

39. državni festival Turizmu pomaga lastna glava



Avtorji: Ana Cigüt, Hana Hari, Mija Hari, Zara Milosavljevič, Kaja Pucko

Mentorja: Dejan Rocner, Silvija Sambt

ZAHVALA

Pri oblikovanju turističnega produkta smo potrebovali pomoč. Zahvaljujemo se TIC-u Moravske Toplice, lokalnim ponudnikom in vsem, ki so nam pomagali pri snemanju. Delo ni bilo lahko in res smo vam hvaležne, da ste nam pomagali in nam dajali nove ideje.

Brez vas nam ne bi uspelo naše ideje uresničiti, hvala.

POVZETEK

Šola: OŠ FOKOVCI, Fokovci 32, 9208 Fokovci

Tel: 02/544 90 20 e-mail: osmsfo1s@guest.arnes.si

Naslov naloge: **Kama dale**

Avtorji:

Ana Cigüt, 8. razred

Hana Hari, 9. razred

Mija Hari, 9. razred

Zara Milosavljević, 8. razred

Kaja Pucko, 8. razred

Mentorja:

Silvija Sambt, prof. slov.

Dejan Rocner, prof. rač in nem.

Povzetek

Kraji našega šolskega okoliša ponujajo številne zanimivosti, ki pričajo o tradicionalnih obrteh, arhitekturi, navadah in običajih lokalnega prebivalstva. Zaradi oddaljenosti od bližnjih term, ki privabljajo večino turistov, ostanejo pogosto spregledani in zanimivi za turiste, ki iščejo dodatne aktivnosti na prostem. Zato smo oživili turistično ponudbo nekaterih že ustaljenih kolesarskih poti in jo povezali v skupen produkt: kolesarski pobeg z odkrivanjem tradicije naših krajev skozi zgodbo o prekmurski gibanici.

Oblikovale smo interaktivna gradiva, ki obiskovalca skozi odkrivanje ugank vodijo do posameznih lokacij, kjer ga čakajo različna doživetja, dokler ne pride do zadnje lokacije in končne rešitve, ki mu to zgodbo tudi razkrije. Naš interaktivni vodič tako deloma prevzema vlogo kolesarskega vodnika in obiskovalca usmerja na njegovi poti, mu nudi dostop do informacij in omogoča igro: odkrivanje ugank preko interaktivnega kviza.

V nalogi so predstavljeni tudi načini trženja in promocije našega turističnega produkta.

Ključne besede: kolesarski pobeg, tradicija, Goričko

KAZALO

Vsebina

ZAHVALA	II
POVZETEK	III
KAZALO	IV
1 UVOD – TRADICIJA ZA AVANTURISTE	1
1.1 Kako smo zbirale ideje?	1
1.2 Oblikovanje ideje	1
1.3 Preverjanje njene izvedljivosti	1
1.4 Postavljanje ciljev	2
1.4.1 Naš cilj	2
1.5 Načrtovanje posameznih aktivnosti	3
2 VKLJUČEVANJE SODOBNIH TEHNOLOGIJ	3
2.1 Povezovanje obstoječe turistične ponudbe v enotno zgodbo in sodelovanje z lokalno skupnostjo	3
2.1.1 Prekmurska gibanica in njena tradicija skozi način življenja lokalnega prebivalstva	4
2.2 Vključevanje sodobnih tehnologij	4
3 NAČRTOVANJE DELA	4
4 IZVEDBA IDEJE	5
4.1 Izbira ponudnikov in osnovni načrt produkta	5
4.2 Kako bodo posamezni kraji povezani v skupno zgodbo?	6
4.3 Vključevanje tradicije in njena digitalizacija	8
4.4 Oblikovanje interaktivnega vodnika	9
4.4 Oblikovanost in pomen logotipa	13
5. FINANČNI NAČRT	13
6. TRŽENJE in PROMOCIJA	13
6.1 Promocijski spot	14
6.2 Turistična tržnica	14
7. ZAKLJUČEK	14
8. LITERATURA	15

Kazalo slik

Slika 1: Določitev območja kolesarskega pobega in zahtevnosti kolesarskih prog.....	6
Slika 2: Zloženska	9
Slika 3: Uvodna stran interaktivnega vodnika.	9
Slika 4: Uvodne informacije na spletnem vodniku	10
Slika 5: Predstavitev lokacije na interaktivnem vodniku	11
Slika 6: Kviz s pravilnim odgovorom in namigom o nadaljevanju poti.	12
Slika 7: Zaključna stran kolesarskega pobega z vprašanjem in vrednostni kupon za nagrado	12
Slika 8: Primer dejavnosti in spominka, ki nastane pri obisku lončarja.....	14

1 UVOD – TRADICIJA ZA AVANTURISTE

1.1 Kako smo zbirale ideje?

Letošnja tema tekmovanja se nam je sprva zdela težka. Nekaj časa smo se spraševale, kako pripraviti zanimivo turistično ponudbo na področju tradicije in jo trendovsko predstaviti. V okviru turističnega krožka, ki na šoli deluje že nekaj let, je nastalo že veliko idej in povezali smo se že s številnimi ponudniki v naši okolici. Letos smo se odločile, da bomo poskusile vključiti najboljše ponudnike iz naše okolice, ki turistom že ponujajo nekaj tradicionalnega, nekateri tudi na prav poseben način. Naš tesni sodelavec je postal TIC Moravske Toplice, ki nam vedno posreduje aktualne informacije o trenutni ponudbi in potrebah turistov. Tako so nas tudi letos usmerili na zelo zanimivo idejo, iz katere smo izhajali pri nadgradnji turistične ideje, ki so jo ustvarile generacije pred nami in ki je deloma že zaživela v obliki šolskega izleta.

1.2 Oblikovanje ideje

Letošnji dnevi kulturne dediščine, v okviru katerih je TIC organiziral različne dogodke, so nas usmerili na idejo, da bi drobce tradicije povezali v celotno zgodbo. Mi pa smo se odločile, da bi zgodba odkrivala vsebino in pomen za našo pokrajino nekaj najbolj tradicionalnega – prekmurske gibanice. Doživljanje te tradicije pa bi ponudili na neobičajen način - kot nenavaden kolesarski pobeg (po vzoru t. i. "escaperooma") ali avanturo v neznano, pri katerem bi udeleženci odkrivali tradicionalno zgodbo gibanice (tradicijo priprave njenih sestavin, običaje in obrti povezane z njeno pripravo) in preko tega spoznavali tradicijo okoliških krajev, vodila pa jih bi interaktivno pripravljena gradiva. Pri tem želimo, da:

- udeleženec doživlja naše kraje skozi vse možne čute (vid, vonj, okus);
- svojo pot odkriva sproti z reševanjem ugank na terenu;
- je vsaka lokacija del zgodbe o gibanici;
- in da je predmet odkrivanja (tj. prekmurska gibanica) obiskovalcu neznan do končne rešitve;
- je celotno doživetje zasnovano kot **kombinacija interaktivnih vsebin** (do katerih obiskovalci vedno znova dostopa preko sodobnih tehnologij) **in doživetij v živo** v obliki ogledov, delavnic, hrane.

1.3 Preverjanje njene izvedljivosti

Pri oblikovanju našega turističnega produkta kolesarske avanture v neznano smo morali biti pozorni na kar nekaj stvari, na katere nas je opozoril sodelavec v TIC-u:

- obiski turističnih ponudnikov in znamenitosti v naši okolici so nekoliko slabši, zaradi odročnosti krajev od term, kjer se ustavi največ turistov;
- turisti, ki obiščejo naše kraje so predvsem aktivni kolesarji ali družine, ki preživljajo počitnice v bližnjih termah – ti iščejo predvsem raznolike in zanimive aktivnosti;
- pomanjkanje kolesarskih vodnikov in morda slabša povezanost ponudnikov v skupno ponudbo, ki bi vključevala raznolike dejavnosti;
- poudarek na odpiralnih časih (pretežno vikend, in sicer v obdobju od maja do konca oktobra);
- sledenje ciljem destinacije Moravske Toplice, kamor sodijo tudi kraji, ki jih želimo predstaviti.

Na osnovi informacij, ki so nam jih posredovali v TIC-u Moravske Toplice, kjer najbolj poznajo obstoječo ponudbo destinacije in želje ter potrebe turistov, smo našo idejo dopolnili.

Za nas je bilo tako pomembno, da:

- **oživimo ponudbo nekaterih znamenitosti in ponudnikov v naši okolici**, ki so manj obiskani;
- oblikujemo **ponudbo, ki bo zanimiva za aktivne turiste** (ti so najpogostejši obiskovalci naših krajev) in bo omogočala dostop do znamenitosti skozi vso sezono (april – oktober);
- se bo **vkjučila v že obstoječo ponudbo** in se povezala s cilji destinacije (inovativno in trajnostno naravnana destinacija, ki stremi tudi k čezmejnemu povezovanju):

	Izkoristiti že obstoječe pohodniške in kolesarske poti v destinaciji in jih ponovno oživeti - jim dati nov izziv in vsebino – jih povezati v zanimivo skupno zgodbo.
	Turistični produkt ponuditi trajnostno, skozi način obiska destinacije in skozi način njene promocije.
	Poiskati zanimive bisere kulturne dediščine v naši okolici in jih ponuditi na poseben trendovski način ter seveda odgovorno do neokrnjene narave Goričkega. Izbrati poti, ki bodo nudile tako doživetje kot tudi varnost.
	Pri oblikovanju promocijskega gradiva slediti zavezi za zmanjšanje uporabe plastike, kar želimo poudariti tudi pri oblikovanju promocijskega materiala.
	Pri oblikovanju skupne zgodbe slediti vpeljeni maskoti destinacije - Štrku Vikiju.

1.4 Postavljanje ciljev

Želimo, da tradicijo naših krajev obiskovalec odkrije na poseben način, da **bo doživetje ne le tradicija sama, ampak način njenega odkrivanja**, zato smo se odločili za neobičajni pristop njenega odkrivanja – z uporabo sodobnih tehnologij, ki informirajo, zbirajo vtise in opravljajo vlogo »vodnika« po kolesarski avanturi. Vsaka odkrita lokacija pa ponuja doživetje tradicije zase.

1.4.1 Naš cilj

Oblikovati turistično ponudbo za aktivne turiste, ki iščejo nekaj posebnega: tradicijo naših krajev želimo predstaviti skozi zgodbo o gibanici v obliki kolesarskega pobega z **uporabo sodobnih tehnologij**, vloga katerih bo voditi turista skozi odkrivanje te tradicije.

1.5 Načrtovanje posameznih aktivnosti

- **Povezati se z lokalnimi ponudniki** in na terenu preveriti obstoječo turistično ponudbo okoliških krajev, ki temelji na tradiciji, in jo povezati v enotno zgodbo – sooustvariti turistični produkt:
 - o povezati se s ponudniki lokalnih sestavin potrebnih za izdelavo gibanice (nekateri izmed njih ponujajo tudi turistične dejavnosti v obliki delavnic ali ogledov): sadjarstvo, mlin, sirarna
 - o v zgodbo vključiti tudi tradicionalno arhitekturo (mlin, panonska hiša, vila, rotunda) in obrt povezano s peko (lončarstvo)
- Naš turistični **produkt digitalizirati** tj. oblikovati vsebino interaktivno in jo povezati z doživetji znamenitosti v živo.
- Pripraviti **zanimivo in privlačno promocijsko gradivo** (video spot, letaki, brošura).

2 VKLJUČEVANJE SODOBNIH TEHNOLOGIJ

Našo pozornost je že pri preverjanju ponudbe naših ponudnikov pritegnilo vključevanje sodobne tehnologije – predvsem ponudba virtualnega sprehoda po stari romanski rotundi. Pri tem smo naleteli tudi na ponudbo geolova in tako dobili idejo o zanimivem povezovanju obojega: digitalnega in realnega. Pametni telefoni nam danes omogočajo marsikaj: dostop do informacij, beleženje doživetij skozi fotografije, posnetke, objave na družbenih omrežjih. Zakaj ne bi postali orodje za vodenje popotnika pri odkrivanju kulturne dediščine naših krajev. Z digitalizacijo je omogočena “boljša in bolj personalizirana izkušnja gosta, bolj usmerjena v oglaševanje” (Grgič, 2023). Hkrati pa želimo ohraniti osebni stik turistov z lokalnimi ponudniki in delovati v skladu s trajnostnim razvojem, predvsem v ohranjanju neokrnjenosti naše narave.

2.1 Povezovanje obstoječe turistične ponudbe v enotno zgodbo in sodelovanje z lokalno skupnostjo

Naše izhodišče za sodelovanje z lokalno skupnostjo je bil TIC Moravske Toplice, kjer smo preverili že obstoječo ponudbo v okolici in se pozanimali o možnostih izvedbe našega produkta. Ker naš produkt vključuje več ponudnikov, smo se povezali z vsemi (nekateri smo poznali že iz prejšnjih let z novi pa smo se povezali letos) in preverili njihovo trenutno ponudbo in pripravljenost vključevati se v novo skupno idejo. Preverili smo, kje je njihova točka povezovanja s tradicijo kraja/pokrajine in kako to tradicijo ohranjajo, kako jo predstavljajo in ponujajo turistom danes. Pri tem pa bomo sledili zgodbi o nastanku prekmurske gibanice - najbolj prepoznavnega in tradicionalnega produkta Prekmurja. Posebnost, ki v svojih sestavinah, načinu priprave in običajih, s katerimi je tradicionalno bila povezana, lahko ponuja svojevrstno doživetje tradicije, saj preko tradicionalnega načina življenja lokalnega prebivalstva in njihovih navad vključuje tudi tradicionalno obrt in arhitekturo.

2.1.1 Prekmurska gibanica in njena tradicija skozi način življenja lokalnega prebivalstva

Vsak del opisa tradicionalne jedi je tesno povezan z načinom življenja ljudi nekoč, z njihovimi navadami, običaji, z obrtjo in drugimi posebnostmi življenja. Vsak del zgodbe o gibanici smo povezali z določenim postankom na kolesarskem odkrivanju tradicije. Zato najprej zgodba o gibanici:

Prekmurska gibanica je dobila ime po besedi *güba/giba*, kar pomeni guba. To je najverjetneje povezati z njeno obliko in sestavo. Uveljavila se je že v zelo starih časih. Veljala je za **praznično jed** in zato so jo večinoma uživali ob **posebnih priložnostih**, npr. prošenja, poroke ipd. Ima svojevrstno lastno recepturo in tehnologijo izdelave, ki zahteva veliko mero **natančnosti, spretnosti in znanja. Izbrane kakovostne sestavine** (ki so nekoč veljale za posebne, saj so predstavljale živila, ki so jih uživali le izjemoma in pogosto hranili za posebne priložnosti) 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 plast je premazana z maščobnim polivom ali s kombinacijo maščobnega in smetanovega poliva. Določena pa je tudi izbira posode tj. pekača, v katerem se je gibanica pripravljala: tradicionalno gre za **glinen pekač pravokotne oblike**. (Bogataj, 2012; Mmmm, diši po Prekmurju, 2018).

2.2 Vključevanje sodobnih tehnologij

Naše vodilo je bil pametni telefon: vsak ga ima, nudi dostop do številnih možnosti, oblikovati moramo le zanimiva in učinkovita digitalna gradiva, preko katerih bi vodili turiste skozi kolesarski pobeg, pri katerem bodo odkrivali tradicionalno zgodbo gibanice. Pri tem bodo osnova uganke oz. namigi, ki vodijo do končne rešitve in s tem do cilja kolesarske avanture. Vsaka rešitev mora predstavljati pomemben del in biti povezana s prejšnjimi. Zato smo se odločili za **interaktivni kviz**, do katerega dobi obiskovalec dostop na vsaki izmed lokacij preko QR kode, hkrati pa ga mora voditi na naslednjo lokacijo. In šele odkrita zadnja lokacija in povezava vseh dosedanjih namigov odkriva končno rešitev.

3 NAČRTOVANJE DELA

Preverili smo obstoječo ponudbo, imamo **tradicionalno zgodbo** in način kako jo **trendovsko predstaviti** (interaktivna gradiva, kolesarski pobeg), potrebno je bilo narediti načrt, kako se bomo lotili povezovanje teh elementov in kako si bomo razdelili delo.

Pri tem so se nam odprla naslednja vprašanja:

- Kako bomo posamezne točke (tj. posamezne ponudnike) povezali v skupno zgodbo, ki jih bo povezovala in bo lahko predstavljala primer zanimive ponudbe?
- Kako bo ta kolesarski pobeg izvedljiv na terenu, tj. kako vse to digitalno postaviti, da bo delovalo in bo zanimivo:
 - o Kako bo turist znal, katera je njegova naslednja destinacija?
 - o Kako zastaviti uganke, da ne bodo pretežke in bodo še vedno izziv?

- Kako se bodo odkrivale posamezne QR kode?
- Katere vse informacije in kako jih moramo ponuditi ob vsaki QR kodi?
- Kakšna bo naša grafična podoba – logotip, ki bo vodilo poti in promocije našega produkta?

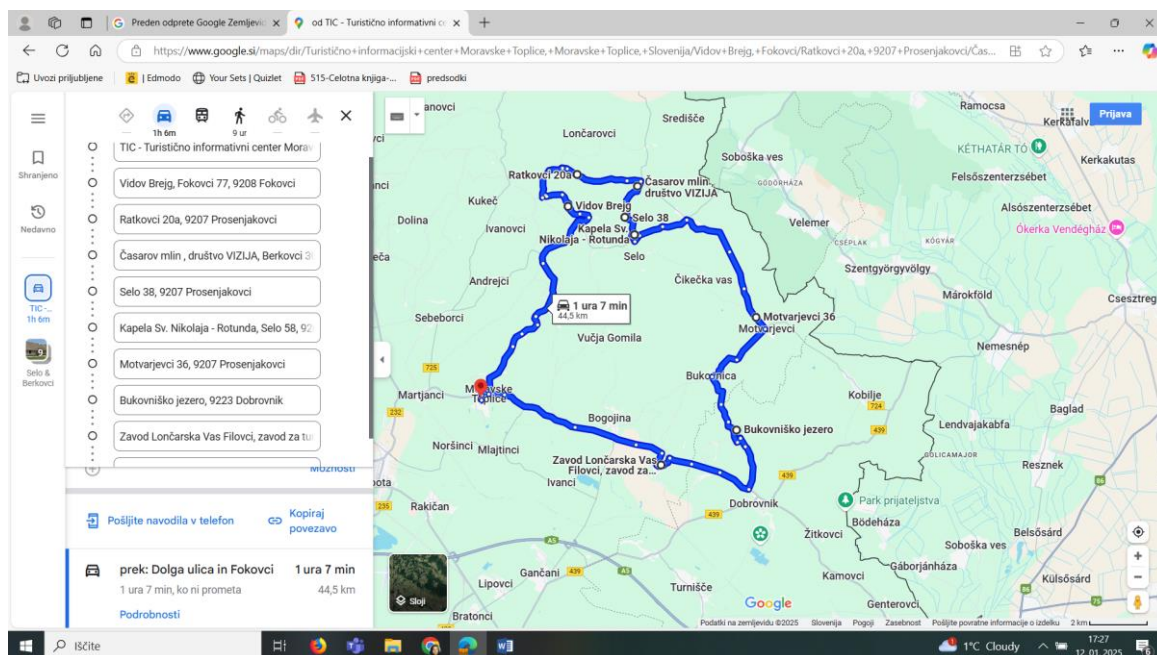
Razdelitev nalog:

Kaj?	Kdo?
oblikovati logotip in ostale grafične elemente (npr. ikone na interaktivnih gradivih)	HANA, MIJA
Oblikovati povezovalno zgodbo in jo vključiti v digitalna gradiva ter predstaviti tradicijo posameznih lokacij	ANA, ZARA, MIJA, HANA, KAJA
Oblikovati interaktivni kviz in ga povezati s terenom	MIJA, ANA
Oblikovati spletno stran, ki bo vir informacij in hkrati vodnik po poti	ANA, MIJA, ZARA, KAJA, HANA
Oblikovati dodatno promocijsko gradivo (letake, zloženko)	HANA, ANA, ZARA
Posneti spot (ideja, izvedba, montaža)	ANA, ZARA, MIJA, KAJA, ANA

4 IZVEDBA IDEJE

4.1 Izbira ponudnikov in osnovni načrt produkta

Ker je naš turistični produkt kolesarski pobeg z odkrivanjem kulturne dediščine krajev, ki jih povezuje zgodba o gibanici, smo najprej določili kraje – lokacije našega pobega in lokacije QR kod. Vsaka od njih je preko sestavin, običajev ali načina priprave vključena v skupno zgodbo o gibanici. Tako smo dobili približno pot kolesarskega pobega in s tem potrebne osnovne informacije o dolžini in zahtevnosti poti.

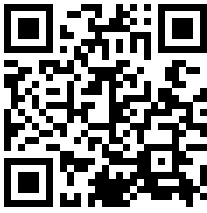


Slika 1: Določitev območja kolesarskega pobega in zahtevnosti kolesarskih prog

4. 2 Kako bodo posamezni kraji povezani v skupno zgodbo?

Za vsako lokacijo smo določili, kako je povezana v skupno zgodbo o gibanici tudi preko dejavnosti, ki jih ponujajo turistom. Za vsako lokacijo pa smo izdelali tudi interaktivno gradivo, do katerega dostopa turist preko skeniranja QR, ko prispe na samo lokacijo.

KRAJ in QR	AKTIVNOST	TRADICIJA	POTEK ZGODBE
MORAVSKE TOPLICE 	Pridobitev osnovnih informacij v TIC-u Moravske Toplice in plačilo "vstopnice" za pobeg. Zloženka z osnovnimi informacijami in skeniranje 1. QR kode za dostop do avanture. Odgovorite na prvo vprašanje, na zloženki označite namig za lokacijo naslednje QR kode in se odpravite na pot.		
FOKOVCI	Prva QR koda na poti: - počitek, ogled vrta in hiše	- nekoč najbogatejša hiša v vasi s tradicionalno madžarsko arhitekturo, ki je	Najti pa je bilo mogoče tudi posebno, rdeče cvetečo rožo. V zgodnji jeseni so gospodinje pozele kapice in

	- možnost okrepčila (zeliščni sok, čaj) in nakupa zeliščnih sokov, čajev, tinktur ...	služila tudi za poroke.	uporabile črna zrna v zimskih prazničnih dneh.
RATKOVC 	Druga QR koda na poti: - ogled sirarne, degustacija - možnost za nakup	- tradicionalni postopek izdelave skute - tradicionalna pašna živinoreja in travniki z značilnim rastlinstvom	Mleko krav pa so pogosto predelali v domačo skuto in smetano, ki so jo uporabili v tudi kot posebni sestavini izbranih jedi ob posebnih dogodkih.
BERKOVCI 	Tretja QR koda na poti: - ogled mlina in zbirke starega kmečkega orodja	- tradicionalna obrt: nekoč so ob potoku bili 3 mlini – ta je edni poponoma ohranjen - pridelano žito so hodili mlet v lokalni mlin	Moka je bila glavna sestavina domačega kruha in ob posebnih priložnostih tudi »pogač«.
SELO 	Četrta QR koda na poti: - ogled sadovnjaka Peta QR koda na poti: - degustacija jabolk in možnost nakupa sadja (izdelkov iz sadja) - napolnimo bidon s pitno vodo iz vodnjaka	- tradicionalni visokodebelni sadovnjaki - tradicionalna oblika pokritega vodnjak	Nekoč so ob vsaki hiši rasla drevesa s sadnim drevjem, predvsem jabolki, hruškami, slivami in orehi. Bila so pomemben vir »posladka« in sestavina domačih sladice.
SELO 	Šesta QR koda na poti: - ogled romanske rotunde z možnostjo posebnega interaktivnega doživetja	- romanska rotunda je tradicionalno bila zbirališče okoliškega prebivalstva ob žegnanjih in nedeljskih mašah	Sakralne objekte so gradili na območjih s posebno energijo. Tako ni čudno, da so bile pomembno zbirališče okoliškega prebivalstva ob posebnih dogodkih, kot so žegnanja.
MOTVARJEVCI	Sedma QR koda na poti: - postanek za kosilo	- tradicionalna hrana, ki se prepleta s vplivi madžarska kuhinje	Med naštetimi jedmi so tudi sladice, tudi takšne, ki so jih nekoč pripravljali le ob posebnih priložnostih.

			
BUKOVNICA 	Osma QR koda na poti: - počitek ob jezeru in obisk energijskih točk - obisk izvira s pitno vodo, ki ji pripisujejo posebno zdravilno moč	- tradicionalno verovanje o posebnih zdravilnih močeh kraja in izvirske vode	Za učinke pa je potrebna potrpežljivost in vztrajnost, tako kot pri izdelavi prav posebne prekmurske specialitete.
FILOVCI 	Deveta QR koda na poti: - ogled stare panonske hiše in muzeja - predstavitev tradicionalne obrti - lončarstva - lončarska delavnica za izdelavo spominka	- tradicionalna panonska arhitektura - tradicionalna obrt - lončarstvo	Lončarstvo je pomenilo pomembno dejavnost v pokrajini in v vasi, saj je posoda bila izdelana predvsem iz gline (glineni krožniki, pekači, skodele).
MORAVSKE TOPLICE 	Zadnja QR koda na poti: - rešitev končne uganke in odkritje nagrade (v vpisom končne rešitve na zloženko le-to zamenjamo za vrednostni bon v TIC-u)	- tradicionalna gibanica izdelana po predpisani recepturi	

Preglednica 1: Potek kolesarskega pobega po lokacijah s ponujenimi aktivnostmi in predstavitev tradicije v skupni zgodbi.

4.3 Vključevanje tradicije in njena digitalizacija

Oblikovali smo spletni vodnik po avanturi, do katerega obiskovalci dostopajo postopoma na vsaki točki svojega postanka. Ob plačilu »startnine« kolesarskega pobega obiskovalec prejme zloženko, na kateri je poleg uvodnih informacij tudi uvodna QR koda za dostop do vodnika.



Slika 2: Zloženka

4.4 Oblikovanje interaktivnega vodnika

Oblikovale smo interaktivni spletni vodnik, ki vključuje:

a) Začetno - predstavitevno stran

Začetna stran najprej ponudi osnovne informacije in predstavitveni spot. Na prvi strani so razlage ikon, ki označujejo posebnosti na posameznih lokacijah. Nato pa z izbiro ZAČNI AVANTURO dobi popotnik vse nadaljnje informacije.



Slika 3: Uvodna stran interaktivnega vodnika.

b) Stran z vsemi potrebnimi osnovni informacijami

Do te strani se lahko vedno znova vrnete s klikom ikono našega logotipa – štrka Vikija na kolesu. Osnovne informacije so sicer zbrane že na zloženki, a so na tej strani podrobneje razložene.

Uvodna slika vsake lokacije vam odkrije, kje se nahajate.

Ker gre za kolesarsko avanturo, vam postojank ne bomo izdali vnaprej. Kam točno vas bo vodila pot, boste odkrivali sproti in ob tem spoznavali tradicijo pokrajine skozi različne dogodivščine. S skeniranjem prve QR kode ste dobili osnovne informacije – te imate pri roki vedno tudi v zloženki, v katero beležite tudi odgovore kviza in namige o naslednji lokaciji QR kode.

Z vsako QR kodo se vam odkriva del zgodbe. Ko boste odkrili vse odgovore, jih sestavili v celoto in ob prihodu na cilj poskenirali še zadnjo QR kodo, boste odkrili kateri tradicionalni zgodbi ste sledili. Ali je ta okusna ali družabna, pa boste ugotovili sami.

KAKO ZAČETI?

S skeniranjem QR kode so vam na voljo različne informacije, koliko in katere rabite, je odvisno od vaših potreb.

Na vsaki točki vašega postanka boste poiskali QR kodo, ki vam bo odprla spletno stran, na kateri:

- so **podatki** o zanimivostih vaše točke postanka,
- odkrijete **del celotne zgodbe**,
- je **dostop do interaktivnega kviza**, katerega rešitev vam pove, kam nadaljevati pot.

NUJNO: Rešitve kvizov zabeležite v zloženko (obkroži simbol na zemljevidu) in si označi informacijo o lokaciji naslednje QR kode.

Obiskovalec izve, do katerih informacij dostopa s QR kodo in zakaj jih rabi.

KAJ POTREBUJEMO?

Klik na vsako izmed ikon, da dodatna priporočila in informacije.

In kam naprej (ali kot pravimo Prekmurci KAMA ali KOMA DALE)? S klikom na to ikono boste vedno dobili navodila za pot naprej in namig, kje poiskati naslednjo QR kodo. Torej začnite!

Klik na ikono **INTERAKTIVNO** pa odpira interaktivni kviz, katerega pravilna rešitev ponuja podatek o nadaljevanju poti in natančni lokaciji QR kode.

Slika 4: Uvodne informacije na spletnem vodniku

c) Strani, ki predstavijo posamezno lokacijo

Na vsaki lokaciji obiskovalec najprej poišče QR kodo in jo skenira, ta mu odpre predstavitevno stran lokacije. Na tej strani se najprej seznani s **tradicijo**. Različni ponudniki pa na različne načine sledijo sodobnim **trendom**, zato smo opisali tudi, kako so svojo ponudbo dopolnili, da bi jo naredili privlačnejšo in pritegnili nove obiskovalce.

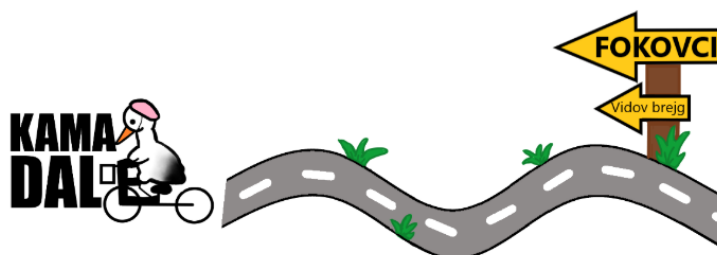


S posebnimi ikonami smo poudarili, ali je ta ponudba usmerjena pretežno v kulinariko (le-ta lahko vključuje tako razne turistične kmetije, ki so ponudniki lokalne hrane ali pa mesta, ki



so namenjena oddihu v obliki okrepčila s hrano in pijačo) ali druženje (lokacije, ki ponujajo različne aktivnosti v obliki delavnic, ogledov ali športnih aktivnosti).

1 C...



TRADICIONALNO je tukaj stala nekoč najbogatejša hiša v vasi s tipično madžarsko arhitekturo. Hišo še danes krasi čudovito staro stopnišče z zunanjim vodnjakom in zapisom imena ter letnice njene gradnje. Nekoč so se v njej vaščani poročali. Tudi nekoč je ob hiši stal vrt, tradicionalno je vrt lokalnemu prebivalstvu ponujal vir zelenjave in zelišč. V marsikaterem *pa je bilo mogoče najti tudi posebno, rdeče cvetečo rožo. V zgodnji jeseni so gospodinje požele kapice in uporabile črna zrna v zimskih prazničnih dneh.*

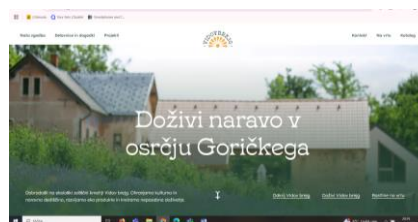


V TRENDU sodobnih čajnic je ob hiši nastal zeliščni vrt in obnovljena »simba« s starim pohištvom, ki popotniku nudi sproščujoč oddih. Privoščite si osvežujoč zeliščni napitek v obliki čaja aliokusnega zeliščnega soka, uživajte v sprehodu po vrtu. Bi želeli še ostati?

Po počitku se odpravite naprej. Odgovorite na vprašanje in odkrijte kam vas vodi pot naprej.



Omogoča dostop do spletne strani ponudnika in daje dodatne informacije o ponudbi.



Slika 5: Predstavitev lokacije na interaktivnem vodniku



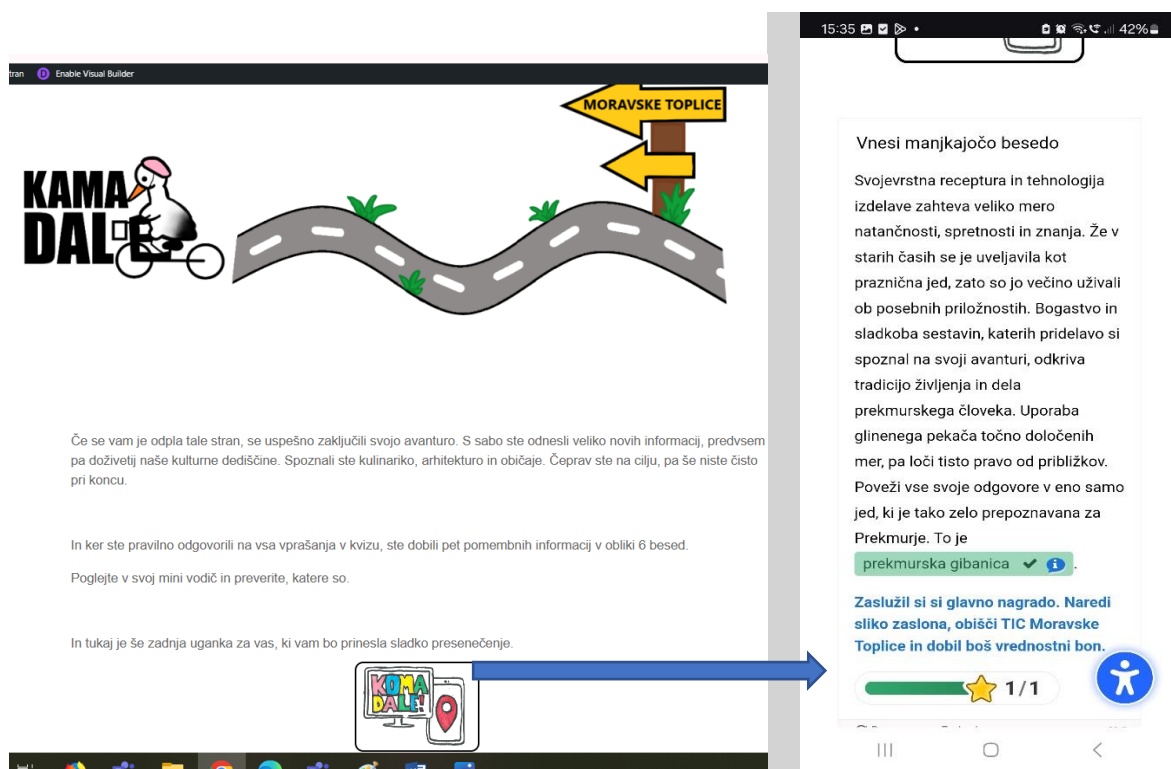
Ob koncu strani pa sledi uganka – interaktivni kviz .
Pravilen odgovor prinaša informacijo, kam nadaljevati pot in podatek o točni lokaciji QR kode.



Slika 6: Kviz s pravilnim odgovorom in namigom o nadaljevanju poti.

d) Zaključno stran

Na tej strani je dostop do zadnje uganke, katere pravilna rešitev obiskovalcu ponudi zgodbo o tradiciji, ki jo je ves čas odkrival – o prekmurski gibanici in njeni povezanosti z lokalnim okoljem.



Slika 7: Zaključna stran kolesarskega pobega z vprašanjem in vrednostni kupon za nagrado

Odziv na pravilni odgovor pa obiskovalca vodi do nagrade, ki si jo je prislužil – do kupona za gibanico in tople napiteke, ki ga lahko vnovči v dogovorjenih gostilnah, katere ponujajo tradicionalno prekmursko gibanico.



4.4 Oblikovanost in pomen logotipa

Naš logotip je štoklja na kolesu. Štokljo smo izbrale, ker je kot maskota že povezana z destinacijo Moravske Toplice. Štokljo pa smo posadile na kolo, saj se s kolesom podaš na pot in ker kolesarjenje povezujemo s kulturo in tradicijo. Ker pa potek svoje poti odkrivaš s pomočjo kviza in sproti ugotavljaš tvoj naslednji cilj, pa smo kolesarski pobeg poimenovali **KAMA DALE**, kar v prekmurščini pomeni kam naprej.



Štoklja na kolesu tako prevzema vlogo vodnika, zato se pojavi na začetku vsake spletne strani in na vseh naših promocijskih gradivih.

5. FINANČNI NAČRT

Našemu turističnemu produktu smo določili končno ceno. Pri tem smo predvidevali tudi dobiček, katerega bi namenili mladinskim društvom v občini za programe ohranjanja in promoviranja kulturne dediščine.

Vrsta stroška	Strošek na enoto
cena prekmurske gibanice s toplim napitkom (kava/čaj)	3,90 eur/kos + 2,20 eur/kos
oblikovanje in tisk zloženke	1 eur/zloženko
oblikovanje in tisk QR kod in drugega materiala (npr. plakati)	0,40 eur/enoto
oblikovanje interaktivnih vsebin	vložek članic turističnega krožka
promocija	vložek članic turističnega društva
dobiček	0,50/enoto
Končna prodajna cena = vrednost kupona	8,00 eur/enoto

6. TRŽENJE in PROMOCIJA

Naš turistični produkt in promocijski spot bomo promovirali:

- na družbenih omrežjih (TikTok, Instagram in Facebook)
- s promocijskimi letaki in zloženko v TIC-u Moravske Toplice
- na spletni strani Osnovne šole Fokovci in spletnih straneh lokalnih ponudnikov
- na turistični tržnici

Posebno pozornost pa bomo našemu produktu namenili na Tednu kulturne dediščine ki se bo odvijal od 27.9. do 3.10.2025, v okviru katerega se večina vključenih ponudnikov tudi aktivno predstavlja in ko se bodo kolesarskega pobega udeležile tudi ekipe učencev naše šole.

Del našega turističnega produkta so tudi razna promocijska gradiva, ki smo jih oblikovali. Poleg zloženke, vrednostnega kupona in spletne aplikacije so to tudi majice in lončki z logotipom, ki predstavljajo za vsakega obiskovalca personalizirani spominek, saj si jih lahko oblikuje v delavnici sam.



Slika 8: Primer dejavnosti in spominka, ki nastane pri obisku lončarja

6.1 Promocijski spot

V spotu so predstavljene posamezne lokacije naše poti. S posnetki znamenitosti, obrti, značilne arhitekture in naravnih lepot naše pokrajine s poudarkom na sestavinah gibanice bomo namignile na tradicionalno zgodbo, ki jo obiskovalec krajev odkriva. Na začetku predstavimo naše doživetje in način odkrivanja tega doživetja (skeniranje QR kod, kolesarjenje). V video skušamo odgovoriti tudi na pomembna vprašanja, tj. kako in kdaj se pridružiti doživetju. Pri tem se v videospotu pojavi tudi naša štorljka.

6.2 Turistična tržnica

Našo zgodbo bomo tudi na turistični tržnici poskušale prikazati v obliki kolesarskega pobega, le da tokrat ne bo kolesarski, ampak bo pobeg po nakupovalnem središču. Vsaka izmed nas bo predstavljala del zgodbe o gibanici in vsako izmed nas boste morali obiskati, skenirati QR kodo in najti odgovor na vprašanje. Vaš začetek in konec pobega bo pri naši stojnici in če boste pravilno odgovorili na zadnje vprašanje, boste tudi vi lahko zamenjali prejeti kupon za nagrado.

7. ZAKLJUČEK

Turistični produkt, ki smo ga oblikovale je vključen v okolje in povezuje ponudnike iz naše okolice. V prihodnosti bi lahko oblikovali različne variante interaktivnega vodnika za kolesarske pobege, ki bi vključevale različno dolžino prog in sledile različnim zgodbam. Tukaj vidimo tudi še veliko možnosti za nadgradnjo in uporabnost našega produkta.

Priprava turističnega produkta je bila zahtevna, a nas je povezala v skupino, ki je spoznavala nove ljudi, odkrivala turistično ponudbo okolice in bila predvsem zelo kreativna. Kako in koliko pa je vsak izmed

nas prispeval k uresničitvi ideje, pa je bilo odvisno od močnih področij posameznika in v veliki meri tudi značaja



8. LITERATURA

Bogataj, J. (2012). *Okusiti Slovenijo*. Ljubljana: Rokus Klett.

Grgić, M. (2023): Slovenija bi orala ledino pri digitalizaciji turizma. *Delo*, 7. 11. 2023. Pridobljeno 19. 12. 2024 s <https://www.delo.si/novice/slovenija/slovenija-bi-oral-a-ledino-pri-digitalizaciji-turizma>

Mmmm, diši po Prekmurju, (b. d.). Na *razvojpodezelja.si*. Pridobljeno 1.11.2018 s http://www.zarazvojpodezelja.si/arhiv_skp_petelincek/tradicija.php

ONKULT 2018 – 2020. Dostopno na spletnem naslovu <http://www.turisticna-zveza.si/Dogodki/345/ONKULT.pdf>

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.

USTNI VIRI:

Bojan Kolar (sodelavec TIC Moravske Toplice), povedano 18. 10. 2024

Grega Bojnec (Zavod lončarska vas), povedano 9. 1. 2025

Tatjana Buzeti (Vidov brejg), povedano 12. 10. 2024

Fokovci, 27. 2. 2025

SKUPNA IZJAVA ŠOLE

Izjavljamo, da so učenci in starši učencev seznanjeni s potekom 39. državnega festivala Turizmu pomaga lastna glava. Soglašamo z javno objavo rezultatov z imeni in fotografijami sodelujočih.

Sodelujoči učenci:

Ana Cigüt, 8. razred
Hana Hari, 9. razred
Mija Hari, 9. razred
Zara Milosavljevič, 8. razred
Kaja Pucko, 8. razred

Mentorja:

Silvija Sambt, prof.

Dejan Rocner, prof.

Ravnateljica:

Suzana Deutsch

