

Poročilo o delu

RDO Postojnska jama - Zeleni kras

za leto 2025

Uvod.....	3
Razvojne aktivnosti	4
Projekt SEISMEC.....	4
Projekt LIBECCIO.....	5
Projekt PROMONT	5
Projekt CROSS-RE-TOUR.....	6
Projekt REGIJSKA KARTICA ZELENi KRAS	6
Promocijske aktivnosti	7
Promocija turistične destinacije Zeleni kras v letu 2025 (STO).....	7
Promocijsko gradivo	8
Kolesarska karta Zeleni kras.....	8
Sejmi in predstavitevni dogodki	9
Študijske ture.....	11
Alpina Mediterranea.....	11
Zgodbe Zelenega krasa.....	12
Promocijski Katalog regijskih izdelkov Zelenega krasa	12
Organizacijske aktivnosti	13
Čezmejna borza lokalnih ponudnikov Zeleni kras 2025	13
Znamka Zeleni kras.....	13
Zelena shema slovenskega turizma	14
Dvig turistične takse v občinah destinacije Zeleni kras	14
Festival Koline Zeleni kras.....	15
Festival Divje hrane Zeleni kras.....	15
Izobraževanje za lokalne turistične vodnike: Kettejeva pot	16
NIST.....	16
Povezovanje na nivoju vodilnih destinacij	17
Ostale organizacijske aktivnosti	19
Turistični utrip destinacije Zeleni kras	21
Prihodi in nočitve.....	21
Incoming turistična agencija Zeleni kras	22
Finančni pregled dela 2025	23

Leto 2025 je za destinacijo Zeleni kras pomenilo nadaljevanje razvojnega prehoda iz faze vzpostavljanja v fazo zrelejšega, bolj podatkovno podprtega in strateško usmerjenega upravljanja turizma. Aktivnosti, ki smo jih izvajali na ravni regijske destinacijske organizacije, so bile usmerjene v krepitev trajnostnega upravljanja, večjo povezanost lokalnih in regijskih deležnikov ter v postopno preoblikovanje Zelenega krasa v prepoznavno, razpršeno in celoletno turistično destinacijo.

V ospredju leta 2025 so bile razvojne aktivnosti, vezane na pripravo in izvajanje projektov, ki naslavljajo ključne izzive sodobnega turizma: pritisk na občutljiva naravna območja, potrebo po boljši rabi podatkov pri odločanju, digitalno preobrazbo ponudbe ter vključevanje lokalnih skupnosti v razvoj trajnostnih produktov. Sodelovanje v nacionalnih in mednarodnih programih je destinaciji omogočilo dostop do znanja, partnerstev in orodij, s katerimi smo okrepili svojo strokovno in organizacijsko vlogo v prostoru.

Na področju projektnega dela smo v letu 2025 aktivno sodelovali pri pripravi in oddaji več razvojnih projektnih predlogov ter hkrati izvajali štiri večje projekte, ki neposredno vplivajo na dolgoročno upravljanje destinacije.

Pomemben del delovanja v letu 2025 so predstavljale promocijske aktivnosti, ki so bile v veliki meri usmerjene v digitalne kanale in ciljno komuniciranje na ključnih trgih. S pomočjo sofinanciranja Slovenske turistične organizacije smo izvedli obsežno digitalno promocijsko kampanjo, s katero smo krepili prepoznavnost destinacije, utrjevali njeno trajnostno in doživljajsko identiteto ter spodbujali obisk izven glavne poletne sezone. Promocijske aktivnosti smo dopolnjevali s prisotnostjo na domačih in tujih sejnih, poslovnih delavnicah in B2B srečanjih, kjer se je kot ključna prednost znova izkazal osebni stik ter kakovostno pripravljena vsebina.

Leto 2025 je bilo izrazito tudi v znamenju povezovanja – tako na ravni lokalnih ponudnikov kot med vodilnimi slovenskimi turističnimi destinacijami. Z organizacijo Čezmejne borze lokalnih ponudnikov Zeleni kras, številnimi študijskimi turami ter izobraževanji za turistične ponudnike smo krepili notranjo povezanost destinacije in ustvarjali pogoje za razvoj skupnih produktov.

Analiza turističnega utripa potrjuje, da se razvojne in promocijske aktivnosti odražajo tudi v rezultatih. V letu 2025 je destinacija Zeleni kras zabeležila nadaljnjo rast prihodov in nočitev ter rahel, a pomemben premik v povprečni dolžini bivanja. Ob tem se kažejo prvi znaki večje razpršenosti obiska skozi leto in vse večjega zanimanja za izven sezonska, aktivna in doživljajska doživetja. Podatki iz anketiranja obiskovalcev in analitike trga potrjujejo, da obiskovalci destinacijo dojemajo kot varno, urejeno in avtentično.

Razvojne aktivnosti

Na področju priprave projektnih predlogov in sodelovanja na državnih ter mednarodnih razpisih smo bili v letu 2025 vključeni v številne aktivnosti. Pripravili in oddali smo projektne predloge:

- KuLLab (Inovacijski lab na področju turizma v Ilirski Bistrici)
- GLAGOLITIC (valorizacija kulture glagoljaštva)
- VIA AQUA (pot, vezana na vodne vire v regiji)
- D-STAR TUR (EuroVelo 9)
- TACSIDI 2.0 (Interreg IPA ADRION)
- SISTALP (Interreg Alpine Space)

Poleg oddanih predlogov projektov smo v letu 2025 izvedli več usklajevalnih sestankov glede odprtih razpisov. Med najpomembnejšimi sta bila program Interreg Slovenija–Hrvaška (priprava štirih projektnih predlogov za rok v februarju 2025) ter program Erasmus+.

Ob pripravi novih projektnih predlogov smo izvajali tudi štiri večje projekte na področju turizma destinacije Zeleni kras: SEISMEC (Horizon), LIBECCIO (Interreg Euro-MED), PROMONT (Interreg IPA ADRION), projekt Promocija destinacije Zeleni kras (STO), v sklopu projekta CROSS-RE-TOUR smo začeli s prenovo spletnega portala www.zelenikras.si, v sklopu projekta LAS Med Snežnikom in Nanosom pa začeli aktivnosti za vzpostavitev Regijske kartice Zeleni kras.

Projekt SEISMEC

RRA Zeleni kras je v okviru projekta SEISMEC na območju Nanosa, Rakovega Škocjana, Snežnika, Planinskega polja, Pivških presihajočih jezer in na drugih lokacijah v destinaciji Zeleni kras namestila infrardeče števec, ki beležijo število prehodov in smer gibanja pohodnikov. Gre za pilotno aktivnost vzpostavitve prikazovalnika (»dashboarda«), ki bo s prikazovanjem različnih vrst podatkov olajšal delo načrtovalcev in upravljalcev aktivnosti v naravi. S podatki o najbolj obiskanih poteh bomo lahko bolje upravljali naravno okolje.

Avtomatske merilne naprave smo namestili na planinske poti in v druga naravna okolja naše regije: na območje Nanosa, Snežnika, Planinskega polja, Krajinskega parka Pivških presihajočih jezer, Slivnice, Rakovega Škocjana ter ob slap Sušec in partizansko bolnico Zalesje. Načrtovali smo tudi dve dodatni merilni mesti v Loški dolini.

Pilotna aktivnost poteka v sklopu projekta SEISMEC, ki ga sofinancira Evropska komisija v okviru programa Horizon. Upravljavci bodo lahko prek spletnih orodij poleg

podatkov merilnih števcov spremljali tudi dnevno ažurne podatke o prenočitvah in prihodih v regijo, številu ponudnikov, vremenu, prometu in ostalem dogajanju v regiji.

V letu 2025 smo vzpostavili testno različico prikazovalnika podatkov, ki bo upravljavcem turizma podala relevantne informacije za upravljanje turističnih tokov in usmerjanje razvoja turizma v destinaciji.

Projekt LIBECCIO

LIBECCIO (sustainabiLity of tourism By Enhancing Cooperation and dligital transfOrmation) je mednarodni projekt, financiran v okviru programa Interreg Euro-MED. Njegov cilj je izboljšanje upravljanja turističnih destinacij s poudarkom na trajnosti, odpornosti na tveganja in digitalni preobrazbi. Projekt združuje partnerje iz različnih evro-sredozemskih držav, ki sodelujejo pri oblikovanju rešitev za bolj trajnostno upravljanje turizma.

V okviru projekta smo pridobili podatke o zadovoljstvu gostov in obiskovalcev destinacije, pri čemer so bili uporabljeni podatki s spletnih portalov Booking, Airbnb in Tripadvisor. V sodelovanju z zunanjimi izvajalci smo pridobili in uredili podatkovne baze za sistem DMSS ter s partnerji poskrbeli za vnos podatkov v sistem. Opravili smo preliminarno testiranje prikazanih grafov in zemljevidov ter podali predloge za dopolnitev sistema. Izvedli smo tri ozaveščevalne in pilotne dogodke (Living Lab in Awareness raising seminars) in delavnico za študente Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani (smer turizem), ki so za svojo obravnavano tematiko izbrali destinacijo Zeleni kras. V sodelovanju s Turistico smo s fotografijami opremili eno izmed predavalnic v Portorožu ter na ta način povečali prisotnost destinacije med prihodnjimi kadri na področju turizma.

Projekt PROMONT

Projekt PROMONT se osredotoča na podeželska območja ADRION regij z gorskim reliefom, za katera je značilna edinstvena biotska raznovrstnost. Ta je ogrožena zaradi nenadzorovanega in prekomernega izkoriščanja virov, netrajnostnih gospodarskih dejavnosti ter sezonskega množičnega turizma, kar povzroča onesnaženje in splošno izgubo biotske raznovrstnosti.

Splošni cilj projekta PROMONT je zaščititi in ohraniti občutljive in bogate ekosisteme jadransko-jonskih gora s spodbujanjem ukrepov za regeneracijo okolja, ki vključujejo in krepijo lokalne skupnosti ter deležnike. PROMONT želi spodbujati pozitivno spremembo miselnosti o človeški prisotnosti in njenem vplivu na gorsko biotsko raznovrstnost, tako da imajo biotska raznovrstnost in lokalne skupnosti koristi od ukrepov kratkoročno in dolgoročno.

V letu 2025 je predstavnik RRA Zeleni kras sodeloval na 3. partnerskem sestanku projekta PROMONT v mestu Berat v Albaniji. Partnerji smo uskladili ključne korake za

naslednje faze projekta ter okrepili sodelovanje pri terenskih in promocijskih aktivnostih. V sklopu srečanja smo izvedli tudi izobraževanje za upravljanje z droni, namenjeno varnemu letenju, zajemu kakovostnih posnetkov ter uporabi zračnih posnetkov za monitoring terena, načrtovanje interpretacijskih poti in pripravo promocijskih vsebin za trajnostni turizem.

V okviru projekta PROMONT smo izvedli usposabljanje za upravljanje z droni, kupili dva drona za uporabo na terenu (monitoring in izdelava promocijskega gradiva) ter pripravili izhodišča Lokalnega akcijskega načrta za izvedbo aktivnosti na območju Snežnika. V sodelovanju z Občino Ilirska Bistrica, ki v tem obdobju vzpostavlja Regijski park Snežnik, smo načrtovali prihodnje aktivnosti, ki bodo prinesle sinergijo med destinacijo, varstvom narave in trajnostnim turizmom.

Projekt CROSS-RE-TOUR

Projekt Cross-Re-Tour podpira digitalno in zeleno preobrazbo malih in srednjih podjetij (MSP) v turistični industriji. Namen projekta je spodbujati inovacije na področju krožnega poslovanja, okoljske trajnosti in digitalnih orodij za turistične ponudnike ter omogočiti dostop do znanja, praks in tehnologij iz drugih sektorjev. Projekt deluje po principu odprtih inovacij in spodbuja preseganje tradicionalnih meja med sektorji z vključujočimi rešitvami za trajnostni turizem.

V sklopu projekta smo na RRA Zeleni kras v letu 2025 pripravljali prenovo spletnega portala www.zelenikras.si, pri čemer sta bili ključni novosti: rezervacijski sistem za doživetja in AI pomočnik za načrtovanje potovanja po destinaciji.

Projekt REGIJSKA KARTICA ZELENİ KRAS

V sklopu projekta LAS Med Snežnikom in Nanosom smo v letu 2025 začeli aktivnosti za vzpostavitev Regijske kartice Zeleni kras. Določili smo model in način delovanja kartice, implementacija pa bo potekala v letu 2026. Kartica bo brezplačna za vse goste, ki bodo v partnerskih nastanitvah v regiji prenočili vsaj dve noči. Gost jo bo prejel ob prijavi v nastanitvenem objektu.

Kartica bo gostom omogočala brezplačne ali znižane vstopnine v muzeje, gradove, parke in interpretacijske centre, popuste pri lokalnih kulinaričnih ponudnikih, doživetjih, delavnicah in vodenjih, ugodnosti pri najemu koles in druge opreme ter popuste za javni prevoz znotraj regije.

Z uvedbo kartice želimo podaljšati povprečno dobo bivanja gostov, spodbuditi razpršenost obiskovalcev po celotni regiji, povečati prepoznavnost lokalnih ponudnikov in obiskovalcem ponuditi dodano vrednost ob obisku destinacije.

Promocijske aktivnosti

Promocija turistične destinacije Zeleni kras v letu 2025 (STO)

Destinacija Zeleni kras je v sklopu Javnega razpisa STO za sofinanciranje aktivnosti promocije turistične ponudbe vodilnih turističnih destinacij v Sloveniji v letu 2025 od januarja do oktobra 2025 izvajala digitalno promocijsko kampanjo na družabnih omrežjih in iskalnih platformah. Primarni izbrani kanali so bili Facebook (Meta), Instagram in Google platforma, komunikacija pa je vzporedno potekala tudi na drugih omrežjih, predvsem Twitter (X) in Youtube.

Pri vsakodnevnem komuniciranju in prisotnosti na družbenih omrežjih je zunanja izvajalka skrbela za implementacijo nove CGP Zeleni kras na ključnih komunikacijskih kanalih. To je vključevalo pripravo objav, grafično obdelavo ter skrb za komunikacijo in angažma z uporabniki na družbenih omrežjih.

V sodelovanju z zunanjo svetovalko smo pripravljali tematske oglasne kampanje, ki so se navezovalе na različne tematike – doživetja narave, kras, pohodništvo, kolesarjenje, kulinarika ter večje dogodke v destinaciji Zeleni kras. Predstavili smo posebne dogodke v regiji, posamezne turistične znamenitosti ter zanimive programe, pri čemer smo sodelovali z občinskimi zavodi pristojnimi za razvoj in promocijo turizma.

Glavni cilji digitalnih kampanj so bili dvig prepoznavnost destinacije Zeleni kras ter doseči večje število potencialnih obiskovalcev na izbranih ključnih trgih – z usmerjanjem obiskovalcev k obisku profilov na družbenih omrežjih in spletnih straneh ter spletni aplikaciji. Oglasi so se primarno prikazovali v Sloveniji, Italiji, Hrvaški, DACH regiji, državah Beneluksa, Franciji, Madžarski, Češki in Španiji.

V času od januarja do oktobra 2025 smo na družbenih omrežjih izvedli 27 promocijskih kampanj, pri čemur smo imeli 9.598.981 prikazov oglasov, in dosegli 3.645.673 oseb na ključnih trgih. Z aktivnostmi smo na Facebook strani Zeleni kras – Green karst povečali število sledilcev na 23.000 in število všečkov na 22.000. Na Instagram profilu beležimo 1.740 sledilcev ter 300 objav, ki sledijo novemu CGP oblikovanju destinacije Zeleni kras.

Pri digitalnih kampanjah na Google prikaznem in iskalnem omrežju smo v jesenskem obdobju izvedli dve kampanji, s katerima smo imeli 4.656.722 prikazov in 262.101 klikov (obiskov) spletne strani in aplikacije Visit Zeleni kras.

Med aktivnostmi velja izpostaviti posebno promocijsko kampanjo »Kultura kraške Slovenije«, ki smo jo izvedli v sodelovanju z drugo vodilno destinacijo Visit Kras in Brkini (ORA Kras in Brkini) in sicer smo za namene predstavitve kulturne dediščine dveh destinacij naredili skupne vizuale in besedila za nove centre za obiskovalce in kulturne ustanove iz področja kulture. V kampanjo, ki je bila usmerjena na slovenski trg smo vključili ponudbo Muzej tovarništva in prevoznništva Senožet in Muzej Slovenskega jezika Štanjel, Notranjski muzej Postojna ter Park vojaške zgodovine Pivka.

Izvedeno digitalno kampanjo ocenjujemo kot zelo uspešno, saj smo poleg izboljšanja vidnosti destinacije skupaj s TICi Zelenega krasa skupaj uspešno promovirali vse elemente turistične ponudbe Kulture kraške Slovenije.

Promocijsko gradivo

V skladu s prenovljeno celotno grafično podobo destinacije Zeleni kras smo izdelali promocijske majice, ki smo jih uporabljali na sejmskih predstavitev in kot promocijska darila. Izdelali smo tudi bloke, svinčnike, obešanke za lokalne produkte, piramide za turistične ponudnike ter ovratne trakove za promocijo destinacije. Med drugimi promocijskimi aktivnostmi smo objavili oglas destinacije Zeleni kras v katalogu turističnega operaterja Happy Tours ter v brošuri Dobra ideja za izlet – turistični priročnik za zaključene skupine.

Kolesarska karta Zeleni kras

V letu 2025 smo naredili popravke in ponatis skupne kolesarske karte Zeleni kras. V njej so zbrane kolesarske poti, ki povezujejo celotno območje destinacije Zeleni kras oziroma Primorsko-notranjske regije. Karta vključuje občine Bloke, Cerknica, Ilirska Bistrica, Loška dolina, Pivka in Postojna, v katerih razgibani relief omogoča različne športno-kolesarske izzive ob odkrivanju naravnih lepote kraške pokrajine.

Tiskana kolesarska karta tako omogoča raziskovanje celotne destinacije in olajša orientacijo v krajih, kjer kolesarske poti v naravi še niso neoznačene. Prednost kolesarske karte Zeleni kras je, da lahko uporabnik med seboj sestavlja in kombinira različne poti.

Na karti v merilu 1:65.000 je zbranih 24 poti, ki so predstavljene z grafi višin in poteki tras. Kolesarjenje je razdeljeno po težavnostnih stopnjah in tematikah, trase pa so

primerne za vse vrste kolesarjev - od MTB navdušencev do rekreativnih kolesarjev in družin z otroki. Označen tip podlage (polna črta predstavlja asfaltno podlago, črtkana črta pa makadamsko podlago) kolesarjem olajša načrtovanje poti glede na njihove preference.

Za boljše načrtovanje popolnega doživetja Zelenega krasa so na karti z opisi in fotografijami predstavljene vse glavne turistične znamenitosti v regiji, kot so muzeji, gradovi, podzemne jame, presihajoča jezera in kraška polja ter ostali naravni kraški fenomeni. Na kartografski podlagi pa so z ikonami označeni turistični ponudniki nastanitev, gostišča, turistične kmetije in turistično-informacijski centri.

Sejmi in predstavitveni dogodki

V letu 2025 je destinacija Zeleni kras nadaljevala z aktivno promocijo na domačih in tujih turističnih sejmih ter poslovnih dogodkih, pri čemer je bil poudarek namenjen povečanju prepoznavnosti regije, navezovanju poslovnih stikov in predstavitvi raznolike turistične ponudbe, ki temelji na naravnih danostih, kulturni dediščini in trajnostno naravnanih doživetjih. Predstavitve so potekale na več ključnih trgih, predvsem v Avstriji, Italiji, na Nizozemskem in Hrvaškem, ter so v večini primerov pokazale pozitivne trende v primerjavi s preteklimi leti.

Splošen vtis sejemskega leta 2025 je bil boljši kot v letu 2024. K temu so prispevale boljše lokacije razstavnih prostorov, večja povezanost slovenskih razstavljalcev ter večja prepoznavnost destinacije Zeleni kras med obiskovalci sejmov. Na klasičnih turističnih sejmih, kot so Ferienmesse Dunaj, Freizeit Celovec in sejem Alpe Adria, je bilo zaznati pretežno srednje starejše in starejše obiskovalce, ki so regijo pogosto že poznali vsaj bežno, saj so se skozenj v preteklosti že peljali. Zanimanje za ponudbo je bilo razpršeno in ni bilo izrazito usmerjeno v en sam produkt, temveč je zajemalo širok nabor vsebin, od naravnih znamenitosti do splošnih informacij o regiji.

Posebej pozitiven vtis je pustil sejem Ferienmesse Dunaj, ki se je izkazal kot eden najučinkovitejših dogodkov v smislu osebnih stikov in interesa obiskovalcev. Veliko zanimanje je bilo namenjeno jamam, predvsem Postojnski in Križni jami, kar potrjuje, da speleološka dediščina ostaja eden najmočnejših promocijskih adutov destinacije Zeleni kras na tujih trgih. Jame pogosto delujejo kot vstopna točka, preko katere obiskovalci začnejo razmišljati o širšem obisku regije. Poleg tega so se pojavljala tudi konkretna vprašanja glede nastanitev in možnosti za skupinske obiske, kar kaže na potencial za nadaljnji razvoj ciljnih produktov.

Pomemben del promocijskih aktivnosti so predstavljali specializirani sejmi, usmerjeni v aktivni turizem, kolesarjenje, pohodništvo in prosti čas. Med njimi izstopajo Fiets en

Wandelbeurs v Utrechtu, Fiera del Cicloturismo v Bologni, Tempo Libero v Vicenzi in Liberamente Bologna. Ti sejmi so pritegnili bolj jasno profilirano ciljno publiko in omogočili kakovostnejše pogovore z obiskovalci, ki so izkazovali resnejše zanimanje za aktivna in trajnostna doživetja. Zlasti na nizozemskem trgu je bilo zaznati veliko zanimanje za kampiranje, kar se kaže kot pomemben potencial za nadaljnji razvoj in promocijo kampov ter avtodomske infrastrukture v regiji. Ob tem so nekateri obiskovalci izpostavili zaznano cenovno dostopnost kampov v Zelenem krasu v primerjavi z bolj obremenjenimi slovenskimi turističnimi območji, kar predstavlja dodatno konkurenčno prednost.

Zelo opazna je bila tudi vloga tiskanih promocijskih materialov, predvsem kolesarskih in turističnih zemljevidov. Ti so na vseh sejmi pritegnili veliko pozornosti in so se izkazali kot eno najučinkovitejših promocijskih orodij, tudi med obiskovalci, ki sicer niso nujno predstavljali neposredne ciljne skupine. Zemljevidi očitno delujejo kot dolgoročni nosilci prepoznavnosti destinacije in ustvarjajo dodano vrednost tudi izven neposrednega sejemskega stika.

Na dogodkih, povezanih z naravno fotografijo in doživljajskim turizmom, kot je Photo & Adventure Dunaj, je bilo zaznati izrazito zanimanje za opazovanje prostoživečih živali, zlasti medvedov, ter za neokrnjeno naravo destinacije. Kljub temu je bil obisk sejma kot celote skromnejši, kar je bilo delno pripisano šibkejši splošni promociji dogodka, vendar interes za vsebine Zelenega krasa ostaja relevanten in perspektiven.

Pomembno dopolnilo sejmskim nastopom so v letu 2025 predstavljale poslovne delavnice in B2B srečanja, zlasti na Hrvaškem. Delavnice v Zagrebu so omogočile neposredne stike s turističnimi agencijami ter predstavitev destinacije kot dela širše slovenske turistične ponudbe. Posebna vrednost teh dogodkov je bila v vzpostavljanju konkretnih poslovnih povezav, vključno z zanimanjem za vključevanje ponudbe Zelenega krasa v agencijske programe in za organizacijo skupinskih obiskov. Takšni dogodki so se izkazali kot zelo učinkoviti za dolgoročno pozicioniranje destinacije na tujih trgih. Pomembna je bila tudi kombinacija obiska na terenu za omenjene agencije – udeleženci WS Zagreb so se udeležili tudi študijske ture v sklopu Borze lokalnih ponudnikov Zeleni kras.

Skupno lahko ocenimo, da so sejemske in promocijske aktivnosti v letu 2025 prispevale k večji prepoznavnosti destinacije Zeleni kras, k utrjevanju ključnih turističnih produktov ter k odpiranju novih priložnosti za sodelovanje z domačimi in tujimi partnerji. Posebej se potrjuje pomen jam kot osrednjega promocijskega motiva, rastoč potencial aktivnega in kamping turizma ter visoka vrednost osebnega stika in kakovostnih promocijskih gradiv. Pridobljene izkušnje in opažanja predstavljajo dobro izhodišče za nadaljnje načrtovanje sejmskih nastopov in trženjskih aktivnosti v prihodnjih letih.

V letu 2025 smo se kot destinacija Zeleni kras predstavili na naslednjih turističnih sejmi in poslovnih dogodkih:

- Sejem Alpe Adria: turizem in prosti čas, (Ljubljana, 29. 1. – 1. 2. 2025)
- Sejem Ferienmesse Dunaj (16. – 18.1.2025)
- WS Zagreb (21. 1. 2025)
- Sejem Liberamente Bologna (21. –23. 2. 2025)
- B2B borza WS Padova (sodelovanje s PVZ informatorjem Zeleni kras, 4. 2. 2025)
- Sejem Utrecht (14. –16. 2. 2025)
- Sejem Tempo Libero Vicenza (14.–16. 3. 2025)
- Argus Bike Dunaj (Slovenia Outdoor, 12. in 13. 4. 2025)
- Sejem Fiera del cicloturismo Bologna (5. –7. 4. 2025)
- SIW (14. 5. 2025, Rogaška Slatina), sestanki s tujimi TA in TO
- Workshop s TA Zagreb (9. 9. 2025, sestanki s predstavniki 15 turističnih agencij iz Hrvaške glede vključitve v njihove itinerarije in ponudbe)

Študijske ture

V letu 2025 je destinacija Zeleni kras gostila več pomembnih študijskih tur in terenskih ogledov, ki so imeli ključno vlogo pri promociji destinacije, krepitevi povezav z domačimi in mednarodnimi turističnimi deležniki ter spodbujanju trajnostnega razvoja turizma v regiji.

- 3 dnevna Študijska tura za tuje in domače turistične agencije in tour operaterje (24) in novinarje (15) v sklopu Borze lokalnih ponudnikov Zeleni kras (objave na družbenih omrežjih)

Med 25. in 28. marcem 2025 je Regionalna razvojna agencija Zeleni kras (RRA Zeleni kras) organizirala študijsko turo, ki je združila tuje turistične agente, blogerje in novinarje iz različnih evropskih držav (Hrvaška, Italija, Avstrija, Švica, Nizozemska, Belgija) ter predstavnici Slovenske turistične organizacije. Namen ture je bila celovita predstavitev naravnih in doživljajskih zanimivosti destinacije Zeleni kras kot privlačne in trajnostno naravnane turistične destinacije.

- Organizacija in izvedba novinarske študijske ture za novinarja iz Avstrije na temo Snežnik UNESCO bukovi gozdovi (26. 9. - 28. 9. 2025)
- Študijska tura za študente turizma EF UNI LJ

Alpina Mediterranea

Alpsko-mediteranska kolesarska pot, ki povezuje Italijo, Slovenijo in Hrvaško, je bila v petek, 20. junija 2025, uradno predstavljena javnosti. RRA Zeleni kras je v sodelovanju z Občino Ilirska Bistrica organizirala dve vodeni kolesarki turi med

Rodikom, Ilirsko Bistrico in Permani. Udeleženci so prekolesarili eno etapo 300 kilometrske trase, ki povezuje Pušjo vas in Opatijo ter se spoznali s kulturno in naravno dediščino tega čezmejnega področja.

Zgodbe Zelenega krasa

Kampanja Zgodbe Zelenega krasa 2025 je skupna promocijska vsebina destinacije Zeleni kras, namenjena družinam, radovednim izletnikom in ljubiteljem narave. V okviru kampanje lahko obiskovalci odkrijejo sedem izbranih turističnih točk, ki na pristen način predstavljajo bogato naravno in kulturno dediščino destinacije. Obisk priznanih točk je v letu 2025 podprt z 10-odstotnim popustom na vstopnino. Natisnili smo 30.000 kuponov, in poskrbeli za distribucijo po Kvarnerju in Sloveniji po turističnih točkah in pri posameznih ponudnikih.

Promocijski Katalog regijskih izdelkov Zelenega krasa

S Katalogom regijskih izdelkov Zelenega krasa podpiramo lokalne ponudnike, ki prispevajo k ohranjanju in prepoznavnosti regijske identitete. V izdaji leta 2025 je sodelovalo 41 ponudnikov, uporabnikov znamke Zeleni kras. Katalog smo pripravili skladno z novimi grafičnimi smernicami za komunikacijo znamke Zeleni kras ter izdelali tiskano in digitalno različico. Natisnili smo 1.000 izvodov in jih distribuili po ključnih točkah v regiji (javne ustanove, knjižnice, TIC-i, zavodi, ambulate itd.) ter hkrati pozvali bralce k podpori lokalnim ponudnikom.



Organizacijske aktivnosti

Čezmejna borza lokalnih ponudnikov Zeleni kras 2025

Borza lokalnih ponudnikov Zeleni kras je 27. marca 2025 v Ilirski Bistrici združila več kot 70 domačih in tujih turističnih ponudnikov, strokovnjakov in odločevalcev. Namen srečanja je bil načrtovati smernice prihodnjega turističnega razvoja regije ter povečati prepoznavnost in konkurenčnost destinacije. Dogodek smo v letu 2025 vsebinsko nadgradili in okrepili mednarodno udeležbo, kar potrjuje, da Zeleni kras postaja vse bolj prepoznaven turistični prostor.

Ključne poudarke je v uvodnem predavanju predstavila prof. dr. Ljubica Knežević Cvelbar, ki je udeležence spodbudila k dolgoročnejšemu razmišljanju o razvoju turizma. Program je dopolnila okrogla miza z izkušenimi strokovnjaki, ki so izpostavili izzive povezovanja ter pomen profesionalizacije in celostnega pristopa.

Na borzi B2B & B2C so sodelovali ponudniki iz regije ter sosednjih destinacij Mediteransko-kraške Slovenije in Kvarnerja. Na 45 stojnicah so predstavili lokalno turistično ponudbo, nastanitvene kapacitete, gastronomijo in outdoor aktivnosti. Posebnost borze so bile tudi praktične izobraževalne delavnice za gostince, nastanitvene ponudnike in organizatorje aktivnosti na prostem.

Znamka Zeleni kras

Z Lokalnima akcijskima skupinama (LAS) Notranjska ter LAS med Snežnikom in Nanosom smo v letu 2025 načrtovali pripravo projekta LAS sodelovanje na temo povezovanja lokalnih ponudnikov pod skupno blagovno znamko Zeleni kras za višjo kakovost produktov. Namen projekta je dvig kakovosti lokalnih produktov s certificiranjem in vzpostavitev novih tržnih poti, pri čemer bomo uporabili model Izvorno slovensko, v katerega je vključenih že 14 slovenskih destinacij.

V ta namen smo organizirali dve delavnici: 18. novembra 2025 v Cerknici in 25. novembra 2025 v Pivki. Interes prisotnih je bil velik, saj je več kot 50 ponudnikov izrazilo interes za sodelovanje v implementaciji modela, tako da bomo v letu 2026 pristopili k izvedbi projekta LAS sodelovanja.

Zelena shema slovenskega turizma

V letu 2025 smo na RRA Zeleni kras v okviru projekta Promocija turistične destinacije Zeleni kras (sofinanciranje STO) izvedli obsežno anketiranje obiskovalcev. V sodelovanju z lokalnimi partnerji (TIC Ilirska Bistrica, Zavod za turizem Pivka, Zavod Znanje OE Turizem Postojna, Notranjski regijski park – OE Turizem in TIC Loška dolina) smo zasnovali metodologijo, ki je primerljiva in pregledna ter zajame obiskovalce na ključnih lokacijah.

Ker smo del Zelene sheme slovenskega turizma (Slovenia Green Bronze), smo uporabili vprašalnik ZSST in dodali vprašanje o obiskanih znamenitostih v destinaciji, da bi bolje razumeli prostorsko razpršenost obiska. Kvote smo postavili na podlagi podatkov SURS o prihodih v letu 2024, cilj je bil najmanj 410 izpolnjenih anket, zbrali pa smo jih 530. Odgovori so se najbolj zgostili ob koncu avgusta in v zadnjih septembrskih dneh. Med obiskovalci so prevladovali pari in družine, motivi obiska so bili predvsem narava in kulturne znamenitosti, visoko pa so bili ocenjeni tudi varnost, prijaznost domačinov ter možnosti pohodništva in kolesarjenja. Kot priložnosti so se pokazale bolj povezana lokalna kulinarika, premišljena infrastruktura za kamperje in jasnejše komuniciranje trajnostnih ukrepov.

Dvig turistične takse v občinah destinacije Zeleni kras

Na srečanju predstavnikov občin Primorsko-notranjske regije in občinskih zavodov na področje turizma (8. 1. 2025) smo razpravljali o poenotenem dvigu turistične in promocijske takse. Trenutni znesek turistične in promocijske takse v naši regiji znaša 1,25 EUR (z razliko Blok 1,5 EUR in Postojna mesto 2,00 EUR). Skupnost občin Slovenije je v svojem dopisu z dne 20. 2. 2024 priporočala dvig turistične takse na maksimalni znesek (3,13 EUR).

Zbrani smo se strinjali, da je dvig turistične takse smiseln in potreben. Predlagana višina takse za občine naše regije znaša 2,00 EUR turistične takse in 0,50 EUR promocijske takse (25 % vrednosti turistične takse). Občine Primorsko-notranjske regije so v letu 2025 spremenile odloke in uskladile višino turistične takse.

Dvig turistične takse je bil utemeljen z dejstvom, da so se v destinaciji Zeleni kras in občinah Primorsko-notranjske regije v zadnjih letih znatno izboljšali turistična infrastruktura in ponudba. Poleg vlaganj občin in regije v dodatno ponudbo v zadnjih letih beležimo povečano število prihodov in nočitev, kar pomeni, da tuji turisti prepoznavajo destinacijo kot zanimivo in atraktivno za preživljanje svojih počitnic pri nas. Primerljive destinacije v Sloveniji imajo višje takse; znesek turistične takse se giblje od 2,5 EUR do 3,13 EUR.

Z dodatnimi sredstvi bomo lahko:

- izboljšali infrastrukturo,
- razvijali nove produkte: spodbujali inovativne turistične produkte skozi vse leto,
- podprli trajnostni razvoj: vlagali v zelene projekte in zmanjševali vpliv turizma na okolje,
- povečali promocijo regije,
- opolnomočili delovanje občinskih zavodov / organizacij za področje turizma.

Dodatno smo razpravljali o namenski porabi sredstev iz turistične takse. Posebni členi na to temo v odlokih niso potrebni, saj Zakon o spodbujanju razvoja turizma v 15. členu jasno določa namen sredstev iz tega vira. Istočasno je bila v preteklih razpisih MGTŠ za prijavo projektov zadostna uporaba dokazil v obliki Načrta razvojnih programov občin in letnih poročil o porabi turistične takse.

Festival Koline Zeleni kras

Na *EkoTurizmu Hudičevce*, smo januarja 2025 v sklopu Festivala koline Zeleni kras izvedli delavnico namenjeno gostinskim ponudnikom, na temo posvečeno dediščini prekmurskih kolin. Znanje o pripravi ocvirkov, pečenju krvi in krvavic ter kuhanju bujte repe sta 30. januarja 2025 predajala Janez Kodila in chef Boštjan Lačen.

Festival Divje hrane Zeleni kras

Festival divje hrane Zeleni kras 2025 je potekal od 17. maja do 1. junija 2025. V tem obdobju smo na destinaciji ponovno povezali znanje, lokalno kulinariko in bogastvo divje narave ter obiskovalcem ponudili vsebine, ki spodbujajo razumevanje naravnega okolja in odgovoren odnos do lokalnih virov. Dogodek je pripravila RRA Zeleni kras v sodelovanju z gostinci, ponudniki in občinskimi zavodi za turizem, s ciljem krepitve povezovanja deležnikov ter razvoja doživljajskih in trajnostno naravnanih vsebin.

Festival je bil namenjen predvsem spoznavanju užitnih samoniklih rastlin in njihovih uporabnih vrednosti, prenosu znanja v prakso, ozaveščanju lokalnega prebivalstva in obiskovalcev o koristih divje hrane ter spodbujanju sodelovanja med ponudniki, zlasti na področju kulinarike. Posebna vrednost festivala je bila v prepletanju naravoslovnih vsebin, interpretacije dediščine in gastronomskih praks, kar predstavlja pomembno razvojno usmeritev destinacije.

Program festivala smo v letu 2025 oblikovali v dveh vsebinskih sklopih: doživetja na terenu in kulinarčno ponudbo »divje hrane na krožnikih«.

V primerjavi s preteklimi izvedbami smo zaznali manjši interes lokalnih gostinskih ponudnikov za vključitev v programski sklop kulinarike. To je pomemben signal za načrtovanje prihodnjega leta, zato bo v 2026 smiselno ponovno premisliti o konceptu

kulinaričnega dela festivala, načinu vključevanja ponudnikov ter motivacijskih in podpornih ukrepih, ki bi povečali sodelovanje in okrepili doseg festivalske ponudbe.

Izobraževanje za lokalne turistične vodnike: Kettejeva pot

Kettejevo pot je vzpostavilo istoimensko društvo leta 2006, od leta 2024 pa jo je Občina Ilirska Bistrica v okviru projekta Neprekinjenost sebe prenavljala. Poleg fizične dostopnosti do dediščine, povezane z življenjem Dragotina Ketteja, je Občina Ilirska Bistrica skupaj z drugimi deležniki pristopila tudi k povečanju njenega vsebinskega dostopa.

Eden od tovrstnih ukrepov je bilo izobraževanje turističnih vodnikov destinacije Zeleni kras, ki je potekalo v soboto 25. januarja 2025 v prostorih TIC-a Ilirska Bistrica. Organizirala sta ga Občina Ilirska Bistrica in RRA Zeleni kras. Turistični vodniki destinacije Zeleni kras so prisluhnili turističnemu vodniku Damjanu Debevcu iz Zavoda Ivana Cankarja za kulturo, šport in turizem Vrhnika, ki v vlogi Ivana Cankarja predstavlja dediščino tega največjega slovenskega pisatelja, Kettejevega prijatelja in predstavnika slovenske moderne. Preden so udeleženci odšli na teren, jim je Aneja Rože Kravanja iz Občine Ilirska Bistrica predstavila Kettejevo življenje in po njem imenovano literarno pot. Rože Kravanja jim je po Trnovem (predelu Ilirske Bistrice) in po Premu tudi predstavljala osrednje znamenitosti na literarni poti, ki so povezane z zgodbo Kettejevega življenja, turistična vodnica Alenka Veber pa je opozarjala na tehnične vidike vodenja obiskovalcev. Izobraževanje se je zaključilo v prijetnem vzdušju na Turistični kmetiji Ivankotovi, kjer smo med drugim okusili tudi Kettejeve štruklje.

Udeleženci izobraževanja so prejeli priročnik za vodenje po Kettejevi poti, ki ga je pripravila Občina Ilirska Bistrica v sklopu projekta Neprekinjenost sebe.

NIST

Konec maja so vodilni predstavniki slovenskih turističnih destinacij spoznavali nov projekt Slovenske turistične organizacije (STO) – Nacionalno informacijsko središče za turizem. Na srečanju je sodeloval tudi vodja RDO Zeleni kras Dejan Iskra. Predstavil je regijske projekte, ki temeljijo na analitiki in učinkoviti rabi informacij.

Pri razvoju NiST, strateškega projekta STO, so aktivno sodelovali predstavniki destinacij, turističnega gospodarstva in strokovnjaki s področja turizma. Udeležence je nagovorila direktorica STO mag. Maja Pak Olaj, projekt NiST pa je predstavila njegova vodja Ana Jemec Špik. Zbrane je seznanila s funkcionalnostmi novega

središča, njegovim delovanjem in možnostmi uporabe v praksi. Imeli so tudi priložnost za vprašanja in izmenjavo pogledov z ekipo STO.

Člani testne skupine, med njimi tudi Dejan Iskra, vodja regijske destinacije Zeleni kras – so kolegom predstavili uporabno vrednost NiST ter lastne projekte s področja uporabe podatkov za boljši turizem prihodnosti.



Povezovanje na nivoju vodilnih destinacij

Na pobudo napovedanega spodbujanja povezovanja vodilnih destinacij v večje regijske organizacije, smo se na operativnem sestanku srečali predstavniki vodilnih destinacij ter župani in se dogovorili o skupnem povezovanju. Vodilne turistične destinacije Brda, Kras in Brkini, Nova Gorica in Vipavska dolina ter Zeleni kras se nameravamo v letu 2026 povezati v skupno regijsko destinacijsko organizacijo. Povezovanje skladno s Strategijo slovenskega turizma 2022–2028, temelji na partnerskem sodelovanju, pri čemer bodo destinacije ohranile lastne blagovne (destinacijske) znamke.

Štiri destinacije s svojimi turističnimi zavodi in organizacijami povezujejo 17 občin, v letu 2024 so zabeležile skoraj 745.000 nočitev, trenutni podatki kažejo, da bodo

številke za leto 2025 še višje. S povezovanjem želijo oblikovati nove skupne turistične produkte, povečati prepoznavnosti destinacij na tujih tržiščih in podaljšati čas bivanja gostov v regiji.

Temelj povezovanja je prepričanje, da je raznolikost regije njena največja prednost. Regija združuje edinstvene naravne znamenitosti, bogato kulturno dediščino, vrhunsko gastronomijo, vinske zgodbe, aktivna doživetja in močno lokalno identiteto. Prav ta pestrost omogoča oblikovanje celostnih turističnih izkušenj, ki obiskovalcem ponujajo večplastna doživetja, ter jih spodbujajo k daljšemu bivanju in ponovnim obiskom.

S skupnim obiskom na domačih in tujih trgih želimo destinacije povečati svojo prepoznavnost, izboljšati komunikacijo z obiskovalci in ustvariti bolj jasno ter privlačno zgodbo regije. Namesto posameznih, ločenih ponudb bodo v ospredju povezani produkti, tematske poti in doživetja, ki povezujejo različna območja ter obiskovalcem omogočajo enostavno raziskovanje širše regije.

Nova organizacija bo omogočala tudi boljše razvojno načrtovanje, usklajevanje strateških ciljev ter učinkovitejšo izmenjavo znanj, izkušenj in dobrih praks. Poseben poudarek bo namenjen trajnostnemu razvoju, ki vključuje skrb za okolje, ohranjanje naravne in kulturne dediščine ter aktivno vključevanje lokalnih skupnosti. Lokalni ponudniki, društva in prebivalci bodo imeli pomembno vlogo pri soustvarjanju avtentičnih zgodb, ki dajejo regiji njen edinstven značaj.

V letu 2026 pričakujemo nadaljevanje aktivnosti na tem področju – za implementacijo in objavo razpisa je zadolženo Ministrstvo za gospodarstvo, turizem in šport.



Ostale organizacijske aktivnosti

- Sodelovanje na srečanju ponudnikov v občini Postojna, ki gaje organiziral Visit Postojna (13.2.2025).
- Delavnica ZSST na STO (6. 2. 2025).
- Priprava skupnega odziva na verzijo besedila Zakona o gostinstvu – poslan dopis MGTŠ in občinam Primorsko-notranjske regije.
- Udeležba na otvoritvi nastanitve Ančkin kot (Cerknica).
- Predstavitev znamke Zeleni kras (registracija znamke) na svetu regije.
- Delo na področju upravljanja znamke (komunikacija z uporabniki).
- Občni zbor društva za gostinstvo in turizem Postojna in Pivka (dogovor glede ukinitve društva, nadaljevanje aktivnosti v sklopu RDO). 10. 3. 2025 EkoTurizem Hudičevcevec.
- Predstavitev programa dela RDO na srečanju ponudnikov Bloke, Cerknica, Loška dolina, 13. 3. 2025).
- Predstavitev programa dela RDO na srečanju ponudnikov Ilirska Bistrica, 19. 3. 2025.
- Srečane ponudnikov Pivka (Ekomuzej, 24. 4. 2025).
- MEDCLUSTER sestanek za Interreg programe.
- Predstavitev na Fakulteti za turizem Opatija (primeri dobre prakse na področju destinacije Zeleni kras), on-line predstavitev destinacije Zeleni kras nemškimi študentom turizma.
- Udeležba na delavnici Terra Gothica na temo posodobitve razstave na gradu Prem in vzpostavitvi produkta.
- Udeležba na Zelenem dnevu STO (21. 5. 2025, Ljubljana).
- Predstavitev sistema NIST in Flows Zeleni kras na srečanju vodilnih destinacij Slovenije (28. 5. 2025, Ljubljana).
- Predstavitev destinacije Zeleni kras in modela Slovenia Green (online konferenca Green SMEs).
- Sestanek z STO in MGTŠ glede nadaljnjega razvoja destinacijskega managementa in napovedanih razpisov za spodbujanje delovanja destinacij in novih turističnih produktov (MOS).
- Udeležba na Blejskem strateškem forumu – turistični panel (2. 9. 2025).
- Udeležba na delavnici projekta TransPLANT v Škocjanskih jamah na temo podatkov za boljše upravljanje in varovanje rastlinskih vrst (22. 9. 2025) .
- Udeležba na Kastav Smart cities (navezovanje stikov za prihodnje razvojne projekte, dobre prakse iz tujine; Kastav, 23. 9. 2025).
- Predstavitev primerov dobre prakse destinacije Zeleni kras za Skupnost občin Slovenije (tematika uporaba podatkov in Flows Zeleni kras, on-line, 24.9.2025).
- Predstavitev NisT za Mediteransko in kraško Slovenijo (7. 10. 2025, Lipica).

- Skupščina GIZ Aktivna Slovenija (on-line, 13. 10. 2025).
- Udeležba na sestanku Terra Gotica (grad Prem, 14. 10. 2025, glede produkta Terra Gotica).
- Management akademija STO (Bled, Ljubljana, 16. 10, 23. 10., 24. 10. 2025).
- Udeležba na okrogli mizi Park vojaške zgodovine Pivka (17. 10. 2025).
- Sodelovanje na okrogli mizi v Postojni Visit Postojna (21. 10. 2025 »Turizem nekoč in danes: od pionirjev do svetovno znane turistične destinacije«).
- Snemanje prispevka za Radio Slovenia glede turistične sezone na destinaciji Zeleni kras (22. 10. 2025).
- Družinska doživetja na Zelenem krasu (priprava pristajalne strani, priprava besedil in objave).
- Udeležba na srečanju s turističnimi ponudniki Loška dolina (TIC Lož).
- Organizacija ogleda terena za študente EF Turizem (ARS VIVA, TIC Lož, Loška dolina) – primeri dobre prakse na destinaciji Zeleni kras.
- Sestanek s Petrom Vesenjekom glede prihodnjega regijskega povezovanja na področju turizma.
- Udeležba na Dnevi Slovenskega turizma in IT tour (11. 11. 2025 in 12. 11. 2025, Brdo).
- Sodelovanje na okrogli mizi CROCUS na Fakulteti za turizem in gostinstvo Opatija (13. 11. 2025).
- Preliminarno srečanje glede promocijske stojnice in promocijska gradiva za destinacijo Zeleni kras (3D ART, KRES).
- Spoznavni sestanek na občini Matulji (sodelujoči Pivka in Ilirska Bistrica)
- Sestanek glede strategije turizma Ilirska Bistrica (Občina Ilirska Bistrica, 3. 12. 2025).
- Sestanek s TZ Kvarnerja glede sodelovanja na področju kulinarike EGR2026 in Borze lokalnih ponudnikov (12.12.2025).
- Sestanek delovne skupine NIST na STO (novi podatki, vsebine za 2026).

Turistični utrip destinacije Zeleni Kras

Prihodi in nočitve

Turistični razvoj destinacije Zeleni kras v zadnjih letih kaže na stabilno rast in postopno zorenje destinacije kot prepoznavnega, trajnostno usmerjenega prostora z izrazito naravno in doživljajsko identiteto. Analiza gibanja turističnih prihodov in nočitev v letih 2024 in 2025 potrjuje, da destinacija ne beleži zgolj kvantitativne rasti, temveč tudi prve znake kvalitativnih premikov, ki so za dolgoročno upravljanje turizma ključnega pomena.

V letu 2024 je bilo v destinaciji ustvarjenih 236.232 nočitev, leto kasneje pa že 261.621, kar predstavlja več kot desetodstotno rast. Rast prihodov je bila nekoliko zmernejša, saj so se ti povečali z 148.110 v letu 2024 na 159.129 v letu 2025. Razlika v stopnji rasti med prihodki in nočitvami kaže na postopno podaljševanje bivanja gostov, kar je za destinacijo, ki se že dalj časa sooča s kratkimi obiski in tranzitnim turizmom, pomemben in spodbuden signal.

Povprečna dolžina bivanja se je tako v letu 2025 zvišala na 1,64 nočitve, medtem ko je leto prej znašala 1,59. Čeprav gre na prvi pogled za majhen premik, je ta v kontekstu destinacijskega razvoja pomemben, saj nakazuje, da obiskovalci vse pogostejše ostajajo dlje in destinacijo dojemajo kot prostor večdnednega raziskovanja, ne zgolj enodnevnega izleta. Posebej zanimivo je, da se daljša povprečna bivanja pojavljajo v zimskih in jesenskih mesecih, kar potrjuje potencial izven sezone ponudbe, vezane na naravno dediščino, interpretacijske centre, muzeje in vodena doživetja.

Sezonska analiza razkriva, da Zeleni kras ostaja izrazito poletna destinacija. Glavnina nočitev je tudi v letu 2025 nastala v obdobju med junijem in septembrom, pri čemer avgust znova izstopa kot najmočnejši mesec z več kot 62.000 nočitvami. Kljub temu pa je v primerjavi z letom 2024 opazna rast tudi v izvensezonskih mesecih, zlasti aprila, maja in septembra, oktobra. Ta trend je mogoče povezati z okrepljenim razvojem aktivnih doživetij, ciljnim trženjem ter vsebinskimi kampanjami, ki obiskovalce nagovarjajo k obisku izven vrhunca sezone.

Pomemben vpogled v strukturo obiska daje tudi analiza emitivnih trgov. Italija in Nemčija ostajata ključna tuja trga destinacije, kar je pričakovano glede na geografsko bližino, prometno dostopnost in interes teh trgov za naravno ohranjene destinacije. Domači trg ima še vedno pomembno vlogo, zlasti v prehodnih in manj obiskanih obdobjih leta, kar prispeva k stabilnosti turističnega povpraševanja. Poleg tega se kot pomembni pojavljajo tudi trgi srednje in vzhodne Evrope, med njimi Poljska, Madžarska in Češka republika, kar potrjuje pravilnost dosedanjih trženjskih usmeritev in odpira možnosti za nadaljnje ciljno komuniciranje.

Incoming turistična agencija Zeleni kras

V letu 2025 smo prejeli 47 povpraševanj, 4 ponudbe so bile potrjena in realizirana. 9 povpraševanj smo posredovali direktno ponudnikom (npr. vstopnina v Križno jamo ipd.). To je sicer glede na leto 2024, 8 % manj prejetih povpraševanj, hkrati pa je 55 % več potrditev in realiziranih programov in 22 % manj gostov (127 gostov v letu 2024, 97 gostov v letu 2025) iz naslova realizacije agencije.

V letu 2025 smo izdali za 5.755,00 € (5 % manj kot v letu 2024) od tega smo v lokalno okolje lokalnim ponudnikom (nastanitve, storitve, vodniki, vstopnine...) plačali storitve v višini 4.689,08 € (8 % manj kot v letu 2024). Po plačilu DDV je realiziran dobiček iz naslova agencijske dejavnosti 873,7 €, kar je pa 11,2 % več kot v preteklem letu.

Gosti se praviloma obračajo neposredno na ponudnike, na RRA Zeleni kras se obračajo tisti, ki so zainteresirani za obisk več turističnih ponudnikov v regiji.

Financi pregled dela 2025

VIRI SREDSTEV	ZNESEK	OPOMBE
RDO - pogodbe z občinami	130.000,00 €	
EU PROJEKTI	174.900,00 €	Libeccio, Promont, Seismec, Cross-re-tour
NACIONALNI RAZPISI	35.000,00 €	Promocija STO (Slovenska turistična organizacija)
TURISTIČNA AGENCIJA ZELENI KRAS	5.800,00 €	
SKUPAJ	345.700,00 €	
PORABA SREDSTEV	ZNESEK	OPOMBE
Osebj	140.000,00 €	3 zaposlene osebe na RRA Zeleni kras, potni stroški
Projektne aktivnosti RDO	40.000,00 €	Oprema in zunanji stroški (števc, spletna stran, aktivnosti po projektih prijavnica)
Promocijske aktivnosti RDO	70.000,00 €	Oglaševanje, promo gradivo, kolesarska karta, sejmi in študijske ture, promo kampanja, Katalog regijskih izdelkov Zeleni kras
Operativne aktivnosti RDO	30.000,00 €	Borza, kulinarčni dogodki,
Lastni delež v EU in NACIONALNIH PROJEKTIH	61.000,00 €	DDV, 10-20% sofinanciranje
Turistična agencija Zeleni kras	4.700,00 €	Plačila lokalnim turističnim ponudnikom (nastanitve, vodniki, vstopnine)
SKUPAJ	345.700,00 €	