

**KAJ »DOGAJA«**



**MESTU CELJE**

Avtorici:

**MAŠA ROVŠNIK, 9. a**  
**ŠPELA LORGER, 9. a**

Naslov šole:

**I. OSNOVNA ŠOLA CELJE**

Mentorica:

**STANISLAVA FERJANC, prof.**

Celje, 2006

KAZALO:

2.	POVZETEK	3
3.	UVOD	4
3.1	Opredelitev problema in opis raziskovalnega dela	4
3.2	Raziskovalni cilji	4
3.3	Opredelitev hipotez	5
3.4	Uporabljene raziskovalne metode	5
4.	TURIST IN TURIZEM	6
4.1	Izvor besede turizem	6
4.2	Definicija turizma	6
4.3	Obiskovalci	7
4.4	Kdo so turisti	8
4.5	Vrste turizma	9
5.	TURISTIČNE DOBRINE	11
5.1	Primarne turistične dobrine	11
5.2	Sekundarne turistične dobrine	12
5.3	Odnosi med turističnimi dobrinami primarne in sekundarne ravni	12
6.	TURISTIČNE ZNAMENITOSTI	14
7.	POSLEDICE RAZVOJA TURIZMA	14
8.	GOSPODARSKI RAZVOJ TURIZMA	15
8.1	Učinek turizma na BDP	15
8.2	Vpliv turizma na zaposlenost in rast življenjskega standarda	15
8.3	Drugi gospodarski učinki turizma	15
9.	ORGANIZIRANOST TURIZMA NA LOKALNI RAVNI	15
10.	ZGODOVINA, KI ŠE DANES »BURI DUHOVE«, IN ORIS AKTUALNEGA STANJA	16
11.	NASTANITVENE ZMOGLJIVOSTI CELJA	20
11.1	Analiza prihodov in nočitev turistov v obdobju od leta 1991 do leta 1995 in v obdobju od leta 2000 do leta 2004	21
12.	GOSTINSKA PONUDBA	22
12.1	Analiza vprašanj o gostinski ponudbi v mestu Celje - obiskovalci iz drugih krajev Slovenije	23
13.	TURISTIČNE ORGANIZACIJE	26
13.1	Intervju s predstavnikom Zavoda za turizem Celeia Celje	26
14.	KULTURNE USTANOVE	27
14.1	Analiza letnih obiskov kulturnih ustanov v obdobju od leta 1999 do leta 2004	28
14.2	Analiza vprašanj o obisku kulturnih ustanov mesta Celje - obiskovalci iz drugih krajev Slovenije	29
15.	CELJSKE PRIREDITVE	30
15.1	Analiza vprašanja o obisku celjskih prireditvev - obiskovalci iz drugih krajev Slovenije	30
15.2	Analiza vprašanj o celjskih prireditvah - Celjanke in Celjani	31
15.3	Analiza odgovora na vprašanje, s pomočjo katerih medijev obiskovalci iz drugih krajev Slovenije dobijo informacije o celjskih prireditvah	33
16.	NAKUPOVALNI CENTRI	33
16.1	Primerjava po spolu	34
17.	ZAKLJUČEK	35
18.	PREDLOG NAČRTA PROMOCIJE CELJA IN NJEGOVIH ZNAMENITOSTI	36
18.1	Zemljevid planinske poti - Almina pot I, II	39
19.	VIRI IN LITERATURA	41

## 2. POVZETEK

Tema raziskovalne naloge je turistični utrip starega mestnega jedra in bližnjih kulturnih ter naravnih znamenitosti Celja. Središče zanimanja je bilo vprašanje:

- Kako se je v zadnjem času spremenilo življenje v celjskem mestnem jedru zaradi živahnega utripa na njegovem obrobju.

Iz tega so sledila podvprašanja:

- koliko Celjanke in Celjani spremljajo dogajanje v mestnem jedru;
- kako pogosto obiskujejo prireditve;
- v kolikšni meri obiskovalci koristijo gostinsko ponudbo v mestu;
- zakaj se odločijo za obisk mestnega jedra.

Glavni namen raziskovalne naloge je raziskati turistični utrip mestnega jedra v času, ko se trend druženja in zabave iz historičnih središč premika v večnamenske nakupovalne centre. Zahteve sodobnega mestnega obiskovalca, vajenega močnih vizualnih in drugih dražljajev, so izjemno visoke, zato mora biti ponudba v mestih privlačna in celostna. Le tako lahko turizem v gospodarski strukturi mesta zavzame prostor, do katerega je v modernem, mobilnem in globaliziranem svetu upravičen. Vendar ob tem ne gre pozabiti na ravnotežje med turističnim obiskom in prebivalstvom na eni strani. Ravno tako je potrebno zagotoviti pravšnje razmerje med dragoceno zapuščino preteklega časa in novimi pritisklinami, ki jih je ustvarila sodobna, visoko informatizirana družba. Tu se kaže zgledeovati po mnogih pomembnih evropskih središčih, kjer prvo uspešno podaja roko drugemu. Mesta potrebujejo turizem, da se lahko uspešneje razvijajo, vendar je za slednje potrebna strategija razvoja, ki upošteva vrsto omenjenih dejavnikov in njihov medsebojni vpliv.

Raziskovalno nalogo sva razdelili na dva dela. V teoretičnem delu sva predstavili, kaj je turizem, vrste turizma in kakšen je trend razvoja turizma v današnjem času. V empiričnem delu sva z izvedbo ankete pridobili odgovore, ki so zanikali ali potrdili zastavljene hipoteze. Nazadnje sva sestavili predlog načrta promocije Celja, s pomočjo katerega želiva lokalne turistične organizacije, obiskovalce in turiste spodbuditi k povečanemu zanimanju za mesto Celje, njegove kulturne prireditve in znamenitosti.

### **3. UVOD**

Turizem na splošno pojmuje kot gospodarsko dejavnost, ki zadovoljuje potrebe turistov. Eni se s to dejavnostjo preživljajo, drugim daje dopolnilni dohodek. Na drugi strani so uporabniki storitev obojih-turisti, ki v urbanem okolju mesta ali podeželja iščejo svojo sprostitvev, počivitev, zadovoljitev kulturnih in drugih potreb.

#### **3.1 Opredelitev problema in opis raziskovalnega dela**

»In vendar je Celje enkratno in neponovljivo mesto. Odlična lega, slikovita okolica, slavna zgodovina, gostoljubni in odprti ljudje že stoletja oblikujejo podobo njegove drugačnosti.« Navdušenje nad mestom ima svoje korenine v koncu 19. stoletja, ko so začeli turisti obiskovati mesto. Poimenovali so ga tudi »biser ob Savinji«. Naše knežje mesto se ne ponaša samo z odlično lego, ampak tudi s slikovito okolico in burno zgodovino, ki so jo med drugimi soustvarjali tudi znameniti celjski grofje. Vse to vabi h krajšim ali daljšim obiskom kulturnih znamenitosti v mestu in njegovi bližnji okolici.

Celje je po velikosti in veljavi tretje največje slovensko mesto. Šteje 48 616 prebivalcev, 31. 12. 2004. Zadnjih nekaj let se pospešeno širi. Celje je danes po mnenju mnogih najhitreje razvijajoče se slovensko mesto. Na obrobju so zrasli veliki trgovski centri, športna infrastruktura in industrijska cona Celje-vzhod. Na račun vsega tega se center dogajanja seli iz starega mestnega jedra, njegova visoka kulturno-umetniška vrednost pa izgublja na pomenu. Vendar ne gre pozabiti, da prav območja na obrobju - celjsko sejmišče, nakupovalni centri, športni park, industrijska cona Celje-vzhod - pritegnejo vse več obiskovalcev in lahko v prihodnosti s primerno strategijo povezovanja mestnega jedra in obrobja zagotovijo meteorski vzpon celjskega turističnega gospodarstva.

Mestna občina Celje je problematiko oživitve celjskega mestnega jedra opredelila kot enega prednostnih projektov v zadnjih letih. Prizadeva si temeljito definirati turistične produkte, ki jih ponuja celjsko mestno jedro, jih nadgraditi in povezati v celovito ponudbo.

#### **3.2 Raziskovalni cilji**

##### **3.2.1 V teoretičnem delu sva spoznali:**

- pojem turist in turizem,
- turizem in varstvo okolja,
- dejavnike turističnega povpraševanja,
- posledice razvoja,
- gospodarski pomen turizma,
- vrste turizma.

### **3.2.2 Cilji empiričnega dela:**

- izdelava anketnega vprašalnika,
- oblikovanje vzorca anketiranih oseb,
- oblikovanje raziskovalnih hipotez,
- izvedba anketiranja,
- obdelava zbranih podatkov,
- ovrednotenje postavljenih hipotez,
- oblikovanje predlogov za povezavo lokalnih turističnih organizacij in društev z nakupovalnimi centri.

### **3.2.3 Cilji sklepnega dela:**

- izvedeti, koliko turistov obišče Celje in koliko jih prenoči,
- ugotoviti, kaj privablja ljudi v Celje in v mestno jedro,
- dognati, katere vrste prireditev so najbolj obiskane
- in analizirati promocijo prireditev.

## **3.3. Opredelitev hipotez**

Glede na opredeljen namen raziskave empirični del predstavlja najpomembnejši del najine naloge. Hipoteze, ki sva jih opredelili, sva potrdili oziroma ovrgli pri analizi dobljenih podatkov.

### **Hipoteze:**

- število dnevnih obiskovalcev in turistov v Celju se kontinuirano povečuje;
- Celjanke in Celjani niso zadovoljni s kulturnim utripom mesta Celje;
- mesto Celje in njegovo staro jedro obišče premalo turistov in dnevnih obiskovalcev;
- delež dnevnih obiskovalcev mestnega jedra se manjša na račun velikih trgovskih centrov na obrobju mestnega središča;
- obisk celjskih prireditev s strani Celjank in Celjanov ni zadovoljiv;
- obiskovalci redko obiščejo katero od kulturnih ustanov ali znamenitosti mesta Celje, saj prihajajo večinoma zaradi nakupov in odmevnih prireditev;
- promocija prireditev v Celju in okolici je dobra;
- obiskovalci koristijo gostinsko ponudbo predvsem za krajši oddih in pijačo;
- gostinska ponudba v Celju je dobra.

## **3.4. Uporabljene raziskovalne metode**

Za izvedbo najine raziskave sva pridobljeno znanje pri geografiji morali izdatno nadgraditi s pomočjo razpoložljive literature in virov. Precej časa sva porabili za izbor literature in virov, iskanje statističnih podatkov in delo na terenu. Po opredelitvi problema sva naredili načrt raziskovanja. Za definiranje hipotez ter vzročnih povezav sva dobili podatke in informacije iz virov, ki so navedeni v poglavju Viri in literatura.

Po opravljenih anketah sva skrbno pretehtali zastavljene hipoteze. Anketirali sva 95 naključnih obiskovalcev in obiskovalk. Predhodno postavljene hipoteze sva ovrednotili z dobljenimi odgovori anketirancev, kar nama je nadalje omogočilo formuliranje sklepnih ugotovitev v zaključku.

## **4. TURIST IN TURIZEM**

### **4.1 IZVOR BESEDE TURIZEM**

Beseda turizem naj bi po eni izmed teorij izvirala iz grške besede »tornos«, ki se je nato v latinščini spremenila v besedo »tornus« in še naprej v starofrancoski izraz »tour«, ki ga je kasneje prevzela tudi angleščina. To besedo so sprejeli skoraj vsi jeziki po svetu in je pravzaprav ustrezna, saj pomeni krožno gibanje.

Izraz »turist« je prvi zapisal Anglež Pegge v svojem delu »Anecdote of English Language« okrog leta 1800 v stavku: »A Traveller is now-a-days called a Tourist«, ki ga danes citirajo v večini strokovnih knjig in učbenikov. Anglija je hkrati država, v kateri so prvič uporabili izraz »turizem«, in sicer v prispevku »Sublime Cockey Tourism«, objavljen v časopisu Sporting Magazine leta 1811.<sup>1</sup>

Danes je izraz turizem v rabi v večini tujih jezikov, kot je denimo francoščina -tourisme, italijanščina - turismo, španščina in portugalščina - turismo, nizozemščina -toerisme, nemščina - tourismus ... Od leta 1941 pa ga uradno uporabljamo tudi v slovenščini.

### **4.2 DEFINICIJA TURIZMA**

Besedo turizem je zaradi raznolikosti tega gospodarskega in družbenega pojava od nekdanj zelo težko opredeliti. Pojem turizem je namreč zahtevno natančno definirati in hkrati zajeti celoten okvir oziroma meje njegovih učinkov. Zato nobena od definicij, ki naj bi danes presegale število petdeset in so jih razvili priznani teoretiki ter strokovnjaki na tem področju, ni popolna. Poleg tega se turizem zelo hitro razvija in širi, zato je treba pri definiranju tega pojma upoštevati vsak nov element. Definicije turizma so ponavadi zelo enostranske, saj lahko turizem opredeljujemo na različne načine.

Na mednarodnem srečanju strokovnjakov statistikov v Ottawi leta 1991 so oblikovali novo definicijo turizma. Ta naj bi olajšala delo vsem, ki spremljajo dogajanje v turizmu. Definicija se glasi: »Turizem je splet odnosov in pojavov, povezanih z aktivnostjo oseb, ki potujejo in bivajo v krajih izven stalnega bivališča neprekinjeno do največ enega leta zaradi preživljanja prostega časa, poslovnih in drugih razlogov.«<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Daniela Zorko: Uvod v turizem, učbenik za srednje šole, Zavod Republike Slovenije za šolstvo, Ljubljana, 1999, 208 strani, stran 14

<sup>2</sup> Daniela Zorko: Uvod v turizem, idem, stran 19

## Definicije turizma, najdene v različnih knjigah:

- Enciklopedija Slovenije  
»Potovanje in začasno bivanje zaradi oddiha, razvedrila in drugih razlogov.«
- Slovar slovenskega knjižnega jezika  
»Pojav, da kdo potuje, začasno spremeni kraj bivanja zaradi oddiha, razvedril.«

Veliko definicij opredeljuje turizem kot turistično gospodarstvo, v zadnjem času tudi kot turistično industrijo, ki zajema vse dejavnosti, povezane s proizvodnjo produktov in storitev, ki ji nato koristijo obiskovalci oziroma turisti. Kljub temu pa turizem po mednarodni statistični klasifikaciji ni samostojno področje, kot sta na primer gostinstvo ali promet.

### 4.3 OBISKOVALCI

Obiskovalec je pojem, ki vključuje vse vrste potnikov. Ta pojem so uvedli leta 1963 v Rimu ter vanj vključili tudi turiste in izletnike. Statistični strokovnjaki so se leta 1991 zbrali na mednarodni konferenci v Ottawi in za potrebe statističnih raziskovanj znova ovrednotili pojem obiskovalec.

Tako je **obiskovalec** oseba, ki potuje v kraj izven stalnega bivališča za obdobje največ do dvanajst mesecev, poleg tega glavni vzrok potovanja ne sme biti opravljanje plačane obveznosti.

Definicija med obiskovalce uvršča dve vrsti potnikov:

- **TURISTE** - ljudi, ki potujejo bodisi zaradi zabave, oddiha, počitnic, posla ter drugih turističnih razlogov in zraven tudi prenočijo.
- **DNEVNE OBISKOVALCE** - ti iz kraja bivanja odpotujejo in se vanj vrnejo v enem dnevu.

Oboji, turisti in dnevni obiskovalci, so po nadaljnji razčlenitvi lahko:

- *mednarodni obiskovalci* - osebe, ki potujejo izven svoje države, torej po tujini;
- *domači obiskovalci* - osebe oziroma državljani, ki potujejo znotraj meja svoje države.

Dogovor tudi določa, katerih oseb turistična statistika ne sme vključevati. V mednarodnem prometu so to diplomati in zaposleni na konzulatih, begunci in razseljene osebe, stalni ali začasni emigranti, nomadi, tuji predstavniki oboroženih sil, prehodni potniki, ki ne zapustijo tranzitnega območja na letališčih in pristaniščih ter obmejni delavci.

V notranjem prometu turistična statistika izključuje državljane, ki potujejo znotraj svoje države v drug kraj zato, da bi se tam naselili, državljane, ki v drugih krajih opravljajo plačano delo, osebe, ki v drug kraj potujejo zaradi šolanja ali dela, državljane brez stalnega bivališča, vojake na vojaških vajah ter nomade.

## 4.4 KDO SO TURISTI

Zmotno je mišljenje, da so vsi ljudje, ki potujejo, turisti<sup>3</sup>. Besedi potnik in turist namreč nista sopomenki. Turistično potovanje je drugačno od navadnega potovanja.

O turističnem potovanju in s tem o turistih govorimo takrat, kadar si potovanje privoščijo ljudje s presežkom prostega časa in denarja. Turisti vplivajo na spremembo okolja, skozi katerega potujejo, saj vzpodbujajo porast vrste dejavnosti, ki so potrebne za zadovoljitev njihovih namenov potovanja. Poleg tega v zameno za denar, ki ga potrošijo na potovanju, ne dobijo materialnih dobrin, ampak se zadovoljijo z novimi doživetji.

Glede na smer potovanja ločimo:

- domače turiste - ne prestopijo državnih mej,
- inozemske ali tuje turiste - potujejo v druge, tuje države.

Sprva se je definicija turista nanašala samo na tuje državljane. Takšno opredelitev turista je med drugim predpostavil tudi Komite statističnih ekspertov Društva narodov leta 1937. Po tej definiciji je turist vsaka oseba, ki potuje v državo, v kateri nima stalnega bivališča in tam ostane najmanj 24 ur.

Med turiste tako spadajo ljudje, ki v tujo državo pripotujejo bodisi zaradi želje po zabavi, bodisi zaradi poslovnih razlogov ali osebnih nagnjenj (znanstvenih, verskih, športnih). Te vrste obiskov tujih držav jih uvrščajo med turiste, četudi se v njih zadržijo manj kot 24 ur. V tej definiciji so izvzete osebe, ki prihajajo v tujo državo zaradi zaposlitve ali razvijanja svoje poklicne dejavnosti.

Tudi statistični letopis Republike Slovenije za leto 1998 je opredelil pojem turist:

- Turist je oseba, ki v kraju zunaj svojega stalnega bivališča prenoči vsaj eno noč v gostinskem ali kakem drugem nastanitvenem objektu, in sicer zaradi počitka ali rekreacije, zdravja, študija, športa, religije, družine, dela, javne misije ali shoda.
- Domači turist je oseba s stalnim prebivališčem v Sloveniji, ki začasno prebiva v kakem drugem objektu v Sloveniji in tam prenoči vsaj eno noč v gostinskem ali drugem nastanitvenem objektu.
- Tuji turist je oseba, ki je prišla iz tujine in se je začasno nastanila v nekem kraju v Sloveniji ter tam vsaj eno noč prenočila v gostinskem ali drugem nastanitvenem objektu.

---

<sup>3</sup> Doslej najstarejša strokovna definicija s področja turizma se je nanašala na turista in ne na turizem. Razlaga pojma turist je zapisana v francoskem slovarju (Littre Emile: Dictionnaire de la langue française - Paris) iz leta 1889 in se glasi: »Turist: tako se reče potnikom, ki prepotujejo tuje dežele iz same radovednosti in brezdolja, ki napravijo neko vrsto krožnega potovanja po deželah, ki jih običajno obiskujejo njihovi rojaki (tako se reče predvsem angleškimi potnikom v Franciji, Švici in Italiji (Zorko: 15,16).«

<sup>4</sup> Daniela Zorko: Uvod v turizem, idem, stran 18



## 4.5 VRSTE TURIZMA

Turizem se pojavlja v različnih oblikah, zato tudi vrste turizma opredeljujemo z različnimi kriteriji, ki so naštetih v nadaljevanju.

### *Državljanstvo in izvor turistov:*

- domači turizem - turizem, pri katerem državljan neke države nastopa kot turist znotraj svoje države. Merilo za domačega turista je, da ima državljanstvo te države;
- inozemski turizem - turizem, pri katerem v državi nastopajo kot turisti ljudje, ki imajo sicer stalno prebivališče v tujini.



### *Učinek v devizni bilanci:*

- aktivni turizem - turizem, pri katerem gre za priliv tujih plačilnih sredstev, ki jih potrošijo tuji turisti;
- pasivni turizem - gre za odtok denarja iz države, saj njeni državljani trošijo plačilna sredstva v tujini.

### *Število udeležencev:*

- posamični turizem - o njem govorimo, kadar je število udeležencev nekega potovanja majhno;
- skupinski turizem - turizem, pri katerem je število udeležencev veliko, saj v tem primeru ponavadi potujejo v večjih skupinah.

### *Način organiziranja potovanja:*

- individualni turizem - potovanje oziroma počitnice si organizira turist sam, brez posredovanja turistične agencije;
- organizirani turizem - potovanje, ki ga organizira turistična ali katera druga agencija.

### *Smer gibanja turistov:*

- emitivni (iniciativni) turizem - ljudje obiščejo neko tujo državo s turističnimi nameni;
- receptivni turizem - ljudje obiščejo tujo državo, ki ima pogoje za sprejem turistov z namenom, da bi koristili njeno turistično ponudbo.

*Dolžina bivanja:*

- stacionarni turizem - turisti bivajo na eni lokaciji dlje Časa;
- mobilni turizem - turisti potujejo in se v posameznih krajih zadržujejo malo časa;
- turizem ob koncu tedna - krajše počitnice ob koncu tedna za dva do tri dni;
- izletniški turizem - nekajurno, poldnevno ali celodnevno potovanje, ki ne vključuje prenočevanja.



*Starost udeležencev:*

- otroški turizem,
- mladinski turizem,
- seniorski turizem ali turizem za ljudi v tretjem življenjskem obdobju.

*Prevladujoči motivi turističnih potovanj ali letovanj:*

- zdravstveni turizem,
- rekreativni turizem,
- kulturni turizem,
- športni turizem,
- planinski turizem,
- popotniški turizem,
- verski turizem,
- lovni turizem,
- ribolovni turizem,
- nakupovalni turizem,
- navtični turizem,
- kongresni turizem,
- poslovni turizem,
- sejemski turizem,
- izobraževalni turizem.



Celjski sejem

*Socialni status udeležencev:*

- socialni turizem,
- delavski turizem,
- »high society« turizem.

*Kraj ali območje preživljanja počitnic:*

- mestni turizem,
- obmorski turizem,
- gorski turizem,
- zdraviliški turizem,
- jamarski turizem,
- podeželski turizem.

*Izbira prenočitvenega objekta:*

- hotelski turizem,
- kamping turizem,
- turizem na kmetijah.

*Novejše oblike turizma, povezane z zavedanjem pomena ekologije, iskanjem drugačnosti ipd.:*

- alternativni turizem,
- mehki ali blagi, t.i. »soft tourism«,
- ekološki turizem, okolju prijazen turizem,
- trajni turizem, t.i. »sustainable tourism«.

## **5. TURISTIČNE DOBRINE**

### **5.1 Primarne turistične dobrine**

Pojem vključuje vse naravne in družbene elemente nekega območja, ki niso nastali zaradi turizma, vendar zaradi svojih lastnosti privlačijo turiste. V to kategorijo prištevamo tudi splošno infrastrukturo. Med primarne turistične dobrine sodijo:

- naravne in pokrajinske lastnosti - klimatske, rastlinske, vodne, reliefne in pokrajinske značilnosti, posamezni naravni elementi in pojavi ter živalske in rastlinske vrste;
- družbene in kulturne značilnosti - kultura, običaji, šege ljudi, mentaliteta, zgodovinski in kulturni spomeniki;
- splošna infrastruktura -javni objekti in naprave, ki omogočajo delovanje gospodarskih in družbenih dejavnosti.

Objekti in naprave splošne infrastrukture so prvi pogoj za delovanje objektov sekundarne turistične ponudbe v turističnem kraju.

## 5.2 Sekundarne turistične dobrine

Med sekundarne turistične dobrine sodijo vse dobrine, ki jih je človek naredil zato, da omogočajo uporabo primarnih turističnih dobrin.

Mednje prištevamo:

- objekte za bivanje in oskrbo - za prenočevanje, prehrano in druge oblike oskrbe;
- podporne dejavnosti za izvajanje aktivnega ali pasivnega turizma;
- turistične gospodarske dejavnosti - kongresna, izobraževalna in trgovska dejavnost;
- objekte za posredovanje turističnih storitev in turistične agencije, turistična društva ter druge organizacije, ki nudijo informacije, posredujejo najem bivalnih objektov, organizirajo in izvajajo izlete in razne prireditve.

Turistične dobrine sekundarne ponudbe delimo na:

- turistično infrastrukturo,
- turistično superstrukturo.

K turistični infrastrukturi sodijo vsi tisti objekti in naprave, ki so namenjeni predvsem turistom:

- turistični transportni objekti (žičnice, letališča, ceste, ...);
- objekti in naprave v turističnih krajeh, ki so narejeni za rekreacijo turistov;
- objekti za zabavo (koncertne dvorane) in kulturne prireditve (muzejske zbirke);
- kongresna središča z ustrežno pripadajočo infrastrukturo za celotno organizacijo kongresov;
- objekti za informiranje turistov in organizacije turistične dejavnosti, kot so turistična društva, smučarske šole, ustanove za prirejanje festivalov;
- objekti za izvenpenzijsko oskrbo turistov, to so prodajalne turističnih spominkov, turistične literature, športnih, potovalnih, fotografskih pripomočkov, servisi, storitvene dejavnosti.

K turistični superstrukturi sodijo:

- objekti za bivanje - hoteli, penzioni, gostilne, moteli, privatne turistične sobe, kampingi in počitniške hiše;
- objekti za prehrano - restavracije, samopostrežne restavracije in razne vrste okrepčevalnic.

## 5.3 Odnosi med turističnimi dobrinami primarne in sekundarne ravni

Pri zadovoljevanju turističnih motivov je pomembna stopnja povezanosti dobrin primarne in sekundarne ponudbe. Pri zadovoljevanju mnogih motivov so temeljnega pomena turistične dobrine primarne ponudbe, ki so tudi osnovna turistična privlačnost. Turistične dobrine sekundarne ponudbe pa omogočajo njihovo rabo oziroma uživanje. Da bi postale primarne dobrine turistične ponudbe dostopne turistom, je potrebna primerna ureditev krajev in območij z dobrinami sekundarne turistične ponudbe. Če ni

objektov sekundarne turistične ponudbe, ostane tudi primarna ponudba brez vrednosti in ne postane predmet turističnega povpraševanja.

Dobrine turistične ponudbe so zelo raznovrstne. Vendar zahtevnega turista zadovolji le popoln turistični servis, ki je sposoben zagotoviti pravšnjo kombinacijo teh dobrin. Samo splet dobrin primarne in sekundarne turistične ponudbe omogoči razvoj turističnih krajev in območij.

Turisti se najpogosteje zanimajo za naravne lastnosti izbrane destinacije, kot so klimatske in reliefne značilnosti, za družbene značilnosti, kot so kulturni spomeniki in šege določenega geografskega območja, in za turistično infrastrukturo, ki zagotavlja bivanje, prehrano, aktivno preživljanje prostega časa, turistični transport in drugo.

Vse materialne in nematerialne turistične dobrine in storitve morajo biti v medsebojni povezavi, da lahko harmonično oblikujejo skupek turističnih dobrin in storitev, ki ustrezajo turističnim motivom oziroma željam posameznikov. Ta skupek imenujemo turistični izdelek.

Dobrine primarne in sekundarne ponudbe so torej nedeljiva celota, zato je le ustrezno usklajevanje enih in drugih podlaga za celovito turistično ponudbo.

## 6. TURISTIČNE ZNAMENITOSTI

Turistične znamenitosti so največkrat vzrok, da se turisti in obiskovalci odločijo za potovanje v nek kraj, območje ali državo. V povezavi z drugimi dobrinami turistične ponudbe so del turističnega proizvoda in jih je treba obiskovalcem tudi ustrezno predstaviti.

Po nastanku jih delimo na naravne in družbene znamenitosti.

- Naravne znamenitosti so glavni motiv turističnih gibanj. Gre za geografske značilnosti nekega območja, ki se kažejo predvsem v reliefni sestavi, klimatskih in hidroloških dejavnikih, živalskem in rastlinskem svetu.
- Naravni parki so zavarovana območja, ki ohranjajo tamkajšnje avtohtone naravne in kulturne značilnosti.
- Družbene znamenitosti predstavljajo celoto materialnih in duhovnih dobrin, ki jih je ustvaril človek. Dopolnjujejo naravne znamenitosti in omogočajo večji dohodek od turizma. Razne prireditve, kijih uvrščamo v kategorijo družbenih znamenitosti, so pogosto sestavni del turističnih potovanj. Velikokrat so osnovni motiv potovanj obiski raznih kulturno-umetniških prireditev (opera, balet, gledališka predstava) ali ustanov (galerije, muzeji).



## 7. POSLEDICE RAZVOJA TURIZMA

Turizem postaja vse bolj množičen, saj potrebe po sprostitvi, oddihu in rekreaciji vedno večje. Opredelitve turizma kot ene najbolj rastočih gospodarskih dejavnosti so tako povsem utemeljene. Poleg gospodarskih učinkov govorimo tudi o negospodarskih učinkih turizma, ki so predvsem rekreativne, zdravstvene, kulturne in socialne narave. Hiter razvoj turizma prinaša tudi negativne učinke, kijih najbolj občuti domače prebivalstvo (prometna gneča, hrup, višja stopnja onesnaženosti, visoke cene gostinskih in drugih storitev). To lahko vpliva na odnose med turisti in domačini.

Sodobni turizem upošteva potrebo po ravnovesju naravnega in družbenega okolja, zato pospešuje takšne oblike turizma, ki so prijazne okolju.

## **8. GOSPODARSKI RAZVOJ TURIZMA**

### **8.1 Učinek turizma na BDP**

Države razvijajo turizem, ker prinaša blaginjo in napredek ter omogoča splošen razvoj krajev, območij in držav. Vedno večje vsote denarja se prelivajo iz matičnih držav turistov v države, kjer ga turisti porabljajo. Potrošnja turistov je na potovanjih bistveno večja kot doma. Pomen turizma za gospodarstvo neke države merimo z njegovim deležem v domačem bruto proizvodu.

### **8.2 Vpliv turizma na zaposlenost in rast življenjskega standarda**

Turistični sektor je delovno intenziven. Poleg zaposlitev v gostinstvu in turizmu, daje razvoj turizma na nekem območju tudi možnost zaposlovanja v dejavnostih, ki so vezane na turizem. Turizem tako omogoča zaposlitev v domačem kraju.

### **8.3 Drugi gospodarski učinki turizma**

Turizem vpliva na splošno povečanje industrijske proizvodnje. Vpliva na kmetijstvo, pospešuje razvoj storitvenih dejavnosti in ostalih negospodarskih dejavnosti.

## **9. ORGANIZIRANOST TURIZMA NA LOKALNI RAVNI**

Lokalne skupnosti imajo na področju turizma po zakonu o lokalni samoupravi pomembno vlogo predvsem pri pospeševanju turističnega razvoja na lokalni ravni. Pogosto se pojavijo problemi zaradi različnih interesov turističnega gospodarstva, organizacij civilne družbe (turističnih in drugih društev), prebivalcev lokalne skupnosti, organov lokalne samouprave in državnega akterja-Zavoda za varstvo naravne in kulturne dediščine.

Poleg turističnih društev so ustanovljeni tudi turistično-gospodarski subjekti, ki delujejo pod okriljem najvišjega organa lokalne samouprave. Njihova naloga je organizirati turistično-informacijske centre.

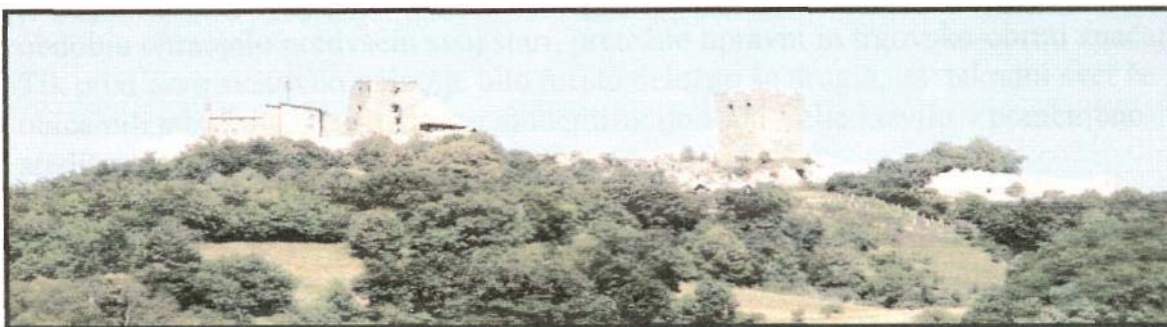
## 10. ZGODOVINA, KI ŠE DANES »BURI DUHOVE«, IN ORIS AKTUALNEGA STANJA

Korenine mesta Celje segajo že v antiko. Najdbe iz mlajše kamene in bronaste dobe pričajo, da so na območju današnjega Celja ljudje živeli že v prazgodovinskem obdobju. Prve znane prebivalce, ki so poseljevali naselbino na današnjem Miklavškem hribu v času starejše železne dobe, imenujemo Iliri.

Sledili so jim Kelti iz mlajše železne dobe. Ti so Ilire pregnali in ustanovili prvo znano naselbino ob vznožju Miklavškega hriba. Naselbino so sredi 1. st. n. št. v času rimskega cesarja Klavdija poimenovali Municipium Claudia Celeia, istega stoletja pa je dobila tudi mestne pravice. Čeprav ni šlo za glavno mesto, je naselbina v naslednjih dveh stoletjih prerasla v najpomembnejše trgovsko-obrtno in kulturno središče Norika. Zaradi veličastnih vzponov so jo mnogi imenovali tudi po slavni Troji.

Arheološke najdbe nedvoumno pričajo o tem, da je antična Celeia po bogastvu in blagostanju svojih prebivalcev močno prekašala sosednja mesta. Leta 452 je antično Celeio porušil Atila (nunski kralj). Po zatonu Rima je bilo mesto pozabljeno. Bilo je pod oblastjo Bavarcev in Frankov, Slovenci pa so se tam naselili v zgodnjem srednjem veku. Vaška naselbina je pričela spreminjati podobo in nastal je trg, okolico pa so naselili obrtniki in trgovci, ki so oblikovali mestni značaj.

Hiter gospodarski in kulturni vzpon je mesto doživelo v 14. in 15. stoletju, ko je bilo v posesti Žovneško-Celjskih grofov, kasneje imenovanih celjski knezi. Pod mogočnimi Celjskimi se je knežje mesto sončilo v največji slavi. Postalo je upravno središče velikanskega dinastičnega ozemlja. Kot knežje mesto se je gospodarsko, kulturno in gradbeno močno razvilo. V tem obdobju so zrastle najpomembnejše srednjeveške stavbe. Za utrjenim mestnim obzidjem iz istega časa se je skrivala tipična srednjeveška naselbina, v kateri se je tržno življenje odvijalo predvsem na osrednjem trgu.



V času, ko je Celje postalo mesto, sta vladala grofa in državna kneza Friderik II. in njegov sin Ulrik II. Vpliv Celjskih je bil velik, rodbina pa je izumrla leta 1456, ko je umrl zadnji celjski knez Ulrik II., saj ni imel moških potomcev.

Začeli so se boji med Celjskimi in Habsburžani, ki so se razpletli v korist slednjih. Celjske posesti so pripadle Habsburžanom, Celje pa je ostalo sedež celjske grofije.



Blišč knežjega mesta je po izumrtju rodbine Celjskih začel bledeti, vendar si je mesto v začetku 19. stoletja ponovno opomoglo. Znova se je zares rodilo šele po letu 1846, k čemur je pripomogla gradnja južne železnice Dunaj-Trst.

Industrializacija je krepko spremenila urbanistično zasnovo mesta. Mestno obzidje so podrli, saj je predstavljalo oviro, namesto njega pa so zgradili nove mestne predele. Preobrazba podeželskega mesteca v moderno mesto evropskega tipa je bila načrtna. Načrte so v večini izdelali dunajski in graški inženirji ter arhitekti. V Celje so prinesli nov modni arhitekturni stil - historizem.

Tako so zrastle številne stavbe javnega značaja, kot so Narodni dom, Celjska mestna hranilnica, Pošta, Nemška hiša - sedaj Celjski dom, mestno gledališče in druge, ki mestnemu jedru še danes dajejo urbanistično identiteto. Zgradili so nove, široke, tlakovane mestne ulice z visokimi, bogato okrašenimi stavbami, kot sta današnja Cankarjeva, nekdanja Krožna ulica, ali Ring ter severni del Stanetove ulice. Zahodno predmestje Celja je dobilo Otok, kjer so si premožni meščani postavili svoje vile, na severnem obrobju mesta pa sta se razvili industrijska in delavska četrt.



Po letu 1850 se je mesto na občinskih volitvah razdelilo na mestno in okoliško občino (prva je obsegala notranje mesto s predmestji ter Dolgo polje in Otok, okoliška pa je kot nekakšen obroč oklepala mesto). V petdesetih letih 19. stoletja je mesto med drugim zajel tudi relativno hiter gospodarski razvoj, ki sta ga spremljali industrializacija ter gradbena dejavnost. Utrip kulturnega in družabnega življenja prav tako ni bil zanemarljivo.

Nekaj let kasneje se je meščanstvo v Celju začelo nezadržno krepiti. Celje je v tem obdobju ohranjalo predvsem svoj stari, pretežno upravni in trgovsko-obrtni značaj. Tik pred prvo svetovno vojno je bilo mesto deležno še drugih, za takratni svet že običajnih izboljšav. Z vsesplošno modernizacijo se je Celje razvilo v pomembno središče nove meščanske kulture. Kmalu so bile na obzorju nove težave, s katerimi so se spopadli po izbruhu prve svetovne vojne, ki je Celje zaznamovala s katastrofalnimi posledicami. Zmanjševalo se je število domačega prebivalstva, kar je opazno spremenilo vsakdanje življenje v mestu. Razpad Avstro-Ogrske in nastanek nove države Srbov, Hrvatov in Slovencev je za Celje pomenil cenzuro. Že po prvem popisu prebivalstva znotraj države je mesto ob Savinji kazalo bistveno bolj pisano podobo kot desetletje poprej. Vendar je z razpadom avstro-ogrske dvoživke Celje prešlo v slovenske roke in mnogi nemški meščani so zapustili mesto ter se preselili v Avstrijo. Mesto, ki je prej združevalo okoliško in mestno občino, se je ponovno združilo v veliko Celje.

Celje je tako od sredine 19. stoletja doživljalo velik razvojni cikel (industrializacija, napredek). Življenje je iz dneva v dan postajalo kvalitetnejše, razvijala sta se pestro družabno življenje in kulturni utrip mesta, kar se odraža še danes. V mestu je cvetel

turizem, saj so kulturne znamenitosti mesta lahko spoznavali tudi številni tujci, njihov obisk pa v vsem tem času ni bil zanemarljiv.

Raziskava Omrežje naselij in prostorski razvoj Slovenije Celje danes opredeljuje kot središče močno naseljene Savinjske doline in Šaleške kotline ter kot tretje razvojno središče v državi.

Mestna občina Celje (natančneje projektna skupina za oživljanje mestnega jedra in Zavod za okolje in prostor ter komunalno MOC) je za enega prednostnih projektov urbanistične zasnove Celja določila program priprave sprememb in dopolnitev Zazidalnega načrta staro mestno jedro Celja iz leta 1984. Več kot dve desetletji star prostorski dokument namreč ne sledi novim razvojnim smernicam, ampak v več pogledih zavira težnjo mesta, ki staremu mestnemu jedru kot enemu bistvenih spleto turističnih dobrin pripisuje aktivno razvojno vlogo. Tako so na Zavodu za okolje in prostor ter komunalno v letih 2003-2005 v prvi fazi izdelali posebne strokovne podlage za vso infrastrukturo, kar je zaobjelo cestno omrežje, parkirni režim, energetiko, informacijska omrežja in vodovod s kanalizacijo. Prav tako so izdali strokovno podlago za socialni vidik prenove starega mestnega jedra. Organizirali so urbanistične delavnice in konference, kjer so soočili interese vseh pomembnih igralcev v procesu oblikovanja nove urbanistične zasnove.

Program predvideva prenovo posameznih vnaprej izbranih objektov (pri tem je posebej pomembno oceno dal Zavod za varstvo naravne in kulturne dediščine), načrtovanje novih objektov in drznih vsebin, ki bodo skupaj z miselno preobrazbo vplivali na nadaljnji razvoj turizma in s tem mesta kot celote. Tako nameravajo v celjskem mestnem jedru v prvi vrsti ohraniti naravno in kulturno dediščino. Eden najbolj drznih projektov prihodnosti je turistična pot od spodnjega gradu in Knežjega dvorca<sup>5</sup> preko nabrežja ob Savinji<sup>6</sup> do celjskega Starega gradu, ki ponuja edinstveno okolje za razvoj kulturne in gostinske dejavnosti.

Neizrabljena javna zemljišča želijo izkoristiti kot povezovalni člen v turistični infrastrukturi mestnega jedra in vanje vgraditi večje zaprte prostore v obliki pokritih pasaž in galerij. Le z atraktivnejšim prostorom bo mestno jedro sposobno tekmovati z velikimi potrošniškimi centri na obrobju, kamor sta se preselili zabava in trgovina.

Na posebnih posvetih in konferencah vzpodbujajo trgovce in gostince v mestnem središču k povezovanju, saj bodo le na tak način, z dolgoročnim in smiselnim načrtovanjem, lahko povečali konkurenčnost mestnega jedra v primerjavi z velikimi trgovskimi centri na obrobju.

Nenazadnje želi Mestna občina Celje tudi v prebivalcih mestnega jedra vzbuditi pozitivno zavest o tem, kakšne privilegije prinaša življenje v elitnem mestnem jedru.

---

<sup>5</sup> Knežji dvorec je proglašen za spomenik državnega pomena na območju MOC, njegovo obnovo sofinancirajo država in evropski skladi

<sup>6</sup> Za ureditev in oživitev sprehajalne funkcije nabrežja v mestnem središču so že izvedli natečaj.

Obenem pa odgovorni glasno opozarjajo, da na račun stanovanjskih površin mestno jedro ne more in ne sme biti podobno spalnemu naselju.

Kar zadeva obrobje celjskega mestnega središča moramo prav tako izpostaviti dva prednostna projekta mestne občine Celje. Industrijska cona Celje vzhod je projekt izvedbenega dela Regionalnega razvojnega programa Savinjske statistične regije, ki bo priskrbel več delovnih mest in večjo dostopnost do izobraževanja. Na območju nekdanje Cinkarne bo zrasel Tehnopolis, večnamensko novo mestno središče, ki bi se lahko odlično dopolnjevalo s celjskim mestnim jedrom.

Drug tak projekt je razvoj turizma zunaj mestnega jedra za oživitev podeželskega zaledja, ki zajema ureditev infrastrukture, spodbujanje sonaravnega kmetovanja, spodbujanje dodatnih in dopolnilnih dejavnosti na kmetijah, razvoj turističnih proizvodov ter športnih, rekreacijskih in drugih dejavnosti za prosti čas. Glavni podprojekti se navezujejo na naslednja območja: Šmartinsko jezero, območje Celjska koča - Pečovnik, ureditev učnih gozdnih poti v okolici Celja, Tematski park Mini Slovenija in Lunova kmetija.

Prav tako ne smemo pozabiti na dve območji, ki že nekaj časa polno živita in zagotavljata Celju vse večjo popularnost med obiskovalci. Na eni stani gre za Celjsko sejmišče, ki že vrsto let organizira najpomembnejše sejemske dogodke pri nas. Mednarodni obrtni sejem-Evropa in svet na ogled je največja tovrstna prireditev v tem delu Evrope. Na drugi strani je povsem nov športni park z dvorano Zlatorog in nogometnim stadionom, ki je Celju omogočil bliskovit vzpon športnega turizma.

Posebno pozornost bodo v bodoče namenili tudi boljši in večji odmevnosti celjskega turizma v vseh medijih javnega informiranja v slovenskem in širšem prostoru.

## 11. NASTANITVENE ZMOGLJIVOSTI CELJA

### HOTELI

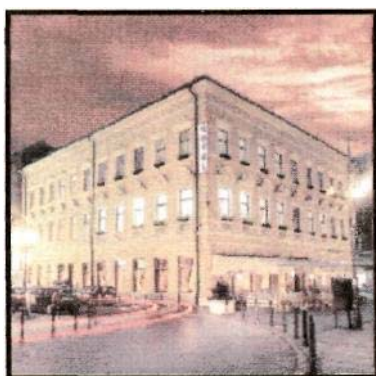
V Celju imamo naslednje hotele:

- **Hotel Astor,**
- **Hotel Evropa,**
- **Hotel Štorman Celje,**
- **Hotel Turška mačka.**

#### **Hotel Astor\*\*\***

[www.astor-hotel.si](http://www.astor-hotel.si)

Lokacija - miren predel Celja ob reki Savinji. Hotel je prenovljen in ima na voljo 30 sob ter dva apartmaja, od katerih ima polovica razgled na park in bazen. Sobe so opremljene s tušem in straniščem, televizijo in telefonom. Gostje imajo na voljo tudi hotelsko parkirišče, uslužbenci hotela pa nudijo tudi pranje ter likanje perila.



#### **Hotel Evropa \*\*\***

[www.hotel-evropa.si](http://www.hotel-evropa.si)

Lokacija - središče mesta (Krekov trg 4). Hotel razpolaga s šestdesetimi prenovljenimi sobami, opremljenimi s prho ali kadjo, sušilcem za lase, direktnim telefonom z možnostjo priključitve na internet, satelitsko televizijo in vso ostalo osnovno opremo ter mini barom.

#### **Hotel Turška mačka\*\***

[www.turskamacka.com](http://www.turskamacka.com)

Lokacija - središče mesta (Gledališka ulica 7). Vse sobe so opremljene z wc-jem in telefonom.



#### **Hotel Storman\*\*\***

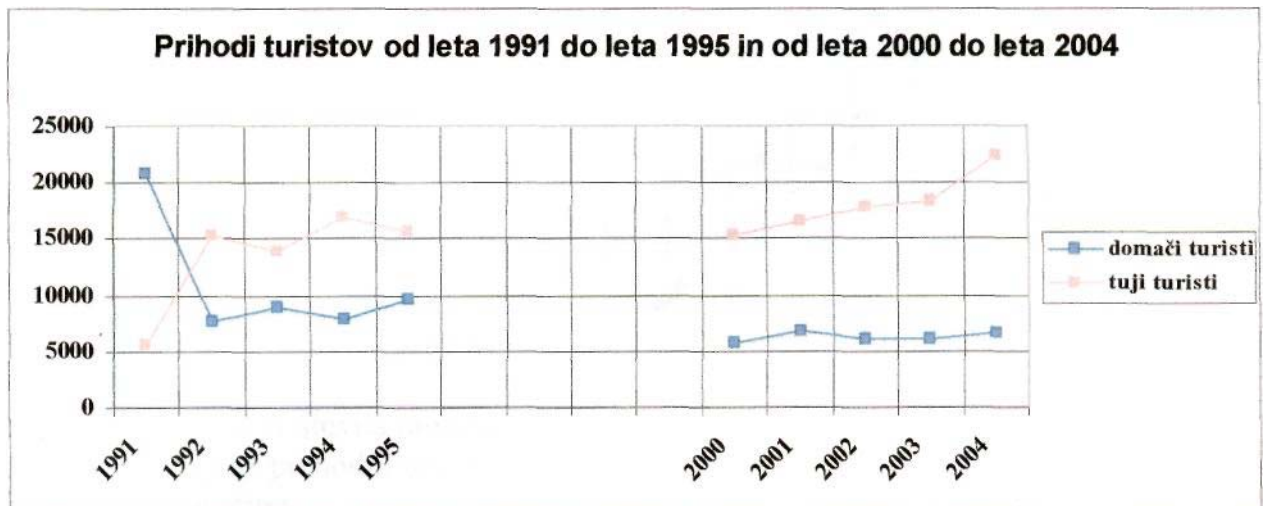
[www.gostilne-hotel-storman.com](http://www.gostilne-hotel-storman.com)

Lokacija - leži ob eni izmed glavnih prometnih žil (Mariborska cesta 3).

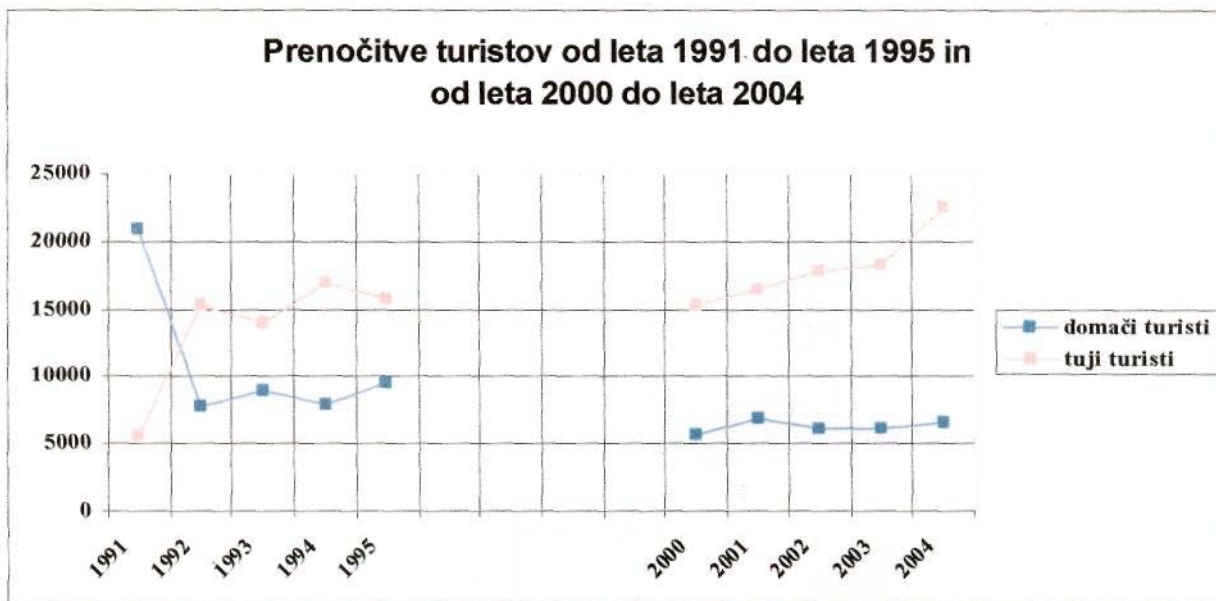
Hotel nudi 20 enoposteljnih in 10 dvoposteljnih sob (skupno 40 ležišč). Sobe so prenovljene in opremljene z direktnim ISDN telefonom, televizijo s kablenskimi priključki, radijem, mini barom, tušem ter wc-jem. Nekatere pa nudijo tudi možnosti povezave z internetom.

## 11.1 Analiza prihodov in nočitev turistov v obdobju od leta 1991 do leta 1995 in v obdobju od leta 2000 do 2004

V nalogi sva pod drobnogled vzeli dve petletni obdobji - obdobje med letoma 1991 in 1995 ter obdobje med letoma 2000 in 2004. S pomočjo statističnih podatkov sva analizirali trend gibanja števila turistov v mestu Celje.



Iz grafičnega prikaza je razvidno, da je v obdobju 1991 - 1992 prišlo do bistvenih sprememb v gibanju domačih in tujih turistov. Vzrok je v osamosvojitvi Slovenije. V obdobju 2000 - 2004 je trend domačih turistov enakomeren in ne kaže bistvenih odstopanj v povečevanju ali zmanjševanju njihovega števila. V istem obdobju se je trend tujih turistov stalno povečeval. Vidno se je povečalo število tujih turistov z vstopom Slovenije v Evropsko unijo. Število turistov je naraslo iz **18 000 na 22.424**.



Iz primerjave grafov števila prenočitev in števila vseh turistov je razvidno, da so prihajali v Celje le prehodni turisti, saj je število turistov približno enako številu evidentiranih nočitev.

S prvima dvema grafičnima prikazoma sva potrdili najino prvo hipotezo število dnevni obiskovalcev in turistov v Celju se kontinuirano povečuje.

## 12. GOSTINSKA PONUDBA

Celje s svojo gostinsko ponudbo ne zaostaja za drugimi slovenskimi ali drugimi primerljivimi evropskimi mesti. V jedru mesta Celja je večje število gostinskih lokalov, v katerih se lahko turisti ali obiskovalci okrepčajo s toplim obrok ali samo pijačo. Izbirajo lahko med različnimi kuhinjami - od slovenske, mehiške, pa vse do kitajske restavracije.

Seznam gostinskih lokalov v strogem mestnem središču je naslednji:

- Hotel Turška mačka,
- Pivnica Koper,
- Restavracija Majolka - [www.majolka.si/](http://www.majolka.si/),
- Hotel Štorman Celje,
- Hotel Evropa Celje,
- Hotel Astor Celje. Po ogledu vseh naštetih gostinskih

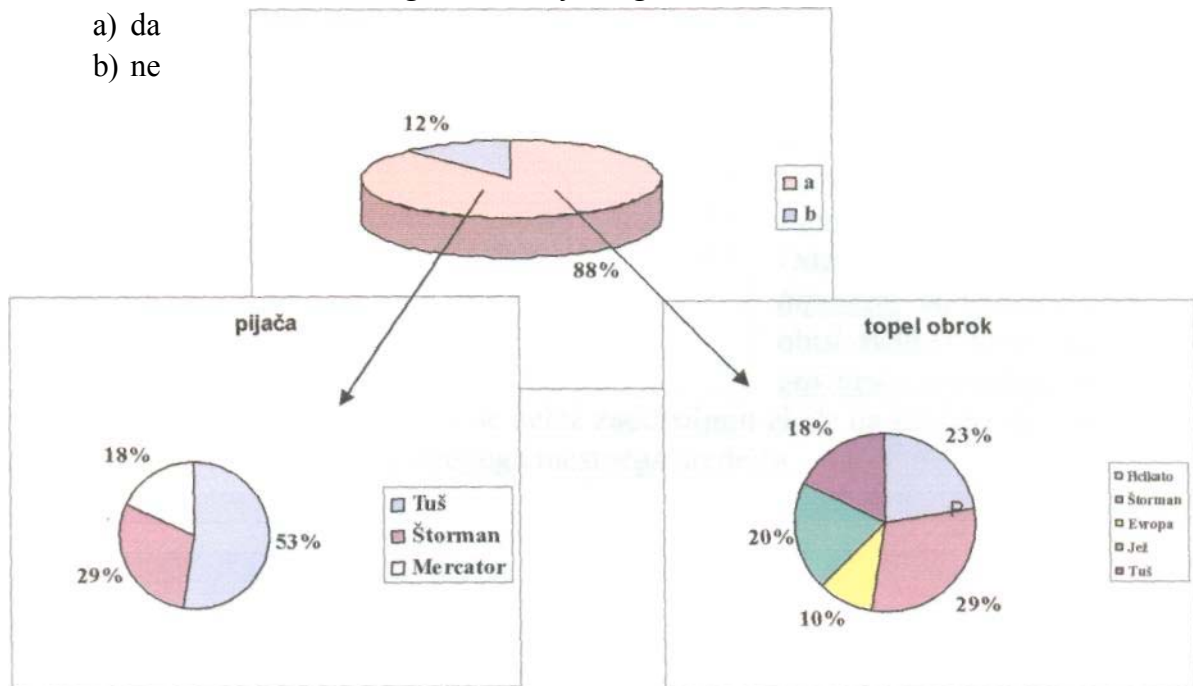
lokalov sva ugotovili, da po urejenosti izstopata hotel Štorman in Hotel Evropa Celje, medtem ko bi drugi lokali v celjskem mestnem središču potrebovali poživitev gostinske ponudbe in prenovo, saj po notranji opremini postajajo zastareli in nepriljubljeni.



## 12.1 Analiza vprašanj o gostinski ponudbi v mestu Celje - obiskovalci iz drugih krajev Slovenije

- Ali ste že obiskali katerega izmed celjskih gostinskih lokalov?

- a) da
- b) ne



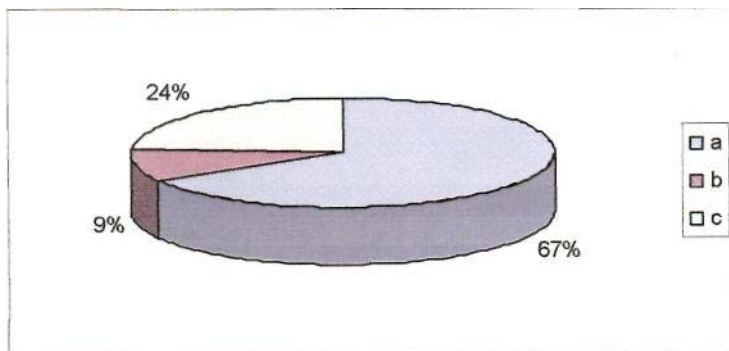
Gostinsko ponudbo je koristilo 88% anketirancev, od tega si jih je 66% privoščilo topel obrok, ostalih 34% pa pijačo. Analiza tako ovrže najino hipotezo, saj sva bili mnenja, da obiskovalci mesta v gostinske lokale zahajajo večinoma na pijačo in krajši oddih.

Največkrat obiskan gostinski lokal s toplim obrokom je hotel Štorman z 29%, sledi pizzerija Picikato, gostinska ponudba v nakupovalnem centru Planet Tuš, ...

Žejo si obiskovalci mesta najpogosteje pogasijo v gostinskih lokalih nakupovalnega centra Planet Tuš.

Obenem sva s to analizo deloma že potrdili začetno hipotezo, da se delež dnevnih obiskovalcev mestnega jedra manjša na račun velikih trgovskih centrov na obrobju mestnega središča, na kar zgovorno kaže visok delež obiska gostinskih lokalov Planeta Tuš.

- Kakšna je gostinska ponudba?
  - a) dobra
  - b) slaba
  - c) povprečna



S ponudbo je bilo zadovoljnih 67% anketiranih, medtem ko jo je 24% označilo za povprečno. Le 9% izprašanih ni bilo zadovoljnih s ponudbo. Odgovori potrjujejo najino hipotezo, saj velika večina obiskovalcev meni, daje gostinska ponudba dobra.

Vendar morava žal poudariti, da se

delež zadovoljnih glede na analizo obiska v veliki meri nanaša na lokale zunaj strogega mestnega središča.



# Dnevni jedilnik Hotela Štorman

## Kosilo

### I. MENU

Goveja juha ali  
Dnevna juha

\*\*\*

Svinjsko pleče po kmečko

Pražen krompir

Dušeno sladko zelje

Solata

\*\*\*

Sladica

-\*\_-

### II. MENU

Goveja juha ali  
Dnevna juha

\*\*\*

Goveji file v gobovi omaki

Puran dunajsko ocvrt

Maslene testenine

Pommes frites

Fina zelenjava

Solata

\*\*\*

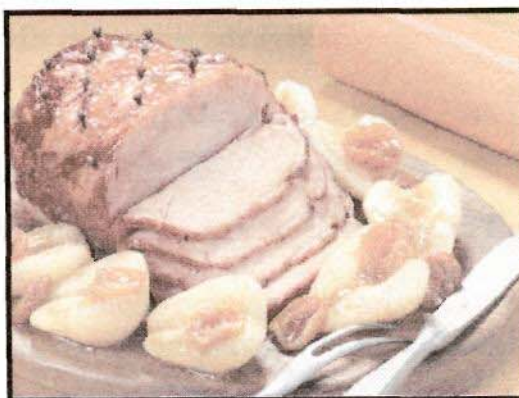
Sladica

## Malica

Rižev narastek s sadnim  
prelivom in smetano

-\*\_-

Svinjsko pleče po kmečko,  
pražen krompir, solata



### 13. TURISTIČNE ORGANIZACIJE

Razvoj Celja v turistično mesto je močno odvisen od turističnih organizacij. Te vzpodbujajo in načrtujejo promocijo in oglaševanje ter izvajajo organizirane in vodene ogleda, organizirajo prireditve in turistom zagotavljajo ustrezne informacije. V občini deluje več turističnih organizacij, ki skupaj pokrivajo vsa področja turizma.

- **Zavod za turizem Celeia Celje**

Zavod za turizem Celeia Celje je ena izmed lokalnih turističnih organizacij. Od leta 2001 deluje pod okriljem Slovenske turistične organizacije. Turistom in obiskovalcem mesta Celje nudi široko paleto informacij o znamenitostih in prireditvah v mestu ter hrani raznoliko informativno gradivo o Celju in okolici. Posreduje tudi podatke o gostinskih lokalih in možnostih nastanitev. Kot ena izmed pomembnejših turističnih organizacij Celja organizira turistična vodenja in ogleda mestnih znamenitosti. Prodaja tudi raznovrstne spominke.



- **Turistično društvo Celje -**  
<http://td-celje.si/phpBB2/>

Turistično društvo Celje je eno izmed najstarejših društev v Sloveniji. Pomembno vpliva na razvoj turizma v Celju. V letu 2005 so izvedli večje število turističnih vodenj po celjskem turističnem območju. Od skupno 120 jih je kar 80 potekalo v slovenskem jeziku, 40 pa v tujem (nemškem, angleškem ter italijanskem jeziku).



- **Skupnost slovenskih naravnih zdravilišč**
- **Celjska turistična zveza -** [www.turisticna-zveza.si/](http://www.turisticna-zveza.si/)
- **Združenje turističnih kmetij Slovenije -** [www.slovenia-tourism.si/touristfarms](http://www.slovenia-tourism.si/touristfarms)

#### 13.1 INTERVJU s predstavnikom Zavoda za turizem Celeia Celje

Ker naju je zanimalo, kako turistične organizacije prispevajo k promociji Celja, sva se dogovorili za intervju s predstavnikom Zavoda za turizem Celeia Celje.

Predstavnik naju je seznanil z načinom promocije Celja po drugih evropskih državah in v večjih slovenskih mestih. Celje kot turistično mesto oglašujejo na borzah in sejmih teh držav, v Sloveniji pa na Slovenski turistični borzi. Najvidneje na povečanje števila turistov vplivajo predvsem borze, saj gre za vzpostavitev neposrednega stika oziroma prenos informacij med ponudnikom, ki je v tem primeru Zavod za turizem Celeia Celje, in organizatorji potovanj v tujini. Pri zunanji promociji je največji poudarek na sodelovanju z Avstrijo in Hrvaško, manjši pomen pa pripisujejo drugim

državam, saj je za uspeh na borzah in sejnih potreben precejšen vložek finančnih sredstev, da v veliki konkurenci postanejo razpoznavni in privlačni.

Pri oglaševanju Celja v drugih slovenskih mestih so osredotočeni na internetno stran in na pojavnost v različnih turističnih katalogih. V zadnjem času se je Celje kot turistično mesto pojavilo v novem katalogu Slovenske turistične organizacije z naslovom Stranske poti so zapeljivejše od glavnih. Katalog delijo tujcem na slovenskih mejnih prehodih, na bencinskih črpalkah Petrol in avtocestnih postajališčih Jasa. Katalog je izšel v italijanščini, nemščini, angleščini in slovenščini.

Pri promociji v večjih slovenskih mestih se izogibajo oglaševanju s pomočjo jumbo plakatov. Ti povzročajo velike stroške, a ne dajejo zelenega učinka.

Zavod za turizem Celeia Celje kot najpomembnejši ocenjuje neposredni kontakt s turisti. Za njih je organiziran Turistično informacijski center. Uspešno sodelujejo tudi s celjskimi turističnimi agencijami.

Pri izvajanju programa se Zavod za turizem Celeia Celje sooča z omejenimi finančnimi sredstvi, kar se odraža v manjšem obsegu promocij, kot bi bilo potrebno.

#### **14. KULTURNE USTANOVE**

Celje je eno izmed tistih slovenskih mest, ki dajejo velik poudarek kulturnemu razvoju. Kulturni utrip je skozi vse leto živahen, zahvaljujoč številnim kulturnim ustanovam in društvom. Najvidnejši med njimi so:

- Pokrajinski muzej Celje,
- KD Celjska folklorna skupina,
- Muzej novejše zgodovine Celje,
- Galerija sodobne umetnosti Celje,
- MCC - Mladinski center Celje,
- Osrednja knjižnica Celje,
- Zgodovinski arhiv Celje,
- Plesno gledališče Celje,
- Sklad RS za ljubiteljske kulturne dejavnosti,
- Zavod za kulturne prireditve Celje,
- Zavod za varstvo naravne in kulturne dediščine Slovenije.



## 14.1 Analiza letnih obiskov kulturnih ustanov v obdobju od leta 1999 do leta 2004



Nihanja v letnih obiskih Pokrajinskega muzeja Celje lahko opazimo v letih 1999 do 2004. Od leta 1999 je število obiskovalcev upadalo vse do leta 2001 in se naglo povečalo leta 2002. Kot je razvidno iz grafa, je leta 2003 število obiskov ponovno padlo, a se je 2004 leta ponovno zvišalo in doseglo mejo izpred petih let.

Obiski Muzeja novejše zgodovine Celje so od leta 1999 do leta 2004 naraščali. Intenzivneje je število naraščalo med letoma 2001 in 2004.

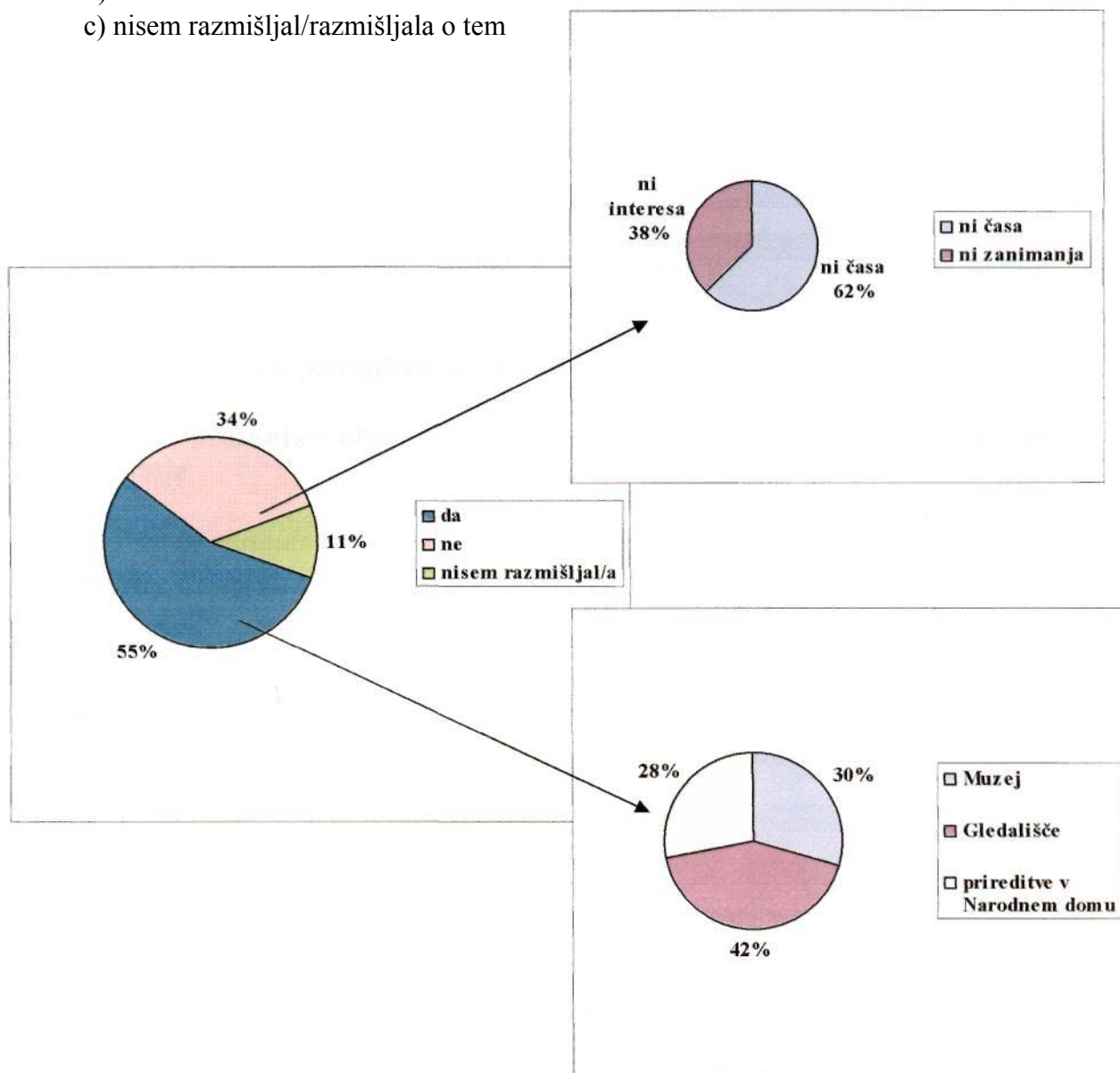
V letu 1999 je imelo Slovensko ljudsko gledališče Celje 3328 obiskovalcev. V naslednjih letih se je njihovo število postopno povečevalo in v letu 2002 ponovno upadlo. Velik porast je bil v letu 2003, nato pa se je v letu 2004 znižal na nivo preteklih let.

Viri: Statistični letopisi Celja 2000 - 2005

Na podlagi analize sva zaznali splošen trend upadanja obiska kulturnih ustanov v Celju.

## 14.2 Analiza vprašanj o obisku kulturnih ustanov mesta Celje - obiskovalci iz drugih krajev Slovenije

- Ali ste že obiskali katero kulturno ustanovo mesta Celje?
  - a) da
  - b) ne
  - c) nisem razmišljal/razmišljala o tem



Večina jih je že obiskala kulturno ustanovo mesta (55%). Največ jih je obiskalo gledališče, sledi mu muzej s 30 % in razne prireditve v Narodnem domu. 34% anketiranih še ni obiskalo nobene kulturne ustanove, 11% pa o obisku sploh ni razmišljalo in na zastavljeno vprašanje niso mogli odgovoriti. Na podlagi pričujoče analize sva tako delno zavrgli hipotezo obiskovalci redko obišejo katero od kulturnih ustanov ali znamenitosti mesta Celje, saj prihajajo večinoma zaradi nakupov in odmevnih prireditev

## 15. CELJSKE PRIREDITVE

Celje predvsem zadnjih nekaj let nudi široko izbiro prireditvev za vsak okus. Odkar sta na njegovem obrobju nastala nov nogometni stadion in prelepa športna dvorana, je Celje postalo središče slovenskih športnih prireditvev. Pa ne le športnih. Dvorana omogoča tudi velike glasbene koncerte, ki so množično obiskani z vseh koncev Slovenije.

Kulturne prireditve se odvijajo skozi vse leto:

- Poletje v knežjem mestu Celje
- Silvestrovanje na prostem
- Pust na Celjskem
- Srednjeveški dan na Starem gradu
- Ples čarovnic
- Podeželje v mestu

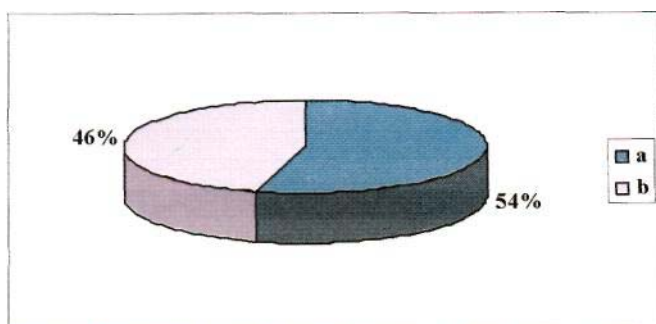
Zavod za kulturne prireditve: [www.zkp-celje.si/](http://www.zkp-celje.si/)

### 15.1 Analiza vprašanja o obisku celjskih prireditvev - obiskovalci iz drugih krajev Slovenije

- *Ali ste že obiskali katero kulturno prireditvev v Celju?*

a) da

b) ne



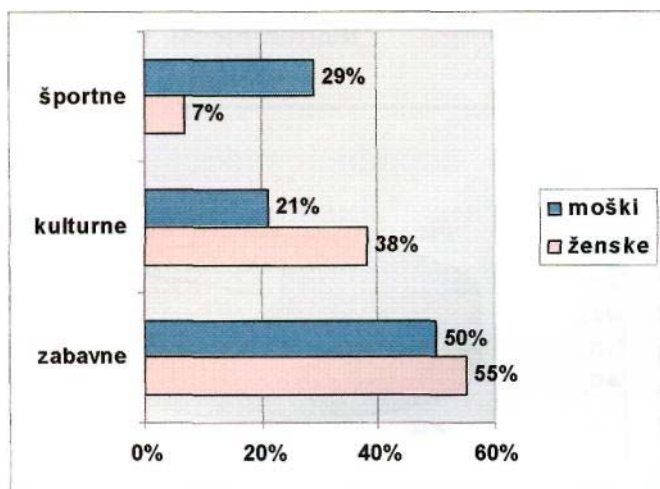
Več kot polovica anketiranih - 54% je že obiskalo katero izmed celjskih prireditvev. 46% še ni obiskalo nobene prireditve.

Na podlagi pričujoče analize sva še enkrat zavrgli hipotezo obiskovalci redko obiščejo katero od kulturnih ustanov ali znamenitosti mesta Celje, saj prihajajo večinoma zaradi nakupov in odmevnih prireditvev.

## 15.2 Analiza vprašanj o celjskih prireditvah - Celjanke in Celjani

### ■ Katere prireditve najpogosteje obiščete?

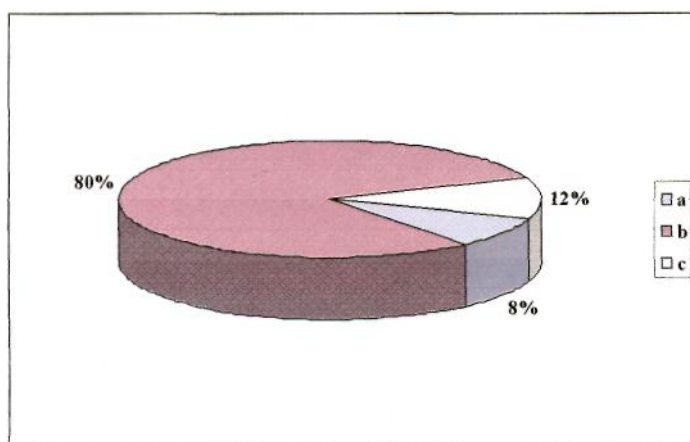
- a) športne                      b) kulturne                      c) zabavne



Primerjava dokazuje, da veliko več Celjank pogosteje obiskuje kulturne prireditve, Celjanov pa športne prireditve. Vendar se približno enak odstotek moških in žensk ne opredeljuje glede na vrsto prireditve, ampak postavlja v ospredje predvsem zabavo.

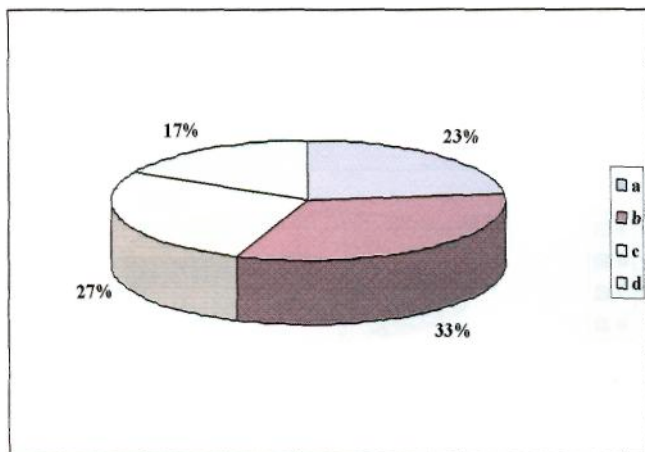
### ■ Kako pogosto obiskujete prireditve?

- a) redno  
b) občasno  
c) ne obiskujem



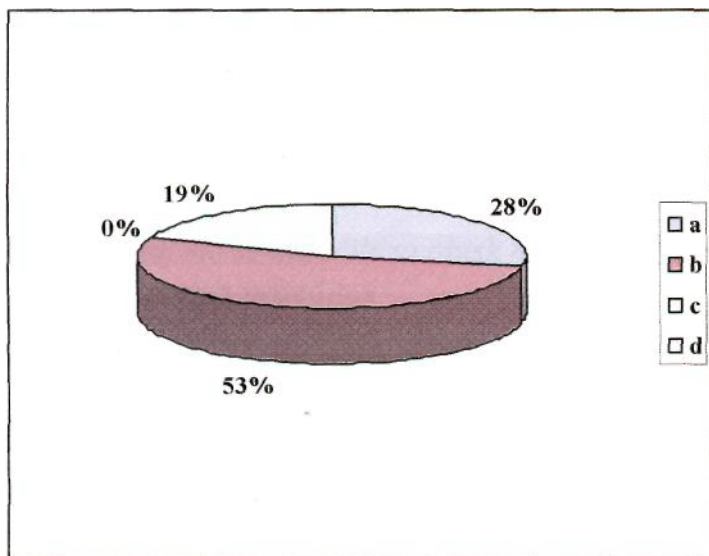
80% izprašanih celjske prireditve obiskuje občasno, kar le *delno potrjuje* najino *hipotezo*, da je *obisk celjskih prireditev s strani Celjank in Celjanov slab*. Le nekaj izjem, in sicer 8%, prireditve obiskuje redno, 12% pa jih sploh ne obiskuje.

- *Kako ste zadovoljni s kulturnim utripom mesta Celje (je dovolj raznovrstnih prireditev)?*
  - a) pester in raznolik
  - b) v primerjavi z ostalimi večjimi mesti v Sloveniji je slab
  - c) nezanimiv
  - d) ne spremljam



Največ Celjank in Celjanov - 33% je mnenja, da je mestni utrip v primerjavi z ostalimi večjimi slovenskimi mesti slab. Le nekaj manj, in sicer 27%, jih meni, da je kulturni utrip nezanimiv, medtem ko jih 23% meni, da je zelo pester in raznolik. 17% anketirancev dogajanja v mestu ne spremlja. Ugotovitve potrdijo najino hipotezo, da Celjanke in Celjani v večini niso zadovoljni s kulturnim utripom.

- *Kakšna je promocija prireditev?*
  - a) slaba
  - b) zadovoljiva
  - c) zelo dobra
  - d) ne spremljam



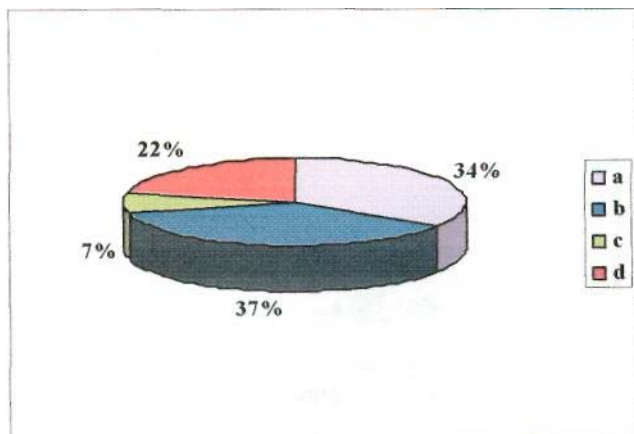
Nekaj več kot polovica anketiranih - 53% je zadovoljnih s promocijo celjskih prireditev, kar kaže, da celjske turistične organizacije zadovoljivo opravljajo svoje delo. To deloma potrjuje najino hipotezo, da je promocija celjskih prireditev dobra. Vseeno pa dejstvo, da nihče ne meni, da je promocija zelo dobra, nikakor ni zanemarljivo. To pomeni, da bi se lokalne turistične organizacije pri oglaševanju morale še bolj organizirati. Da promocija ni dovolj učinkovita, dokazuje

tudi 28% izprašanih, ki so mnenja, da je le-ta slaba.



### 15.3 Analiza odgovora na vprašanje, s pomočjo katerih medijev obiskovalci iz drugih krajev Slovenije dobijo informacije o celjskih prireditvah

- S pomočjo katerih medijev dobite informacije o celjskih prireditvah?
  - a) internet
  - b) televizija
  - c) časopis
  - d) radio



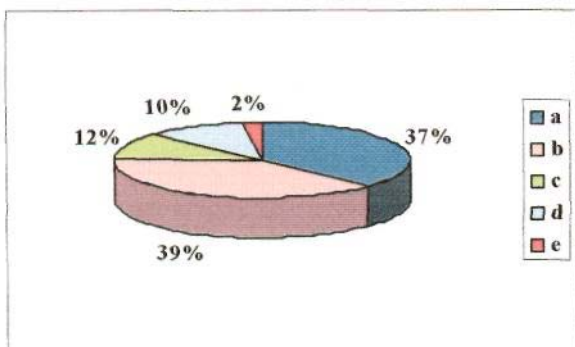
Večina anketiranih je o celjskih prireditvah informirana preko televizije (37%), nato pa s 34% deležem sledi internet. Po radiu dobi informacije 22% anketiranih, o dogodkih v mestu Celje pa so anketiranci in anketiranke najslabše informirani preko časopisov. Analiza kaže tudi pravilnost delovanja Zavoda za turizem Celeia Celje, ki oglašuje Celje in prireditve predvsem preko kakovostne internetne spletne strani.

### 16. NAKUPOVALNI CENTRI

Kapaciteta celjskih nakupovalnih središč se je v zadnjem času močno povečala. Posledično je zaznati tudi večji priliv obiskovalcev iz drugih krajev Slovenije. S pomočjo naslednje ankete sva želeli potrditi najino hipotezo, da obiskovalci prihajajo v Celje večinoma po nakupih.



- Zakaj ste se odločili za obisk mesta Celje?
  - a) športna prireditev
  - b) nakupi
  - c) zimske počitnice (smučanje)
  - d) obisk zdravilišča
  - e) drugo



Anketirani so se za obisk mesta kar z 39% odločili zaradi nakupov, s 37% sledi obisk športnih prireditev. Zelo majhen je delež obiskovalcev, ki so obiskali mesto zaradi preživljanja počitnic v bližnjem smučarskem ali zdraviliškem kraju. Tukaj se spet *potrdi* ena izmed najinih *hipotez*, ki pravi, da *obiskovalci prihajajo v mesto predvsem zaradi nakupov*.

## 16.1 Primerjava po spolu

### ■ Zakaj ste se odločili za obisk mesta Celje?

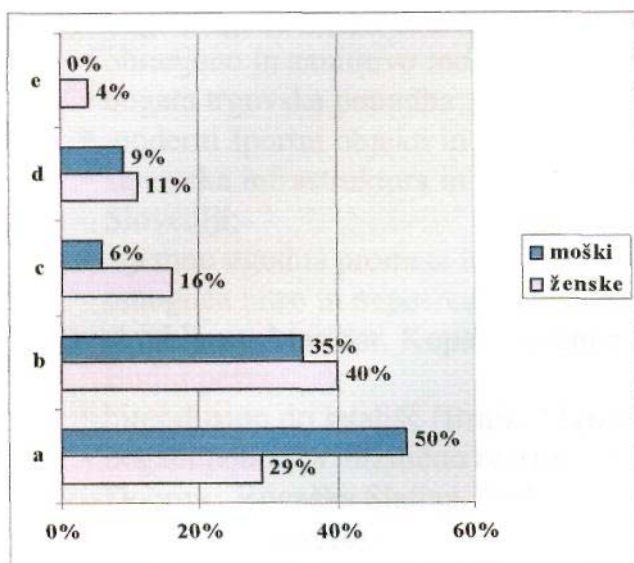
a) športna prireditve

d) obisk zdravilišča

c) smučanje

b) nakupi

e) drugo



Tako ženske kot moški so si bili povečini enotni, če so kot razlog prihoda v Celje navedli nakupe. Opazna je razlika deležev med obiskovalci športne prireditve, saj tu močno prevladujejo moški s 50%.

## 17. ZAKLJUČEK

Ob zaključku raziskovalne naloge ugotavljava, da ima mesto Celje vse možnosti, da se razvija v pomembno poslovno turistično destinacijo. Argumenti za to so naslednji:

- bogata zgodovinska dediščina;
- ohranjeno in zanimivo mestno jedro s starim gradom nad mestom;
- bogata trgovska ponudba;
- moderni športni objekti in uspehi celjskih športnikov;
- sejemska infrastruktura in sloves najpomembnejšega sejemskega mesta v Sloveniji;
- izjemno ugodna prometa lega ob avtocesti in mednarodni železniški progi, ki omogoča hitro in neposredno povezavo z večino pomembnejših slovenskih mest (Ljubljana, Maribor, Koper) in tudi s tujino (Zagreb, Gradec, Trst, Dunaj, Budimpešta, ...);
- hiter dostop do letališč (Brnik, Maribor, Gradec, Trst);
- bogata ponudba turistično rekreacijskih krajev v bližnji okolici (Rogla, Laško, Dobrna, Rogaška Slatina, Podčetrtek in Olimje, Celjska koča, Svetina, Šmartinsko jezero);
- srednješolsko in visokošolsko središče;
- industrijska cona Celje-vzhod z načrtovanim večnamenskim središčem na območju nekdanje Cinkarne;
- kadrovski potencial.

Iz naloge je razvidno, da se obisk Celja povečuje. Pomemben razlog za povečan obisk domačih obiskovalcev in tujih turistov je izgradnja velikih nakupovalnih središč in športnih objektov. To je mestu dalo zagon in možnost za večjo prepoznavnost v Sloveniji in tujini.

V prihodnje je pomembno, da te potencialne mesto izkoristi bolj organizirano. Obiskovalce nakupovalnih centrov in športnih prireditev bi bilo potrebno v večji meri animirati za ogled starega mestnega jedra, kulturnih prireditev in obisk kulturnih ustanov. V ta namen bi bilo potrebno v nakupovalnih centrih postaviti posebne informacijske točke s turističnimi informacijami in ponudbo.

Celje kot hitro razvijajoče se gospodarsko, sejemsko, športno, industrijsko in turistično mesto potrebuje dobro zasnovano promocijsko akcijo, v katero bi vključili vsa slovenska mesta. Posebno vlogo bi morala imeti Ljubljana, kamor se steka večina tujih turistov.

Da bi v polni meri izkoristili opisane možnosti, je potrebno:

- poiskati najboljše načine za promocijo mesta Celja;
- povezati se z letalskimi in železniškimi prevozniki<sup>7</sup>; [www.slo-zeleznice.si/](http://www.slo-zeleznice.si/)
- in oblikovati prepoznavno blagovno znamko Celje - biser ob Savinji.

---

<sup>7</sup> Slovenske železnice že ponujajo možnost prevoza na relaciji Celje-Ljubljana in obenem organiziranega obiska celjskega mestnega jedra, vendar gre za ponudbo, ki je primarno namenjena slovenskim izobraževalnim ustanovam.

Ideja o blagovni znamki Celja je prava pot, saj ima le redko katero mesto tako lep in prepoznaven grb s knežjim slovesom.

Z dograditvijo planiranih hotelskih kapacitet (nov hotel ob dvorani Zlatorog) in nove poslovne cone na prostoru stare Cinkarne se bodo možnosti za razvoj turizma še povečale. Dodaten učinek bo prispevala tudi realizacija načrtov izgradnje turistično športnih objektov ob Šmartinskem jezeru.

Mesto mora dobiti pravi turistični utrip, za to pa je pomembna tudi vzgoja že v osnovnih šolah. Tudi v tem primeru velja namreč slogan »turizem smo ljudje«.

## **18. Predlog načrta promocije Celja in njegovih znamenitosti**

Biser ob Savinji, kot mnogi imenujejo Celje, se ponaša s številnimi naravnimi in kulturnimi znamenitostmi. Analize anket so pokazale, da vedno več ljudi prihaja le na obrobje mesta, kjer so v zadnjem času nastali številni nakupovalni centri, poslovni turizem pa prav tako živi na obrobju na celjskem sejmišču in v okviru industrijske cone Celje-vzhod. Na drugi strani mestno jedro kljub svojim znamenitostim sameva.

Najin predlog načrta vključuje način, kako prepričati obiskovalce nakupovalnih centrov v Celju in tiste iz drugih slovenskih mest, da obiščejo biser ob Savinji.

Pri promociji mesta Celje se nisva omejili le na določeno starostno skupino predvidenih obiskovalcev in turistov, ampak želiva animirati vse starostne skupine.

### Promocija mesta Celje

- V nakupovalnih centrih v mestu Celje.
- V drugih večjih mestih Slovenije.
- Na letališčih (Brnik, Maribor) in večjih železniških postajah (Ljubljana, Maribor), kamor prihaja večje število tujcev.
- V okoliških zdraviliških centrih (Dobrna, Laško, Zreče, Rogaška Slatina, Podčetrtek).
- Dodatne akcije ob že znanih prireditvah (npr. športne prireditve, kulturni dogodki, sejmi).
- Na vseh slovenskih srednjih in osnovnih šolah.
- V raznih društvih - organizirano pohodništvo.

#### 1) V nakupovalnih centrih v mestu Celje

Glede na statistiko anketirancev je jasno, da pridejo obiskovalci iz drugih krajev Slovenije v Celje večinoma po nakupih. Nihče pa si ni imel namena v istem dnevu ogledati tudi katere izmed znamenitosti mesta Celje.

Ena izmed možnosti, kako bi jih privabili tudi k ogledom je, da bi se turistično informacijski center, ki skrbi za promocijo mesta in znamenitosti, povezal z nakupovalnimi centri. Nakupovalni centri bi potrošnikom ob nakupu nad določenim zneskom ponudili vstopnico za ogled kulturne ustanove ali znamenitosti.

## **2) Predstavitev mesta, znamenitosti, gostinskih lokalov na letališčih in železniških postajah**

V času poletnih počitnic predvsem z nizko proračunskimi letalskimi družbami in vlaki prihaja v Slovenijo vedno več popotnikov brez določenega cilja potovanja, ki želijo spoznavati Slovenijo. Predlagava, da lokalne turistične organizacije dajo več poudarka na oglaševanju dobre povezave z letališči in večjimi slovenskimi mesti. Prav zaradi tega bi se s posameznimi železniškimi postajami in letališči dogovorili za direktno promocijo Celja. Tako bi ob najbolj množičnih prihodih letal ali vlakov napravili reklamne akcije z letaki (npr. študentje oblečeni v srednjeveška oblačila delijo prospekte mesta Celje, kjer so označene znamenitosti, prenočitvene in gostinske možnosti, prireditve ipd). Za takšno akcijo bi bilo potrebno pravzaprav malo denarja, vložili pa bi ga seveda vsi, ki bi pri tem veliko pridobili (gostišča, hoteli, muzeji, prireditveni centri).

## **3) Predstavitev mesta v zdraviliških centrih**

Goste in turiste bližnjih zdraviliških centrov bi animirali v povezavi z organizatorji zdraviliških aktivnosti. Obiskovalcem bi ponudili sprejem v srednjeveških nošah, voden ogled in sprehod po Celju s Friderikom in Veroniko. Zaključek bi se odvijal na srednjeveški tržnici z okrepčilom.

## **4) Dodatne akcije ob že znanih prireditvah**

Vsako prireditev, športno, kulturno ali poslovno bi bilo potrebno izkoristiti za promocijo znamenitosti mesta. Ob nakupu vstopnice (za tekmo, sejem ali koncert) bi obiskovalec dobil tudi namig za obisk neke druge spremljajoče ali stalne prireditve v mestu.

## **5) Tematski ogledi Celja namenjeni osnovno in srednješolcem**

Posebej izdelan načrt za osnovne in srednješolce, ki bi vključeval različne tematske sklope (zgodovino, geografijo, šport...). V tem primeru bi se prav tako združili različni ponudniki (gostišča, rekreacijski centri, muzeji...) in napravili zanimive pol ali celodnevne obiske mesta.

## **6) Pohodništvo v bližnjo okolico Celja**

Vedno bolj je v ospredju skrb za gibanje in zdrav način življenja. Celje ima s svojo razgibano okolico čudovite možnosti za vse vrste rekreativnih dejavnosti, predvsem pa za pohodništvo. Zato predlagava tematsko organizirane pohode, kamor bi lahko privabili številne ljubitelje narave.

Pripravili sva dve planinski poti, ki sva jih poimenovali po Almi Karlin. Pohod bi vodili usposobljeni vodniki. Obe poti bi bili vezani tudi na avtobusni prevoz.

### *»Almina pot I (manj zahtevna pot)«*

Pohod bi začeli na Svetini, majhni vasici z dobro ohranjeno gotško cerkvico, kjer je svoj zadnji dom našla tudi svetovna popotnica Alma Karlin. Svetje je drugo ime za vasico, od koder bi po ogledu odšli do Alminega doma, nato na Tovsti vrh in do Celjske kočice. Po oddihu na Celjski koči bi nadaljevali pohod skozi sotesko »Hudičev graben« v Zagrad. Povzpeli bi se še na Grajski hrib do Starega gradu. Planinski pohod bi zaključili z ogledom gradu.

### *»Almina pot II (zahtevnejšapot)«*

Pohodniki bi začeli pot na Grajskem hribu na Starem gradu, kamor bi jih pripeljal avtobus. Najprej bi si ogledali Stari grad in nato nadaljevali pot skozi Pečovnik na Grmado in nato na Celjsko kočico. Po okrepčilu in uživanju v razgledu, bi se odpravili na Tovsti vrh in nadaljevali pot do Svetine. Obiskali bi tudi Almin dom in vasico Svetina. Pohod bi se tu zaključil, pohodniki pa bi se do prvotnih izhodišč ponovno peljali z avtobusom.

## 18.1 Zemljevid poti

### »Almina pot« - zahtevnejša pot



Vir: Atlas Slovenije, 1:50 000 - Celje

#### LEGENDA:

- |                              |                        |
|------------------------------|------------------------|
| 1 - Grajski hrib: Stari grad | 4- Celjska koča        |
| 2 - Pečovnik                 | 5 - Tovsti vrh         |
| 3 - Grmada                   | 6 - Svetina: Almin dom |

»Almina pot« - manj zahtevna pot



Vir: Atlas Slovenije, 1:50 000 - Celje

LEGENDA:

1 - Svetina: Almin dom  
2 - Tovsti vrh

3 - Celjska koča  
4 - Grajski hrib: Stari grad



## 19. VIRI IN LITERATURA:

- Branko Goropevšek: Stoletje v Celju 1900 - 2000, FIT MEDIA d.o.o Celje, Ljubljana - avgust 2001.
- Vinko Skale in dr. Janez Cvim: Celje, Epsi d.o.o, Gorenjski tisk 1999.
- Daniela Zorko: Uvod v turizem,
- Zavod Republike Slovenije za šolstvo, Ljubljana 1999.
- Statistični letopisi Celja (1992 - 1996 in 2001 - 2005), izdala in založila FIT MEDIA d.o.o.
- Anton Šepetavc in dr. Janez Cvirn: Celje knežje mesto, Mesta občina Celje, tiskarna Levkam Maribor, 2000.
- Geodetski zavod SR Slovenije: Atlas Slovenije (1:50 000), Tiskarna Mladinska knjiga, Ljubljana 1985.

Internetne strani:

- [www.celje.si/](http://www.celje.si/)
- [www.slo-zeleznice.si/](http://www.slo-zeleznice.si/)

## **Avtorji slik**

Internetne strani:

- [www.ljudmila.org/sef7slike/celjiskisejem\\_2004/](http://www.ljudmila.org/sef7slike/celjiskisejem_2004/)
- <http://www.burger.si/Celje/>
- [www.astor-hotel.net](http://www.astor-hotel.net)
- [www.gostilne-hotel-storman.com/hotel.php](http://www.gostilne-hotel-storman.com/hotel.php)
- [www.tuiskamacka.com/photo](http://www.tuiskamacka.com/photo)
- [www.celje.si/turizem/](http://www.celje.si/turizem/)
- <http://td-celje.si/phpBB2/>
- [www.zgarhiv.celje.si/](http://www.zgarhiv.celje.si/)
- [www.rtv slo.si/tureavanture](http://www.rtv slo.si/tureavanture)
- [www.izlernik.si/porniskipromet.asp](http://www.izlernik.si/porniskipromet.asp)

Viri slik - zloženka:

- avtor karikature: Nejc Pustoslemšek, 9.a
- [www.nenavadno.com/stari\\_grad.jpg](http://www.nenavadno.com/stari_grad.jpg)
- [www.večer.si/vecer2003/podatki/2005](http://www.večer.si/vecer2003/podatki/2005)
- [www.burger.si/Celje/GalerijaSodobnihUmetnostiFEB2000](http://www.burger.si/Celje/GalerijaSodobnihUmetnostiFEB2000)
- [www.pokmuz-ce.si/](http://www.pokmuz-ce.si/)
- [www.inter-m.si/celje/images/kdaj/kje\\_kdaj\\_13.jpg](http://www.inter-m.si/celje/images/kdaj/kje_kdaj_13.jpg)
- [www.taranmlas-spidercom/misc\\_stuff7tarantela/note.gif](http://www.taranmlas-spidercom/misc_stuff7tarantela/note.gif)
- [www.trajekt.org/pictures/cerje.jpg](http://www.trajekt.org/pictures/cerje.jpg)
- [www.radiocelje.com/galerija](http://www.radiocelje.com/galerija)

## PRILOGA

I. osnovna šola Celje

Januar 2006

*Vprašanja za anketo (obiskovalci iz drugih delov Slovenije):*

Starostna skupina:

- Od 20 do 30
- Od 30 do 50
- Nad 50 let

Spol:

M      Ž

1. Zakaj ste se odločila za obisk mesta Celje?

- a) športna prireditev
- b) nakupi
- c) zimske počitnice (smučanje)
- d) obisk zdravilišča
- e) drugo: \_\_\_\_\_

2. Ste že obiskali kakšno kulturno ustanovo mesta Celje?

- a) Da
  - Kaj ste obiskali? \_\_\_\_\_ .
- b) Ne
  - Zakaj ne? \_\_\_\_\_

c) Nisem razmišljal/a o tem

3. Ali ste že obiskali katerega izmed celjskih gostinskih lokalov?

- a) Da
  - ❖ S kakšnim namenom?
    - Topel obrok
    - Samo pijača
  - ❖ Katerega ste obiskali? \_\_\_\_\_
  - ❖ Kakšna je gostinska ponudba? \_\_\_\_\_
- b) Ne

4. Ali ste že obiskali katero kulturno prireditev v Celju?

- a) Da
- b) Ne

5. S pomočjo katerih medijev dobite informacije o celjskih prireditvah?

Vprašanja za anketo - med Celjankami in Celjani

Starostna skupina:

- Od 20 do 30 let
- Od 30 do 50 let
- Nad 50 let

Spol:

M    Ž

1. Kako ste zadovoljni s kulturnim utripom mesta Celje (je dovolj raznovrstnih prireditev)?

- a) pester in raznolik
- b) v primerjavi z ostalimi večjimi mesti v Sloveniji je slab
- c) nezanimiv
- d) ne spremljam

2. Kakšna je promocija prireditev?

- a) slaba
- b) zadovoljiva
- c) zelo dobra
- d) ne spremljam

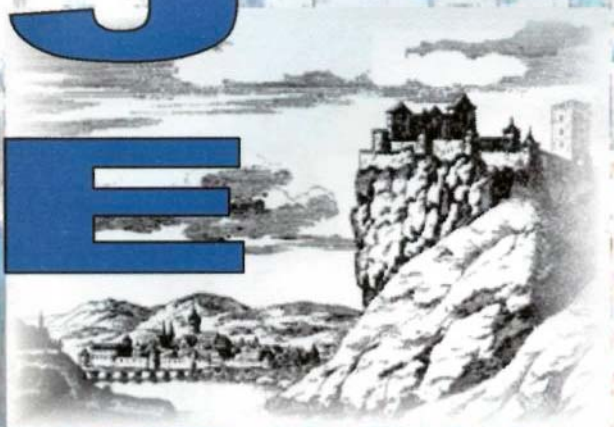
3. Kako pogosto obiskujete prireditve?

- a) redno
- b) občasno
- c) ne obiskujem

4. Katere prireditve najpogosteje obiščete?

- a) športne
- b) kulturne
- c) zabavne

C  
E  
L  
J  
E



*Celje - mesto  
zabave,  
znamenitosti,  
športa...*

**Mesto v katerem vsak  
najde nekaj zase...**





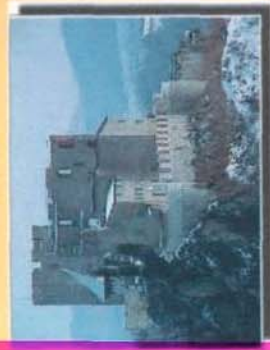
Hmmmm...  
Kaj bi si  
ogledal?

GLASBENT



KONCERT

STARI  
GRAD



ROKOMETNA  
TEKMA



POKRAJINSKI MUZEJ CELJE



MUZEJ  
NOVEJŠE  
ZGODOVINE  
CELJE



NOGOMETNA  
TEKMA



PRAVLJIČNA  
DEŽELA



SEJEM



GALERIJA SODOBNE UMETNOSTI CELJE

