products in our town. The subject of our research is alternative guided tours tailored to the young and curious visitors of Velenje, especially the guests of the new hostel. The idea is for the local students to present their city in a different way, which enables visitors to see things hidden to the mainstream tourists. Since young independent travellers usually do not want to participate in organized sightseeing tours, we have decided to offer interesting, free-of-charge tours, with possible volunteer donations. These alternative tours would complement rather than be a competition to the "classical" tours in Velenje. The main objective of the proposed tours is to enhance the experience of the hostel guests, enrich the offer in the area of youth and adventure tourism as well as to increase the recognisability of Velenje and provide new job opportunities for young people aspiring to be tourist guides and animators.

ZAHVALA

Za nasvete ter za odgovore na naša raziskovalna vprašanja se zahvaljujemo gospe Urški Gaberšek, gospodu Petru Grozniku, gospodu Matjažu Šaleju in gospodu Bojanu Pavšku. Za pomoč pri izvedbi anketiranja se zahvaljujemo gospe Tjaši Selič in osebju Mladinskega hotela Velenje. Za vse dosedanje ideje in opravljano delo velja najlepša zahvala študentki Urši Pečecnik. Dijakinji Tanjuši Petauer se zahvaljujemo za izdelavo zelo lepe karto Velenja. Za pomoč pri izvedbi snemanja promocijskega spota se zahvaljujemo gospe Janji Hren, gospe Bojani Urbanc, gospodu Zdravku Kočvarju, MO Velenje - TIC Velenje, Regionalnemu multimedijškemu centru Kunigunda in Mladinskemu hotelu Velenje in vsem dijakom in študentom, ki so pri snemanju sodelovali. Za nasvete in usmeritve pri izdelavi naloge se zahvaljujemo najinemu mentorju g. Marku Gamsu. Za omogočitev tiskanja raziskovalnih nalog in zgibank se zahvaljujemo vodstvu Šole za storitvene dejavnosti ŠC Velenje. Zahvala tudi številnim drugim, ki sta nam pomagali z nasveti.

SEZNAM PRILOG

PRILOGA 1

Anketni vprašalnik

PRILOGA 2

Promocijska zgibanka

PRILOGA 3

Karta Velenja za mlade

PRILOGA 1: Vprašalnik za goste Mladinskega hotela Velenje

Pozdravljeni! Dijakinji Šole za storitvene dejavnosti Šolskega centra Velenje Kristina Rotovnik in Maša Silovšek pripravljava v sklopu raziskovalne naloge nov turistični proizvod v Velenju – malce drugačne ogleda mesta za mlade. Anketa je anonimna. Za kakršnokoli vprašanje ali predloge nam lahko pišete na velenjeforyou@gmail.com. Z odgovori na vprašanja nam boste zelo pomagali pri raziskovalni nalogi in pripravi programa vodenih ogledov.

3. Kakšnih aktivnosti v Velenju bi se radi udeležili? (Obkrožite lahko več odgovorov)
 - A vodenih, malce drugačnih, ogledov mesta, prirejenih za (po srcu) mlade
 - B športnih aktivnosti
 - C aktivnosti iz področja kulture
 - D zabavnih vsebin
 - E nočnega dogajanja

4. Koliko denarja ste pripravljeni odšteti za udeležbo pri kateri posamezni aktivnosti?
 - A 0 (nič)
 - B 1 do 5 €
 - C 6 do 10 €
 - D 11 do 20 €
 - E nad 20 €

3. Zanima nas vaše mnenje o vodenih ogledih mesta. (Obkrožite lahko več trditev)
 - A vodenih ogledov mesta se ne nameravam udeležiti v nobenem primeru
 - B vodenega ogleda bi se udeležil v primeru, da bi bil zanimiv in prirejen za mlade
 - C vodenega ogleda bi se udeležil v primeru, da bi bil brezplačen
 - D za zanimiv brezplačen vodeni ogled bi plačal na prostovoljni osnovi v skladu s svojimi zmožnostmi

4. Koliko noči boste bivali v Mladinskem hotelu Velenje? _____

4. Razlogi obiska Velenja:
 - A posel/slужbeni razlogi
 - B šport/rekreacija
 - C šola/študij/izobraževanje
 - D počitnice/potovanje/ogled znamenitosti
 - E drugo (prosim navedite) _____

5. Spol:
 - A ženski
 - B moški

6. Starost:
 - A pod 16 let
 - B 16 do 29 let
 - C 30 do 40 let
 - D nad 41 let

8. Država vašega izvora/državljanstvo: _____

Najlepša hvala za odgovore!

PRILOGA 2: Promocijska zgibanka



Facebook: VelenjeForYou!
velenjeforyou@gmail.com



Velenje for You!

NIGHT BIKE TOUR

Vsak večer od maja do septembra ob 21.00
pred Mladinskim hotelom Velenje

WALKING TOURS

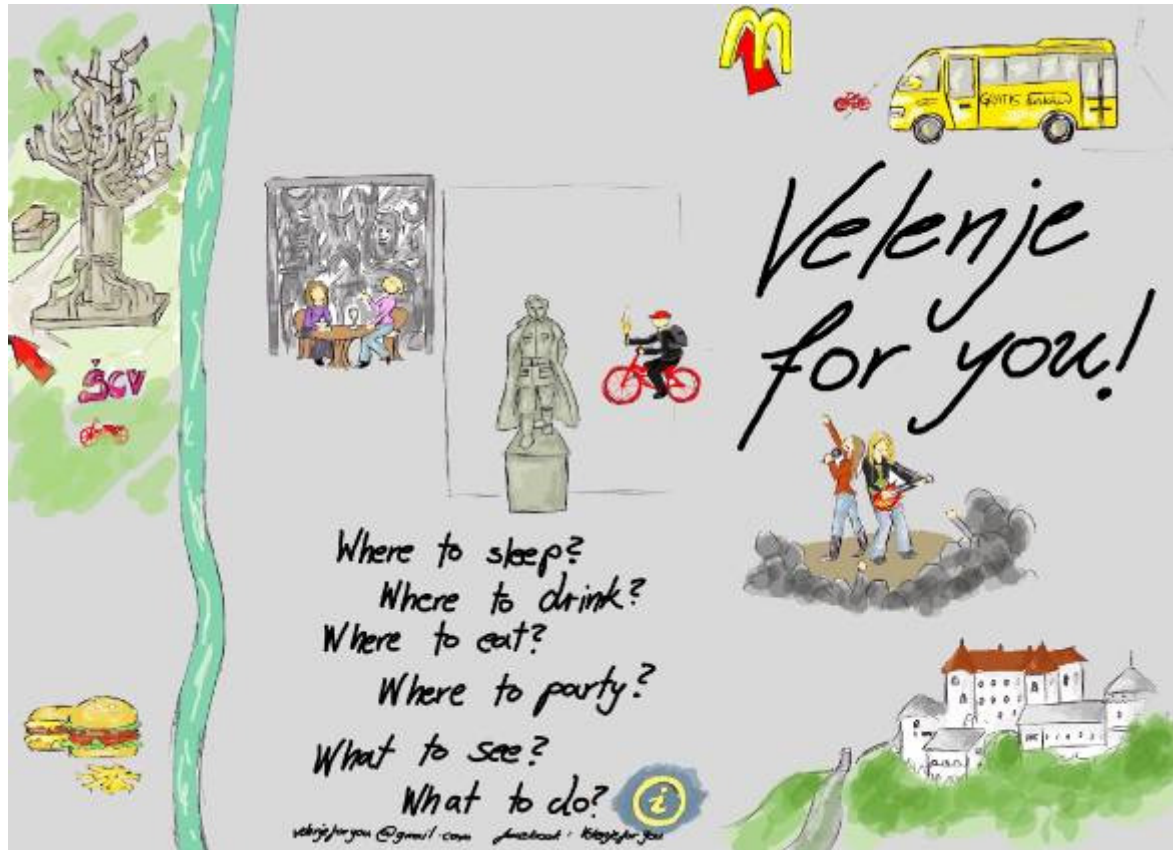
Vsak dan ob 13.00 pred Mladinskim
hotelom Velenje

VELENJE PUB CRAWL

Vsak petek in soboto ob 22.00 pred Mladinskim
hotelom Velenje



PRILOGA 3: Karta Velenja za mlade



VIRI IN LITERATURA

1. Almanah občin Velenje, Šoštanj in Šmartno ob Paki. Naš čas, d.o.o., Velenje, 2010.
2. Alternativne oblike turizma? Slovenija bo v prihodnje ponujala vodene ogledе krožnih križišč. Ljubljana, 2010. Dostopno 3.12.2012 na <http://www.dnevnik.si/novice/neverjetno/1042349430>.
3. Dnevnik.si. Dostopno 18.12.2012 na http://www.dnevnik.si/tiskane_izdaje/dnevnik/233177
4. HAREJ, M. Ljubljana, 2010. Kaj vodi mlade turiste v Slovenijo in kako zadovoljni odhajajo? Diplomsko delo. Dostopno 16.12.2012 na <http://www.mss.si/datoteke/dokumenti/Harej.pdf>
5. IVANČIČ, U., Velenje, 2003. Prvič samostojno na pot: priročnik za načrtovanje, pripravo in izvedbo potovanja v lastni režiji.
6. KLEMENČIČ, J. Kamnik, 2002. Popotniški priročnik.
7. Koncept razvoja mladinskega turizma v Republiki Sloveniji 2005 – 2006. Ljubljana, 2005. Dostopno 16.12.2012 na http://www.google.si/#hl=sl&scient=psy-ab&q=strategija+mladinski+turizem&oq=strategija+mladinski+turizem&gs_l=serp.3..963234.966547.0.966797.19.13.0.0.0.360.3128.1j3j6j3.13.0...0.0...1c.1.4.psy-ab.kw5uYm8zhhk&pbx=1&bav=on.2.or.r_gc.r_pw.r_qf.&fp=5fa002665f97df8c&biw=1024&bih=477
8. Lokalni program delovanja mladih v Mestni občini Velenje – Mladi v korak s časom 2010 – 2015. Velenje, 2010. Dostopno 23.12.2012 na
9. http://www.google.si/#hl=sl&spell=1&q=mladi+velenje+strategija&sa=X&ei=FMkoUcuYNczZsgb37oGACQ&ved=0CCUQvwUoAA&bav=on.2.or.r_gc.r_pw.r_qf.&bv m=bv.42768644,d.Yms&fp=5fa002665f97df8c&biw=1024&bih=477
10. MO Velenje, 2012. Dostopno 23.12.2012 na <http://www.velenje.si/667?newsId=2336>.
11. MO Velenje, 2012a. Dostopno 23.12.2012 na <http://www.velenje-tourism.si/izleti>
12. MO Velenje – TIC, 2012. Odlok o lokalnem turističnem vodenju v Mestni občini Velenje.
13. Naš čas. Velenje, 2012. Danes burek ni, peč ne dela spljoh. Velenjske urbane legende.
14. Dostopno 8. 1. 2013 na <http://www.ff.uni-lj.si/fakulteta/aktualno/kronika/kliping/okto%202010/4762221.pdf>),
15. Potencial mladinskega turizma, 2012. Dostopno 16.12.2012 na http://www.slovenia.info/?ps_aktivnosti_wellness=2691&lng=1.

16. RESNIK, J. Ljubljana, 1989. Kodeks obnašanja turističnega vodnika - vodje poti. Dostopno 14. 1. 2013 na <http://www.slovenija-vodniki.si/images/stories/pdf/kodeks.pdf>
17. RICHARDS, G. / WILSON, J. 2003. Youth Tourism. Dostopno 8.11.2012 na http://www.download-it.org/free_files/filePages%20from%203.%20Youth%20tourism.pdf.
18. SELIČ, T. Komunikacija preko elektronske pošte dne 4. 2. 2013.
19. STATISTIČNI URAD REPUBLIKE SLOVENIJE (SURS), 2012. Dostopno 24.12.2012 na
20. (http://www.stat.si/doc/metod_pojasnila/21-016-mp.htm#_Toc273016037).
21. STATISTIČNI URAD REPUBLIKE SLOVENIJE (SURS), 2013. Dostopno 15.1.2013 na
22. http://pxweb.stat.si/pxweb/Dialog/varval.asp?ma=2164507S&ti=&path=../Database/Ekonomsko/21_gostinstvo_turizem/02_21645_nastanitev_letno/&lang=2
23. ŠTEFE, T. 2004. Mladinski turizem kot unikatna blagovna znamka – in novi horizonti v mladinskem in študentskem turizmu. Turizem. Časopis za menedžment in trženje v turizmu.
24. VELIŠČEK, V. 2007. Umetnost, ki umira. Dostopno 2.11.2012 na (http://www.dnevnik.si/tiskane_izdaje/dnevnik/233177).
25. Zapiski pri modulu Turistično spremljanje in vodenje. Šolski center Velenje, Šola za storitvene dejavnosti.

