

JERUZALEM
SLOVENIJA



NADGRADNJA STRATEGIJE DESTINACIJE JERUZALEM SLOVENIJA
„Načrt razvoja gospodarstva in dviga kakovosti življenja na območju
LAS UE Ormož v obdobju 2019-2025“

z dokumentom

NADGRADNJA DESTINACIJE JERUZALEM SLOVENIJA
V OBDOBJU 2026-2030

Naročnik:

Občina

Naslov:

ID za DDV:

Matična številka:

Odgovorna oseba:

Občina Ormož

Ptujska cesta 6, 2270 Ormož

29924464

5883687000

Danijel Vrbnjak župan, mag. posl. ved

Izvajalec:

Institucija:

Naslov:

ID za DDV:

Matična številka:

Odgovorna oseba:

ProVITAL d.o.o.

Mladinska ulica 45, SI-2212 Šentilj v Slov. goricah

SI72576294

3771032000

doc. dr. Tanja Lešnik Štuhec

Ormož, 10. 11. 2025

Avtor dokumenta: doc. dr. Tanja Lešnik Štuhec, Provital d.o.o.

Projektna skupina:

- Mateja Zemljak, Občina Ormož
- Blanka Kosi Raušl, Občina Sveti Tomaž
- Jelka Zidarič Trstenjak, Občina Središče ob Dravi
- Petra Kolednik, Občina Gorišnica
- Anita Bolčevič, JZ TKŠ Občine Ormož
- Andrej Vršič, direktor oz. Valerija Kolenko, v. d. direktorica JZ TKŠ Občine Ormož
- doc. dr. Tanja Lešnik Štuhec, ProVITAL d.o.o., vodja PS kot izvajalec

KAZALO VSEBINE

1 UVOD	9
1.1 Destinacija Jeruzalem Slovenija.....	9
1.2 Metodologija oblikovanja dokumenta	10
1.3 Ugotovitve analize stanja in raziskovanja mnenj in pričakovanj deležnikov	12
1.4 Sestava strateškega dokumenta	13
2 PRIHODNOST RAZVOJA TURIZMA DESTINACIJE JERUZALEM SLOVENIJA ZA OBDOBJE 2026-2030	14
2.1 Prioritete razvoja turizma Destinacije Jeruzalem Slovenija do leta 2030	14
2.2 Vizija in slogan razvoja turizma Destinacije Jeruzalem Slovenija do leta 2030.....	16
2.3 Strateški cilji turizma Destinacije Jeruzalem Slovenija do leta 2030	17
2.5 Ukrepi razvoja turizma Destinacije Jeruzalem Slovenija do leta 2030	18
3 ORGANIZIRANOST DESTINACIJE JERUZALEM SLOVENIJA ZA OBDOBJE 2026-2030	19
3.1 Model organiziranosti Destinacije Jeruzalem Slovenija do 2030	19
3.2 Kadrovska zasedba modela organiziranosti Destinacije Jeruzalem Slovenija do 2030	20
3.3 Financiranje nadgrajenega modela organiziranosti Destinacije Jeruzalem Slovenija do 2030	21
4 ORGANIZACIJSKA OBLIKA IZVAJANJA AKTIVNOSTI DMMO JERUZALEM SLOVENIJA do leta 2030	23
4.1 Služba za mreženje Destinacije Jeruzalem Slovenija.....	25
4.2 Služba za kakovost, raziskave in razvoj Destinacije Jeruzalem Slovenija	28
4.3 Služba za marketing, branding in komuniciranje Destinacije Jeruzalem Slovenija	30
4.4 Služba za doživetja Destinacije Jeruzalem Slovenija	31
4.5 Služba za upravljanje turistične infrastrukture in prodajo Destinacije Jeruzalem Slovenija	32
5 NAČRT AKTIVNOSTI RAZVOJA TURIZMA DESTINACIJE JERUZALEM SLOVENIJA ZA OBDOBJE 2026-2030	34
6 AKCIJSKI NAČRT UDEJANJANJA STRATEGIJE RAZVOJA TURIZMA DJS ZA OBDOBJE 2026-2027	38
6.1 Upravljanje certificirane ponudbe Destinacije Jeruzalem Slovenija za obdobje 2026- 2027	38
6.2 Razvoj certificirane ponudbe Destinacije Jeruzalem Slovenija 2026-2027	41
6.3 Marketing, branding in komuniciranje Destinacije Jeruzalem Slovenija 2026-2027	44
6.4 Istovetnost celovite ponudbe Destinacije Jeruzalem Slovenija 2026-2027	47

7 UDEJANJANJE KPI ŠTIRIH STRATEŠKIH PRIORITET PO SLUŽBAH DMMO JERUZALEM SLOVENIJA ZA OBDOBJE 2026-2027	50
7.1 Služba za mreženje DMMO Jeruzalem Slovenija 2026-2027	52
7.2 Služba za kakovost, raziskave in razvoj DMMO Jeruzalem Slovenija 2026-2027	53
7.3 Služba za marketing, branding in komuniciranje DMMO Jeruzalem Slovenija 2026- 2027	54
7.4 Služba za doživetja DMMO Jeruzalem Slovenija 2026-2027	55
7.5 Služba za upravljanje turistične infrastrukture in prodajo ponudbe DMMO Jeruzalem Slovenija 2026-2027	56
8 IZVEDBENI AKCIJSKI NAČRT DMMO JERUZALEM SLOVENIJA ZA OBDOBJE 2026- 2027	57
9 ZAKLJUČEK OZ. POVZETEK DOKUMENTA.....	69

KAZALO SLIK

Slika 1: Terasa z vinogradi Krajinskega parka Jeruzalemsko-ormoške gorice	9
Slika 2: Metodologija izvajanja projekta na območju Destinacije Jeruzalem Slovenija	11
Slika 3: Časovnica aktivnosti za nadgradnjo Strategije razvoja turizma Destinaciji Jeruzalem Slovenija v letu 2025	11
Slika 4: Nadgrajene prioritete razvoja turizma Destinacije Jeruzalem Slovenija za obdobje 2026-2030.....	14
Slika 5: Vizija razvoja turizma Destinacije Jeruzalem Slovenija za obdobje do leta 2030 - kratka	16
Slika 6: Vizija razvoja turizma Destinacije Jeruzalem Slovenija za obdobje do leta 2030 - daljša.....	16
Slika 7: Slogan/i Destinacije Jeruzalem Slovenija za obdobje do leta 2030	16
Slika 8: Ukrepi razvoja turizma Destinacije Jeruzalem Slovenija za obdobju 2026-2030	18
Slika 9: Model organiziranost Destinacije Jeruzalem Slovenija do 2030	19
Slika 10: Služba za doživetja s štirimi centri Destinacije Jeruzalem Slovenija do 2030.....	20
Slika 11: Kadrovski načrt organiziranosti Destinacije Jeruzalem Slovenija do 2030.....	20
Slika 12: Kadrovska zasedba in aktivnosti področja Turizem znotraj JZ TKŠ Občine Ormož	21
Slika 13: Financiranje skupnih aktivnosti – javni del po Poslovnem modelu DMMO JS do 2030	21
Slika 14: Financiranje skupnih aktivnosti – zasebni del po Poslovnem modelu DO JS do 2030	22
Slika 15: Financiranje skupnih aktivnosti J-Z partnerstva DJS do leta 2030.....	22
Slika 16: DMMO Jeruzalem Slovenija – poslovni model J-Z partnerstva DJS.....	23
Slika 17: Služba za mreženje Destinacije Jeruzalem Slovenija.....	25
Slika 18: Vzpostavljeno J-Z partnerstvo s skupnimi aktivnostmi DJS do leta 2030	25
Slika 19: Povezava J-Z partnerstva in ukrepov udejanja vizije Destinacije Jeruzalem Slovenija.....	26
Slika 20: Naloge J-Z partnerstva za izvajanje strategije razvoja turizma Destinacije Jeruzalem Slovenija do 2030.....	26
Slika 21: Služba za kakovost, raziskave in razvoj Destinacije Jeruzalem Slovenija	28
Slika 22: Služba za marketing, branding in komuniciranje Destinacije Jeruzalem Slovenija	30
Slika 23: Služba za doživetja Destinacije Jeruzalem Slovenija	31
Slika 24: Služba za upravljanje turistične infrastrukture in prodajo ponudbe Destinacije Jeruzalem Slovenija	33
Slika 25: Model javno-zasebnega partnerstva za izvajanje Strategije razvoja turizma Destinacije Jeruzalem Slovenija do 2030	34
Slika 26: Model partnerstva za izvajanje Strategije razvoja turizma DJS – UPRAVLJANJE	35
Slika 27: Model partnerstva za izvajanje Strategije razvoja turizma DJS – RAZVOJ	35
Slika 28: Model partnerstva za izvajanje Strategije razvoja turizma DJS – MARKETING, BRANDING IN KOMUNICIRANJE.....	36
Slika 29: Model partnerstva za izvajanje Strategije razvoja turizma DJS – ISTOVETNOST.....	37
Slika 30: Model J-Z partnerstva udejanjanja Strategije razvoja turizma DJS – UPRAVLJANJE, 1KPIa	38
Slika 31: Model J-Z partnerstva udejanjanja Strategije razvoja turizma DJS – UPRAVLJANJE, 1KPIb	39

Slika 32: Model J-Z partnerstva udejanjanja Strategije razvoja turizma DJS – UPRAVLJANJE, 1KPIc.....	39
Slika 33: Model J-Z partnerstva udejanjanja Strategije razvoja turizma DJS – UPRAVLJANJE, 1KPI d	40
Slika 34: Model J-Z partnerstva udejanjanja Strategije razvoja turizma DJS – UPRAVLJANJE, 1KPIe	40
Slika 35: Model J-Z partnerstva udejanjanja Strategije razvoja turizma DJS –.....	41
Slika 36: Model J-Z partnerstva udejanjanja Strategije razvoja turizma DJS –.....	41
Slika 37: Model J-Z partnerstva udejanjanja Strategije razvoja turizma DJS –.....	42
Slika 38: Model J-Z partnerstva udejanjanja Strategije razvoja turizma DJS – RAZVOJ, 2KPI d	42
Slika 39: Model J-Z partnerstva udejanjanja Strategije razvoja turizma DJS –.....	43
Slika 40: Model J-Z partnerstva udejanjanja Strategije razvoja turizma DJS –.....	43
Slika 41: Model J-Z partnerstva za izvajanje Strategije razvoja turizma DJS – MARKETING, BRANDING IN KOMUNICIRANJE, 3KPIa	44
Slika 42: Model J-Z partnerstva udejanjanja Strategije razvoja turizma DJS – MARKETING, BRANDING IN KOMUNICIRANJE, 3KPIb	45
Slika 43: Model J-Z partnerstva udejanjanja Strategije razvoja turizma DJS – MARKETING, BRANDING IN KOMUNICIRANJE, 3KPIc	45
Slika 44: Model J-Z partnerstva udejanjanja Strategije razvoja turizma DJS – MARKETING, BRANDING IN KOMUNICIRANJE, 3KPI d in 3KPIe.....	46
Slika 45: Model J-Z partnerstva udejanjanja Strategije razvoja turizma DJS – MARKETING, BRANDING IN KOMUNICIRANJE, 3KPI f	46
Slika 46: Model J-Z partnerstva udejanjanja Strategije razvoja turizma DJS - ISTOVETNOST, 4KPIa	47
Slika 47: Model J-Z partnerstva udejanjanja Strategije razvoja turizma DJS – ISTOVETNOST, 4KPIb	48
Slika 48: Model J-Z partnerstva udejanjanja Strategije razvoja turizma DJS – ISTOVETNOST, 4KPIc.....	48
Slika 49: Model J-Z partnerstva udejanjanja Strategije razvoja turizma DJS – ISTOVETNOST, 4KPI d	49
Slika 50: Model J-Z partnerstva udejanjanja Strategije razvoja turizma DJS – ISTOVETNOST, 4KPIe	50
Slika 51: DMMO Jeruzalem Slovenija.....	51
Slika 52: Služba za Mreženje J-Z partnerstva Destinacije Jeruzalem Slovenija, udejanjanje KPI dveh prioritet: Upravljanje in Istovetnost	52
Slika 53: Služba za Kakovost, raziskave in razvoj DMMO Jeruzalem Slovenija, udejanjanje KPI treh prioritet: Upravljanje, Razvoj in Istovetnost	53
Slika 54: Služba za Marketing, branding in komuniciranje DMMO Jeruzalem Slovenija, udejanjane KPI prioritete tri: Marketing	54
Slika 55: Služba za Doživetja DMMO Jeruzalem Slovenija, udejanjanje KPI dveh prioritet: Razvoj in Istovetnost	55
Slika 56: Služba za Upravljanje turistične infrastrukture in prodajo ponudbe DMMO Jeruzalem Slovenija, udejanjanje	56
Slika 57: Prioritetne aktivnosti DMMO Jeruzalem Slovenija v letih 2026-2027	57

Slika 58: Model J-Z mreženja deležnikov DJS v sklopu DMMO Jeruzalem Slovenija 2026-2027	58
Slika 59: Model upravljanja DMMO Jeruzalem Slovenija s Sprejemno turistično agencijo Jeruzalem Slovenija, petimi službami in štirimi centri.....	59
Slika 60: Model Upravljanja Mreže ponudnikov TKZ Jeruzalem Slovenija	60
Slika 61: Model butičnih vodenih doživetij, gastronomskih in drugih prireditev in dogodkov Destinacije Jeruzalem Slovenija	61
Slika 62: Služba za doživetja DMMO Jeruzalem Slovenija – Center narave Destinacije Jeruzalem Slovenija – TIC Središče ob Dravi.....	62
Slika 63: Služba za doživetja DMMO Jeruzalem Slovenija – Center kulture Destinacije Jeruzalem Slovenija – Grad Ormož in TIC Ormož	63
Slika 64: Služba za doživetja DMMO Jeruzalem Slovenija – Outdoor center Ormož – Športni parki Destinacije Jeruzalem Slovenija z Mrežo PKTVE poti in STA DJS	64
Slika 65: Služba za doživetja DMMO Jeruzalem Slovenija – Center za kakovost življenja v Destinaciji Jeruzalem Slovenija – TIC-P Sv. Tomaž	65
Slika 66: Služba za doživetja DMMO Jeruzalem Slovenija – Mreža enogastronomskih ponudnikov Destinacije Jeruzalem Slovenija s STA DJS.....	66
Slika 67: Služba za doživetja DMMO Jeruzalem Slovenija – Mreža Razpršenega hotela Jeruzalem Slovenija z Rezervacijskim sistemom.....	67
Slika 68: Model marketinga in prodaje certificirane ponudbe s TKZ Jeruzalem Slovenija – Služba za marketing, branding in komuniciranje.....	68

SEZNAM KRATIC

AIS	Akademija Izvorno slovensko
CK	Center kulture
CN	Center narave
CKŽ	Center za kakovost življenja
CM	Marketinški cilji
CR	Razvojni cilji
CVP	Celostna vizualna podoba
DIG	Digitalizacija
DJS	Destinacija Jeruzalem Slovenija
DMMO	Destinacijska management in marketing organizacija
DOM	Družbena omrežja
DOV	Delavnica odprtih vrat
DP	Dobro počutje /Destinacijski portal
DO	Destinacijska organizacija
DS	Delovna skupina
DSD	Delovna skupina za doživetja
DSK	Delovna skupina za kakovost
DSM	Delovna skupina za mreženje
DSMBK	Delovna skupina za marketing, branding in komuniciranje
DSRR	Delovna skupina za raziskave in razvoj
DSUTIIP	Delovna skupina za upravljanje turistične infrastrukture in prodajo
DZ	Destinacijska znamka
ekoPŽI	Certificirani ekološki pridelki in živilski izdelki
GD	Green Destination
GPRI	Gastronomske prireditve
GVD	Gastronomska vodena doživetja
EU	Evropska unija
EUR	Euro
FB	Facebook
HG	Hiša gastronomije
HO	Hiša okusov
HV	Hiša vina
IG	Instagram
I	Istovetnost
IKT	Informacijsko-komunikacijska tehnologija
ITA	Incoming tourist agency / Incoming turistična agencija
ITP	Integralni turistični produkt / Izjemna turistična privlačnost
JP	Jedi in pijače, postrežene na gostinski način
JS	Jeruzalem Slovenija
JZ TKŠ OO	Javni zavod za turizem, kulturo in šport Občine Ormož
JZO	Javne in zasebne organizacije
J-ZP	Javno-zasebno partnerstvo
KD	Kulturna dediščina / Kulturna društva
KDOM	Kreativna domačija
KOT	Klasična orodja trženja
KP	Krajinski park
KP JOG	Krajinski park Jeruzalemsko-ormoške gorice
KP SoD	Krajinski park Središče ob Dravi
KŽI	Ključni kazalniki uspešnosti
KŽ	Kakovost življenja
LAS UE Ormož	Lokalna akcijska skupina Upravne enote Ormož
LDV	Lokalna dobaviteljska veriga / Lokalno dodana vrednost
M	Marketing
MBK	Marketing, branding in komuniciranje
MEGP	Mreža enogastronomskih ponudnikov

MIS	Model Izvorno slovensko
MKPTVEP	Mreža kolesarskih, pohodnih, tematskih, vodnih, energijskih poti
ND	Naravoslovna društva
NK	Nastanitvene kapacitete
NR OL	Naravni rezervat Ormoške lagune
ODC	Outdoor center – center za rekreacijo v naravi
OO	Občina Ormož
OP	Organizator potovanj
OSoD	Občina Središče ob Dravi
OSvT	Občina Sveti Tomaž
P1-4	Prioriteta 1-4
PDBG	Povprečna doba bivanja gostov
PDJ-ZP	Poslovni dogovor javno-zasebnega partnerstva
PDP	Poslovni dogovor partnerjev
PDPG	Povprečna dnevna potrošnja gosta
PPC	Predstavitveno-prodajni center
PPD	Paketna ponudba destinacije
PS	Projektna skupina
PŠ	Priprave športnikov
PT	Prijateljska tekma
PŽI	Pridelki in živilski izdelki
R	Razvoj
RHJS	Razpršeni hotel Jeruzalem Slovenija
RI	Rokodelski izdelki
RRC	Razvojno raziskovalni center
RS	Rezervacijski sistem
SD	Služba za doživetja
SEM	Search Engine Marketing / uporaba različnih postopkov in strategij, ki dolgoročno izboljšujejo pozicijo spletne strani na iskalnikih
SEO	Search Engine Optimization / optimizacija spletne strani
SKRR	Služba za kakovost, raziskave in razvoj
SM	Služba za mreženje
SMBK	Služba za marketing, branding in komuniciranje
STA	Sprejemna turistična agencija
STO	Slovenska turistična organizacija
STR DJS	Strategija razvoja turizma Destinacije Jeruzalem Slovenija
SUTIIP	Služba za upravljanje turistične infrastrukture in prodajo
ŠT	Študijska tura
TA	Turistična agencija
TC	Turistični center / Tematski center
TD	Turistična destinacija / Turistično društvo
TIC-P	Turistično informacijski center, pisarna
TIT	Turistično informacijska točka
TKZ JS	Teritorialna kolektivna znamka Jeruzalem Slovenija
TKZJSmat	Prodajni avtomat za certificirano ponudbo
TP	Turistični produkt / Turistična pisarna / Tematske poti
TT	TikTok
U	Upravljanje
UI	Umetna inteligenca
UM	Ukrepi na področju marketinga
UR	Ukrepi na področju razvoja
VD	Vodena doživetja
VDK	Vodena doživetja kulture
VGD	Vodena gastronomska doživetja
VOV	Vikend odprtih vrat
ZSST	Zelena shema slovenskega turizma
WEB	Svetovni splet
X	Družbeno omrežje, bivši Twitter

1 UVOD

V uvodnem poglavju je predstavljena destinacija Jeruzalem Slovenija z aktivnostmi za nadgradnjo obstoječega dokumenta „Načrt razvoja gospodarstva in dviga kakovosti življenja na območju LAS UE Ormož v obdobju 2019-2025“ in metodologija projektnih aktivnosti za pripravo dokumenta **»NADGRADNJA DESTINACIJE JERUZALEM SLOVENIJA V OBDOBJU 2026-2030«** z naslovom **»MODEL IN AKCIJSKI NAČRT SRT DJS DO 2030 IN AKCIJSKI NAČRT 2026-2027«** ter vsebina po poglavjih.

1.1 Destinacija Jeruzalem Slovenija

Destinacija Jeruzalem Slovenija povezuje območje treh prleških občin – Ormož, Sv. Tomaž in Središče ob Dravi - pod enotno destinacijsko znamko Jeruzalem Slovenija in ponudnike pod teritorialno kolektivno znamko (TKZ) Jeruzalem Slovenija. Aktivnosti organiziranega turizma vodi od leta 2016 Javni zavod za turizem, kulturo in šport Občine Ormož (JZ TKŠ OO). V Mreži TKZ Jeruzalem Slovenija, ki je bila vzpostavljena leta 2018, je 55 ponudnikov, ki imajo certificirano ponudbo v sedmih kategorijah po Modelu Izvorno slovensko, in sicer na prvi ravni: rokodelski izdelki, pridelki in živilski izdelki ter jedi in pijače, postrežene na gostinski način, na drugi ravni: gastronomski prireditve in vodena doživetja in na tretji ravni, ravni ambasadorjev DJS: Hiša vina in Razpršeni hotel Jeruzalem Slovenija (RHJS) (4.11.2025).

Destinacija Jeruzalem Slovenija ponuja izjemna doživetja narave s prelepo kuliso terasastih vinogradov in vrhunskimi vini, ob spremljavi prleške kulinarike s pogačami, tünko in bučnim oljem.

Slika 1: Teras z vinogradi Krajinskega parka Jeruzalemsko-ormoške gorice



Vir: JZ TKŠ Občine Ormož, avtor: 4StudioDAMN.

Narava dveh krajinskih parkov – *Jeruzalemsko-ormoške gorice* in *Središče ob Dravi*, pritegne z razgibanim reliefom, terasastimi vinogradi s prepoznanimi klopotci in širnimi gozdovi ter gnezdišči ptic ob reki Dravi. *Naravni rezervat Ormoške lagune*, gnezdišče mnogim pticam in rokavi stare struge reke Drave, ki so ustvarjeni za pohodništvo, kolesarjenje in konjenišтво, navdušijo *aktivne obiskovalce*.

Ponudniki *s prepletanjem tradicije, kulture, zgodovine, prleške kulinarike in vina* ter pridelkov in živilskih izdelkov izpod pridnih rok kmetov in mojstrov rokodelcev, povežejo aktivnosti v *izjemna vodena doživetja* za *prepoznane in nagovorjene ciljne skupine gostov* iz različnih trgov.

Najbolj zanimiva in obiskana turistična pot je *vinska cesta*, kjer se kot značilna veduta postavlja Jeruzalem. Pot povezuje vinarje z *različnimi stili mirnih belih, roze, rdečih, pa tudi penečih vin in vin posebnih trgatav*, izjemen ugled ima tradicionalna in udomačena sorta *šipon*.

Vinogradniške turistične kmetije že desetletja privlačijo goste, ki uživajo ob izvrstni gastronomiji, vinu idr. pijačah, se razvajajo v velneški ponudbi in bazenih. Izbrane med njimi so s certifikatom teritorialne kolektivne znamke (TKZ) Jeruzalem Slovenija označene z oznako *Hiša vina*.

Obisk obeh gradov – *Ormož in Velika Nedelja* ter tradicionalno *Martinovanje* v Destinaciji Jeruzalem Slovenija pritegnejo k obisku *ljubitelje kulturne dediščine*.

Celotna destinacija je raj za obiskovalce, ki *potujejo z avtodomom*, pa tudi popotnike, ki se ustavijo v posameznih nastanitvenih enotah *Razpršenega hotela Jeruzalem Slovenija*.

Navdušuje *dobra volja in prleški temperament* razvit skozi burno zgodovino, ko so se na območju Destinacije Jeruzalem Slovenija stikali najrazličnejši vplivi vseh koncev sveta. *Iskretni ponudniki skrbno in ponosno gradijo istovetnost Destinacije Jeruzalem Slovenija* kar je v zadnjih letih vplivalo na *rast obiska in potrošnje gostov*.

1.2 Metodologija oblikovanja dokumenta

Metodologija izvajanja projekta Strategija razvoja turizma Destinacije Jeruzalem Slovenija 2026-2030 je nadgradnja prvotne iz leta 2019 za prvo sedemletno razvojno obdobje Destinacije Jeruzalem Slovenija. Tri občine, Ormož, Sv. Tomaž in Središče ob Dravi, so povezale aktivnosti skozi LAS Povezani med Dravo in goricami in celovito zasnovale prihodnost na področju turizma do leta 2030.

Metodologija projektnih aktivnosti nadgradnje prvotne strategije temelji na treh razvojnih fazah (Slika 2), in sicer: (i) *Posnetek stanja* z odgovori na vprašanje: Kje smo na področju turizma v letu 2025 v DJS? (Priloga 2), (ii) *Prioritete, vizija in strateški cilji* na področju razvoja in trženja z odgovori na vprašanje: Kaj želimo doseči v DJS? (Priloga 1) ter (iii) *Poslovni model Destinacijske organizacije Jeruzalem Slovenija* (DMMO JS) za obdobje 2026-2030 z *Akcijskim načrtom za obdobje 2026-2030* in *Izvedbenim Akcijskim načrtom Strategije razvoja in trženja turizma DJS 2026-2027*, ki odgovarjajo na vprašanje Kako želimo doseči? (Priloga 3)

Slika 2: Metodologija izvajanja projekta na območju Destinacije Jeruzalem Slovenija



Za učinkovito nadgradnjo strateškega dokumenta je bila sestavljena projektna skupina (PS) predstavnikov vseh štirih oz. treh občin (4) in JZ za turizem, kulturo in šport Občine Ormož (2), ki se je srečevala na daljavo (17 srečanj od aprila do novembra 2025, Slika 3). Deležniki Destinacije Jeruzalem Slovenija so bili povabljeni k spletnemu anketiranju. S tremi skupinami deležnikov - župani (4), člani projektne skupine (6) in izbranimi ponudniki (11), so bili izvedeni individualni intervjuji. Strategija razvoja turizma je nastala v sodelovanju s PS in je bila potrjena s strani vseh treh županov in deležnikov DJS.

Slika 3: Časovnica aktivnosti za nadgradnjo Strategije razvoja turizma Destinaciji Jeruzalem Slovenija v letu 2025

Zap. št:	Aktivnost:	Količina (kom):	Datum izvedbe 2025
1	Analiza ciljev in ukrepov predhodne strategije (online s PS1)	1	25. april, petek, 9.00-10.30
2	Analiza stanja turistične ponudbe na območju LAS Povezani med Dravo in goricami (PS2)	1	8. maj, četrtek, 9.00-10.30,
3	Posnetek stanja ponudbe v občini Gorišnica (terensko delo s članicami PS3)	1	29. maj, četrtek, 10.00 – 14.00
4	Proučitev aktivnosti v obdobju 2019-2025 na območju DJS + Občine Gorišnica (online s PS4)	1	9. junij, petek, 9.00-10.30
5	Proučitev obstoječih in prihodnjih projektov vseh 4 Občin - razvoj po-deželja, mreženje, turizem in z njim povezane dejavnosti (online s PS5)	1	3.7.2025 9.00-9.40
6	Intervjuji (online) z izbranimi ponudniki (do 11 ponudnikov) in predstavniki Občin – župani (4) ter JZ TKŠ OO in TIC-ev v Občinah (6) in obdelava podatkov. Pregled rezultatov intervjujev s PS6	21	9. In 10. junij 2025 Obdelava podatkov do 15.7. 15.7.2025, 9.00
7	Anketiranje izbranih ciljnih skupin deležnikov (vsi ponudniki, javne institucije, turistična idr. društva, tržnice, ...) 10. do 4.7., anketa online, Obdelava podatkov 5.7. do 14.7. obdelava podatkov, Pregled rezultatov anketiranja s PS7 + PS8 + predstavitev županom	3	15.7. pregled rezultatov s PS7 + 18.7.2025 projekti 2026/2027 PS8 + 29.7.2025 predstavitev županom
8	Uskladitev vsebin z župani PS 9	1	10. september 2025, 8.00 - 10.00
9	Razvoj modela razvoja in trženja ponudbe (online s PS10, PS11, PS12) – 3 srečanja s PS	3	17. september, sreda, 9.00, 7.oktober, torek, 9.00, 16. oktober, četrtek, 9.00
10	Delavnica z deležniki - predstavitev ugotovitev in izhodišč vizije	1	20. oktober, pon., 17.00
11	Priprava Akcijskega načrta za 2026-2027 (online s PS12, PS 13) in delavnica – predstavitev javnosti	2	27. oktober 2025, pon. 9.00 3. november, ponedeljek, 10.00
12	Predstavitev STR DJS 2026-2030	1	4.11., torek, strokovna javnost + tisk
13	Zapis končnega dokumenta		Oktober-november
14	Predstavitev končnega dokumenta naročnikom, župani		November

Skozi delovanje Projektne skupine ter s pomočjo ugotovitev anketiranja in intervjujev z deležniki je nastal unikaten strateški Model razvoja turizma Destinacije Jeruzalem Slovenija. Model je skozi aktivnosti spremljanja, inoviranja in popravljanja odprt in omogoča nenehno nadgrajevanje vizije, ciljev, ukrepov in aktivnosti Destinacije Jeruzalem Slovenija.

Vzporedno z izvajanjem projektnih aktivnosti za oblikovanje dokumenta in v sklopu udejanja strategije, je izjemno prisotno vključevanje različnih deležnikov v zagotavljanje načrtane prihodnosti, za optimalno organiziranost turizma v Destinaciji Jeruzalem Slovenija z Destinacijsko management in marketing organizacijo (DMMO) Jeruzalem Slovenija. Model razvoja turizma Destinacije Jeruzalem Slovenija je osnovan na *štirih strateških prioritetah*, ki se bodo udeleževale v modelu javno-zasebnega partnerstva Destinacije Jeruzalem Slovenija. Skozi petletno obdobje se bo v procesu razvoja oblikovalo *pet služb s po štirimi ključnimi tematikami*. V sklopu *Službe za doživetja bodo vzpostavljeni štirje centri* ter nadgrajena *Mreža enogastronomskih ponudnikov in Mreža RHJS*. V začetni fazi bodo aktivnosti petih služb DMMO JS izvajale delovne skupine javno-zasebnega partnerstva, ki bodo celovito sledile *načrtanim strateškim ciljem za obdobje 2026-2030* ter *Akcijskemu načrtu za obdobje 2026-2027*.

Celovito strateško in operativno *javno-zasebno načrtovanje, organiziranje, vodenje, upravljanje, monitoring in evalvacija* DMMO Jeruzalem Slovenija s sprejemno turistično agencijo (STA) Jeruzalem Slovenija lahko vodi v *učinkovito komuniciranje ponudbe Destinacije Jeruzalem Slovenija navznoter in navzven*.

Javno-zasebno partnerstvo DJS za povezan regenerativni razvoj in poglobljen marketing ponudbe DJS, nastopanje pod skupno destinacijsko (DZ) in teritorialno kolektivno znamko (TKZ) Jeruzalem Slovenija, zagotavljanje celovite kakovosti zelene butične ponudbe, soupravljanje infrastrukture, doživetij in obiska idr., lahko zagotavljajo transparentno poslovanje DJS, ki izpolnjuje obljubo skozi načrtovana klasična in digitalna orodja komuniciranja in marketinški splet ponudbe v DJS. To lahko pripelje do večje prepoznavnosti DJS in posameznih, povezanih ponudnikov in s tem zaznanega *pozicioniranja na nacionalnem in mednarodnem turističnem trgu*.

1.3 Ugotovitve analize stanja in raziskovanja mnenj in pričakovanj deležnikov

Pregledu stanja ponudbe Destinacije Jeruzalem Slovenija in preverbi udejanja ciljev, ukrepov in ključnih kazalnikov uspešnosti Strategije razvoja turizma DJS 2019-2025, je sledilo postavljanje izhodišč novega strateškega obdobja (Strategija razvoja turizma DJS 2026-2030) z dvema primarnima raziskavama, in sicer:

- *anketiranje deležnikov* Destinacije Jeruzalem Slovenija (173 respondentov, junij 2025) in
- *intervjuji s tremi ciljnimi skupinami respondentov* (junij 2025), in sicer: odločevalci (župani 4 občin, 4), predstavniki PS (2 predstavnika JZ TKŠ Občine Ormož in 4 predstavnice turizma v občinah, 2+4= 6) in ponudniki (11), skupaj 21 intervjuvanih.

Tako so bila postavljena izhodišča predlaganih aktivnosti Destinacije Jeruzalem Slovenija za obdobje 2026-2030. Zaznana je bila *potreba po učinkovitem povezovanju in sodelovanju različnih akterjev* po vertikali od ponudnikov do javnih institucij na območju DJS, do regionalne in nacionalne ravni, še predvsem na območju Štajerske in Pomurja in Slovenske turistične organizacije. Celotna raziskava je predstavljena v Prilogi 2, povzetek ugotovitev raziskave je v Prilogi 1.

1.4 Sestava strateškega dokumenta

Strateški dokument »*Strategija razvoja turizma DJS za obdobje 2026-2030*«, ki ga je naročila Občina Ormož in skupaj z deležniki oblikovalo podjetje ProVITAL d.o.o. sestavlja devet poglavij in 3 priloge.

Prvo poglavje predstavlja kratko *predstavitev Destinacije Jeruzalem Slovenija, metodologijo oblikovanja dokumenta, ugotovitve analize stanja in raziskovanja mnenj ter pričakovani deležnikov in sestavo dokumenta* za obdobje 2026-2030.

V drugem poglavju so predstavljeni: *prioritete, vizija, cilji in ukrepi* Strategije razvoja turizma Destinacije Jeruzalem Slovenija za obdobje 2026-2030.

Tretje poglavje podrobno prikazuje organiziranost Destinacije Jeruzalem Slovenija skozi *Model javno-zasebnega partnerstva za učinkovito udejanjanje razvoja turizma v DJS*, ki temelji na *štirih prioritetah, s ključnimi kazalniki uspešnosti* in njih udejanjanju skozi *organiziranost petih služb in štirih centrov DMMO Jeruzalem Slovenija*.

Četrto poglavje predstavlja *organizacijsko obliko izvajanja aktivnosti DMMO Jeruzalem Slovenija za obdobje 2026-2030 s petimi službami*.

Peto poglavje predstavlja *Načrt aktivnosti razvoja turizma DJS za obdobje 2026-2030*.

Šesto poglavje predstavlja *Akcijski načrt udejanjanja strategije razvoja turizma DJS za obdobje 2026-2027* skozi *štiri strateške prioritete*, in sicer: *upravljanje, razvoj, marketing in istovetnost*.

Sedmo poglavje se nanaša na doseganje ključnih kazalnikov uspešnosti (*KPI*) *štirih strateških prioritet po petih službah in štirih centrih DMMO Jeruzalem Slovenija za obdobje 2026-2027* in sicer za: (i) mreženje, (ii) kakovost, raziskave in razvoj, (iii) marketing, branding in komuniciranje, (iv) doživetja in (v) upravljanje turistične infrastrukture in prodajo ponudbe DJS.

V osmem poglavju je predstavljen *izvedbeni akcijski načrt DMMO Jeruzalem Slovenija za leti 2026 in 2027* z modeli, tudi štirih centrov Službe za doživetja Destinacije Jeruzalem Slovenija, in sicer gre za: Center narave, Center Kulture, Center za kakovost življenja in Outdoor center Destinacije Jeruzalem Slovenija.

Zaključna misel v devetem poglavju *zaokroži dokument* Strateški razvoj turizma DJS za obdobje 2026-2030 ter predstavi njegov *povzetek*.

Destinaciji Jeruzalem Slovenija in JZ TKŠ Občine Ormož je bil *predan dokument s prilogami*:

- *Priloga 1: STR DJS do 2030_Raziskava_anketiranje_intervjuji_avgust 2025*
- *Priloga 2: STR DJS do 2030_Analiza stanja_ugotovitve raziskave_projekti_september 2025*
- *Priloga 3: STR in AN DJS do 2030_4.11.2025,*

ki so nastale v sklopu srečanj s Projektno skupino in deležniki DJS v projektnem obdobju priprave dokumenta Strategija razvoja turizma DJS za obdobje 2026-2030.

2 PRIHODNOST RAZVOJA TURIZMA DESTINACIJE JERUZALEM SLOVENIJA ZA OBDOBJE 2026-2030

Z deležniki smo nadgradili prioritete, vizijo in cilje razvoja turizma na območju DJS za obdobje 2026-2030, ki izhajajo iz prvega strateškega obdobja (2019-2025) in jim sledijo ukrepi za udejanjanje zastavljene strategije prihodnosti razvoja turizma Destinacije Jeruzalem Slovenija.

2.1 Prioritete razvoja turizma Destinacije Jeruzalem Slovenija do leta 2030

Destinacija Jeruzalem Slovenija posluje skladno s *štirimi prioritetami*, javno-zasebnega partnerstva, in sicer:

- P1 - *Mreženje partnerjev DJS* - Služba za mreženje (SM) z Delovno skupino za mreženje (DSM),
- P2 - *Razvoj in marketinški splet vodenih doživetij DJS* - Služba za doživetja (SD) z Delovno skupino za doživetja (DSD),
- P3 - *Marketing, branding in komuniciranje DJS* – Služba za marketing, branding in komuniciranje (SMBK) z Delovno skupino za marketing, branding in komuniciranje (DSMBK),
- P4 – *Podporno okolje za vrhunsko kakovost* podprto s primernimi *raziskavami in razvojem* ter učinkovitim *upravljanjem turistične infrastrukture in prodaje ponudbe z lokalno dodano vrednostjo DJS* - Služba za kakovost, raziskave in razvoj DJS z Delovno skupino za kakovost (DSK) in Delovno skupino za raziskave in razvoj (DSRR) ter Služba za upravljanje turistične infrastrukture in prodajo (SUTIIP) z Delovno skupino za upravljanje turistične infrastrukture in prodajo (DSUTIIP).

Slika 4: Nadgrajene prioritete razvoja turizma Destinacije Jeruzalem Slovenija za obdobje 2026-2030



P1 – Mreženje, javno-zasebno partnerstvo za prepoznavnost DJS je temeljna prioriteta na kateri slonijo ostale tri. Povezana je z nalogami *Destinacijske management in marketing organizacije* (DMMO) *Jeruzalem Slovenija*, v prvi fazi *Delovne skupine za mreženje*, ki bo skrbela za *J-Z partnerstvo* z namenom celovitega razvoja in marketinških aktivnosti DJS.

P2 – Razvoj in marketinški splet vodenih doživetij DJS se nanaša na ponudbo vodenih doživetij, po meri oblikovanih turističnih programov s ciljanim nagovarjanjem skupin turistov na prepoznanih turističnih trgih. Ta prioriteta je povezana z delovanjem *Službe za doživetja DJS* (SD DJS) in *Delovno skupino za doživetja* (DSD) ter *Službe za marketing, branding in komuniciranje* (SMBK DJS) in *Delovno skupino za mreženje, branding in komuniciranje* (DSMBK DJS).

P3 – Marketing, branding in komuniciranje ponudbe s certifikatom TKZ JS se povezuje z aktivnostmi *Službe za marketing, branding in komuniciranje* (SMBK DJS), ki deluje skozi *Delovno skupino za marketing, branding in komuniciranje* (DSMBK DJS). Tako se vzpostavlja načrtovan strateški in operativni razvoj in marketinški splet aktivnosti DJS na domačem in mednarodnih trgih z destinacijsko znamko Jeruzalem Slovenija in teritorialno kolektivno znamko Jeruzalem Slovenija ter po meri oblikovanimi certificiranimi vodenimi doživetji in mednarodno prepoznanimi gastronomskimi idr. prireditvami za prepoznane ciljne skupine turistov.

P4 - Podporno okolje za kakovostna, zelena in konkurenčna doživetja DJS je na dolgi rok omogočeno skozi *Službo za kakovost, raziskave in razvoj DJS* (SKRR DJS) ter *Službo za upravljanje turistične infrastrukture in prodajo certificirane ponudbe z lokalno dodano vrednostjo DJS* (SUTIIP DJS). V sklopu teh delujejo *Delovna skupina za raziskave in razvoj* (DRR), *Delovna skupina za kakovost* (DSK) ter *Delovna skupina za upravljanje turistične infrastrukture in prodajo* (SUTIIP). Podporno okolje omogoča višjo kakovost življenja lokalnim prebivalcem, saj so ponudba certificiranih produktov, urejena zelena turistična infrastruktura in mehka mobilnost na razpolago domačinom in turistom, trajnostno poslovanje DJS in ponudnikov pa jim prinašajo lokalno dodano vrednost življenja oz. obiska v regenerativnem okolju. Z učinkovitimi raziskavi in razvojem nastaja učinkovito poslovno okolje za podjetniške odločitve in investicije.

2.2 Vizija in slogan razvoja turizma Destinacije Jeruzalem Slovenija do leta 2030

Skupaj z deležniki so bila nadgrajena (iz obdobja 2019-2025) in potrjena besedila vizije (kratke in daljše) in slogana v slovenskem, nemškem in angleškem jeziku.

Slika 5: Vizija razvoja turizma Destinacije Jeruzalem Slovenija za obdobje do leta 2030 - kratka

Destinacija Jeruzalem Slovenija bo do leta 2030
celovito povezana aktivna vinska zelena regenerativna butična podeželska destinacija
med Dravo in Muro, prepoznana po trajnostnem turizmu,
ki spoštuje naravno in kulturno dediščino, kakovost življenja v lokalnem okolju ter
ponuja edinstvene izkušnje obiskovalcem.

Slika 6: Vizija razvoja turizma Destinacije Jeruzalem Slovenija za obdobje do leta 2030 - daljša

Destinacija Jeruzalem Slovenija bo do leta 2030
celovito povezana aktivna vinska zelena regenerativna butična podeželska
destinacija med Dravo in Muro.
Pritegnila bo obiskovalce s svojo nepozabno zgodovinsko in kulturno dediščino,
privlačno mirno vinorodno pokrajino z vrhunskimi vini,
izjemno gastronomsko ponudbo, rokodelskimi spretnostmi in
pestrim naborom izkušenj in aktivnosti v naravi,
obenem pa bo ponujala prostor
za regeneracijo telesa in duha v sožitju z okoljem.

Slika 7: Slogan/i Destinacije Jeruzalem Slovenija za obdobje do leta 2030

Destinacija Jeruzalem Slovenija –
Pristna doživetja med goricami, ravniciami in vodiciami.
Authentic experiences among wine hills, plains, and waters.
Authentische Erlebnisse unter Weinhügeln, Ebenen und Gewässern.

2.3 Strateški cilji turizma Destinacije Jeruzalem Slovenija do leta 2030

Z deležniki so bili nadgrajeni (iz obdobja 2019-2024) in usklajeni strateški razvojni ter trženjski kvalitativni cilji, pa tudi kvantitativni cilji DJS do leta 2030.

Strateški kvalitativni razvojni cilji turizma Destinacije Jeruzalem Slovenija za obdobje 2026 – 2030

<p>CR1 Zavarovana in aktivno ohranjena narava in biodiverzitet, kulturna krajina in dediščina privlačne za doživljanje, z učinkovito conacijo območja in prijaznimi režimi vedenja - načrt obiska in krizni načrt DJS</p>	<p>CR2 Čisto, zdravo in prijetno bivalno okolje – kakovostne ekosistemske storitve, sonaravna kmetijska pridelava in predelava živil, kreativno rokodelstvo, mehka mobilnost in energetska učinkovitost, sonaravna gradnja in zadovoljni občani, podjetniki, kmetje, investitorji, zaposleni in gosti</p>	<p>CR3 Kakovostna, trajnostna in inovativna infra- in super-struktura (za aktivnosti v naravi, bivalnih prostorih, objektih KD, gostinskih obratih, vinskih kletih, športno-rekreacijskih objektih, rokodelskih delavnicah...) - privlačna za bivanje, delo, doživljanje, šport in rekreacijo ter obisk</p>	<p>CR4 Celovito povezana DJS z učinkovito mrežo deležnikov – DMMO Jeruzalem Slovenija s STA, 5 službami ter 4 centri ter Mrežami: TKZ JS, TIC-P, TIT, PPC in TKZJS-matov s ciljnimi marketinškimi aktivnostmi z J-Z poslovnim dogovorom Partnerstva DJS</p>	<p>CR5 Usposobljeni povezani ponudniki, vodniki in informatorji omogočajo kakovostna doživetja narave, kulturne dediščine, vina in kulinarike, rokodelskih / čebelskih / velneških idr. zgodb ter športno-rekreacijskih aktivnosti za prepoznane ciljne skupine po primernih cenah - TKZ JS z AIS</p>	<p>CR6 Vzpostavljena mreža lokalnih dobaviteljskih verig – Mreža TKZ Jeruzalem Slovenija z učinkovitim sodelovanjem za nenehno rast kakovosti in LDV, lokalno oskrbno verigo (za gostinska podjetja, javne institucije) in prodajnimi mesti (tržnice, prodajalne) s certificirano ponudbo</p>	<p>CR7 Regenerativni turizem spodbuja gospodarsko rast in javno ter podjetniško investiranje, zelena del. mesta, višjo zaposlenost, odprta vrata ponudnikov, priseljevanje mladih družin, daljšo dobo bivanja gostov in boljše zasedenost nastanitvenih kapacitet ter rast potrošnje</p>
--	--	--	--	--	--	---

Izpostavljenih je sedem strateških razvojnih in devet marketinških ciljev turizma DJS do leta 2030.

Strateški kvalitativni marketinški cilji turizma Destinacije Jeruzalem Slovenija za obdobje 2026 – 2030

CM1 DJS pozicionirana z zgodbami unikatnih doživetij z DZ Jeruzalem Slovenija v lokalnem in mednarodnem okolju
CM2 Prepoznana ponudba visokakovostnih doživetij certificiranih s TKZ Jeruzalem Slovenija, vzpostavljeno po Modelu Izvorno slovensko, omogoča preverjene avtentične izkušnje
CM3 Odlično usposobljeni zaposleni za zgodbarjenje destinacije in certificiranih produktov z uporabo digitalnih in klasičnih orodij – vsebinski marketing
CM4 Inovativen spletni marketing z uporabo integriranih digitalnih orodij, ki vključujejo družbena omrežja, e-poštne kampanje in SEO optimizacijo
CM5 Vzpostavljen sistem raziskav in razvoja za oblikovanje in komuniciranje doživetij, po meri prepoznanih ciljnih trgov in skupin, ponuja priporočila ponudnikom za lažje sprejemanje podjetniških odločitev
CM6 Kakovosten, tržno privlačen in digitalno podprt izbor doživetij DJS nagovarja prepoznane ciljne trge in skupine
CM7 Interni marketing, usposobljeni ponudniki, zgodbe z lokalno dodano vrednostjo, priporočila in močno sodelovanje v verigah Mreže TKZ JS in Mreži prodajnih mest TKZ JS povezujejo deležnike in zagotavljajo sinergične učinke v DJS
CM8 Lokalni vodniki in ponudniki so ambasadorji DJS, ki odlično komunicirajo izbrano zeleno ponudbo DJS
CM9 Znane osebnosti so ambasadorji DJS, ki pripovedujejo zgodbe skozi lastne izkušnje na DJS

Kvalitativnim ciljem sledi dvanaest kvantitativnih ciljev na področju razvoja in marketinških aktivnosti Destinacije Jeruzalem Slovenija do leta 2030.

Strateški kvantitativni cilji turizma Destinacije Jeruzalem Slovenija za obdobje 2026 – 2030

<p>C1 Vsaj 5 zaposlenih na DMMO JS s STA JS z izkušnjami v turizmu, trajnostnem razvoju, agencijskem poslovanju, pripravi prijav na razpise ter digitalnem in klasičnem marketingu</p>	<p>C2 Vsaj 1-2 zaposlena na TIC-ih v vsaki občini DJS – Mreža TIC-P/TIT in PPC z informatorji, vodniki, ponudniki, ambasadorji</p>	<p>C3 Vsaj 100 ponudnikov povezanih v Mrežo TKZ JS v 16 kategorijah TKZ po Modelu Izvorno slovensko</p>	<p>C4 Vsaj 70 certificiranih ponudnikov v Poslovnem dogovoru J-Z partnerstva DJS za razvoj in marketinške aktivnosti</p>	<p>C5 Vsaj 16 verig po 2-15 ponudnikov atraktivnih VD DJS s TKZ JS v obstoječih: RI, PŽI, JP, GPRI, VD, HV, RHJS in novih kategorijah: HG, HO, KDOM, DOV, ATR: CN, CK, ODC, CKŽ; STA, PPC</p>	<p>C6 Vsaj 35 članov Mreže TKZ JS v programu „Ponudnik odprtih vrat DJD“ z Letnim koledarjem odprtih vrat DJS in javno objavljenim delovnim časom skozi vse leto</p>
<p>C7 Vsaj 3 kakovostne prireditve na regionalnem nivoju certificirane s TKZ JS</p>	<p>C8 Vsaj 30 članov oskrbne verige DJS za vsaj 30 ponudnikov, ki se oskrbujejo z lokalno oskrbno verigo TKZ JS</p>	<p>C9 Vsaj 10 novih ponudnikov RHJS s prepoznano tematiko in odlično kakovostjo storitev – vsaj 100 novih postelj v DJS</p>	<p>C10 Vsaj 3 dni oz. 2 nočitvi bivanja gostov v DJS – prehod iz izletniške v počitniško DJS</p>	<p>C11 Rast povprečne potrošnje stacionarnega gosta in obiskovalca skozi ciljno marketinško komuniciranje</p>	<p>C12 Vsaj 20 % letna rast zasedenosti NK skozi vse leto z zgodbami letnih časov v vinogradu (iz 11,8% leta 2024 na 30% leta 2030)</p>

2.5 Ukrepi razvoja turizma Destinacije Jeruzalem Slovenija do leta 2030

Z deležniki so bili nadgrajeni (iz obdobja 2019-2025) in *usklajeni ukrepi* za udejanjanje razvoja in marketinških aktivnosti DJS za obdobje do leta 2030. Postavljenih je sedem ukrepov na področju razvoja ter sedem ukrepov na področju marketinških aktivnosti DJS, ki sledijo viziji in ciljem do leta 2030.

Slika 8: Ukrepi razvoja turizma Destinacije Jeruzalem Slovenija za obdobju 2026-2030

<p>Ukrepi na področju razvoja DJS:</p> <p>UR1 – Nadgradnja DMMO JS s STA JS z DZ in TKZ JS z J-Z partnerstvom DJS - verigami ponudnikov povezanih v Mrežo TKZ JS, mrežami TIC-P/TIT/PPC/TKZJSmatov ter usposobljenim kadrom in managementom obiska in kriznih razmer</p> <p>UR2 - Nadgradnja sistema klasičnega in digitalnega marketinga DJS z DZ in TKZ – kreativna spletna stran in družbena omrežja</p> <p>UR3 - Nadgradnja sistema destinacijskih turističnih programov – vodenih doživetij in paketne ponudbe ter vodniške službe</p> <p>UR4 - Usposobljeni zaposleni uporabljajo zgodbarjenje in napredna digitalna orodja za izboljšanje gostinske in turistične izkušnje</p> <p>UR5 - Spodbujena lokalna oskrba in gradnja sistema TKZ – učinkovito povezovanje ponudnikov v lokalne dobaviteljske verige z uporabo novih poslovnih modelov za trajnostni razvoj</p> <p>UR6 - Kakovostna in raznolika gostinska idr. dejavnost – investicije v prehranske, nastanitvene, vinogradniške, sadjarske, rokodelske in objekte za šport, rekreacijo in dobro počutje</p> <p>UR7 - Nadgrajena športna, rekreacijska, kulturna, izkustvena idr. turistična in splošna infrastruktura</p>	<p>Ukrepi na področju marketinga DJS:</p> <p>UM1 – Nadgrajen sistem J-Z partnerstva strateš. in operat. marketinga – celostno komuniciranje z DZ in TKZ JS</p> <p>UM2 - Marketing in prodaja produktov s STA JS z RS in uporabo integriranih marketinških kanalov, kot so DOM, SEO, SEM in druge digitalne platforme za interno in eksterno komuniciranje</p> <p>UM3 - Marketing in prodaja programov vzpostavljenih športno-rekreativne in doživljajske infrastrukture v naravnem in kulturnem okolju</p> <p>UM4 - Marketing programov iz narave do ljudi in participativnih vodenih doživetij – letni koledar odprtih vrat</p> <p>UM5 - Marketing bleisure in incentive programov za manjše homogene skupine gostov</p> <p>UM6 - Marketing prireditve na občinski/destinacijski/regijski ravni</p> <p>UM7 – Celovit marketing turistične infrastrukture z vključitvijo naprednih digitalnih platform in drugih orodij UI za promocijo in prodajo</p>
--	---

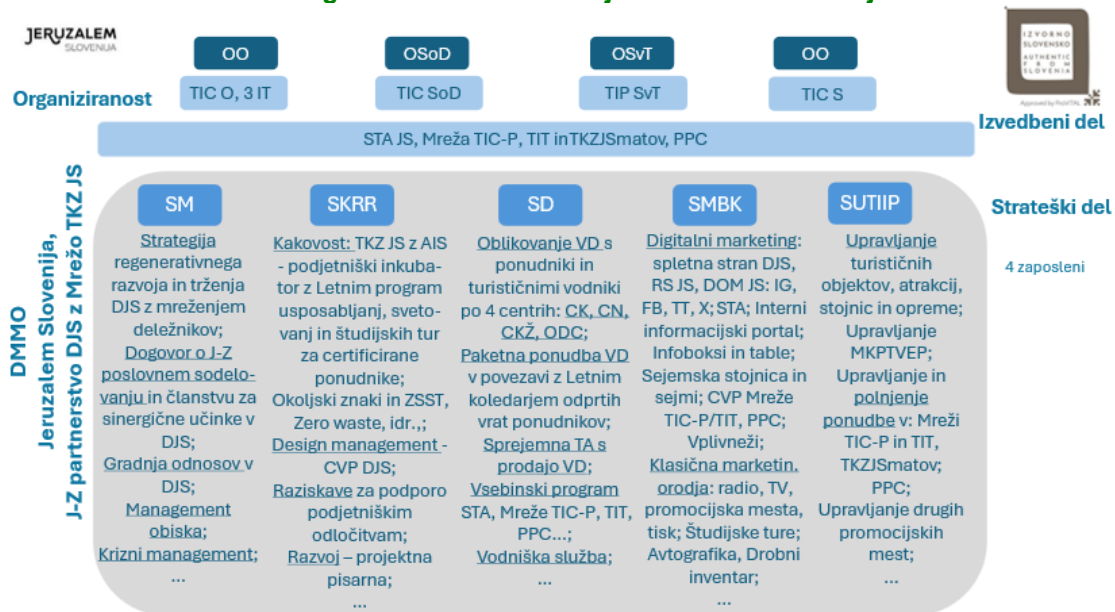
3 ORGANIZIRANOST DESTINACIJE JERUZALEM SLOVENIJA ZA OBDOBJE 2026-2030

Destinacija Jeruzalem Slovenija lahko učinkovito posluje le z jasno zavezo partnerstva, zaupanjem, deljenjem znanja in virov za nenehno nadgradnjo kakovosti, odgovornosti, trajnostni oz. z regenerativnim pristopom in srčno pripadnostjo deležnikov.

3.1 Model organiziranosti Destinacije Jeruzalem Slovenija do 2030

Nadgrajen Model razvoja in trženja turizma DJS bo vzpostavil močno destinacijsko management in marketing organizacijo (DMMO) Jeruzalem Slovenija in s celovitim komuniciranjem in vodenjem opolnomočil javno-zasebno partnerstvo.

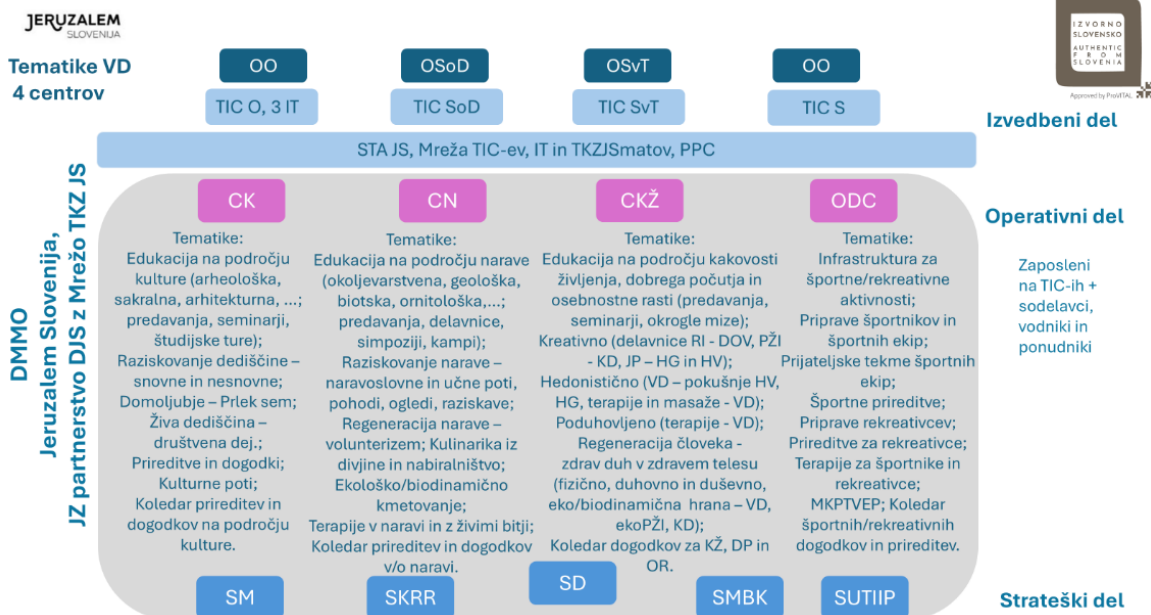
Slika 9: Model organiziranost Destinacije Jeruzalem Slovenija do 2030



Poslovni model je osnovan za območje treh občin Destinacije Jeruzalem Slovenija s petimi službami – SM, SKRR, SD, SMBK, SUTIIP.

Služba za mreženje (SM), Služba za kakovost, raziskave in razvoj (SKRR), Služba za doživetja (SD), Služba za marketing, branding in komuniciranje (SMBK) ter Služba za upravljanje turistične infrastrukture in prodajo (SUTIIP) skrbijo za strateški razvoj in pripadajoče aktivnosti izvajanja strategije razvoja turizma v DJS do leta 2030. Na izvedbeni ravni poslujejo štirje TIC-P, ki sestavljajo Mrežo TIC-P (TIC Ormož, TIC Središče ob Dravi, TIP Sv. Tomaž in TIC Svetinje) in so neposredno povezani s štirimi centri Službe za doživetja, in sicer: Center narave (CN) s TIC Središče ob Dravi, Center Kulture (CK) s TIC Ormož, Center za kakovost življenja (CKŽ) s TIP Sv. Tomaž in Outdoor center (ODC) s TIC Svetinje in Sprejemno turistično agencijo z Rezervacijskim sistemom DJS.

Slika 10: Služba za doživetja s štirimi centri Destinacije Jeruzalem Slovenija do 2030



3.2 Kadrovska zasedba modela organiziranosti Destinacije Jeruzalem Slovenija do 2030

Slika izvajanja strateških aktivnosti J-Z partnerstva DJS do leta 2030 izhaja iz obstoječe zasedbe zaposlenih na JZ TKŠ Občine Ormož. Na [DMMO JS bo potreba po novih zaposlitvah](#).

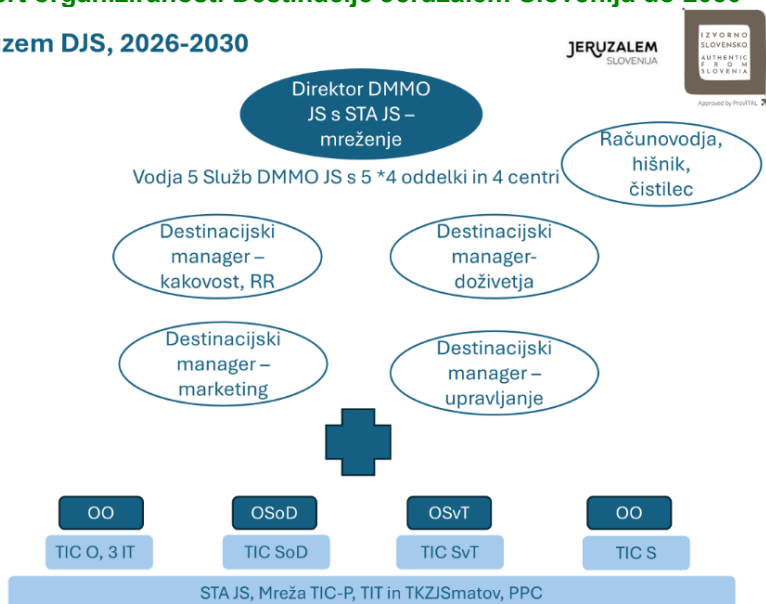
Slika 11: Kadrovski načrt organiziranosti Destinacije Jeruzalem Slovenija do 2030

Kadrovski načrt JZ za Turizem DJS, 2026-2030

Kadrovski načrt in seznam delovnih mest DMMO JS:

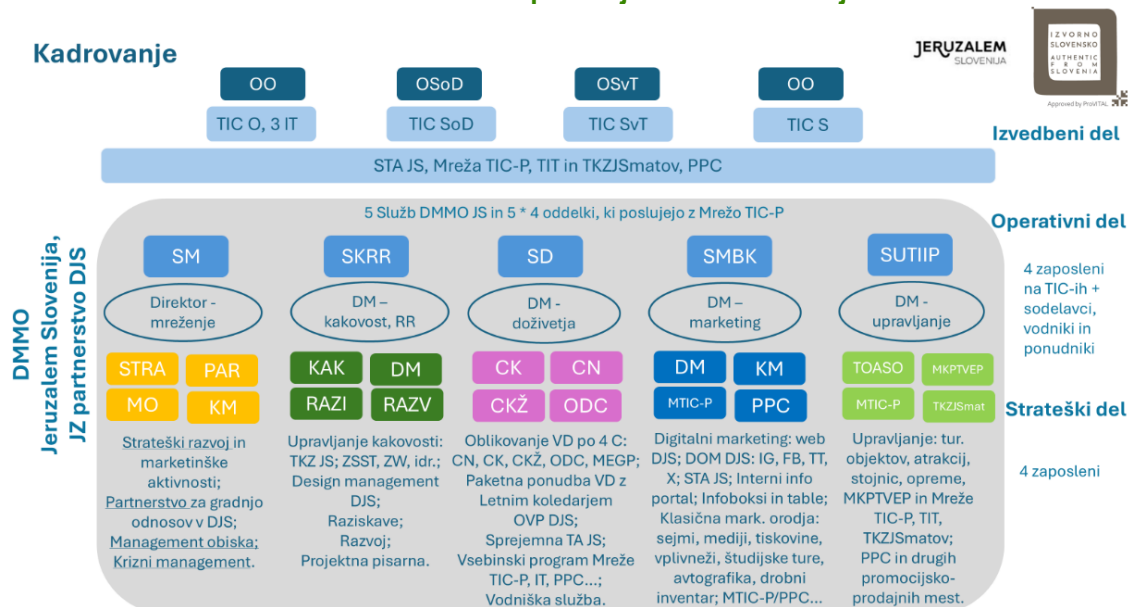
- Direktor – strateško mreženje,
- Destinacijski manager – kakovost in RR,
- Destinacijski manager - doživetja
- Destinacijski manager - marketing destinacije,
- Destinacijski manager – upravljanje infrastrukture in skupna prodaja
- Finančno-računovodski delavec - računovodja,
- Hišnik
- Čistilec

Mreža 4 TIC-P – 1-2 zaposlena + študent na TIC-P



Kadrovanje DMMO JS s [petimi službami s po štirimi oddelki](#) bo vodil [direktor](#) JZ TKŠ Občine Ormož [s štirimi sodelavci](#) in ostalim kadrom za področja kulture, športa in skupnih služb.

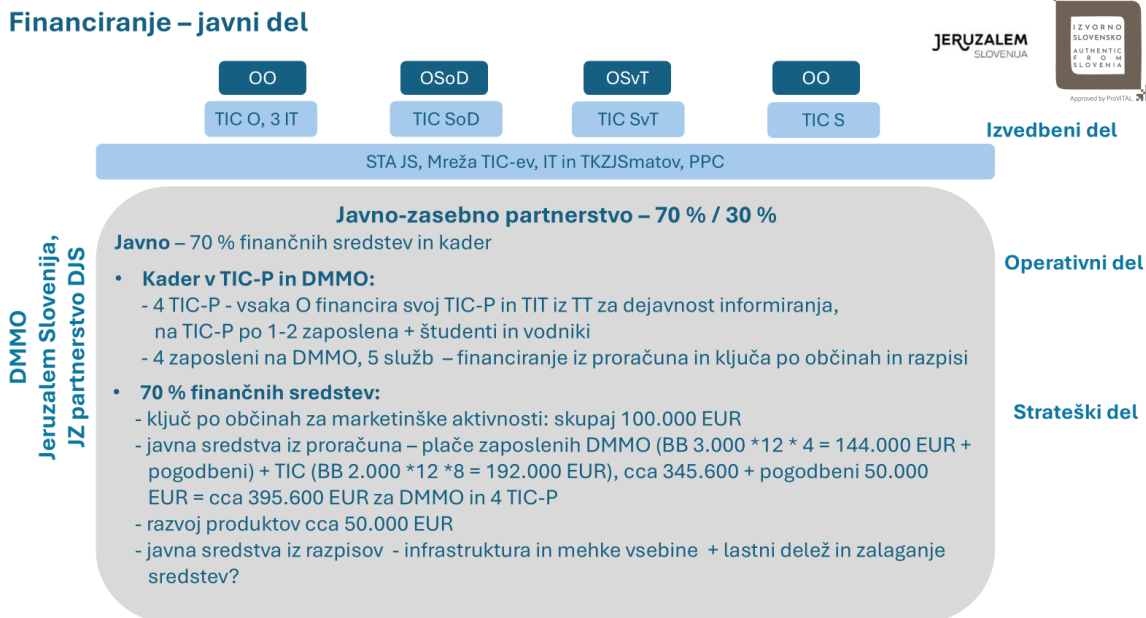
Slika 12: Kadrovska zasedba in aktivnosti področja Turizem znotraj JZ TKŠ Občine Ormož



3.3 Financiranje nadgrajenega modela organiziranosti Destinacije Jeruzalem Slovenija do 2030

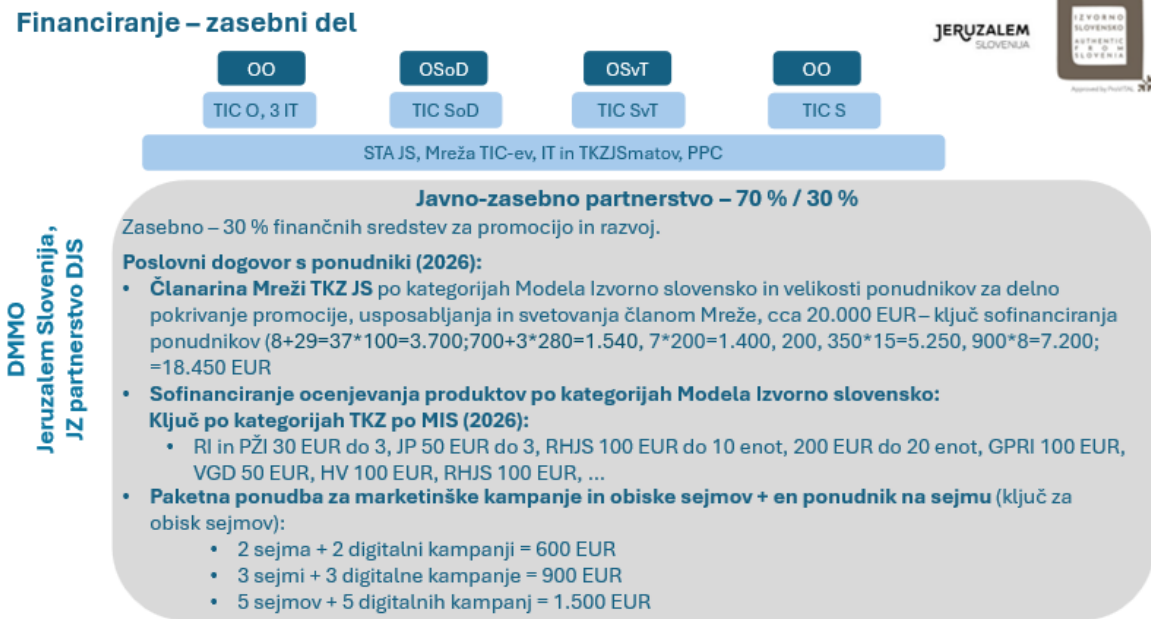
Model J-Z partnerstva posluje skozi proračun J-Z partnerstva, kjer vsak partner prevzame odgovornost za jasno določene aktivnosti v Partnerski pogodbi oz. Dogovoru o J-Z partnerstvu.

Slika 13: Financiranje skupnih aktivnosti – javni del po Poslovnem modelu DMMO JS do 2030



Javni del se financira iz sredstev javnega proračuna partnerskih občin, tržne dejavnosti javnih služb ter sredstev pridobljenih na razpisih, skladno s Pogodbo med poslovnimi partnericami – tremi občinami. Proračun je namenjen pokrivanju stroškov zaposlenih na DMMO JS in Mreži TIC-P in TIT in TKZJSmatov ter aktivnostim skupnega razvoja in marketinških aktivnosti.

Slika 14: Financiranje skupnih aktivnosti – zasebni del po Poslovnem modelu DO JS do 2030



Zasebni del, ki je namenjen razvoju celostne ponudbe DJS skozi teritorialno kolektivno znamko Jeruzalem Slovenija in nadgrajenim marketinškim aktivnostim na specializiranih sejmih in marketinških kampanjah, je določen v Dogovoru o J-Z partnerstvu DJS in s Članstvom v Mreži TKZ Jeruzalem Slovenija.

Projekcija financiranja skupnih aktivnosti J-Z partnerstva DJS za obdobje od 2026 do 2030 predvideva cca 500.000 EUR sredstev iz proračuna občin v letu 2026, pri čemer Občina Ormož pokriva večinski delež - skladno s Pogodbo med poslovnimi partnericami, občinami Ormož, Središče ob Dravi in Sv. Tomaž. Delež javnih sredstev bi naj z leti raste, vendar po padajoči lestvici.

Sredstva pridobljenih prijav projektov na razpise predstavljajo pomemben delež sredstev za razvoj in marketinške aktivnosti DJS. Njihova višina je odvisna od letne uspešnosti pri razpisih.

Tržna dejavnost poslovanja javnih objektov bi naj skozi leta rastla po napredujoči lestvici in s tem tudi prihodek oz. delež sredstev iz tržne dejavnosti v J-Z proračunu iz 200.000 EUR v letu 2026.

Slika 15: Financiranje skupnih aktivnosti J-Z partnerstva DJS do leta 2030

Financiranje JZ Turizem DJS – DMMO JS s STA JS	2026 68%-32%	2027	2028	2029	2030
Javna sredstva, 3 občine, skupaj 100.000 + OO 400.000	500.000,00 +9%	545.000,00 +8%	588.600,00 +7%	629.802,00 +6%	667.590,00 +5%
Razpisi	?	?	?	?	?
Tržna dejavnost, TIC, TA, Vinoteka, Hostel, Grad, drugo	200.000,00 +10%	220.000,00 +13%	248.600,00 +16%	288.376,00 +19%	343.167,00 +22%
Zasebna sred. - Poslovni dogovor kot članarina Mreži TKZ	20.000,00	25.000,00	30.000,00	35.000,00	40.000,00
Zasebna sred. - TKZ sofinanciran del za certificiranje ponudbe	1.670,00	2.000,00	2.400,00	2.700,00	3.000,00
Zasebna sred. – Marketinške kampanje	14.800,00	18.000,00	22.000,00	26.000,00	30.000,00

Zasebni del sredstev je predviden iz Poslovnega dogovora J-Z partnerstva DMMO JS z zasebnimi partnerji in se nanaša na članarino v Mreži TKZ JS (predlagano po pripravljenem ključu za različne kategorije modela Izvorno slovensko) in udeležbo ponudnikov pri delnem pokrivanju sredstev certificiranja ponudbe s TKZ JS. Tudi ta bi naj z leti raste. Največjo dodano vrednost ima Dogovor o skupnih nadstandardnih marketinških aktivnostih, ki se nanašajo na obiske sejmov in specializirane marketinške kampanje za ponudnike, ki nagovarjajo specifične trge in ciljne skupine stacionarnih gostov.

4 ORGANIZACIJSKA OBLIKA IZVAJANJA AKTIVNOSTI DMMO JERUZALEM SLOVENIJA do leta 2030

Aktivnosti na področju turizma se bodo izvajale skozi model DMMO Jeruzalem Slovenija, ki jo vodi direktor JZ TKŠ OO po petih službah z delovnimi skupinami (DS) za mreženje javno-zasebnega partnerstva deležnikov DJS.

Slika 16: DMMO Jeruzalem Slovenija – poslovni model J-Z partnerstva DJS

SLUŽBA ZA KAKOVOST RAZISKAVE IN RAZVOJ Z DSK in DSR - 2	SLUŽBA ZA MARKETING, BRANDING IN KOMUNICIRANJE Z DSMBK- 3	SLUŽBA ZA MREŽENJE DJS Z DSM - 1	SLUŽBA ZA DOŽIVETJA – RAZVOJ PRODUKTOV V DJS Z DSD - 4	SLUŽBA ZA UPRAVLJANJE TUR. INFRASTRUK. IN PRODAJO Z DSUTIIP - 5
TKZ JS – MREŽA IN SISTEM CERTIFICIRANJA PO MIS Z AKADEMIJO IZVORNO SLOVENSKO	EKSTERNI MARKETING DJS (STO, WEB, DOM in STA JS, SEJMI)	STRATEGIJA REGENERATIVNEGA RAZVOJA IN MARKETINGA DJS Z MREŽENJEM DELEŽNIKOV	MANAGEMENT VODENIH DOŽIVETIJ Z VERIGAMI PONUDNIKOV CN, CK, CKŽ, ODC - PONUDNIKOV DESTINACIJE	MANAGEMENT INFRASTRUKTURE (CN, CK, CKŽ in ODC, MKPTVEP. ...)
DESIGN MANAGEMENT Z DZ IN TKZ JS – TEREIN, SPLET, TISK, ...	INTERNI/OPERATIVNI MARKETING DJS (MANAGEMENT PRIHODOV, KOORDINACIJA UDELEŽENCEV, RAZVOJ KADRA (DIG, 4TC, MTIC-P in TIT, MTKZ JS), SIGNALIZACIJA, MARKETING MREŽE TIC-P, TIT, TKZJSmatov) ...	DOGOVOR O J-Z PARTNERSTVU DJS IN ČLANSTVO V MREŽI TKZ – SINERGIČNI UČINKI	MANAGEMENT PRIREDITEV, DOGODKOV IN TEMATSKIH POTI Z VERIGAMI PONUDNIKOV DESTINACIJE	MANAGEMENT OPREME ZA PRIREDITVE, DOGODKE, POTI IN VODENA DOŽIVETJA V DJS
MANAGEMENT ZELENEGA / DOSTOPNEGA / DRUŽBENO ODGOVORNEGA POSLOVANJA	BRANDIRANJE IN ENOTNA KOMUNIKACIJA DJS NAVZVEN	AKTIVNOSTI DSM DJS – GRADNJA ODNOSOV IN USMERJANJE TIMOV – DS 1-5	USPOSABLJANJE IZVAJALCEV GASTRONOMSKIH, VINSKIH, ŠPORTNIH, KULTURNIH, NARAVOSLOVNIH IDR. VD	MANAGEMENT STA JS, MREŽE TIC-P, TIT, TKZJSmatov, TRŽNIC idr. PRODAJNIH MEST
MANAGEMENT RAZISKAV IN RAZVOJA V TURIZMU	VSEBINSKI MARKETING Z ORODJI – DOM, BLOGI, PODCAST	MANAGEMENT OBISKA	INFORMIRANJE IN OZAVEŠČANJE DELEŽNIKOV O NARAVI, KD, KŽ TER OD AKTIVNOSTIH	MANAGEMENT ATRAKCIJ (VSEBINA 4 TC, MKPTVE POTI, RHJS, VOV, ...)
IKT – DESTINACIJSKI PORTAL IN MODEL ZBRANJA PODATKOV, NOVIČNIK ZA PONUDNIKE	MANAGEMENT DIG in KLAS. MARKETINGA IN PRODAJE PONUDBE CERTIFICIRANE S TKZ	KRIZNI MANAGEMENT	SPREMLJANJE IN EVALVIRANJE AKTIVNOSTI SLUŽBE ZA DOŽIVETJA – RAZVOJ PRODUKTOV	MANAGEMENT MEHKE MOBILNOSTI, DOSTOPNOSTI IN VKLJUČENOSTI ZA VSE
PROJEKTI NA ZALOGO IN PRIJAVE NA RAZPISU Z RRC	SPREMLJANJE IN EVALVIRANJE AKTIVNOSTI SLUŽBE ZA MARKETING, BRANDING IN KOMUNICIRANJE Z DZ/TKZ	SPREMLJANJE IN EVALVIRANJE AKTIVNOSTI SLUŽBE ZA MREŽENJE		SPREMLJANJE IN EVALVIRANJE AKTIVNOSTI SLUŽBE ZA UPRAV. INFRASTRUKTURE IN PRODAJO

Vključujoče, sodelujoče, povezano, celovito, družbeno odgovorno, zeleno, regenerativno, domačo a strokovno, statistično vodeno, zaupanja vredno poslovanje

Destinacijska management in marketing organizacija (DMMO) DJS skrbi za strateško mreženje ponudnikov in skupne aktivnosti partnerstva, in sicer za sonačrtovanje, soorganiziranje, sovođenje, soupravljanje, monitoring in evalvacijo razvoja in trženja turizma DJS. Njena osrednja naloga je vzpostaviti aktivno J-Z partnerstvo DJS, ki bo skrbelo za:

- celovit trajnostni razvoj in strateški odgovorni marketing ponudbe DJS s Partnersko pogodbo občin o sofinanciranju aktivnosti DMMO JS in Dogovorom o J-Z partnerstvu DMMO DJS in Pogodbah s člani Mreže TKZ Jeruzalem Slovenija – strateško mreženje J-Z partnerstva in aktivna gradnja odnosov DJS,
- nastopanje pod skupno destinacijsko znamko Jeruzalem Slovenija in teritorialno kolektivno znamko (TKZ) Jeruzalem Slovenija ter navzkrižni marketing ponudbe z lokalno dodano vrednostjo DJS,

- strateški pristop k managementu obiska v DJS s conacijo, nosilno zmogljivostjo in režimi vedenja – mehki pristop k usmerjanju obiskovalcev in domačinov,
- strateški pristop h kriznemu managementu DJS, ki s kriznim načrtom predvidi potencialne naravne nesreče in krizne situacije in z načrtom komuniciranja prepreči prekomerno škodo tako domačinom kot obiskovalcem v primeru le-teh,
- skrb za nenehno nadgradnjo kakovosti in lokalno dodane vrednosti certificirane ponudbe s TKZ JS z Akademijo Izvorno slovensko – podeželski podjetniški inkubator za usposabljanje in svetovanje v horizontalne verige povezanih ponudnikov kategorij po Modelu Izvorno slovensko (RI, PŽI, JP, GPRI, GVD, HV, RHJS ind.),
- vodenje in nenehno nadgrajevanje portala Jeruzalem Slovenija (intranet in ektranet), družbenih omrežij (DOM) DJS in rezervacijskega sistema (RS) DJS – digitalnih in klasičnih orodij za marketing in branding DJS,
- zagotavljanje kakovostnih informacij na DJS in v digitalnih orodjih o ponudbi DJS – poenoteno in celovito komuniciranje navznoter in navzven,
- promocijo in marketinške aktivnosti ponudbe kakovostnih pridelkov, izdelkov, storitev in doživetij s TKZ Jeruzalem Slovenija v digitalnih (spletna stran DJS, rezervacijski sistem JS, DOM DJS) in klasičnih orodjih (Sprejemna TA, Mreža TIC-P, TIT, TKZJSmatov, PPC) ter drugih prodajnih mestih DJS,
- zagotavljanje kakovostnih in poglobljenih doživetij za prepoznane ciljne skupine turistov z odlično interpretacijo narave in kulturne dediščine ter gospodarskih dejavnosti kot so vinogradništvo, sadjarstvo, kmetijstvo, živilska pri- in predelava ter gastronomija; ter športno-rekreacijskimi aktivnostmi v naravi in zaprtih prostorih – Model butičnih vodenih doživetij DJS - enogastronomskih ponudnikov in štirih tematskih centrov: narava, kultura, kakovost življenja in aktivnosti v naravi,
- vzpostavitev in upravljanje učinkovitega modela zbiranja in obdelave podatkov,
- zagotavljanje kakovostnih raziskav in delitev informacij za učinkovito odločanje ponudnikov DJS,
- oblikovanje povezanih projektov na zalogo za učinkovit celovit razvoj DJS,
- nenehno nadgradnjo DJS v zeleno, dostopno in družbeno odgovorno destinacijo,
- nadgradnjo turistične infrastrukture, njeno poenotenje, dostopnost za vse ter specializacijo skozi skupne investicije ter prijave na razpisana sredstva,
- učinkovito upravljanje turistične infrastrukture DJS ter Mreže TIC-P idr. prodajnih mest,
- učinkovito upravljanje javnih atrakcij narave, kulturne dediščine, športno-rekreacijskih objektov, objektov za kakovost življenja in osebno rast in pomoč pri upravljanju zasebnih kapacitet Mreže enogastronomske ponudbe in Mreže Razpršenega hotela Jeruzalem Slovenija,
- učinkovito upravljanje mehke mobilnosti in dostopnosti ter enovite signalizacije DJS,
- nenehna skrb za regenerativni turizem, ki v DJS pusti več kot ji odvzame,
- spremljanje in evalviranje aktivnosti vseh petih služb DMMO JS, idr.

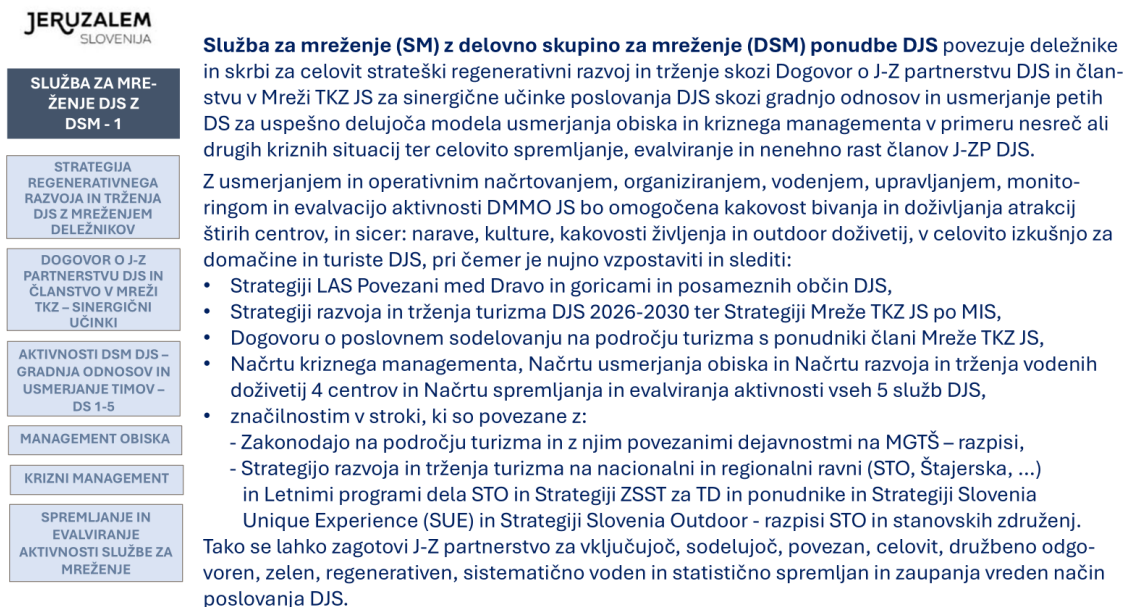
Skozi udejanjanje ciljev in ukrepov DJS nastaja vključujoča, sodelujoča, povezana, celovita, družbeno odgovorna, zelena, regenerativna, strokovna, statistično vodena in zaupanja vredna DJS – močno J-Z partnerstvo s strateškim vodenjem timov – delovnih skupin petih služb.

V nadaljevanju je opisan način poslovanja vsake od petih služb DMMO JS do leta 2030.

4.1 Služba za mreženje Destinacije Jeruzalem Slovenija

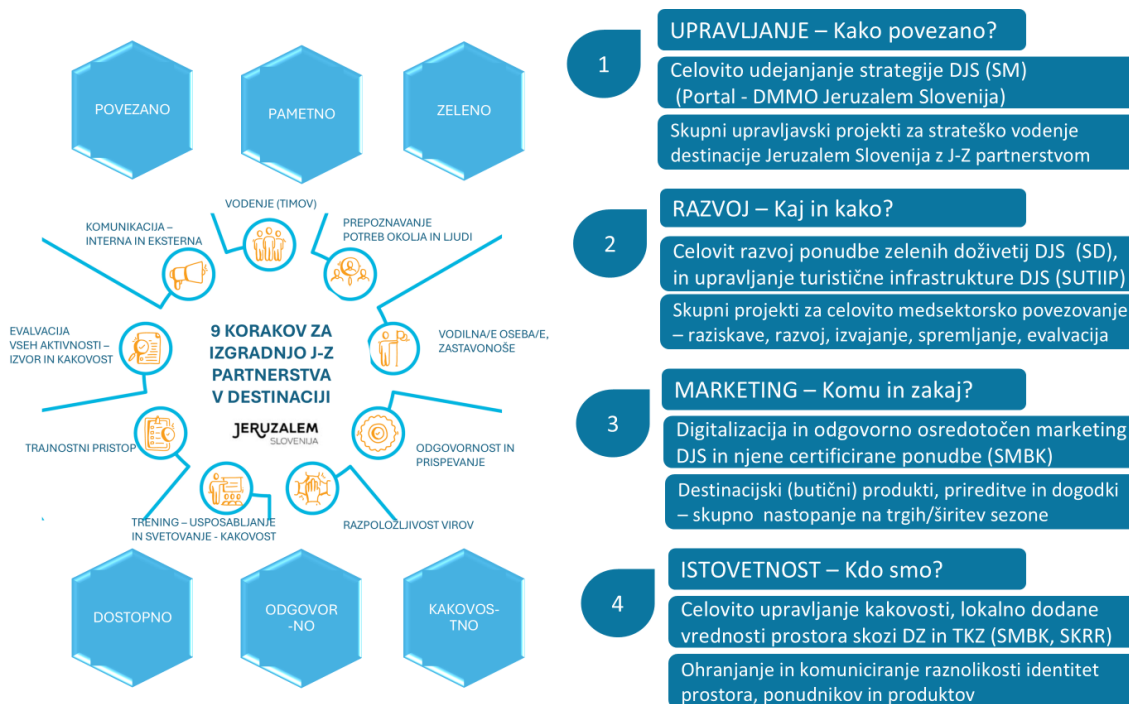
Vodja DMMO JS s Službo za mreženje DJS udejanja strategijo J-Z partnerstva DJS.

Slika 17: Služba za mreženje Destinacije Jeruzalem Slovenija



Vzpostavljeno J-Z partnerstvo soupravlja DMMO Jeruzalem Slovenija na področjih razvoja, marketinških aktivnosti in istovetnosti – prepoznavnosti DJS.

Slika 18: Vzpostavljeno J-Z partnerstvo s skupnimi aktivnostmi DJS do leta 2030



Tako se lahko zagotovi nadgradnja prepoznavnosti turistične ponudbe interno - na območju DJS in eksterno – na območju regij Podravje in Pomurje, Slovenije in čezmejno. Vzpostavlja se povezana, pametna, zelena, dostopna, odgovorna, kakovostna DJS kot je za podeželska območja predpisala in vzpostavila ukrepe Evropska Unija.

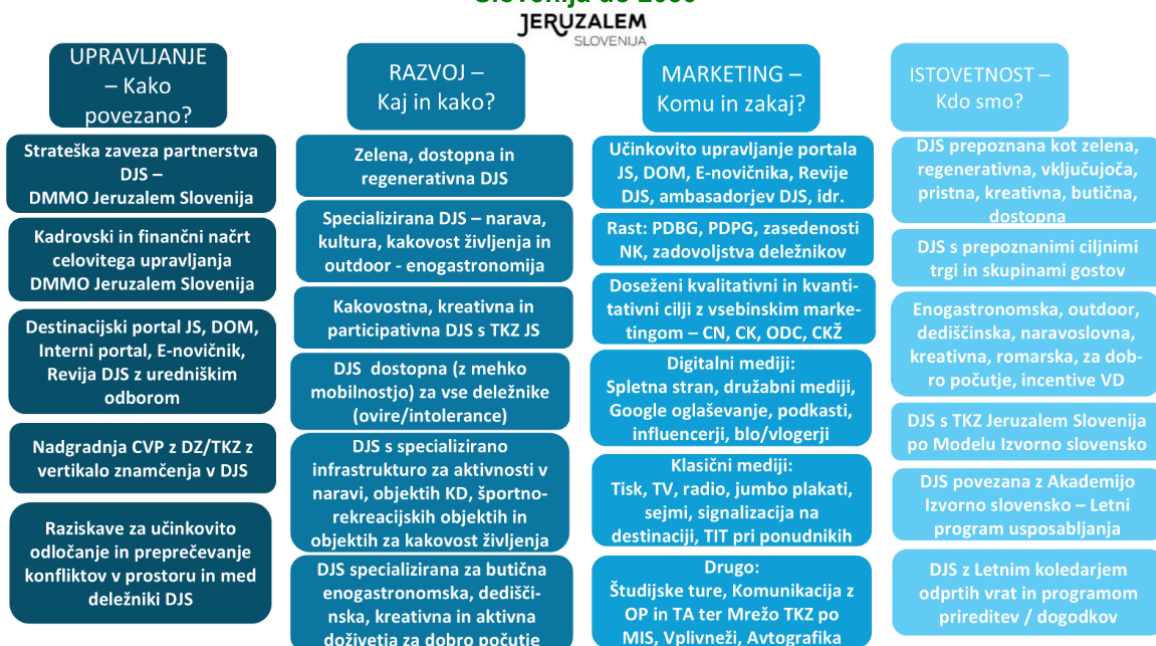
Naloge partnerstva, povezane z zastavljenimi ukrepi, ki sledijo viziji in ciljem razvoja in marketinških aktivnosti turistične dejavnosti turizma DJS, naslavljajo smer načrtovanja, izvajanja in evalviranja strateških odločitev za učinkovite podjetniške odločitve.

Slika 19: Povezava J-Z partnerstva in ukrepov udejanja vizije Destinacije Jeruzalem Slovenija



Model J-Z partnerstva izpostavlja štiri strateške prioritete vezane na izvajanje aktivnosti v obdobju 2026-2030, in sicer: (i) soupravljanje za udejanjanje vizije DJS, (ii) celoviti razvoj ponudbe zelenih, regenerativnih butičnih doživetij DJS, (iii) marketing, branding in komuniciranje v DJS ter (iv) istovetnost - soupravljanje kakovosti, infrastrukture in lokalno dodane vrednosti prostora skozi destinacijsko in teritorialno kolektivno znamko Jeruzalem Slovenija.

Slika 20: Naloge J-Z partnerstva za izvajanje strategije razvoja turizma Destinacije Jeruzalem Slovenija do 2030



Naloge J-Z partnerstva so nastavljene kot osrednje aktivnosti posameznih služb DMMO JS. V prvem in drugem letu bodo aktivnosti J-Z partnerstva DJS izvajali člani DS iz vrst javnih in zasebnih ponudnikov DJS.

Osrednjo vlogo bo imela Služba za mreženje z Delovno skupino za mreženje (DSM – 1), ki bo koordinirala aktivnosti drugih delovnih skupin. V procesu razvoja DMMO JS se bodo do leta 2030 vzpostavile:

- Služba za mreženje DJS (SM z DSM DJS),
- Služba za kakovost, raziskave in razvoj DJS (SKRR z DSK in DSRR DJS),
- Služba za marketing, branding in komuniciranje DJS (SMBK z DSMBK DJS),
- Služba za doživetja DJS (SD z DSD DJS),
- Služba za upravljanje turistične infrastrukture in prodajo DJS (SUTIIP DJS).

Vsaka od tematskih služb bo delovala pod okriljem vodje službe, ki bo koordiniral aktivnosti delovne/ih skupin/e, katera/e udejanja/jo želena vizija in strateške cilje posamezne prioritete J-Z partnerstva DJS in odgovarja vodji Službe za mreženje (SM).

Služba za mreženje DJS (SM DJS) bo z Delovno skupino za mreženje (DSM) skrbela za:

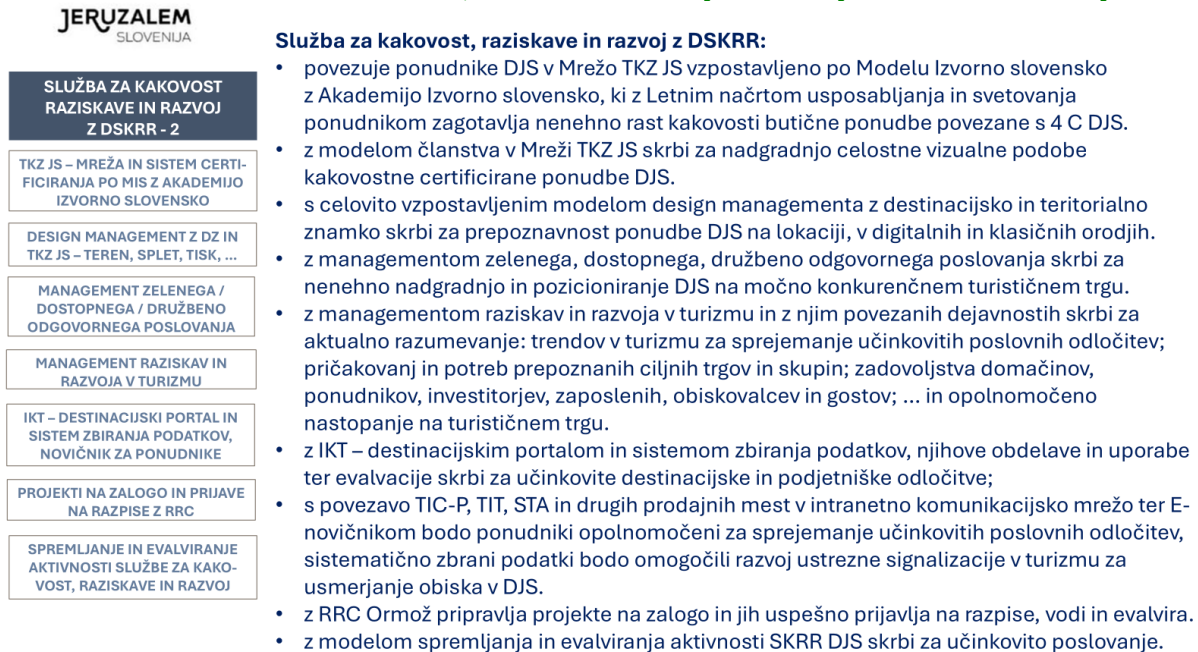
- Udejanjanje Strategije regenerativnega razvoja in marketinga DJD z vzpostavitvijo sistema celovitega mreženja ponudnikov J-Z partnerstva DJS – Načrt poslovanja Službe za mreženje DJS s Poslovníkom komuniciranja DS DMMO JS.
- Vzpostavitev modela partnerskega sodelovanja – Partnerska pogodba občin o sofinanciranju aktivnosti DMMO JS in Dogovor o J-Z partnerstvu DMMO DJS in Pogodba o članstvu v Mreži TKZ Jeruzalem Slovenija za nadgradnjo CVP in prepoznavnosti DJS – za strateško mreženje J-Z partnerstva DJS.
- Vzpostavitev modela aktivnega sodelovanja J-Z partnerstva za razvoj in prepoznavnost turizma DJS – Akcijski načrt sodelovanja, gradnje odnosov in usmerjanja timov partnerjev v Delovnih skupinah petih Služb DMMO JS.
- Vzpostavitev modela managementa obiska v DJS – Načrt managementa obiska DJS z Akcijskim letnim načrtom.
- Vzpostavitev modela kriznega managementa v DJS – Načrt kriznega managementa DJS z Akcijskim letnim načrtom.
- Vzpostavitev modela spremljanja in evalviranja aktivnosti Službe za mreženje DJS.

Člani DSM DJS: direktor JZ TKŠ OO, predstavniki DMMO JS, predstavnik za turizem vsake od treh občin, predstavnik/i turističnih ponudnikov, predstavnik/i društev, organizatorjev dogodkov in prireditelj, predstavnik/i občanov idr.

4.2 Služba za kakovost, raziskave in razvoj Destinacije Jeruzalem Slovenija

Vodja Službe za kakovost, raziskave in razvoj DMMO JS z DS za kakovost in DS za raziskave in razvoj udejanja strategijo J-Z partnerstva DJS na področju podpornih aktivnosti.

Slika 21: Služba za kakovost, raziskave in razvoj Destinacije Jeruzalem Slovenija



Služba za kakovost, raziskave in razvoj DJS (SKRR DJS) bo z Delovno skupino za kakovost (DSK) skrbela za:

- Vzpostavitev sistema celovite kakovosti ponudbe DJS – [Načrt poslovanja Delovne skupine za kakovost in standardi kakovosti za vseh pet služb DMMO JS.](#)
- Nadgradnja prepoznavnosti DJS z destinacijsko znamko (DZ) Jeruzalem Slovenija in teritorialno kolektivno znamko (TKZ) Jeruzalem Slovenija – [Model znamčenja \(design management\) in gradnje prepoznavnosti s CVP DJS z Akcijskim načrtom.](#)
- Zagotavljanje standardov za kakovostno in celovito ponudbo DJS - [Model oblikovanja destinacijskih storitev, prireditvev, dogodkov, butičnih vodenih doživetij in verig zanje.](#)
- Zagotavljanje svetovanja ponudnikom za oblikovanje kakovostne ponudbe s TKZ JS – [Akcijski načrt svetovanja ponudnikom za celovito kakovost ponudbe DJS skozi Dneve odprtih vrat ponudnikov certificiranih s TKZ JS in tematske Vikende odprtih vrat.](#)
- Celovito povezanost ponudnikov v DJS – [Akcijski načrt za vzpostavitev in upravljanje dobaviteljskih oskrbnih verig, verige prodajnih mest ter verig kupcev za prodajo ponudbe certificirane s TKZ JS.](#)
- Nadgradnja kakovosti ponudbe javnih storitev v turistične namene – kultura, šport idr. ter spodbujanje zasebnih podjetniških iniciativ – [Načrt razvoja in trženja javne in zasebne ponudbe personaliziranih zgozb DJS.](#)

- Gradnja kakovosti ponudbe skozi standarde v stroki - gostinstvo, turizem, vinogradništvo in vinarstvo, predelava živil, rokodelstvo, idr. v DJS – [Letni načrt usposabljanja za doseganje zastavljenih standardov kakovosti in kreativnosti TKZ JS.](#)
- Vzpostavitev modela zelenega in dostopnega in družbeno odgovornega poslovanja DJS (certifikati, nagrade in priznanja) – [Akcijski načrt zelenega \(ZSST\), dostopnega in družbeno odgovornega poslovanja DJS.](#)
- Vzpostavitev modela [spremljanja in evalviranja aktivnosti](#) Službe za kakovost, raziskave in razvoj DJS na področju DS za kakovost.

Člani DSK DJS: predstavniki DMMO JS, predstavniki turizma vsake od občin, predstavnik/i turističnih ponudnikov, predstavnik/i društev idr. organizatorjev dogodkov in prirediteljev, predstavnik/i občanov, idr.

Služba za kakovost, raziskave in razvoj DJS (CRR DJS) bo z *Delovno skupino za raziskave in razvoj* (DSRR) skrbela za:

- Vzpostavitev sistema raziskav in razvoja na področju turizma v DJS – [Načrt poslovanja Delovne skupine za raziskave in razvoj DJS in standardi raziskav in razvoja za vseh pet služb DMMO JS.](#)
- Vzpostavitev modela in vsebin razvoja IKT – portal destinacije – internetna in intranetna povezava (STA z RS DJS, Spletna stran DJS, Mreža TIC-P, TIT, TKZJSmatov, PPC in drugih prodajnih mest) in družbena omrežja DJS – celovita digitalna turistična platforma kot podpora komuniciranju v DJS in izven nje – [Akcijski načrt digitalnega komuniciranja DJS.](#)
- Vzpostavitev modela za raziskovanje in oblikovanje informacij s sodobno IKT za strateško odločanje v DJS kot podporo raziskavam in razvoju, trženju, internemu in eksternemu komuniciranju, odločanju v turizmu – [Akcijski načrt raziskovanja in oblikovanja informacij za odločanje v turizmu DJS.](#)
- Vzpostavitev modela zbiranja podatkov (domačini, turistični ponudniki, obiskovalci/turisti) in raziskav za usmerjanje obiska in podjetniške odločitve (E-novičnik) – [Akcijski načrt zbiranja podatkov – primarno in sekundarno za podjetniške odločitve in usmerjanje obiska](#) v DJS.
- Vzpostavitev modela za vodenje sistema informiranja, komuniciranja, marketinških aktivnosti in prodaje zgodb ter usmerjanja in ozaveščanja obiskovalcev in turistov s podporo UI ter analognih in digitalnih rešitev – [Akcijski načrt digitalne in analogne podpore zgodbarjenju in usmerjanju obiska v DJS.](#)
- Vzpostavitev modela in vsebin učinkovite signalizacije turistične ponudbe in ponudnikov DJS – [Akcijski načrt signalizacije turistične ponudbe v DJS.](#)
- Vzpostavitev modela in razvoj podeželskega podjetniškega inkubatorja DJS z Akademijo Izvorno slovensko za spodbujanje podjetnih idej v turizmu in z njim povezanimi dejavnostmi (vinogradništvo, sadjarstvo, kmetijstvo, gozdarstvo, rokodelstvo idr.) DJS – [Akcijski načrt nadgradnje podjetniškega inkubatorja DJS s TKZ JS.](#)
- Vzpostavitev modela in vsebin projektov na zalogo – načrtovanja aktivnosti in spremljanja razpisov ter izvajanja strateških projektov v DJS – [Akcijski načrt za projekte na zalogo v DJS.](#)

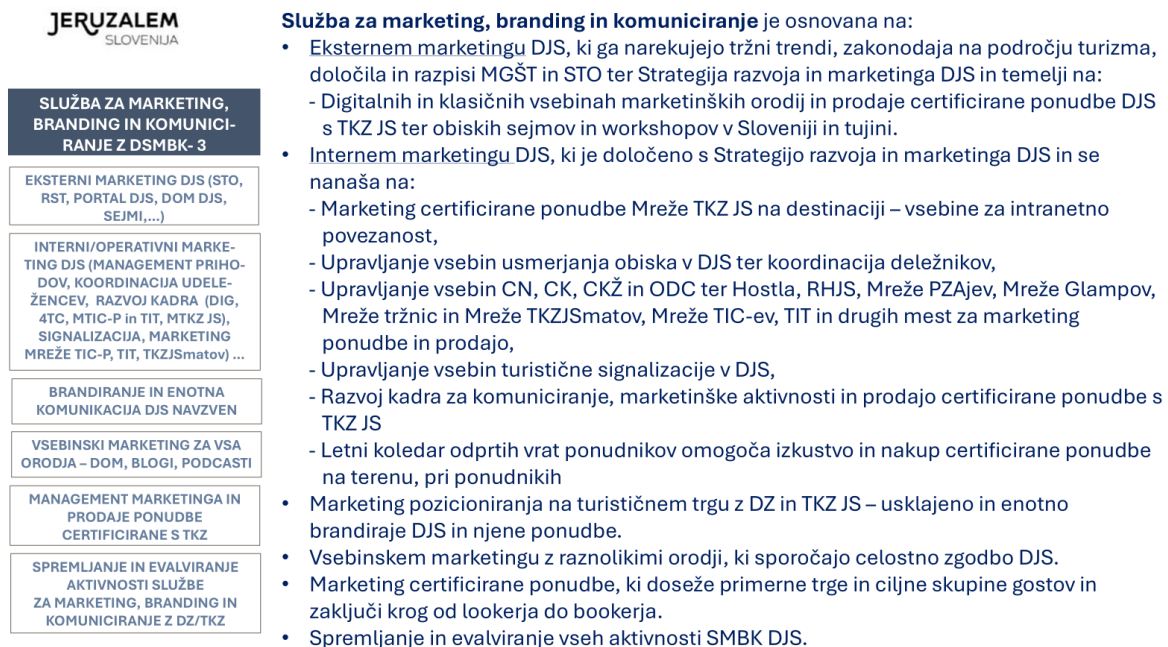
- Vzpostavitev modela evalvacije aktivnosti vseh petih centrov DMMO JS – Akcijski načrt evalvacije aktivnosti vseh petih centrov DMMO JS.
- Vzpostavitev in izvajanje modela spremljanja in evalviranja aktivnosti DS za raziskave in razvoj DJS.

Člani DSRR DJS: predstavniki DMMO JS, predstavnik vsake od občin, predstavnik občanov, predstavniki turističnih ponudnikov in javnih organizacij, predstavnik občanov itd.

4.3 Služba za marketing, branding in komuniciranje Destinacije Jeruzalem Slovenija

Vodja Službe za marketing, branding in komuniciranje DMMO JS z DS za marketing, branding in komuniciranje udejanja strategijo J-Z partnerstva DJS na področjih marketinških aktivnosti.

Slika 22: Služba za marketing, branding in komuniciranje Destinacije Jeruzalem Slovenija



Služba za marketing, branding in komuniciranje (SMBK DJS) bo z Delovno skupino za marketing, branding in komuniciranje (DSMBK DJS) skrbela za:

- Standarde kakovosti marketinških aktivnosti certificirane ponudbe v enotno označeni DJS in usklajenega komuniciranja – vsebinski marketing DJS navznoter - interno (do ponudnikov idr. deležnikov DJS) in navzven – eksterno (ciljni trgi in skupine tako splošne kot strokovne javnosti) - Načrt dela Službe za marketing, branding in komuniciranje DJS.
- Strateški družbeno odgovoren marketing certificirane ponudbe DJS z DZ JS in TKZ JS v sodelovanju s partnerji – Načrt strateških in operativnih marketinških aktivnosti certificirane ponudbe DJS.
- Gradnjo prepoznavnosti – brandiranje DJS z notnim komuniciranjem CVP z DZ JS in TKZ JS navzven - Načrt eksternega marketinga za prepoznavnost ponudbe DJS.

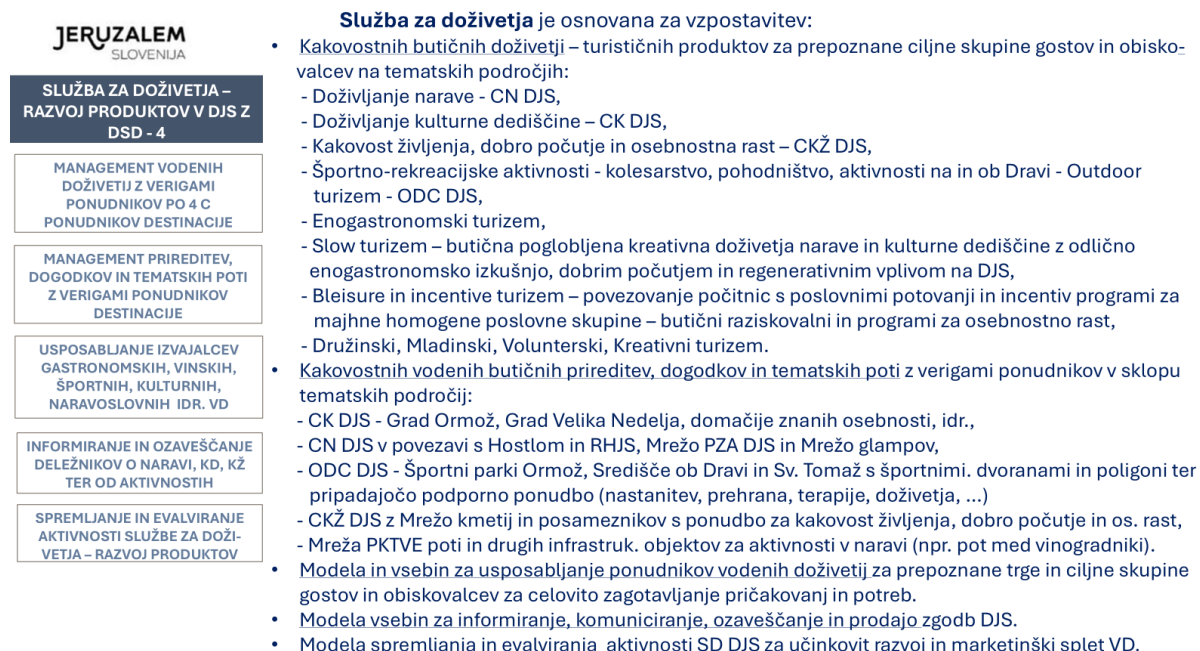
- Digitalni marketing certificirane ponudbe DJS z rezervacijsko-prodajnim sistemom s Sprejemno turistično agencijo z Rezervacijskim sistemom DJS in družbenimi omrežji ter posredniškimi rezervacijskimi portali – [Akcijski načrt digitalnega marketinga in komuniciranja navzven](#).
- Klasični marketing certificirane ponudbe DJS z Mrežo TIC-P, TIT, TKZJSmatov, PPC - [Akcijski načrt klasičnega marketinga, komuniciranja in prodaje ponudbe na DJS](#).
- Marketing ponudbe destinacijskih storitev in prireditev, dogodkov, vodenih doživetij in verig zanje navzven – [Akcijski načrt marketinga destinacijskih storitev, prireditev in dogodkov](#).
- Učinkovito in usklajeno in-site komuniciranje ponudbe storitev, GVD, dogodkov /prireditev za poglobljena doživetja DJS (rezervaterji Rezervacijskega centra in informatorji v TIC-P, TIT, ponudniki, vodniki...) – [Akcijski načrt internega marketinga DJS](#).
- Vzpostavitev in izvajanje modela [spremljanja in evalviranja aktivnosti](#) DS za marketing, branding in komuniciranje DJS.

Člani DSMBK: predstavniki DMMO JS, predstavnik vsake od občin, predstavnik občanov, predstavniki turističnih ponudnikov in javnih organizacij, predstavnik občanov.

4.4 Služba za doživetja Destinacije Jeruzalem Slovenija

Vodja Službe za doživetja DMMO JS z DS za doživetja izpolnjuje strategijo J-Z partnerstva DJS na področjih oblikovanja, marketinških aktivnosti in prodaje certificirane ponudbe gastronomskih idr. [vodenih doživetij DJS](#).

Slika 23: Služba za doživetja Destinacije Jeruzalem Slovenija



Služba za doživetja (SD DJS) bo z *Delovno skupino za doživetja DJS* (DSD) skrbela za:

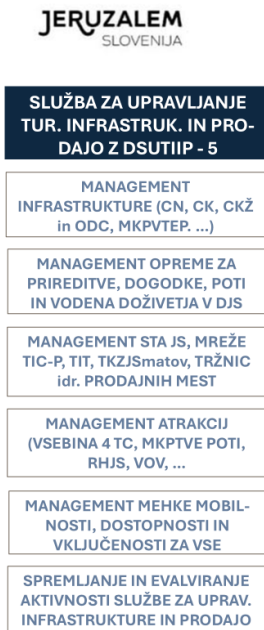
- Standarde razvoja in spremljanja izvajanja doživetij vseh štirih centrov: CN, CK, CKŽ in ODC ter Mreže enogastronomskih ponudnikov in ponudnikov RHJS, kakor tudi prireditev in dogodkov v DJS - *Načrt dela Službe za doživetja DJS.*
- Model razvoja, izvajanja in evalviranja kakovostnih butičnih doživetij za prepoznane ciljne skupine obiskovalcev in turistov DJS z verigami certificiranih ponudnikov s TKZ JS – *Akcijski načrt razvoja, trženja, izvajanja in evalviranja butičnih doživetij DJS.*
- Model razvoja, izvajanja in evalviranja kakovostnih butičnih prireditev, dogodkov in tematskih poti z verigami certificiranih ponudnikov s TKZ JS – *Akcijski načrt razvoja, trženja, izvajanja in evalviranja butičnih prireditev, dogodkov in tematskih poti DJS.*
- Model spodbujanja ponudnikov k promocijskim aktivnostim - Dnevi in vikendi odprtih vrat certificiranih ponudnikov s TKZ JS – *Akcijski načrt odprtih vrat DJS.*
- Model vzpostavitve in upravljanja orodij in tehnik interpretacije narave in kulturne dediščine v objektih narave, kulturne dediščine ter športno-rekreacijskih objektih, pri ponudnikih Mreže enogastronomije in RHJS ter Mreže TIC-P, TIT, PPC, MKPTVEP in razglednih točk, idr. – *Akcijski načrt orodij interpretacije narave, kulturne dediščine, športnih aktivnosti in aktivnosti za kakovost življenja ter enogastronomске užitke DJS.*
- Model vzpostavitve in upravljanja poenotnega vsebinskega tako klasičnega kot digitalnega komuniciranja DJS – ponudniki, Centri, Mreža TIC-P, TIT, idr. – *Akcijski načrt enotnega vsebinskega komuniciranja prodajnih mest DJS.*
- Model usposabljanja ponudnikov za butična vodena doživetja, prireditve in dogodke skladno s prepoznanimi potrebami in pričakovanji ciljnih skupin obiskovalcev in gostov – *Akcijski načrt usposabljanja ponudnikov DJS.*
- Vodenje registra certificiranih vodnikov DJS in skrb za kakovostna vodenja, interpretacijo narave in kulturne dediščine, etno animacijo, storitve kustosov, izvajalcev delavnic in degustacij – *Akcijski načrt kakovostnega izvajanja turističnih vodenj, animacij, ogledov, delavnic in pokušenj v DJS.*
- Vzpostavitev in izvajanje modela *spremljanja in evalviranja aktivnosti* DS za doživetja v DJS.

Člani DSD DJS: predstavniki DMMO JS, predstavnik vsake od občin, predstavnik/i turističnih ponudnikov, predstavnik/i društev idr. organizatorjev dogodkov in prireditev ter občanov.

4.5 Služba za upravljanje turistične infrastrukture in prodajo Destinacije Jeruzalem Slovenija

Vodja Službe za upravljanje turistične infrastrukture in prodajo certificirane ponudbe DMMO Jeruzalem Slovenija z delovno skupino za upravljanje turistične infrastrukture in prodajo certificirane ponudbe Destinacije Jeruzalem Slovenija izpolnjuje strategijo javno-zasebnega partnerstva na področjih *upravljanja turistične infrastrukture in prodaje certificirane ponudbe* Destinacije Jeruzalem Slovenija.

Slika 24: Služba za upravljanje turistične infrastrukture in prodajo ponudbe Destinacije Jeruzalem Slovenija



Center za upravljanje tur. infrastrukture in prodajo je osnovan za vzpostavitev:

- Modela upravljanja infrastrukture in opreme v objektih na področjih narave, kulture, kakovosti življenja in outdoor aktivnosti z MPKTEP ter enogastronomske ponudbe in ponudbe Razpršenega hotela Jeruzalem Slovenija ter njegovo izvajanje, spremljanje in evalviranje
- Modela upravljanja infrastrukture atrakcij povezanih s Centrom narave, Centrom kulture, Centrom za kakovost življenja in Outdoor centrom z Mrežo enogastronomskih ponudnikov in Razpršenega hotela JS idr. ter njegovo izvajanje, spremljanje in evalviranje
- Modela upravljanja vsebine atrakcij – zgodbe: CN, CK, CKŽ, ODC z MKPTEP, MEGP, RHJS, Vikendov odprtih vrat idr. ter njegovo izvajanje, spremljanje in evalvacija
- Modela upravljanja Sprejemne turistične agencije JS, Rezervacijskega sistema JS, Mreže TIC-P, TIT, TKZJmatov, Tržnic idr. prodajnih mest DJS ter njegovo izvajanje, spremljanje in evalviranje
- Modela upravljanja opreme za prireditve, dogodke, poti idr. za izvajanje vodenih doživetij ter njegovo izvajanje, spremljanje in evalviranje
- Modela upravljanja mehke mobilnosti in signalizacije ter dostopnosti za vse ciljne skupine tudi z urejenimi potmi in izposajo opreme za aktivnosti ter njegovo izvajanje in evalvacijo
- Modela spremljanja in evalviranja aktivnosti centra za upravljanje turistične infrastrukture in prodajo ponudbe DJS

Služba za upravljanje turistične infrastrukture in prodajo certificirane ponudbe DJS (SUTIIP DJS) bo z Delovno skupino za upravljanje turistične infrastrukture in prodajo certificirane ponudbe (DS UTI) skrbela za:

- Učinkovito upravljanje turistične infrastrukture in opreme z vsemi petimi službami DMMO JS in za vse štiri centre – CN, CK; CKŽ, ODC ter prodajo certificirane ponudbe DJS - [Načrt dela Službe za upravljanje turistične infrastrukture in opreme ter prodajo certificirane ponudbe DJS.](#)
- Vzpostavitev modela upravljanja turističnih atrakcij DJS (infrastrukture in opreme) – objektov CN, CK, CKŽ in ODC v upravljanju JZ TKŠ OO ter svetovanja pri upravljanju zasebnih kapacitet tudi na področju Mreže enogastronomskih ponudnikov in RHJS – [Akcijski načrt upravljanja turističnih atrakcij \(infrastrukture in opreme\) DJS.](#)
- Vzpostavitev modela soupravljanja infrastrukture treh mrež:
 - (i) Mreža centrov, in sicer: Centra narave s TIC SoD, Centra kulture s TIC Ormož, Centra za kakovost življenja s TIP Sv. Tomaž, Outdoor centra – Športni parki DJS S TIC Svetinje in STA JS – [Akcijski načrt soupravljanja infrastrukture Mreže centrov DJS.](#)
 - (ii) Mreža zasebnih ponudnikov: Mreža enogastronomskih ponudnikov DJS, Mreža enot RHJS, Mreža postajališč za avtodome (PZA) – [Akcijski načrt soupravljanja mrež zasebnih ponudnikov DJS.](#)
 - (iii) Mreža TIC-P, TIT, Mreže TKZJSmatov, PPC in drugih prodajnih mest DJS - [Akcijski načrt upravljanje mreže javnih in zasebnih prodajnih mest DJS.](#)ter njihovo izvajanje in evalviranje.
- Vzpostavitev modela upravljanja opreme za prireditve, dogodke, poti idr. za izvajanje vodenih doživetij v DJS – [Akcijski načrt upravljanja opreme za prireditve, dogodke, poti idr. za izvajanje vodenih doživetij v DJS.](#)

- Vzpostavitev modela upravljanja mehke mobilnosti, signalizacije turistične ponudbe in dostopnosti za vse v DJS – Akcijski načrt upravljanja mehke mobilnosti, signalizacije turistične ponudbe in dostopnosti DJS.
- Vzpostavitev in izvajanje modela spremljanja in evalviranja aktivnosti DJS za upravljanje turistične infrastrukture in prodaje certificirane ponudbe DJS.

Člani DSUTIIP DJS: predstavniki DMMO JS, predstavnik vsake od občin, predstavnik/i turističnih ponudnikov, predstavnik/i društev idr. organizatorjev dogodkov in prirediteljev ter občanov.

5 NAČRT AKTIVNOSTI RAZVOJA TURIZMA DESTINACIJE JERUZALEM SLOVENIJA ZA OBDOBJE 2026-2030

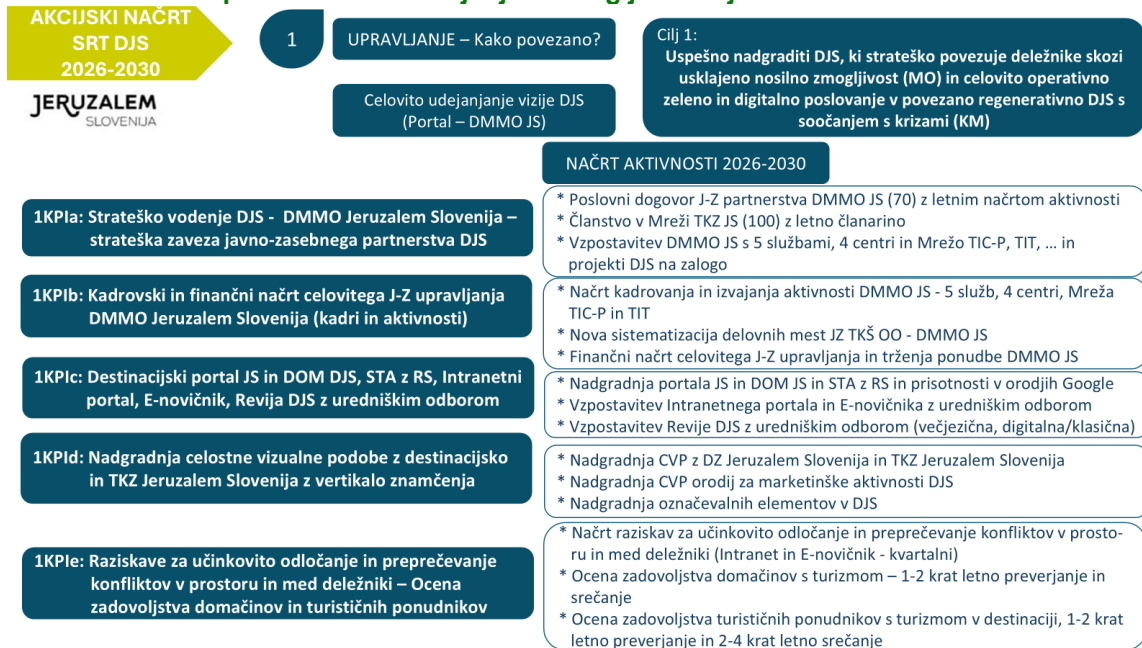
Načrt aktivnosti izhaja iz modela partnerstva za izvajanje Strategije razvoja turizma DJS za obdobje 2026-2030 in podrobno opredeljuje ključne kazalnike uspešnosti (KPI) vsake od štirih strateških prioriteta, ki jim sledijo aktivnosti za upravljanje, razvoj, marketing in istovetnost DJS.

Slika 25: Model javno-zasebnega partnerstva za izvajanje Strategije razvoja turizma Destinacije Jeruzalem Slovenija do 2030



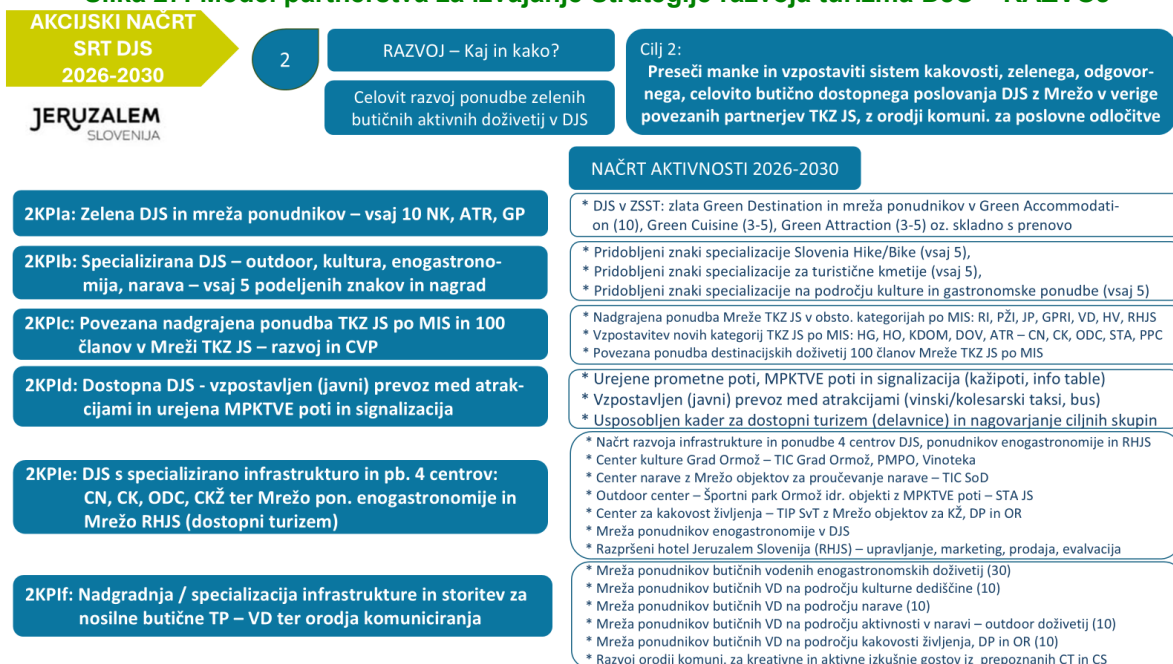
Upravljanje DJS s ciljem uspešno nadgraditi DJS, ki strateško povezuje deležnike skozi usklajeno nosilno zmogljivost in celovito operativno zeleno in digitalno poslovanje v povezano regenerativno DJS, ki je pripravljena na soočanje s krizami, se bo v obdobju 2026-2030 udejanjilo skozi 5 ključnih kazalnikov uspešnosti – 1KPI a do e z aktivnostmi za vsak KPI.

Slika 26: Model partnerstva za izvajanje Strategije razvoja turizma DJS – UPRAVLJANJE



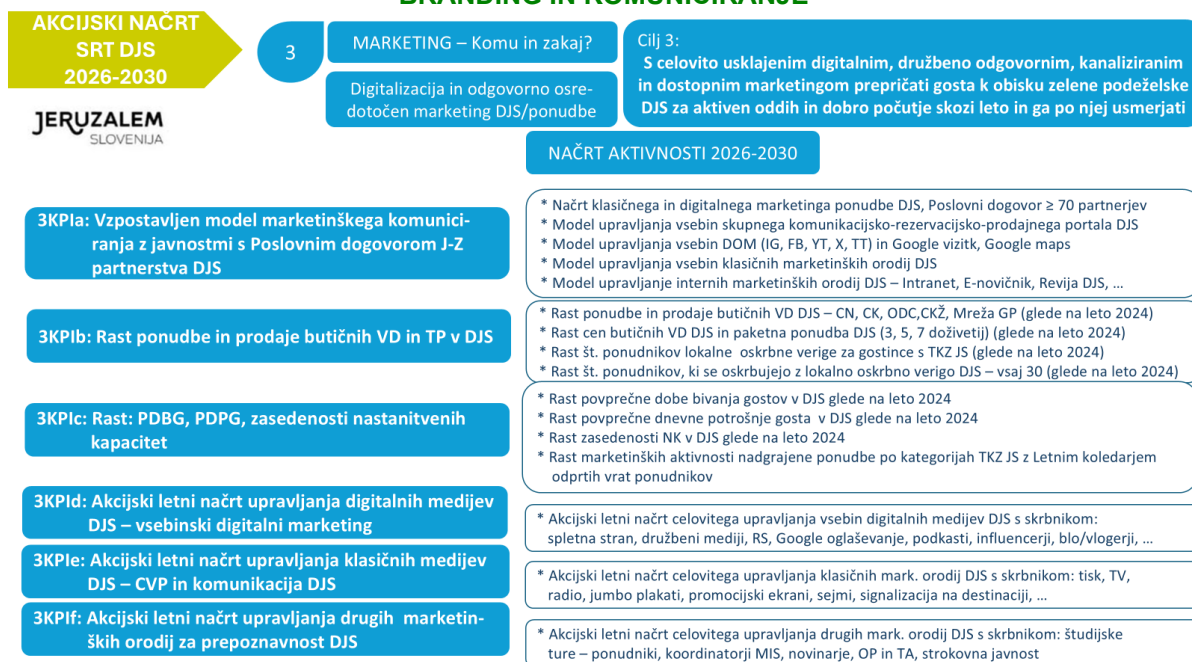
Razvoj ponudbe DJS se bo v obdobju 2026-2030 udejanjilo skozi **6 ključnih kazalnikov uspešnosti – 2KPI a do f z aktivnostmi za vsak KPI.**

Slika 27: Model partnerstva za izvajanje Strategije razvoja turizma DJS – RAZVOJ



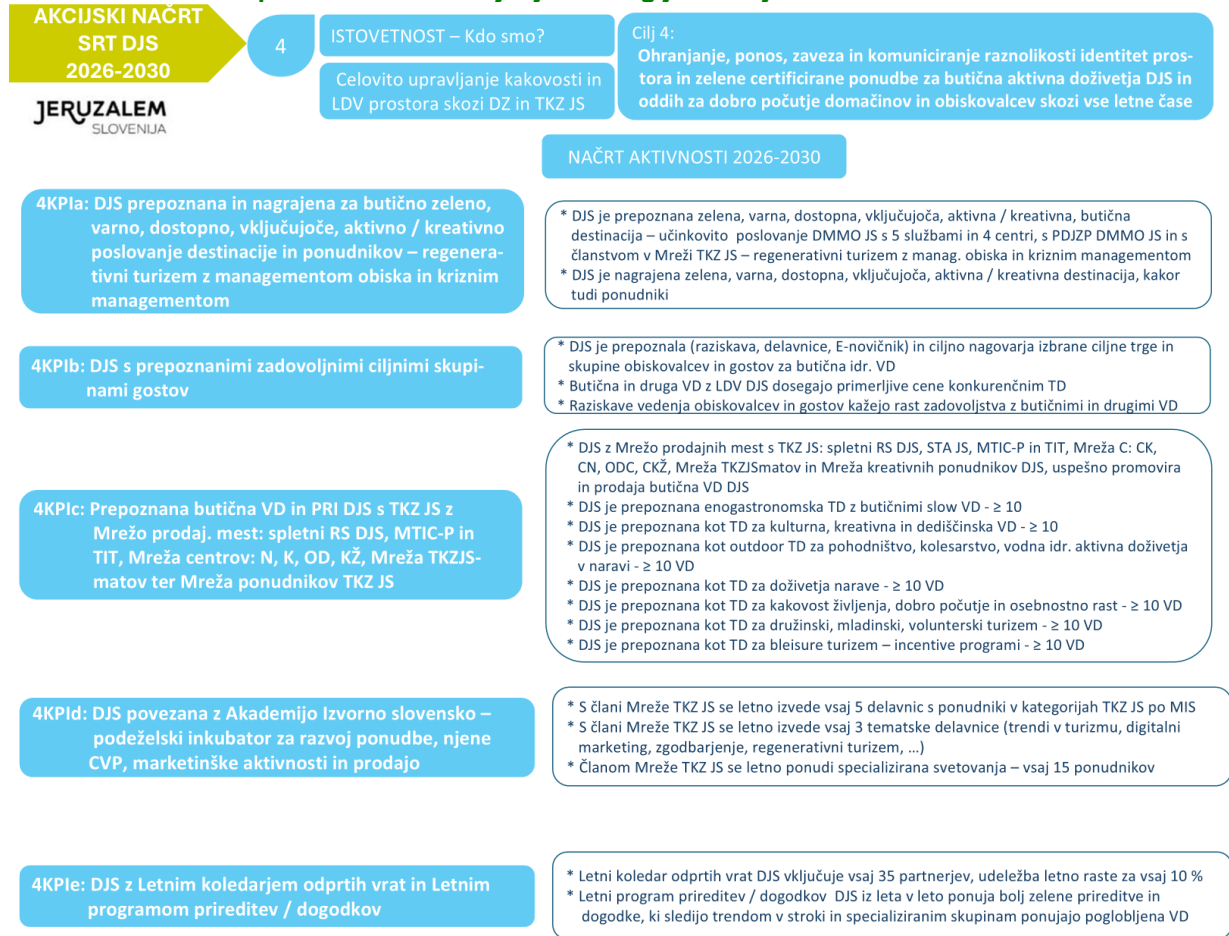
Marketing, branding in komuniciranje DJS se bo v obdobju 2026-2030 udejanjilo skozi 6 ključnih kazalnikov uspešnosti – 3KPI a do f z aktivnostmi za vsak KPI.

Slika 28: Model partnerstva za izvajanje Strategije razvoja turizma DJS – MARKETING, BRANDING IN KOMUNICIRANJE



Istovetnost DJS se bo v obdobju 2026-2030 udejanjilo skozi 5 ključnih kazalnikov uspešnosti – 4KPI a do e s po dvema do štirimi aktivnostmi za vsak KPI.

Slika 29: Model partnerstva za izvajanje Strategije razvoja turizma DJS – ISTOVETNOST



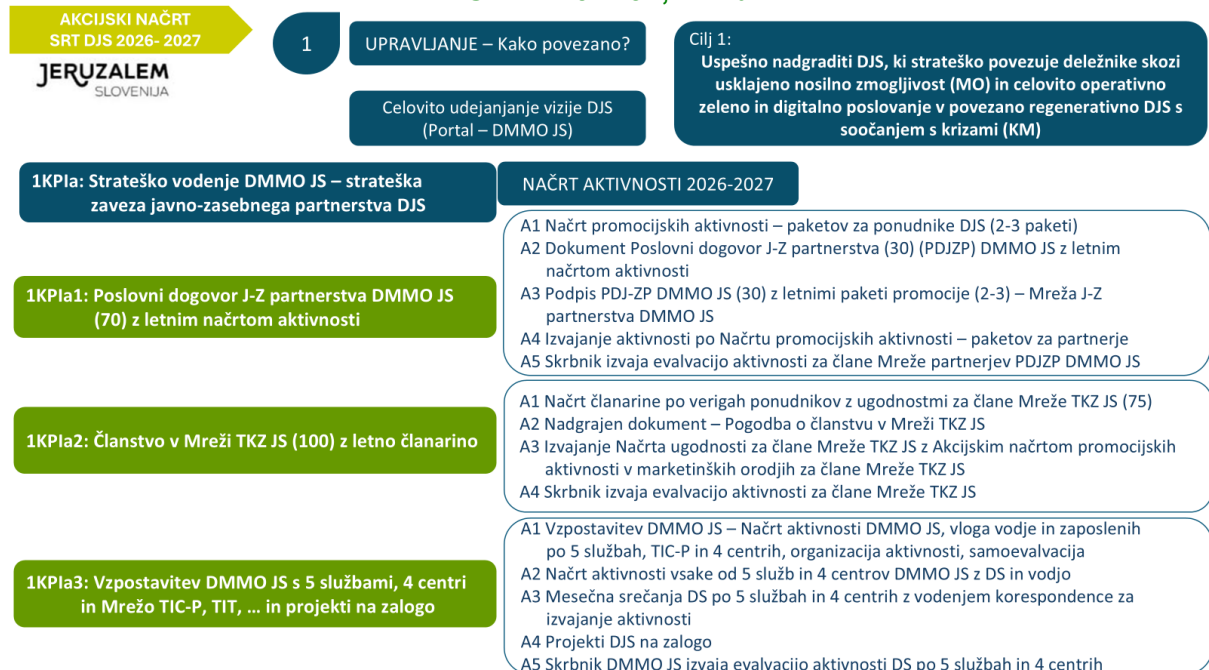
6 AKCIJSKI NAČRT UDEJANJANJA STRATEGIJE RAZVOJA TURIZMA DJS ZA OBDOBJE 2026-2027

Akcijski načrt udejanjanja strategije razvoja turizma DJS za obdobje 2026-2027 izhaja iz Modela J-Z partnerstva izvajanja Strategije razvoja turizma DJS za obdobje 2026-2030 (slika 25) *po ključnih kazalnikih uspešnosti* (KPI) vsake od štirih strateških prioritiet – (i) upravljanje, (ii) razvoj, (iii) marketing, branding in komuniciranje ter (iv) istovetnost.

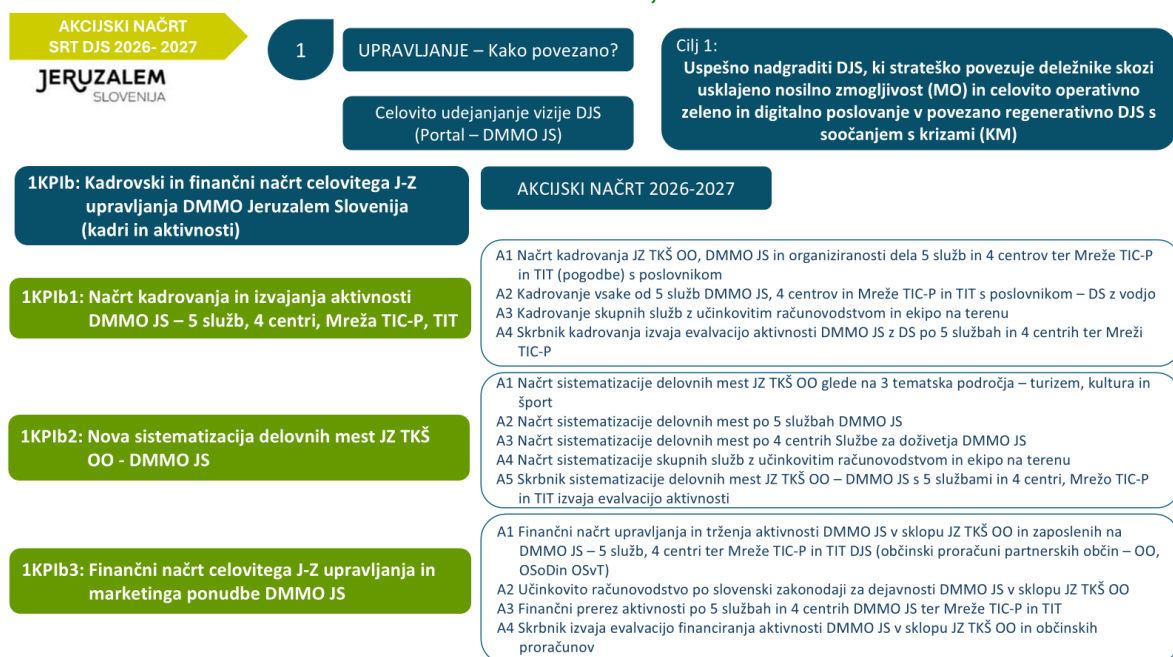
6.1 Upravljanje certificirane ponudbe Destinacije Jeruzalem Slovenija za obdobje 2026-2027

Izvajanje aktivnosti upravljanja za leti 2026-2027 izhaja iz načrta upravljanja DMMO JS za obdobje 2026-2030 in bo udejanjeno skozi 5 ključnih kazalnikov uspešnosti – 1KPI od a do e s petimi oz. štirimi aktivnostmi vsakega od KPI (glej slika 26).

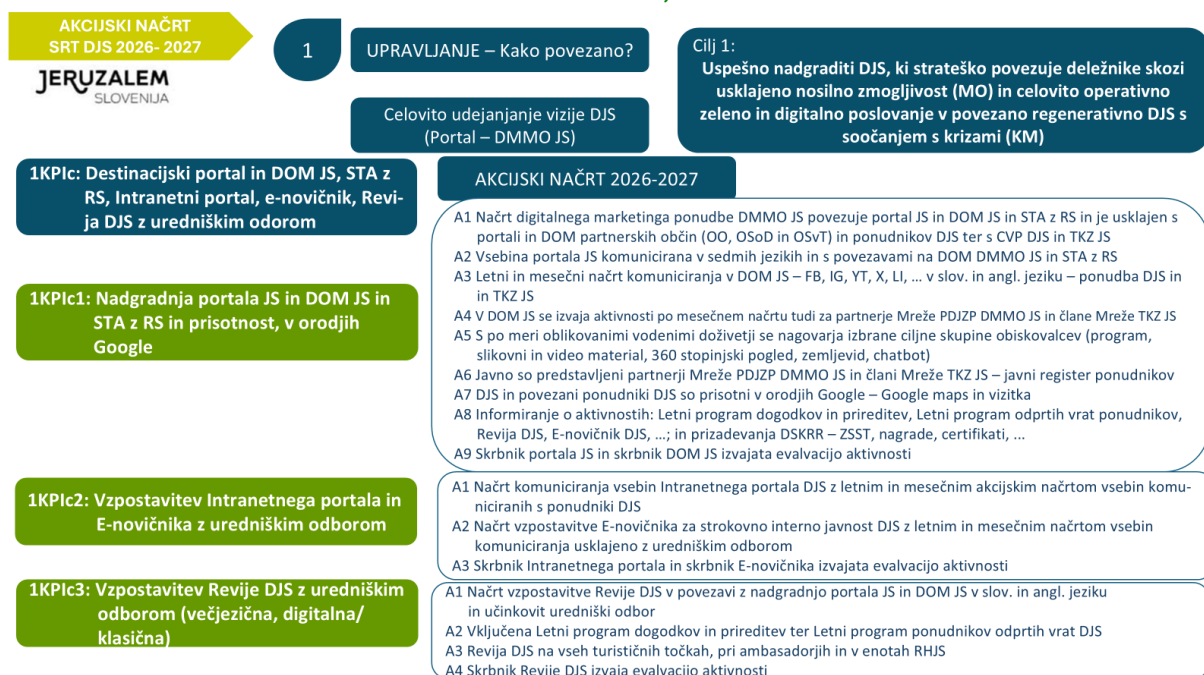
Slika 30: Model J-Z partnerstva udejanjanja Strategije razvoja turizma DJS – UPRAVLJANJE, 1KPIa



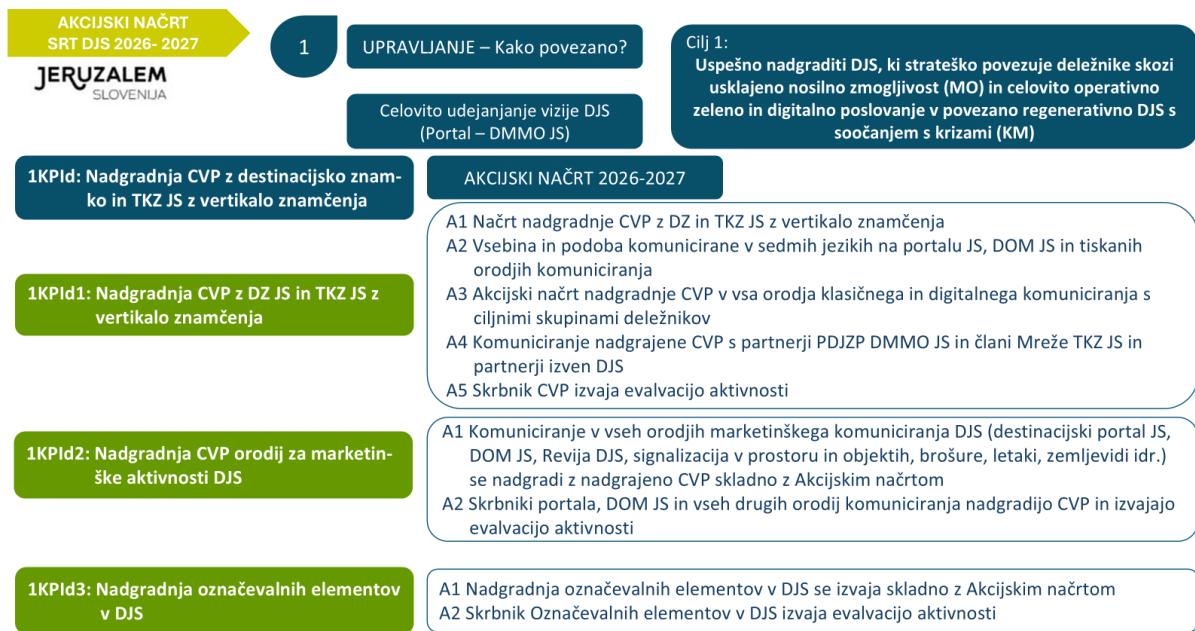
Slika 31: Model J-Z partnerstva udejanjanja Strategije razvoja turizma DJS – UPRAVLJANJE, 1KPIb



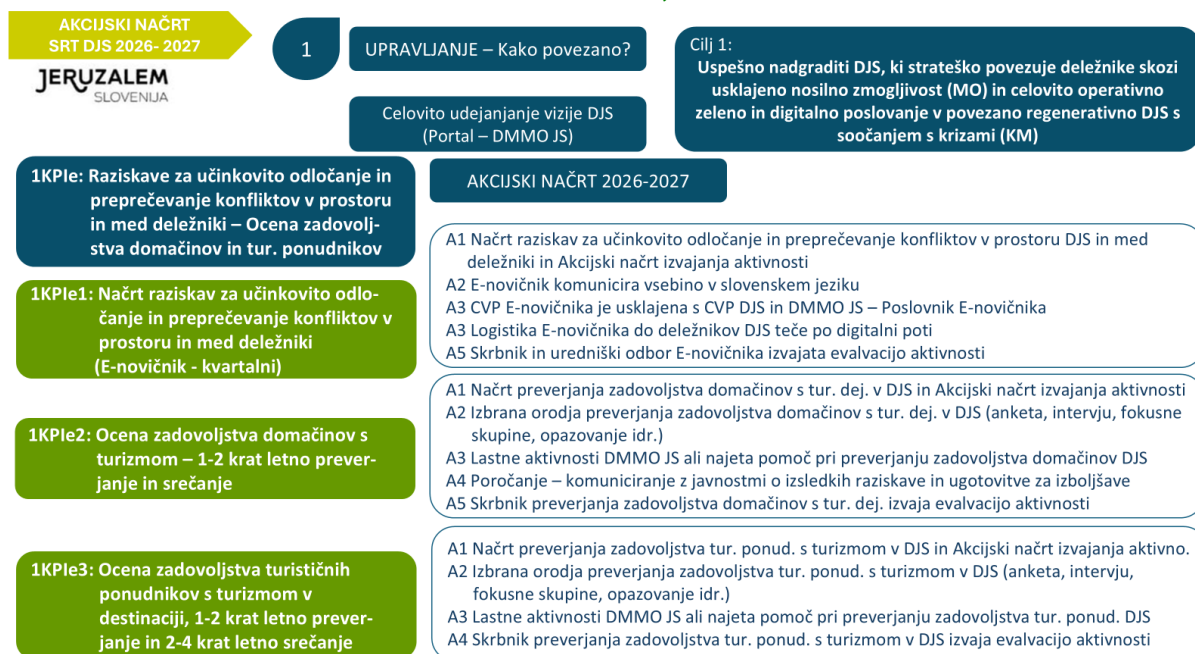
Slika 32: Model J-Z partnerstva udejanjanja Strategije razvoja turizma DJS – UPRAVLJANJE, 1KPIc



Slika 33: Model J-Z partnerstva udejanjanja Strategije razvoja turizma DJS – UPRAVLJANJE, 1KPId



Slika 34: Model J-Z partnerstva udejanjanja Strategije razvoja turizma DJS – UPRAVLJANJE, 1KPIe



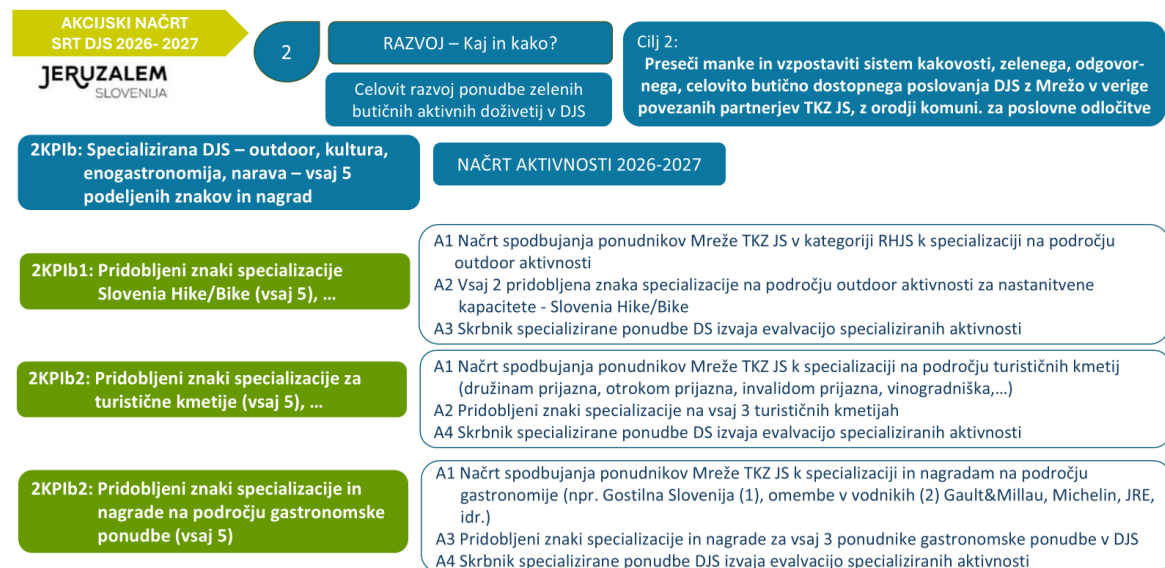
6.2 Razvoj certificirane ponudbe Destinacije Jeruzalem Slovenija 2026-2027

Izvajanje aktivnosti razvoja certificirane ponudbe DJS s TKZ JS v letih 2026-2027 izhaja iz načrta razvoja DMMO JS za obdobje 2026-2030, ki bo udejanjeno skozi 6 ključnih kazalnikov uspešnosti – 2KPI a do f z aktivnostmi za vsak KPI (glej slika 27).

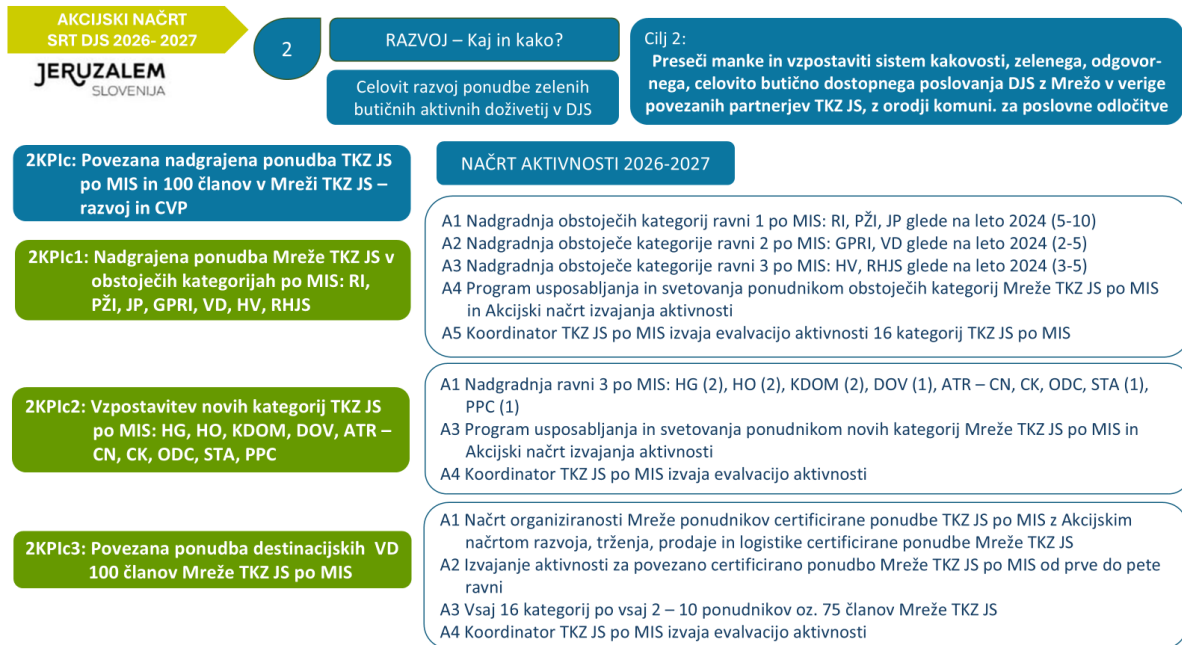
Slika 35: Model J-Z partnerstva udejanjanja Strategije razvoja turizma DJS – RAZVOJ, 2KPIa



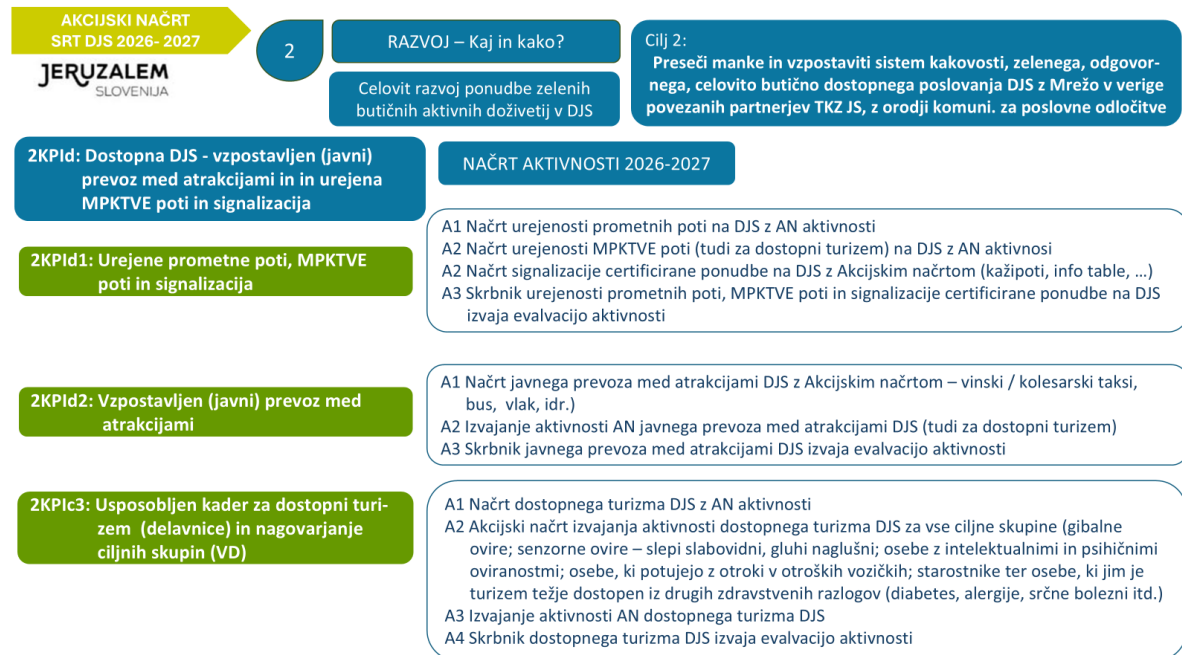
Slika 36: Model J-Z partnerstva udejanjanja Strategije razvoja turizma DJS – RAZVOJ, 2KPIb



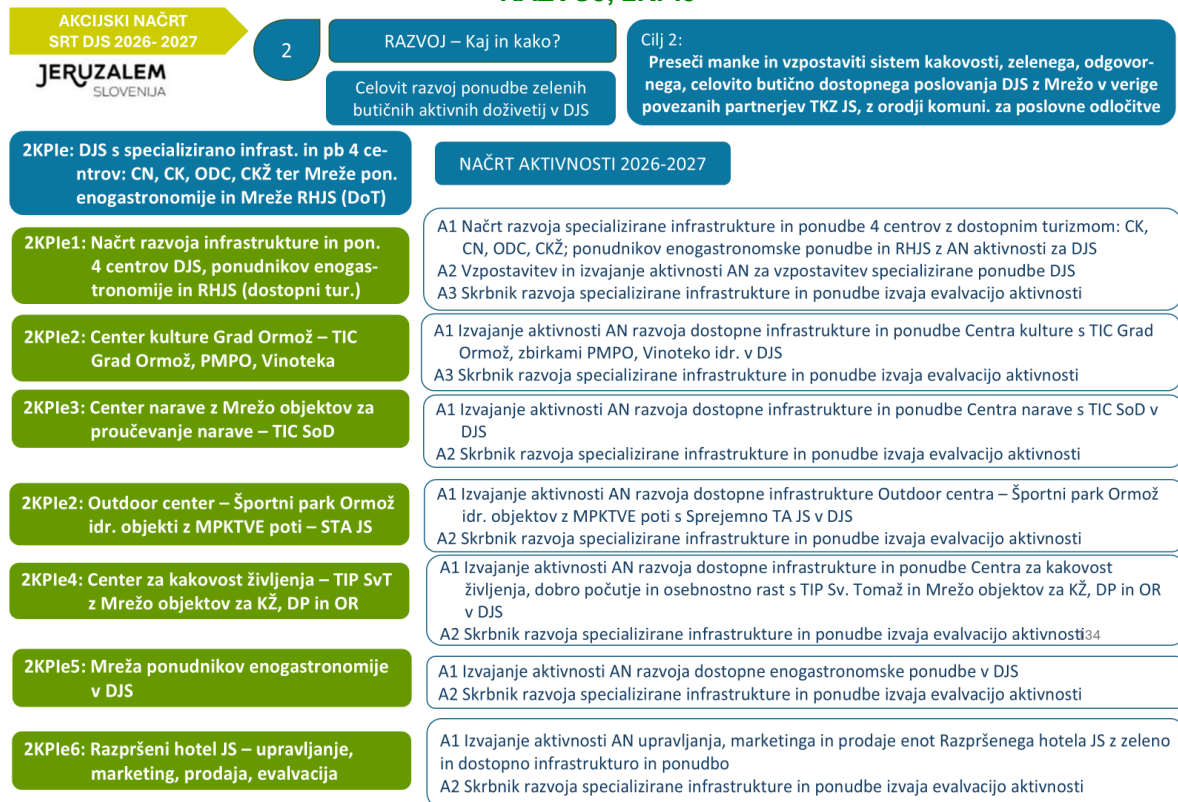
Slika 37: Model J-Z partnerstva udejanjanja Strategije razvoja turizma DJS – RAZVOJ, 2KPIc



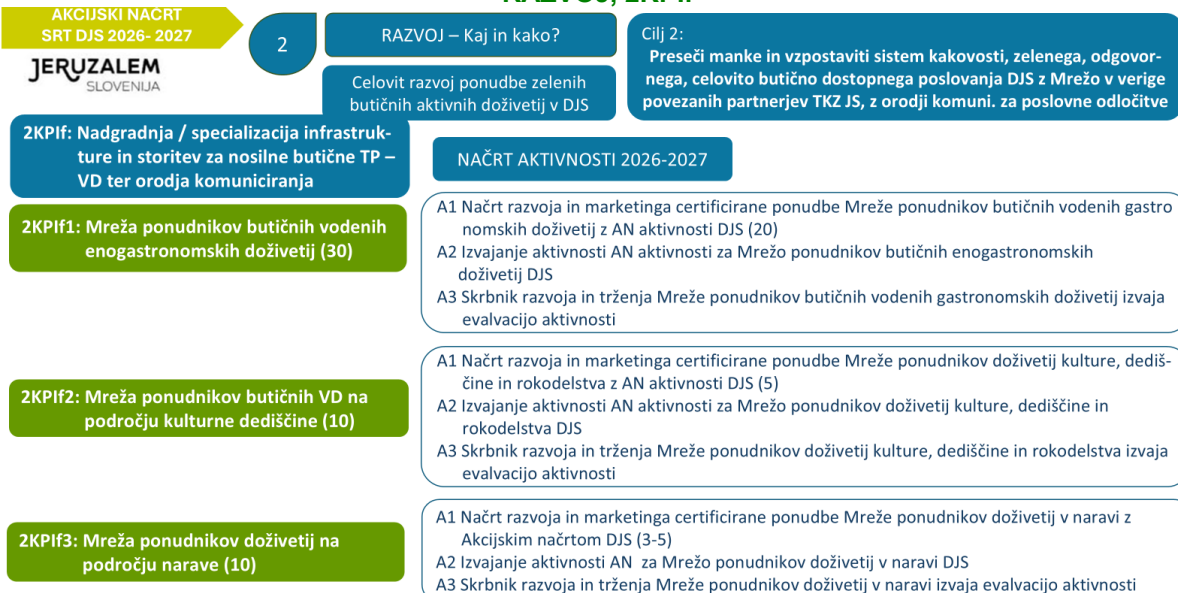
Slika 38: Model J-Z partnerstva udejanjanja Strategije razvoja turizma DJS – RAZVOJ, 2KPId

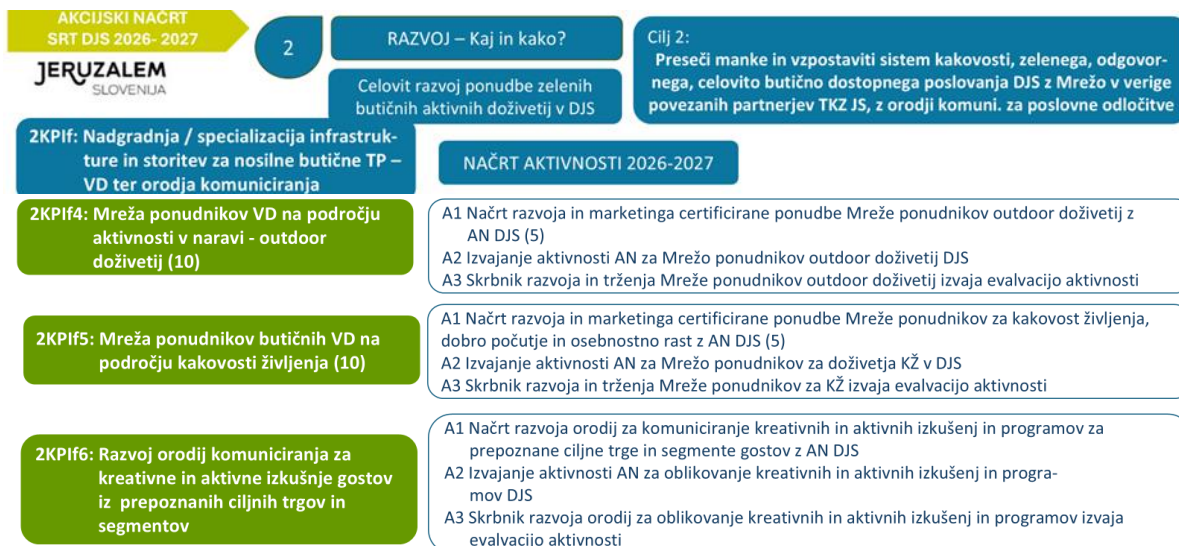


Slika 39: Model J-Z partnerstva udejanjanja Strategije razvoja turizma DJS – RAZVOJ, 2KPIe



Slika 40: Model J-Z partnerstva udejanjanja Strategije razvoja turizma DJS – RAZVOJ, 2KPIf





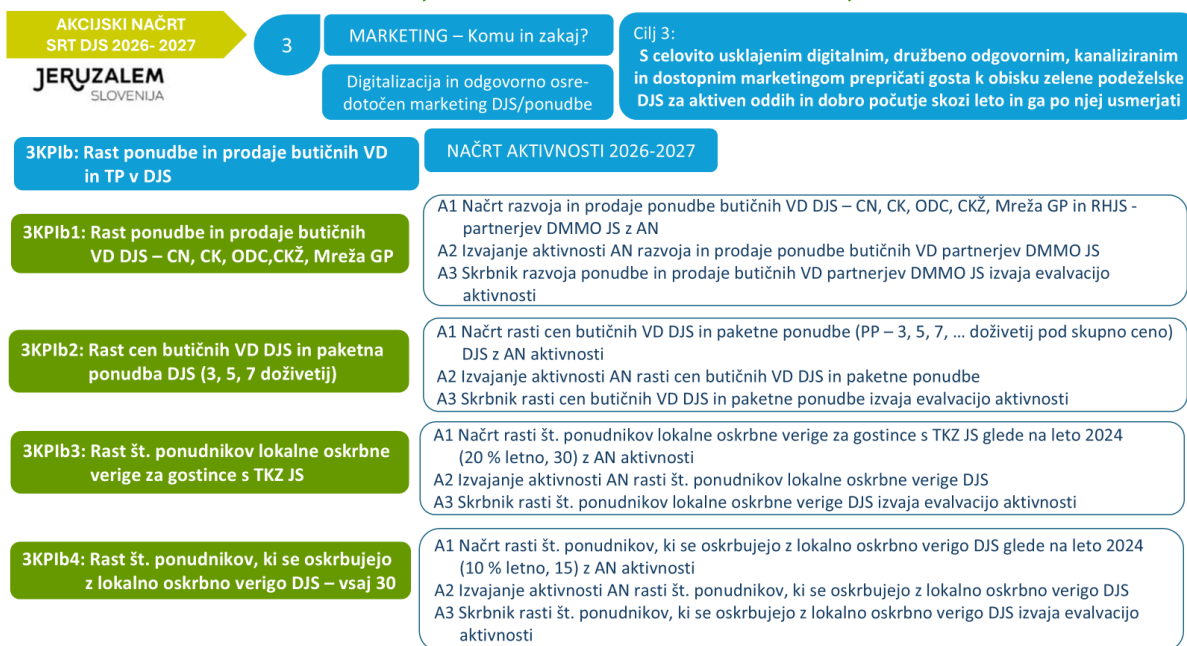
6.3 Marketing, branding in komuniciranje Destinacije Jeruzalem Slovenija 2026-2027

Izvajanje aktivnosti marketinga, brandinga in komuniciranja ponudbe DJS za leti 2026-2027 izhaja iz načrta J-Z razvoja DMMO JS za obdobje 2026-2030, ki bo udeleženo skozi 6 ključnih kazalnikov uspešnosti – 3KPI a do f z aktivnostmi za vsak KPI (slika 28).

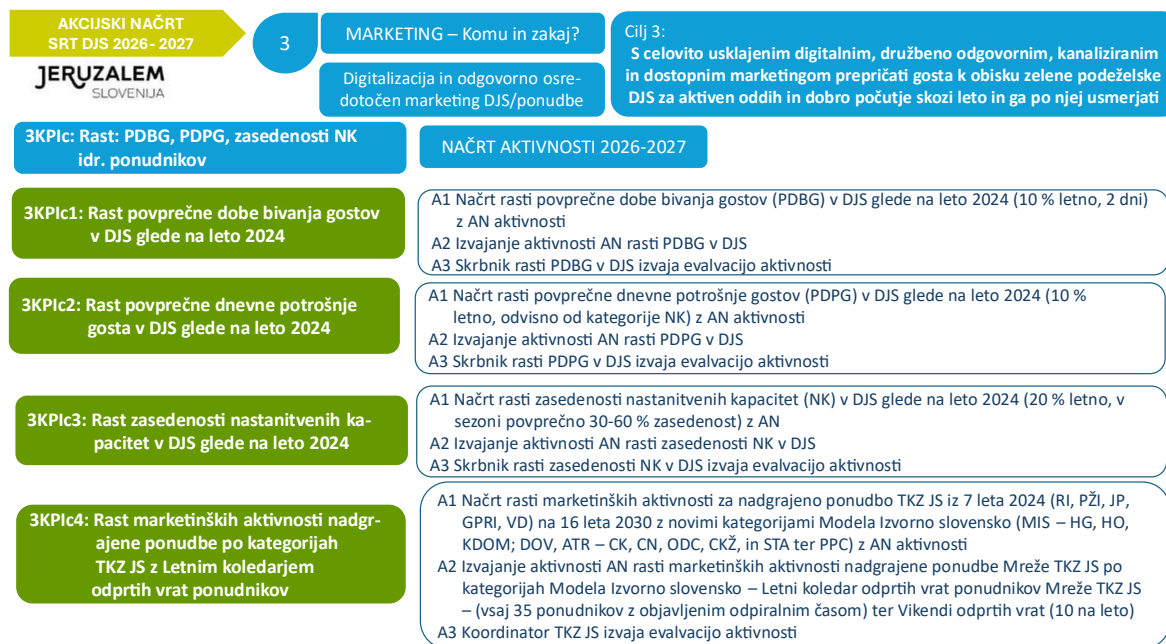
Slika 41: Model J-Z partnerstva za izvajanje Strategije razvoja turizma DJS – MARKETING, BRANDING IN KOMUNICIRANJE, 3KPIa



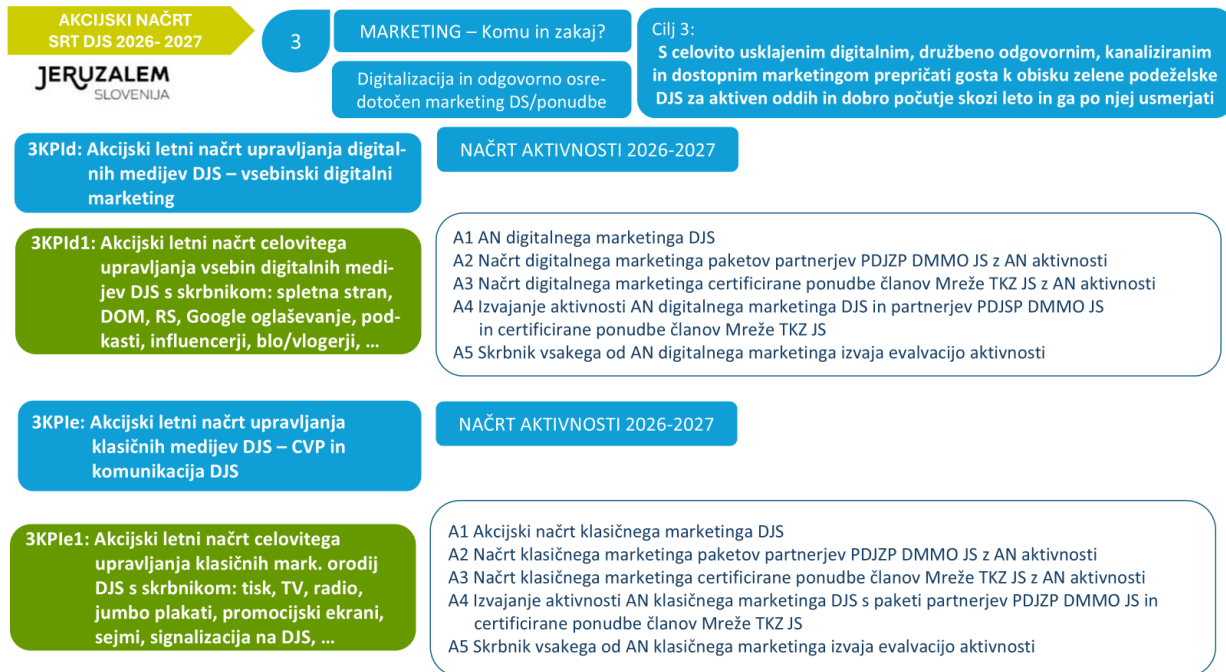
Slika 42: Model J-Z partnerstva udejanjanja Strategije razvoja turizma DJS – MARKETING, BRANDING IN KOMUNICIRANJE, 3KPIb



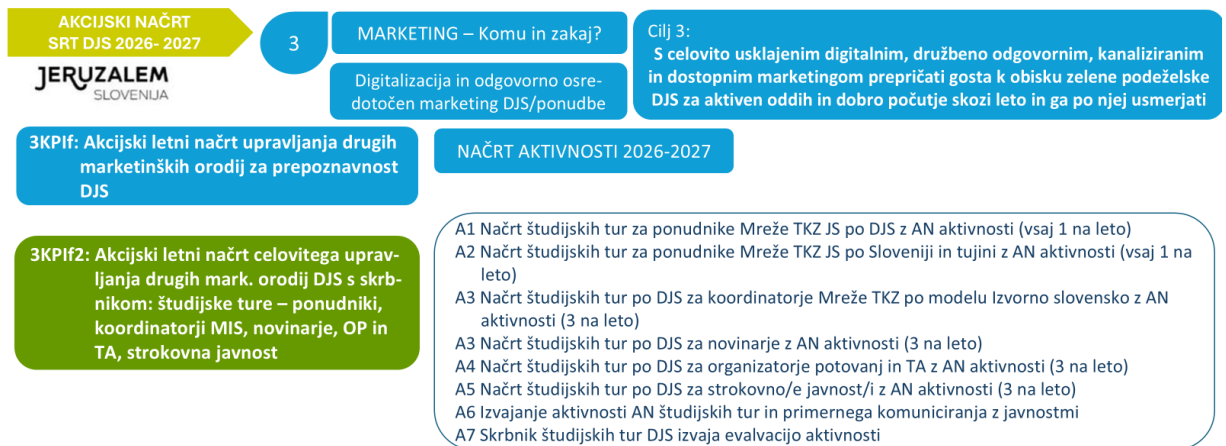
Slika 43: Model J-Z partnerstva udejanjanja Strategije razvoja turizma DJS – MARKETING, BRANDING IN KOMUNICIRANJE, 3KPIc



Slika 44: Model J-Z partnerstva udejanjanja Strategije razvoja turizma DJS – MARKETING, BRANDING IN KOMUNICIRANJE, 3KPId in 3KPIe



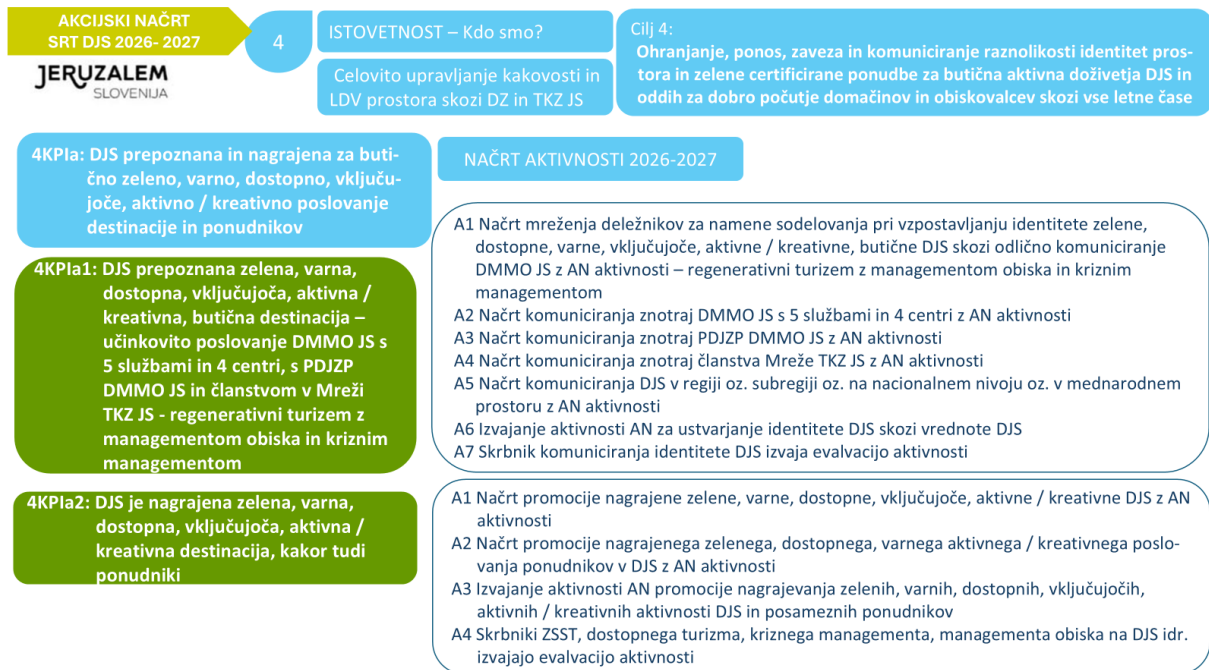
Slika 45: Model J-Z partnerstva udejanjanja Strategije razvoja turizma DJS – MARKETING, BRANDING IN KOMUNICIRANJE, 3KPIf



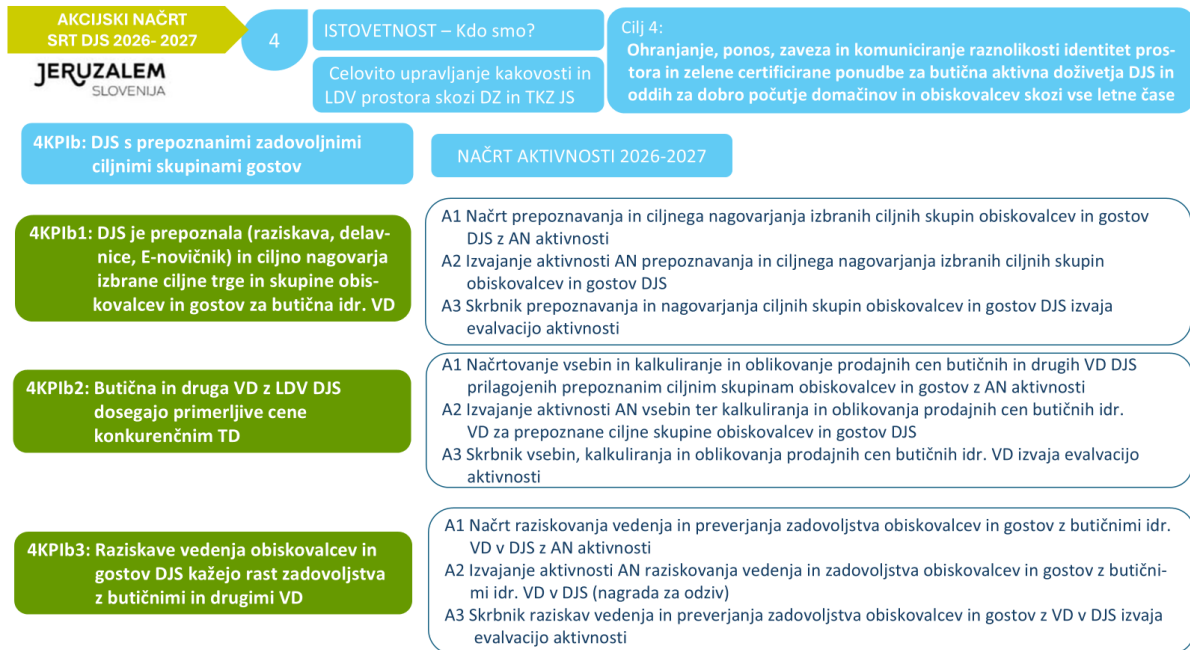
6.4 Istovetnost celovite ponudbe Destinacije Jeruzalem Slovenija 2026-2027

Izvajanje aktivnosti istovetnosti ponudbe za leti 2026-2027 izhaja iz načrta J-Z razvoja DMMO JS v obdobju 2026-2030, ki bo udejanjeno skozi 5 ključnih kazalnikov uspešnosti – 4KPI a do e z aktivnostmi za vsak KPI (glej slika 29).

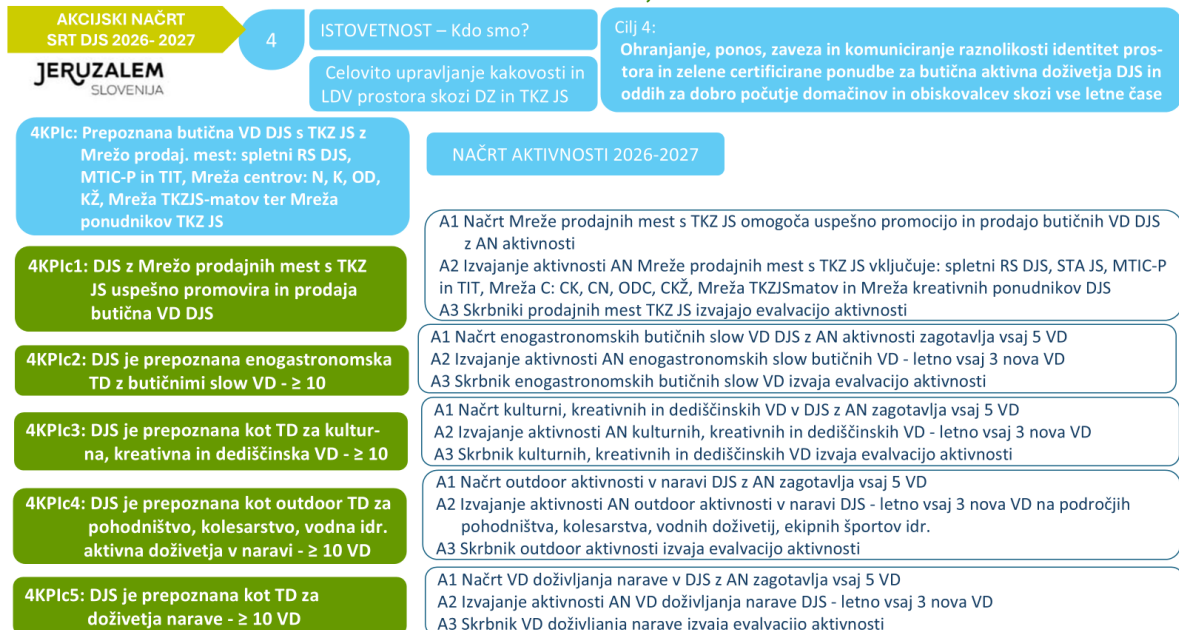
Slika 46: Model J-Z partnerstva udejanjanja Strategije razvoja turizma DJS - ISTOVETNOST, 4KPIa



Slika 47: Model J-Z partnerstva udejanjanja Strategije razvoja turizma DJS – ISTOVETNOST, 4KPIb

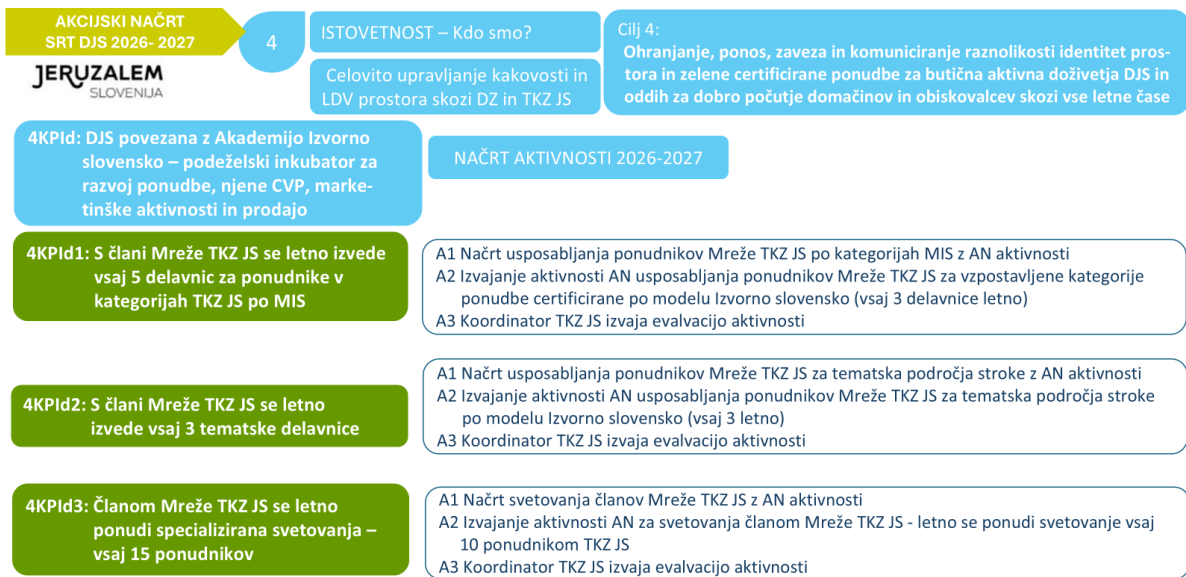


Slika 48: Model J-Z partnerstva udejanjanja Strategije razvoja turizma DJS – ISTOVETNOST, 4KPIc





Slika 49: Model J-Z partnerstva udejanjanja Strategije razvoja turizma DJS – ISTOVETNOST, 4KPId



Slika 50: Model J-Z partnerstva udejanjanja Strategije razvoja turizma DJS – ISTOVETNOST, 4KPIe



7 UDEJANJANJE KPI ŠTIRIH STRATEŠKIH PRIORITET PO SLUŽBAH DMMO JERUZALEM SLOVENIJA ZA OBDOBJE 2026-2027

V nadaljevanju je predstavljeno doseganje ključnih kazalnikov uspešnosti udejanjanja Strategije razvoja turizma DJS 2026-2027 skozi aktivnosti petih Služb DMMO JS (glej slika 16).

Slika 51: DMMO Jeruzalem Slovenija

POSLOVNI MODEL DMMO JS do 2030

JERUZALEM
SLOVENIJA

DMMO Jeruzalem Slovenija

Celovito strateško in operativno načrtovanje, organiziranje, vodenje, upravljanje, monitoring in evalvacija DMMO JS s STA JS J-Z partnerstvo DJS za: povezan regenerativni razvoj in poglobljen marketing ponudbe DJS, nastopanje pod skupno DZ in TKZ, zagotavljanje celovite kakovosti zelene butične ponudbe, upravljanje infrastrukture, doživetij in obiska idr.

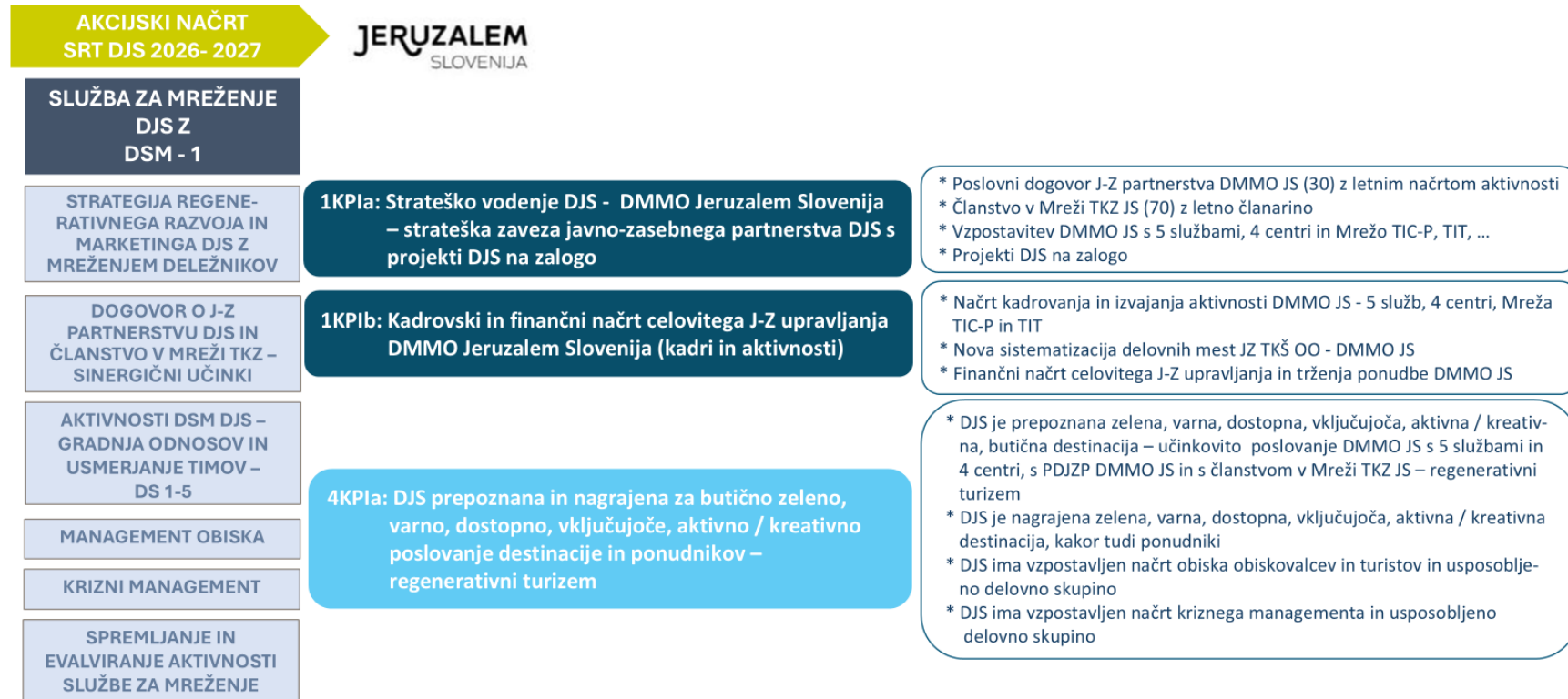
SLUŽBA ZA KAKOVOST RAZISKAVE IN RAZVOJ Z DSKRR - 2	SLUŽBA ZA MARKETING, BRANDING IN KOMUNICIRANJE Z DSMBK- 3	SLUŽBA ZA MREŽENJE DJS Z DSM - 1	SLUŽBA ZA DOŽIVETJA – RAZVOJ PRODUKTOV V DJS Z DSD - 4	SLUŽBA ZA UPRAVLJANJE TUR. INFRASTRUK. IN PRODAJO Z DSUTIIP - 5
TKZ JS – MREŽA IN SISTEM CERTIFICIRANJA PO MIS Z AKADEMIJO IZVORNO SLOVENSKO	EKSTERNI MARKETING DJS (STO, WEB, DOM in STA JS, SEJMI)	STRATEGIJA REGENERATIVNEGA RAZVOJA IN MARKETINGA DJS Z MREŽENJEM DELEŽNIKOV	MANAGEMENT VODENIH DOŽIVETIJ Z VERIGAMI PONUDNIKOV CN, CK, CKŽ, ODC - PONUDNIKOV DESTINACIJE	MANAGEMENT INFRASTRUKTURE (CN, CK, CKŽ in ODC, MKPVEP. ...)
DESIGN MANAGEMENT Z DZ IN TKZ JS – TEREN, SPLET, TISK, ...	INTERNI/OPERATIVNI MARKETING DJS (MANAGEMENT PRIHODOV, KOORDINACIJA UDELEŽENCEV, RAZVOJ KADRA (DIG, 4TC, MTIC-P in TIT, MTKZ JS), SIGNALIZACIJA, MARKETING MREŽE TIC-P, TIT, TKZJSmatov) ...	DOGOVOR O J-Z PARTNERSTVU DJS IN ČLANSTVO V MREŽI TKZ – SINERGIČNI UČINKI	MANAGEMENT PRIREDITEV, DOGODKOV IN TEMATSKIH POTI Z VERIGAMI PONUDNIKOV DESTINACIJE	MANAGEMENT OPREME ZA PRIREDITVE, DOGODKE, POTI IN VODENA DOŽIVETJA V DJS
MANAGEMENT ZELENEGA / DOSTOPNEGA / DRUŽBENO ODGOVORNEGA POSLOVANJA	BRANDIRANJE IN ENOTNA KOMUNIKACIJA DJS NAVZVEN	AKTIVNOSTI DSM DJS – GRADNJA ODNOSOV IN USMERJANJE TIMOV – DS 1-5	USPOSABLJANJE IZVAJALCEV GASTRONOMSKIH, VINSKIH, ŠPORTNIH, KULTURNIH, NARAVOSLOVNIH IDR. VD	MANAGEMENT STA JS, MREŽE TIC-P, TIT, TKZJSmatov, TRŽNIC idr. PRODAJNIH MEST
MANAGEMENT RAZISKAV IN RAZVOJA V TURIZMU	VSEBINSKI MARKETING Z ORODJI – DOM, BLOGI, PODCAST	MANAGEMENT OBISKA	INFORMIRANJE IN OZAVEŠČANJE DELEŽNIKOV O NARAVI, KD, KŽ TER OD AKTIVNOSTIH	MANAGEMENT ATRAKCIJ (VSEBINA 4 TC, MKPVE POTI, RHJS, VOV, ...)
IKT – DESTINACIJSKI PORTAL IN MODEL ZBIRANJA PODATKOV, NOVIČNIK ZA PONUDNIKE	MANAGEMENT DIG in KLAS. MARKETINGA IN PRODAJE PONUDBE CERTIFICIRANE S TKZ	KRIZNI MANAGEMENT	SPREMLJANJE IN EVALVIRANJE AKTIVNOSTI SLUŽBE ZA DOŽIVETJA – RAZVOJ PRODUKTOV	MANAGEMENT MEHKE MOBILNOSTI, DOSTOPNOSTI IN VKLJUČENOSTI ZA VSE
PROJEKTI NA ZALOGO IN PRIJAVE NA RAZPISE Z RRC	SPREMLJANJE IN EVALVIRANJE AKTIVNOSTI SLUŽBE ZA MARKETING, BRANDING IN KOMUNICIRANJE Z DZ/TKZ	SPREMLJANJE IN EVALVIRANJE AKTIVNOSTI SLUŽBE ZA MREŽENJE		SPREMLJANJE IN EVALVIRANJE AKTIVNOSTI SLUŽBE ZA UPRAV. INFRASTRUKTURE IN PRODAJO

Vključujoče, sodelujoče, povezano, celovito, družbeno odgovorno, zeleno, regenerativno, domačno a strokovno, statistično vodeno, zaupanja vredno poslovanje

7.1 Služba za mreženje DMMO Jeruzalem Slovenija 2026-2027

Služba za Mreženje DMMO JS izvaja aktivnosti 1 prioritete – UPRAVLJANJE (1KPIa in 1KPIb) in 4 prioritete – ISTOVETNOST (4KPIa).

Slika 52: Služba za Mreženje J-Z partnerstva Destinacije Jeruzalem Slovenija, udejanjanje KPI dveh priorit: Upravljanje in Istovetnost



7.2 Služba za kakovost, raziskave in razvoj DMMO Jeruzalem Slovenija 2026-2027

Služba za kakovost, raziskave in razvoj DMMO JS izvaja aktivnosti 1 prioritete – UPRAVLJANJE (1KPIa, 1KPIc, 1KPIe), 2 prioritete – RAZVOJ (2KPIa, 2KPIb in 2KPIc) in 4 prioritete – ISTOVETNOST (4KPIb in 4KPId).

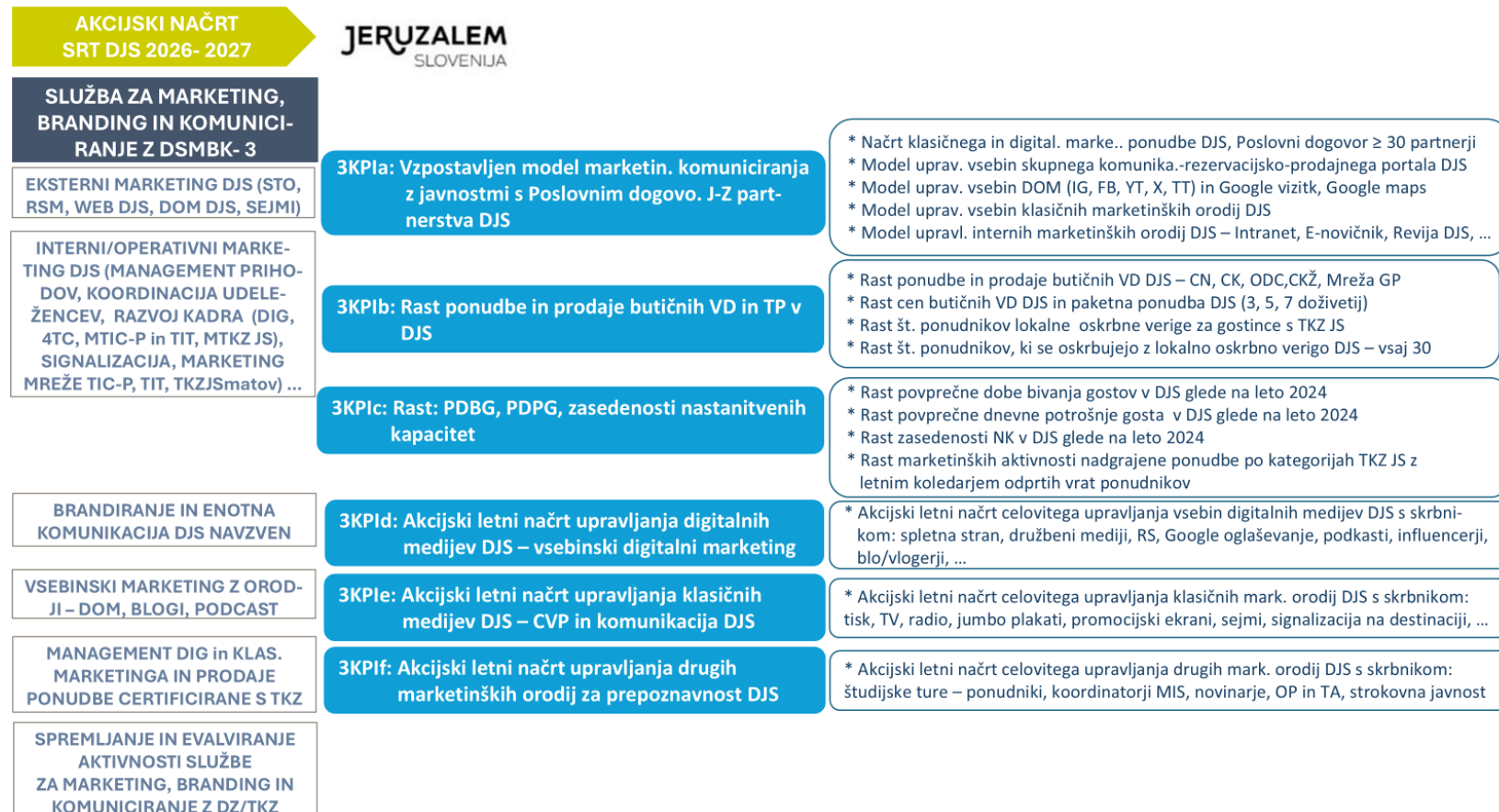
Slika 53: Služba za Kakovost, raziskave in razvoj DMMO Jeruzalem Slovenija, udejanjanje KPI treh priorit: Upravljanje, Razvoj in Istovetnost

AKCIJSKI NAČRT SRT DJS 2026- 2027		JERUZALEM SLOVENIJA	
SLUŽBA ZA KAKOVOST RAZISKAVE IN RAZVOJ Z DSKRR - 2	2KPIc: Povezana nadgrajena ponudba TKZ JS po MIS in 100 članov v Mreži TKZ JS – razvoj in CVP	* Nadgrajena ponudba Mreže TKZ JS v obstoječih 7 kategorijah po MIS * Vzpostavitev novih kategorij TKZ JS po MIS (7 + 9 = 16) * Povezana ponudba destinacijskih VD članov Mreže TKZ JS po MIS	
TKZ JS – MREŽA IN SISTEM CERTIFICIRANJA PO MIS Z AKADEMIJO IZVORNO SLOVENSKO	4KPId: DJS povezana z Akademijo Izvorno slovensko - podeželski inkubator za razvoj ponudbe, njene CVP, marketinške aktivnosti in prodajo	* S člani Mreže TKZ JS letno vsaj 5 delavnic s ponud. v kat. TKZ JS po MIS * S člani Mreže TKZ JS letno vsaj 3 tematske delavnice (trends v turizmu, digitalni marketing, zgodbarjenje, regenerativni turizem, ...) * Članom Mreže TKZ JS letno ponudi spec. svetovanja – vsaj 15 ponudnikov	
DESIGN MANAGEMENT Z DZ IN TKZ JS – TEREN, SPLET, TISK, ...	1KPId: Nadgradnja celostne vizualne podobe z destinacijsko in TKZ Jeruzalem Slovenija z vertikalo znamčenja	* Nadgradnja portala JS in DOM JS in prisotnost v orodjih Google * Vzpostavitev Intranetnega portala in E-novičnika z uredniškim odborom * Vzpostavitev Revije DJS z uredniškim odborom (večjezična, digitalna/klasična)	
MANAGEMENT ZELENEGA / DOSTOPNEGA / DRUŽBENO ODGOVORNEGA POSLOVANJA	2KPIa: Zelena DJS in mreža ponudnikov – vsaj 10 NK, ATR, GP	* DJS v ZSST: zlata Green Destination in mreža ponudnikov v Green Accom. (10), Green Cuisine (3-5), Green Attraction (3-5), skladno s prenovi	
	2KPIb: Specializirana DJS – outdoor, kultura, enogastronomija, narava – vsaj 5 podeljenih znakov in nagrad	* Pridobljeni znaki specializacije Slovenia Hike/Bike (vsaj 5), * Pridobljeni znaki specializacije za turistične kmetije (vsaj 5), * Pridobljeni znaki specializacije - kultura in gastronomska ponudba (vsaj 5)	
MANAGEMENT RAZISKAV IN RAZVOJA V TURIZMU	1KPIe: Raziskave za učinkovito odločanje in preprečevanje konfliktov v prostoru in med deležniki – Ocena zadovoljstva domačinov in turističnih ponudnikov	* Načrt raziskav za učinkovito odločanje in preprečevanje konfliktov v prostoru in med deležniki (intranet in E-novičnik - kvartalni) * Ocena zadovoljstva domačinov s turizmom – 1-2 krat letno preverjanje in srečanje * Ocena zadovoljstva turističnih ponudnikov s turizmom v destinaciji, 1-2 krat letno preverjanje in 2-4 krat letno srečanje	
IKT – DESTINACIJSKI PORTAL IN MODEL ZBIRANJA PODATKOV, NOVIČNIK ZA PONUDNIKE	4KPIb: DJS s prepoznanimi zadovoljnimi ciljnim skupinami gostov	* Raziskave vedenja obiskovalcev in gostov kažejo rast zadovoljstva z butičnimi in drugimi VD	
	1KPIc: Destinacijski portal in DOM in STA z RS DJS, Intranetni portal, E-novičnik, Revija DJS z ur. odborom	* Nadgradnja portala in DOM JS in STA z RS in prisotnosti v orodjih Google * Vzpostavitev Intranetnega portala in E-novičnika z uredniškim odborom * Vzpostavitev Revije DJS z uredniškim odborom (večjezična, digitalna/klasična)	
PROJEKTI NA ZALOGO IN PRIJAVE NA RAZPISE Z RRC			
SPREMLJANJE IN EVALVIRANJE AKTIVNOSTI SLUŽBE ZA KAKOVOST, RAZISKAVE IN RAZVOJ	1KPIa: Strateško vodenje DJS - DMMO JS – strateška zaveza J-Z partnerstva DJS s projekti DJS na zalogo	* Projekti DJS na zalogo	

7.3 Služba za marketing, branding in komuniciranje DMMO Jeruzalem Slovenija 2026-2027

Služba za marketing, branding in komuniciranje DMMO JS izvaja aktivnosti 3 prioritete – MARKETING (3KPIa, 3KPIb, 3KPIc, 3KPId, 3KPIe in 3KPIf).

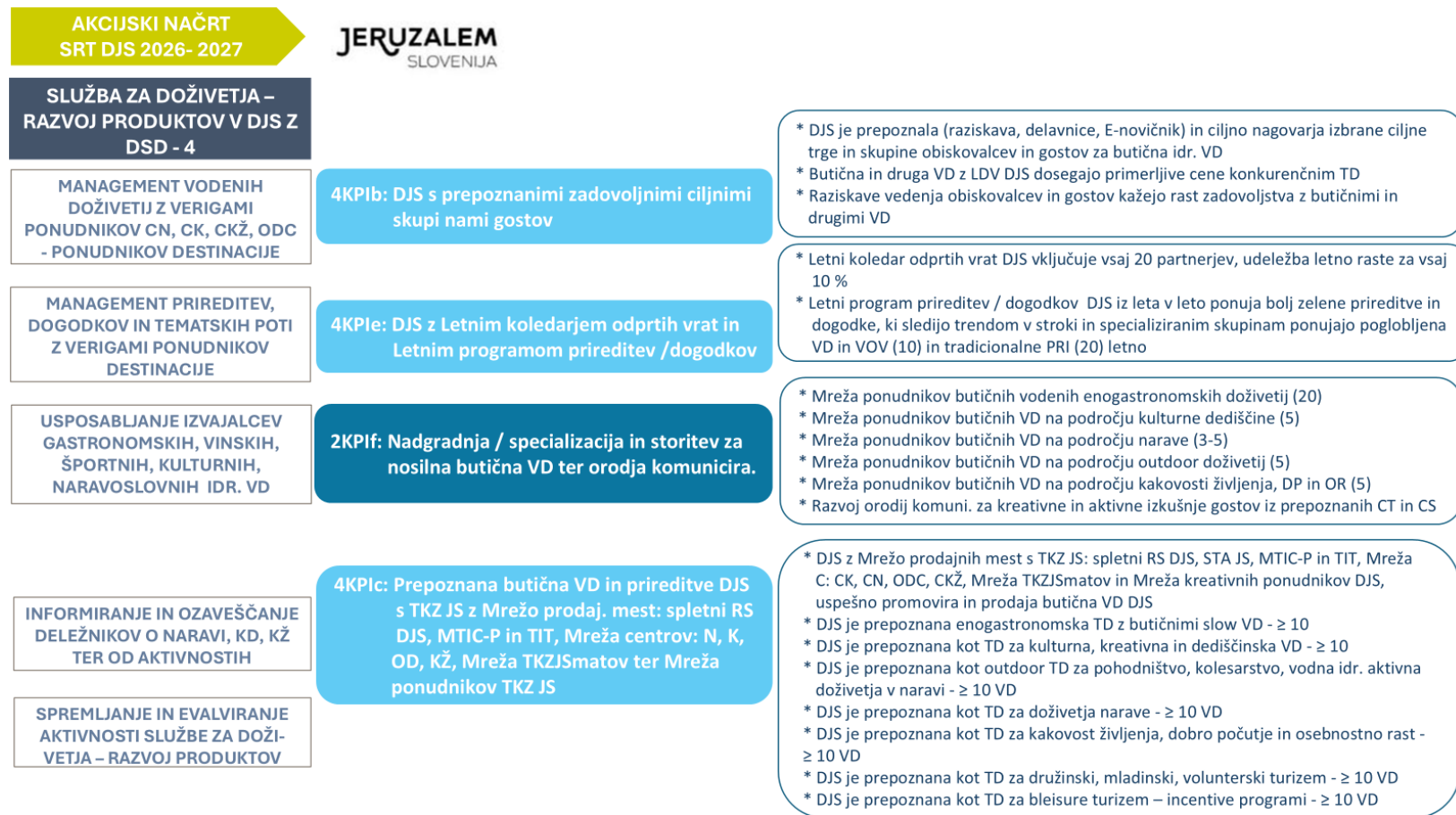
Slika 54: Služba za Marketing, branding in komuniciranje DMMO Jeruzalem Slovenija, udejanjane KPI prioritete tri: Marketing



7.4 Služba za doživetja DMMO Jeruzalem Slovenija 2026-2027

Služba za doživetja DMMO JS izvaja aktivnosti 2 prioritete – RAZVOJ: 2KPIf in 4 prioritete - ISTOVETNOST: 4KPIb, 4KPIc, 4KPIe.

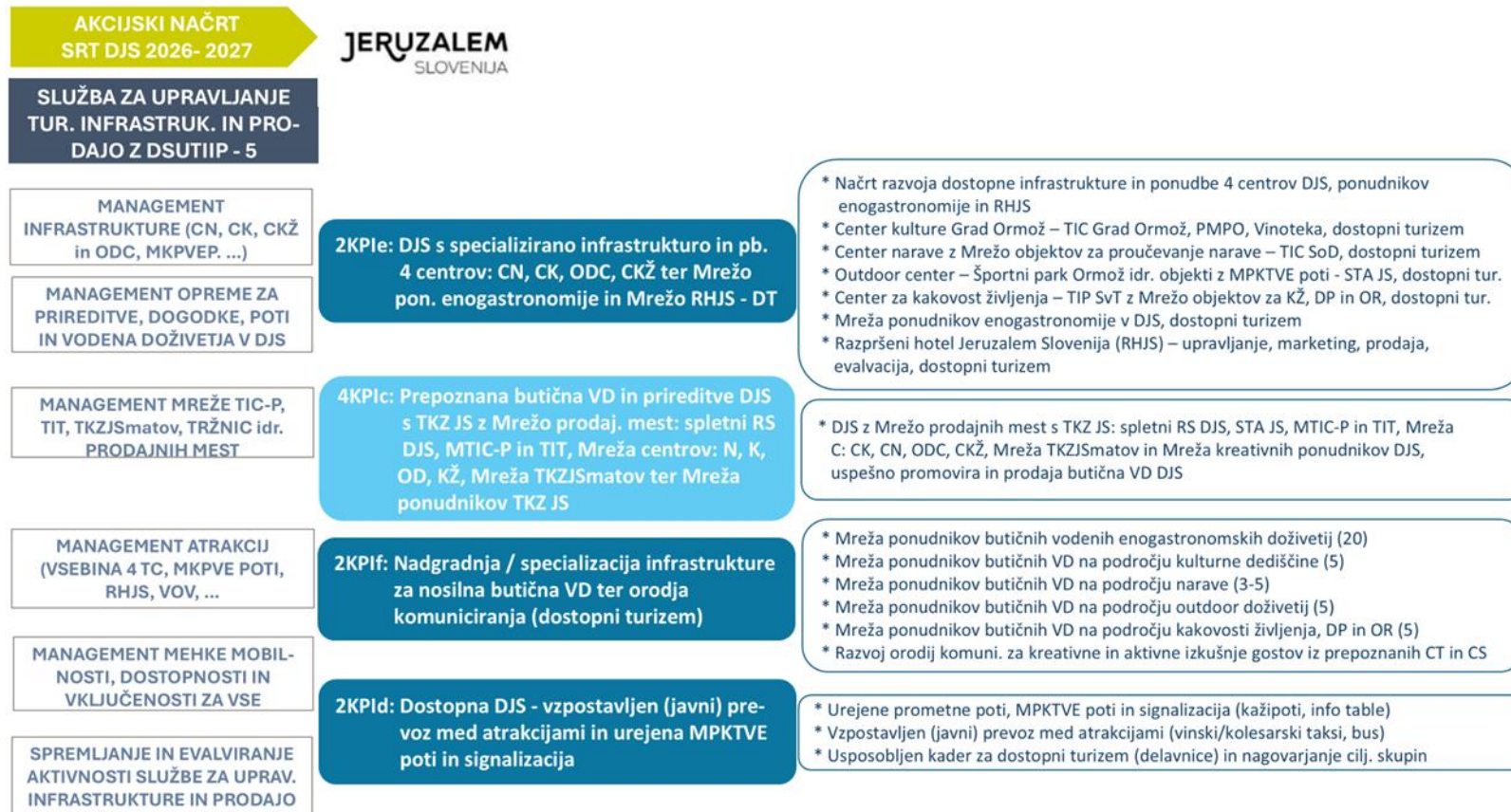
Slika 55: Služba za Doživetja DMMO Jeruzalem Slovenija, udejanjanje KPI dveh priorit: Razvoj in Istovetnost



7.5 Služba za upravljanje turistične infrastrukture in prodajo ponudbe DMMO Jeruzalem Slovenija 2026-2027

Služba za Upravljanje turistične infrastrukture in prodajo ponudbe DMMO JS izvaja aktivnosti 2 prioritete – RAZVOJ: 2KPI_d, 2KPI_e, 2KPI_f, 3KPI_d in 4 prioritete - ISTOVETNOST: 4KPI_c.

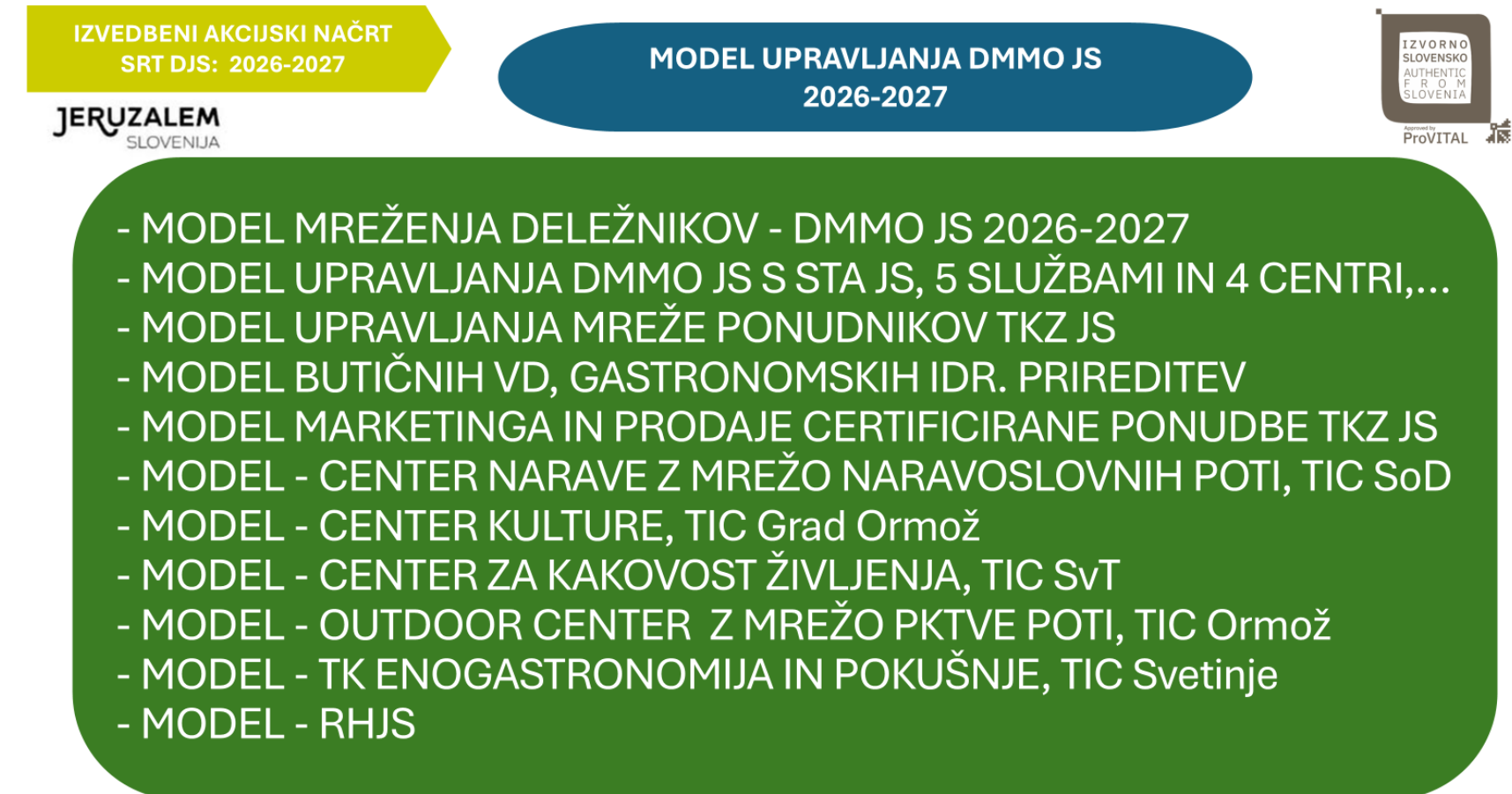
Slika 56: Služba za Upravljanje turistične infrastrukture in prodajo ponudbe DMMO Jeruzalem Slovenija, udejanjanje KPI dveh priorit: Razvoja in Istovetnosti



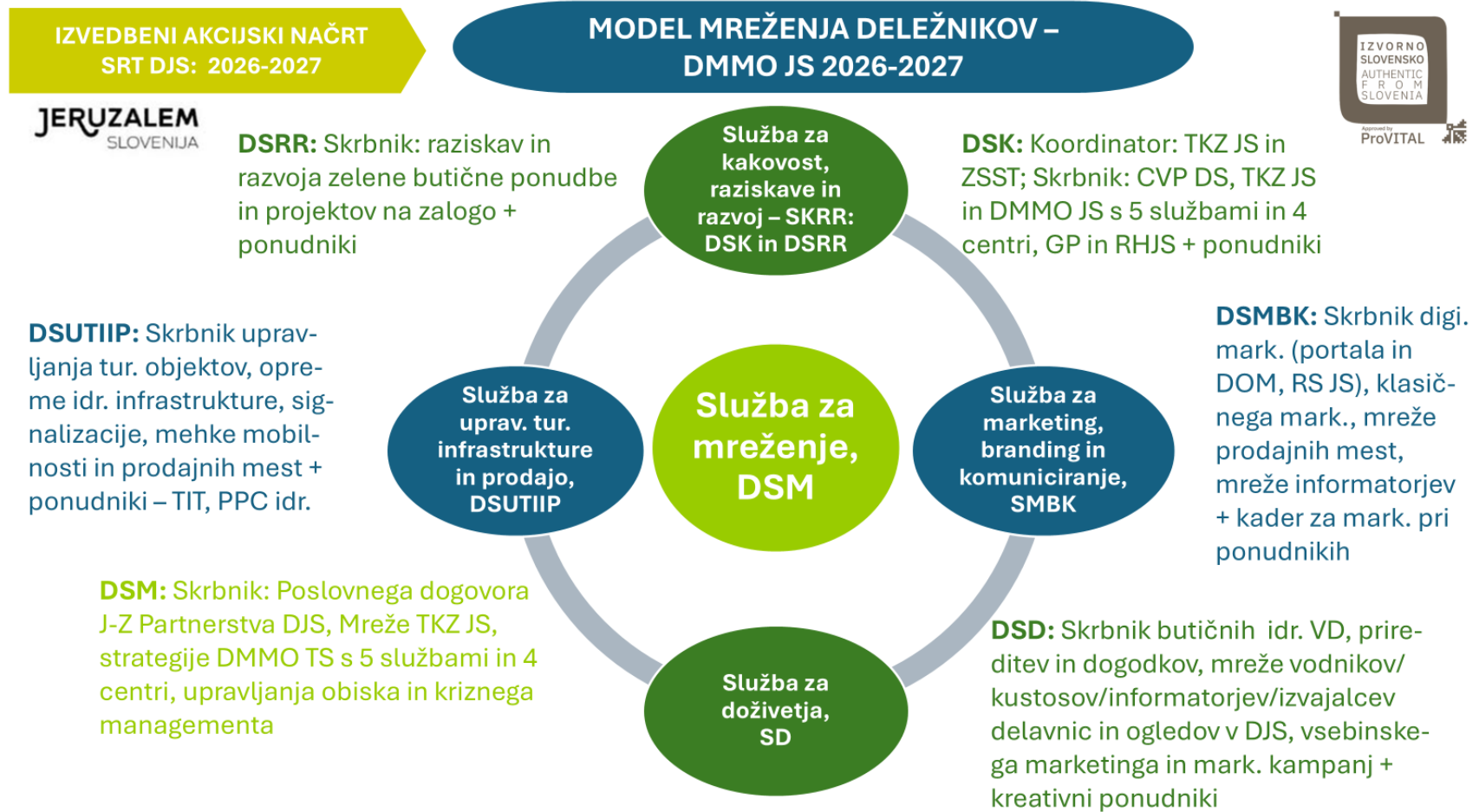
8 IZVEDBENI AKCIJSKI NAČRT DMMO JERUZALEM SLOVENIJA ZA OBDOBJE 2026-2027

Za obdobje 2026-2027 je nastavljenih 11 model nadgradnje DJS na področjih 4 prioritete – Upravljanje, Razvoj, Marketing in Istovetnost.

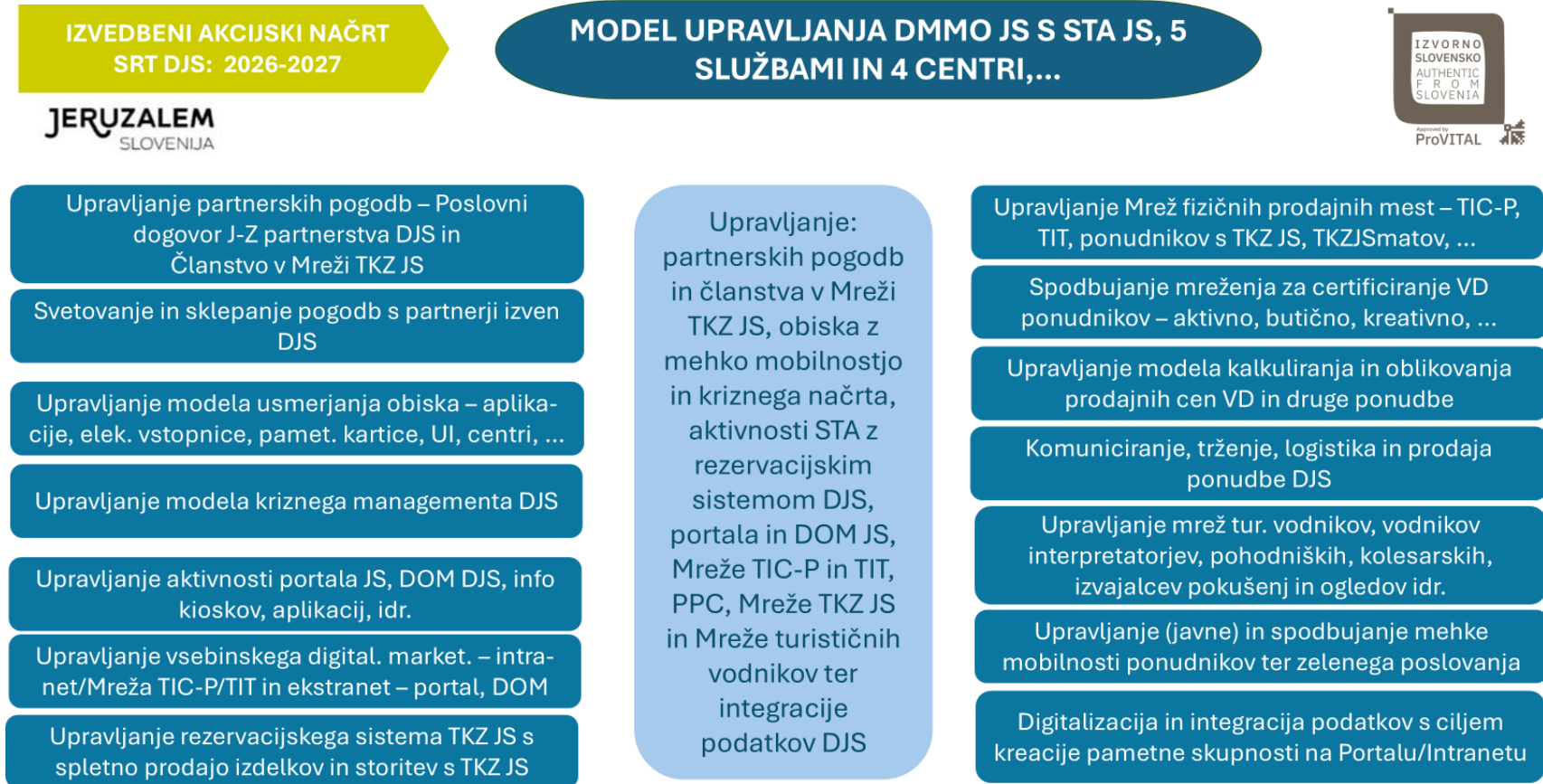
Slika 57: Prioritetne aktivnosti DMMO Jeruzalem Slovenija v letih 2026-2027



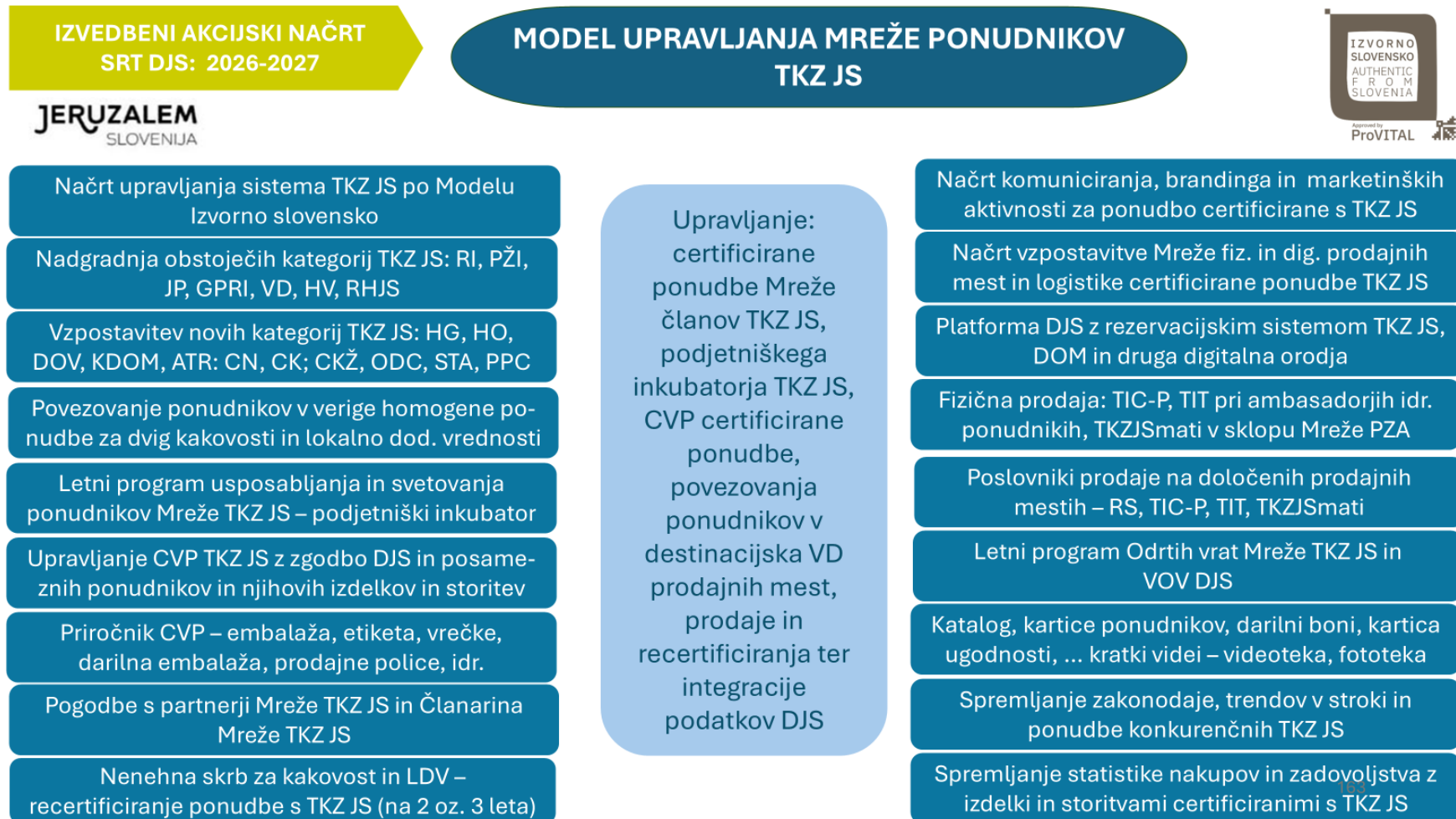
Slika 58: Model J-Z mreženja deležnikov DJS v sklopu DMMO Jeruzalem Slovenija 2026-2027



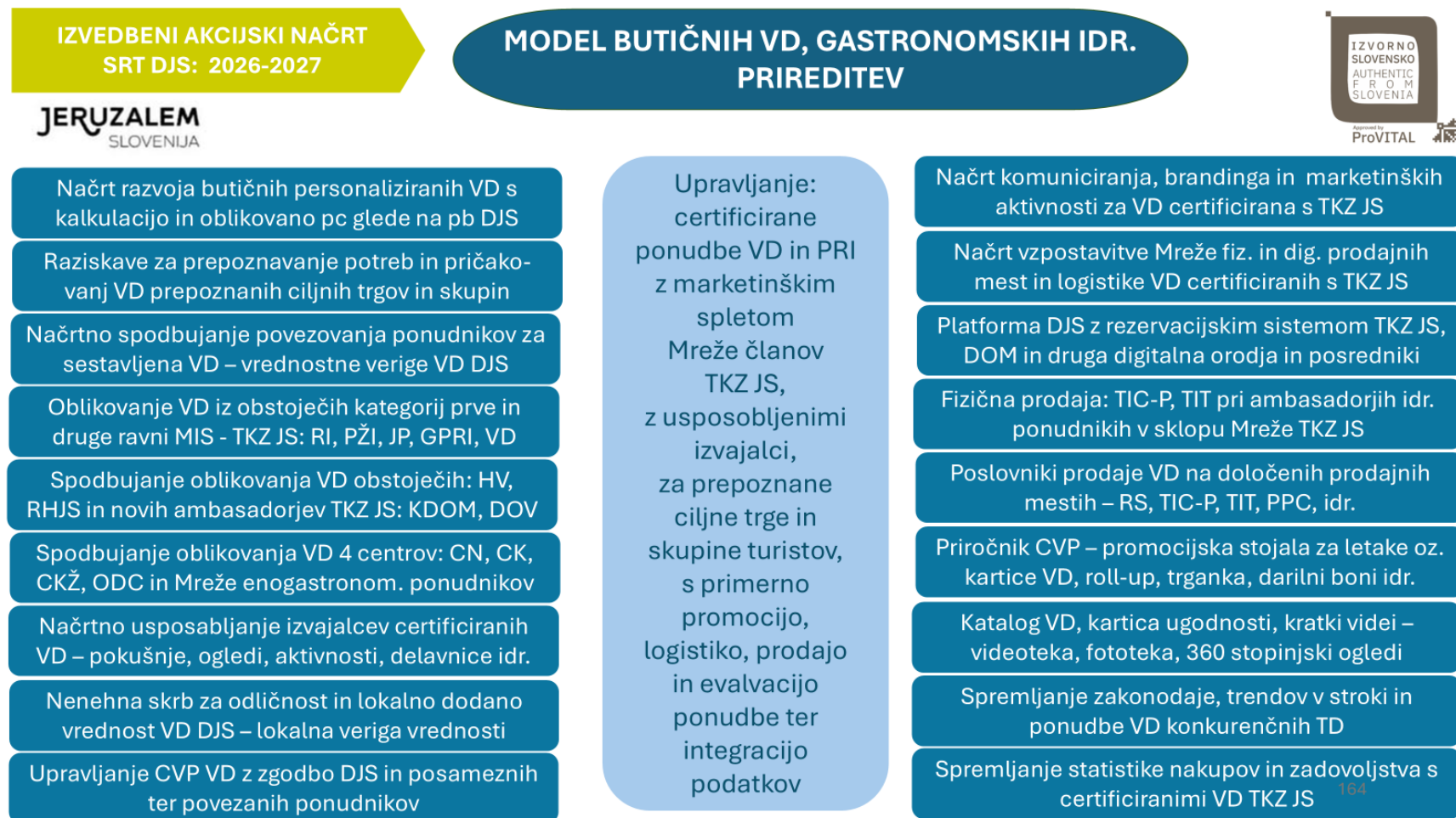
Slika 59: Model upravljanja DMMO Jeruzalem Slovenija s Sprejemno turistično agencijo Jeruzalem Slovenija, petimi službami in štirimi centri



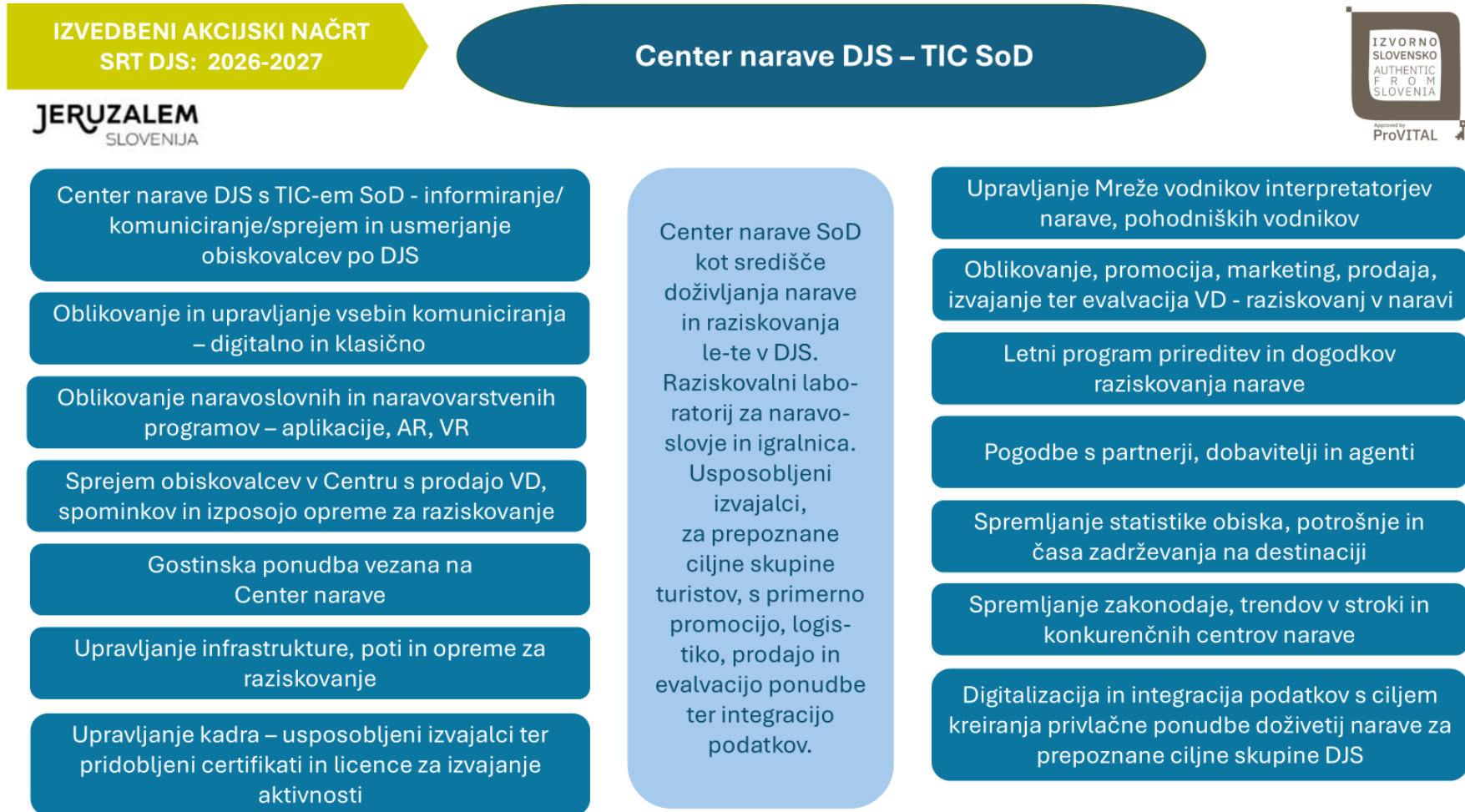
Slika 60: Model Upravljanja Mreže ponudnikov TKZ Jeruzalem Slovenija



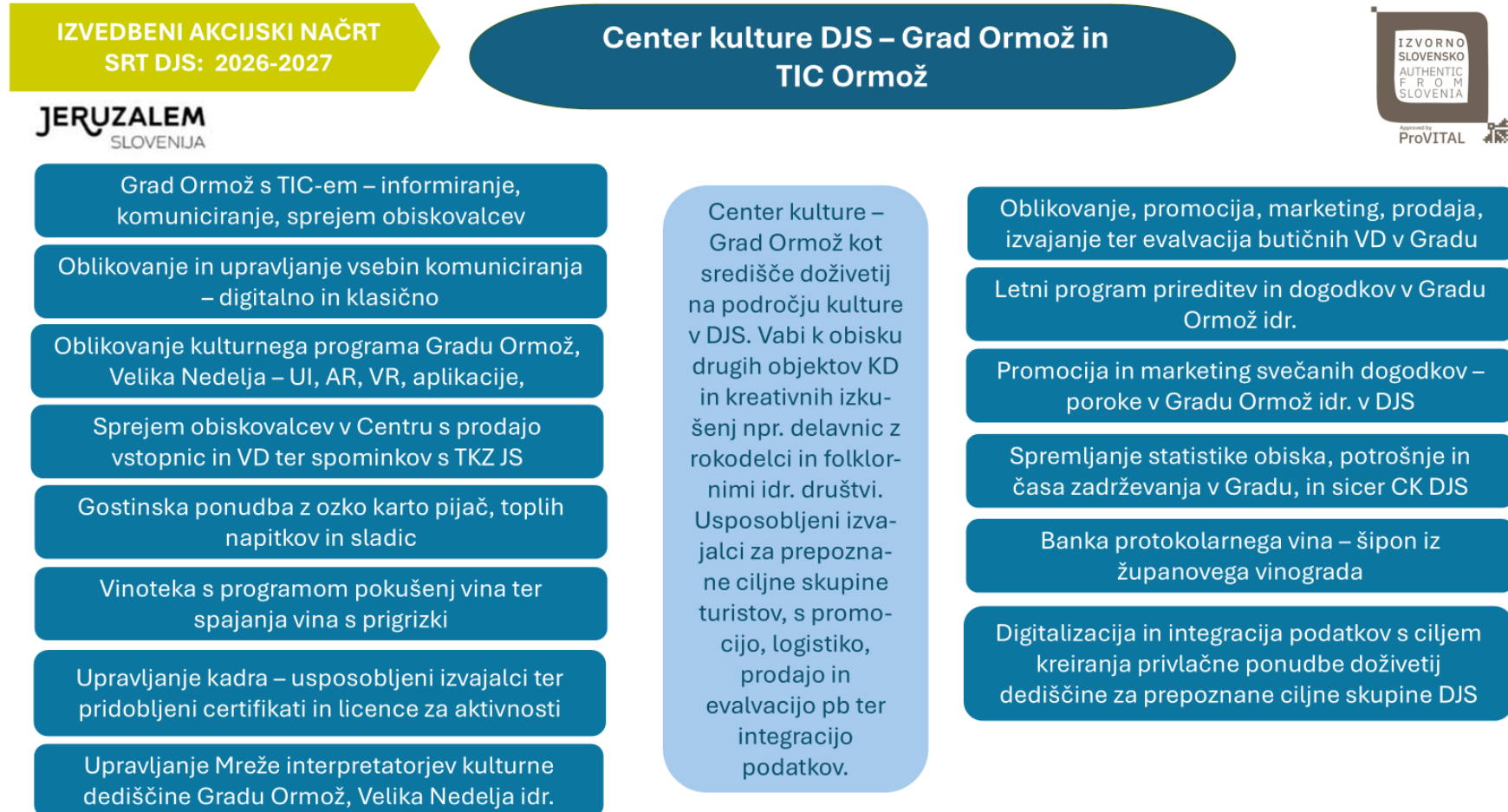
Slika 61: Model butičnih vodenih doživetij, gastronomskih in drugih prireditev in dogodkov Destinacije Jeruzalem Slovenija



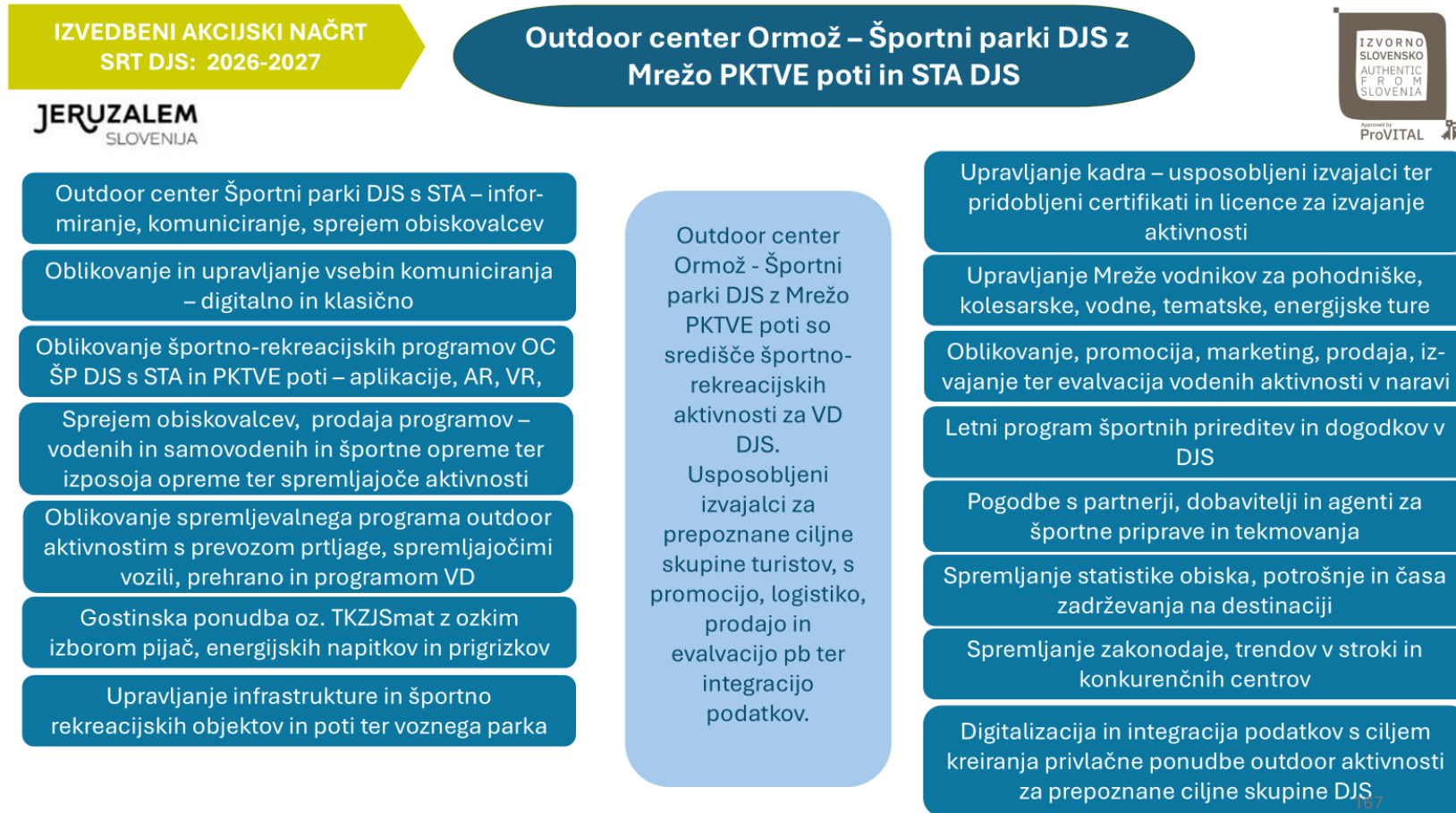
Slika 62: Služba za doživetja DMMO Jeruzalem Slovenija – Center narave Destinacije Jeruzalem Slovenija – TIC Središče ob Dravi



Slika 63: Služba za doživetja DMMO Jeruzalem Slovenija – Center kulture Destinacije Jeruzalem Slovenija – Grad Ormož in TIC Ormož



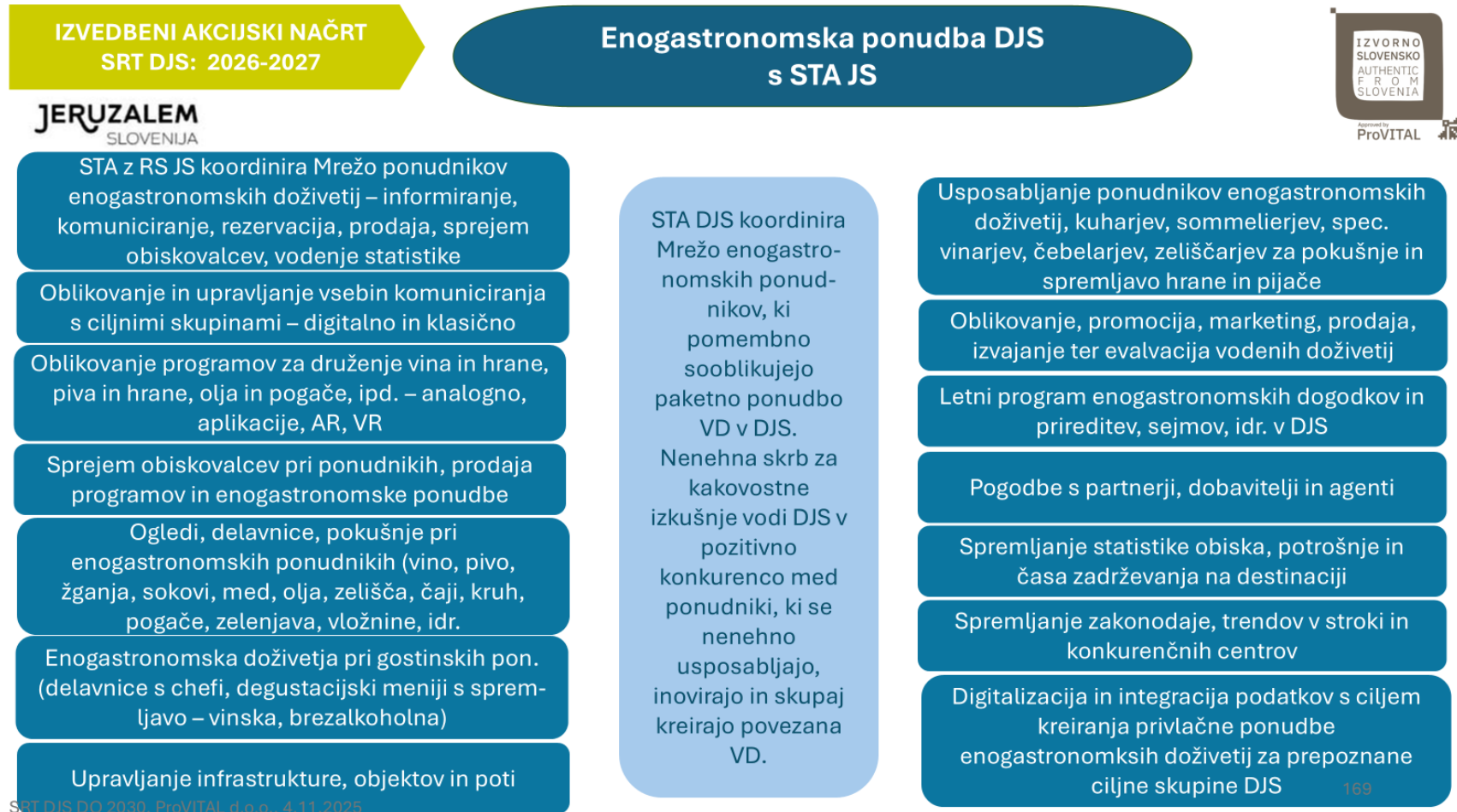
Slika 64: Služba za doživetja DMMO Jeruzalem Slovenija – Outdoor center Ormož – Športni parki Destinacije Jeruzalem Slovenija z Mrežo PKTVE poti in STA DJS



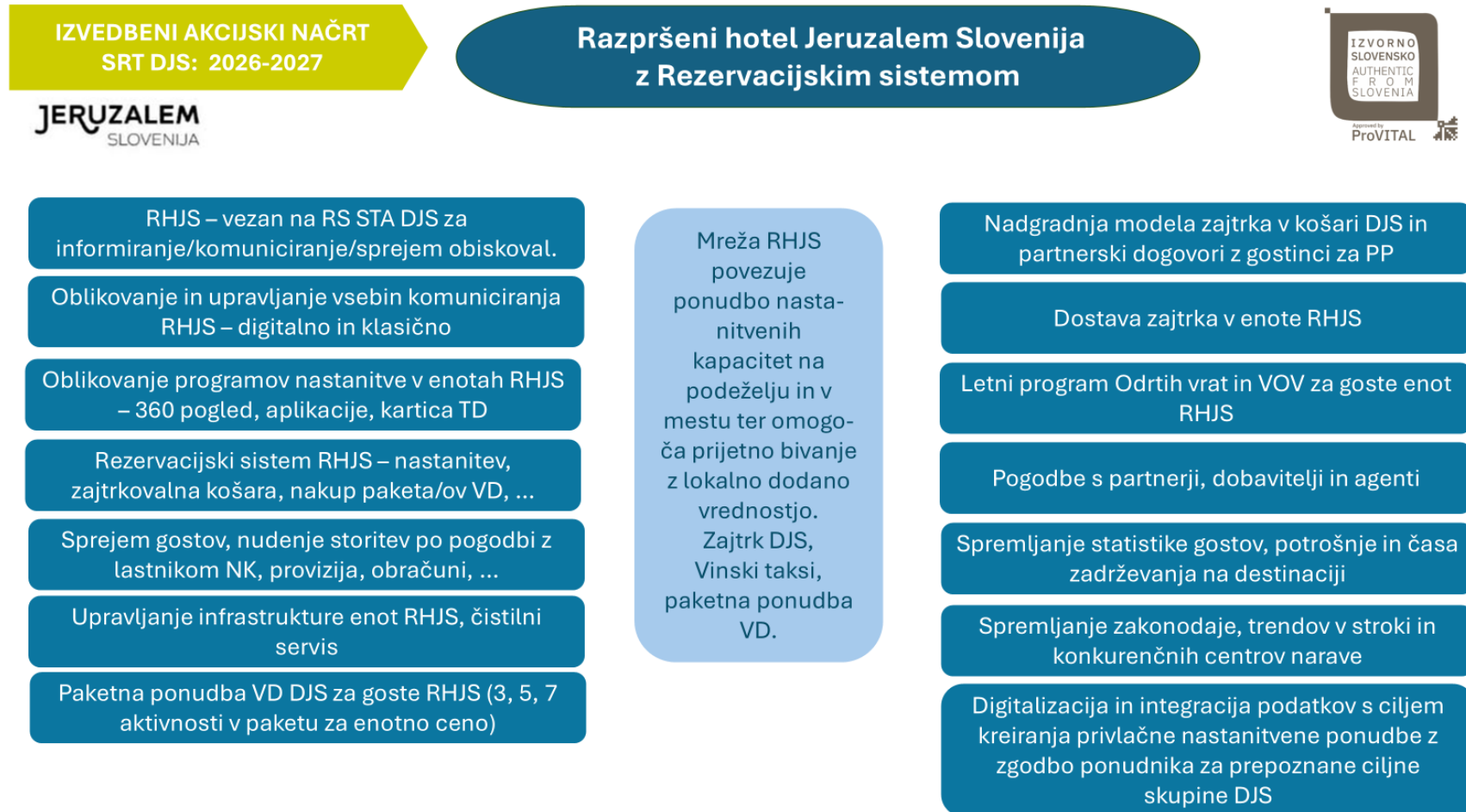
Slika 65: Služba za doživetja DMMO Jeruzalem Slovenija – Center za kakovost življenja v Destinaciji Jeruzalem Slovenija – TIC-P Sv. Tomaž



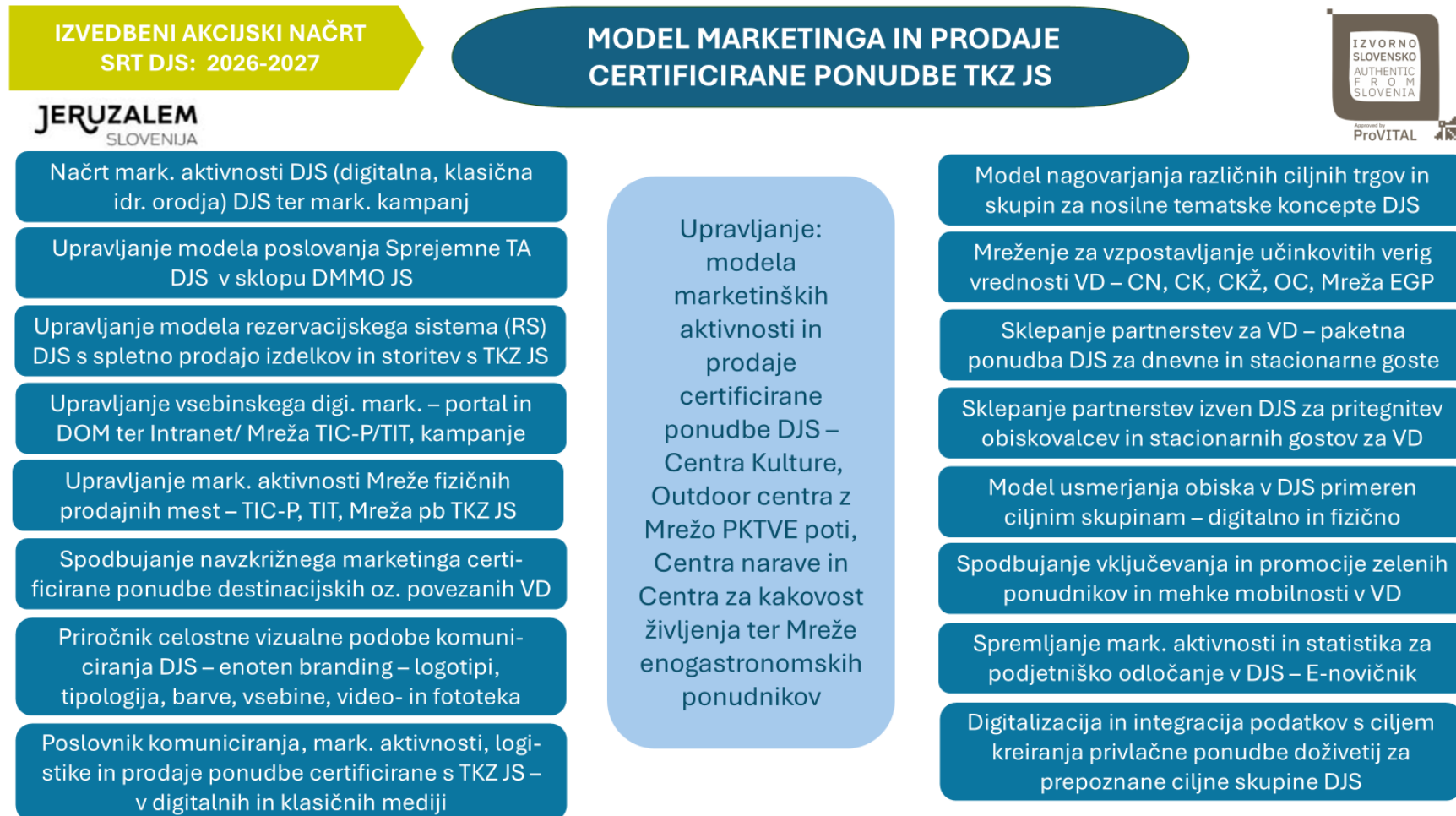
Slika 66: Služba za doživetja DMMO Jeruzalem Slovenija – Mreža enogastronomskih ponudnikov Destinacije Jeruzalem Slovenija s STA DJS



Slika 67: Služba za doživetja DMMO Jeruzalem Slovenija – Mreža Razpršenega hotela Jeruzalem Slovenija z Rezervacijskim sistemom



Slika 68: Model marketinga in prodaje certificirane ponudbe s TKZ Jeruzalem Slovenija – Služba za marketing, branding in komuniciranje



9 ZAKLJUČEK OZ. POVZETEK DOKUMENTA

Destinacija Jeruzalem Slovenija se že več let uspešno uvršča na turistični zemljevid vinskih destinacij, ki ob zagotavljanju kakovosti bivanja lokalnih prebivalcev pritegnejo obiskovalce in turiste k občudovanju narave in kulturne dediščine ter pokušanju enogastronomske ponudbe. Turisti so gosti v DJS na izletu ali pa v območju preživijo počitnice, se razvajajo, so kreativni, aktivni ali pa enostavno uživajo v neponovljivi naravi in lokalnih okusih.

Odločitev za nadgrajen strateški razvoj in trženje turizma DJS v obdobju 2026 do 2030 zagotavlja javno-zasebnemu partnerstvu celovito povezane zgodbe in jasno nagovarjanje prepoznanih ciljnih skupin gostov, ki jih na Destinaciji Jeruzalem Slovenija želimo, da bi zagotovili regenerativni turizem in odlično okolje za naslednje generacije. Aktivni, kreativni, družabni, foodiji, gosti incentive idr. programov pričakujejo kakovostne poglobljene izkušnje z lokalno dodano vrednostjo. V krogu svojih bližnjih, sodelavcev ali prijateljev so pripravljene za butična vodena doživetja nameniti svoj prosti čas in denar.

Strateški dokument z vizijo razvoja turizma, cilji, ukrepi in modelom destinacijske organizacije izhaja iz predhodnega obdobja (2019-2024) in je bil potrjen s strani deležnikov za obdobje 2026-2030. Vzpostavljeno javno-zasebno partnerstvo lahko prinese iskreno zadovoljstvo vsem vpletenim deležnikom, zagotavlja večjo lokalno dodano vrednost, konkurenčnost in dostopnost DJS. Ta se usmerja na pot regenerativnega turizma, ki destinaciji in vsem deležnikom vrača več, kot turizem odvzame.

Vizija razvoja in trženja turizma Destinacije Jeruzalem Slovenija do 2030

Destinacija Jeruzalem Slovenija bo do leta 2030
celovito povezana aktivna vinska zelena regenerativna butična podeželska destinacija
med Dravo in Muro, prepoznana po trajnostnem turizmu,
ki spoštuje naravno in kulturno dediščino, kakovost življenja v lokalnem okolju ter
ponuja edinstvene izkušnje obiskovalcem.

Strateški kvalitativni razvojni cilji turizma Destinacije Jeruzalem Slovenija do 2030

CR1 Zavarovana in aktivno ohranjena narava in biodiverziteta, kulturna krajina in dediščina privlačne za doživljanje, z učinkovito conacijo območja in prijaznimi režimi vedenja - načrt obiska in krizni načrt DJS	CR2 Čisto, zdravo in prijetno bivalno okolje – kakovostne ekosistemske storitve, sonaravna kmetijska pridelava in predelava živil, kreativno rokodelstvo, mehka mobilnost in energetska učinkovitost, sonaravna gradnja in zadovoljni občani, podjetniki, kmetje, investitorji, zaposleni in gosti	CR3 Kakovostna, trajnostna in inovativna infra- in super-struktura (za aktivnosti v naravi, bivalnih prostorih, objektih KD, gostinskih obratih, vinskih kleteh, športno-rekreacijskih objektih, rokodelskih delavnicah...) - privlačna za bivanje, delo, doživljanje, šport in rekreacijo ter obisk	CR4 Celovito povezana DJS z učinkovito mrežo deležnikov – DMMO Jeruzalem Slovenija s STA, 5 službami ter 4 centri ter Mrežami: TKZ JS, TIC-P, TIT, PPC in TKZJS-matov s ciljnim marketinškimi aktivnostmi z J-Z poslovnim dogovorom Partnerstva DJS	CR5 Usposobljeni povezani ponudniki, vodniki in informatorji omogočajo kakovostna doživetja narave, kulturne dediščine, vina in kulinarike, rokodelskih / čebelarskih / velneških idr. zgodb ter športno-rekreacijskih aktivnosti za prepoznane ciljne skupine po primernih cenah - TKZ JS z AIS	CR6 Vzpostavljena mreža lokalnih dobaviteljskih verig – Mreža TKZ Jeruzalem Slovenija z učinkovitim sodelovanjem za nenehno rast kakovosti in LDV, lokalno oskrbno verigo (za gostinska podjetja, javne institucije) in prodajnimi mesti (tržnice, prodajalne) s certificirano ponudbo	CR7 Regenerativni turizem spodbuja gospodarsko rast in javno ter podjetniško investiranje, zelena del. mesta, višjo zaposlenost, odprta vrata ponudnikov, priseljevanje mladih družin, daljšo dobo bivanja gostov in boljše zasedenost nastanitvenih kapacitet ter rast potrošnje
---	--	--	---	--	--	---

Strateški kvalitativni marketinški cilji turizma Destinacije Jeruzalem Slovenija do 2030

CM1 DJS pozicionirana z zgodbami unikatnih doživetij z DZ Jeruzalem Slovenija v lokalnem in mednarodnem okolju
CM2 Prepoznana ponudba visokakovostnih doživetij certificiranih s TKZ Jeruzalem Slovenija, vzpostavljeno po Modelu Izvorno slovensko, omogoča preverjene avtentične izkušnje
CM3 Odlično usposobljeni zaposleni za zgodbarjenje destinacije in certificiranih produktov z uporabo digitalnih in klasičnih orodij – vsebinski marketing
CM4 Inovativen spletni marketing z uporabo integriranih digitalnih orodij, ki vključujejo družbena omrežja, e-poštne kampanje in SEO optimizacijo
CM5 Vzpostavljen sistem raziskav in razvoja za oblikovanje in komuniciranje doživetij, po meri prepoznanih ciljnih trgov in skupin, ponuja priporočila ponudnikom za lažje sprejemanje podjetniških odločitev
CM6 Kakovosten, tržno privlačen in digitalno podprt izbor doživetij DJS nagovarja prepoznane ciljne trge in skupine
CM7 Interni marketing, usposobljeni ponudniki, zgodbe z lokalno dodano vrednostjo, priporočila in močno sodelovanje v verigah Mreže TKZ JS in Mreži prodajnih mest TKZ JS povezujejo deležnike in zagotavljajo sinergične učinke v DJS
CM8 Lokalni vodniki in ponudniki so ambasadorji DJS, ki odlično komunicirajo izbrano zeleno ponudbo DJS
CM9 Znale osebni so ambasadorji DJS, ki pripovedujejo zgodbe skozi lastne izkušnje na DJS

Strateški kvantitativni cilji turizma Destinacije Jeruzalem Slovenija do 2030

C1 Vsaj 5 zaposlenih na DMMO JS s STA JS z izkušnjami v turizmu, trajnostnem razvoju, agencijskem poslovanju, pripravi prijav na razpise ter digitalnem in klasičnem marketingu	C2 Vsaj 1-2 zaposlena na TIC-ih v vsaki občini DJS – Mreža TIC-P/TIT in PPC z informatorji, vodniki, ponudniki, ambasadorji	C3 Vsaj 100 ponudnikov povezanih v Mrežo TKZ JS v 16 kategorijah TKZ po Modelu Izvorno slovensko	C4 Vsaj 70 certificiranih ponudnikov v Poslovnem dogovoru J-Z partnerstva DJS za razvoj in marketinške aktivnosti	C5 Vsaj 16 verig po 2-15 ponudnikov atraktivnih VD DJS s TKZ JS v obstoječih: RI, PŽI, JP, GPRI, VD, HV, RHJS in novih kategorijah: HG, HO, KDOM, DOV, ATR: CN, CK, ODC, CKŽ; STA, PPC	C6 Vsaj 35 članov Mreže TKZ JS v programu „Ponudnik odprtih vrat DJD“ z Letnim koledarjem odprtih vrat DJS in javno objavljenim delovnim časom skozi vse leto
C7 Vsaj 3 kakovostne prireditve na regionalnem nivoju certificirane s TKZ JS	C8 Vsaj 30 članov oskrbne verige DJS za vsaj 30 ponudnikov, ki se oskrbujejo z lokalno oskrbno verigo TKZ JS	C9 Vsaj 10 novih ponudnikov RHJS s prepoznano tematiko in odlično kakovostjo storitev – vsaj 100 novih postelj v DJS	C10 Vsaj 3 dni oz. 2 nočitvi bivanja gostov v DJS – prehod iz izletniške v počitniško DJS	C11 Rast povprečne potrošnje stacionarnega in obiskovalca skozi ciljno marketinško komuniciranje	C12 Vsaj 20 % letna rast zasedenosti NK skozi vse leto z zgodbami letnih časov v vinogradu (iz 11,8% leta 2024 na 30% leta 2030)

Ukrepi razvoja turizma Destinacije Jeruzalem Slovenija do 2030

Ukrepi na področju razvoja DJS:

- UR1 – Nadgradnja DMMO JS s STA JS z DZ in TKZ JS z J-Z partnerstvom DJS – verigami ponudnikov povezanih v Mrežo TKZ JS, mrežami TIC-P/TIT/PPC/TKZJSmatov ter usposobljenim kadrom in managementom obiska in kriznih razmer
- UR2 - Nadgradnja sistema klasičnega in digitalnega marketinga DJS z DZ in TKZ – kreativna spletna stran in družbena omrežja
- UR3 - Nadgradnja sistema destinacijskih turističnih programov – vodenih doživetij in pakete ponudbe ter vodniške službe
- UR4 - Usposobljeni zaposleni uporabljajo zgodbarjenje in napredna digitalna orodja za izboljšanje gostinske in turistične izkušnje
- UR5 - Spodbujena lokalna oskrba in gradnja sistema TKZ – učinkovito povezovanje ponudnikov v lokalne dobaviteljske verige z uporabo novih poslovnih modelov za trajnostni razvoj
- UR6 - Kakovostna in raznolika gostinska idr. dejavnost – investicije v prehranske, nastanitvene, vinogradniške, sadjarske, rokodelske in objekte za šport, rekreacijo in dobro počutje
- UR7 - Nadgrajena športna, rekreacijska, kulturna, izkustvena idr. turistična in splošna infrastruktura

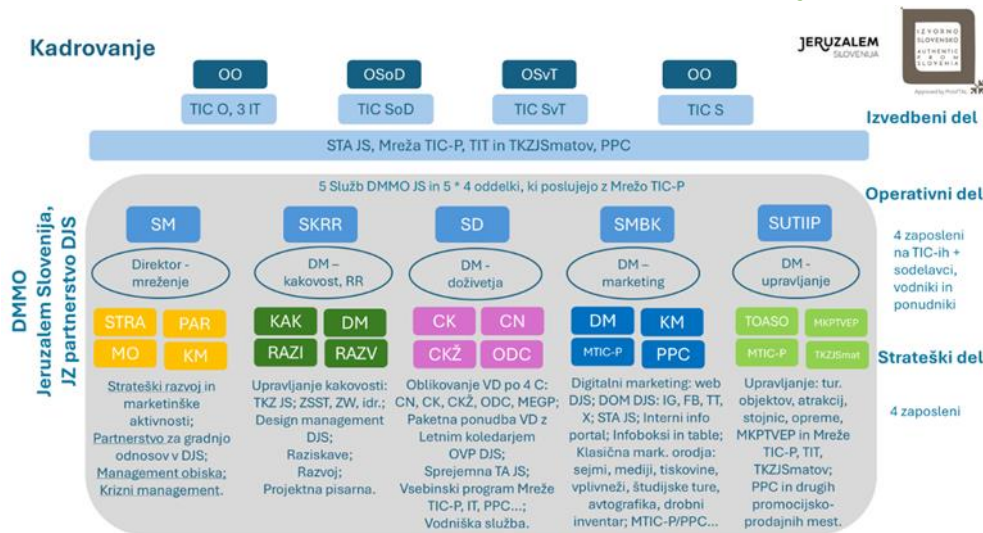
Ukrepi na področju marketinga DJS:

- UM1 – Nadgrajen sistem J-Z partnerstva strateš. in operat. marketinga – celostno komuniciranje z DZ in TKZ JS
- UM2 - Marketing in prodaja produktov s STA JS z RS in uporabo integriranih marketinških kanalov, kot so DOM, SEO, SEM in druge digitalne platforme za interno in eksterno komuniciranje
- UM3 - Marketing in prodaja programov vzpostavljen športno-rekreativne in doživljajske infrastrukture v naravnem in kulturnem okolju
- UM4 - Marketing programov iz narave do ljudi in participativnih vodenih doživetij – letni koledar odprtih vrat
- UM5 - Marketing bleisure in incentive programov za manjše homogene skupine gostov
- UM6 - Marketing prireditev na občinski/destinacijski/regijski ravni
- UM7 – Celovit marketing turistične infrastrukture z vključitvijo naprednih digitalnih platform in drugih orodij UI za promocijo in prodajo

Uspešnost na nasičenem turističnem trgu podeželskih vinskih destinacij je mogoča le ob iskrenem J-Z partnerstvu DJS. Skozi zaupanje deležnikov se gradi močna lokalno dodana

vrednost, ki z dobro dostopnostjo destinacije za vse ciljne skupine, ob digitalnem in klasičnem komuniciranju s sodobnimi trženjskimi orodji, lahko nagovori k obisku zelene ciljne skupine gostov. Vrhunska doživetja z usposobljenimi pripovedovalci zgodb opolnomočenimi za hitro prilagajanje personalizirane ponudbe ciljnim skupinam gostov, lahko pripeljejo do uspeha tudi na izjemno zahtevnem turističnem trgu. DMMO Jeruzalem Slovenija s petimi službami, štirimi centri in številnimi javnimi in zasebnimi mrežami vzpostavlja J-Z partnerstvo z namenom učinkovitega razvoja in trženja ponudbe DJS.

Javno-zasebno partnerstvo DMMO Jeruzalem Slovenija do 2030



Uspešni smo, ko predani partnerji posvojijo skupno zgodbo DJS in so pripravljeni slediti modelu štirih priorit, in sicer: (i) soupravljanju za udejanjanje strategije DJS, (ii) celovitemu razvoju ponudbe DJS, (iii) odgovornemu digitalnemu in klasičnemu marketingu DJS (iv) istovetnosti - celovitemu upravljanju kakovosti in lokalno dodane vrednosti prostora skozi DZ in TKZ JS ter aktivni participaciji v delovnih skupinah petih služb DMMO Jeruzalem Slovenija.

Model javno-zasebnega partnerstva za izvajanje Strategije razvoja turizma Destinacije Jeruzalem Slovenija do 2030



Z udejanjanjem ključnih kazalnikov uspešnosti se udejanja slika prihodnosti Destinacije Jeruzalem Slovenija.

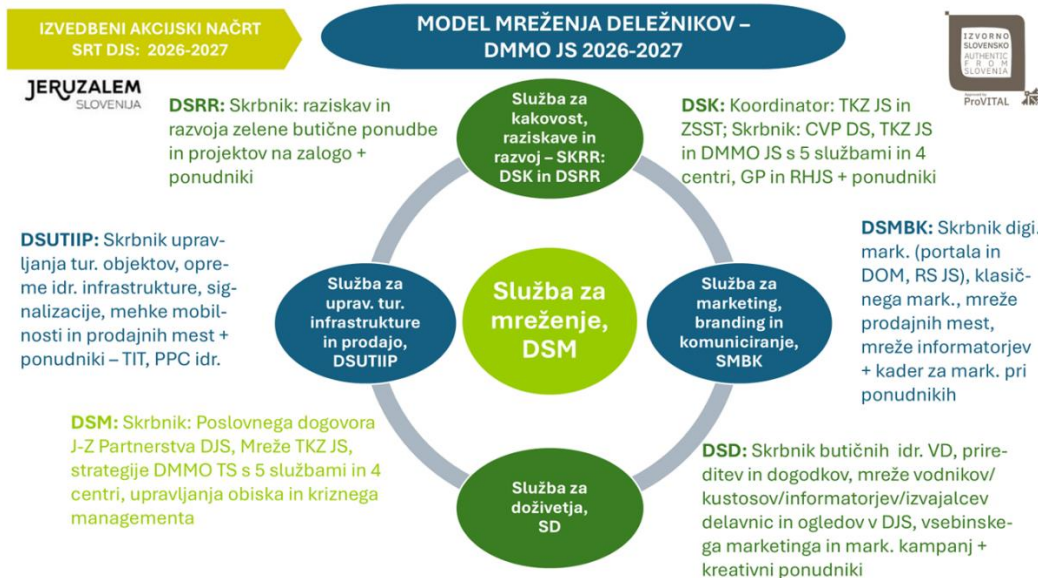
Organizacijska oblika DMMO JS za udejanjanje ključnih kazalnikov uspešnosti strategije razvoja turizma obdobje 2026-2030

SLUŽBA ZA KAKOVOST RAZISKAVE IN RAZVOJ Z DSK in DSRR - 2	SLUŽBA ZA MARKETING, BRANDING IN KOMUNICIRANJE Z DSMBK- 3	SLUŽBA ZA MREŽENJE DJS Z DSM - 1	SLUŽBA ZA DOŽIVETJA – RAZVOJ PRODUKTOV V DJS Z DSD - 4	SLUŽBA ZA UPRAVLJANJE TUR. INFRASTRUK. IN PRODAJO Z DSUTIIP - 5
TKZ JS – MREŽA IN SISTEM CERTIFICIRANJA PO MIS Z AKADEMIJO IZVORNO SLOVENIJA	EKSTERNI MARKETING DJS (STO, WEB, DOM in STA JS, SEJMI)	STRATEGIJA REGENERATIVNEGA RAZVOJA IN MARKETINGA DJS Z MREŽENJEM DELEŽNIKOV	MANAGEMENT VODENIH DOŽIVETIJ Z VERIGAMI PONUDNIKOV CN, CK, CKŽ, ODC – PONUDNIKOV DESTINACIJE	MANAGEMENT INFRASTRUKTURE (CN, CK, CKŽ in ODC, MKPTVEP...)
DESIGN MANAGEMENT Z DZ IN TKZ JS – TEREN, SPLET, TISK, ...	INTERNI/OPERATIVNI MARKETING DJS (MANAGEMENT PRIHODOV, KOORDINACIJA UDELEŽENCEV, RAZVOJ KADRA (DIG, 4TC, MTIC-P in TIT, MTKZ JS), SIGNALIZACIJA, MARKETING MREŽE TIC-P, TIT, TKZJSmatov) ...	DOGOVOR O J-Z PARTNERSTVU DJS IN ČLANSTVO V MREŽI TKZ – SINERGIČNI UČINKI	MANAGEMENT PRIREDITEV, DOGODKOV IN TEMATSKIH POTOV Z VERIGAMI PONUDNIKOV DESTINACIJE	MANAGEMENT OPREME ZA PRIREDITVE, DOGODKE, POTOV IN VODENA DOŽIVETJA V DJS
MANAGEMENT ZELENEGA / DOSTOPNEGA / DRUŽBENO ODGOVORNEGA POSLOVANJA	BRANDING IN ENOTNA KOMUNIKACIJA DJS NAVZVEN	AKTIVNOSTI DSM DJS – GRADNJA ODNOSOV IN USMERJANJE TIMOV – DS 1-5	USPOSABLJANJE IZVAJALCEV GASTRONOMSKIH, VINSKIH, ŠPORTNIH, KULTURNIH, NARAVOSLOVNIH IDR. VD	MANAGEMENT STA JS, MREŽE TIC-P, TIT, TKZJSmatov, TRŽNIČI IDR. PRODAJNIH MEST
MANAGEMENT RAZISKAV IN RAZVOJA V TURIZMU	VSEBINSKI MARKETING Z ORODJI – DOM, BLOGI, PODCAST	MANAGEMENT OBISKA	INFORMIRANJE IN OZAVEŠČANJE DELEŽNIKOV O NARAVI, KD, KŽ TER OD AKTIVNOSTIH	MANAGEMENT ATRAKCIJ (VSEBINA 4 TC, MKPTVE POTOV, RHJS, VOV, ...)
IKT – DESTINACIJSKI PORTAL IN MODEL ZBIRANJA PODATKOV, NOVIČNIK ZA PONUDNIKE	MANAGEMENT DIG IN KLAS. MARKETINGA IN PRODAJE PONUDBE CERTIFICIRANE S TKZ	KRIZNI MANAGEMENT	SPREMLJANJE IN EVALVIRANJE AKTIVNOSTI SLUŽBE ZA DOŽIVETJA – RAZVOJ PRODUKTOV	MANAGEMENT MEHKE MOBILNOSTI, DOSTOPNOSTI IN VKLJUČENOSTI ZA VSE
PROJEKTI NA ZALOGO IN PRIJAVE NA RAZPISE Z RRC	SPREMLJANJE IN EVALVIRANJE AKTIVNOSTI SLUŽBE ZA MARKETING, BRANDING IN KOMUNICIRANJE Z DZ/TKZ	SPREMLJANJE IN EVALVIRANJE AKTIVNOSTI SLUŽBE ZA MREŽENJE		SPREMLJANJE IN EVALVIRANJE AKTIVNOSTI SLUŽBE ZA UPRAV. INFRASTRUKTURE IN PRODAJO

Vključujoče, sodelujoče, povezano, celovito, družbeno odgovorno, zeleno, regenerativno, domačno a strokovno, statistično vodeno, zaupanja vredno poslovanje

Izvajanje Modela javno-zasebnega partnerstva DJS zahteva vzpostavitev in aktivno delovanje delovnih skupin petih služb DMMO JS ter prizadevanj ponudnikov za razvoj privlačne butične ponudbe po meri prepoznanih ciljnih in nišnih skupin turistov.

Kadrovska zasedba petih služb DMMO Jeruzalem Slovenija z delovnimi skupinami



Zgodbe vodenih doživetij temeljijo na štirih centrih – narava, kultura, kakovost življenja in aktivnosti v naravi z Mrežo KPTVEP ter Mreži enogastronomskih ponudnikov, Mreži Razpršenega hotela Jeruzalem Slovenija idr. zgodbami, ki jasno razlikujejo doživetja Destinacije Jeruzalem Slovenija od konkurenčnih destinacij.

Med prioritete aktivnosti turistične dejavnosti DMMO Jeruzalem Slovenija do 2030 se prišteva:

- Vzpostavitev *Mreže javno-zasebnega partnerstva Destinacije Jeruzalem Slovenija*.
- Vzpostavitev oz. nadgradnja in učinkovito poslovanje *DMMO JS s petimi službami z delovnimi skupinami javno-zasebnega partnerstva DJS* vseh petih služb – SM, SKRR, SMBK, SD, SUTIIP s pripadajočimi delovnimi skupinami in Mrežo prodajnih mest – tako digitalnih kot klasičnih.
- Nadgradnja *Mreže ponudnikov certificiranih s TKZ Jeruzalem Slovenija po Modelu Izvorno slovensko*.
- Nadgradnja *nabora butičnih vodenih doživetij ter gastronomskih idr. prireditev DJS*.
- Vzpostavitev in učinkovito poslovanje *Centra narave DJS z mrežo naravoslovnih poti s TIC Središče ob Dravi*.
- Vzpostavitev in učinkovito poslovanje *Centra kulture DJS - Grad Ormož s TIC Ormož*.
- Vzpostavitev in učinkovito poslovanje *Centra za kakovost življenja DJS s TIC Sv. Tomaž*.
- Vzpostavitev in učinkovito poslovanje *Outdoor centra DJS z Mrežo KPTVEP s Sprejemno turistično agencijo Jeruzalem Slovenija*.
- Vzpostavitev in učinkovito poslovanje *Mreže enogastronomskih ponudnikov s TIC Svetinje*.
- Nadgradnja *Mreže Razpršenega hotela Jeruzalem Slovenija z Rezervacijskim sistemom DJS*.
- Nadgradnja *Modela marketinga in prodaje certificirane ponudbe s TKZ JS*, še predvsem na področju digitalnega marketinga.

Javno-zasebno partnerstvo z *motiviranimi in visoko strokovno usposobljenimi ponudniki* lahko skozi *sinergijo partnerskih odnosov* in *pristno interpretacijo, vodenimi delavnicami* in *pokušnjami, outdoor aktivnostmi* ter *programi sproščanja in osebne rasti* nadgrajujejo izjemnosti narave in kulturne dediščine območja ter njenih pogojev na področju kmetijske pridelave in predelave, še predvsem vinogradništva in vinarstva, sadjarstva, zelenjadarstva in govedoreje ter perutninarstva in rokodelstva z lokalnimi gradivi. Zagotavljajo lahko *neponovljiva doživetja prepoznanim ciljnim nišnim skupinam*, ki so prijazno povabljene k ponovnemu obisku.

Povezani z združenimi sredstvi in brez fig v žepu lahko dokažemo, da *Destinacija Jeruzalem Slovenija zna in zmore udejanjiti strategijo*, ki je nastala v partnerstvu deležnikov DJS in vsem vključenim zagotavlja *skupno sliko prihodnosti Destinacije Jeruzalem Slovenija do leta 2030*.