

Kultura in turizem

32. DRŽAVNI FESTIVAL

TURIZMU POMAGA LASTNA GLAVA



Avtorji:

Ajša Dobrijevič, 9. razred

Lara Kuhar, 8. razred

Sabrina Mojzer, 8. razred

Katarina Ilić, 5. razred

Nina Malačič, 5. razred

Lennon William Samuel, 9. razred

Amadeja Ilić, 8. razred

Raja Novak, 6. razred

Živa Horvat, 5. razred

Mentorici:

Silvija Sambt, profesorica slovenščine
Sonja Tot, profesorica kemije in biologije

ZAHVALA

Člani turističnega podmladka OŠ Fokovci bi se naprej zahvalili učiteljicama Silviji Sambt in Sonji Tot, da sta nas spodbudili za delo in nam omogočili izdelavo naloge.

Za posredovanje informacij in pripravljenosti za sodelovanje se zahvaljujemo:

- TIC-u Moravske Toplice,
- Termam 3000,
- vsem ostalim lokalnim ponudnikom, ki so bili ali bodo vključeni v izdelavo naloge in izvedbo,
- zahvala tudi podjetju QR code Generator, ki je z zanimanjem prisluhnilo naši ideji, da smo skupaj lahko poiskali rešitve.

Zahvala gre tudi ravnateljici OŠ Fokovci, ki nas je pri izdelavi naloge podprla.

POVZETEK

Šola: OŠ FOKOVCI, Fokovci 32, 9208 Fokovci
Tel: 02/544 90 20 e-mail: osmsfo1s@guest.arnes.si

Naslov naloge: **ANICA GIBka**

Avtorji:

Ajša Dobrijevič, 9. razred

Lennon William Samuel, 9. razred

Lara Kuhar, 8. razred

Amadeja Ilić, 8. razred

Sabrina Mojzer, 8. razred

Raja Novak, 6. razred

Katarina Ilić, 5. razred

Živa Horvat, 5. razred

Nina Malačič, 5. razred

Mentorici: *Silvija Sambt, prof. slovenščine; Sonja Tot, prof. kemije in biologije*

S projektno-turistično nalogo **ANICA GIBka** smo predstavili, kako bi mladi lahko doživeli kulturno dediščino goričke pokrajine. Naš namen je bil privabiti čim več mladih v naše kraje in jim omogočiti doživljanje le-te na čim bolj zabaven, poseben in aktiven način.

Turistične ponudbe za mlade v okolici skorajda ni, a pri organizatorjih prireditev se pojavlja želja, da bi svojo ponudbo prilagodili tudi potrebam mladostnikov. Zato smo se člani turističnega krožka povezali z organizatorjem prireditev v neposredni okolici in s svojimi idejami in njihovo pripravljenostjo za sodelovanje oblikovali ponudbo na področju kulturnega turizma, ki bo namenjena mladim.

Pri tem smo izhajali iz značilnosti pokrajine in pričakovanj vrstnikov, pri katerih smo želeli spodbuditi tudi zanimanje za kulturno dediščino. Zato smo jim morali te vsebine približati na drugačen način, preko video vsebin, družabnih omrežij in sodobne tehnologije, ki smo jo povezali z »akcijo« na terenu. Iz nabora različnih predlogov smo izbrali tistega o igri. Želeli smo, da je spoznavanje kulturne dediščine dogodivščina, avantura, zabava. Predvsem pa smo želeli, da bo naš izlet izvedljiv tudi v prihodnje, tj. da ga bo mogoče prilagoditi tudi za ostale ciljne skupine, da sama izvedba ne bo predstavljala večjih dodatnih investicij in predvsem, da bo ponudba drugačna od ostalih in bo vzbudila zanimanje.

Naš predlog turistične ponudbe je kolesarski izlet z reševanjem »uganke«, tj. izlet, na katerega se odpravite, ne da bi natančno poznali destinacijo, ampak jo odkrivate sproti. Gre za popestritev oz. uvod v vsakoletni festival prekmurske gibanice in šunke, ki ga prirejajo Terme 3000 za svoje in zunanje goste. Kulinarično in etnološko obarvana prireditev je sicer bolj zanimiva za starejšo populacijo, zato smo z našo idejo želeli poskrbeti za mlajše in predvsem bolj avanturistično usmerjene turiste, ki obiska te prireditve morda sploh ne bi načrtovali. Tako smo oblikovali zgodbo o **ANICI GIBKI**. To je enodnevni kolesarski izlet po naši okolici, kjer, po principu t. i. sobe pobega, na vsaki točki, preko spoznavanja kulturnih posebnosti pokrajine, dobiš del rešitve in namig za nadaljevanje poti na naslednjo točko ter s tem del rešitve uganke – kdo je skrivnostna **ANICA GIBka**, ki te vodi na končni cilj popotovanja.

V nalogi smo predstavili tudi načine promoviranja turističnega proizvoda. Pri tem smo izhajali iz tega, kako lahko sami poskrbimo za uspešno in finančno sprejemljivo promocijo, zato smo se poleg zgibanke odločili za promocijo na svetovnem spletu in preko družabnih omrežij.

Ključne besede: **prekmurska gibanica, kulturni turizem, Goričko, kolesarski izlet, QR koda**

KAZALO

1 UVOD – KULTURA, KI BO ZANIMIVA TUDI ZA AVANTURISTE?	1
1.1 IZBIRA TEME	1
2 ZGODBA O ANICI GIBKI	2
2.1 ZBIRANJE IDEJ	2
2.1.1 POTREBE TURISTOV, LOKALNIH PONUDNIKOV IN MOŽNOSTI ŽE OBSTOJEČE PONUDBE	2
2.2 ODLOČITEV: pripraviti aktivno in avanturistično spoznavanje kulture	3
2.3 CILJ: kulturni turizem za mlade	4
2.3.1 NOVA TURISTIČNA ZGODBA	4
3 NAČRTOVANJE	5
3.1 Dostopnost poti in organizacija prevoza	5
3.2 Rekviziti	6
3.3 Osebj e	6
3.3.1 Izbira vodnika	6
3.3.2 Osebj e vzpostavitev in vzdrževanje QR kod	6
3.3.3 Osebj e za pripravo promocijskega gradiva	6
3.4 Dovoljenja	7
3.5 Hrana in pitna voda	7
4 OBLIKOVANJE TURISTIČNEGA PROIZVODA	9
4.1 PROGRAM POTEKANJA	9
4.1.1 PREDSTAVITEV POTEKANJA PO POSAMEZNIH DEJAVNOSTIH	12
4.1.1.1 Začetek odkrivanja in prva QR koda	14
4.1.1.2 Druga QR koda: skrivnost pastirjev	14
4.1.1.3 Tretja QR koda: sladko spoznanje	15
4.1.1.4 Četrta QR koda: če ne bi m leli tudi z jezikom	16
4.1.1.5 Peta QR koda: pogled od zgoraj	17
4.1.1.6 Šesta QR koda: pridi z mano na zabavo	17
4.1.1.7 Sedma QR koda: skrivnost dvorca	18
4.1.1.8 Odmor za kosilo	19
4.1.1.9 Osm a QR koda: skrivnost gozda	19
4.1.1.10 Deveta QR koda: ko glina postane zlato	20
4.1.1.11 Cilj poti: skrivnost Anice je razkrita	21
5 KAKO PRODUKT PRODAJATI?	23
5.1 PROMOCIJA	23
5.2 FINANČNI NAČRT	24
6 PO PRIREDITVI	25
7 ZAKLJUČEK	26
8 NAČRT PREDSTAVITVE NA TURISTIČNI TRŽNICI	27
LITERATURA	28

1 UVOD – KULTURA, KI BO ZANIMIVA TUDI ZA AVANTURISTE?

1.1 IZBIRA TEME

Letošnja tema festivala nam je sprva predstavljala zelo velik izziv, saj smo se kar nekaj časa ukvarjali z vprašanjem, kako pripraviti zanimivo turistično ponudbo na področju kulturnega turizma, ki bo dovolj privlačna in zanimiva za mlade in ostale bolj raziskovalno usmerjene turiste. Najprej smo se lotili iskanja ideje na terenu in skoraj obupali. Zato smo ubrali drugačno pot. Iz obstoječih vsebin in turistične ponudbe naše okolice (ki je s ponudbo sadjarjev, nekaj kulturnih znamenitosti, turističnih kmetij, vinotočev, medicarja, čebelarjev in sirarja predvsem zelo razpršena) smo oblikovali novo turistično »zgodbo«, za katero menimo, da je dovolj zanimiva, karseda avtohtona in predvsem čim bolj edinstvena. Ker smo želeli ustvariti ponudbo za mlade in avanturiste, smo želeli klasične kulturne vsebine (arhitekturno dediščino, običaje, obrti) ponuditi na čisto drugačen način: brez »dolgoveznih predavanj«, aktivno in karseda adrenalinsko, nujno zabavno in obvezno povezano z rabo pametnih telefonov.

Ker mladi danes sprejemamo veliko informacij preko video vsebin, se nam je zdelo smiselno povezati te vsebine z dejanskimi kraji, običaji, znamenitostmi. Toda video vsebine smo morali oblikovati tako, da nekaj odkrijejo, vzbudijo zanimanje, hkrati pa ne razkrijejo vsega – pri mladih morajo vzbuditi željo, da bi to doživeli na kraju samem. Tako je nastala ideja o izletu v še neznano, tj. izletu, katerega cilj je mogoče doseči šele z rešitvijo skrivnostne uganke o ANICI GIBKI.

2 ZGODBA O ANICI GIBKI

2.1 ZBIRANJE IDEJ

Kraji, iz katerih prihajamo člani turističnega krožka, se ponašajo z nekaterimi kulturnimi spomeniki in tradicionalnimi obrtmi, ki kot del kolesarske poti sicer predstavljajo ponudbo na področju kulturnega turizma, a med turisti zanje ni večjega zanimanja. Zato smo razmišljali, kako pripraviti turistično ponudbo, ki bi zadovoljila potrebam turistov po aktivnem preživljanju prostega časa in spoznavanju kulturnih znamenitosti kraja, vključno s tradicionalno kulinariko, glasbo in prekmurskim narečjem.

Pri pripravi turistične ponudbe smo se znašli pred težko preizkušnjo, ker smo morali sestaviti dovolj zanimivo turistično zgodbo, ki bi vključevala vse naštetu in s katero bi pritegnili dogodivščin željne, predvsem mlade turiste. Hkrati pa smo želeli pripraviti program, ki bo lahko živel v tem okolju, zato smo izhajali tudi iz potreb okolja. Obstoječo ponudbo okolice smo hoteli nadgraditi in jo narediti dovolj privlačno. Zato smo:

- od TIC-a Moravske Toplice pridobili čim več informacij o obstoječi turistični ponudbi v okolici in razmislili, kako bi jo bilo smiselno nadgraditi, da bi lahko pripravili privlačno ponudbo;
- s pogovori na terenu iskali zanimive zgodbe iz sedanjosti in preteklosti kraja in okolice, ki se navezujejo na kulturne znamenitosti pokrajine;
- povprašali turiste, kaj najpogosteje povezujejo s kulturo naših krajev (npr. znamenitosti, hrana, običaji);
- iskali ljudi, ki so nas pripravljene podpreti pri oblikovanju naše ponudbe in ki bi v njej videli tudi nov doprinos pri turistični ponudbi kraja in njegove okolice;
- pri učencih naše šole preverili, kaj je za njih dober/slaba izlet;
- preverili, kakšne so potrebe turistov, ki predstavljajo našo ciljno skupino, tj. mladih raziskovalcev (npr. spoznavanje novega preko posebnih doživetij in različne aktivnosti, povezane z lokalnim utripom¹).

2.1.1 POTREBE TURISTOV, LOKALNIH PONUDNIKOV IN MOŽNOSTI ŽE OBSTOJEČE PONUDBE

Pred oblikovanjem turističnega produkta smo se pozanimali o potrebah turistov in o trenutni ponudbi kulturnega turizma v okolici, ki bi jo bilo mogoče razviti.

Pri TIC-u Moravske Toplice smo se pozanimali, kakšna je struktura turistov in po čem najpogosteje povprašujejo. Povedali so nam, da prevladujejo domači turisti, in sicer so to družine predvsem v času počitnic in podaljšanih vikendov, ki za nastanitev večinoma poskrbijo sami. Poleg oddiha v termah pa vedno bolj povprašujejo po možnostih za aktivno preživljanje prostega časa in odkrivanja širše okolice. Tako jih zanimajo predvsem možnosti za izlete, kjer ne gre za zgolj obisk znamenitosti, ampak posebno doživetje, ki vključuje tudi rekreacijo in prekmursko kulinariko. Tako jim ponujajo načrtovane kolesarske in pohodniške poti, ki sicer

¹ Po ONKULT-u je to predvsem raziskovalec in zeleni raziskovalec.

vodijo mimo znamenitosti in številnih ponudnikov domače kulinarike, vendar pa se le-ti ne povezujejo v celoto preko enotne turistične zgodbe.

V turistični ponudbi pa nismo našli ponudbe, s katero bi vzbudili zanimanje mlajših turistov in ki bi morda nekoč lahko prerasla v ponudbo za šolske izlete. Zato smo pri vrstnikih preverili, kaj pričakujejo od izleta in kako si zamišljajo zanimivo odkrivanje kraja. Ugotovili smo, da pričakujejo predvsem veliko aktivnosti, ki so dovolj razgibane in nudijo možnosti za druženje. Najbolj jih motijo dolge in enolične razlage ob obiskih kulturnih in naravnih znamenitosti. Uživajo pa v aktivnostih, ki so drugačne, jim omogočajo gibanje, aktivno doživljanje novih krajev (npr. delavnice, razne igre ipd.). Zdi se jim odlično, če temu lahko priključijo še uporabo pametnih telefonov, ki so njihovi stalni spremljevalci.

Med obstoječo ponudbo na področju kulturnega turizma je našo pozornost je najbolj pritegnil vsakoletni festival prekmurske šunke in gibanice, ki je zabavna prireditev s predstavitvijo lokalnih pridelovalcev in tradicionalne glasbe. In ker je prekmurska gibanica tista, ki so jo turisti najpogosteje povezali s Prekmurjem, smo ugotovili, da bo naša »kulturna« zgodba povezana ravno z gibanico.

Prekmurska gibanica je dobila ime po besedi gūba/giba, kar pomeni guba. Uveljavila se je že v zelo starih časih. Veljala je za praznično jed in zato so jo večinoma uživali ob posebnih priložnostih, npr. proščanja, poroke ipd. Ima svojevrstno lastno recepturo in tehnologijo izdelave, ki zahteva veliko mero natančnosti, spretnosti in znanja. Izbrane kakovostne sestavine in pravilna ter dosledna izpeljava celotnega tehnološkega postopka, vodita do njej lastnih posebnih lastnosti. Prekmurska gibanica je sladica, pripravljena iz dveh vrst testa (krhkega na dnu in vlečenega med plastmi nadevov), na katerega so položeni 4 različni nadevi (mak, skuta, orehi, jabolka) v točno določenem zaporedju, med katerimi je zmeraj plast vlečenega testa. Vrhnja je premazana z maščobnim polivom ali s kombinacijo maščobnega in smetanovega poliva.



2.2 ODLOČITEV: pripraviti aktivno in avanturistično spoznavanje kulture

Posebnost sestave in izdelave prekmurske gibanice ter navsezadnje tudi njenega uživanja nas je vodila do ideje, kako preko gibanice predstaviti kulturo pokrajine. Razmišljali smo, kako vse to povezati v zanimivo celoto in oblikovati zgodbo, ki bi jo turisti lahko doživljali vedno znova, ali še bolje, ki bi jo lahko vedno znova napisali. Zadali smo si nalogo oblikovati aktivno, okusno zgodbo, ki bo nekaj pridiha preteklosti povezala z željami sodobnih turistov, in zgodbo, ki bi se lahko »sama« promovirala preko socialnih omrežij.

Ugotovili smo, da smo v preteklih letih že deloma oblikovali turistične produkte in tem zgodbe, s katerimi smo v ponudbo vključili aktivnosti, ki so bile zanimive tudi za mlade. Zato smo začeli razmišljati o povezovanju teh idej, torej o povezovanju različnih oblik kulture v enotno zgodbo, ki bo ponujala skrivnostno in aktivno doživetje kulture tega dela Goričkega.

In tako je nastala ideja o ANICI GIB, ki je pravzaprav premetanka besede **GIBANICA**, črke priimka pa so začetne črke besed, ki opisujejo naš turistični produkt, tj. **Goričko, Izlet, Biciklin** (narečni izraz za kolo). Mi pa želimo našo ponudbo povezati tudi s kulturo, ki bo zanimiva za avanturiste in mlade, torej mora biti Anica tudi **Kulturna in Avanturistična**, zato **ANICA GIBka**.

2.3 CILJ: kulturni turizem za mlade

Naš cilj je pripraviti kolesarsko pot, ki ponuja aktivno doživljanje kulture goričke pokrajine z vsemi čuti: vidom in okusom, hkrati pa je aktivno in včasih celo »adrenalinsko« doživetje. Ker jo bomo oblikovali kot kolesarski izlet, na katerem mladi spoznavajo kulturo pokrajine, smo ga temu prilagodili. Posebnost izleta je, da izletniki preko ugank, sami odkrivajo potek poti, ob tem pa na igriv način spoznavajo kulturo okolice v najširšem pomenu besede (obrati, arhitekturo, način življenja, jezik, glasbo in kulinariko). Hkrati pa smo svojo idejo želeli oblikovati tako, da bi kasneje lahko postala tudi del redne turistične ponudbe v okolici. Zato so morali posamezne elemente povezati v skupno zgodbo.

2.3.1 NOVA TURISTIČNA ZGODBA

Povezati vse dejavnike v zgodbo je bilo težko, ampak naša kreativnost je napisala dovolj odbito zgodbo, ki je dovolj skrivnostna, dovolj avtohtona, avanturistična in hkrati dovolj tradicionalna, da razkriva kulturno dediščino okolice.

Kam greš Anica in kdo sploh si?

Naši kraji turistom ne ponujajo veličastnih stavb, velikih izumov ali nepozabnih gala prireditev. Je pa tukaj nekaj kulturnih biserčkov, v obliki arhitekture, običajev, obrti, narečnih izrazov in kulinarike, ki se je ohranila. Ker pa smo te vsebine želeli približati predvsem mladim in avanturistom, smo jih povezali v skrivnostno zgodbo o Anici.

Zgodbo o Anici je odkrila skupina najstnic, ki so si želele postati slavne youtuberke. Njihovi starši niso ravno razumeli te navdušenosti nad računalniki in preživljanjem prostega časa v sobi, zato so se odločili, da bodo dopust preživeli v enih izmed panonskih term, hkrati pa bodo lahko uživali v neokrnjeni naravi Goričkega. Katastrofa! In kaj naj zdaj objavljajo na youtubu? Tretji dan dopusta jim je bilo že čisto tečno, starši pa so bili jezni, zato so jih skupaj, z njihovimi nepogrešljivimi prijatelji – pametnimi telefoni, poslali na izlet v neznano. Ob iskanju poti nazaj so naletele na zgodbo o skrivnostni ANICI GIB.

ANICO GIB so poznali vsi, ki so jih srečale na njeni poti. Nekateri so jo oboževali, nekaterim ni bila preveč všeč, a vsi so se izogibali odgovorom na vprašanja, od kod točno Anica izvira, kje so njene korenine in kaj se je zgodilo z njo. Vržene v neznano so ob iskanju poti od hišice iz »medenjakov« do svojega cilja, kamor jih vodi edinole rešitev uganke, spoznavale nove okuse, stare običaje in obrti, arhitekturo. Vedno znova pa so bile v negotovosti, kam jih vodi pot naprej in kako bodo našle cilj. Odločne, da pridejo tej zgodbi do dna, so spoznale, da so vsi odgovori na skrivnostna vprašanja o ANICI GIB povezani tudi z njihovo potjo. A z Anico se je vmes zgodilo nekaj nenavadnega, nekaj... da se je spremenila.

Kako in zakaj je ANICA GIB postala ANICA GIBka in kaj vse se ji je zgodilo na poti? Odkrijte to zgodbo sami, preden jo odkrije kdo drug!

3 NAČRTOVANJE

Ob načrtovanju izleta se nam je pojavilo veliko vprašanj o tem, kako naj ga organiziramo, kaj je pri tem pomembno, za kaj moramo poskrbeti in kaj želimo z izletom doseči.

Da bi naša organizacija in pozneje izvedba izleta bili čim bolj učinkoviti, smo preverili, za kaj vse moramo poskrbeti oz. kaj vse moramo upoštevati pri organizaciji turističnega vodenja. Pri tem smo izpostavili naslednje:

- kaj ponujamo;
- komu je izlet namenjen;
- kraj in čas (pri tem smo morali upoštevati tudi dejstvo, da je izlet izvedljiv le v lepem vremenu);
- potek dejavnosti in časovni okvir;
- sodelavci oz. osebje, ki ga potrebujemo za izvedbo in kje najti primerne vodnika za vodenje izleta;
- rekviziti, ki jih rabimo (kolesa, rekviziti za igre – kdo jih zagotovi, kje se nahajajo);
- dovoljenja (če jih potrebujemo, katera);
- organizacija prevoza in dostopnost krajev za različna prevozna sredstva (npr. kje parkirati kolesa);
- kapacitete ponudnikov, tj. kako velike skupine lahko sprejmejo.

3.1 Dostopnost poti in organizacija prevoza

Ker organiziramo kolesarski izlet, moramo upoštevati tudi cestno-prometne predpise, ki veljajo za kolesarje, tj. tehnično brezhibnost kolesa in spremstvo kolesarjev. Po zakonu za obvezno opremo kolesa velja krmilo, prednja in zadnja zavora, luči (bela za osvetljevanje ceste, rdeča pozicijska luč zadaj) in odsevniki (rdeči odsevnik zadaj, rumeni bočni odsevniki na obeh kolesih ter v pedalih), zvonec, za otroke do 14. leta starosti pa tudi kolesarska čelada. Zato smo se tudi odločili za izposajo koles v kolesarskem centru, ki zagotavlja, da so kolesa tehnično brezhibna. Upoštevati moramo, da sme kolo samostojno voziti v prometu na cesti otrok, ki je star najmanj 8 let in ima pri sebi kolesarsko izkaznico, ter oseba, ki je starejša od 14 let. Otrok od 6. do 8. leta starosti in otrok do 14. leta, ki nima opravljenega kolesarskega izpita, sme voziti kolo v cestnem prometu le v spremstvu polnoletne osebe. Zato bomo organizirali izlet za osebe od 11. do 16. leta, ki že imajo opravljen kolesarski izpit in lahko samostojno vozijo kolo, ker pa gre za skupino, pa rabimo spremljevalce. Pri tem smo upoštevali normative, ki veljajo za šole v naravi, tj. vsaj 1 spremljevalec na 12 otrok. Izbrati smo morali tudi primerno pot. Kolesarji morajo za vožnjo uporabljati kolesarske pasove, kolesarske steze ali kolesarske poti – označene so s prometnimi znaki in talnimi oznakami. Kjer teh površin ni, smejo kolesarji voziti po vozišču ceste, če prometna signalizacija tega izrecno ne prepoveduje. Pri tem morajo

voziti čim bližje desnemu robu vozišča, vendar ne smejo zavzeti več kot 1 meter od roba vozišča. Kar velja tudi za našo organizacijo izleta, ki poteka večji del po vozišču ceste.

Da so poti povsod prevozne s kolesom, smo se prepričali na terenu, gre pa tudi za že označeno pot, ki je v turističnem vodniku občine navedena kot kolesarska pot z imenom Sladka pout, za katero imajo v turističnem centru izdelan tudi zemljevid. Pot je označena tudi s tablami.

3.2 Rekviziti

Ker smo za naš izlet predvideli tudi nekaj zabavnih iger, za katere rabimo rekvizite, smo morali jasno opredeliti, katere rekvizite rabimo in kdo za njih poskrbi oz. kje se ti rekviziti nahajajo, saj jih ne moremo prenašati s sabo. Vse to smo natančno opredelili v časovnici izleta, kjer smo tudi navedli, kdo poskrbi za njih.

3.3 Osebe

Ugotovili smo, da pri **izvedbi izleta** potrebujemo pomoč. Rabimo spremljevalce za izvajanje posameznih dejavnosti, ki morajo imeti kolesarski izpit, dovolj znanja in hkrati poznati teren, določiti pa moramo tudi vodjo izleta, ki bo odgovoren za okviren časovni potek in bo skrbel za nemoten potek izleta. Vodenje izleta mora prevzeti polnoletna oseba, ki poskrbi za prijavo in uspešno izvedbo. V našem primeru bodo vodstvo prevzeli zaposleni na TIC-u Moravske Toplice, ki skrbijo tudi za prijavo organiziranih skupin in izvedbo vodenega izleta (tudi komunikacijo z lokalnimi ponudniki). Pri izvedbi posameznih delavnic, ki smo jih načrtovali v okviru izleta, pa bodo sodelovali še lokalni ponudniki. Vse to smo natančno opredelili v časovnici izleta.

3.3.1 Izbira vodnika

Ker želimo organizirati izlet za mlade, želimo vodnika, ki se jim bo znal približati. Poleg tega da bo imel veliko spretnosti in znanja, mora biti tudi iznajdljiv, kar je v našem primeru kolesarskega izleta še posebej pomembno. Svoje delo mora imeti rad, ga spoštovati in uživati v stikih z ljudmi. Mora biti tudi zabaven, kar je v primeru vodenja mladih še posebej pomembno. V našem primeru je pomembno, da ima rad tudi kolesarjenje.

3.3.2 Osebe vzpostavitve in vzdrževanje QR kod

Potrebujemo tudi osebo, ki bo skrbela za vzdrževanje QR kod, obdelavo video in foto materiala, objave na družbenih omrežjih. Pripravo in objavo video in foto materiala in oblikovanje QR kod smo prevzeli učenci turističnega krožka, prav tako pa tudi vzpostavitev računov in objave na družabnih omrežjih. Pri tem nam je na pomoč priskočilo tudi podjetje QR code Generator, ki je z zanimanjem prisluhnilo naši ideji in nam pomagalo tudi pri težavah, s katerimi smo se srečevali pri oblikovanju kod, hkrati nam nudijo podporo tudi pri nadaljnjem izvajanju projekta. Delovanje vsake QR code je potrebno preveriti dan pred izvedbo na terenu samem. Za primer nedelovanj kod, smo predvideli tudi rešitev: vodnik ima video vsebine naložene na svoji tablici.

3.3.3 Osebe za pripravo promocijskega gradiva

Potrebno je zagotoviti tudi ustrezen promocijski material: logotipe, letake in seveda zemljevide poti z zgibankami. Idejo za oblikovno podobo in pripravo materiala bomo pripravili člani

turističnega krožka v sodelovanju z računalniškim krožkom. Za tisk pa bodo poskrbeli v TIC-u Moravske Toplice.

3.4 Dovoljenja

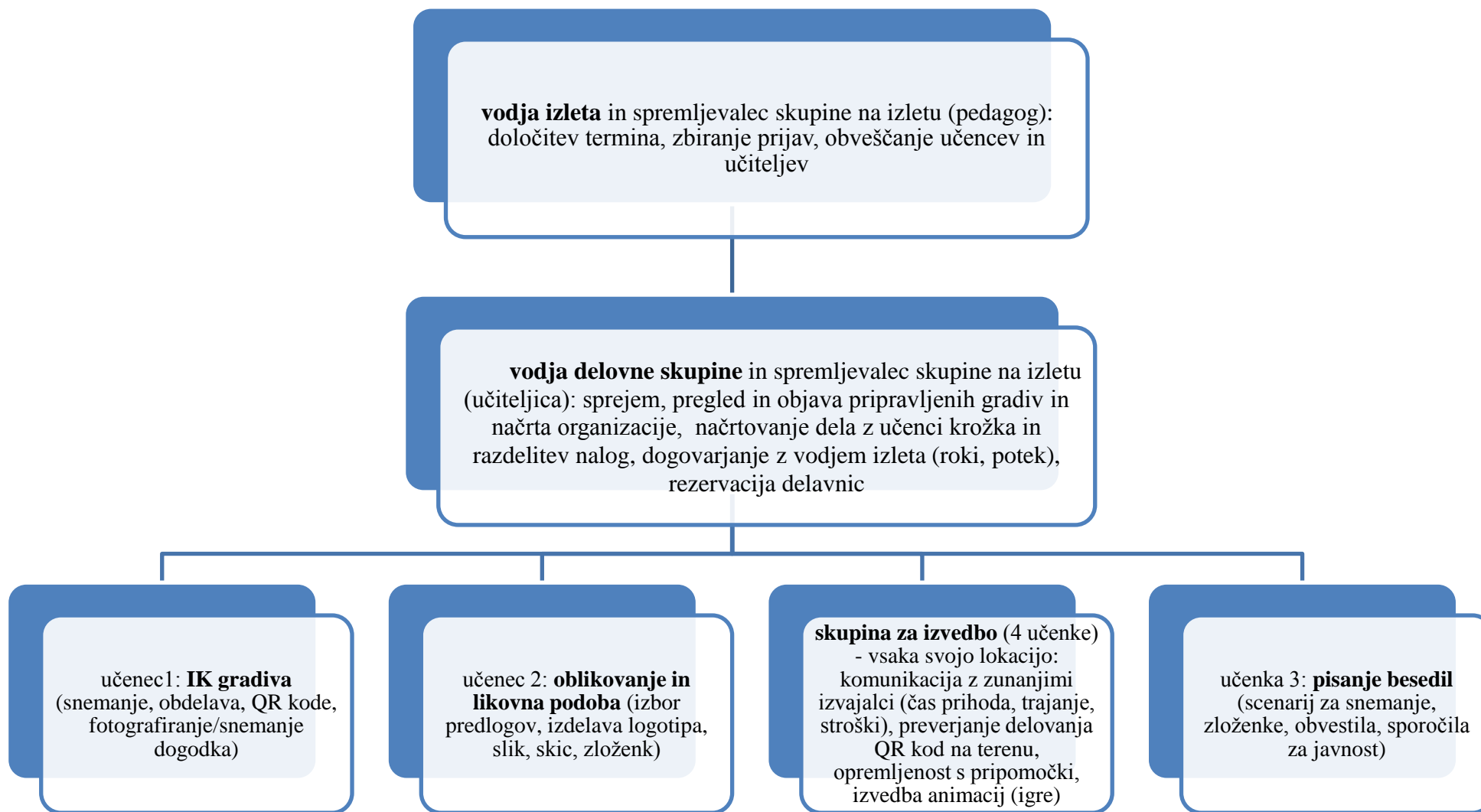
Pri ogledu znamenitosti posebnih dovoljenj ne potrebujemo, kljub temu da se nahajajo v bližini zasebnih zemljišč, saj gre za spomenike, za katere je s strani lokalne skupnosti poskrbljeno za dohod in ogled. Za samo izvedbo izleta je nujna tudi opremljenost s QR kodami in oznakami naše poti, ki jih bomo namestili na že obstoječe table ob znamenitostih, za kar potrebujemo dovoljenja TIC-a in Krajinskega parka Goričko. Ti so nam dovolili namestitev kod v času izvedbe organiziranega izleta v aprilu/juliju.

3.5 Hrana in pitna voda

Za organizacijo izleta je potrebna tudi oskrba s hrano in pitno vodo. V program smo vključili organiziran obrok – kosilo v znani lokalni gostilni (za naročilo kosila za vodene skupine poskrbi izvajalec izleta – TIC). Za kolesarje pa je potrebno zagotoviti tudi oskrbo z vodo na poti. Zato smo v navodilih za udeležence že predvideli kot obvezno opremo tudi bidon z vodo, ki si ga bodo lahko na poti tudi napolnili na posameznih točkah, za kar poskrbijo lokalni ponudniki in vodnik poti. Ker pot poteka po terenu, kjer dostop do pitne vode ni mogoč povsod, je nujno potrebno načrtovati tudi postanke za oskrbo z vodo na poti. Sama pot je tudi speljana tako, da nudi dva postanka, kjer gre za izvira pitne vode.

Kolesarski izlet bomo pred samo prireditvijo v juliju tudi poskusno izvedli (seveda z nekaterimi manjšimi prilagoditvami²) v okviru šole, in sicer v aprilu, za kar bomo poskrbeli sami v okviru turističnega krožka, zato smo predvideli naslednjo organizacijo:

² Prilagoditve se nanašajo predvsem na zaključni del izleta, tj. zaključno prireditev z delavnico priprave gibanice, ki je za šolsko izvedbo nismo predvidevali.



Slika 1: Organizacijska shema za šolsko izvedbo

4 OBLIKOVANJE TURISTIČNEGA PROIZVODA

Ugotovili smo, da so razne kulturne vsebine, ki smo jih spoznavali tudi preko šolskih izletov, pogosto predstavljene na že ustaljen način: preko razlag in klasičnih ogledov kraja ali delavnic, ki nas običajno ne pritegnejo. Zato smo se lotili priprave predloga turistične ponudbe, ki bi bila zanimiva za mlade in avanturistično usmerjene turiste in bi hkrati ponudila tudi predstavitev kulturnih vsebin, ki jih bomo popotnikom približali preko za to posebej narejenih video posnetkov. Mladi namreč danes veliko hitreje in z večjim zanimanjem sprejemamo vsebine, ki so nam predstavljene na nekoliko drugačen način.

Po vzoru t.i. sobe pobega smo pripravili izlet v še ne znano, ki večinoma poteka po že ustaljeni kolesarski poti – Sladka pout³. Ker si je veliko zanimivosti na tej poti mogoče ogledati po predhodni prijavi, smo želeli narediti program, preko katerega bi bile te zanimivosti dostopne tudi obiskovalcem, ki se spontano odločijo za kolesarski izlet (izvedba A). Mi pa smo želeli pripraviti program za vodene skupine, ki bi bil zanimiv za organizirane izlete, npr. šolske skupine (izvedba B). Osnovno vodilo pa je zgodba o ANICI GIBKI, ki jo popotnik odkriva sproti.

V nadaljevanju bomo predstavili program aktivnega in avanturističnega doživljanja zgodbe o skrivnostni ANICI GIBKI.

4.1 PROGRAM POTEPANJA

Potepanje je tako namenjeno predvsem avanturistom in mladim, ki želijo kulturne vsebine spoznati na drugačen način, lahko poteka organizirano (izvedba B), možna pa je tudi izvedba različice v lastni režiji (izvedba A).

Izvedba A

Popotnik dobi v zgibanki (Priloga 1) zemljevid, na katerem so označene različne lokacije s simboli, le nekatere teh lokacij pa predstavljajo njegovo potovanje. Katere so te lokacije, ugotovi preko reševanja ugank, ki so v posnetkih. Posnetki pa so dostopni s QR kodami. Uvodna pojasnila, zemljevid in prvo QR kodo dobi v TIC-u v Moravskih Toplicah, ki so tudi izhodišče odrivanja. Vsaka nadaljnja točka poti je opremljena s svojo QR kodo, ki je povezava do videa, v katerem je popotniku predstavljena destinacija (mi smo te predstavitve oblikovali tako, da so zanimive za mlade), ob koncu posnetka pa še uganka, katere rešitev je slika/simbol, ki označuje naslednjo lokacijo na zemljevidu. Kje točno na destinaciji pa se QR koda nahaja, pa popotniku pove fotografija na njegovi zloženki. Destinacije preko video posnetkov skrivajo tudi namige (ti so zapisani v posnetku) za končno rešitev, ki razkriva, kdo ali kaj se skriva za ANICO GIBKO.

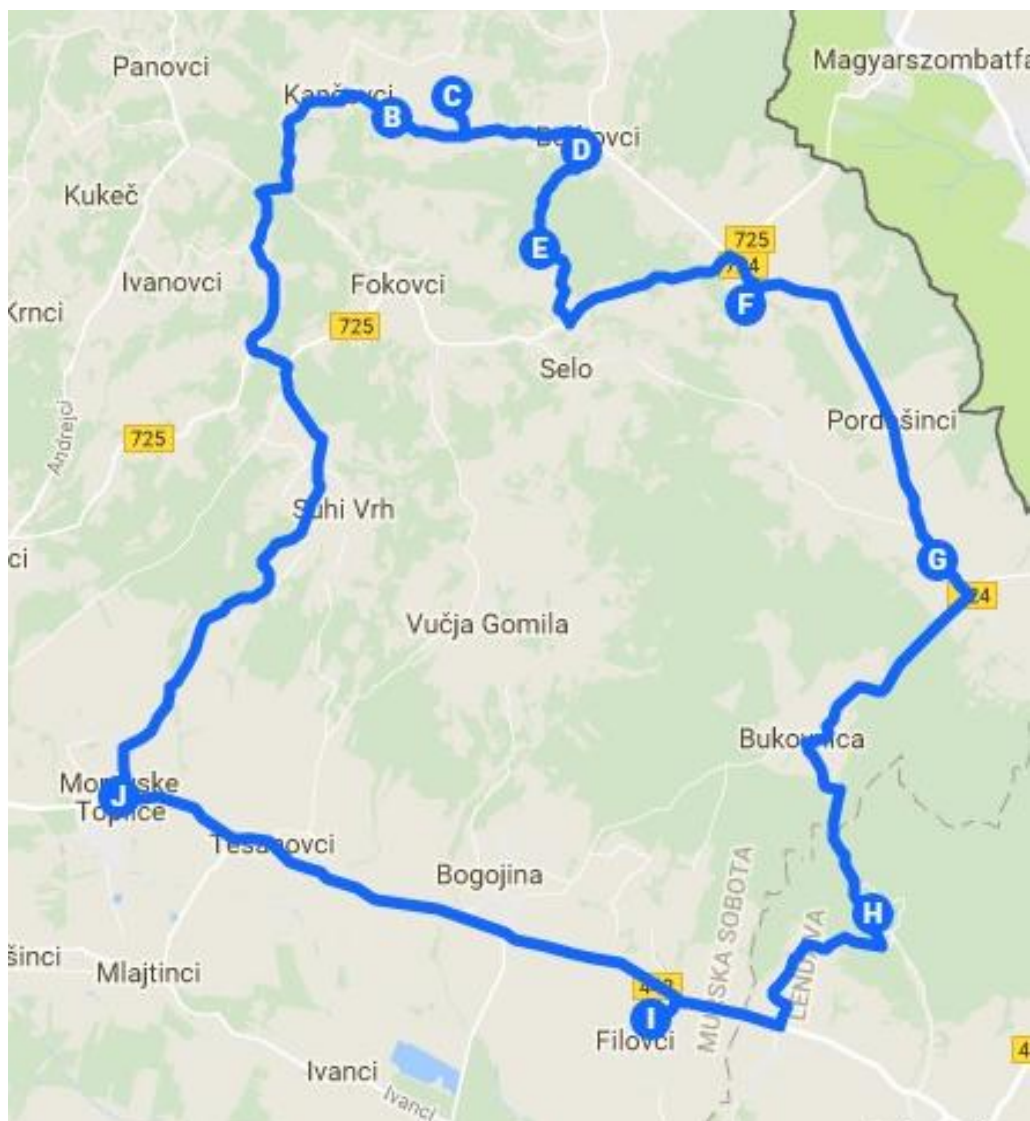
³ Gre za kolesarsko pot, ki je del stalne turistične ponudbe v Moravskih Toplicah: <http://www.moravske-toplice.com/sl/vsebina/52/Kolesarske-poti>

Izvedba B

Je izvedba za skupine, gre za delno vodeno potepanje. Vodič tukaj predvsem skrbi za usmerjanje skupin, animiranje pri delavnicah in igrah ter vodenje po poti do naslednje točke. Sicer pa je sama izvedba podobna izvedbi A, le da so na posameznih točkah za skupine predvidene še delavnice in zabavne igre.

Mi smo se osredotočili na kolesarsko potepanje za mlade s spremstvom animatorjev - vodičev, in sicer kot dodatno ponudbo prireditve, ki jo organizirajo Terme 3000, tj. festivala prekmurske gibanice in šunke. Tako bi vzbudili zanimanje za prireditev tudi pri skupini turistov, ki se običajno takih prireditev ne udeležuje.

V osnovni obliki smo potepanje načrtovali kot kolesarsko pot, ki vključuje različne aktivnosti. Pot je dolga 41 km in poteka po asfaltirani cesti, razen manjšega odseka (ki pa je utrjena pot, prevozna za običajno trekking kolo), ter vključuje že znane kolesarske proge. Poteka po rahlo gričevnatem področju mimo njiv, travnikov, vinogradov, gozdov in zaselkov ter tako že v začetku omogoča doživetje pokrajine in načina življenja ljudi. Poleg športne opreme, pametnega telefona pa je zato priporočljiva oprema še bidon za vodo. Udeleženci za izlet lahko uporabijo svoje kolo, lahko pa si ga izposodijo v TIC-u v Moravskih Toplicah ali bližnji izposojevalnici koles ob Termah 3000. V poslovalnici TIC-a bodo obiskovalci dobili informacije o izletu in zgibanko z zemljevidom in navodili (Priloga 1). Na poti se bodo seznanili z lokalnimi kulturnimi znamenitostmi (arhitektura, obrti, kulinarika).



Legenda:

- | | |
|---------------------------------------|---------------------------------------|
| A TIC Moravske Toplice | F Grad Matzenau, Prosenjakovci |
| B Sirama Gorički Raj, Ratkovci | G Gostišće Puhan, Motvarjevci |
| C Medičarstvo Celec, Ratkovci | H Bukovniško jezero |
| D Časarov mlin, Berkovci | I Lončarstvo, Filovci |
| E Rotunda, Selo | J Terme 3000, Moravske Toplice |

Slika 1: Načrt poti

4.1.1 PREDSTAVITEV POTEPANJA PO POSAMEZNIH DEJAVNOSTIH

Da bi lažje sestavili program, smo si izdelali okvirno časovnico dejavnosti, kjer smo predvideli tudi pripomočke in osebje, ki ga potrebujemo za izvedbo. Zavedamo se, da je časovnica nujna za lažjo organizacijo in razporeditev časa za posamezne dejavnosti. Predstavljena časovnica je narejena za organizirano potepanje pod vodstvom animatorjev, ki ga je mogoče izpeljati po predhodni prijavi in za skupino 10–12 udeležencev, torej za potepanje, ki smo ga načrtovali za 14. julij 2018, in sicer kot zanimivo popestritev festivala prekmurske kulinarike, tj. Festival prekmurske šunke in gibanice, ki ga prirejajo Terme 3000.

Ker smo z izvedbo kolesarskega dela vezani na začetek samega festivala, tj. ob 16.00, smo izdelali časovnico izleta, kjer smo predvideli tudi pripomočke in osebje, ki jih potrebujemo za izvedbo. Časovnica je nujna, da se lahko lažje organiziramo in predvidimo razporeditev časa za posamezne dejavnosti.

Časovnica za organizirano potepanje

Čas	Kraj (lokacija)	Aktivnost	Kdo	Pripomočki ⁴
9.00	TIC Moravske Toplice	začetek potepanja in prva QR koda ⁵ – predstavitev aktivnosti, izročitev zgibanke z navodili (zemljevidom poti, QR kodo in »beležko« za zbiranje namigov)	delavci TIC-a (pri predhodni prijavi opozorijo izletnike na opremljenost s kolesarskimi čeladami in bidoni za vodo) vodnik izleta: seznanjeni udeleženci s pravili odkrivanja in jih spodbudi, da si ogledajo prvi video (QR koda)	kolesa, fotoaparati ali pametni telefoni, zgibanke z navodili, tablica z naloženimi video vsebinami, nekaj svinčnikov
10.00 (trajanje 20 minut)	Ratkovci (sirarna)	druga QR koda in prvi postanek z okrepčilom (degustacija in osvežilni napitek)	degustacija: poskrbijo lastniki sirarne delavci TIC-a: sporočijo število udeležencev 3 dni pred izletom	kruh s skutnimi namazi, napitki (poskrbijo lastniki sirarne)
10.40 (trajanje 40 minut)	Ratkovci (lectarstvo)	tretja QR koda – predstavitev obrti in delavnice	predstavitev obrti na praktičen način preko delavnic: lectar delavci TIC-a: sporočijo število udeležencev 3 dni pred izletom	pripomočki za izvedbo delavnice: živilske barve za risanje, lectova srca (poskrbijo lastniki)

⁴ Z rdečo barvo so označeni pripomočki za katere poskrbijo ostali lokalni ponudniki.

⁵ Delovanje vsake QR code je potrebno preveriti dan pred izvedbo na terenu samem. Vodnik ima sicer video vsebine naložene na svoji tablici, v primeru nedelovanja kode.

11. 30 (trajanje 20 minut)	Berkovci (mlin)	četrta QR koda in igra (Igra 1) kot uvod v ogled mlina	delovanje kode: delavci TIC-a predstavitev mlina preko igre: vodnik in lastnik mlina	kartice za igro 1
12.00 (trajanje 10 minut)	Selo (vodnjak na Makotrovem bregu in sadjarstvo)	peta QR koda in fotografiranje	vodnik usmerja dogajanje in poda idejo za fotografijo	fotoaparat (vodnik)
12.15 (trajanje 15 minut)	Selo (rotunda)	šesta QR koda in igra (Igra 2/Igra 4) kot uvod v ogled rotunde oskrba z vodo za na pot	vodnik omogoči ogled in vodi izvajanje igre z animatorjema spodbudi skupino k snehanju.	audio posnetek in kartice z besedilom, klobuki (poskrbi vodnik; klobuke shranimo v brunarici TIC-a) vodnik
12.50 (trajanje 15 minut)	Prosenjakovci (grad)	sedma QR koda in stara otroška igra (Igra 3)	izvedba igre in uvod v igro: vodnik in animatorja	palica
13.40 (trajanje 40 minut)	Motvarjevci - kosilo	Kosilo (na osnovi prekmurske kulinarike)	delavci TIC-a: sporočijo število udeležencev 3 dni pred izletom	
14.50 (trajanje 15 minut)	Bukovnica (cerkvice, energijske točka)	sedma QR koda (obisk izvira in oskrba s pitno vodo za nadaljevanje poti)		
15.15 (trajanje 30 minut)	Filovci (lončarstvo, prekmurska hiša)	osma QR koda in predstavitev dejavnosti preko delavnice lončarjenja	predstavitev obrti na praktičen način preko delavnic: lončar delavci TIC-a: sporočijo število udeležencev 3 dni pred izletom	pripomočki za lončarjenje: glina (poskrbi lončar)
16.00	Moravske Toplice Tržnica (festival prekmurske šunke in gibanice)	zaključna prireditev s sodelovanjem ne delavnici (priprava prekmurske gibanice)	prireditev in delavnica v organizaciji Term 3000 za rezervacijo delavnice in prijavo števila oseb poskrbi TIC 3 dni pred izletom	surovine za sestavo gibanice: skuta, mak, jabolka, orehi (poskrbi izvajalec delavnice)

V nadaljevanju bomo tudi predstavili posamezne točke poti kot posamezna poglavja zgodbe (**zapisana z rdečim tiskom⁶**), ki je zastavljena kot odkrivanje identitete skrivnostne ANICE GIBKE preko spoznavanja kulturnih značilnosti pokrajine (**zeleni tisk⁷**). Vse točke poti smo predstavili tudi v QR kodah.

4.1.1.1 Začetek odkrivanja in prva QR koda

Začetek našega potepanja je v TIC v Moravskih Toplicah. Tukaj popotnik dobi informacije o terminih organiziranih potepanj, zgibanko (Priloga 1) z navodili in hkrati dostop do prve QR kode, ki ponudi popotniku osnovne informacije o poteku odkrivanja in predstavlja tudi kratki »trailer« izleta.



Namig: Vse kode v nalogi so že aktivne, skenirajte jih in si oglejte njihovo vsebino.

Slika 2: QR koda uvodni film

V davnih časih, ko je življenje potekalo drugače in ko so bili drugačni običaji, ko so drugače gradil in peli drugačne pesmi, so ljudje imeli svoje skrivnosti. Nekatere teh skrivnosti so se ohranile do danes. Zato je prišel čas, da jih odkrijemo, ker želijo na plano. Takšna je tudi skrivnost Anice Gib, ko enkrat slišiš zanjo, te spremlja povsod.

Tukaj izletnik tudi plača ceno izleta (s tem si omogoči dostop do ostalih QR kod in dobi zgibanko) in si lahko izposodi kolo ali pa dobi informacije o drugih izposojevalcih koles. V našem primeru je to tudi izhodišče za organizirano potepanje, kjer vodnik sprejme skupino in jim predstavi svojo vlogo in pravila organiziranega odkrivanja:

- vodnik z animatorjema skupino spremlja na poti;
- udeleženci sami odkrivajo uganke in spoznavajo kulturne značilnosti preko QR kod, vloga vodnika je voditi dogajanje le v primeru organiziranih iger;
- vodnik skrbi za časovni potek dogajanja;
- naslednjo točko poti vedno odkrivajo udeleženci sami preko reševanja ugank;
- vse namige odkrivajo udeleženci sami in jih zapisujejo v zgibanko (namigi jih vodijo do končne rešitve).

4.1.1.2 Druga QR koda: skrivnost pastirjev

Pastirji poznajo veliko zgodb, tudi to o Anici, a so prisegli, da bodo molčali. Skrivnost so skrili v stari postopek izdelave mlečnega izdelka. Toda katerega? Rešitev je tvoj prvi namig.

⁶ Zapisana tudi na zloženki, kamor morajo udeleženci izleta zapisovati tudi svoje namige.

⁷ Enaka predstavitev je tudi v obliki videa dostopna preko QR kode.



Slika 3: QR koda skrivnost pastirjev

Sledi odkrivanje vsebine druge QR kode: predstavitev kmečke sirarne, uganke za nadaljevanje poti in namiga za končno rešitev. Da bo ugibanje lažje, sledi še majhno okrepčilo: degustacija domače skute in domač bezgov sok.

Sirarna Gorički raj je prva kmečka sirarna na Goričkem in z njo so želeli v Krajinškem parku Goričko ohraniti in spodbuditi živinorejske kmetije k ohranjanju tradicije krmljenja živali s senom in pašo, s tem pa ohraniti travnike kot pomembno življenjsko okolje metuljev in drugih oprashačevalcev, ki so pomembni pri pridelavi hrane brez uporabe kemičnih sredstev in mineralnih gnojil. V sirarni predelujejo mleko drobnice (ovce in koze) in krav v sire kot končne produkte po starih postopkih. Poleg sirov pa je v sirarni mogoče kupiti več vrst mlečnih produktov, in sicer jogurt, kislo smetano, skuto in sirotko.

4.1.1.3 Tretja QR koda: sladko spoznanje

Niso vse skrivnosti temne, Anica je imela tudi svojo svetlo skrivnost, resnično prijetno, ki je skrita v srčku. Le kaj je to in kako je povezano z Anico? To je tvoj drugi namig.

Sledi odkrivanje vsebine tretje QR kode: predstavitev lectarstva kot obrti, uganke za nadaljevanje poti in namiga za končno rešitev. Lectarstvo bodo udeleženci izleta tokrat doživeli preko delavnic – izdelave srčka, ki jih bo čakal ob koncu poti na stojnici pri lectarki.

Poskušajte si predstavljati Prekmurje pred pol stoletja. Vsak sejem in proščenje je privabil številne kramarje in prodajalce, ki so prodajali med drugim tudi lectova srca, konje in medenjake. Medičarji so v preteklosti pri vaških čebelarjih kupovali med skupaj s satjem, iz katerega so iztisnili med, ki so ga uporabili za izdelavo lecta, satje pa so zalili z vodo in dobili sladko brezalkoholno medico. V Prekmurju so srca tradicionalno obarvana v rdečo barvo in okrašena s simpaticnimi verzi, med katerimi so najpogostejši taki z ljubezensko vsebino. In ravno take najdemo tukaj pri družini Celec. Pri njih se boste seznanili z domačo obrtjo, s katero se ukvarja že tretja generacija. Raznovrstne medenjake pečejo po recepturah, starih nekaj stoletij. Svoje izdelke pa prodajajo na proščenjih, etnoloških prireditvah, sejmih ter v domači delavnici.



Slika 4: QR koda sladko spoznanje

4.1.1.4 Četrta QR koda: če ne bi mleli tudi z jezikom

Mlinar je preveč opletal z jezikom. Zgodbo o Anici je raztrosil naokrog, a na žalost le njene delčke. In tu je tvoj naslednji namig.



Slika 5: QR koda če ne bi mleli

Sledi odkrivanje vsebine četrte QR kode: predstavitev mlina kot kulturnega spomenika, uganke za nadaljevanje poti in namiga za končno rešitev. Sledi ogled mlina in pred ogledom igra – pogoj za vstop v mlin (vodi jo vodja izleta), kjer udeleženci odkrivajo zvočnost narečja:

Igra 1: Naslednjo poved, ponovi 4 krat, in sicer hitro, na da bi se pri tem zmotil:

SOSIDOF ŠTEJF ŠTEJPLE ŠTRUNFLE.
(Prevod: Sosedov Štefan krpa nogavice.)

Ob koncu skupina še pomeri svoje moči – poskušajo premakniti mlinsko kolo.

Časarov vodni mlin so začeli graditi 1930 in je postavljen ob Ratkovskem potoku, na robu gozda, v vasi Berkovci. Ob izgradnji je služilo za pogon mlina veliko leseno mlinsko kolo, ki je po sedemnajstih letih svojega delovanja dotrajalo in prenehalo s pridelavo moke. Tako je bila leta 1947 vgrajena v mlin za to območje prirejena Francisova turbina. V bolj sušnih obdobjih je tako odlično zamenjala vodno kolo. Možno si je ogledati njeno delovanje. V prizidku iz opeke je na ogled batni stroj, ki je bil izdelan na Madžarskem. Služil je za dodatni pogon mlina v primeru pomanjkanja vode v potoku. V sklopu mlina je bila nekdanj tudi oljarna, danes pa si je mogoče ogledati se delujočo hidravlično stiskalnico za pridelovanje bučnega olja. Konec leta 1968 je vodni mlin prenehal delovati. V notranjosti mlina je urejena

etnološka zbirka predmetov in orodja, ki so ga v preteklih časih uporabljali na kmetijah oz. za opravljanje mlinarske dejavnosti.

4.1.1.5 Peta QR koda: pogled od zgoraj

Naslednjo Aničino sladko in dišečo skrivnost ti razkriva pogled z vrha hriba, na nasade sadovnjakov. Kaj tam najdeš? Napiši namig.



Slika 6: QR koda pogled od zgoraj

Sledi odkrivanje vsebine pete QR kode: predstavitev vodnjaka kot arhitekturne posebnosti povezane z dejavnostjo ljudi v pokrajini nekoč in danes, uganke za nadaljevanje poti in namiga za končno rešitev.

Pečat pokrajini daje kmetijska dejavnost. Kmetje so v preteklosti znali upoštevati majhne, a pomembne razlike v podnebju, vodnih razmerah ter temu prilagoditi kmetovanje. Vodnjak, ki stoji tukaj na Makotrovem bregu, lahko prepriča obiskovalce, kako skrbno so naši predniki znali gospodariti z vodo. Voda v vodnjaku je pitna. Na vrhu Makotrovega brega, se odpre pogled na dolino, na romansko rotundo in sadovnjake. Na tem področju Letinovi že nekaj let uspešno gojijo odlična gorička jabolka. Poleg jabolk je pri njih mogoče dobiti tudi domače slive in orehe. Letinovi so dokaz, da neokrnjenost narave in odlična sončna lega dajejo dobro izhodišče za pridelavo kvalitetnega sadja.

4.1.1.6 Šesta QR koda: pridi z mano na zabavo

Anica je bila ustvarjena za praznovanja. Le kaj je počela tam in na katerem praznovanju? To praznovanje je tvoj naslednji namig.



Slika 7: QR koda pridi z mano na zabavo

Sledi odkrivanje vsebine šeste QR kode: predstavitev romanske rotunde kot arhitekturnega bisera, uganke za nadaljevanje poti in namiga za končno rešitev.

To je romanska rotunda, ki se nahaja v Selu, na majhni vzpetini v dolini Kobiljskega potoka. Sezidana je bila v 13. stoletju, njen arhitekt pa naj bi bil iz Vzhodne Evrope. Cerkev je ustanovil red templarjev, ki naj bi imel v neposredni bližini cerkve tudi svoj samostan. Cerkev je majhna, okroglega tlorisa s kupolo in polkrožnim delom, kjer je oltarni prostor. Temelji cerkve so grajeni iz vulkanskega tufa, zidovi so opečnati, streha pa skodlasta. Notranjost cerkvice krasijo freske, ki so nastajale skozi stoletja. Cerkvica je zelo preprosta, brez odvečnega okrasja. Zaradi svoje lege in majhnosti ter čudovite preprostosti se zdi romanska rotunda v teh krajih pravi biser kulture. Vsako prvo nedeljo v juliju pa je proščenje ali žegnanje, s katerim se pa starem izročilu začnjenja žetev.

Kot uvod v ogled rotunde sledi obujanje veselega vzdušja, ki je bilo prisotno ob žegnanjih – igra 2 ali igra 4 (odločitev je prepuščena vodniku, glede na dinamiko skupine).

Igra 2: Na posnetku je prekmurska pesem z besedilom. Poslušajte jo in zapojte ob posnetku. Napravite zabaven posnetek vašega nastopa kot spomin na potevanje in ga delite na socialnih omrežjih.

Igra 4: Menjavanje klobukov

Vsi igralci začnejo igro s klobuki na glavi. V ritmu glasbe (prekmurska ljudska pesem) jemljejo z desno roko klobuk z glave in ga dajo soigralcu na svoji desni. Leva roka je na hrbtu. Vsi igralci začnejo naenkrat. Igralec, ki ima dva klobuka istočasno na glavi izpade. Igra poteka, dokler v igri ne ostane samo en igralec.

4.1.1.7 Sedma QR koda: skrivnost dvorca

Anico omenjajo tudi v povezavi z bližnjim dvorcem, z gostijo na dvorcu in parkom v bližini, ko je rdečo obleko zamenjala za črna zrnca. Ugotovi kakšna zrnca, saj je to tvoj naslednji namig.



Slika 8: QR koda skrivnost dvorca

Sledi odkrivanje vsebine sedme QR kode: predstavitev ruševin dvorca Matzenau, uganke za nadaljevanje poti in namiga za končno rešitev.

Dvorec Matzenau so v začetku 19. stoletja pozidali grofje Batthyany. Leta 1900 ga je kupil grof Matzenauer. Služboval je v Peruju in Vatikanu, kjer mu je papež podelil plemiški naslov.

Dvorec je opremil z odličnimi primerki stilnega pohištva, zbirko orožja, slikami in eksotičnimi predmeti iz raznih krajev sveta. Usoda teh stvari danes ni znana. Grad naj bi svojim lastnikom služil predvsem kot bivališče v času počitnic in v času lova. Sama zgradba je bila zgrajena v razkošnem, neoklasicističnem slogu. Danes pa so na tem mestu ostale le še ruševine in zaraščen park, v katerem mogoče najdete rasti kakšen mak.

Plemiči so vedno težili k pridobivanju novih posesti, zato kot uvod v ogled ruševin sledi igra:

Igra 3: Lokalna varianta igre Zemljo krast

Igralci s palico narišejo krog in ga razdelijo na 12 delov (oz. toliko delov kot je število igralcev). Vsak igralec ima svoj del. Nato se postavijo v sredino kroga z eno nogo naprej. Najstarejši igralec šteje do tri. Na tri vsi skočijo za tri korake čim dlje drug od drugega v stran. Najstarejši igralec začne igro tako, da neredi tri korake in pri tem poskuša pohoditi vsaj enega od soigralcev. Soigralci se mu lahko umaknejo, vendar tudi oni lahko naredijo le tri korake. Tisti, ki bil pohoden ali naredil več kot tri korake, izpade iz igre, njegovo ozemlje pa dobi igralec, ki ga je pohodil. Igra se nadaljuje v smeri urinega kazalca. Zmagovalec je tisti, ki si pridobi vsa ozemlja.

4.1.1.8 Odmor za kosilo

Pred zadnjim delom poti se udeleženci potepanja ustavijo še na kosilu v gostilni Puhan v Motvarjevcih. Njihova ponudba temelji na domačih prekmurskih jedeh s pridihom madžarske. Zato smo tudi izbrali to gostilno.

4.1.1. 9 Osma QR koda: skrivnost gozda

Anico so nazadnje videli v gozdu, ko so jo poslali na nemogočo nalogo: najti mora sladka jedrca, ki rastejo na visokih drevesih, ki sploh ne rastejo v gozdu. Katera jedrca? To je tvoj naslednji namig.



Slika 9: QR koda skrivnost gozda

Sledi odkrivanje vsebine osme QR kode: predstavitev jezera in izvira, uganke za nadaljevanje poti in namiga za končno rešitev. Ob izviru si udeleženci izleta napolnijo še bidone za vodo.

Jezero je sicer nastalo z umetno zajezitvijo potoka Bukovnica, vendar to ne zmanjša njegove lepote in miru. V okolici so urejene sprehajalne poti, prostor za piknike in turistično informacijski center. V bližini je bajeslovni izvir sv. Vida, kjer stoji tudi kapela. S hladno vodo, ki iz izvira enakomerno teče vse leto, si ljudje umivajo obraz, izpirajo oči in se odžejajo. Stare lokalne legende pravijo, da ima voda iz Vidovega izvira energijsko moč ter zdravilne učinke pri zdravljenju vida. Morda je tudi to pred dobrim desetletjem botrovalo odkritju točk z zdravilno energijo. Tukaj je zrasel je dobro obiskan Energijski park, kjer so označene točke z izvori energije, ki naj bi pomagala pri izboljšanju določenih bolezenskih stanj.

4.1.1.10 Deveta QR koda: ko glina postane zlato

Lončarji so nekoč poznali čisto vse skrivnosti Anice. Danes so vse zložene v posebnih lončenih posodah. Katerih? To je tvoj zadnji namig.



Slika 10: QR koda ko glina postane zlato

Sledi odkrivanje vsebine devete QR kode: predstavitev lončarstva in tipične panonske arhitekture, uganke za nadaljevanje poti in zadnjega namiga za končno rešitev.

Začetki lončarske delavnice v Filovcih segajo v petdeseta leta minulega stoletja, ko je začel Alojz Bojnec st. s samostojno lončarsko delavnico. Izdelovala se je predvsem črna lončevina, žgana v starih kopastih pečeh. Oblikovanje je potekalo na lesenih lončarskih vretenih na nožni pogon. Ob sodelovanju celotne družine je delavnica napredovala in kmalu začela s prodajo po celotni Sloveniji. Dobro izdelani produkti so našli svoj prostor tudi po mnogih gostiščih v obliki lestencev, svečnikov, jušnikov, pekačev, krožnikov in podobno. Danes lončarska delavnica Bojnec obratuje v sklopu muzeja na prostem Filovci, ki ga tvorijo kulturni spomeniki, ki pričajo o nekoč prisotnem stavbarstvu in načinu življenja v pomurski krajini. Petkova domačija je lep primer tipične panonske gradnje iz lesa, gline in slame. Zgrajena je v obliki črke "L", ki povezuje stanovanjski in gospodarski del. Lesena bruna so ometana z glino, streha pa je iz ržene slame. Hiša je nekoč služila kot lončarska delavnica, danes pa v njej domuje stalna razstava filovskih lončarskih mojstrov 20. stoletja. Glinena tla, majhna okna in nizka vrata vas bodo zlahka očarala in popeljala v svet naših prednikov, kot tudi tipična cimprača s črno kuhinjo.

Da bi obiskovalci začutili glino in pomen lončarjenja, se preizkusijo v delavnici: izdelajmo »skupinsko püjtro⁸«. Na tej točki poti tudi popotniki povežejo vse namige v končno rešitev, ki jih vodi na cilj poti, le-ta je označen s simbolom/sliko končne rešitve.

Zbrani namigi po posameznih postajah poti in končna rešitev:

Postaja	Namig
skrivnost pastirjev	SKUTA
sladko spoznanje	SLADKO
če ne bi mleli tudi z jezikom	MOKA
pogled od zgoraj	JABOLKO
pridi z mano na zabavo	PROŠČENJE
skrivnost dvorca	MAK
skrivnost gozda	OREH
ko glina postane zlato	PEKAČ
KONČNA REŠITEV:	PREKMURSKA GIBANICA

4.1.1.11 Cilj poti: skrivnost Anice je razkrita

Udeleženci svoje popotovanje končajo tam, kjer so ga začeli – v Moravskih Toplicah. Tukaj se ob 16.00 prične tudi festival prekmurske šunke in gibanice, tj. nekakšna etno prireditev z ljudsko glasbo, plesom in predstavitvijo lokalne kulinarike.



Slika 11: QR koda skrivnost Anice je razkrita

Tukaj se udeleženci popotovanja tudi udeležijo delavnice priprave prekmurske gibanice, ki je v organizaciji Term 3000. Skozi izlet so zbrali namige, ki se nanašajo na pripravo prekmurske gibanice, v tej delavnici pa bodo najprej priča demonstraciji priprave klasične gibanice. Nato pa si bodo še pripravili sodobno varianto sladice, in sicer gibanice v kozarčku po receptu, ki so ga pripravili njihovi vrstniki v okviru pouka (Priloga 2).

⁸ Püjtra je posoda, ki so jo nekoč uporabljali za shranjevanje in prenašanje vode.



Slika 12: Gibanica in gibanica v kozarcu, nastali na šolski delavnici

Po končani delavnici pa še obiščejo stojnice lokalnih ponudnikov, kjer jih čaka njihovo lectovo srce, ki ga kot spominek nesejo domov.

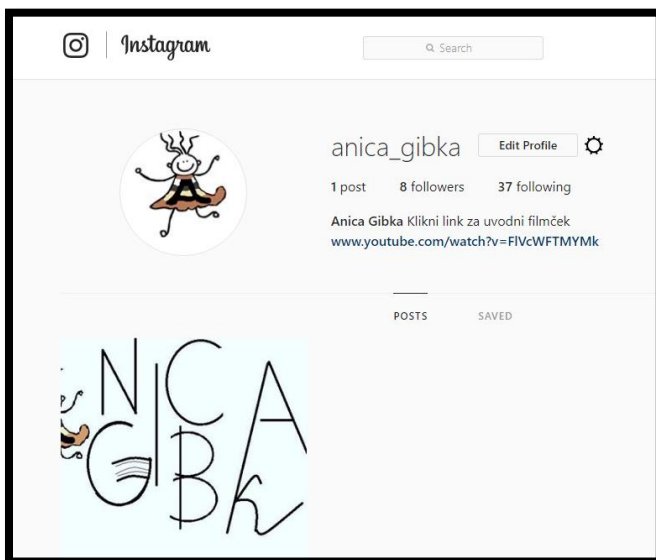
5 KAKO PRODUKT PRODAJATI?

Oblikovani produkt smo vezali na obstoječo ponudbo in ga zasnovali tako, da smo se čim bolj približali potrebam turistov. Ker so naša ciljna skupina predvsem mladi, ki dopustujejo v bližnjih termah in si želijo zanimivih, avanturističnih potepanj ter tudi samostojnih odkrivanj okolice, smo našo ponudbo temu prilagodili časovno (čas počitnic) in tudi cenovno. Pa tudi kar zadeva samo promocijo.

5.1 PROMOCIJA

Za učinkovitejšo promocijo smo želeli poskrbeti že v sami fazi nastajanja naše ideje in potem tudi skozi izvajanje in po njem:

- Največjo promocijo si ometamo **preko družabnega omrežja**, ki je aktualno pri mladih, tj. Instagrama, katerega sproti opremljamo z nastajajočimi idejami in ki omogoča tudi povezavo z ostalimi ponudniki in s tem tudi njihovo promocijo.



Slika 13: Instagram profil

- Izdelali smo tudi facebook stran, na kateri obveščamo naše sledilce o novostih, objavljamo slike in poročamo o posebnih dogodkih. Če nam kdo želi pisati ali postavljati kakšna vprašanja, mu bomo zagotovo odpisali.
- Ustvarili smo tudi youtube kanal, preko katerega je mogoče spremljati posnetke.
- Posneli smo **promocijski video**, v katerem smo predstavili naš turistični produkt in je dostopen preko QR kode (Priloga 1) na zgibanki.
- Za boljšo promocijo izleta smo oblikovali tudi **zgibanko**. To zgibanko bomo ponudili TIC-u Moravske Toplice ter na reklamnih regalih hotelov in penzionov v okolici Term 3000 (Priloga 1).
- Vse svoje promocijske materiale pa ponujamo preko **logotipa**, ki smo ga oblikovali in se nahaja na zloženki, QR kodah, posnetkih, instagramu.



Slika 14: Logotip

Logotip **ANICA GIB(K)A** vsebuje elemente (tj. črke), ki so neposredno povezani z naravno in kulturno dediščino, s katero se srečujemo med popotovanjem po naši kolesarski poti. Beseda Anica (premetanka iz besede **GIBANICA**) ponazarja mladega, vedoželjnega, avanturističnega turista, ki, v kombinaciji z ostalimi tremi črkami, **Goričko**-destinacija, **Izlet**-produkt ter **Biciklin** – način gibanja, odkriva našo **kulturno dediščino** – **prekmursko gibanico**.

Tako nam razne fotografije/video s potepanj in naš promocijski video omogočajo sprotno promocijo. Seveda pa računamo tudi na to, da bodo tudi naši obiskovalci svoje spomine delili na ostalih družabnih omrežjih in s tem širili promocijo. Za ta orodja tržnega komuniciranja smo se odločili predvsem zato, ker z njimi najbolj dosežemo mlade, ki jim je produkt namenjen, hkrati pa so za nas cenovno najbolj ugodna.

- Ker pa je v sam produkt vključenih kar nekaj lokalnih ponudnikov, je mogoča promocija naše ideje tudi pri vseh teh ponudnikih in s tem posledično tudi na vseh prireditvah, na katerih se ponudniki predstavljajo.
- Turistično nalogo bomo oglaševali tudi na turistični tržnici v Mariboru in na spletni strani šole. Za obiskovalce naše tržnice pa bomo pripravili še promocijski material v obliki zloženk in majhnih darilc.

5.2 FINANČNI NAČRT

Pri oblikovanju finančnega načrta, smo upoštevali vse stroške, ki jih bomo imeli s pripravo in izvedbo izleta. Ceno smo oblikovali tako, da smo se pozanimali o cenah posameznih storitev (delavnice) in proizvodov (kosilo, materiali za delavnice ...) ter sestavili kalkulacijo cene našega proizvoda. Hkrati pa smo upoštevali tudi vso delo, ki smo ga v projekt vložili, saj je veliko dela bilo opravljenega prostovoljno, nekaj pa smo dobili tudi sponzorskih sredstev (predvsem v obliki storitev).

<p>Stroški organizacije:</p> <ul style="list-style-type: none"> -tisk zloženk -vodenje poti -vzdrževanje in vzpostavitev QR kod 	<ul style="list-style-type: none"> 1,00 €/zloženko 80,00 €/skupino 300,00 €/letno (naš dejanski strošek 40 €, ostalo donacija firme in prostovoljno delo članov turističnega krožka)
<p>Delavnice, ogledi in degustacije:</p> <ul style="list-style-type: none"> -sirarna (degustacija) -medičar (delavnica) -mlin (vstopnina) 	<ul style="list-style-type: none"> 2,00 €/osebo 3,00 €/osebo 2,00 €/osebo

-rotunda (vstopnina) -lončar (delavnica, ogled) -festival gibanice (delavnica)	1,50 €/osebo (v našem primeru donacija TIC-a) 2,00 €/osebo 3,00 €/osebo
Kosilo	8,00 €/osebo
Oblikovanje in snemanje (video gradivo, fotografiranje, oblikovanje zloženke)	400 € (v našem primeru prostovoljno delo članov turističnega in računalniškega krožka)
Najem kolesa (za dan izleta)	10,00 €
Cena izleta na osebo: - organizirano vodenje	26,00 €/osebo + izposoja kolesa

Na podlagi predvidenih stroškov smo oblikovali ceno paketa, ki bi za potepanje znaša 26,00 € na osebo, v primeru izposoje kolesa se cena poveča za 10 €.

6 PO PRIREDITVI

Po izvedenem izletu nas čaka še nekaj dela. Predvsem moramo najprej **odstraniti QR kode**, ki so nam jih tokrat dovolili postaviti za le-ta dogodek. Za odstranitev kod bo poskrbel tisti, ki jih je postavil (v primeru šolske izvedbe bodo to 4 učenke, ki so bile zadolžene za njihovo postavitev, v juliju pa bodo to opravili delavci TIC-a).

Po izvedbi izleta za učence (v aprilu) bomo naredili tudi **evalvacijo izleta**: kako dolgo je časovno potekal, so QR kode delovale, so uganke ustrezno zastavljene, kako so učenci sprejeli igre in delavnice, kje so se pojavili zapleti in kaj bi bilo potrebno še spremeniti. Tako bodo delavci TIC-a lahko pravočasno poskrbeli za morebitne dopolnitve oz. spremembe v izvedbi.

Pri načrtovanju in izvedbi naše ideje nam je priskočilo na pomoč kar nekaj posameznikov, organizacij. Vsem bomo (učenci krožka, zadolženi za pisanje besedil) po izvedbi turistične tržnice in pozneje po izvedbi izleta poslali tudi pisne **zahvale**.

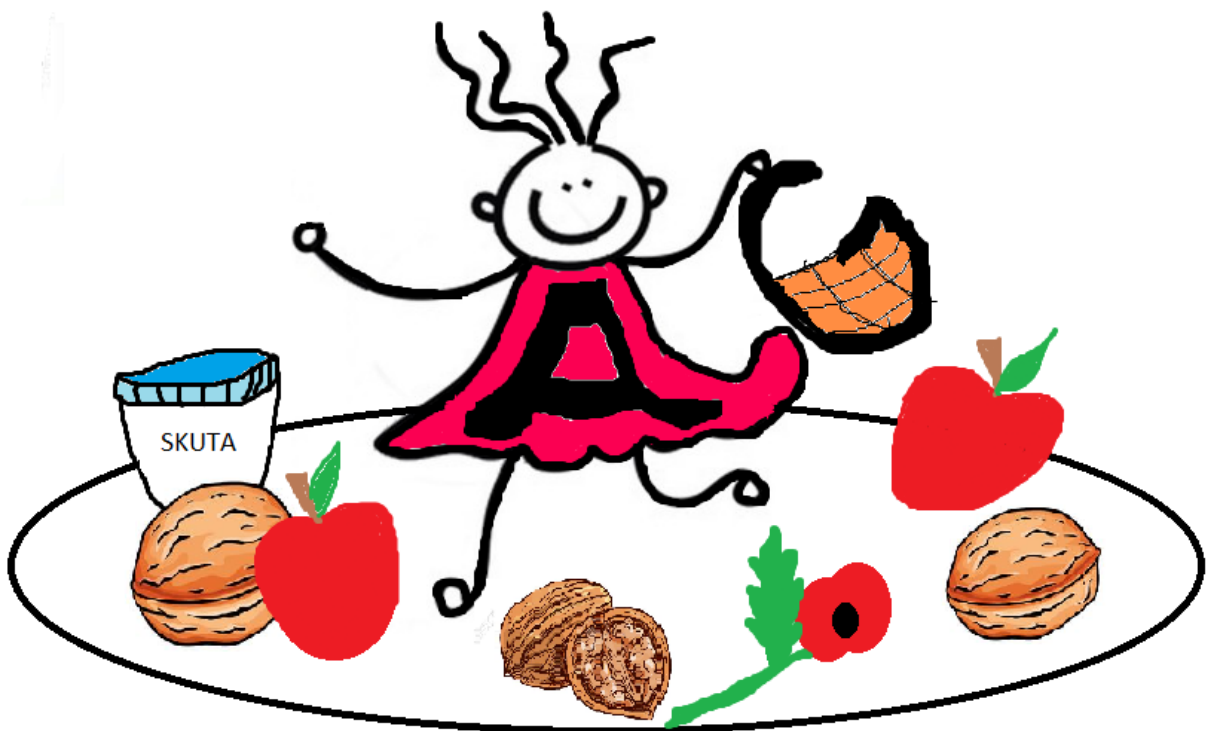
Prav tako moramo poskrbeti za **promocijo po zaključeni prireditvi**, da si s tem zagotovimo zanimanje za obisk v prihodnje. Učenci turističnega krožka bomo pripravili novico o poteku turistične tržnice in šolski izvedbi izleta za spletno stran, za objavo na Instagramu/facebooku in v lokalnem občinskem glasilu. Fotografije in novico bomo poslali tudi na TIC Moravske Toplice za objavo na njihovi FB strani. Prav tako bomo učenci svoja doživetja delili na naših družabnih omrežjih.

Prav tako bomo razmišljali o novih akcijah in razširitvi ponudbe ter iskali nove ciljne skupine. V naši neposredni bližini se pod Lendavskimi goricami nahajajo Terme Lendava in Zdravilišče Radenci, katerim bi se lahko naš oblikovani produkt zdel zanimiva možnost za popestritev njihove obstoječe ponudbe.

7 ZAKLJUČEK

Ob oblikovanju naše turistične ponudbe smo si nabrali kar nekaj izkušenj in pridobili nova znanja. Ker smo izhajali iz tega, da mora biti naš produkt všečen mladim, torej zabaven in poln raznolikih aktivnosti, smo se velikokrat znašli pred vprašanjem izvedbe naših idej. Z iskanjem rešitev smo naleteli na posameznike in organizacije, ki so nam bili pripravljene pomagati tudi pri izvedbi. Ob sodelovanju z njimi smo se naučili veliko novega, predvsem pa smo spoznali, kako lahko družabna omrežja, Youtub in druga spletna orodja uporabimo v promocijske namene in pri izvedbi naših idej. Veliko smo se naučili tudi o organizaciji, predvsem o tem, kako pomembno je dobro načrtovanje in upoštevanje vseh dejavnikov.

Želeli smo oblikovati zanimivo in avanturistično ponudbo, ki bi bila zanimiva za mlade. Zato smo napisali novo zgodbo Goričkega, ki gradi na sožitju z naravo, s svojim kulturnim bogastvom, s festivali in prireditvami, značilno kulinariko in življenjskim slogom prebivalcev, pa lahko ljudi popelje nekam drugam. Mi pa jo bomo s pripovedovanjem širili daleč naokrog. Predvsem pa si močno želimo, da ne bi šlo le za enkratni dogodek, ampak da bi se nekoč naša ideja razvila v redno turistično ponudbo, ki bi jo prilagodili tudi drugim skupinam obiskovalcev.



8 NAČRT PREDSTAVITVE NA TURISTIČNI TRŽNICI

Na turistični tržnici bo naš produkt predstavljalo 9 učencev. 4 bodo na stojnici, ostali pa bodo po celotnem nakupovalnem centru, kjer se bo odvijala turistična tržnica, vabili obiskovalce, da se ustavijo na našem prostoru, ostali pa bodo ob stojnici. Učenci se bodo izmenjevali.

Stojnico oz. razstavni prostor in učence na stojnici bomo »preobleki« tako, da bodo simbolno predstavljali idejo našega turističnega produkta – ANICO GIBkO kot izlet in izdelek. Posebno vlogo bomo dali »odkrivanju kulturnih doživetij« preko QR kod.

Za obiskovalce smo pripravili **promocijski material** v obliki zloženke, poskušali pa bomo trenutne vtise obiskovalcev predstaviti tako kot v našem turističnem produktu – s sliko in besedo.

Da pa bi tudi »sladki« del našega potepanja lahko okusili, bomo pripravili pokušino naše »kreacije« - moderno izvedbo tradicionalne prekmurske gibanice.

LITERATURA

Časarov mlin. Dostopno na spletnem naslovu: <http://livescore.wix.com/mlin>

M. Detela: *Abeceda turizma*. Ljubljana: Turistična zveza Slovenije, 2007.

European Road Safety Charter. *Kolesarji in pešci*. Dostopno na spletnem naslovu: <http://www.promet.preporod.net/si/kolesarji/>

V. Kuštor: *Krajinski park Goričko; Živi z naravo*. Grad: Javni zavod Krajinski park Goričko, 2006.

Normativi za varnost pri vodenju skupin. Dostopno na spletnem naslovu: <http://www.csod.si/stran/normativi-za-varnost>

ONKULT 2018 – 20120. Dostopno na spletnem naslovu <http://www.turisticna-zveza.si/Dogodki/345/ONKULT.pdf>

Organizacija potovanj in turistično vodenje. Dostopno na spletnem naslovu: http://www.mizs.gov.si/fileadmin/mizs.gov.si/pageuploads/podrocje/vs/Gradiva_ESS/Impletum/IMPLETUM_124GOSTINSTVO_Dopolnilne_Hiti.pdf

Podatki o strukturi turistov. Delovno gradivo TIC-a Moravske Toplice, november 2015.

Prekmurska gibanica. Dostopno na spletnem naslovu <http://prekmurska-gibanica.si/pages/si/domov.php>

Raj za kolesarje. Moravske Toplice z okolico. TIC Moravske Toplice, 2006.

RDO Pomurje. Dostopno na spletnem naslovu: <http://www.rejdnodobro.si/>

Rejčno dobro kot RDO Prekmurja in Prlekije. Dostopno na spletnem naslovu: <http://www.pomurje.si/aktualno/gospodarstvo/rejčno-dobro-kot-rdo-prekmurja-in-prlekije/>

Sladka pot. Dostopno na spletnem naslovu: <http://www.sladkapot.si/>

Sladka pot, turistična zgibanica. Mikro-turistični grozd Sladka pot, 2004.

Sirarna Gorički raj. Dostopno na spletnem naslovu: http://www.park-goricko.org/sl/informacije.asp?id_informacija=3987&id_jezik=0&id_tip1=8&id_tip2=1&id_tip3=0

Diana Ternav: *Priprava programa turističnega vodenja*. Gradivo s posveta Potujem, torej sem. Ljubljana, 2016.

Užij dan! Rekreativne poti Murska Sobota – Moravske Toplice z okolico. TIC Murska Sobota.

A. Zupan: *Preko igre in dela do znanja*. Ljubljana: Založba Valuk, 1990.

KAJ?
izlet 

ZAKAJ?
druženje, adrenalin in »zbiranje LIKEov« 

KDAJ?
14. julij 2018

KAM? v še (ne)znano

KDO?
skupina (do 10 udeležencev)
mladih (od 11 do 16 let)

KAJ POTREBUJEM?
mobilni telefon z dostopom do interneta, kolo,
dobro voljo in pripravljenost
za avanturo 

Več informacij:
Folovajte nas na instagramu :D
@Anica_Gibka ali https://www.instagram.com/anica_gibka/
ali nam pišite na:
anica.gibka@gmail.com



KDO JE ANICA GIBka?

Postaja	Namig
<i>skrivnost pastirjev</i>	
<i>sladko spoznanje</i>	
<i>če ne bi mleli tudi z jezikom</i>	
<i>pogled od zgoraj</i>	
<i>pridi z mano na zabavo</i>	
<i>skrivnost dvorca</i>	
<i>skrivnost gozda</i>	
<i>ko glina postane zlato</i>	
KONČNA REŠITEV	

Priloga 1: Zgibanka (1. stran)



KO KULTURA POSTANE
IZLET V NEZNANO

Skeniraj QR kodo in odkrij, kaj ti ponujamo in kako »potuješ« z nami!



Osnovna šola Fokovci

OS F  VCI

Priloga 1: Zgibanka (2. stran)

Reši uganke in najdi pot do cilja!

	Ivanovci rojstni kraj Jožefa Borovnjaka		Berkovci Časarov mlin
	Ratkovci Kmečka sirarna Gorički raj		Selo vodnjak na Makotrovem bregu, Selo 38
	Ratkovci Medičarstvo Celec Jožica		Selo romanska rotunda
			Prosenjakovci dvorec Matzenau
	Suhi Vrh vinočoč Erniša		Bukovnica gozdna učna pot
	Motvarjevci Gostišče Puhan		Selo gostilna K rotundi
	Bukovniško jezero Izvir Sv.Vida in energijske točke		
	Filovci Lončarska vas		
	Bogojina Cerkev Gospodovega vnebohoda		
	Moravske Toplice Festival prekmurske gibanice in šunke		

PREKMURSKA GIBANICA PO PRIPOROČILU **ANICE GIB(K)E:****FIT GIBANICA za MLADE AVANTURISTE**

<p>Sestavine za 4 osebe:</p> <p>Hrustljivo piškotno dno:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 200 g polnozrnatih piškotov, • 60 g lešnikov, • 40 g ovsenih kosmičev, • par kapljic mleka. 	<p>Makov nadev:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 100 g fino mletega maka, • cimet po okusu, • 1 dl vročega mleka (lahko voda), • agavin sirup po okusu. 	<p>Skutin nadev:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 100 g skute, • med, • rozine po okusu (ni nujno), • malo vanilije, • sol.
<p>Orehov nadev:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 100 g mletih orehov, • agavin sirup po okusu, • malo vanilije. 	<p>Jabolčni nadev:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 2 jabolki, • cimet po okusu, • sladilo po okusu. 	<p>Dekoracija:</p> <ul style="list-style-type: none"> • nesesekljeni orehi, • grobo naribano jabolko.

Potek dela:

- **Testo:** Polnozrnate piškote, lešnike in ovsene kosmiče zmeljemo, nekaj drobno mletih lešnikov pa pustimo za hrustljivost. Piškotni prah pretresemo v kozarčke, dodamo par kapljic mleka in potlačimo, da nastane kompaktno dno.
- **Makov nadev:** Drobno mleti mak zalijemo z vročim mlekom, vmešamo agavin sirup, dodamo cimet in pustimo, da se ohladi.
- **Skutin nadev:** Skuto (100g) pomešamo z medom, malo vanilije ter ščepcem soli. Po želji dodamo rozine.
- **Orehov nadev:** V mlete orehe (100g) vmešamo agavin sirup po okusu, dodamo ščep vanilije v prahu.
- **Jabolčni nadev:** Iz bolj kislih jabolk skuhamo jabolčno čežano, ki ji dodamo pol žličke cimeta, in agavin sirup po okusu.

Sestavljanje plasti v kozarcu:

- 1 Najprej plast testa, na katero razporedimo **makov** nadev.
- 2 Sledi druga plast testa s **skutnim** nadevom,
- 3 tretja plast testa z **orehovim** nadevom in
- 4 četrta plast testa z **jabolčnim** nadevom.
- 5 Okrasimo s grobo naribano jabolko in nasekljanimi orehi.
- 6 Postrežemo.



Okusi se še bolj prepoznajo, če gibanico pripravimo uro pred postrežbo in hranimo v hladilniku.