
STRATEGIJA TURISTIČNEGA RAZVOJA VASI KUNŠPERK, POLJE PRI BISTRICI IN BISTRICA OB SOTLI 2015–2020



Bistrica ob Sotli, julij 2015

NAZIV DOKUMENTA (PREDMET):

Naslov dokumenta: Strategija turističnega razvoja vasi Kunšperk, Polje pri Bistrici in Bistrica ob Sotli 2015–2020

NAROČNIK DOKUMENTA:

Naročnik: Občina Bistrica ob Sotli, Bistrica ob Sotli 17, 3256 Bistrica ob Sotli
(tel.: 03 800 15 00; e-naslov: obcina@bistricaobsotli.si; www.bistricaobsotli.si)



Odgovorna oseba na strani naročnika: Franjo Debelak, župan

Delovna skupina na strani naročnika: Ana Bercko, dir. obč. uprave
Nataša Pustišek, delo na projektu
Mirela Kunst, javna dela

IZVAJALEC:

Izvajalec: Mladinsko društvo Bistrica ob Sotli, Bistrica ob Sotli 9, 3256 Bistrica ob Sotli
(e-naslov: pisarnametulj@gmail.com; www.klub-metulj.org)



Delovna skupina na strani izvajalca: Irena Černelč
Gašper Rainer
Andrej Černelč
Jasmina Glibe

Zunanji sodelavci: Turistično društvo Bistrica ob Sotli, zanj Nika Šarlah

Lektoriranje: Metka Golčman

Oblikovanje: Jasmina Glibe

KAZALO

1 UVOD	7
2 TURIZEM KOT RAZVOJNA PRILOŽNOST PODEŽELJA – ZAKAJ TURIZEM NA VASI?	8
3 NAŠA POT	10
3.1 USKLAJENOST S STRATEŠKIMI NAČRTI TURISTIČNEGA RAZVOJA	10
3.2 TRENDI V MEDNARODNEM TURIZMU	12
3.2.1 TURIZEM – EKOLOŠKI, ZDRAVILEN, SONARAVEN, SPROŠČUJOČ	12
3.3 KORAKI	13
4 PRVI SKLOP: ANALIZA STANJA = KJE SMO	15
4.1 ANALIZA STANJA TURISTIČNE PONUDBE VASI KUNŠPERK, POLJE PRI BISTRICI IN BISTRICA OB SOTLI	15
4.1.1 NASTANITVENE KAPACITETE	15
4.1.2 GOSTINSKA PONUDBA	16
4.1.3 ŠPORTNO-TURISTIČNA INFRASTRUKTURA	17
4.1.4 OSNOVNA INFRASTRUKTURA	18
4.1.5 TURISTIČNE ZNAMENITOSTI VASI KUNŠPERK, POLJE PRI BISTRICI IN BISTRICA OB SOTLI IN PRIREDITVE	19
4.1.5.1 Naravne danosti obravnavanega območja	19
4.1.5.2 Kulturne danosti obravnavanega območja	20
4.1.5.3 Prireditve	22
4.2 ANALIZA STANJA TURISTIČNEGA POVPRŠEVANJA VASI KUNŠPERK, POLJE PRI BISTRICI IN BISTRICA OB SOTLI	22
4.3 MOTIVI ZA OBISK VASI KUNŠPERK, POLJE PRI BISTRICI IN BISTRICA OB SOTLI	22
4.4 OBISKOVALCI VASI KUNŠPERK, POLJE PRI BISTRICI IN BISTRICA OB SOTLI	26
4.5 ANALIZA SWOT TURISTIČNE PONUDBE IN POVPRŠEVANJA VASI KUNŠPERK, POLJE PRI BISTRICI IN BISTRICA OB SOTLI	29
4.6 IDENTITETA OBMOČJA VASI KUNŠPERK, POLJE PRI BISTRICI IN BISTRICA OB SOTLI	33
4.6.1 PREGLED ELEMENTOV IDENTITETE VASI BISTRICA OB SOTLI, KUNŠPERK IN POLJE PRI BISTRICI	34

4.6.1.1 Zgodovinska izhodišča za krovno zgodbo vasi Bistrica ob Sotli, Kunšperk in Polje pri Bistrici	36
---	----

5 DRUGI SKLOP: OBLIKOVANJE POSLANSTVA, VIZIJE, CILJEV IN STRATEŠKIH RAZVOJNO-TRŽENJSKIH PRIORITYET = KAJ ŽELIMO DOSEČI	38
5.1 POSLANSTVO	38
5.2 VIZIJA	40
5.3 TEMELJNE IN SPECIFIČNE VREDNOTE	41
5.4 KLJUČNI FAKTORJI USPEHA	41
5.5 CILJI IN STRATEŠKE PRIORITYETE	42
5.5.1 CILJI TURIZMA NA OBMOČJU VASI BISTRICA OB SOTLI, KUNŠPERK IN POLJE PRI BISTRICI DO LETA 2020	42
5.5.2 PRIORITYETNA PODROČJA DELOVANJA ZA RAZVOJ TURIZMA NA OBMOČJU VASI BISTRICA OB SOTLI, KUNŠPERK IN POLJE PRI BISTRICI DO LETA 2020	44
6 TRETJI SKLOP: URESNIČEVANJE STRATEGIJE = KAKO BOMO URESNIČILI VIZIJO IN CILJE	45
7 ČETRTI SKLOP: AKCIJSKI NAČRT RAZVOJA TURIZMA 2015–2020, PROJEKTNI PREDLOGI	50
7.1 NATEČAJ ZA TURISTIČNI SPOMINEK VASI KUNŠPERK, POLJE PRI BISTRICI IN BISTRICA OB SOTLI	67
7.2 PREDLOGI PROGRAMOV DOŽIVETJA ZA ZDRAVILIŠKE GOSTE	68
8 SPREMLJANJE IN NADGRADNJA STRATEŠKEGA NAČRTA	72
9 ZAKLJUČEK	74
LITERATURA IN VIRI	75
PRILOGE	79

KAZALO TABEL

<u>Tabela 1: Seznam nastanitvenih kapacitet obravnavanih vasi, 2015</u>	<u>16</u>
<u>Tabela 2: Seznam vrste in števila gostinske ponudbe obravnavanih vasi, za leto 2015</u>	<u>17</u>
<u>Tabela 3: Seznam naravne dediščine obravnavanega območja</u>	<u>19</u>
<u>Tabela 4: Seznam kulturne dediščine obravnavanega območja</u>	<u>21</u>
<u>Tabela 5: ANALIZA SWOT turistične ponudbe in povpraševanja vasi Kunšperk, Polje pri Bistrici in Bistrica ob Sotli</u>	<u>29</u>
<u>Tabela 6: Pregled elementov identitete vasi Bistrica ob Sotli, Kunšperk in Polje pri Bistrici</u>	<u>34</u>
<u>Tabela 7: Glavni elementi identitete vasi Bistrica ob Sotli, Kunšperk in Polje pri Bistrici</u>	<u>35</u>
<u>Tabela 8: Seznam delujočih društev v občini Bistrica ob Sotli</u>	<u>39</u>
<u>Tabela 9: Kvantitativni cilji glede na število nočitev in nastanitvenih kapacitet na območju vasi Bistrica ob Sotli, Kunšperk in Polje pri Bistrici do leta 2020</u>	<u>43</u>

KAZALO SLIK

<u>Slika 1: Učna pot Kunšperk – Klestje</u>	<u>70</u>
<u>Slika 2: Reka Bistrica</u>	<u>92</u>
<u>Slika 3: Soteska Zelenjak</u>	<u>92</u>
<u>Slika 4: Skalno okno</u>	<u>92</u>
<u>Slika 5: Bistrica ob Sotli</u>	<u>94</u>
<u>Slika 6: Trško naselje Kunšperk</u>	<u>94</u>
<u>Slika 7: Cerkev Sv. Petra</u>	<u>95</u>
<u>Slika 8: Razvaline cerkve Sv. Marjete</u>	<u>96</u>
<u>Slika 9: Grad Kunšperk</u>	<u>97</u>
<u>Slika 10: Občinska stavba</u>	<u>98</u>
<u>Slika 11: Stara šola</u>	<u>98</u>
<u>Slika 12: Dohtarjeva hiša</u>	<u>99</u>
<u>Slika 13: Kravaričeva domačija</u>	<u>99</u>
<u>Slika 14: Kamnita znamenja</u>	<u>100</u>
<u>Slika 15: Gabronov vodnjak</u>	<u>101</u>
<u>Slika 16: Javni vodnjak</u>	<u>102</u>
<u>Slika 17: Kamen časti</u>	<u>102</u>
<u>Slika 18: Spomenik NOB</u>	<u>103</u>

PRILOGE

<u>Priloga 1: Priložnost turističnega razvoja vasi na območju Natura 2000, povzetek posveta</u>	<u>79</u>
<u>Priloga 2: Rezultati ankete razvoja strategije turizma Bistrice ob Sotli »Turizem v Bistrici ob Sotli«</u>	<u>81</u>
<u>Priloga 3: Opis naravne dediščine vasi Kunšperk, Polje pri Bistrici in Bistrica ob Sotli</u>	<u>92</u>
<u>Priloga 4: Opis kulturne dediščine vasi Kunšperk, Polje pri Bistrici in Bistrica ob Sotli</u>	<u>94</u>

1 UVOD

Vasi Kunšperk, Polje pri Bistrici in Bistrica ob Sotli imajo zelo velik potencial za razvoj turizma. Vedno več turistov želi spoznati in raziskati kraje tako, da poleg naravnih in kulturnih znamenitosti spoznajo tudi njihove ljudi, kulinariko ter šege in navade. Vasi Kunšperk, Polje pri Bistrici in Bistrica ob Sotli se lahko postavljajo ter so ponosne na svojo »drugačnost«, alternativo in prav z alternativno turistično ponudbo lahko v poslovnem svetu uspejo. Obiskovalci lahko na enem mestu začutijo in doživijo preplet tradicije ter sodobnosti, narave in kulture, ljudske ter sodobne glasbe ...

Pričujoča Strategija v svojem analitičnem delu dokazuje, da imamo mnogo virov, ki pa še niso ustrezno ovrednoteni in izkoriščeni. Sodobni turistični trendi namreč kažejo na dejstvo, da so ravno turistične destinacije, ki razpolagajo s potenciali, kot jih imajo vasi Kunšperk, Polje pri Bistrici in Bistrica ob Sotli, tiste, ki bodo v prihodnosti najbolj iskane in cenjene.

S pričujočo Strategijo občina Bistrica ob Sotli vzpostavlja partnerski odnos, kjer odgovornost za razvoj turizma prevzemajo lokalna skupnost, civilna družba in zasebniki. Strategija razvoja turizma želi biti konkreten in aktivizacijski dokument, da bi lahko čim bolj neposredno spodbujala in usmerjala uresničevanje turističnega razvoja na območju. Strategija razvoja turizma je odprt dokument, ki daje osnovo za nadaljnje delo. Hkrati je živ in odprt dokument, ki dovoljuje njegovo nenehno preverjanje, dopolnjevanje in konsenzualno spreminjanje.

Prepričani smo, da dokument predstavlja priložnost za večje povezovanje tako neposrednih kot posrednih ponudnikov v turizmu, zasebnih in javnih. Konec koncev na turističnem trgu medsebojno tekmujejo destinacije in ne posamezni deležniki oziroma podjetja (Aleksič, povzeto po RRA Posavje 2011: 5). Priložnost razvoja turizma je tudi v povezovanju in sodelovanju s sosednjimi turističnimi destinacijami, saj turizem ne pozna meja.

Smiselno je strniti vrste in z vrsto majhnih ter velikih korakov priti do skupnega cilja. Povezano delovanje za doseg skupnih ciljev nam daje moč, da nam bo to zagotovo uspelo.

2 TURIZEM KOT RAZVOJNA PRILOŽNOST PODEŽELJA – zakaj turizem na vasi?

Turizem je danes del življenjskega sloga večine prebivalcev razvitih dežel, za državo pa predstavlja sredstvo za pridobivanje deviznih sredstev in delovna mesta. Ustvarja priložnosti, ki vplivajo na ekonomski, družbeni in prostorski razvoj države, v katerem se razvija. Vpliva tudi na naravne vrednote in kulturno dediščino, na življenje domačinov ter na duševno in telesno počutje turistov. Vpliv turizma na okolje je predvsem pozitiven, lahko pa je tudi negativen, kadar je razvoj turizma nenačrten. (Petrišič 2009: 5)

V svetu prispeva turizem okoli 5 % h globalnemu družbenemu proizvodu in po podatkih Svetovne turistične organizacije (WTO¹) se Evropi do leta 2030 napoveduje 3,3 % rasti tujih turistov.

Pomen turizma v Sloveniji raste. Po podatkih WTTC² je bil leta 2012 neposredni doprinos potovanj in turizma v BDP 12,8 %. Tako v Sloveniji kot po svetu potekajo procesi spreminjanja demografske strukture prebivalstva, poselitvenih vzorcev, načina dela in preživljanja prostega časa. Nekdanji turizem kot relativno enoznačna in prepoznavna dejavnost postaja precej bolj diferencirana, raznovrstna in zato tudi kompleksna dejavnost. (Kulovec et al., 2002: 1)

Pomemben izziv razvoja evropskega turizma, ki ga ne smemo spregledati, je tudi demografski razvoj v Evropi ter z njim povezane nove navade in pričakovanja turistov. Da bi turistična industrija ostala konkurenčna, se mora na te spremembe odzvati hitro. Leta 2020 bo v Evropi predvidoma 20 % prebivalcev starejših od 65 let. Ta del prebivalstva ima pomemben tržni potencial zaradi kupne moči in prostega časa, vendar se mora turistični sektor prilagoditi njegovim potrebam. Enako velja za turiste z omejeno mobilnostjo, katerih število prav tako narašča (po sedanjih ocenah jih je 127 milijonov). Ti imajo posebne potrebe, ki jih je treba upoštevati pri oblikovanju turistične ponudbe. Pri evropski turistični politiki in nacionalnih turističnih politikah je treba upoštevati vse navedene strukturne spremembe ter oblikovati ukrepe za spopadanje s strukturno brezposelnostjo, pri tem pa upoštevati potrebo po učinkoviti porazdelitvi naložb v turističnem sektorju.

Razvoj informacijskih in komunikacijskih tehnologij (IKT) ter njihova vse bolj razširjena uporaba med potrošniki sta prav tako močno spremenila odnose med turistično industrijo in uporabniki turističnih storitev.

Turist, kot ga poznamo danes, je bolj zahteven. Dobra namestitev in hrana sta že dolgo samoumevna, današnji turist **povprašuje po doživetjih in občutjih**. V turistični ponudbi vse pomembnejšo vlogo dobivajo neotipljivi elementi, kot so zgodbe, podobe, vzdušje, srečanje z domačini ipd. Prehod od otipljivega (grajena dediščina, muzeji, obale, gore) k neotipljivemu dopolnjuje tudi premik od pasivnega k aktivnemu. Turist ni več le opazovalec, ampak aktivni ustvarjalec svojih zgodb.

¹ United Nations World Tourism Organisation.

² World Travel and Tourism Council.

Povpraševanje po **kulturnem turizmu** je v porastu in se postopoma razvija v ustvarjalnega, ki turista še bolj vključi v ustvarjanje, učenje, okušanje ipd. Iščejo se zanimivi prostori in prizorišča, raste pomen zgodb, medkulturnih povezav ter iskanje avtentičnosti nekega prostora kot nasprotje globalnemu in nerazlikovalnemu.

Spletna socialna omrežja imajo pri promociji in odločanju za potovanje vse večji pomen. Aktivno preživljanje časa v zdravem naravnem okolju, sproščanje in nabiranje energije je prav tako osrednji motiv za potovanje. Porast povpraševanja po **zelenem turizmu** ostaja trend. (MO Kranj, 2014: 5)

Tudi podeželje danes izgublja tradicionalno vlogo območja za pridelavo hrane, ki jo je imelo nekoč, in v funkcijskem smislu postaja vedno bolj tudi prostor za bivanje in rekreacijo. Tako kot podeželje ni več zgolj kmetijsko območje, pa tudi samo kmetijstvo nima le funkcije pridelave hrane, temveč je vpeto v številne obrtne in proizvodne dejavnosti ter turizem. (Kulovec et al., 2002: 1)

Turizem je realna priložnost za razvoj podeželja in oprijemljiva možnost za zaposlovanje, zaslužek in socialno varnost. Takšna oblika **podeželskega turizma** se v zadnjem času zelo hitro razvija in postaja med turisti vse bolj priljubljena izbira, saj nudi počitnice ali krajši oddih v naravnem in mirnem okolju. Na izbiro je veliko možnosti za rekreacijo, spoznavanje kulturnih znamenitosti, starih običajev in drugih navad, ki so s hitro rastjo mest in preseljevanja kar malo pozabljene. Zaradi tega doživlja turizem na kmetijah vse večji razcvet in uspeh med turisti. (Tušek, 2010: 5)

Trajnostno naravnani razvoj turizma je porok za ohranjanje kulturne in naravne dediščine. Razvijati turizem pomeni evidentirati in raziskati resurse, jih ovrednotiti ter jih narediti privlačne in dostopne. Pomeni tudi razviti ustrezno osnovno (primarno) infrastrukturo ter zagotoviti turistične kapacitete (turistično infrastrukturo). Razvoj turizma pomeni tudi razvoj visoko standardiziranih storitev, ki pa je posledica kvalitetnega izobraževanja kadrov v turizmu, kot tudi osveščanja prebivalstva.

In na koncu: razvijati turizem pomeni definirati identiteto, postaviti vizijo in razvojne cilje, ugotoviti svojo tržno pozicijo ter svojo ponudbo plasirati na trgu z namenom uspešnega trženja lastnih konkurenčnih prednosti. (Občina Kostel, 2009: 5)

Vasi Kunšperk, Polje pri Bistrici in Bistrica ob Sotli lahko s preišljenim in trajnostnim razvojem turizma izkoristijo ugodne trende ter s tem povečajo ekonomske učinke turizma kot perspektivne gospodarske panoge.

3 NAŠA POT

V proces priprave in predstavitve predloga strategije razvoja turizma vasi Kunšperk, Polje pri Bistrici in Bistrica ob Sotli smo vključili ključne turistične deležnike območja. Izvedli smo **strokovni posvet Priložnosti turističnega razvoja na območju NATURA 2000**, na katerem smo strokovnim gostom³ zastavili vprašanja, kot so: »Zakaj turizem na vasi?, Kako vidijo turizem kot razvojno priložnost podeželja?, Kako turizem vpliva na okolje?, Kako do lokalnega turizma?, Kaj pomeni za občino Bistrica ob Sotli obvarovano območje Natura 2000? ...« (povzetek posveta smo uvrstili pod *Prilogo 1: Priložnost turističnega razvoja vasi na območju Natura 2000*).

Med lokalnimi prebivalci smo izvedli **anketo razvoja strategije turizma Bistrice ob Sotli »Turizem v Bistrici ob Sotli?«** (povzetek te je predstavljen v *Prilogi 2: Rezultati ankete »Turizem v Bistrici ob Sotli«*). Na osnovi zbranih idej smo oblikovali nabor ciljev in projektnih idej za razvoj turizma na vasi.

Pregledali smo obstoječa diplomska dela, ki so kot predmet raziskovanja obravnavala območje občine Bistrica ob Sotli in razvoj turizma, ter izpostavili ugotovitve, pomembne za nadaljnji razvoj turizma (dela so navedena v poglavju Viri in literatura).

3.1 Usklajenost s strateškimi načrti turističnega razvoja

Izhodišče za pripravo Strategije turističnega razvoja vasi Kunšperk, Polje pri Bistrici in Bistrica ob Sotli 2015–2020 je bila **Strategija razvoja in trženja turizma turistične destinacije Bistrica ob Sotli**⁴ (Občina Bistrica ob Sotli, 2010–2015), iz katere smo izluščili glavne prioritete turističnega razvoja Občine Bistrice ob Sotli 2010–2015 ter preverjali njihovo uresničljivost.

V preteklih petih letih je Občina sledila uresnitvi te vizije tako, da je pridobila evropska sredstva za obnovitev kulturne dediščine (Bratuševa domačija, Gabronka), uredila nove prostore za izvajanje poslovnih srečanj/predavanj (Večnamenski objekt Sušilnica) ter uredila tržni prostor za ponudnike lokalnih pridelkov in predelkov (Posavska špajza). Pomemben evropski projekt, ki je poleg mednarodnega povezovanja in učne izkušnje pozitivno vplival tudi na turistični razvoj občine, je bil projekt Dediščina na sodoben način (Comenius Regio partnerstva), v katerem sta se povezali dve obmejni občini, Bistrica ob Sotli in Kumrovec (Hrvaška), rezultat projekta pa je vodnik po dediščini v obeh občinah in aplikacija za operacijski sistem Android (<http://app.bistricaobsotli.si>). Za razvoj turizma ima dolgoročen pomen tudi operacija »Ne pozabimo vasi«, ki predstavlja vlaganja v javno turistično infrastrukturo oz. je turistično-razvojna operacija, katere del je aktualna strategija.

³ Ga. Sanela Halilović (RRA Posavje), ga. Darja Planinc (RRA Posavje), g. mag. Hrvoje Teo Oršanič (Kozjanski park), g. Franjo Debelak (župan občine Bistrica ob Sotli), g. Boštjan Misja (Turizem Podčetrtek, Bistrica ob Sotli in Kozje), g. Damjan Kejžar (župnik v župniji Sv. Peter pod Svetimi gorami), g. Nejc Kunst (gostilna Šempeter) in ga. Nika Šarlah (Turistično društvo Bistrica ob Sotli).

⁴ Arhiv Občine Bistrica ob Sotli.

Pomembni rezultati operacije »Ne pozabimo vasi« so vzpostavitev učne poti (dolžine 6,4 km) s spremljajočo enostavno infrastrukturo (počivališče – enostaven objekt, otroška igrala ob poti, drevored ...), informacijsko tehnologijo (infomat) in infotablami s QR-kodo ter promocijskim materialom.

Pred pripravo Strategije smo pregledali **pomembne strateške načrte turističnega razvoja** in izpostavili ključne prioritete.

Cilj evropske turistične politike je spodbuditev konkurenčnosti turizma ob upoštevanju, da je njegova konkurenčnost dolgoročno tesno povezana s »trajnostjo« njegovega razvojnega vzorca. Trajnost turizma je jasno umeščena v novo gospodarsko strategijo Unije »**Evropa 2020**«, zlasti v vodilno pobudo »Industrijska politika za dobo globalizacije«. Poleg tega lahko turizem prispeva tudi k izvajanju preostalih vodilnih pobud, zlasti pobud »Unija inovacij«, »Evropski program za digitalne tehnologije« in »Program za nova znanja in spretnosti ter nova delovna mesta«. ⁵

Vizija **Razvojnega načrta in usmeritve slovenskega turizma 2012–2016** je: »V letu 2016 bo turizem v Sloveniji temeljil na trajnostnem razvoju ter bo kot zelo uspešen gospodarski sektor narodnega gospodarstva ključno prispeval k družbeni blagajni in ugledu naše države v svetu.«

Strategija trženja slovenskega turizma 2007–2011 izpostavlja »oblikovanje tipičnih turističnih proizvodov, ki imajo izrazito lokalno karakteristiko in so temelj oblikovanja integralnega turističnega proizvoda Slovenije«.

Regionalni razvojni program razvojne regije Jugovzhodna Slovenija 2007–2013 izpostavlja med razvojnimi cilji tudi povezovanje znotraj regije in navzven, skupno trženje ter povečevanje razvojnih možnosti in kakovosti življenja.

Cilj **Strategije razvoja Regionalne destinacijske organizacije Posavje 2011–2015**, kamor sodi tudi občina Bistrica ob Sotli, je predvsem **zagotoviti visoko doživljajsko izkušnjo** izbranim ciljnim segmentom, ki temelji na pričakovanjih, zahtevah in povpraševanju turistov. Cilj je tudi oblikovati jasno obljubo destinacije, ki zagotavljajo destinacijske znamke. Doživljajska izkušnja mora biti rezultat pričakovanj, ki jih obljublja znamka.

Vlada RS je leta 2010 izdala dokument **Turistična politika za leto 2010 z usmeritvami za leto 2011** (gradivo za medresorsko usklajevanje, 15. 1. 2010), po tem dokumentu pa so ključne programske prioritete (med drugim):

1. Destinacijski management.
2. Trženje in promocija, kjer je poseben poudarek na spodbujanju k razvoju produktov, usmerjenih k trajnostnemu razvoju turizma (zeleni turizem) in varovanju okolja ter pospeševanju horizontalnega povezovanja ponudnikov.
3. Podpora ohranitvi in uveljavljanju trajnostnega razvojnega koncepta v turizmu z večjim poudarkom na okoljski (ZELENI) in SOCIALNI komponenti (uravnotežene in

⁵ (<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/SL/TXT/PDF/?uri=CELEX:52010DC0352&from=EN>).

usklajene politike ter izvedbeni ukrepi za večjo konkurenčnost slovenskega turizma). **Pri snovanju in izdelavi Strategije turističnega razvoja vasi Kunšperk, Polje pri Bistrici in Bistrica ob Sotli 2015–2020 smo sledili vsem zgoraj navedenim dokumentom in v besedilo smiselno vgradili usmeritve, ki iz njih izhajajo.**

3.2 Trendi v mednarodnem turizmu

Nenehne naravne in družbene spremembe vplivajo na razvoj turizma ter trende turističnega trga.

Ljudje se še vedno raje odločajo za krajša potovanja, kar je delno posledica sprememb v načinu življenju, delno pa tudi vpliv krize. Sicer se v obdobju okrevanja po krizi pričakuje okrepitev daljših, čezoceanskih potovanj, predvsem zaradi znižanja cen letalskih vozovnic za oddaljene destinacije, vendar bodo kljub temu na večini trgov še vedno prevladovala domača in regijska potovanja.

Tudi v prihodnje se pričakuje velika rast uporabe interneta pri načrtovanju in rezervaciji potovanj, kar bo še pospešilo rast rezervacij v zadnjem trenutku. Vedno večjo prednost pred destinacijami dobivajo doživetja in aktivnosti, kar pomeni, da se zvestoba destinacijam zmanjšuje in se trend obrača k raziskovanju novih, avtentičnih destinacij. Zaradi tega bodo morale biti nacionalne in lokalne turistične organizacije kreativnejše pri trženju in promociji, ponudniki pa pri oblikovanju turističnih produktov ter programov. **Povpraševanje po avtentičnih izkušnjah, vključujoč kulturo in stik z naravo, še vedno narašča, predvsem med starejšimi turisti.** Prav tako raste povpraševanje po wellnessu in izobraževalnih programih, ki omogočajo različna usposabljanja ter izobraževanja na potovanju. Vedno več je tudi t. i. »hibridnih« potrošnikov, ki iščejo kombinacijo luksuznega hotela z nizkocenovnim letom ali npr. en večer lokal s hitro prehrano, drugič pa luksuzno restavracijo. Vsekakor ne moremo več pričakovati lojalnosti turistov posamezni destinaciji oziroma določenemu turističnemu proizvodu.

3.2.1 Turizem – ekološki, zdravilen, sonaraven, sproščujoč

Slovenijo imenujemo tudi »zelena dežela«, in ne brez razloga, saj velja za tretjo najbolj gozdnato deželo v Evropi. Več kot tretjina njenega ozemlja je uvrščena v območja Natura 2000, od tega občina Bistrica ob Sotli v celoti.

Polnost naštetih pojmov pride še posebej do izraza v nekaterih pokrajinah in območjih, ki so zares uspela ohraniti pristnost in neposreden stik z naravo ter njenimi viri. Eno takih območij je prav gotovo vas Bistrica ob Sotli.

Podnebne spremembe, povečanje zavesti o pomenu naravne in kulturne dediščine, predvsem njenega ohranjanja za naslednje rodove, ter tudi zadnja gospodarska kriza, ki je najbolj prizadela turistične destinacije masovnega turizma, so vplivali na spremenjeno vedenje potrošnikov in turističnih ponudnikov, ki se vedno bolj zavedajo

pomena razvoja trajnostnega in sonaravnega turizma. Turisti vedno pogosteje iščejo zelene, odgovorne in avtohtone destinacije, ki temeljijo na trajnostnih oblikah turizma. Te postajajo nujna smer nadaljnjega razvoja, saj bo le turizem, ki temelji na ekonomski uspešnosti turističnega poslovanja in je hkrati prizanesljiv ter konstruktiven do naravnega, kulturnega in socialnega okolja, konkurenčen tudi v prihodnosti.

Ekoturizem, ki ga imenujejo tudi ekološki, podeželski, alternativni in v zadnjem času zeleni turizem, postaja vedno bolj izrazit trend na turističnem trgu, ki bo v prihodnosti dobival še večji pomen in oblikoval koncept naravne oz. zelene destinacije. Gre za okolju prijazno obliko turizma, ki izkorišča danosti okolja in naravne ter kulturne resurse, s pomočjo katerih oblikuje atraktivne in tržno zanimive turistične proizvode, vendar ob tem skrbi za trajnostnost resursov in ohranjanje pristnosti okolja. Za (turistično) nerazvita področja pomeni ekološki turizem velik razvojni potencial v okviru sonaravnega trajnostnega razvoja z ugodnimi vplivi, predvsem na ekonomsko-socialnem področju.

Ekoturizem predstavlja koncept, ki ga sestavljajo številni podprodukti, kot so ekoprehrambna ponudba in nastanitev, ekoprevozna sredstva, ohranjeno socio-kulturno okolje, tradicionalna arhitektura, bivanjski ambient s tradicionalnim načinom življenja, varovana območja, ekološka neoporečna pitna voda iz javnih zajetij, izvirov in vodnjakov, ekoturistične tematske, pohodne ter kolesarske poti, neoporečne kopališke vode, čist zrak ter urejeno in ekološko neoporečno okolje. Pri zelenem turizmu gre za okolju prijazna trajnostna potovanja v destinacije, kjer so naravna in kulturna dediščina primarne atrakcije ter kjer so vplivi na podnebje čim manjši. Izbiranje zelenih potovalnih možnosti pomeni podporo lokalnim ponudnikom, nakup izdelkov domače obrti in uporabo storitev lokalnih prebivalcev, da bi tako pomagali njihovem gospodarstvu in čim bolj zmanjšali negativne vplive na okolje in družbeno skupnost (STO, 2009).

3.3 Koraki

Priprava strategije razvoja turizma temelji na eni izmed metod dela, ki se uporablja pri pripravi strateških dokumentov in ki bo odgovorila na najpogostejša vprašanja, ki si jih zastavljamo pri pripravi strateško-razvojnih dokumentov:

PRVI SKLOP: Analiza stanja = kje smo.

DRUGI SKLOP: Oblikovanje poslanstva, vizije, ciljev in strateških razvojno-trženjskih prioritet = kaj želimo doseči.

TRETJI SKLOP: Uresničevanje strategije = kako bomo uresničili vizijo in cilje.

ČETRTI SKLOP: Akcijski načrt razvoja turizma 2015–2020 – projektni predlogi.

Pri pripravi strategije smo upoštevali naslednja načela:

1. transparentnost in participativnost – aktivno sodelovanje deležnikov pri turističnem razvoju kraja,
2. partnerstvo in sodelovanje – turista ne zanimajo občinske meje, zato se interesno povezujemo v občini, regiji in širše, da čim bolj ovrednotimo vse razpoložljive potencialne,
3. trajnostni razvoj turizma – pri razvoju upoštevamo ekonomske, okoljske in družbene razsežnosti – turizem je dejavnost, ki povečuje kakovost življenja in blaginjo občanov.

Pristopi k pripravi strategije:

1. izkoristimo, kar že imamo: gradimo na aktiviranju obstoječih danosti, jih vsebinsko nadgrajujemo in povezujemo,
2. gradimo na konceptu oblikovanja in pripovedovanja zgodb, ki v svetu postaja eno najbolj uporabljenih in prepoznavnih orodij za trženje v turizmu,
3. razvijamo ustvarjalni turizem: v množici podeželskih destinacij se morajo vasi Kunšperk, Polje pri Bistrici in Bistrica ob Sotli razlikovati od drugih, če želijo pritegniti pozornost. Zato moramo oblikovati kakovostno in inovativno destinacijo, ki povezuje kulturo, rekreacijo ter turizem v ustvarjalni turizem,
4. razvijamo priložnosti: izkoriščamo pozitivne trende v turizmu ter obstoječe naravne in kulturne danosti.

4 PRVI SKLOP: ANALIZA STANJA = KJE SMO

Na vzhodnem obrobju Slovenije leži majhna slikovita občina Bistrica ob Sotli. Njeno naravnogeografsko podobo zaznamujeta dve reki, Bistrica in Sotla, po katerih je osrednji kraj v občini tudi poimenovan. Občina se razprostira na 31 km², kjer živi nekaj več kot 1500 prebivalcev.

Geografsko sodi občina v makroregijo Subpanonska Slovenija in regijo Voglajnsko-Sotelska Slovenija. Za njo je značilna zmerno vlažna klima in letna količina padavin nad 1050 mm. Geografi območje opredeljujejo kot Srednjesotelsko gričevje. Na območju prevladujejo celinske podnebne značilnosti. Podatki o gibanju prebivalstva v Srednjesotelskem gričevju kažejo vse od prvega popisa leta 1869 močno upadanje prebivalstva. Njegovo število se je od tedaj zmanjšalo za več kot 40 %, najbolj med letoma 1953 in 1961.

Občina je v celoti podeželska in spada tudi med boljša vinogradniška območja v državi. Poleg prevladujoče kmetijske dejavnosti ter nekaj manjših obrtniških in trgovskih obratov v občini delujejo vrtec, osnovna šola, pošta, lokalna knjižnica, zdravstveni dom in bencinska črpalka. Veliko razvojnih priložnosti občine se skriva v bogati naravni dediščini. Zaradi presenetljive raznovrstnosti, slikovitosti in neokrnjenosti krajine je celoten prostor občine umeščen v zavarovano območje regijskega Kozjanskega parka. Prav tako pa se priložnosti skrivajo v bogati kulturni dediščini in zgodbah preteklosti občine. Občina se lahko pohvali tudi z izjemno aktivnim kulturnim in društvenim življenjem, saj je v občini aktivnih kar 13 društev, ki poskrbijo za pestro dogajanje v občini in urejanje kraja (Šterlek, ur. 2011: 10–42).

4.1 Analiza stanja turistične ponudbe vasi Kunšperk, Polje pri Bistrici in Bistrica ob Sotli

4.1.1 Nastanitvene kapacitete

Prenočitvene zmogljivosti obravnavanega območja občine Bistrica ob Sotli predstavljajo vrste gostinsko-namestitvenih objektov, ki se po merilu in načinu kategorizacije uvrščajo med apartmaje, turistične kmetije in sobe.

Na obravnavanem območju občine so registrirani zgolj tri nastanitvene zmogljivosti. Skupno število ležišč znaša 38, od tega največji del (68 %) pripada turističnim kmetijam, sobodajalci z nastanitvenimi kapacitetami predstavljajo 21 % vseh ležišč, 11 % pa pripada apartmajskim ležiščem.

Ponudniki nastanitvenih kapacitet na območju vasi Kunšperk, Polje pri Bistrici in Bistrici ob Sotli:

● TURISTIČNA KMETIJA KRAMER

V hiši so štiri lepo urejene in prostorne sobe s skupaj 13 posteljami. Vsaka soba ima brezžično internetno povezavo. Za mlajše otroke nudijo dodatno ležišče ali posteljico. V jedilnici oz. restavraciji vam postrežejo zajtrk, ki ga prilagodijo vašim željam. V toplih dneh lahko zajtrkujete na terasi, ki je dovolj velika tudi za igro otrok.

● TURISTIČNA KMETIJA JURIČKO

Usmeritev vinotoča je v obiskih skupin izletnikov in zaključenih družb, kjer lahko v družabnih prostorih sprejmejo do 45 oseb. Prenočišče nudijo 15 osebam v treh spalnicah in na devetih pomožnih ležiščih. Najame se lahko spodnji kletni del, samo pritličje z mansardo ali pa stavba v celoti.

● APARTMAJI IN SOBE BABIČ

V centru Bistrice ob Sotli, neposredno zraven Gostilne Šempeter, je hiša, v kateri so štirje apartmaji in soba za najem prenočišča.

Tabela 1: Seznam nastanitvenih kapacitet obravnavanih vasi, 2015

VRSTA OBJEKTOV	ŠT. OBJEKTOV	ŠT. LEŽIŠČ
Apartmaji	1	4
Sobodajalci	1	8
Turistične kmetije	2	28

Vir: Lastna raziskava

4.1.2 Gostinska ponudba

Ponudniki gostinskih storitev na območju vasi Kunšperk, Polje pri Bistrici in Bistrici ob Sotli:

- Gostilna Šempeter, Bistrica ob Sotli
- Okrepčevalnica Kraner, Bistrica ob Sotli
- Bar Palma, Bistrica ob Sotli
- Bar Zvezda, Polje pri Bistrici
- Klet Zorenč-Hohnjec, Bistrica ob Sotli

● GOSTILNA ŠEMPETER

Gostilna Šempeter že vrsto let s svojo ponudbo slovenske in lokalne hrane pomaga širiti prepoznavnost slovenske kulinarike. V znak kvalitete in gostoljubja so pridobili pravico do uporabe blagovne znamke Gostilna Slovenija, ki označuje pristne slovenske gostilne. Ta izvesek jih navdaja s ponosom in jih hkrati obvezuje, da gostom nudijo zares kvalitetno hrano z odlično postrežbo. Pri sestavljanju ponudbe kuharji upoštevajo sezonske jedi, pripravljene na izviren način. Natararji pa postrežejo s skrbno izbranimi vini lokalnih vinogradnikov. Kozjanska kulinarčna posebnost je kopun. Gostilna Šempeter je ena izmed redkih gostiln, kjer kopune gojijo sami (www.sem5er.com, 2015).

KLET ZORENČ-HOHNJEC

Klet Zorenč-Hohnjec slovi po dveh prestižnih nagradah ocenjevanja vin v Londonu – Decanter World Wine Awards 2014. Prejeli so zlato medaljo za ledeno vino Rumeni Muškat 2011 ter bronasto medaljo za ledeno vino Laški Rizling 2010. Klet je želela samo izvedeti, kaj drugi mislijo o njihovem vinu, zato so ta dva vzorca vin poslali v London in dobili potrditev, da delajo dobro – odlično. Pravijo, da jih sedaj to obvezuje za delo v bodoče, da postanejo še boljši (www.klet-zorenc-hohnjec.com, 2015).

Tabela 2: Seznam vrste in števila gostinske ponudbe obravnavanih vasi za leto 2015

Vasi: Bistrica ob Sotli, Kunšperk in Polje pri Bistrici	Št. gostiln, gostišč	Št. okrepčevalnic, barov	Št. turističnih kmetij	Št. vinotočev, vinarstev
skupaj	1	3	2	1

Vir: Lastna raziskava

4.1.3 Športno-turistična infrastruktura

Športno-turistična infrastruktura postaja vse bolj pomemben del dodatne turistične infrastrukture kot tudi infrastrukture za namene lokalnega prebivalstva. Za zdrav način življenja oz. zdravo občino je potrebno zagotoviti osnovne pogoje za dejavnost športa otrok, mladine, športnikov ter rekreacijo vseh prebivalcev. V Bistrici ob Sotli je na voljo stadion, košarkarsko in nogometno igrišče, igrišče za odbojko, teniško igrišče, fitnes ter strelišče. Ob reki Bistrici so si domačini uredili tudi prostore, primerne za kopanje.

Narejena je Oransova kolesarska pot po Bistrici ob Sotli in njeni okolici, za katero je izdelana tudi zgibanka z zemljevidom in je označena s smerokazi. V načrtu je tudi ureditev kolesarske steze med Podčetrtkom in Bizeljskem, realizacija je predvidena do leta 2020.

Po občini Bistrica ob Sotli potekajo tudi pomembne tematske poti. Za pohodnike je zanimiv odsek evropske pešpoti E7, ki je del poti Atlantik–Črno morje. Skozi vodi tudi Slomškova romarska pot Bizeljsko–Ponikva in Marijina romarska pot, Pot štirih gradov. Vodna učna pot poteka ob reki Bistrica v čudovitem zaščitenem predelu Kozjanskega parka, v soteski Prišjek. V okviru operacije »Ne pozabimo vasi« je nastala tudi Učna pot Kunšperk–Klestje.

4.1.4 Osnovna infrastruktura

Bistrica ob Sotli ima pomembno **cestno** tranzitno lego, saj skozi središče vasi poteka glavna cestna povezava R1-219 med Brežicami in Rogaško Slatino oziroma Šmarjem pri Jelšah. Hkrati je v Bistrici ob Sotli tudi mednarodni mejni prehod s sosednjo Hrvaško in zmeraj bolj prepoznavnim krajem Kumrovec ter toplicami Tuhelj.

Bistrica ob Sotli tako povezuje tri znana kopališča: Čateške toplice, Tuheljske toplice in Terme Olimia. Ob regionalni cesti so urejena manjša počivališča, hkrati pa so ceste opremljene s prometno in turistično signalizacijo, ki jo je ponekod treba dopolniti.

Letališče Zagreb je oddaljeno 60 km in je mednarodno letališče. Zaradi razvoja civilnega dela letališča se predvideva prihod nizkocenovnih letalskih prevoznikov. Letališče Evgena Rusjana Maribor je oddaljeno 70 km in je manjše letališče.

Železniška infrastruktura v občini Bistrici ob Sotli že četrto stoletje ne deluje več (od razpada Jugoslavije), ampak je v 10 km oddaljeni vasi Imeno železniška postaja, ki je povezava za Celje, Maribor, in pa v 25 km oddaljeni postaji Dobova, ki je povezava z Ljubljano in Zagrebom.

V občini delujeta dve trgovini in bencinski servis. V občini sta trenutno izpostava zdravstvenega doma Šmarje pri Jelšah in zobna ordinacija. Lekarna je na Bizeljskem, v Kozjem ali Podčetrtku.

Občina Bistrica ob Sotli je priključena na digitalne **telefonske** centrale in ponuja možnost priključitve ISDN ter ADSL. Investicije v telekomunikacijsko infrastrukturo bodo morale biti v naslednjem razvojnem obdobju usmerjene v izgradnjo strukturiranih lokalnih omrežij, s podporo rešitev VLAN in ELAN, kar omogoča izgradnjo sodobnih omrežij.

Komunalna infrastruktura – na območju celotne občine je urejeno ločeno zbiranje odpadkov, ki ga izvaja podjetje OKP iz Rogaške Slatine. V sami občini pa je tudi skupno odlagališče, ki je odprto dvakrat mesečno.

Meteorna kanalizacija je urejena ob večjih zaselkih. Odvajanje in čiščenje fekalnih voda sta izvedena v naseljih Bistrica ob Sotli ter Trebče. V ostalih naseljih sta odvajanje in čiščenje urejena z nepropustnimi greznicami ter v manjši meri s hišnimi čistilnimi napravami.

Oskrba z vodo v občini je urejena pretežno s sistemom javnih vodovodov. Ponekod je vodooskrba urejena z vaškimi vodovodi.

Območje občine je v celoti pokrito z **električnim** nizkonapetostnim omrežjem. Javna razsvetljava je urejena v samem središču Bistrice ob Sotli.

V sami občini je postavljenih tudi nekaj zasebnih sončnih elektrarn. Na samem območju občine pa se za vir toplotne energije pretežno uporablja lesna biomasa.

4.1.5 Turistične znamenitosti vasi Kunšperk, Polje pri Bistrici in Bistrica ob Sotli in prireditve

4.1.5.1 Naravne danosti obravnavanega območja

Občina Bistrica ob Sotli je v celoti vključena v Kozjanski regijski park, eno najstarejših in največjih zavarovanih območij v Sloveniji. Zaradi vsega bogastva žive narave, ki se kaže v redkih živalskih in rastlinskih vrstah, je skoraj celotno območje občine vključeno v evropsko omrežje varstvenih območij Natura 2000, katerega cilj je ohraniti biotsko raznovrstnost. Z letom 2011 je območje Kozjanskega in Obsotelja dobilo status biosfernega rezervata MAB (Man and the Biosphere Programme) pod zaščito Unesca. Pokrajina, ki hrani in prikazuje uravnotežen odnos med naravo, kulturnim izročilom ter človekom, je tako postala eden vzorčnih primerov za uresničevanje trajnostnega razvoja v lokalnem, nacionalnem in globalnem merilu.

Kadar govorimo o naravi in dediščini, zajemamo naravne vrednote ter druge neokrnjene dele narave, ki oblikujejo in bogatijo naš življenjski prostor. Naravne vrednote so opredeljene z zakonom o ohranjanju narave, ki mednje uvršča redek, dragocen in zanimiv pojav, del žive ali nežive narave, naravno območje ali njegov del, ekosistem in oblikovano naravo.

Na obravnavanem območju vasi so bile za naravne vrednote razglašene Bistrica s pritoki, območje Sotla 1, gozdni rezervat Kunšperk in soteska Sotle Zelenjak.

Tabela 3: Seznam naravne dediščine obravnavanega območja

NARAVNA ZNAMENITOST	NAHAJALIŠČE
Soteska Zelenjak	Kunšperk
Skalno okno	Kunšperška gora
Kravaričeva lipa	Kunšperk
Mokrišče	Bistrica ob Sotli

Vir: Lastna raziskava

Podrobnejša predstavitev naravne dediščine vasi Kunšperk, Polje pri Bistrici in Bistrica ob Sotli je v *Prilogi 3: Opis naravne dediščine vasi Kunšperk, Polje pri Bistrici in Bistrica ob Sotli*.

4.1.5.2 Kulturne danosti obravnavanega območja

Dediščina so dobrine, podedovane iz preteklosti, in jih opredeljujemo kot odsev ter izraz vrednot, identitet, verskih in drugih prepričanj ter znanj in tradicij. Dediščina vključuje vidike okolja, ki izhajajo iz medsebojnega vplivanja med ljudmi in prostorom skozi čas. Zaradi zgodovinske in civilizacijske sporočilne vrednosti, ki jo kulturna dediščina prenaša, je njeno varovanje in spoštovanje zaveza vsakega posameznika.

Dediščina, ki je registrirana, se lahko zaradi svojega izjemnega pomena za državo ali posebnega pomena za pokrajino ali občino razglasi za kulturni spomenik. Leta 1990 je takratna Občina Šmarje pri Jelšah za kulturne spomenike na območju vasi Kunšperk, Polje pri Bistrici in Bistrica ob Sotli (danes v občini Bistrica ob Sotli), razglasila naslednje sestavine kulturne dediščine: trško naselje Bistrico ob Sotli in vas Kunšperk, grad Kunšperk, cerkev sv. Petra ter več stavb.

H kulturni dediščini prištevamo tudi druge njene elemente, ki niso registrirani, vendar kljub temu predstavljajo nenadomestljivo vrednoto, skozi katero spoznavamo preteklost območja, in zato se je vredno ustaviti tudi pri kužnih znamenjih, kapelah ter križih, vodnjakih in drugih kulturnih dobrinah. (Šterlek, ur. 2011: 122)

Podrobnejša predstavitev kulturne dediščine vasi Kunšperk, Polje pri Bistrici in Bistrica ob Sotli je v *Prilogi 4: Opis kulturne dediščine vasi Kunšperk, Polje pri Bistrici in Bistrica ob Sotli*.

Tabela 4: Seznam kulturne dediščine obravnavanega območja

KULTURNA ZNAMENITOST	
Naselbinski spomeniki	
	Bistrica ob Sotli
	Kunšperk
Sakralna dediščina	
	Cerkev sv. Petra, Bistrica ob Sotli
	Razvaline cerkve sv. Marjete, Kunšperk
	Kamnita znamenja – Znamenje pri Bačeku, Kunšperk
	Kapele – Kravaričeva kapela, Kunšperk; Maslerjeva kapela, Bistrica ob Sotli
Grajska arhitektura	
	Grad Kunšperk
Stavbna dediščina	
	Bistrica ob Sotli 17 – občinska stavba
	Bistrica ob Sotli 26 – Bratuševa hiša
	Bistrica ob Sotli 57 – stanovanjska hiša (Černelčeva trgovina, kasneje banka)
	Bistrica ob Sotli 59 – stanovanjska hiša in kašča (nekoč skladišče in hladilnica Černelčeve trgovine)
	Bistrica ob Sotli 63 – stavba stare osnovne šole
	Bistrica ob Sotli 77 – Dohtarjeva hiša
	Kunšperk 2, 3, 8, 17 – stara stanovanjska hiša
	Kunšperk 14 – Kravaričeva domačija
	Polje 12 – stara stanovanjska hiša
Ostala umetnostna in zgodovinska dediščina	
VODNJAKI	
	Gabronov vodnjak, Bistrica ob Sotli
	Javni vodnjak, Bistrica ob Sotli
JAVNI SPOMENIKI	
	Kamen časti, Bistrica ob Sotli
	Rex, Bistrica ob Sotli
	Spomenik NOB, Bistrica ob Sotli
	Spominska plošča Janku Skvarči - Modrasu, Bistrica ob Sotli
	Spominska plošča na obzidju ob župnijski cerkvi, Bistrica ob Sotli
	Spominska plošča umrlim v izgnanstvu, Bistrica ob Sotli
	Spominska plošča Josipu Brozu - Titu, Bistrica ob Sotli
	Kip Marije Broz, Bistrica ob Sotli
	Spominska plošča na mostu čez Sotlo – v spomin na skupne bitke hrvaških in slovenskih partizanov 1943

Vir: Lastna raziskava

4.1.5.3 Prireditve

V občini je poskrbljeno tako za zabavne kot kulturne prireditve. Med športne prireditve lahko uvrstimo Tradicionalni nočni turnir v malem nogometu (junij) ter Vaške igre (avgust). V občini se tradicionalno prireja Jožefov (marec) in Petrov sejem (junij). V decembru tudi Lucijin sejem. Med pomembnejše prireditve sodi tudi Vinski praznik s salamiado. Za pestrost kulturnih prireditev v kraju poskrbi s svojim programom lokalno kulturno ter mladinsko društvo.

4.2 Analiza stanja turističnega povpraševanja vasi Kunšperk, Polje pri Bistrici in Bistrica ob Sotli

Turistično povpraševanje merimo predvsem s številom vstopov v posamezno državo, s številom domačih in tujih gostov ter s številom njihovih nočitev, ob tem pa tudi s količino finančnih sredstev, porabljenih v turistične namene.

V občini Bistrica ob Sotli ni statistično zanesljivega mehanizma beleženja in zbiranja podatkov o številu in profilu obiskovalcev. Do okvirnih podatkov lahko pridemo s približno oceno na podlagi ustnih virov: lahko se obrnemo na Gostilno Šempeter, ki vzporedno z gostinsko ponudbo z lokalno kulinariko skrbi tudi za splošno promocijo kraja, na zakonca Kramer, ki v Kunšperku vodita turistično kmetijo, župnika Damjana Kejžarja, na številne ponudnike vin in degustacij, na posameznike, ki se ukvarjajo s privabljanjem in vodenjem turistov po naših koncih, ne nazadnje pa tudi na institucije, ki se na našem področju ukvarjajo s promocijo turizma (Občina Bistrica ob Sotli, Turistično društvo Bistrica ob Sotli, GIZ Turizem Podčetrtek, Bistrica ob Sotli in Kozje, Destinacija Posavje).

Statistični urad Republike Slovenije ravno tako ne razpolaga s podatki o prenočitvenih zmogljivostih, prihodih in prenočitvah domačih ter tujih turistov v Občini Bistrica ob Sotli.

4.3 Motivi za obisk vasi Kunšperk, Polje pri Bistrici in Bistrica ob Sotli

Motivi za potovanje oz. obisk nekega kraja, gledano na splošno ter glede na trende v svetu, se razlikujejo od primera do primera. Med glavnimi motivi so takšni, povezani z delom, vero, obiskom prireditev, željo po sprostitvi ter iskanju nečesa novega. Obstajajo številne klasifikacije (Likar, 2009), zato bo tu zapisan samo povzetek motivov za turistična potovanja:

- Posel in poklic: kongresi, konference, seminarji, izobraževanja, nakupi in servisi opreme, vladne delegacije, študij ipd.
- Oddih, počitnice, sprostitev, sonce, kopanje in plaža
- Zabava, prireditve, pustolovščine, adrenalin
- Religiozna srečanja, romanja
- Obisk sorodnikov, prijateljev, osebni stiki, poroke, pogrebi
- Nakupi
- Zdravje, zdravljenje, wellness

- Turistične in druge atrakcije, muzeji
- Kulinarika
- Športne aktivnosti in rekreacija
- Regijska, državna ali mednarodna športna tekmovanja
- Kulturne in naravne znamenitosti
- Kulturno udejstvovanje: prireditve, festivali ipd.
- Izlet, naključno potepanje
- »Možganske nevihte« in kongresi za poslovne partnerje

Območja vasi v občini Bistrica ob Sotli so lahko motiv za potovanje v nekaterih od zgoraj navedenih razlogov, ne pa vseh. Na splošno je motiv za potovanje obljuba določene koristi oz. izpolnitve potreb. Glavni dejavniki, ki ločujejo posamezne skupine turistov, so spol, starost, poklic, stopnja izobrazbe, družinski status in povprečni prihodek.

Kateri so glavni motivi, zaradi katerih turisti oz. obiskovalci prihajajo v vasi Bistrica ob Sotli, Kunšperk in Polje pri Bistrici? Katerih koristi (potežitve katerih potreb) se lahko obiskovalci nadejajo? Kateri »magnet« jih privlači? Kakšen je profil gostov, ki obiskujejo turistične točke po vaseh in okolici?

Odgovori na ta vprašanja so ključni. Gre za podatke, ki utemeljujejo identiteto, omogočajo boljše pozicioniranje potencialov in so izhodišče za načrtovanje turistične ponudbe v prihodnosti.

Na podlagi razgovorov s turističnimi ponudniki, pregleda sorodnih dokumentov v drugih krajih in lastnega poznavanja situacije smo izluščili naslednje glavne motive za obiske. Dodali smo pojasnila, kakšna je konkretno ponudba, ki sodi pod določen motiv. Kar pa manjka (in je seveda povezano s pomanjkanjem podatkov), so kvalitativni in kvantitativni podatki o gostih – njihovo število ter profil (spol, izobrazba, status, državljanstvo).

Glavni motivi za obisk vasi Kunšperk, Polje pri Bistrici in Bistrica ob Sotli

• Zabava, prireditve, pustolovščine, adrenalin

Zabave za mlade so največkrat organizirane s strani članov lokalnega mladinskega društva in se dogajajo v Klubu Metulj ali občasno v dvorani kulturnega doma. Obisk je relativno dober (Klub Metulj je ob večjih koncertih povsem napolnjen), obiskovalci pa so domačini ter mladi iz bližnjih krajev, redkeje bolj oddaljenih in občasno iz tujine.

Bolj poznane prireditve (ne omenjamo kulturnih in športnih, ki so navedene in opisane v nadaljevanju) so sejmi (Jožefov, Petrov, Lucijin), praznik vina in salam idr. Pustolovščine in adrenalinska doživetja niso v organizirani ponudbi, čeprav bi takšne aktivnosti naravne danosti nedvomno lahko omogočale.

● **Religiozna srečanja, romanja**

Romarski turizem je najstarejša oblika turizma in ima v Bistrici ob Sotli že več kot 750-letno tradicijo. Po obdobju upadanja je število vernikov, ki se udeležujejo rednih maš in večjih praznikov na Svetih gorah, znova v porastu, vključno z romarji s Hrvaške (po besedah župnika Damjana Kejžarja). Romarje je treba pritegniti tudi ob vznožje Orlice. Velik izziv je ustvariti specifično tej populaciji namenjeno ponudbo in odpraviti pomanjkljivo informiranje gostov. Vsekakor gre za velik speči potencial.

● **Obisk sorodnikov, prijateljev, osebni stiki, poroke, pogrebi**

Obiski iz osebnih razlogov niso v močni povezavi s turistično ponudbo. Vseeno pa je zanimivo, da so takšni obiskovalci zelo pogosto navdušeni nad utripom kraja ter gostoljubnostjo domačinov.

● **Kulinarika in vinogradništvo**

Gostilna Šempeter je vrhunski in prepoznaven kulinarčni ponudnik, ki se z zgodbami, ki jih pripoveduje skozi svoje menije, promocijske materiale (tudi mesečni list Priporočnik) ter osebno komunikacijo z gosti, odlično navezuje na lokalno okolje. Skozi leta se je ustvarila simbioza z lokalnimi ponudniki pridelkov in vin ter s samim krajem. Vsekakor zelo uspešen ponudnik, ki nesporno dokazuje, da je z močno vizijo in dobrim delom mogoče privabiti goste od blizu in daleč.

V samem kraju imamo veliko dobrih in kvalitetnih proizvajalcev lokalnih vin. Prav gotovo je na prvem mestu Tomaž Zorenč – Klet Zorenč-Hohnjec, ki je na prestižnem tekmovanju v Londonu (Decanter) dobil zlato in bronasto medaljo. Tudi drugi vinarji uspešno parirajo in se držijo novih smernic na tem področju.

● **Športne aktivnosti in rekreacija**

Športne aktivnosti v naravi (pohodništvo, kolesarjenje ...) potekajo neredno in pogosto na osnovi lastne iniciative rekreativnih športnikov.

Izjema je Kolesarska sekcija Športnega društva, ki uspe pogosto pritegniti kolesarje iz drugih krajev. Za kolesarje pripravijo celovit dvo- ali tridnevni izlet, kjer poskrbijo za lokalno hrano, gostom ponudijo številne ogledne kulturne znamenitosti ter tako združijo naravne in kulturne lepote na eni strani ter domače lokalne ponudnike hrane in pijače na drugi.

Kolesarske počitnice (počitnice, kjer je kolesarjenje glavni motiv potovanja) **so v Evropi v porastu** – trenutno predstavljajo 2–4 %, pričakuje pa se povečanje na 6–12 % v naslednjih desetih letih. Še večji trg predstavlja kolesarstvo kot dodatna aktivnost, po ocenah je ta trg dvakrat večji od trga kolesarskih počitnic. Atraktivna kolesarska ponudba lahko v zelo kratkem času privabi močno povpraševanje (povzeto po RRA Posavje, 2011: 38–39).

● **Regijska, državna ali mednarodna športna tekmovanja**

Večji tradicionalni športno-zabavni prireditvi potekata pod okriljem Športnega društva: Nočni turnir Marije Broz v malem nogometu ter Vaške igre. Prireditvi sta odlično organizirani, zanimivi pa sta predvsem za domačine in obiskovalce iz bližnjih

krajev. V zadnjem času so zelo prepoznavni tekmovalci iz Bistrice ob Sotli v vleki vrvi, saj so osvojili že precej turnirjev in tako začeli nekoliko manj poznano disciplino.

● **Kulturne in naravne znamenitosti**

Kulturnih in naravnih znamenitosti je veliko (opisane so v predhodnih poglavjih), težava pa je, da so razkropljene in niso povezane v prepoznavno skupno zgodbo ter v večini primerov niso predmet trženja. Ena od posledic je tudi, da je število in strukturo obiskovalcev težko oceniti.

● **Kulturno udejstvovanje: prireditve, festivali ipd.**

Kulturnih prireditev je v Bistrici ob Sotli zares veliko. Pod okriljem Kulturnega društva delujejo zbori, gledališka sekcija (ŠeBi teater), fotografska sekcija ... in vsi imajo svoje dogodke ter letne koncerte. Ne smemo pa pozabiti še na številne druge dogodke v organizaciji društva, ki se navadno odvijajo v dvorani kulturnega doma – razni koncerti, predstave idr. Obiskovalci so večinoma domačini ali gostje iz bližnjih krajev.

Drugi velik ponudnik kulturnih vsebin je Mladinsko društvo Bistrica ob Sotli. To društvo s statusom mladinskega centra je bolj usmerjeno v sodobno glasbeno ter alternativno umetniško ponudbo. Večina dogodkov poteka v matičnem Klubu Metulj, nekateri pa tudi drugod. Razen koncertov ob vikendih (tudi nedeljah) organizirajo festivala BoSorok in Kolomonov žegen ter druge dogodke v navezi z različnimi institucijami. Krog obiskovalcev je širši, občasni gostje so tudi iz precej oddaljenih krajev, iz tujine pa, razen rednih obiskovalcev iz bližnjih hrvaških krajev, tudi predstavniki glasbenih skupin iz cele Evrope in širše. Kvantiteta dogodkov je velika (povprečno vsaj trije na mesec), obisk pa v absolutnih številkah manjši, saj gre za specifični publiko namenjene dogodke, ter precej nepredvidljiv.

Spodaj so naštet **preostali motivi**, ki v naših krajih imajo potencial, ampak je ponudba preslabo razvita:

● **Izlet, naključno potepanje**

Kraji so kot narejeni za potepanja in izlete, pogostost takšnih aktivnosti v naravi pa je težko merljiva in ni bistveno dodatno motivirana s strani lokalnih ponudnikov.

● **Posel in poklic: kongresi, konference, seminarji, izobraževanja, nakupi in servisi opreme, vladne delegacije, študij ipd.**

Tovrstne aktivnosti se (občasno in neredno) izvajajo navadno v režiji Občine ali lokalnih društev. Osnovna infrastruktura obstaja: razen dvorane kulturnega doma še Večnamenski objekt Sušilnica, ki je namenjen tovrstnim aktivnostim, pa tudi drugi objekti. Obstaja tudi ponudnik, ki lahko poskrbi za pogostitev. Manjka pa možnosti za nastanitev, ki so za te, navadno večdnevne aktivnosti, ključne. Vsekakor potencial obstaja.

● **Oddih, počitnice, sprostitvev, sonce, kopanje in plaža**

Reki Bistrica in Sotla sta poleti primerni za plavanje, skupaj s slikovito naravo, oddaljenostjo od cest in hrupa ter možnostjo nadgradnje (čofotalnice, skakalnice, poglobitev, čistilne naprave, ureditev bregov rek itd.). Seveda je možnosti za

počitnice in sprostitvev še ogromno, a so povezane z investicijami in privatno iniciativo.

• **Nakupi**

Za živila in osnovne potrebščine je po naši presoji v Bistrici ob Sotli dovolj ponudbe. Vsekakor nakupovalna središča ne sodijo v to okolje. Manjši prostor, kjer se bi lahko kupilo domače izdelke in pridelke, ekološke izdelke, spominke ipd., pa bi bil nadgradnja ponudbe in obenem ne bi kazil podobe vasi. Glede na to, da je v Bistrici ob Sotli že urejen tržni prostor Posavska špajza, bi bilo treba ta prostor nadgraditi z ustrežno in obiskovalcem privlačno vsebino ter odprtostjo.

• **Zdravje, zdravljenje, wellness**

Trenutno takšne ponudbe ni. So pa v neposredni bližini območja Terme Olimia, Čatež, Tuhelj ter Rogaška Slatina.

• **Turistične in druge atrakcije**

Nekaj atrakcij je, toda niso (dovolj) tržne. Taki primeri so Grad Kunšperk, mokrišče, soteska Zelenjak, Kravaričeva domačija, skalno okno, ruševine sv. Marjete idr. Imajo velik potencial, da ob strokovno vodenem pristopu postanejo turistične atrakcije oz. točke doživljajskega turizma.

• **Bližina milijonskega mesta Zagreb**

Bistrica ob Sotli je le dobro uro oddaljena od milijonskega mesta Zagreb. Treba bi bilo torej privabiti tudi goste iz te prestolnice, se nekako osredotočiti na hrvaške goste, jim ponuditi turistične pakete ter jih motivirati, da si ogledajo naše čudovite predele ter se tako umaknejo iz vsakodnevnega mestnega vrveža.

4.4 Obiskovalci vasi Kunšperk, Polje pri Bistrici in Bistrica ob Sotli

Obiskovalci so zajeti v turistično statistiko, saj vanjo sodijo glede na **motiv** svojega obiska.

V procesu razvijanja strategije bomo nenehno izhajali iz širšega načrta in izluščili vse, kar ni bistveno (ali je celo odveč), da pridemo do ožjega, toda močnejšega koncepta – do jasne vizije razvoja, ki bo izhajala iz potencialov in danosti, ki jih vasi imajo, in bo predvidevala ključne nadgradnje, ki bodo povezale te potenciale v atraktivno turistično ponudbo.

Ta začetni, širši pogled uporabljamo tudi sedaj, ko naštevamo **goste (obiskovalce)**, ki kraje občasno že obiskujejo, vključno z domačini ali s kraji osebno povezanimi posamezniki:

- **šolske skupine** (vrtec, osnovna šola);
- **individualni obiskovalci** (družinski obiski, naključni obiskovalci, uporabniki mobilne aplikacije Geocaching idr.);
- **romarji**;

- **pohodniki, kolesarji;**
- **nedeljski sprehajalci;**
- **večdnevni gostje;**
- **izletniki iz bližnjih zdravilišč, mestnih središč in drugod;**
- **člani raznih društev in združenj** (predvsem planinska sekcija Bistrica ob Sotli);
- **obiskovalci športnih prireditev** (turnir v malem nogometu, strelska tekmovanja, vaške igre idr.);
- **mladina** (zabavne in koncertne prireditve);
- **ljubitelji kulture in glasbe** (obiskovalci in izvajalci na dogodkih Kulturnega društva, mladinskega društva ter drugih);
- **ljubitelji naravne in kulturne dediščine.**

Izhajajoč iz trenutnega stanja in upoštevajoč potenciale, navajamo **potencialne obiskovalce**. Nadaljnji koraki nas bodo privedli do odločitve, katerim od navedenih skupin posvetiti največ pozornosti.

Potencialni obiskovalci vasi Kunšperk, Polje pri Bistrici in Bistrica ob Sotli

● **Šolske skupine**

Ustvarjati je potrebno učne in zabavne vsebine, ki bodo dovolj privlačne ter bogate, da bodo pritegnile obiskovalce iz drugih šol – ne le osnovnih, ampak tudi srednjih. Dodatna možnost: razvijanje večdnevni aktivnosti (šole v naravi, kampov ipd.).

● **Pohodniki, kolesarji**

Kot primer dobre prakse smo že izpostavili Kolesarsko sekcijo Športnega društva, ki je svoj program zastavila tudi tako, da je vključila turistično ponudbo. Seveda je njihov izziv v prihodnjih letih promocija te ponudbe. Podoben program bi lahko ponudili tudi za pohodnike-rekreativce in pohodnike-planince (različne težavnostne stopnje).

● **Nedeljski sprehajalci, izletniki, individualni obiskovalci**

Območje je, z dodatnimi vlaganji v ponudbo in oglaševanje, dovolj zanimivo, da ne pritegne le tistih, ki prihajajo zaradi osebnih vezi ali naključij. Če se jim ponudi še kaj več, npr. prodaja domačih pridelkov, poučne vsebine (informativne table v okviru projekta Ne pozabimo vasi so več kot dobrodošle), rekreacijske možnosti (plavanje, telovadba v naravi), vodeni ogledi po arhitekturnih in drugih spomeniki itd., je rast obiska nedvomno možna.

● **Obiskovalci športnih prireditev** (turnir v malem nogometu, strelska tekmovanja, vaške igre idr.)

Tekmovanja, ki jih v kraju že organizirajo člani Športnega društva Bistrica ob Sotli, lahko zastavimo marketinško in atraktivno za obiskovalce iz drugih krajev.

● **(Mlade) družine**

Zgoraj navedene pridobitve bi bile nedvomno zanimive za družine in druge manjše skupine. Pomembno je pripraviti program, temelječ na krovni zgodbi o Bistrici ob Sotli, in z doživetij, ki pritegnejo otroke.

• **Romarji**

Promocijske dejavnosti v romarskem središču so del odgovora, drugi del je zanimiva ponudba. Tekoča hladna voda je v dveh vodnjakih v Bistrici tekla z razlogom, a danes tega žal ni več. Tudi kmetovalci so znali pritegniti s svojimi pridelki. V vsakem primeru je treba iskati načine, da goste, ki so tako blizu (a hkrati tako daleč), vendarle malo dlje zadržimo v svojem kraju.

• **Mladina**

Skozi sodobnejše prijeme (oglaševanje preko spleta, spoznavanje lokacij s pomočjo mobilnih aplikacij ipd.) ter posodobitev ponudbe (npr. športne kapacitete, možnost plavanja in drugih aktivnosti v naravi, glasbeni festivali ter drugi dogodki) je nedvomno mogoče pritegniti mlade iz širšega okolja (tudi mednarodno). Bistrica ob Sotli že tako ima sloves kraja, kjer je veliko dobrih zabav in odlično vzdušje. Ne tej podlagi je treba graditi.

• **Gostje bližnjih zdraviliščih in bližnjih večjih mestih, ki iščejo zanimive točke zunaj nastanitve**

Treba je iskati povezave med bližnjimi turističnimi lokacijami in našo ponudbo. Povezovanje je v korist vseh, saj se zadovoljen gost rad vrača. Predvsem je treba gostom ponuditi našo kvalitetno hrano, jim predstaviti lepote neokrnjene narave in jih tako navdušiti nad krajem. Morda bi bilo treba razviti t. i. ekoturizem, turizem na kmetiji; gostom omogočiti npr. delo na kmetiji in jim prikazati stare običaje.

• **Ljubitelji kulture in glasbe (obiskovalci in izvajalci na dogodkih kulturnega društva, mladinskega društva ter drugih)**

Ob že dobro zastavljenem programu kulturno-glasbenih prireditev moramo delati še na dobrem marketingu in spremljajoči ponudbi, kar bi pritegnilo obiskovalce iz širšega okolja (tudi mednarodno).

• **Večdnevni gostje**

V kraju že imamo nekaj prenočitvenih kapacitet, ki jih je treba napolniti. V primeru pestre vodene ponudbe in glasbene, festivalske, športne ter podobne ponudbe bomo lahko v naslednjih letih pritegnili večdnevne goste tako iz oddaljenih krajev kot tujine.

4.5 Analiza SWOT turistične ponudbe in povpraševanja vasi Kunšperk, Polje pri Bistrici in Bistrica ob Sotli

V okviru priprave te Strategije smo naredili analizo SWOT področja turizma na območju vasi Bistrica ob Sotli, Kunšperk in Polje pri Bistrici, ki sloni na osnovi analiz primarnih in sekundarnih virov, izkušenj ponudnikov ter uporabnikov storitev, zato jo navajamo in uporabljamo v celoti.

Tabela 5: Analiza SWOT turistične ponudbe in povpraševanja vasi Kunšperk, Polje pri Bistrici in Bistrica ob Sotli

PREDNOSTI = V čem smo močni, dobri, posebni, edinstveni v primerjavi s konkurenti?	SLABOSTI = Kaj so naše slabosti, pomanjkljivosti, ki nas v primerjavi s konkurenti lahko ovirajo?
<p>5 NAJMOČNEJŠIH PREDNOSTI:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ohranjena narava in biotska raznovrstnost: območje Kozjanskega parka in Natura 2000 2. Številne izletniške točke: pestra zgodovina ter naravna in kulturna dediščina 3. Ugodna geografska in strateška lega 4. Pestra zgodovina in kulturna dediščina: grad Kunšperk, kmečki boji, pranger ... 5. Kakovostna ponudba kulinarike in vrhunskih vin ter druga ponudba kmetij 	<p>5 NAJBOLJ PEREČIH SLABOSTI:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Slabo razvita infrastruktura: slabe ceste do območja in znotraj njega, slabe povezave javnega prevoza, neurejene poti, dotrajane označbe 2. Pomanjkanje vizije pri razvoju turizma, obstoječa ponudba ne temelji na avtentičnosti 3. Odsotnost povezovanja s strokovnjaki pri načrtovanju razvoja turizma 4. Ni razvitih integralnih turističnih proizvodov: posamezni elementi kulturnega, športnega, naravnega, prireditvenega okolja niso vključeni v ponudbo, v celostna doživetja oziroma takšna ponudba ne obstaja 5. Ni vzpostavljenega sodelovanja med turističnimi ponudniki – ponudba je razdrobljena
<ul style="list-style-type: none"> ● Ugodna geografska in strateška lega: bližina prepoznavnih turističnih destinacij, bližina državne meje in urbanih središč (Celje, Zagreb), tranzitna lega ● Razvite kolesarske, pohodniške oziroma planinske in učne poti ● Razgibanost narave (gozdovi, vinogradi, reke, hribi in doline) ● Ohranjena narava in biotska raznovrstnost (območje Kozjanskega parka in Natura 2000) 	<ul style="list-style-type: none"> ● Slabo razvita infrastruktura (slabe ceste do območja in znotraj njega, slabe povezave javnega prevoza, neurejene poti, dotrajane označbe) ● Ni razvitih turističnih programov ● Nestimulativno podporno okolje za razvoj turizma ● Nezainteresiranost lokalnega prebivalstva pri vključevanju v turistično ponudbo (omejitve so največkrat predpisi in visoke dajatve pri registraciji dejavnosti)

<ul style="list-style-type: none"> ● Številne izletniške (naravne in kulturne) točke ● Bogata dediščina v kraju (ohranjena stavbna dediščina ...) ● Tradicija romarskega turizma na Svetih gorah ● Pestra zgodovina in kulturna dediščina (grad Kunšperk, trg Kunšperk, kmečki boji, pranger ...) ● Kakovostna ponudba kulturnih prireditvev ● Urejene kmetije, kvalitetna ponudba kulinarike in vrhunskih vin ter druga ponudba kmetij ● Urejena infrastruktura za izobraževalne in kongresne dogodke ● Razvita mreža turističnih in drugih organizacij v okolici (Destinacija Posavje, Turizem Podčetrtek, Bistrica ob Sotli in Kozje ...) ● Bogata društvena dejavnost v občini Bistrica ob Sotli ● Veliko promocijskega materiala o kulturni in naravni dediščini občine Bistrica ob Sotli 	<ul style="list-style-type: none"> ● Pomanjkanje vizije pri razvoju turizma, obstoječa ponudba ne temelji na avtentičnosti ● Ni močnejših turističnih ponudnikov (razen Gostilna Šempeter kot primer dobre prakse), večji del obstoječe turistične ponudbe deluje na ljubiteljski ravni ● Ni vzpostavljenega sodelovanja med turističnimi ponudniki ● Turistično ne dovolj valorizirane prireditve ● Slabo razvita interpretacija naravne in kulturne dediščine ● Območje nima prepoznavnega turističnega magneta (niti regijsko, niti nacionalno), ki bi imel potencial ustvarjanja prepoznavnosti in obiska ● Območje nima turistične tradicije z izjemo romarskega turizma ● Ni razvitih integralnih turističnih proizvodov: posamezni elementi kulturnega, športnega, naravnega, prireditvenega okolja niso vključeni v ponudbo, v celostna doživetja oziroma takšna ponudba ne obstaja ● Odsotnost povezovanja s strokovnjaki pri načrtovanju razvoja turizma ● Pomanjkanje izobraženega in usposobljenega kadra ● Ni strateško vzpostavljenega trženja
<p>PRILOŽNOSTI = Katere so priložnosti v zunanjem okolju, ki nam lahko pomagajo pri uresničevanju ciljev? Kateri so trendi, ki govorijo nam v prid in jih lahko izkoristimo?</p>	<p>NEVARNOSTI = Kateri dejavniki v zunanjem okolju nas lahko ogrozijo, katerih nevarnosti se moramo izogniti?</p>
<p>5 NAJBOLJ POTENCIALNIH PRILOŽNOSTI:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Povezovanje s turistično bolj razvitimi sosednjimi občinami in turističnimi destinacijami 2. Razvoj ustvarjalnega turizma 3. Razvoj ekoturizma 4. Razvoj kulturnega turizma 	<p>5 NAJBOLJ PRETEČIH NEVARNOSTI:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Neizkoriščanje potencialov, ki jih prinaša povezovanje na širšem, regijskem področju 2. Neizkoriščanje izletniškega turizma (takšnega, ki bi bil organiziran in temeljil na celostnih ter privlačnih doživetjih in bi ustvarjal potrošnjo na gosta) 3. Pomanjkanje podjetniškega interesa

<p>5. Povezovanje romarstva na Svete gore s turistično ponudbo vasi</p>	<p>4. Neprepoznavnost območja: da ne zmore vzpostaviti prioritet o tem, na čem graditi prepoznavnost</p> <p>5. Slaba kakovost storitev</p>
<ul style="list-style-type: none"> ● Možnost povezovanja s turistično bolj razvitimi sosednjimi občinami in turističnimi destinacijami (Terme Olimia, Terme Čatež, Terme Tuhelj, Rogaška Slatina, Kumrovec, Zagreb, Kozjanski park) ● Razvijanje ustvarjalnega turizma: oblikovanje enodnevnih in večdnevnih programov za posamezne ciljne skupine (ogledi, izleti, aktivno preživljanje prostega časa v naravi, doživetja v naravi in kmetijah, naravoslovni tabori) ● Oblikovanje skupnega turističnega produkta na podlagi obmejnega sodelovanja ● Povezovanje romarstva na Svete gore s turistično ponudbo ● Razvoj mladinskega, kulturnega in športno-rekreativnega turizma ● Možnost razvoja kongresnega in izobraževalnega turizma ● V turistično ponudbo vključiti kmetije in dejavnost na kmetijah, še ohranjene večine starih obrti in tradicije na podeželju kot segment doživetja narave ter kulture in vsakdanjega življenja na območju ● Razvoj ekoturizma ● Razvoj manjših in cenejših nastanitev (kampi, turistične kmetije, mladinski hostli, glamping), možnost prenočišč v atraktivnih prostorih (najetje starejših kmečkih hiš, spanje na kozolcu ...) ● Ponudba lokalnih proizvodov (z geografskim poreklom) ● Reki Bistrica in Sotla (za plovbo, ornitološke programe, fotolov itd.) ● Tesnejše in bolj inovativno povezovanje z drugimi panogami (šport, kultura, kmetijstvo, gospodarstvo) 	<ul style="list-style-type: none"> ● Neprepoznavnost območja: da ne zmore vzpostaviti prioritet o tem, na čem graditi prepoznavnost) ● Pomanjkanje sredstev za naložbe, še posebej za javno infrastrukturo v turizmu ● Neizkoriščanje izletniškega turizma (takšnega, ki bi bil organiziran in temeljil na celostnih ter privlačnih doživetjih in ustvarjal potrošnjo na gosta) ● Neizkoriščanje potencialov, ki jih prinaša povezovanje na širšem, regijskem področju ● Neizkoristno sledenje trendom v turizmu (trajnostni, ustvarjalni, mehki turizem) ● Da ponudba ne temelji na (temeljni oziroma turistični) identiteti vasi ● Da se domačini ne poistovetijo z identiteto svojega kraja oz. blagovne znamke ● Pomanjkanje podjetniškega interesa ● Oblikovanje preveč splošnih, generičnih proizvodov, ki se ne razlikujejo od drugih destinacij ● Nejasna (regionalna) turistična politika na nacionalnem nivoju in nesprejetje sistemskih virov financiranja razvoja ter trženja na ravni regije ● Negativno dojetje turizma kot panoge, ki bi nudila zaposlitev in prinašala dohodek (napor in zahtevnost dela) ● Razkorak med potenciali in konkretnimi aktivnostmi ● Slaba kakovost storitev ● Možnost omejevanja razvoja turizma s strani zakonodaje

<ul style="list-style-type: none">● Oblikovanje proizvodov in storitev, ki so inovativni, avtentični ter imajo večjo dodano vrednost● Pobratene občine in mesta● Oblikovanje spodbudne lokalne politike pri dolgoročnem razvoju turistične dejavnosti● Ustanovitev turistično-rekreativno-kulturnega centra Bistrica ob Sotli● Izkoriščanje javnih in zasebnih finančnih virov za projekte pri razvoju turizma	<ul style="list-style-type: none">● Nejasno urejeno skrbništvo nad turistično infrastrukturo
--	--

Vir: Lastna raziskava

KAJ NAM POVE ANALIZA SWOT?

V preteklih letih se je na področju turizma vlagalo v promocijo občine Bistrica ob Sotli – kataloge/vodnike o naravni in kulturni dediščini ter predstavitve teh na sejnih –, ni pa se vlagalo v razvoj turističnih produktov/ponudbe, vodene programe, blagovno znamko.

Iz ugotovitev in povzetka v obliki analize SWOT izhajajo naslednje ključne usmeritve:

KAJ MORAMO ODPRAVITI?

1. POMANJKANJE PRIORITET na področju razvoja turizma v občini
2. RAZDROBLJENOST in nepovezanost ponudbe
3. NERAZUMEVANJE potencialov turizma
4. ZAPIRANJE v občinske meje (vaške meje)

KAJ MORAMO ZMANJŠATI?

1. Nesodelovanje med KLJUČNIMI DELEŽNIKI na področju turizma, gostinstva, kulture in športa

KJE MORAMO RASTI?

1. V TURISTIČNEM obisku
2. Na PRODAJI turističnih programov in produktov
3. V UPORABI novih medijev pri trženju turizma

KAJ MORAMO RAZVIJATI?

1. POVEZOVANJE s turistično bolj razvitimi sosednjimi občinami in turističnimi destinacijami (Terme Olimia, Terme Čatež, Terme Tuhelj, Rogaška Slatina, Kumrovec, Zagreb, Kozjanski park)
2. SODELOVANJE z vsemi ključnimi deležniki na področju turizma, kulture, športa
3. PREPOZNAVNE produkte in programe
4. VODENE PROGRAME odkrivanja vasi Bistrica ob Sotli, Kunšperk in Polje pri Bistrici (različno trajanje, po meri ciljnih skupin)

4.6 Identiteta območja vasi Kunšperk, Polje pri Bistrici in Bistrica ob Sotli

Izraz identiteta izvira iz srednjeveške latinske besede »identitas«, ki se je uveljavila tudi v slovenščini, kljub temu da so morda obstajali dvomi, ali se naj posloveni ali ne. V slovenskem prevodu bi to potem bila istovétnost. (Južnič, 1993: 11) Identiteta je neločljivo povezana in je pravzaprav posledica interakcije med ljudmi, z medsebojnimi pripisovanji, pričakovanji in vsakdanjimi dejavnostmi, v katerih posameznik oblikuje ter doživlja svojo življenjsko zgodbo kot povezano in smiselno celoto. Vzpostavi se, ko se posamezniki identificirajo s skupnostjo.

Potrebujemo skupnost, ki ji pripadamo, da lahko v njej razvijemo svojo lastno identiteto. Brez pripadnosti torej ni mogoče razviti lastne identitete. A da se lahko identiteta utrdi, zagotavlja, obnavlja in ohranja, so potrebni simboli (praviloma napolnjeni z miti in legendami), rituali kot obredje in ceremonial. Tako lahko govorimo tudi o identiteti kraja, identiteti blagovne znamke ipd.

»Identiteta je celostna podoba blagovne znamke, ki jo naredi edinstveno. Je element prenašanja sporočil o izdelkih, dejanjih in sloganih širšemu občinstvu, vrednotah, prihodnosti, lastnostih izdelka in zunanji podobi izdelka (barve, simboli, embalaža, grafika).« (Batistuta, 2011: 3)

Kako oblikovati turistično identiteto?

Do spodaj navedenih predlogov za oblikovanje identitete vasi smo prišli po naslednjih korakih:

1. Na območju smo najprej poiskali prepoznavne elemente, atrakcije (naravne, zgodovinske, kulturne, umetne), dogodke, osebnosti, običaje, identifikacijske točke ipd.
2. Izhajali smo iz obstoječega stanja (saj sicer zgodba, ki predstavlja identiteto, ne bi imela trdne osnove, ali pa bi potrebovali preveč časa in sredstev, da jo uresničimo) – kaj je tisto, kar imamo že danes in na čem že zdaj lahko gradimo.
3. Atrakcije predstavljajo elemente zgodbe in opredeljujejo karakter – identiteto destinacije (medtem ko je zgodba način, kako privlačno in z učinkom povedati, kdo smo, kaj imamo, kaj ponujamo).
4. Obstoječe zgodbe je nato treba nadgraditi, vnesti nove elemente in razvijati nove interpretacije (bolj privlačno, dinamično, v skladu s trendi, postaviti se v »čevlje ciljnega turista« – kaj bo njega zadovoljilo, kaj bo preseglo njegova pričakovanja, kaj bo tisto, kar nas bo razlikovalo od drugih, kaj ga bo pritegnilo, kdo je protagonist v tej zgodbi, kdo antagonist, pomočnik itd.).

4.6.1 Pregled elementov identitete vasi Bistrica ob Sotli, Kunšperk in Polje pri Bistrici

1. Najprej so bili povzeti elementi identitete, ki so območje opredeljevali v preteklosti.
2. Nato so bili določeni elementi, ki območje opredeljujejo danes.
3. Na koncu pa so bili z vidika koncepta identitete (kot smo ga predstavili v uvodu) opredeljeni tisti elementi identitet, ki imajo potencial, da na njih gradimo identiteto in jo predstavimo ciljni javnosti.

Tabela 6: Pregled elementov identitete vasi Bistrica ob Sotli, Kunšperk in Polje pri Bistrici

Kaj so bile vasi Bistrica ob Sotli, Kunšperk in Polje pri Bistrici v PRETEKLOSTI	Elementi identitete, ki izhajajo iz preteklosti, so pomembni v sedanjosti in imajo potencial tudi v PRIHODNOSTI	Kaj so vasi Bistrica ob Sotli, Kunšperk in Polje pri Bistrici DANES
Romarski turizem (kamnita znamenja)	Legende/mit o Ajdih	Društvena dejavnost
Sejmsko dogajanja – trg (Jožefov, Petrov, Agatin, Uršulin, Lucijin sejem ter sejem ob Božjem licu in mali maši – slednja sejma sta bila tudi največja živinska sejma v bližnji okolici)	Pranger in antipranger – kamen časti – kot posebnost – preplet preteklosti in prihodnosti	Gostilna Šempeter (kopun, piknik košarica, kozjanska kruhova potica ...)
Zgodovinska meja	Glasbeni festivali v naravi (na mostu – čezmejni ...) – preplet glasbenih ustvarjalcev in poslušalcev	Natura 2000, Kozjanski park
Grad Kunšperk	»Od sejmov do sejmov« – preplet sejmske tradicije in sodobne sejmske ponudbe ter kulture (uprizoritev sejmskega utripa v 19. stoletju z igro kraja prangerja)	Kravaričeva domačija
Kmečki upori	Naravno kopališče in čofotališče	Verski turizem
Kmetijstvo	Romanja – preplet duhovnega razvoja in iskanja notranjega ravnotežja v naravnem neokrnjenem okolja	Vinogradništvo

Tito in Marija Broz	Majhne, ekološke in gostoljubne kmetije – preplet podeželja in mestnega okolja	Glasba (sodobna glasbena produkcija, ljubiteljska kultura)
Legenda o Ajdih	Kulturna ponudba – preplet ljubiteljske kulture in profesionalnih izvajalcev	Šport (kolesarjenje, mali nogomet, streliški šport)
Pranger	Kulinarika: ponudba lokalnih jedi – preplet lokalne hrane, tradicionalnih receptov in moderne izvedbe	Pestra flora in favna
Vitez Kun, vitez Oton Kunšperški	Doživetja v naravi: (romantični) sprehodi, rekreacija, kopanje, pikniki	Sejmi
Kmetijstvo		Meja
Obrtniki		Tematske poti (Oransova kolesarska pot, vodna učna pot, Marijina pot ...)
Kopun (simbol vodnjakov v Kunšperku)		Kamen časti
		Stavbna dediščina (obnovljene hiše brez vsebin)
		Učna pot Kunšperk–Klestje
		Razvaline gradu Kunšperk
		OŠ Bistrica ob Sotli (prej Marije Broz, spominska tabla ...)

Vir: Lastna raziskava

Tabela 7: Glavni elementi identitete vasi Bistrica ob Sotli, Kunšperk in Polje pri Bistrici

Glavni elementi identitete vasi Bistrica ob Sotli, Kunšperk in Polje pri Bistrici	Kateri element identitete ima največji potencial za:
	<ol style="list-style-type: none"> 1. gradnjo prepoznavnosti območja 2. komuniciranje do opredeljenih ciljnih javnosti (domačih in tujih obiskovalcev) 3. da ga lahko predstavimo oziroma ponudimo že danes in ne šele v prihodnosti 4. da na njem lahko gradimo ponudbo v prihodnje 5. ki ima v sebi dovolj potenciala za razlikovanje od drugih 6. da ima v sebi dovolj močen komunikacijski naboj 7. da lahko skozi ta element identitete komuniciramo po principu zgodb
<ol style="list-style-type: none"> 1. Legende/mit o Ajdih 2. Pranger in antipranger – kamen časti – kot posebnost – preplet preteklosti in prihodnosti 	<p>KOT GLAVNI ELEMENT IDENTITETE SO IZPOSTAVLJENA:</p> <p>DOŽIVETJA</p> <ul style="list-style-type: none"> doživetja v naravi (pikniki, sprehodi, ostale športne)

<p>3. Glasbeni festivali v naravi (na mostu – čezmejni ...) – preplet glasbenih ustvarjalcev in poslušalcev, glasbena doživetja</p> <p>4. »Od sejmov do sejmov« – preplet sejemske tradicije in sodobne sejemske ponudbe ter kulture (uprizoritev sejmskega utripa v 19. stoletju z igro kraja prangerja)</p> <p>5. Naravno kopališče in čofotališče</p> <p>6. Romanja – preplet duhovnega razvoja in iskanja notranjega ravnotežja v naravnem neokrnjenem okolja</p> <p>7. Majhne, ekološke in gostoljubne kmetije – doživetje podeželja, preplet podeželja in mestnega okolja</p> <p>8. Kulturna ponudba – preplet ljubiteljske kulture in profesionalnih izvajalcev</p> <p>9. Kulinarika: ponudba lokalnih jedi – preplet lokalne hrane in vin, tradicionalnih receptov in moderne izvedbe, doživetja okusov</p> <p>10. Doživetja v naravi: (romantični) sprehodi, rekreacija, kopanje, pikniki</p>	<p>aktivnosti, počitek, duhovna sprostitvev)</p> <ul style="list-style-type: none">■ glasbena doživetja■ doživetja okusov (kulinarika, vino)■ pustolovska (adrenalinska) doživetja■ doživeti podeželje/vasi
--	---

Vir: Lastna raziskava

Iz analize SWOT izhaja, da je ena od temeljnih slabosti vasi Bistrica ob Sotli, Kunšperk in Polje pri Bistrici kot privlačnih točk za turizem nejasna/nejasno artikulirana identiteta. Zato moramo prepoznati, razviti in jasno artikulirati svojo zgodbo – zgodbo o sebi, zgodbo o ljudeh, ki jih obiskujejo/bodo obiskovali, ter tudi zgodbo o idejah in vrednotah, za katerimi kot turistična destinacija stoji.

4.6.1.1 Zgodovinska izhodišča za krovno zgodbo vasi Bistrica ob Sotli, Kunšperk in Polje pri Bistrici

Med gradovi, vitezi, kmečkimi upori in legendami

■ O KUNŠPERŠKEM GRADU IN AJDIH

Zgodbo o gradnji kunšperškega gradu smo navedli že v Prilogi 4.

■ O VITEZU KUNU

Zgodbo smo prav tako predstavili v Prilogi 4.

■ OTON I. KUNŠPERŠKI

Oton I. je bil eden najuglednejših vitezov na znamenitem turnirju v Brežah leta 1224, ko se je bojeval s samim Ulrikom iz Liechtensteina (/.../ dar kom von Kungesperc ein helt /.../). V pesnitvi Vrowen dienest – Aventure von dem turnay ze Frisach je omenjen kar trikrat.

Od sejma do sejma

Poseben gospodarski, tržni in tudi družbeni utrip so kraju dajali sejmi. Odvijali so se šestkrat letno, in sicer na dveh lokacijah. V samem kraju so bili razporejeni takole: 5. februarja se je odvijal Agatin sejem, 19. marca Jožefov, 21. oktobra Uršulin in 13. decembra Lucijin sejem.

Danes je zelo odmeven in prepoznaven zunaj občinskih meja **Jožefov sejem**, ki ga prireja Gostilna Šempeter in Turistično društvo Bistrica ob Sotli, ob občinskem prazniku občina prireja Petrov sejem, kulturno društvo pa je obudilo Lucijin sejem.

Za slednjega predlagamo spremljevalni dogodek – uprizoritev kraje prangerja in s tem obuditev zgodbe o kamnu časti.

■ PRANGER IN KAMEN ČASTI

Nasproti občinske hiše ob robu zelenice stoji kamen časti, delo Francija Černelča. Velika skala, apnenčasti peščenjak, ima v sredinskem delu izdolben prehod v obliki sramotilnega stebra. H kamnu časti se lahko s ponosom postavi ali gre skozenj vsakdo, zlasti pa je namenjen občanom, ki si zaslužijo posebno čast in pozornost.

Bistrica ob Sotli ni bila nikoli trg. Trg je bil nekoč Kunšperk in naj bi nekoč imel tudi pranger ali sramotilni steber. In tako je leta 1882 v nekdanji Gabronovi gostilni nekomu šinila v glavo misel, da je bil pranger tako ali tako prenesen v Podsredo iz Kunšperka. Treba ga je pripeljati nazaj in Sveti Peter pod Svetimi gorami (kakor se je tedaj imenovala Bistrica ob Sotli) bo postal trg!

Skupina krepkih mladcev se je sredi noči odpravila s konjsko vprego v Podsredo. S cunjami ovita kolesa voza in kopita niso mogla prebuditi spokojnih tržanov in kmalu je bil steber naložen, voz pa v največji naglici na poti proti Svetemu Petru. Trški čuvaj niti s pomočjo razjarjenih na hitro prebujenih Srejanov ni mogel preprečiti velikega ropa, med katerim so padali trdi udarci, da so nato buške krasile marsikaterega vpletenege junaka.

Pranger v novem kraju ni bil dolgo varno skrit, saj so se žandarji kmalu dokopali do potrebnih podatkov in steber je odromal nazaj čez hrib.

Po tem dogodku so Podsredčani pranger zaradi varnosti obzidali. Domačin Jože Novak pa je o prigodah v zvezi s prangerjem zložil pesem, da se spomin na nenavadno zgodbo ohrani, pa bo gotovo še dolga leta skrbela skulptura, poimenovana »Antipranger«.

Pomembno je začeti na začetku in postaviti trde temelje razvoju turizma v vaseh Bistrica ob Sotli, Kunšperk in Polje pri Bistrici. Tako je treba vlagati v razvoj blagovne znamke, ki temeljijo na identiteti vasi, in na zgodbah, ki bodo privlačne za turiste in bodo vanje aktivno vključeni. Prav tako je treba izdelati smernice za razvoj turističnih produktov na ravni mikroproduktov. Tega se je treba lotiti temeljito, ciljno in strokovno.

5 DRUGI SKLOP: OBLIKOVANJE POSLANSTVA, VIZIJE, CILJEV IN STRATEŠKIH RAZVOJNO-TRŽENJSKIH PRIORITET = KAJ ŽELIMO DOSEČI

5.1 Poslanstvo

Za oblikovanje poslanstva smo najprej pogledali, kdo so **ključni deležniki v turizmu na obravnavanem območju**, kakšni so njihovi interesi in kakšen je lahko njihov prispevek k razvoju turizma.

LOKALNA SKUPNOST – Občina Bistrica ob Sotli

Občina Bistrica ob Sotli je soustanoviteljica Regionalne razvojne agencije Posavje in GIZ Turizem Podčetrtek, Bistrica ob Sotli, Kozje za namen promocije turizma. Pod okriljem teh ustanov se je predstavljala na turističnih sejmih (TIP, Primorski sejem, Beograjski sejem turizma in Dnevi slovenskega turizma Zagreb).

Občina je temelj v razvoju in povezovanju turizma, ki mora prepoznati potenciale za razvoj turizma, oblikovati sistemske ukrepe in vse potrebne strokovne podlage, ki omogočajo ta razvoj, izvajati investicije v splošno javno in javno-turistično infrastrukturo, poleg tega pa oblikovati spodbudne ukrepe za razvoj in izvajanje podjetniških pobud ter delovanje nevladnega sektorja v lokalnem okolju. Vse to še posebej zato, ker na območju ni pomembnejših večjih ponudnikov, ki bi lahko prevzeli promocijo oziroma pospeševali razvoj turizma.

GOSPODARSKO INTERESNO ZDRUŽENJE

Delujoče združenje je na lokalnem območju pomemben promotor in tudi razvojniki turizma. Na območju so to: GIZ Turizem Podčetrtek, Bistrica ob Sotli in Kozje, Kozjanski park.

RAZVOJNE AGENCIJE na območju in v regiji

Skrbijo za razvoj in upravljanje turizma tako na lokalni kot tudi krovni ravni regije.

Na ravni območja in regije je to Regionalna razvojna agencija Posavje.

Na ravni sosednje regije, ki tudi predstavlja pomembnega partnerja, uvrščamo v to skupino Razvojno agencijo Sotla, Razvojno agencijo Savinjske regije d.o.o., Regionalno razvojno agencijo Celje in Razvojno agencijo Kozjansko.

NEVLADNI (CIVILNI) SEKTOR

Na obravnavanem območju spada sem društvena sfera – turistično, kulturna, mladinsko, športna, društvo vinogradnikov in kletarjev ter druga društva, ki so prostovoljna, interesna oz. ljubiteljska združenja.

Nevladni sektor je s svojim širokim članstvom močno vpet v razvoj in promocijo ter pomembno vpliva na razvoj ponudbe in kakovost ter pristnost izkušnje obiskovalca na destinaciji. Gibalna sila so lahko predvsem ljudje s potrebnim znanjem, delovno vnemo in ljubeznijo do svojega kraja ter okolja, ki iščejo nove poti v turizmu na podeželju. Delovanje in aktivnost društev sta sicer odvisna od dejavnosti ter aktivnosti vodstva, vendar večina društev deluje v odvisnosti od možnosti in danosti, ki so jim na razpolago.

Tabela 8: Seznam delujočih društev v občini Bistrica ob Sotli

	NAZIV DRUŠTVA
1.	Turistično društvo Bistrica ob Sotli
2.	Kulturno društvo Bistrica ob Sotli
3.	Mladinsko društvo Bistrica ob Sotli
4.	Društvo vinogradnikov in kletarjev Šempeter
5.	Športno društvo Bistrica ob Sotli
6.	Društvo prijateljev mladine Bistrica ob Sotli
7.	Društvo Godba Orlica
8.	Društvo kmetič Ajda – Bistrica ob Sotli
9.	Krajevna organizacija Rdečega križa Bistrica ob Sotli
10.	Prostovoljno gasilsko društvo Bistrica ob Sotli
11.	Lovska družina Bistrica ob Sotli
12.	Društvo izgnancev Bistrica ob Sotli
13.	Kulturno umetniško društvo Brencelj

GOSPODARSKI SEKTOR

Ta sektor predstavljajo ponudniki turističnih in s turizmom povezanih storitev – ponudniki nastanitvenih zmogljivosti, gostinci, organizatorji izletov ... (Pregled glavnih turističnih ponudnikov je naveden v Tabeli 1 in Tabeli 2.)

DOMAČINI, PREBIVALCI NA OBMOČJU

Turizem močno vpliva na življenje ljudi, ki živijo na teh območjih, zato je pomembno, da ga domačini razumejo, sprejemajo, imajo pozitiven odnos do razvoja in da k temu razvoju tudi prispevajo oziroma vidijo v njem potencial, prihodnost ali celo svojo poslovno priložnost.

POSLANSTVO

Skupno poslanstvo vseh deležnikov na področju turizma na območju vasi Bistrica ob Sotli, Kunšperk in Polje pri Bistrici je:

V TESNEM PARTNERSTVU razvijamo skupno (razvojno in trženjsko) turistično zgodbo s poslanstvom, da povezani **USTVARJAMO VEČJO VREDNOST ZA VSE:**

Prvič: OBISKOVALCE

Povezano območje vasi nudi pestrejša in privlačnejša doživetja.

Drugič: TURISTIČNE IN S TURIZMOM POVEZANE PONUDNIKE

Združeni smo močnejši in dosežemo več.

Tretjič: DOMAČINE

Turizem je generator trajnostnega razvoja, ki spodbuja ohranjanje okolja, bogati ljudi in prinaša nove podjetniške priložnosti.

S turizmom za razvitejše, privlačnejše, bolj kakovostne in prepoznavne vasi, polne doživetij.

5.2 Vizija

Vizija, ki smo jo postavili, temelji na prednostih in izkorišča priložnosti, ki jih je pokazala analiza SWOT. Odgovarja na vprašanje, kaj želimo doseči na področju turizma.

Vizija razvoja turizma z navedenimi cilji pomeni javni interes v občini Bistrica ob Sotli na področju turizma.

Vasi Kunšperk, Polje pri Bistrici in Bistrica ob Sotli leta 2020 so:

- **prepoznavna, okolju prijazna turistična destinacija z jasno oblikovano identiteto in obvezen enodnevni cilj za goste (tuje in slovenske), ki bivajo v bližnjih turističnih krajih (Čatež, Dobova, Podčetrtek, Tuhelj in Rogaška Slatina),**
- **prostor alternativnih doživetij narave, kulture in izročila, s kakovostnimi dogodki čez vse leto in pristnimi srečanji z domačini,**
- **kraji, kjer se obiskovalci počutijo domače in varno, saj jim na vsakem koraku ponujajo svojevrstne poglede, okuse in doživetja, ki jih osrečujejo.**

TEMELJNA VIZIJA

Turizem je najmočnejši povezovalac vasi in pomemben generator novih podjetniških priložnosti, ki – temelječ na trajnostnih načelih – bogati tako prostor kot ljudi, ki tu živijo, in tiste, ki ga obišejo.

POSLOVNA TURISTIČNA VIZIJA

Območje vasi postane prepoznavna in zaželena turistična destinacija s privlačno ter konkurenčno ponudbo tako za enodnevnega obiskovalca kot tudi kratek oddih.

VIZIJA DESTINACIJE NA TUJIH TRGIH

Območje vasi je obvezna destinacija obiska za tuje goste, ki bivajo v enih izmed bližnjih term, se vračajo z oddiha ob morju ali prihajajo iz bližnje metropole, Zagreba, in si zaželijo kratkega oddiha na podeželju. Predstavljajo aktiven oddih in spoznavanje dediščine, kulinarike ter življenja na podeželju.

VIZIJA DESTINACIJE NA DOMAČEM TRGU

Območje vasi je med Slovenci jasno geografsko in produktno umeščeno. K obisku pritegne romarje bližnjih Svetih gor. Z bogato naravno in kulturno dediščino, pestro floro ter favno ter IKT-predstavitvami je učna destinacija za šole.

Območje je vir velikega števila zgodb, okusov in doživetij, kamor se večkrat vračamo na izlet, prireditve, obisk, oddih ali navdih.

5.3 Temeljne in specifične vrednote

V katere vrednote verjamemo? Kaj nam je pomembno?
<p style="text-align: center;">TEMELJNI VREDNOTI</p> <p style="text-align: center;">PREPLET</p> <p>Skozi skupno identiteto povezujemo vasi, ljudi, zgodbe in projekte. Prepletamo kulturo in naravo, tradicijo ter sedanost, stare obrti in napredek, aktivna doživetja ter sproščujoč oddih. Skupaj smo močnejši.</p> <p style="text-align: center;">BUTIČNOST</p> <p>Razvijamo majhne, a zato toliko boljše zgodbe, ki temeljijo na kakovosti, individualnem pristopu in pristnosti.</p>
<p style="text-align: center;">SPECIFIČNI VREDNOTI</p> <p style="text-align: center;">TRADICIJA ZA SODOBEN ČAS</p> <p>Pomembna nam je tradicija, spoštujemo zgodovino, identiteto in delo ljudi, ki so živeli na tem območju, ponosno oživljamo dediščino – a pri tem smo usmerjeni naprej. Vse to počnemo na sodoben način, vključujemo sodobno tehnologijo in upoštevamo pričakovanja današnjega turista.</p> <p style="text-align: center;">DOŽIVETJA IN USTVARJALNOST za NAVDIH</p> <p>Prostor je od nekdaj izjemno navdihoval ljudi, ki so tu živeli in ustvarjali. Danes s svojim mirom, izjemnimi zelenimi razgledi, dediščino, bogatim kulturnim utripom in ustvarjalnostjo ponuja doživetja, ki navdihujejo obiskovalce.</p>

5.4 Ključni faktorji uspeha

Treba se je zavedati, od česa je odvisno, ali bo območje resnično zaživel v smeri zastavljene vizije.

KLJUČNI FAKTORJI USPEHA, katerih odsotnost predstavlja KLJUČNO OVIRO, za naše območje vasi Kunšperk, Polje pri Bistrici in Bistrica ob Sotli:

1. POLITIKA NA PODROČJU TURIZMA NA RAVNI OBČINE

Ali bo občina opredelila turizem kot potencialno gospodarsko dejavnost in mu namenila potrebno razvojno, kadrovsko ter finančno podporo? To je dejansko najbolj »kritičen« in ključen faktor uspeha. Podpora turizmu zgolj na deklarativni ravni ni dovolj. Občinska uprava daje vsem deležnikom na območju z vsakim svojim ukrepom oziroma »neukrepom« pomemben signal, ali je turizem pomemben oz. je priložnost – ali ni. Občina mora turizem jasno umestiti v svoje temeljne razvojne načrte (strategije občin in letne programe dela).

2. FINANČNA SREDSTVA S STRANI JAVNEGA SEKTORJA

Ali bo občina uspela na eni strani združiti sredstva (zdaj sicer majhna, a še ta v veliki meri razdrobljena), ob tem pa – ključno – povečati vložek v razvoj in promocijo turizma? V vsaki začetni fazi razvoja destinacije je pomembna vloga javnega sektorja, ki se sčasoma postopoma zmanjšuje. To je še toliko pomembnejše na našem območju, saj ni velikih ponudnikov.

3. JAVNA TURISTIČNA IN DRUGA TURISTIČNA INFRASTRUKTURA

Ali bodo opredeljeni infrastrukturni projekti izvedeni? Ali bo občina izvajala investicije v javno infrastrukturo, ki pomembno pospešuje konkurenčnost in večja privlačnost okolja? Ali bo za investicije v turistično infrastrukturo našla zasebne investitorje oziroma oblikovala privlačne pogoje za javno-zasebna partnerstva?

4. TURISTIČNA PONUDBA IN PROIZVODI

Ali bomo razvili dovolj privlačne integralne turistične proizvode, po katerih bo postalo območje prepoznavno? Ali bomo znali ponuditi nekaj drugačnega, z elementi inovacij? Bomo razvili prepoznavne zgodbe (krovne in mikrosgodbe) in jih pretvorili v konkretna doživetja, ki jih je mogoče doživeti, kupiti, s tem pa naredili pomemben korak od generične ponudbe k diferenciaciji? Bo ponudba dovolj privlačna? Bo motivirala k prihodu? Ali bo izvedba zagotavljala kakovostno izkušnjo obiskovalca?

5. SODELOVANJE IN POVEZOVANJE

Bomo znali preseči zapiranje v občinske meje? Brez resničnega povezovanja in sodelovanja s sosednjimi turističnimi destinacijami bodo učinki manjši.

5.5 Cilji in strateške prioritete

Cilji strategije temeljijo na analizi obstoječega stanja turizma in danosti na območju vasi ter viziji, ki določa okvir prihodnjega razvoja turizma. Upoštevali smo tudi aktualne trende povpraševanja in ponudbe ter potenciale, za katere je ocenjeno, da so pomembni za razvoj turizma na območju.

5.5.1 Cilji turizma na območju vasi Bistrica ob Sotli, Kunšperk in Polje pri Bistrici do leta 2020

KVANTITATIVNI CILJI

- Povečanje števila nastanitvenih kapacitet.
- Povečanje števila nočitev.
- Povečanje števila obiskovalcev in povečanje potrošnje na gosta.
- Povečanje števila enodnevnih obiskovalcev po posameznih turističnih točkah in število večdnevnih gostov ter njihove potrošnje.
- Ustvariti vsaj eno novo delovno mesto v turistični dejavnosti na območju vasi (en stalen strokovni kader).

Tabela 9: Kvantitativni cilji glede na število nočitev in nastanitvenih kapacitet na območju vasi Bistrica ob Sotli, Kunšperk in Polje pri Bistrici do leta 2020

	ŠTEVILO NOČITEV		ŠTEVILO NASTANITVENIH KAPACITET/ležišč	
	2015 ⁶	2020 ⁷	2015	2020
Apartmaji	-	292	4	8
Sobodajalci	-	365	8	10
Turizem na kmetiji	-	1.022	28	28
Hostel	-	365	0	10
Skupaj	-	2.044	40	56

KVALITATIVNI (RAZVOJNI) CILJI

- Razvoj in promocija krovne blagovne znamke – oblikovanje blagovne znamke turistične destinacije vasi Bistrica ob Sotli, Kunšperk in Polje pri Bistrici ter njena promocija do ravni mednarodne prepoznavnosti, tako da bo izražala identiteto vasi kot samostojne mikrodestinacije znotraj širše turistične destinacije (npr. destinacije Posavje – polno priložnosti).
- Razviti privlačne proizvode, povezati ponudbo in jo oblikovati v privlačna doživetja za jasne tržne segmente – pripraviti atraktivne doživljajske programe za različne vrste gostov.
- Razviti privlačna infrastrukturna trženjska orodja – priprava trženjskih strategije turizma v skladu s sodobnimi trendi in s poudarkom na digitalnih platformah.
- Izboljšati položaj turizma kot razvojne in podjetniške priložnosti na območju ter s tem spodbuditi razvoj novih ponudb in zaposlovanje v turizmu. Spodbujanje podjetniške iniciative med lokalnim prebivalstvom – prizadevati si za spremembo miselnosti lokalnega prebivalstva, ki bi z razvojem podjetniških dejavnosti lahko izrazito vplivalo na kakovost življenja na območju – s povečanjem turističnega obiska in razvojem podpornih dejavnosti se zagotavlja večji pritok denarja v občino (tako v javno blagajno kot tudi v podjetja lokalnih ponudnikov), ki bo zvišal standard lokalnega prebivalstva. Nudenje ugodnega podpornega okolja za razvoj turističnih projektov (sistemska podpora s strani lokalne skupnosti, spodbujanje javno-zasebnih partnerstev, identifikacija finančnih virov) za povečanje konkurenčnosti ponudbe.
- Povečanje dostopnosti in urejenosti obstoječih turističnih točk – urejanje varnih dostopov do turističnih znamenitosti, ki bodo prilagojeni starejšim obiskovalcem in osebam s posebnimi potrebami.

⁶ Ni podatkov.

⁷ Ob predpostavki celoletnega obratovanja in 10-odstotni zasedenosti ležišč.

- Spodbujanje vključevanja lokalnega prebivalstva in spodbujanje delovanja društev v razširjeno turistično ponudbo – zanimivost z vidika spoznavanja tradicije in nakupa avtohtonih izdelkov kot spominkov ali lokalnih pridelkov. Spodbujati aktivnosti društev in organizacij na področju turizma, kulture, mladih, športa in drugih, s turizmom povezanih področjih, ter spodbujati njihovo povezovanje in sodelovanje, predvsem z vidika organizacije dogodkov, razstav, izobraževanj ipd.

5.5.2 Prioritetna področja delovanja za razvoj turizma na območju vasi Bistrica ob Sotli, Kunšperk in Polje pri Bistrici do leta 2020

KAM BOMO USMERILI SVOJE NAPORE?
Sonaraven in trajnosten razvoj turizma – razvoj turizma, ki bo ohranjal obstoječe danosti, jih zaščitil, vendar ustrezno tržno ovrednotil. Cilj je SONARAVNI BISTRICA OB SOTLI, KUNŠPERK IN POLJE PRI BISTRICI.
Razvoj infrastrukture in podpornega okolja. Cilj je RAZVITI BISTRICA OB SOTLI, KUNŠPERK IN POLJE PRI BISTRICI.
Razvoj turistične ponudbe, proizvodov in programov. Cilj je PRIVLAČNI BISTRICA OB SOTLI, KUNŠPERK IN POLJE PRI BISTRICI.
Izboljšanje kakovosti ponudbe in izkušnje obiskovalcev. Cilj je KAKOVOSTNI BISTRICA OB SOTLI, KUNŠPERK IN POLJE PRI BISTRICI.
Povečanje prepoznavnosti in okrepitev trženja. Cilj je PREPOZNAVNI BISTRICA OB SOTLI, KUNŠPERK IN POLJE PRI BISTRICI.
Povezovanje in sodelovanje za skupno destinacijo. Cilj je POVEZANE VASI MED BISTRICO IN SOTLO.

6 TRETJI SKLOP: URESNIČEVANJE STRATEGIJE = KAKO BOMO URESNIČILI VIZIJO IN CILJE

CILJ 1	Povečanje št. nastanitvenih kapacitet, povečanje števila nočitev
NAMEN	<ol style="list-style-type: none"> 1. Več stacionarnih gostov 2. Vključenost lokalnih turističnih ponudnikov 3. Večji prihodki
PREDLOG UKREPOV	<ol style="list-style-type: none"> 1. Izkoriščenost sredstev evropskih skladov 2. Investicije v izgradnjo nove oz. širitev obstoječe turistične infrastrukture: <ul style="list-style-type: none"> ● spodbuditi interes lokalnih prebivalcev za vzpostavitev turističnih kmetij in zasebnih nastanitev, ● hostel (poceni prenočitvene zmogljivosti, možnosti nastanitve glasbenih skupin, društvenih aktivnosti, izmenjav ...), ● taborni prostor (možnost manjšega prostora za kampiranje, glamping, npr. ob reki). 3. Dostopnost za gibalno ovirane osebe, razumljivo za tujce
NOSILCI	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lastniki objektov 2. Lastniki zemljišč 3. Turistični ponudniki (zaseben sektor) 4. Občina
ČASOVNA OPREDELITEV	Dolgi rok: do leta 2020

CILJ 2	Povečanje števila obiskovalcev in povečati potrošnjo na gosta
NAMEN	1. Vključenost lokalnih turističnih ponudnikov 2. Večji prihodki
PREDLOG UKREPOV	1. Kvalitetno izdelani atraktivni programi za različne vrste gostov 2. Premišljena promocija in marketing 3. Povezava s sosednjimi turističnimi točkami (5 term v bližnji okolici, Zagreb) 4. Tržno zasnovana ponudba storitev in izdelkov (vodenje – kolesarsko, sprehajalno, pohodniško, lokalni pridelki in predelki, turistični spominki ...)
NOSILCI	1. Občina 2. Turistično društvo in ostala društva v občini 3. Domačini – kmetje, vinarji, gostilničarji ... (zasebni sektor)
ČASOVNA OPREDELITEV	Dolgi rok: do leta 2020

CILJ 3	Ustvariti vsaj eno novo delovno mesto v turistični dejavnosti na območju vasi (en stalen strokovni kader)
NAMEN	1. Razvoj podpornega okolja 2. Izboljšanje kakovosti ponudbe in izkušnje obiskovalcev 3. Sonaraven in trajnosten razvoj turizma 4. Turizem ustvarja delovno mesto
PREDLOG UKREPOV	1. Izobraževanje 2. Zaposlovanje 3. Vzpostavitev Turistično-kulturnega ustvarjalnega in rekreacijskega centra s hostlom 4. Razvoj turistične ponudbe, proizvodov in programov
NOSILCI	Občina
ČASOVNA OPREDELITEV	Dolgi rok: do leta 2020

CILJ 4	Razvoj in promocija krovne blagovne znamke
NAMEN	1. Prepoznaven in povezan nastop na trgu (edinstven, prepoznaven, asociativen)
PREDLOG UKREPOV	1. Strokovna delavnica/svetovanje za oblikovanje prepoznavne blagovne znamke 2. Oblikovanje likovne podobe blagovne znamke in celostne grafične podobe 3. Kvaliteten slogan 4. Implementiranje blagovne znamke
NOSILCI	1. Občina 2. Turistično društvo Bistrica ob Sotli 3. Ostali deležniki turizma v občini (ostala društva, zasebniki)
ČASOVNA OPREDELITEV	Kratek rok: leto 2016

CILJ 5	Razviti privlačne proizvode, povezati ponudbo in jo oblikovati v privlačna doživetja
NAMEN	1. Razvoj kakovostnih, prepoznavnih, privlačnih in razlikovalnih TURISTIČNIH PROIZVODOV 2. Povezovanje ponudbe v zaokrožena doživetja in (PRODAJNE) PROGRAME 3. Oblikovati pakete s poudarkom na sonaravnem turizmu
PREDLOG UKREPOV	1. Razvoj top krovnih zgodb v turistične proizvode 2. Razvoj top programov po krajih in temah (po enotni »metodologiji« – vsi programi na območju se pripravljajo na enoten način) 3. Razvoj (oziroma spodbujanje razvoja) dobrih inovativnih in zelenih praks (na ravni posameznih ponudnikov, posameznih destinacij in celotnega območja) 4. Vzpostaviti kakovostno raziskovalno osnovo (spremljanje zadovoljstva, obsega turističnega prometa – statistika, merjenje potrošnje, prenos primerov dobrih praks)
NOSILCI	1. Turistično društvo Bistrica ob Sotli 2. Ostali deležniki turizma v občini (ostala društva, zasebniki) 3. Občina
ČASOVNA OPREDELITEV	Kratek rok: leto 2017

CILJ 6	Razviti privlačna infrastrukturna trženjska orodja
NAMEN	<ol style="list-style-type: none"> 1. Združevanje vseh promocijskih naporov in sredstev za večje učinke pod skupno znamko 2. Povečati povpraševanje po enodnevni izletih in večdnevni bivanju na celotnem območju
PREDLOG UKREPOV	<ol style="list-style-type: none"> 1. Povezovanje ponudbe pod KROVNO DESTINACIJSKO TRŽNO ZNAMKO 2. Posodobitev in upravljanje INFRASTRUKTURNIH TRŽENJSKIH ORODIJ (spletni portal, skupne brošure, mobilne aplikacije, kakovostna fotobanka itd.) 3. Izvajanje povezane in bolj fokusirane PROMOCIJE 4. Vzpostavitev navzkrižnega (internega) trženja na območju (za kroženje in pretočnost gostov)
NOSILCI	<ol style="list-style-type: none"> 1. Občina 2. Turistično društvo in ostala društva v občini 3. Domačini – kmetje, vinarji, gostilničarji ... (zasebni sektor)
ČASOVNA OPREDELITEV	Srednji rok: leto 2018

CILJ 7	Izboljšati pozicijo turizma kot razvojne in podjetniške priložnosti – spodbujanje podjetniške iniciative med lokalnim prebivalstvom
NAMEN	<ol style="list-style-type: none"> 1. Zmanjševanje brezposelnosti, spodbujanje samozaposlovanja 2. Dvig kakovosti življenja na podeželju
PREDLOG UKREPOV	<ol style="list-style-type: none"> 1. Izobraževalne delavnice/seminarji 2. Svetovanja zasebnikom 3. Doživeti primere dobrih praks
NOSILCI	<ol style="list-style-type: none"> 1. Občina 2. RRA Posavje, GIZ Turizem Podčetrtek, Bistrica ob Sotli in Kozje
ČASOVNA OPREDELITEV	Dolgi rok: leto 2020

CILJ 8	Povečanje dostopnosti in urejenosti obstoječih turističnih točk
NAMEN	1. Slediti trendom razvoja turizma v EU: pripraviti dostopnost in atraktivne programe za starejše ter gibalno ovirane obiskovalce 2. Varen dostop za obiskovalce
PREDLOG UKREPOV	1. Izkoriščanje sredstev evropskih skladov 2. Ureditev turistične infrastrukture in signalizacije
NOSILCI	1. Občina 2. Turistično društvo in ostala društva v občini 3. Domačini – kmetje, vinarji, gostilničarji ... (zasebni sektor)
ČASOVNA OPREDELITEV	Dolgi rok: leto 2020

CILJ 9	Spodbujanje vključevanja lokalnega prebivalstva in spodbujanje delovanja društev
NAMEN	1. Povezovanje, vključujoč trajnostni razvoj turizma 2. Dodana vrednost turistični ponudbi vasi 3. HORIZONTALNO in VERTIKALNO povezovanje deležnikov na območju 4. Vzpostavljanje učinkovitih PARTNERSTEV
PREDLOG UKREPOV	1. Vzpostavitev sistema partnerstva vseh deležnikov na območju (turizem, šport, kultura, kmetijstvo in druga področja) – sistem operativnih delovnih skupin, ki se usklajujejo preko skupne platforme 2. Okrepitev partnerstev od spodaj navzgor in po področjih/temah/produktih, tudi mednarodno
NOSILCI	1. Občina 2. Društva
ČASOVNA OPREDELITEV	Dolgi rok: leto 2020

7 ČETRTI SKLOP: AKCIJSKI NAČRT RAZVOJA TURIZMA 2015–2020, PROJEKTNI PREDLOGI

V procesu razvijanja strategije smo naredili predloge **13 aktivacijskih načrtov**.

AKCIJSKI NAČRT, Variacija 1: LUCIJIN SEJEM – utrip preteklosti

AKCIJSKI NAČRT, Variacija 2: VAŠKA IGRA NA POLJU: KMEČKI UPORI

AKCIJSKI NAČRT, Variacija 3: ŠPORT NA KLESTAH

AKCIJSKI NAČRT, Variacija 4: FESTIVAL SOTLA – festival mladinskih kultur
ali FESTIVAL SOŽITJA – BoSfest

AKCIJSKI NAČRT, Variacija 5: PUSTOLOVSKI TURIZEM

AKCIJSKI NAČRT, Variacija 6: PRAZNIK DOMAČEGA

AKCIJSKI NAČRT, Variacija 7: KOPALIŠČE – ČOFOTALNIK

AKCIJSKI NAČRT, Variacija 8: E-KOLESA

AKCIJSKI NAČRT, Variacija 9: PREUREDITEV IN AKTIVACIJA GABRONKE –
vzpostavitev kulturno-ustvarjalno-rekreacijsko-
turističnega centra (Center KURT) s hostlom

AKCIJSKI NAČRT, Variacija 10: OŽIVITEV VAŠKEGA JEDRA – ureditev ploščadi pri
občinski stavbi

AKCIJSKI NAČRT, Variacija 11: BRATUŠEVA DOMAČIJA

AKCIJSKI NAČRT, Variacija 12: FESTIVAL ANTIPRANGER

AKCIJSKI NAČRT, Variacija 13: ZNAMENJA ŠEMPETRA

Krovni (prioritetni) cilj vseh spodaj navedenih primerov je, da se poiščejo primerni partnerji za omogočanje strategije in primerni prostori za izvajanje strategij. Spodaj navedeni primeri so samo začetni kazalniki za prihodnji razvoj turizma. Vsekakor pa je treba za vsako idejo izdelati namenski plan in jo primerno umestiti – uvrstiti v Bistrico ob Sotli.

AKCIJSKI NAČRT Variacija 1	
NAZIV:	LUCIJIN SEJEM – utrip preteklosti
STRATEŠKI CILJ:	Obstoječemu sejmu dodati dodano vrednost in s tem prepoznavnost, edinstvenost.
VODILNI PARTNER:	KULTURNO DRUŠTVO BISTRICA OB SOTLI
PROJEKTNO PARTNERSTVO:	Občina Bistrica ob Sotli, Turistično društvo Bistrica ob Sotli, Mladinsko društvo Bistrica ob Sotli, Društvo vinogradnikov in kletarjev Šempeter, Društvo kmetič Ajda
PROJEKTNE AKTIVNOSTI:	Prva faza
	A1: Zasnova in priprava načrta
	A2: Določitev partnerjev
	A3: Priprava uvodne strategije
	Druga faza
	A4: Implementiranje načrta v rednem delu
	A5: Nabor lokalnih ponudnikov
A6: Določitev marketinga in nadaljnjo trženje	
KRATEK OPIS:	<p>Lucijin sejem poteka 13. decembra. Izdela se načrt za postavitvev in nabor stojnic, rdeča nit sejma (»DRESS CODE«) v stilu dogajanja v 19. stoletju. Napiše se igra (gledališče) nekdanjega trgovanja med sosedi, prilagodi se gostinska ponudba, na sejmu se obudijo stare šege in navade – npr. pletenje košar ...</p> <p>DODATNA PROGRAMSKA PONUDBA</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Osrednja igra ob kamnu časti: prikaz zgodbe o kraji prangerja. ● Glasbeni program v duhu časa. ● Skeč oz. igra se naredi na principu barantanja in na temeljih nekdanjih sejmskih anekdot. Barantanje med Hrvaško in Slovenijo. ● Zagotoviti se potrebno varovanje ter ureditev parkirnega prostora sejmišča. ● Organizirajo se konjske vprege – sani, vožnja iz Bistrice ob Sotli čez Klestje v Kunšperk (krožna pot). ● Gostinska ponudba se prilagodi sejmskemu dogajanju v 19. stoletja. ● Oglaševanje je narejeno v stilu 19. stoletja.
KAKOVOSTNI STANDARDI:	<ul style="list-style-type: none"> ● Vključevanje in povezovanje na ravni občine, regije in države ter sorodnih vsebin. ● Upoštevanje zakonodaje, lokalnih odlokov in dokumentov s področja.
MERILA OZ. INDIKATORJI:	Naredi se popis oziroma ocena števila obiskovalcev.

AKCIJSKI NAČRT Variacija 2	
NAZIV:	VAŠKA IGRA NA POLJU: KMEČKI UPORI
STRATEŠKI CILJ:	Kulturno-gostinski dogodek in promocija vseh lokalnih ponudnikov.
VODILNI PARTNER:	KULTURNO DRUŠTVO BISTRICA OB SOTLI (ŠeBi teater)
PROJEKTNO PARTNERSTVO:	Občina Bistrica ob Sotli, Društvo vinogradnikov in kletarjev Šempeter, Turistično društvo, Športno društvo
PROJEKTNE AKTIVNOSTI:	Prva faza
	A1: Zasnova in priprava načrta
	A2: Izbor igre in režiserja
	A3: Izbor prizorišča – lokacije dogodka
	Druga faza
	A4: Implementiranje načrta v rednem delu
	A5: Določitev lokalne ponudbe
	A6: Postopek trženja in marketing
A7: Nadgradnja v že obstoječo aplikacijo	
KRATEK OPIS:	Najprej izbira primerne prostora in postavitve začasnih tribun – gledališče na prostem. Pred vstopni prostor se postavijo domači ponudniki lokalnih kulinarčnih dobrot. Predstavitve je namenjena lokalnim vinogradnikom in turizmu v zidanicah. Lokalni kulinarčni mojstri poskrbijo za postavitve kuhinje na prostem. Zraven se organizirajo še vaške igre (športno društvo).
KAKOVOSTNI STANDARDI:	<ul style="list-style-type: none"> ● Vključevanje in povezovanje na ravni občine, regije ter države in sorodnih vsebin. ● Upoštevanje zakonodaje, lokalnih odlokov in dokumentov s področja.
MERILA OZ. INDIKATORJI:	Naredi se popis oziroma ocena števila obiskovalcev.

AKCIJSKI NAČRT Variacija 3	
NAZIV:	ŠPORT NA KLESTAH
STRATEŠKI CILJ:	Skrb za zdravo in kakovostno življenje lokalnih prebivalcev in obiskovalcev, promocija.
VODILNI PARTNER:	OBČINA BISTRICA OB SOTLI
PROJEKTNO PARTNERSTVO:	Pridobitev mladine in drugih športno aktivnih ljudi, športno društvo (vse sekcije športnega društva)
PROJEKTNE AKTIVNOSTI:	Prva faza
	A1: Zasnova in priprava načrta
	Druga faza
	A2: Implementiranje načrta v rednem delu
	A3: Izdelava tabel z načrti vadb in pripomočkov za določeno vadbo
	A4: Nakup čolnov – kajak
	A5: Nadgradnja v že obstoječo aplikacijo
KRATEK OPIS:	Izdela se načrt za postavitve preprek za »TRIM STEZO«. Uredi in postavi se proga za veslanje po Sotli. Postavi se ZIP-LINE (Kunšperški grad). Dodatno se postavijo označbe za določene vadbene prepreke in označitve poti, zasaditev drevja, ureditev pešpoti do atrakcije ZIP-LINE, ureditev struge reke Sotle (privezi čolnov).
KAKOVOSTNI STANDARDI:	<ul style="list-style-type: none"> ● Vključevanje in povezovanje na ravni občine, regije ter države in sorodnih vsebin. ● Upoštevanje zakonodaje, lokalnih odlokov in dokumentov s področja.
MERILA OZ. INDIKATORJI:	Naredi se popis oziroma ocena števila obiskovalcev.

AKCIJSKI NAČRT Variacija 4	
NAZIV:	FESTIVAL SOTLA – festival mladinskih kultur ali FESTIVAL SOŽITJA – BoSfest
STRATEŠKI CILJ:	Cilj je ustvariti mednarodno prepoznaven, ustvarjalen in povezovalen produkt.
VODILNI PARTNER:	MLADINSKO DRUŠTVO BISTRICA OB SOTLI
PROJEKTNO PARTNERSTVO:	Kumrovečka udruga mladih, Občina Bistrica ob Sotli, Občina Kumrovec, Kulturno društvo Bistrica ob Sotli
PROJEKTNE AKTIVNOSTI:	<p>Prva faza</p> <p>A1: Zasnova in priprava načrta</p> <p>A2: Določitev obsežnosti projekta, Določitev prostora festivala (postavitev šotor), urejanje potrebne dokumentacije, soglasja</p> <p>A3: Določitev in izbor sodelujočih skupin</p> <p>Druga faza</p> <p>A4: Implementiranje načrta v rednem delu</p> <p>A5: Delavnica oziroma pred izbor skupin</p> <p>A6: Oglaševanje</p> <p>A7: Postavitev prizorišča in kampa ter izvedba</p>
KRATEK OPIS:	<p>Ponudba festivala BoS sledi univerzalnim potrebam, ki so skupne vsem, namesto da bi se osredotočala na specifične potrebe posameznih kultur ali generacij. Obstajajo pa tudi določeni jasni kriteriji. Sita so brezkompromisnosti glede kakovosti glasbenih (in ostalih) izvajalcev; vsebinska in sporočilna komponenta, pridih samoniklosti (ljudskosti/urbanosti); vse je uokvirjeno v koncept ekološke neoporečnosti (ki je na nek način prav tako povezovanje nezdružljivega: izhaja iz stare tradicije in se povezuje z najnovejšimi znanstvenimi dognanji in dosežki).</p> <p>Celostna vizualna podoba bo prepredena s simboliko sožitja. Določitev kampiranja, postavitev sanitarij in gostinske ponudbe.</p>
KAKOVOSTNI STANDARDI:	<ul style="list-style-type: none"> ● Vključevanje in povezovanje na ravni občine, regije ter države in sorodnih vsebin. ● Upoštevanje zakonodaje, lokalnih odlokov in dokumentov s področja.
MERILA OZ. INDIKATORJI:	Naredi se popis oziroma ocena števila obiskovalcev.

AKCIJSKI NAČRT Variacija 5	
NAZIV:	PUSTOLOVSKI TURIZEM
STRATEŠKI CILJ:	Povezovanje s šolo in drugimi obšolskimi centri.
VODILNI PARTNER:	OSNOVNA ŠOLA BISTRICA OB SOTLI
PROJEKTNO PARTNERSTVO:	Občina Bistrica ob Sotli, Mladinsko društvo Bistrica ob Sotli, Društvo prijateljev mladine Bistrica ob Sotli
PROJEKTNE AKTIVNOSTI:	Prva faza
	A1: Zasnova in priprava načrta
	A2: Določitev obsežnosti projekta
	A3: Določitev ciljnih skupin
	Druga faza
	A4: Implementiranje načrta v rednem delu
	A5: Izvedba delavnic
A6: Nadgradnja v že obstoječo aplikacijo	
KRATEK OPIS:	Izvajale se bodo različne delavnice, izvajala bi se izobraževanja na temo orientacija. Organiziral se bo tabor in kako preživeti v naravi.
KAKOVOSTNI STANDARDI:	<ul style="list-style-type: none"> ● Vključevanje in povezovanje na ravni občine, regije ter države in sorodnih vsebin. ● Upoštevanje zakonodaje, lokalnih odlokov in dokumentov s področja.
MERILA OZ. INDIKATORJI:	Naredi se popis oziroma ocena števila obiskovalcev.

AKCIJSKI NAČRT Variacija 6	
NAZIV:	PRAZNIK DOMAČEGA
STRATEŠKI CILJ:	Povezovanje vinogradnikov in čebelarjev.
VODILNI PARTNER:	DRUŠTVO VINOGRADNIKOV IN KLETARJEV ŠEMPETER
PROJEKTNO PARTNERSTVO:	Občina Bistrica ob Sotli in Čebelarska zveza Slovenije
PROJEKTNE AKTIVNOSTI:	Prva faza
	A1: Zasnova in priprava načrta dogodka
	A2: Določitev obsežnosti projekta
	A3: Določitev turistične ponudbe na lokalni ravni
	Druga faza
	A4: Implementiranje načrta v rednem delu
A5: Izvedba delavnic na temo čebelarstvo in vinogradništvo	
KRATEK OPIS:	Izvedba delavnic in izobraževanj. Dogodek bi temeljil kot nekakšen produkt vseh delavnic na temo čebelarstva in vinarstva. Izvajale bi se degustacije in predstavitve vin ter medu.
KAKOVOSTNI STANDARDI:	<ul style="list-style-type: none"> • Vključevanje in povezovanje na ravni občine, regije ter države in sorodnih vsebin. • Upoštevanje zakonodaje, lokalnih odlokov in dokumentov s področja.
MERILA OZ. INDIKATORJI:	Naredi se popis oziroma ocena števila obiskovalcev.

AKCIJSKI NAČRT Variacija 7	
NAZIV:	KOPALIŠČE – ČOFOTALNIK
STRATEŠKI CILJ:	Povezovanje starejše in mlajše generacije, priprava posebnih, atraktivnih programov.
VODILNI PARTNER:	OBČINA BISTRICA OB SOTLI
PROJEKTNO PARTNERSTVO:	Mladinsko društvo Bistrica ob Sotli, Turistično društvo Bistrica ob Sotli, Društvo prijateljev mladine Bistrica ob Sotli
PROJEKTNE AKTIVNOSTI:	Prva faza
	A1: Zasnova in priprava načrta
	A2: Določitev obsežnosti projekta
	Druga faza
	A3: Implementiranje načrta v rednem delu
A4: Izgradnja čofotalnikov	
KRATEK OPIS:	V kraju je treba urediti kopališče. Lahko bi bilo urejeno pri drevoredu oziroma pri že obstoječem kanalu za vodo. Lahko se uredi tudi na mostu čez Sotlo. Naredijo se lahko čofotalniki, ki bodo primerni za otroke, morda se uredijo samo manjši tolmunčki, primerni za namakanje.
KAKOVOSTNI STANDARDI:	<ul style="list-style-type: none"> ● Vključevanje in povezovanje na ravni občine, regije ter države in sorodnih vsebin. ● Upoštevanje zakonodaje, lokalnih odlokov in dokumentov s področja.
MERILA OZ. INDIKATORJI:	Naredi se popis oziroma ocena števila obiskovalcev.

AKCIJSKI NAČRT Variacija 8	
NAZIV:	E-KOLESA
STRATEŠKI CILJ:	Izdelati kakovosten in doživljajski program za starejše ter gibalno ovirane obiskovalce, medgeneracijsko povezovanje.
VODILNI PARTNER:	OBČINA BISTRICA OB SOTLI
PROJEKTNO PARTNERSTVO:	Osnovna šola Bistrica ob Sotli, Športno društvo Bistrica ob Sotli, Društvo upokojencev Bistrica ob Sotli, KORK Bistrica ob Sotli, Društvo izgnancev Bistrica ob Sotli, Mladinsko društvo Bistrica ob Sotli, Društvo prijateljev mladine Bistrica ob Sotli
PROJEKTNE AKTIVNOSTI:	Prva faza
	A1: Zasnova in priprava načrta
	A2: Določitev obsežnosti projekta
	Druga faza
	A3: Implementiranje načrta v rednem delu
	A4: Nadgradnja v že obstoječo aplikacijo
	A5: Nakup e-koles
KRATEK OPIS:	Možnost izposoje e-kolesa, postavitve orientacijskih tabel oziroma točk, ki pritegnejo uporabnika kolesa, in razširitev že obstoječe aplikacije.
KAKOVOSTNI STANDARDI:	<ul style="list-style-type: none"> ● Vključevanje in povezovanje na ravni občine, regije ter države in sorodnih vsebin. ● Upoštevanje zakonodaje, lokalnih odlokov in dokumentov s področja.
MERILA OZ. INDIKATORJI:	Evidenca izposoje e-koles.

AKCIJSKI NAČRT Variacija 9	
NAZIV:	PREUREDITEV IN AKTIVACIJA GABRONKE – vzpostavitev kulturno-ustvarjalno-rekreacijsko-turističnega centra (Center KURT) s hostlom
STRATEŠKI CILJ:	Investirati v adaptacijo stavbe v turistični namen in ji dodati ustvarjalno ter alternativno vsebino. Investicija v notranje prostore stavbe: notranjost se preuredi v skupni prostor za hostel oziroma stičišče ljudi, s prepletom družabno-kulturnega centra mladih in starejših, prostor s skupno kuhinjo ter skupno teraso.
VODILNI PARTNER:	OBČINA BISTRICA OB SOTLI
PROJEKTNO PARTNERSTVO:	Mladinsko društvo Bistrica ob Sotli, Kulturno društvo Bistrica ob Sotli, Športno društvo Bistrica ob Sotli, Turistično društvo Bistrica ob Sotli, Društvo vinogradnikov in kletarjev Šempeter ...
KOMU JE NAMENJEN:	(obiskovalcem nizkocenovnega razreda): <ul style="list-style-type: none"> • »backpackerjem«, • kolesarskim skupinam, • gostujočim glasbenim skupinam, • skupinam pri projektih iz mednarodnih izmenjav, • enodnevnim gostom, • skupinam iz romarskega turizma, • raznim mladim obiskovalcem (šolske skupine, študijske delavnice), • intenzivnim vajam zborov, • srečanjem lokalnih in pobratenih društev.
PROJEKTNE AKTIVNOSTI:	Prva faza
	A1: Zasnova in priprava načrta, prijava na EU-sredstva
	A2: Določitev partnerjev
	A3: Priprava strategije upravljanja in trženja centra
	Druga faza
	A4: Izvedba investicijskih del
A5: Načrt in priprava letnega programa	
A6: Določitev upravljanja, marketinga in nadaljnje trženje	
KRATEK OPIS:	Potrebni prostori za ureditev: <ul style="list-style-type: none"> • Skupni prostor za druženje in sestanke oziroma razprave (prostor je namenjen srečavanju gostov, prehranjevanju, organizirani sestanki, zaključki, planiranju strategij in podobno). • Skupna kuhinja z vso pripadajočo belo tehniko (zagotovljena morata biti štedilnik in hladilnik).

	<ul style="list-style-type: none"> • Skupni prostor za spanje (nakup zložljivih »vojaških«, »omarnih« postelj, možnost hitre preureditve prostora, ki tako postane večnamenski). • Ločeni toaletni prostori in skupni prostori za umivanje. • Terasa (namenjena raznim kulturnim dogodkom, literarnim večerom, predstavitev glasbenih skupin, potopisov, kratkih filmov ipd.). <p>Parkirišče: Zraven obstoječega objekta je že zagotovljeno parkirišče.</p> <p>Lokalna povezava objekta: Zaposlitev vsaj ene osebe, ki dela na recepciji (sprejem gostov). Zraven se ponudi izposoja e-koles za izlete po občini Bistrica ob Sotli, po učni poti »Ne pozabimo vasi«, hkrati pa je oseba glavni vir vseh turističnih in prireditvenih informacij na tem območju.</p> <p>Organizirane hišne aktivnosti:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Poslušalnice • Delavnice • Literarno-glasbeni dnevi • Kinodnevi • Strokovni posveti • Srečanja interesnih združenj • Filmski festivali
KAKOVOSTNI STANDARDI:	<ul style="list-style-type: none"> • Vključevanje in povezovanje na ravni občine, regije ter države in sorodnih vsebin. • Upoštevanje zakonodaje, lokalnih odlokov in dokumentov s področja.
MERILA OZ. INDIKATORJI:	Število nočitev, št. obiskovalcev dogodkov, št. zaposlitev.

AKCIJSKI NAČRT Variacija 10	
NAZIV:	OŽIVITEV VAŠKEGA JEDRA – ureditev ploščadi pri občinski stavbi
STRATEŠKI CILJ:	Zagotoviti prostor za dogodke na prostem, razširiti kulturno in mladinsko dejavnost, nadgraditi druge krajevne dogodke, oživiti dogajanje med poletjem, spodbuditi ustvarjalnost ter druženje, spodbujati in promovirati kulturno dogajanje v kraju ter ga narediti bolj prepoznavnega.
VODILNI PARTNER:	OBCINA BISTRICA OB SOTLI
PROJEKTNO PARTNERSTVO:	Mladinsko društvo Bistrica ob Sotli, Kulturno društvo Bistrica ob Sotli, Športno društvo Bistrica ob Sotli, Turistično društvo Bistrica ob Sotli, Društvo vinogradnikov in kletarjev Šempeter ...
KOMU JE NAMENJEN:	<ul style="list-style-type: none"> • Ustvarjalcem in obiskovalcem raznolikih kulturnih, mladinskih in drugih dogodkov, • enodnevnim gostom, • skupinam iz romarskega turizma, • srečanjem lokalnih in pobratenih društev.
PROJEKTNE AKTIVNOSTI:	Prva faza
	A1: Priprava dokumentacije za investicijo
	A2: Določitev partnerjev in izvajalcev
	A3: Izvedba investicijskih del
	Druga faza
	A4: Priprava vsebin za dogodke na prostem, k načrtovanju naj se povabi društva in druge ustanove s področja kulture (potencialni dogodki: gledališče na prostem, koncerti, kino na prostem, kulinarčni dogodki, »festival« društvenega dogajanja v kraju ...).
A5: Priprava organizacijske strukture (določiti upravljavca oz. skrbnika prostora, koordinatorja, oglaševanje dogodkov ...)	
A6: Dogajanje se vključuje v drugo turistično ponudbo	
KRATEK OPIS:	Ploščad se umesti v prostor na parkirišču pri občinski stavbi. Za to se najde ustrezen rešitev pri zagotavljanju parkirnih prostorov v središču kraja. Investicija bi se lahko načrtovala pri prijavi na razpis za obnovo Gabronke – torej povezan projekt.
KAKOVOSTNI STANDARDI:	<ul style="list-style-type: none"> • Vključevanje in povezovanje na ravni občine, regije ter države in sorodnih vsebin. • Upoštevanje zakonodaje, lokalnih odlokov in dokumentov s področja.
MERILA OZ. INDIKATORJI:	Število dogodkov, št. obiskovalcev dogodkov.

AKCIJSKI NAČRT Variacija 11	
NAZIV:	BRATUŠEVA DOMAČIJA
STRATEŠKI CILJ:	<p>Bratuševa domačija je kulturni spomenik lokalnega pomena.</p> <p>Za stavbo se načrtuje celostna notranja obnova. Sočasno se naredi raziskava o življenju Bratuševih, pod domačim imenom poznanih kot »Klobučarjevi«, in tržno zasnovani program uporabe. Stavba naj v svoji vsebini deluje kot preplet preteklosti, sedanjosti in prihodnosti. Njena vsebina mora izražati prvine lokalnega podeželskega okolja. Uredi se muzejski del, del, namenjen izkustvenemu izobraževanju, ter tudi možnost prenočitve/apartma v duhu preteklega časa.</p>
VODILNI PARTNER:	OBČINA BISTRICA OB SOTLI
PROJEKTNO PARTNERSTVO:	Kozjanski park, RRA Posavje, Mladinsko društvo Bistrica ob Sotli, Kulturno društvo Bistrica ob Sotli, Športno društvo Bistrica ob Sotli, Turistično društvo Bistrica ob Sotli, Društvo vinogradnikov in kletarjev Šempeter ...
KOMU JE NAMENJEN:	<ul style="list-style-type: none"> • Raznim mladim obiskovalcem (šolske skupine, študijske delavnice), • enodnevnim gostom, zdraviliškim gostom, • udeležencem univerze za tretje življenjsko obdobje, upokojevcem, specifičnim skupinam, • ustvarjalcem in obiskovalcem raznolikih kulturnih, mladinskih in drugih dogodkov, • skupinam iz romarskega turizma.
PROJEKTNE AKTIVNOSTI:	Prva faza
	A1: Priprava dokumentacije za investicijo in raziskavo
	A2: Določitev partnerjev in izvajalcev
	A3: Izvedba investicijskih del in raziskave
	Druga faza
	A4: Priprava in postavitve muzejske zbirke, promocijskih materialov, portala
	A5: Priprava organizacijske strukture (določiti upravljavca oz. skrbnika prostora, kustosa/vodnika po zbirki, koordinatorja, oglaševanje dogodkov ...)
A6: Dogajanje se vključuje v drugo turistično ponudbo	
KRATEK OPIS:	Bratušovo domačijo uredimo v muzejski del in v prostor, namenjen izobraževanju, delavnicam starih obrti ipd. Za muzejski del se izbere primerna predstavitev, zgodba iz lokalnega okolja, predstavitev podeželskega človeka, dogodkov iz krajevnega dediščine. Tretji del stavbe

	<p>(mansarda) se preuredi v prenočišče/apartma v duhu preteklega časa.</p> <p>Stavba v svoji vsebini deluje kot preplet preteklosti, sedanjosti in prihodnosti. Njena vsebina mora izražati prvine lokalnega podeželskega okolja. Program učečega se vodi v spoznavanje preteklosti, z obiskom domačije mu poda nova znanja ter pri njem spodbudi razmišljanje o prihodnost ter omogoči obiskovalcu osvojiti nova praktična znanja, razmišljanja o inovativnih praksah na podeželju ...</p> <p>Dejavnost v Bratuševi domačiji se načrtuje za različne skupine ljudi. Prednostno za osnovne šole, izletnike, romarje, zdraviliške goste in domače prebivalstvo, društva ter popotnike.</p> <p>Dogajanje in ponudba se mora povezovati z ostalo turistično ponudbo v kraju.</p>
<p>KAKOVOSTNI STANDARDI:</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Vključevanje in povezovanje na ravni občine, regije ter države in sorodnih vsebin. ● Upoštevanje zakonodaje, lokalnih odlokov in dokumentov s področja.
<p>MERILA OZ. INDIKATORJI:</p>	<p>Št. obiskovalcev, št. dogodkov, št. zaposlitev.</p>

AKCIJSKI NAČRT Variacija 12	
NAZIV:	FESTIVAL ANTIPRANGER
STRATEŠKI CILJ:	<p>Pripraviti nacionalno prepoznaven festival satire in humorja. Na njem se bodo predstavili prepoznavni in manj prepoznavni satiriki ter humoristi, gledališčniki ... Festival bo odstiral satirične poglede na dogodke, odnose v družbi (ne nazadnje je prav satira skozi vso zgodovino podajala resnične poglede na dogodke, ljudi, odnose, vodila k razumevanju).</p>
VODILNI PARTNER:	OBČINA BISTRICA OB SOTLI
PROJEKTNO PARTNERSTVO:	Kulturno društvo Bistrica ob Sotli, Mladinsko društvo Bistrica ob Sotli idr.
KOMU JE NAMENJEN:	<ul style="list-style-type: none"> • Ustvarjalcem in obiskovalcem raznolikih kulturnih dogodkov, • enodnevni gostom, zdraviliškimi gostom, • domačinom, • specifičnim skupinam.
PROJEKTNE AKTIVNOSTI:	<p>Prva faza</p> <p>A1: Zasnova in priprava načrta</p> <p>A2: Določitev obsežnosti projekta</p> <p>A3: Določitev prostora festivala, urejanje potrebne dokumentacije, soglasja</p> <p>Druga faza</p> <p>A4: Implementiranje načrta v rednem delu</p> <p>A5: Delavnica oziroma predizbor satir</p> <p>A6: Oglaševanje in izvedba</p>
KRATEK OPIS:	<p>Antipranger oz. kamen časti izhaja iz ljudske zgodbe o kraji prangerja v Podsredi. Rivalstvo prebivalcev sosednjih vasi in krajev je bilo skozi zgodovino vedno prisotno, le malo pa je tistih krajev, ki so ga uspeli ohraniti in prenesti v sedanji čas. Antipranger je spomenik ljudskega dogajanja v preteklosti, lahko bi mu rekli spomenik humorju podeželskega človeka, je spomenik satiri.</p> <p>Kunšperk kljub želji krajanov ni imel prangerja, zato je (za razliko od na primer Podsrede) izvzet iz kvalitetnega kulturnega dogodka »Festival pranger«, ki povezuje kar nekaj krajev s prangerji. Bodimo pogumni, kot so bili naši predniki, ki so se s konji odpravili v Podsredo po pranger in ga prinesli v Šempeter. Naredimo svoj festival.</p> <p>Antipranger je opozicija prangerju. Festival Antipranger naj bo opozicija festivalu prangerja. Če je torej glavna nit</p>

	<p>Festivala pranger branje poezije (resna zadeva), naj bo glavna nit našega Festivala Antipranger satira in humor (kot je to glavna nit zgodbe o kraji prangerja). Festival Antipranger bo torej festival satire in humorja. Na njem se bodo predstavili prepoznavni in manj prepoznavni satiriki in humoristi, gledališčniki ... Festival bo odstiral satirične poglede na dogodke, odnose v družbi (ne nazadnje je prav satira skozi vso zgodovino podajala resnične poglede na dogodke, ljudi, odnose, vodila k razumevanju).</p> <p>S festivalom se v sedanost transformira naša identiteta – humor kmečkega prebivalstva. Ponuja se spoštovanje satiričnih dejanj, ki izhajajo iz zgodb – ljudskega, nadgrajuje se z drugimi vrstami humorja. Dogodek bi ponudil tudi predstavitev domačih kulturnih ustvarjalcev in poustvarjalcev – ŠeBi teater je s svojimi igrami že krepko zakorakal v satirično plat, satiro ustvarja tudi Tonči Babič, hkrati pa se s tem ponuja priložnost, da se raziščejo še druge zgodbe ljudske satire, ki jo je ustvarjalo podeželsko prebivalstvo v kraju.</p> <p>Bojazni, da dogodek ne bi bil sprejet, ni. Dejstvo je, da se ljudje premalo smejimo, smo premalo sproščeni, ne znamo sprejeti satire in je ne ustvarjamo. Temu je tako, ker imamo le malo priložnosti, da bi jo spoznali. Vse to mora dogodek »Festival Antipranger« preseči.</p>
<p>KAKOVOSTNI STANDARDI:</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Vključevanje in povezovanje na ravni občine, regije ter države in sorodnih vsebin. ● Upoštevanje zakonodaje, lokalnih odlokov in dokumentov s področja.
<p>MERILA OZ. INDIKATORJI:</p>	<p>Št. obiskovalcev in nastopajočih, satirikov na festivalu.</p>

AKCIJSKI NAČRT Variacija 13	
NAZIV:	ZNAMENJA ŠEMPETRA
STRATEŠKI CILJ:	Povezati obstoječe tematske poti v prepoznavno in doživljajsko turistično ponudbo.
VODILNI PARTNER:	OBČINA BISTRICA OB SOTLI
PROJEKTNO PARTNERSTVO:	Kozjanski park, ŠD – Kolesarska sekcija Orans, Kulturno društvo Bistrica ob Sotli, Mladinsko društvo Bistrica ob Sotli idr.
KOMU JE NAMENJEN:	<ul style="list-style-type: none"> • Pohodnikom in kolesarjem, • romarjem, • enodnevnim gostom, zdraviliškim gostom, • domačinom, • specifičnim skupinam.
PROJEKTNE AKTIVNOSTI:	Prva faza
	A1: Zasnova in priprava celostne zgodbe spremljevalnih aktivnosti
	A2: Določitev organizacijske ekipe
	A3: Celostna promocijska podoba
	Druga faza
A4: Oglaševanje in izvedba	
KRATEK OPIS:	<p>Tematske poti so se pojavile kot eden izmed segmentov turistične predstavitve dediščine in okolja na nekem območju. Tudi Šempeter ima kar nekaj tematskih poti (Vodna učna pot, vinska cesta, Oransova kolesarska pot, Slomškova pot, evropska pešpot E7). Pred leti je nastala tudi zasnova tematske poti Kamnita znamenja. Za boljšo prepoznavnost obstoječih in na novo ustvarjenih tematskih poti se naredi načrt, kako bi te poti zaživele in živele, ter skupna predstavitev vseh poti »Znamenja Šempetra« (sama beseda znamenja že ima privlačen za spoznavanje, hkrati pa so kamnita znamenja).</p> <p>Posameznim elementom se prida doživljajska, izkustvena vrednost. V tematske poti se vključi tudi ponudbo lokalnih kmetij, gostincev oz. turističnih kmetij. Vključuje se lokalno prebivalstvo. Za investicije pri preureditvi domačij v namen, da se občan vključi v ponudbo tematske poti, naj občina nameni tista sredstva, ki jih ima za razpis za naložbe v turizmu (torej se v razpisu zoži namenska raba sredstev na točno določene investicije; tukaj bi morala biti občina nekakšen motivator).</p> <p>Raziščejo naj se kanali za promocijo tematskih poti. Vse poti se predstavljajo v skupni publikaciji pod skupnim</p>

	imenom na spletnih straneh ... Tako bo turist dobil informacije, kako doživeti Šempeter na enem mestu. Primerno se usposobi tudi vodnike za vodenje po poti.
KAKOVOSTNI STANDARDI:	<ul style="list-style-type: none"> ● Vključevanje in povezovanje na ravni občine, regije ter države in sorodnih vsebin. ● Upoštevanje zakonodaje, lokalnih odlokov in dokumentov s področja.
MERILA OZ. INDIKATORJI:	Št. pohodnikov, kolesarjev, organiziranih vodenih skupin.

7.1 Natečaj za turistični spominek vasi Kunšperk, Polje pri Bistrici in Bistrica ob Sotli

V sklopu projekta NE POZABIMO VASI smo naredili tudi natečaj za turistični spominek. Prispele predloge turističnega spominka smo uvrstili v aktivacijski načrt.

Akcijski načrt, Variacija 1	
NAZIV:	ILUSTRACIJA BOS
STRATEŠKI CILJ:	Prepoznavnost vasi Kunšperk, Polje pri Bistrici in Bistrica ob Sotli.
VODILNI PARTNER:	OBČINA BISTRICA OB SOTLI
PROJEKTNO PARTNERSTVO:	Vsa društva v občini in zainteresirani zasebniki s področja turizma.
PROJEKTNE AKTIVNOSTI:	<p>Prva faza</p> <p>A1: Zasnova in priprava načrta</p> <p>Druga faza</p> <p>A2: Implementiranje načrta v rednem delu</p> <p>A3: Tisk tiskovin</p>
KRATEK OPIS:	Tisk majic, tisk magnetov, tisk brošk, tisk na skodelice, izdelava razglednic. Promocija na sejnih, turističnih točkah, ostalih dogodkih v občini in zunaj nje, zasebnikih. Spominek pri gostovanjih občine in drugih društev – protokolarno darilo.
KAKOVOSTNI STANDARDI:	<ul style="list-style-type: none"> ● Vključevanje in povezovanje na ravni občine, regije ter države in sorodnih vsebin. ● Upoštevanje zakonodaje, lokalnih odlokov in dokumentov s področja.
MERILA OZ. INDIKATORJI:	Evidenca in beleženje prodaje spominka.

Akcijski načrt variacija 2	
NAZIV:	SPOMINEK ANTIPRANGER
STRATEŠKI CILJ:	Prepoznavnost vasi Kunšperk, Polje pri Bistrici in Bistrica ob Sotli.
VODILNI PARTNER:	OBČINA BISTRICA OB SOTLI
PROJEKTNO PARTNERSTVO:	Vsa društva v občini in zainteresirani zasebniki s področja turizma.
PROJEKTNE AKTIVNOSTI:	<p>Prva faza</p> <p>A1: Zasnova in priprava načrta</p> <p>Druga faza</p> <p>A2: Implementiranje načrta v rednem delu</p> <p>A3: Tisk tiskovin</p>
KRATEK OPIS:	Tisk majic, tisk magnetov, tisk brošk, tisk na skodelice, izdelava razglednic, tisk skulpture iz gline oziroma drugega primerne materiala. Promocija na sejnih, turističnih točkah, ostalih dogodkih v občini in zunaj nje, zasebnikih. Spominek pri gostovanjih občine in drugih društev – protokolarno darilo.
KAKOVOSTNI STANDARDI:	<ul style="list-style-type: none"> ● Vključevanje in povezovanje na ravni občine, regije ter države in sorodnih vsebin. ● Upoštevanje zakonodaje, lokalnih odlokov in dokumentov s področja.
MERILA OZ. INDIKATORJI:	Evidenca in beleženje prodaje spominka.

7.2 Predlogi programov doživetja za zdraviliške goste

POHODNIŠTVO PO BISTRICI OB SOTLI: Učna pot Kunšperk–Klestje

Za vse pohodnike je pripravljena pot od starodavnega Kunšperka do očarljivega drevoreda Klestje z začetkom v Bistrici ob Sotli, ki je tudi sedež občine. Področje, ki sta ga oblikovali dve reki – hudourniška in nepopustljiva Bistrica ter mestoma urna, a tudi ravninsko lenobna Sotla – ponuja mnogo doživetij; med njimi je tudi Učna pot Kunšperk–Klestje.

Steza je zasnovana kot lahka pohodniška pot, brez posebnih vzponov, in je zato primerna za kar najširši krog pohodnikov ter naključnih obiskovalcev. Ponuja različne postanke, vredne ogleda. Kot že omenjeno, svoje vijuganje začne v Bistrici ob Sotli, se kmalu približa mokriščnim travnikom ter ponudi odkrivanje zgodovinsko pomembnega naselja Kunšperk in znamenite Kunšperške gore. Naenkrat zavije v

ozko, skrivnostno sotesko Zelenjak, postane pri življenja polnih meandrih Sotle in po ravninskem sprehodu med polji doseže drevored Klestje ter zaključno panoramsko točko, ki s pogledom popelje po okoliških znamenitostih. Pot vodi po pokrajini, ki je stičišče alpskega in panonskega sveta ter sodi v eno najstarejših zavarovanih območij naravnega parka pri nas – Kozjanskega parka in območje Natura 2000.

Na posamezne postanke opozarjajo posebne table, ki vsebujejo tudi opise tamkajšnjih naravnih ali kulturno-zgodovinskih znamenitosti in posebnosti, kot so najpomembnejše tukaj živeče živalske in rastlinske vrste. Tistim, ki radi posežejo po elektronskih izdajah, so na voljo dodatne informacije, do katerih se lahko dostopa preko QR-kode, ki je na vsaki od tabel.

Začetek poti je v Bistrici ob Sotli, v bližini nekdanje Gabronove gostilne z značilnim tlorisom s konca 19. stoletja, v kateri je danes sedež občine Bistrica ob Sotli, ter Bratuševe hiše s pritlično tradicionalno zgradbo, vhodnim prizidkom in bogato okrašenim portalom.

Kmalu pot pripelje do močvirnega travnika – mokrišča. V zahvalo, ker lahko voda od časa do časa poplavi razsušeno zemljo, se pretoči v zelene jarke in jo nahrani, se je tu ohranil posebno pisan in skrivnosten svet. S pozornim opazovanjem se lahko v različnih letnih časih tu vidi zanimive, sramežljive živali in rastline, ki jim nudijo zavetje.

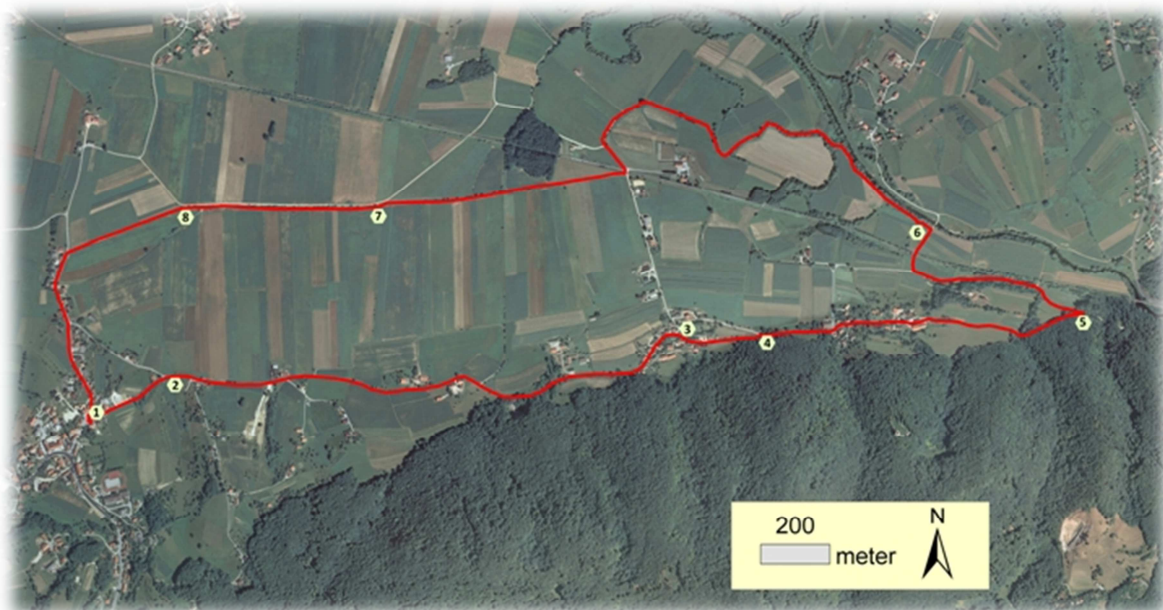
Naslednja točka je vas Kunšperk! Ogleda vreden delček zgodovine, skromnega življenje kunšperškega kmeta. To podoživite z obiskom Kravaričeve domačije in spoznate tipično, s slamo krito stanovanjsko hišo iz 19. stoletja. Črna kuhinja, svinjak, kašča, klet ... kmet se je moral znajti in uporabiti prav vse tukajšnje danosti, da je preživel tudi v najtrših časih. In tukajšnji prebivalci so bili od nekdanj izredno modri ter preudarni: hiše so gradili v breg – za zaščito in zato, da je dobra, obdelovalna zemlja ostala za pridelavo hrane.

Če slučajno še niste opazili, kako prijetno hladen in svež zrak vas objema, ko hodite med našimi vasmimi, potem je sedaj pravi trenutek, da se ustavite in zadihate s polnimi pljuči. Pred vami je 597 metrov visoka Kunšperška gora, kjer narava zablesti v svojem sijaju. Ovita v bukov gozd se ponosno dviga nad Kunšperškim poljem. Med najlepšimi je t. i. skalno okno, ki naj bi nastalo s preperevanjem kamnin. Popotniki so vedno znova navdušeni nad razgledom, ki jim ga to naravno okno ponuja, saj sega vse tja do Orešja in Hrvaškega Zagorja. Tukaj so še ruševine nekdanjega gradu Kunšperk.

Pot vodi tudi mimo reke Sotla, ki je sama po sebi zanimiva za opazovanje, saj pogosto menja svoj značaj in preseneča z živalskimi ter rastlinskimi vrstami, ki jim nudi dom, a skozi dolga stoletja ji je uspelo ustvariti tudi nenavadna naravna območja. Območja, kjer naš glas od začudenosti nehote potihne in oči budno opazujejo okolico. Soteska Zelenjak je prav takšno območje – kraj zelenega in tišine, a tudi večstoletno območje meje. Izrazito ozka soteska, ki jo je v kamnine neizprosno vrezala reka Sotla, je namreč najožji tukajšnji del med sosednjima državama in tako, kot danes deli državi Slovenijo ter Hrvaško, je nekdanj delila že avstrijsko Štajersko in ogrsko Hrvaško.

Gotovo boste opazili, da vas na celotni poti med vasmimi spremljajo najrazličnejša visoka in nizka drevesa ter vaš pogled vabijo k svojim deblom in bujnim krošnjam.

Drevesa veljajo za simbol naravnega in nadnaravnega, v slovenskih ljudskih pripovedih so celo čutila, govorila in predstavljala povezavo z onostranstvom (Vodnik »Ne pozabimo vasi«, Občina Bistrica ob Sotli, 2015).



Slika 1: Učna pot Kunšperk–Klestje
Vir: Arhiv Občine Bistrica ob Sotli

ENODNEVNI KOLESARSKI IZLET – primer dobre prakse (povezovanje z ostalimi vasi)

V soboto je zbor kolesarjev pred Gostilno Šempeter. Ob 8. uri se pripravijo kolesa in ostala kolesarska oprema. Sledita jutranja kava in zajtrk v Gostilni Šempeter. Ker kolesarjenje poteka tudi po sosednji državi Hrvaški, je treba vzeti s seboj osebni dokument. Pot nas bo najprej vodila mimo antiprangerja – kamna časti, kjer bomo poslušali legendo o antiprangerju. Nato nadaljujemo pot skozi kraje Kunšperk – ogled Kravaričeve domačije, sledilo bo prečkanje slovensko-hrvaške meje z ogledom zapuščenega stadiona, etnološkega muzeja »Staro selo«, Titove rojstne hiše ter nekdanje politične šole. Med ogledom bomo nekoliko obudili spomine na »bivšo Jugo« in spoznali, da so nekatere kulturne znamenitosti sedaj v precej slabšem stanju, kot so bile takrat.

Pot bomo nadaljevali skozi vasi Kladnik, Velinci, Ivanić Desinički in Desinić, kjer si bomo ogledali grad Veliki Tabor (Desinić). Sledilo bo kolesarjenje skozi vasi Miljana, Plavić in Zagorska Sela ter ogled cerkve Sv. Kate. Po ogledu bomo spet prečkali državno mejo in se tako vrnil v Bistrico ob Sotli. Sledi kolesarjenje do prekrasnega predela reke Sotle in soteske Zelenjak. Sledi še kopanje in kratek oddih v neokrnjeni ter pomirjajoči naravi.

Bistrica ob Sotli oziroma Gostilna Šempeter je znana po slastnem kopunu, zato se spodobi, da si po kopanju privoščimo še omenjeno jed. Ob presežkih kulinarike je priporočljivo zaužiti tudi kapljico dobrega lokalnega vina, zato se bomo odpravili še na degustacijo vin v bližnjo klet Zorenč-Hohnjec, ki se ponaša s prestižnima

nagradama v Londonu – Decanter World Wine Awards 2014 (Arhiv kolesarske sekcije Orans, Ponudba kolesarskih izletov in doživetij, 2015).

8 SPREMLJANJE IN NADGRADNJA STRATEŠKEGA NAČRTA

Kot smo zapisali že uvodoma, je ob uresničevanju tega dokumenta treba spremljati novonastale razmere na turističnem trgu. Potrebno je sprotno spremljanje izvajanja in dopolnjevanja strateškega načrta glede na novonastale okoliščine. Hkrati dokument vzpostavlja pomembno podlago za to, da se v skladu z opredeljenim razvojno-trženjskim konceptom območja bolj usmerjeno gradi tudi na lokalni ravni (občine usmerja k razvoju prepoznavne ponudbe in povezovanju ponudbe).

SPREJEM

Strategijo razvoja turizma vasi Kunšperk, Polje pri Bistrici in Bistrica ob Sotli 2015–2020 se predstavi na seji občinskega sveta in jo sprejme občinski svet.

ORGANIZACIJA IZVAJANJA

Za izvajanje strategije je zadolžena Občina Bistrica ob Sotli oziroma skupina, ki jo bo za uresničevanje strategije določila občina z občinskim svetom.

Finančno se strategija izvaja prek umestitve programskih vsebin in projektov v vsakoletni proračun ter načrte razvojnih programov Občine Bistrica ob Sotli. Posamezen nosilec ukrepa oz. projekta je poleg tega zadolžen za načrtovanje projektov in pravočasno pripravo projektnih prijav na javne razpise za pridobitev načrtovanih dodatnih finančnih virov.

SPREMLJANJE IZVAJANJA

Za spremljanje izvajanja je zadolžena pristojna oseba za področje turizma, ki jo določi občinski svet. Ta enkrat letno poroča telesu občinskega sveta, pristojnemu za področje turizma, o realizaciji strategije.

Vmesna ocena izvajanja in predlog sprememb

Sredi obdobja izvajanja strategije (predvidoma leta 2018) se izdelava vmesna ocena izvajanja in predlog spremembe strategije. Vmesno poročilo se posreduje v obravnavo občinskemu svetu skupaj s predlogom za možno spremembo strategije.

KATERI KAZALNIKI SE MERIJO?

Predlagamo naslednje načine spremljanje izvajanja strategije: Ob koncu vsakega strateškega leta, preden se strategija tudi pretvarja v operativni program dela za prihodnje tekoče leto, predlagana nazorna skupina opravi temeljito kvantitativno in še posebej kvalitativno analizo.

Na letni podlagi poteka evalvacija naslednjih elementov:

1. Število turističnih prihodov
2. Število turističnih nočitev
3. Število novih turističnih ležišč
4. Število novozaposlenih oseb na področju turizma

5. Število prodanih programov
6. Število vodenj
7. Število obiskov v infotočkah
8. Število obiskov na posameznih turističnih točkah (znamenitosti)
9. Potrošnja na obiskovalca

Določenih kazalnikov še ni na voljo, v načrtu pa smo predlagali njihovo vzpostavitev. Na ta način se lahko zagotovi sprotno prilagajanje strategije novim razmeram in spremembam v zunanjem okolju (spremembe, na katere nosilci razvoja turizma ne morejo vplivati), pa tudi novim razmeram in spremembam notranjega okolja, na katere ima izvajalec strategije možnost vplivati (npr. sprememba prioritete v politikah, obseg sredstev za turizem ipd.).

9 ZAKLJUČEK

Turizem je že leta gospodarska dejavnost z najvišjo stopnjo rasti na svetu in obenem eden najbolj perspektivnih temeljev vsestranskega razvoja družbene skupnosti.

Razvoj turizma temelji na različnih lokalnih turističnih privlačnostih in dejavnikih. Poleg naravnih, zgodovinskih in kulturnih privlačnosti prihaja v ospredje inovativna turistična ponudba z izgrajenimi turističnimi atrakcijami.

A brez muje se še čevelj ne obuže; lepote in naravne danosti ter zgodovinski viri so samo osnovna sredstva, ki omogočajo, da s svojim delom, prijaznostjo, gostoljubjem, iznajdljivostjo in inovativnostjo privabimo gosta, ki nam našo storitev plača. Njivo turizma moramo najprej obdelovati, posejati, negovati in šele nato požeti. Pomembno se je zavedati, da turizem ne bo obrodil sadov kar čez noč in brez posebnih vlaganj. Takšno razmišljanje je zmotno in obsojeno na propad.

Vasi Kunšperk, Polje pri Bistrici in Bistrica ob Sotli s primarno turistično ponudbo je eno takih območij, ki nudijo možnosti preživljanja aktivnih počitnic in tudi možnosti izletništva. Toda brez prave organizirane turistične ponudbe turistov ne bo.

Svetovni trendi napovedujejo lepo prihodnost za področja, ki niso razvita, zato je treba preiščeno vlagati v razvoj turizma in narediti produkt, ki bo inovativen ter edinstven.

LITERATURA IN VIRI

- AHLIN, Branka. 2004. *Oblikovanje mikroturistične regije Šentruperska dolina*. Diplomsko delo. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
- BATISTUTA, Uršula. 2011. *Lokalna identiteta in njena podoba*. Diplomsko delo. Ljubljana: Univerza v Ljubljani, Pedagoška fakulteta.
- BOGATAJ, Janez. 1992. *Sto srečanj z dediščino na Slovenskem*. Ljubljana: Prešernova družba.
- BOGATAJ, Janez. 2007. *Okusiti Slovenijo*. Ljubljana: Mladinska knjiga.
- BUNDERLA, Edita. 2010. *Oblikovanje strategije komuniciranja v marketingu podjetja Terme 3000*. Diplomsko delo. Maribor: Univerza v Mariboru, Ekonomsko-poslovna fakulteta.
- ČERNELČ, Andrej. 2014. *Eureka! Mnenje mladih*. Bistrica ob Sotli: Mladinsko društvo Bistrica ob Sotli.
- EVROPSKA KOMISIJA. 2010. *Evropa, prva svetovna turistična destinacija – nov okviru evropske turistične politike. Sporočilo komisije evropskemu parlamentu, svetu, Evropskemu ekonomsko-socialnemu odboru in odboru regij*. Internetni vir: [http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2009_2014/documents/com/com_com\(2010\)0352_/com_com\(2010\)0352_sl.pdf](http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2009_2014/documents/com/com_com(2010)0352_/com_com(2010)0352_sl.pdf). Pregledano: maj 2015.
- GLIBE, Jasmina. 2008. *Zaznavanje domačinov o vplivih turizma v občini Podčetrtek*. Diplomsko delo. Maribor: Univerza v Mariboru, Ekonomsko-poslovna fakulteta.
- HALB, Maja. 2013. *Vpetost kulturne dediščine v turistično ponudbo na Goričkem*. Diplomsko delo. Ljubljana: Univerza v Ljubljani, Fakulteta za družbene vede.
- HÜLL, Gabriela. 2006. *Razvojne možnosti Krajinskega parka Goričko*. Diplomsko delo. Ljubljana: Univerza v Ljubljani, Filozofska fakulteta, Oddelek za geografijo.
- KOVAČIČ, Matija ur. 1995. *Izhodišča, sestavine in problemi celovitega razvoja podeželja v Sloveniji*: zbornik posveta. Ljubljana: Univerza v Ljubljani, Biotehnična fakulteta, Oddelek za agronomijo, Inštitut za agrarno ekonomiko.
- KRAMER, Laura Bianka. 2009. *Načrt trženja za Penzion Kramer in Strelišče Kunšperk*. Diplomsko delo. Ljubljana: Univerza v Ljubljani, Ekonomska fakulteta.
- KULOVEC, Milena. 2002. *Dopolnilne dejavnosti na kmetiji*. Ljubljana: Kmečki glas.
- LEBE, Sonja Sibila. 2008. *Kulturna dediščina in lokalne tradicije kot temelj turistične podobe podeželja*. Maribor: Univerza v Mariboru, Ekonomsko-poslovna fakulteta.

LOJEN, Nina Klavdija. 2010. *Romarski turizem kot neizkoriščena priložnost slovenskega turizma*. Diplomsko naloga. Portorož: Fakulteta za turistične študije – Turistica.

MISJA, Petra. 2005. *Kozjanski park – med realnostjo in željami*. Diplomsko delo. Bistrica ob Sotli: Univerza v Ljubljani, Filozofska fakulteta, Oddelek za etnologijo in kulturno antropologijo.

MENCEJ, Mirjam. 2007. *Po poteh zgodb*. Podsreda: Kozjanski park.

MENCEJ, Mirjam. 2010. *Pripovedi s Kozjanskega in Obsotelja*. Ljubljana: Filozofska fakulteta.

MESTNA OBČINA Kranj. 2014. *Strategija razvoja turizma v Mestni občini Kranj 2014–2020*. Kranj: Mestna občina Kranj.

MESTNA OBČINA Ljubljana. 2014. *Strategija razvoja in trženje turistične destinacije Ljubljana za obdobje 2014–2020*. Ljubljana: Mestna občina Ljubljana.

OBČINA Bistrica ob Sotli. 2009. *Turistična ponudba: Naravne znamenitosti*. Bistrica ob Sotli: Občina Bistrica ob Sotli.

OBČINA Idrija. 2009. *Razvojni načrt in strategija trženja turizma 2009–2015*. Integralni dokument. Idrija: Občina Idrija.

OBČINA Kostel. 2009. *Strategija razvoja turizma v občini Kostel 2010–2015*. Kostel: Občina Kostel.

OBČINA Vrhnika. 2013/2014. *Strategija razvoja turizma v občini Vrhnika 2014–2020*. Vrhnika: Zavod Ivana Cankarja za kulturo.

OBČINA Železniki. 2012. *Strategija razvoja turizma v občini Železniki 2013–2017*. Železniki: Občina Kranj.

OROŽEN, Janko. 1934. *Gradovi in graščine v narodovem izročilu 1: Gradovi in graščine ob Savinji, Sotli in Savi*. Celje: Samozaložba.

PETRIŠIČ, Andreja. 2009. *Vključitev Bistrice ob Sotli v turistično ponudbo regije*. Diplomsko delo. Maribor: Univerza v Mariboru, Ekonomsko-poslovna fakulteta.

REGIONALNA razvojna agencija Posavje. 2014. *Regionalni razvojni program regije Posavje 2014–2020. Strateški del*. Delovno gradivo. Krško: RRA Posavje.

REGIONALNA razvojna agencija Posavje. 2011. *Strategija razvoja: Regionalna destinacijska organizacija Posavje 2011–2015*. Krško: RRA Posavje.

SEDEJ, Ivan. 1974. *Etnološki spomeniki na območju Občine Šmarje pri Jelšah: Topografsko gradivo*. Ljubljana: Zavod za spomeniško varstvo SR Slovenije.

STOPAR, Ivan. 1977. *Kapela sv. Jurija na Svetih gorah*. Varstvo spomenikov, let. 21/1977, str. 23–24.

STRATEGIJA razvoja Slovenije 2014–2020. Internetni vir: http://piaac.acs.si/doc/images/Dogodki/Strokovni%20seminar%20MIZS/Bostjan_Vasle_UMAR_PIAAC_seminar_3-12-2014.pdf. Pregledano: april 2015.

STRATEGIJA razvoja slovenskega turizma 2012–2016: Partnerstvo za trajnostni razvoj slovenskega turizma. Internetni vir: http://www.slovenia.info/pictures/TB_board/attachments_1/2012/Strategija_turizem_sprejeto_7.6.2012_14561.pdf. Pregledano: april 2015.

ŠAUPERL, Franjo. 2000. *Položaj in vloga turističnih društev pri razvoju turizma na podeželju*. Internetni vir: <http://www.turisticna-zveza.si/Misel/5/POLOZAJ%20IN%20VLOGA%20TURISTICNIH%20DRUSTEV%20%20ONA%20PODEZELJU-7.doc>. Pregledano: april 2015.

ŠLIBAR, Vlado. 1995. *Prehrana v Podsredi in okolici med II. svetovno vojno*. V: *Poletna delavnica Podsreda 94*. Marja Lorenčak, ur. Podsreda in Ljubljana: Kozjanski park in Zveza organizacij za tehnično kulturo, Gibanje znanost mladini, str. 65–77.

ŠTERLEK, Emilija. 2011. *Bistrica ob Sotli: med biseri dediščine*. Bistrica ob Sotli: Občina Bistrica ob Sotli.

ŠTERLEK, Emilija. 2014. *Učilnica v naravi posavskih kmetij*. Bistrica ob Sotli: Mladinsko društvo Bistrica ob Sotli.

TUŠEK, Tadeja. 2010. *Analiza turizma na podeželju v podravski regiji*. Diplomsko delo. Maribor: Univerza v Mariboru, Ekonomsko-poslovna fakulteta.

VALENČAK, Mojca. 2009. *Turistični potencial občin Bistrica ob Sotli, Kozje in Podčetrtek*. Diplomsko delo. Maribor: Univerza v Mariboru, Filozofska fakulteta, Oddelek za geografijo.

ZATLER, Marjeta. 2007. *Analiza turističnih trendov v svetu in trženje slovenskega turizma*. Diplomsko delo. Maribor: Univerza v Mariboru, Ekonomsko-poslovna fakulteta.

ZAVOD ZA PODJETNIŠTVO IN TURIZEM BREŽICE. 2008. *Strategija razvoja in trženja turizma turistične destinacije Brežice za obdobje 2007–2013*. Brežice: Občina Brežice.

ZAVRATNIK, Irena. 2005. *Razvojne možnosti turizma v občini Izola*. Diplomsko delo. Maribor: Univerza v Mariboru, Ekonomsko-poslovna fakulteta.

ZORENČ, Lucija. 1996. *Svete gore z okolico*. Podsreda in Bistrica ob Sotli: Kozjanski park in Župnijski urad.

ZORENČ, Lucija, ZAKONJŠEK, Vesna. 2008. *Kamnita znamenja v Kozjanskem parku*.
Podsreda: Kozjanski park.

Internetni viri:

<http://turizem-kramer.si/>
<http://www.bizeljsko.eu/>
<http://www.sem5er.com/>
<http://www.td.bistricaobsotli.si/>
<http://www.turizem-podcetrtek.si/>
<http://kozjanski-park.si/>
<http://kozjansko.info/>
<http://www.ks-orans.bistricaobsotli.si/>
<http://www.bistricaobsotli.si/>
<http://www.osbistricaobsotli.si/>
<http://www.klub-metulj.org/>
<http://www.svetegore.si/>

PRILOGE

Priloga 1: Priložnost turističnega razvoja vasi na območju Natura 2000, povzetek posveta

V ponedeljek, 18. 5. 2015, je Mladinsko društvo Bistrica ob Sotli organiziralo posvet na temo turizma v občini Bistrica ob Sotli. Mladinsko društvo je izvajalec »Pregleda identitete in analize treh vasi v občini Bistrica ob Sotli« v okviru operacije *NE POZABIMO VASI*, ki jo izvaja Občina Bistrica ob Sotli. Rezultati projekta so urejena krožna tematska učna pot, informativna tabla s QR-kodo, info monitor, pripravila se bodo promocijska gradiva, multimedijška predstavitev, strategija turističnega razvoja in vzpostavljen bo info center.

Mladinsko društvo je zato na podlagi svoje prioritete naloge izpeljalo zelo zanimiv posvet, ki so se ga udeležili zanimivi gostje, in sicer: ga. Sanela Halilović (RRA Posavje), ga. Darja Planinc (RRA Posavje), g. mag. Hrvoje Teo Oršanič (Kozjanski park), g. Franjo Debelak (župan občine Bistrica ob Sotli), g. Boštjan Misja (TIC Podčetrtek), g. Damjan Kejžar (župnik v župniji Sv. Peter pod Svetimi gorami), g. Nejc Kunst (gostilna Šempeter) in ga. Nika Šarlah (Turistično društvo Bistrica ob Sotli).

Posvet je bil namenjen pripravi predloga strategije turističnega razvoja v občini Bistrici ob Sotli – seveda z dobrim namenom, da vse zbrane ideje, opredeljene strateške cilje in načrte končno uporabijo in jih ne postavijo v fascikle, ki so v preteklosti žal obstali le v zaprašenem arhivu.

Gostom so bila postavljena konkretna vprašanja, kot so: Zakaj turizem na vasi? Kako ga vidijo kot razvojna priložnost podeželja? Kako turizem vpliva na okolje, kako do lokalnega turizma? Kaj pomeni za občino Bistrica ob Sotli obvarovano območje *Natura 2000*? Vloga občine in finančna struktura za razvoj turizma? ter še mnoga druga vprašanja, ki se porajajo pri samem razvoju turizma v manjših občinah.

Na podlagi dobljenih odgovorov vam v nekaj stavkih predstavljamo rezime posveta. Turizem je poleg kmetijstva ena izmed redkih razvojnih priložnosti razvoja podeželja. Bistrica ob Sotli ima strateško zanimiv položaj, saj leži med zelo turističnima krajema Čatež ob Savi in Podčetrtek, ki sta zelo razpoznavna po številnih gostih s celega sveta. Tudi turizem na podeželju postaja vedno večji svetovni trend. V kolikor gledamo z vidika obiskovalcev v bližnjih termah, lahko opazimo, da je lahko podeželje kot odlična popestritev masovne turistične ponudbe, lahko pa se razvije tudi v samostojno turistično destinacijo. Zdraviliškim gostom lahko tako ponudimo doživetja neokrnjene narave in okusov podeželja. Dejstvo, da Bistrica ob Sotli leži v zavarovanem območju *Natura 2000*, še ne pomeni, da je v rezervatu, ampak ponuja razvojne prednosti »butičnega« turizma. Z razvito in pestro kulturno ponudbo ima Bistrica ob Sotli tudi potencial za razvoj alternativne turistične ponudbe.

G. Franjo Debelak je izpostavil, da občina že vodi različne projekte na področju turizma in spodbuja prodajo pri domačih ponudnikih. Poudaril je tudi, da je eden od segmentov organizacija nekoliko večjih lokalnih dogodkov, ki jih je treba nadgraditi, da postanejo še prepoznavnejši.

Nekateri prisotni ponudniki in poslušalci posveta so poudarili, da je v večini primerov velik problem sama birokracija, registracija dejavnosti in začetni kapital za razvoj določenih turističnih storitev. Izpostavljen je bil tudi romarski oz. verski turizem, ki pa se v občini Bistrica ob Sotli kljub mednarodno prepoznavnemu romarskemu središču ne razvija oziroma sam kraj ne zna izkoristiti njegovega potenciala.

Posvet smo sklenili z ugotovitvijo, da uspešnost razvoja turizma zagotavljajo samo trdo delo, kvaliteta in unikatnost. Pomembno je imeti cilj, v katerega je treba vključiti čim več lokalnih dobrih ponudnikov. Tudi svetovni trendi napovedujejo lepo prihodnost za področja, ki niso razvita. Vsi zbrani na posvetu so se strinjali, da je za občino nujno narediti produkt, ki bo temeljil na unikatnosti. To bo dalo občini prepoznavnost in zanimivost v širšem okolju, kar lahko pritegne goste in na čemur lahko gradimo ter tržimo nadaljnjo turistično ponudbo.

Naj zaključimo s citatom Petra Vesenjaka, s katerim smo posvet v Bistrici ob Sotli začeli:

»Ena največjih zablod je razmišljanje o razvoju turizma na splošno!«

(Avtor: Emilija Šterlek)

Priloga 2: Rezultati ankete razvoja strategije turizma Bistrice ob Sotli »Turizem v Bistrici ob Sotli«

»TURIZEM V BISTRICI OB SOTLI?«⁸

1. Ali menite, da je z geografskega vidika možnost razvijanja turizma v omenjenih vaseh (Bistrica ob Sotli, Kunšperk in Polje pri Bistrici)?

1. Vsekakor. Bistrica ob Sotli je občina, ki leži na meji dveh regij (Savinjska in Posavje). V teh dveh regijah imamo dvoje velikih in prepoznavnih Terme (Olimia in Čatež). Turizem na vasi bi bila lahko odlična dopolnilna ponudba teh dveh turističnih centrov. Hkrati pa občina leži na meji s Hrvaško, kjer je dokaj prepoznano Staro selo v Kumrovcu in zanimiva zgodovina povezana s Titom.
2. Da.
3. Možnosti vedno so, če so ideje in zagnanost. Lokacije so zanimive, Bistrica je zelo lep kraj, v njegovem osrčju je dobra gostilna in veliko kulturne ponudbe. Kunšperk je kraj s trško tradicijo, ruševinami gradu, lepimi kmetijami, Polje ima, če ne drugega, lepo doline Sotle, primerno za festivale na prostem, kopanje ...
4. Glede na to, da smo odmaknjeni od glavnih slovenskih prometnic se s tem dosti zmanjša možnost, da nas naključno obiše kakšen turist. Prinaša pa takšna lokacijska odmaknjenost dosti drugih prednosti. Predvsem z geografskega vidika imamo vse možnosti za razvoj turizma. Glede na to, da smo del Kozjanskega, nas turisti že lahko locirajo v kateri del Slovenije sodimo.
5. Je možnost - velika.
6. Ja.
7. Da.
8. Vsekakor.
9. Geografija sama ne more omejevati možnosti turizma.
10. Turizem je tudi na Tibetu.
11. Sigurno.
12. Da.

2. Določite pet turistično-strateških (možnost za razvoj turizma) točk na omenjenem območju?

1. Kamen časti, Znamenja, Gostilna Šempeter, Kunšperk - kmečki upori, OŠ Bistrica ob Sotli, Trebče, Kumrovec – Tito. Klub Metulj – mladinsko – kulturni turizem."
2. Romarski turizem, kolesarske ture, po poteh kmečkih uporov, turizem na kmetijah, vodne poti, lovski turizem.
3. Festivali na prostem, kulturni turizem, gastronomski turizem, eko-turizem, raziskovalni in pustolovski turizem, botanični turizem, kampiranje in preživetje v naravi, strelstvo, lokostrelstvo, kolesarstvo, jogging, šport v naravi, vinogradništvo.

⁸ V to prilogo smo umestili vse odgovore spletne ankete, ki je bila objavljena na spletni strani www.klub-metulj.org. Odpravili smo zgolj manjše pravopisne napake. Besedilo in slog ostajata enaka. Cenzure ni.

4. Cerkveni turizem, kmečki turizem, zeliščarstvo, šport in adrenalin, kultura, narava, kulinarika, šport, zdravje, sprostitvev.
5. Turizem na kmetijah, šport in prosti čas, romarski turizem, kulinarika (vino in salame), pohodništvo."
6. Svete gore (Sv. Križ in Sv. Peter), vinogradništvo, šport - kolesarstvo, pohodništvo, kulturno - koncertni utrip kraja."
7. Kmetije, Svete gore, vinogradi, jame, bližina treh kopališč (**Podčetrtek, Tuhelj, Čatež**), obnova mlina.
8. Konjenica Obsotelja - ustanovitev ranča oziroma možnost jahanja.
9. Turistični vlakec - vozil bi relacijo Sv. gore, Kunšperk, turistične kmetije ...
10. Možnost izposoje koles.
11. Ureditev kopališča v reki Bistrici ali Sotli.
12. Obnoviti kakšen mlin na vodi, obnoviti apnenice pri Mlinerju, sakralni turizem, kulinarika.

3. Kaj menite, kako je z dostopnostjo do naravnih in kulturnih znamenitosti na tem območju?

1. Srednje dobro.
2. Dostopi so dokaj urejeni, vendar je promocija slaba.
3. Dostopnost je v redu.
4. Znamenitosti so dostopne, potrebno bi jih bilo bolje označiti in predstaviti širši javnosti.
5. Verjetno je dostopnost slaba.
6. Srednje dostopne.
7. Z motornimi vozili v redu, s kolesi za silo, peš slabo.
8. Potrebno bi bilo očistiti in bolje označiti peš poti na kunšperški grad, Sv. gore ...
9. Dostopnost na samih krajih se mi zdi dobra. Večji problem je dostopnost do same Bistrice ob Sotli. Razen iz brežiške smeri je solidna cesta...
10. Zadovoljivo (na meji z nezadovoljivo).

4. Ali menite, da imajo omenjene vasi možnost nadaljnjega razvijanja v turistične namene? (Gostinstvo, vinotoči, prenočišča, športni turizem...)

1. Da.
2. Imajo. Vendar je vedno treba najprej nekaj vložiti. Vsekakor je treba imeti nočitvene kapacitete, še pred tem pa vsebine (vinogradništvo, pletenje, čebelarjenje, kmetovanje (ekološko, tradicionalno), sonaravna gradnja, zasnova eko-vasi in družbe, pohodništvo, adrenalinski park v naravi ...
3. Da.
4. Imajo možnosti.
5. Sam vidim perspektivo tudi v ostalih vaseh predvsem Križan Vrh, Črešnjevce, Trebče. Te vasi so bolj odmaknjene od cest, ponujajo neokrnjenost in mir. Investiranje v prenočišča se mi ne zdi smotrno in ekonomsko upravičeno, saj potrebujemo zadostno ferkvenco dnevni gostov, teh pa po mojem mnenju še zdaleč ni dovolj.
6. Da imajo, v kolikor je interes ponudnikov. Lep primer je Gostilna Šempeter. Ponudniki bi morali biti med seboj povezani, organizirani mogoče kakšni dogodki kot npr. Od hrama do hrama, integralni tur. produkti kot dopolnilna

ponudba Termam. Prenočišča niso nujna, mogoče kakšni najemi (hramov)/vikendov in pa prenočišča za mlade/kult. turizem. Imamo strelišče. V podporo ponudnikom bi lahko bilo zunanje trženje njihovih produktov npr. s strani lokalne skupnosti ali Turizma Podčetrtek.

7. DA.

5. Kako po vašem mnenju privabiti turista v vas, občino?

1. S pripravo konkretnih turističnih produktov. Prvotno je potrebno vzpostaviti sistem, kjer bodo delovale vse znamenitosti (upravljanje). Z reklamo od ust do ust.
2. Več načinov je. Vsaka ponudba terja drugačen pristop, ker nagovarja drugo ciljno populacijo. Če gre za kulturne prireditve (festivale ipd.), so to plakati, močna spletna podpora, odnosi z mediji. Sicer pa je splet po moje nasploh pomemben in ugoden način iskanja gostov, osebni in topel odnos ter odlične storitve pa najboljši način, da se znova vrnejo.
3. Preko vseh možnih kanalov na internetu. Z dogodki npr. jožefovo, petrovo, veliki šmaren, kjer bi npr. subvencionirali vlakec ter muzejski vlak, ki bi pripeljal goste vsaj iz Term Olimia.
4. Najprej se je treba odločiti, ali se bo turizem podprlo, bo kdo investiral v to, usmeril v turizem svoje aktivnosti, ali imamo kader ... Potem je treba kakovostno pripraviti vsebine v tesni povezavi z lokalnim prebivalstvom, potem šele lahko vabimo turiste. Če bodo vsebine kakovostne, jedrnate, zanimive, zabavne in kratkočasne, bodo turisti sami povabili naslednje. Treba je biti pester in kratkočasen, seveda mora biti možnost podrobnejšega spoznavanja, vendar kot dopolnilna izbirna možnost.
5. Več posameznikov združenih v grozd.
6. Z dobro spletno stranjo občine, ki je trenutno katastrofalna. Tudi sami ponudniki bi si lahko uredili svoje spletne ali FB strani, saj nekaterih nikjer ne najdeš.
7. Urediti prenočišča s prehrano, bilteni, razne promocije.
8. Z dobro hrano in pijačo - nekaj drugačnega, posebnega - mir, beg od vsakdana, potovanje v preteklost, preprosto kmečko življenje - prijaznost in gostoljubnost domačinov.
9. Postati moramo drugačni in bolj izvirni od ostalih. Npr. zapuščene kmetije v občinski ali privatni lasti bi se lahko preuredile v kmetije iz obdobja 1900, torej brez elektrike in ostalih sodobnih instrumentov. Na njih bi lahko počitnikovale družine, posamezniki in skupine (ta ideja ponuja zelo široko ponudbo in je samo idejo zelo težko predstaviti v parih stavkih).
10. Organizacija dogodkov (občinski praznik, sejmi in športni dogodki definitivno niso dovolj). Glede na to, da se v naši občini razvija čebelarstvo imamo tudi tu velik potencial - Praznik vina in medu, v poletnem času predstave na prostem, pohodi... Ko bo izoblikovana celotna turistična ponudba naše občine se naredi marketinški plan kdaj, kje in kako predstavljati našo ponudbo (sejmi, spletne strani, gostovanje v TV in radijskih oddajah itd.) - predvsem tako bomo lahko širili prepoznavnost in povečali število novih turistov.

6. Kakšnega turista po vašem mnenju pričakujete na omenjenem območju (enodnevni, vikend turisti ali več dnevni turisti)?

1. Znova, odvisno od vrste ponudbe. Brez nastanitve večdnevni turistov pač ne more biti (ampak nastanitev nekaj že je in lokacije so primerne tudi za npr. kamping).
2. Odvisno od ponudbe. Od začetka predvsem enodnevni, strmeti je potrebno k povečanju ponudbe in s tem pridobiti turiste, ki bodo pri nas ostajali več dni.
3. Vse.
4. Enodnevni turisti.
5. Mislim, da kar vse naštetu pride v poštev, vendar s poudarkom na vikendaših.
6. Odvisno od kakovosti in količine vsebin. Če se pripravi dovolj pester seznam aktivnosti znamenitosti, dejavnosti, lahko sčasoma pričakujemo tudi daljše obiske.
7. Predvsem enodnevni turisti kot dopolnilna ponudba Termam, izleti (mogoče kot integralni produkt po lokalnem ali regionalnem okolju, kjer npr. v Bistrici gredo samo na strelišče ali večerjo ...); vikend turisti (mladinski/kulturni turizem); večdnevni turisti (aktivne počitnice npr. potovanje v preteklost, kmečko življenje, trgatev, koline ...); najem kmetij ...
8. Zahtevnega, ki je prerasel turistične destinacije z množično ponudbo.
9. Vikend turisti.
10. Enodnevni, dokler ne bo več kapacitet za poceni prenočišča.

7. Katere naravne in kulturne znamenitosti lahko trenutno ponudimo turistom na območju Bistrice ob Sotli?

1. Ne vem, kako je z dostopnostjo. Same od sebe niso zanimive, če jih lahko vidimo npr. samo od zunaj, ali razpadajo. Lokalni vodniki lahko popestrijo zanimivost znamenitosti.
2. Vsi sakralni objekti (potrebno se je zavedati, da pride na Svete gore v mesecu avgustu in septembru cca. 400 ljudi na nedeljo, ki so večinoma od drugod), Prišjek, vinotoči, prireditve.
3. Kunšperk, Svete Gore, Oransova kolesarska pot, Prišjek, Sv. Križ...
4. Svete gore, grad, veliko drugih majhnih zanimivosti.
5. Bolj malo. Izjeme so cerkve, Kravaričeva hiša.
6. Znamenitosti je precej, ampak menim, da je najpomembnejša 'živa' ponudba. Cerkev, znamenje ali pa stara hiša ni nič brez ljudi, ki te stvari približajo gostom.
7. Svete Gore -Kunšperski grad -Prišjek - kolesarska pot - Cerkev sv. Petra in sv. Križ
8. Cerkve, kiparske izdelke, soteske, stare sadovnjake, vinograde, razvaline, gradove, glažute.
9. Sv. Gore, Prišjek, grad Podsreda, repnice in grad Bizeljsko, Kumrovec, vinotoči,... vse v radiusu 10-15km.
10. Če mislite s tem, da poberete vstopnino, ni trenutno v BoS nobene znamenitosti, razen Svete Gore.

8. Katere naravne in kulturne znamenitosti pa bi še lahko ponudili?

1. Bogata kulturna, sejemska in glasbena dogajanja, kulinarika ...
2. Mogoče kašni muzeji starih obrti, že prej omenjene apnenice.
3. Soteska reke Bistrice, Kravaričeva domačija, Grad Kunšperk razvaline), ...
4. Prišjek, Sv. Križ.
5. Prišjek, reko Bistrico.

6. Kunšperški grad, polje, reka Sotla.
7. Zaenkrat bi morali to kar imamo bolje tržiti, obvezno potrebujemo HOSTEL za mimoidoče turiste.
8. Konjerejo (jahanje), mlin morda tudi kot nočitveni objekt (v mlinu straši) ...
9. Delo na kmetijah - prodajali bi lahko »žegnano« vodo iz Sv. Gor; fotografski natečaji; slikarski natečaji; kiparski natečaji; taborništvo; zeliščarski dogodki.
10. Imamo, kar imamo. Novih 'znamenitosti' ne moremo ustvarjati. Lahko ustvarjamo nove 'atrakcije'.

9. Katere športne dogodke lahko trenutno ponudimo turistom?

1. Kolesarjenje.
2. Kolesarjenje, tenis, košarka, nogomet, trap.
3. Kolesarjenje, nočni turnir v malem nogometu.
4. Streljanje na glinaste golobe z zračno puško, igre z žogo.
5. Kolesarski maraton.
6. Nočni turnir.
7. Dogodke? Nočni turnir.
8. Saj to pa menda sami veste.
9. Vaške igre, nočni turnir, kolesarski maraton.
10. Strelišče.

10. Katere zanimive in privlačne športne aktivnosti pa bi še lahko ponudili?

1. Adrenalinski park, odbojko na mivki, plezanje, padalstvo in zmajarstvo na Vetrniku, razgibanja in aerobika, individualno kondicijsko svetovanje izdelava programov, fitnes in masaže ...
2. Mogoče kolesarstvo po krajevnih znamenitostih in turističnih kmetijah ...
3. Vse kar imamo, je potrebno dobro promovirati.
4. Paraglajding. Gorsko kolesarstvo. Cross. Relly. Hokej na kotalkah. Frizby golf. Mini golf. Lamanje rok.
5. Tenis, pohodništvo.
6. Pohodništvo, adrenalinske športe.
7. Veslanje po reki Bistrici (v kolikor je to mogoče); uredili bi lahko adrenalinski park in zorbing center; kolesarska pot od kleti do kleti, prav tako pešpot.
8. Muharjenje.
9. Ribolov ali kaj drugega v povezavi z rekama.

11. Katere kulturne prireditve lahko trenutno ponudimo turistom?

1. Halo!? Sejme (ki bi se lahko malo zgledovali po Kozjanskem jabolku in dobili pridih rokodelstva in tradicije namesto kiča in komercializacije), občinski praznik, letne koncerte društev in njihovih sekcij, salamijade, ocenjevanja vin ...
2. Koncert godbe orlica :) La vita, MePZ, SEBI teater...
3. Ne vem, verjetno je vse bolj namenjeno lokalnemu prebivalstvu in prebivalstvu sosednjih občin.
4. Na tem področju ste zelo močni in misli, da bi morali na temu še bolj graditi.
5. Ob občinskem prazniku, koncerte vseh različnih pevsko-glasbenih zasedb, koncerte v Klubu Metulj.

6. Rock koncerti (težko jih povezuješ z možnostmi turistične ponudbe v BOS) – predstave, koncerti zborov.
7. Po mojem 'turistom' (ljudem iz ne čisto bližnjih krajev) ponuja kulturne vsebine samo MC BoS. In to koncerte v klubu, BoSorok, Improcon, delno Kolomonov žegen. Seveda daleč od tega da bi bili velik magnet. Ostali dogodki so najbolj namenjeni domačemu človeku. Škoda.
8. Srečanje pod lipo, slavje za Kulturni praznik in drugi dogodki KD in MD ter drugih društev so zanimivi marsikomu, ampak pač ne izve za njih.
9. Sejmi in prireditve ob občinskem prazniku.
10. Predstave, koncerte.

12. Imate še morda v mislih kakšno zanimivo kulturno prireditev, katero bi bilo smiselno ponuditi turistom?

1. Jožefov sejem.
2. Lahko bi združili katere od teh prireditev (na primer ocenjevanje vin, salamijado in letni koncert godbe, ter dobili zanimiv praznik za turiste).
3. Poletni vino in Blues Fest. Festival kantavtorstva. Festival free glasbe. Festival eko hrane in glasbe in lifestylea. Festival spuščanja unikatnih zmajev. Festival filmov, posnetih s fotoaparati. Festival porno filma za punce. Kolonija likovnih umetnikov s posebnimi potrebami. Festival ognjemetov.
4. Praznik vina in medu; poletne predstave na prostem; razne delavnice na kmetijah.
5. Ne vem. Mogoče kakšen festival, art ... Nekaj drugačnega, nevsakdanjega, posebnega in z identiteto.
6. Bosorok ali kaj klubskega. Kakšen festival vokalnih skupin ...
7. Potrebno je dodelati sedanje prireditve in jih ponuditi na trgu.
8. Mogoče stari običaji - ličkanje koruze, obiranje in prešanje grozdja po starem ...

13. Kakšen je po vašem mnenju pomen sodelovanja in povezanosti lokalnih ponudnikov in nastopa na trgu?

1. Seveda je pomen povezanosti velik. Poroča o zrelosti in nivoju družbe, kar je vsekakor pomembno za turiste, od tu lahko črpajo mir in zaupanje, ter se prepustijo ...
2. Povezovanje je ključno. Žal pa pomeni veliko komunikacije, usklajevanja interesov, tudi preprirov in nesporazumov. Vsak mora najti svoj lasten interes, pravijo vsi vedno znova, ampak meni ste zdi pomembno tudi, da nas izpolnjuje in motivira tudi dobrobit skupnosti, pa dobrobit narave in vseh živih bitij. Egoizem ne prinaša resnične sreče.
3. Vsekakor se morajo povezovati.
4. Največji pomen ima skupna ideja in promocija.
5. Zelo velik.
6. Združevanje s skupno blagovno znamko.
7. Zelo pomemben. To je edini način, da se lahko turizem sploh lahko razvija.
8. Največji.
9. Velik.

14. Kakšno vlogo oziroma pomen ima skupna blagovna znamka vasi, občine?

1. Kolikor vem, je zaenkrat še samo v pripravi. Seveda je potrebno ta projekt izpeljati do konca. Kolikor razumem se gre tukaj za avtentičnost vasi. Torej ponudite avtentične produkte.
2. Za malo občino bi imelo to velik pomen.
3. Ogromen pomen!!!
4. Nevem, če ima.
5. Graditev prepoznavnosti.
6. Dokler ni produkta, blagovna znamka nima nobenega pomena. Da bi imeli produkt, ki ga je vredno ponuditi, mora biti vloženo še veliko truda, idej in dela. Je pa vsekakor smiselno o blagovni znamki razmišljati že v začetku, če je namen razvoja v tej smeri resen.
7. Skupna blagovna znamka podobno mislečih je smiselna. Če znamko forsira samo ena stran in jo potem 'etiketira' vsem, pa je to izgubljanje časa.
8. Boljša razpoznavnost.

15. Menite, da se trenutni ponudniki dovolj razdajajo za turizem in s tem prepoznavnostjo Bistrice?

1. Vsak se trudi po svoje in predvsem skrbi da bo preživel. V okviru društva in občine je potrebno narediti načrt za prihodnost in s tem spodbujati in osveščati domačine o pomembnosti turizma v naši občini. Turizem prinaša nova delovna mesta in omogoča mladim, da se vrnejo po šolanju nazaj domov.
2. Zdi se mi, da so besede obratno sorazmerne dejanjem - in obratno.
3. Ne
4. Kolikor jim je v interesu. Razdajanje bi moralo biti vzajemno. Mogoče potrebujejo vzpodbude.
5. Ne vem. Razdajanje ni ravno vrednota, ki bi jo jaz priporočil. Trezen razmislek in premišljeno vlaganje je slišati bolje.
6. V Bistrici ob Sotli je zelo malo ponudnikov. Vsaj tistih, ki so registrirani je zelo malo (tukaj je potrebna sprememba).
7. Nekateri ja, nekateri ne.
8. Mislim da.

16. Po naši občini tečeta reki Sotla in Bistrica, menite, da se ju da preoblikovati tako, da bi ju turist začutil kot turistično ponudbo?

1. Mislim, da je pravi dosežek, da obiskovalec rek ne prepozna kot turistično ponudbo, ampak kot čudoviti reki, kjer se je osvežil, ujel ribo, se spustil po zajli na drugo stran in se tam sončil v travi.
2. Definitivno, ampak potrebno je slediti KP in seveda trendom, ki jih narekuje UNWTO (trajnostni razvoj...) in ne samo narediti še enega turistično rekreacijskega centra.
3. Urediti kopaljšča, športni ribolov.
4. Da.
5. Ribolov.
6. Ne vem kakšne so zakonske omejitve. Jaz bi odsvetoval kakršne koli aktivnosti in posege v tej smeri, ter raje ohranil sivo ekonomijo na tem področju kot tiho

ponudbo, ki jo bodo nekateri od morebitnih turistov gotovo prepoznali in cenili. Še bolje, da je to neuradno in bolj avanturistično (na lastno odgovornost).

7. Vsekakor.
8. Malo pobetonirati.

17. Kaj je po vašem mnenju prioriteta, unikatna ponudba, katera bo pritegnila in zadržala turista v občini in kaj manjka oziroma kaj je potrebno najprej urediti, spraviti v pogon, za pridobitev turistov v naš kraj?

1. Prenočišča-hostel.
2. V prvi vrsti smo to ljudje. Najprej se moramo med sabo podpirati in obiskovati prireditve v našem kraju.
3. Prenočišča, vinotoči in kulinarika, potrebna bo večja angažiranost kmetij in sedanjih ponudnikov.
4. Dal sem že nekaj idej. Težko rečem, katera je prava, če sploh katera je. Treba je izbrati neko ponudbo, jo intenzivno tržiti, prepoznati napake in ponudbo preoblikovati, če usmeritev ni prava, izbrati novo in delati na tej... V vsakem primeru pa so nastanitvene kapacitete prva stvar, ki mora slediti neki novi (in postopoma domnevno vedno uspešnejši) ponudbi. Še to: tragično je, da imamo v občini toliko lepih in tako slabo izkoriščenih prostorov. Sušilnica (spodnji nadstropji), Špajza, Gabronka, Bratuševa hiša, bivša Černelčeva trgovina ... To so potenciali, ki pa propadajo.
5. Ponudba v Bistrici ob Sotli je, ampak je ali ne registrirana, ali pa nimajo deležniki volje, da bi zadevo spravili v pogon. Super ideja bi bila oživitev Svetih Gor. Včasih je pod gorami stala restavracija o kateri še danes govorijo. - Ostala ponudba bi morala biti avtentična (domače in pristno, prijazno). Prišjek je potencial, ampak kako to urediti, da se ne bi uničilo narave je vprašanje. Seveda je največja težava pri vsem tem, da ljudi oz. ponudnike pripravimo do tega, da verjamejo, da se nekaj da narediti. Veliko je treba delati na pozitivnem razmišljanju.
6. Najprej je na obstoječih resursih in identiteti potrebno oblikovati unikatno ponudbo.
7. Prenočišča, posluš odgovornih na občini "Veter v hrbet" vsem ponudnikom razna dogajanja ob romanjih...
8. Predvsem podeželje, kmetije, ekoturizem in ponudba domačih kmetij. Najprej je potrebno narediti celovito strategijo in marketiški plan. Potrebno se je začeti predstavljati s svojo ponudbo na raznih dogodkih (Ljubljana, Maribor, Zagreb....) in ljudi opomniti na nas.
9. Stvar je v podrobnostih. Čim več ponudbe iz različnih področij, predvsem takih, ki lahko popestrijo bivanje turistov (športne aktivnosti, udejstvovanje na kmetijah, sprehajalne poti (kje so tiste stezice) do različnih znamenitosti ...
10. Narava.

18. Kakšni naj bi bili izzivi za razvoj Bistrice ob Sotli kot turistične destinacije in kaj bi bilo potrebno storiti, da bi turizem postal motivacija ponudnikov in mladih v kraju?

1. Izziv vsem bo izdelava dolgoročne strategije turizma in dejavnosti v občini. Le ta bo dala priložnost vsem, da se lotijo dela in vidijo prihodnost doma. Dela bo ogromno in menim, da bodo tudi rezultati.
2. Izziv mora najti vsak sam - oziroma tisti, ki ga/jo to vleče... V vsakem primeru pa bo ta moral/a delovati navkljub oviram in ne brez ovir (lokalne skupnosti, zakonodaje, nerazumevanju domačinov...).
3. Povečati ambicioznost ponudnikov in jih povezati v grozd.
4. Najprej je treba opredeliti, koliko pozornosti energije in seveda denarja in kdo bo vlagal v ta namen. Ko bo ogrodje sestavljeno, se lahko marsikdo vključi in se začne ustvarjati celostna ponudba (rokodelci, kmetje, športniki, maserji, trenerji, vodiči, kulturniki, župnik, šola, društva ...
5. Povezovanje in podpiranje.
6. Kompletna strategija.
7. Izobraževanje, delavnice... Ampak operativne: kako odprem turistično podjetje, standardi, kako prodajam (davki), pravice ... Bolj, ko bodo izobraženi, bolj si bodo upali. Manjka jim znanje o osnovah, ideje imajo/te.
8. Narava.

19. Vaša dosedanja opažanja, kritike, delovanja društev, lokalnih ponudnikov, misli, razmišljanja in prihodnost razvijanja turizma v občini Bistrica ob Sotli?

1. Menim, da se vsak posameznik trudi maksimalno. Sem pa prepričan, da imamo premalo strokovno usposobljenega kadra za tovrstne zadeve.
2. Turizem je tudi dvorezen meč. Ima prednosti in slabosti. Najprej si pogledajmo v oči in se odločimo ali je turizem usmeritev, v katero si zares želimo. Če da, potem se moramo temu sistematično in celostno posvetiti, narediti načrt razvoja, strategijo in kratkoročne ter dolgoročne cilje. Poiskati partnerje, vlagatelje, entuziaste, idejne vodje ter vodjo projekta.
3. Društva, ki delujejo na področju turizma, se bodo morala malo bolj angažirati, zanašanje na "druge".
4. Ne vem, če bo kaj iz tega, razen besedičenje. ;) Oziroma se bo nekaj delalo, potem se pa ne bo prodajalo in bo samo sebi namen ...
5. Društva in lokalni ponudniki samostojno dobro delajo, potrebno je več skupnega sodelovanja, brez "faušije" Zaposlene na občini bi morale to stvar vzeti bolj resno in bolj kot svojo, ne samo, da se kar nekaj naredi za v bilten...
6. Se trudimo.
7. Mislim, da sem jih veliko že podal...

V primeru, da ste član Turističnega društva Bistrica ob Sotli, vas prosimo, da odgovorite še na naslednja tri vprašanja.

1. Kakšna je vloga Turističnega društva Bistrica ob Sotli pri razvoju turistične panoge v občini in kako ocenjujete podporo in vlogo občine pri razvoju turizma?

1. Velika, ampak to je prostovoljno društvo, nič več od tega. podpora občine se pa čuti samo in zgolj od župana.
2. Turistično društvo je izgubilo precej elana glede na zgodovino društva, ki je zelo dolga.

2. Kaj menite, kaj bodo konkretni prihodnji koraki TD-ja oziroma menite, da se društvo dovolj trudi za napredek pri razvoju turizma?

1. Mogoče se trudi bolj, kot se na koncu pokažejo rezultati.
2. Društvo, bi se moralo posvetiti obujanju starih običajev, sejmov, dogodkov, ali šeg (pustovanje kot je bilo nekoč, izdajali smo razglednice,....).

3. Kakšna je po vašem mnenju ocena sodelovanje Cerkev z občino in TD na eni strani ter z lokalnimi ponudniki na drug strani?

1. Lahko bi bilo dosti boljše.
2. Potrebno bo še več sodelovanja.

The screenshot shows a web browser window displaying the website www.klub-metulj.org/event/turizem-v-bistrici-ob-sotli. The page features a navigation menu with links for DOMOV, PROJEKTI, ČLANKI, VIDEO, FOTO, O NAS, and PRIJAVA. A prominent survey titled "Turizem v Bistrici ob Sotli?" is displayed, with a deadline of "22 JUN 2015". The survey text asks for input on tourism development in the area. To the right, there is a search bar labeled "ISKANJE" and a SoundCloud widget showing a track "Klub Metulj - BoSong 201...". At the bottom right, a "ZADNJI TWITTI" widget shows a tweet from "Klub Metulj @KlubMetulj" dated "18 Jun". The browser's address bar and taskbar are also visible.

ANKETA RAZVOJA STRATE... x +

https://docs.google.com/forms/d/17eMEs_ejwPZH5QHg8w2SLGGcss7-OhhtsXRUV1Ls/viewform



ANKETA RAZVOJA STRATEGIJE TURIZMA BISTRICE OB SOTLI

Mladinsko društvo Bistrica ob Sotli je izvajalec »Pregleda identitete in analize območja treh vasi, in sicer vasi: Bistrica ob Sotli, Kunšperk in Polje pri Bistrici« v okviru operacije NE POZABIMO VASI, ki jo izvaja Občina Bistrica ob Sotli. Ker za razvoj strategije potrebujemo čim več različnih mnenj, smo izdelali anketo, katera nam bo v manjšo pomoč pri razvijanju skupne turistične strategije.

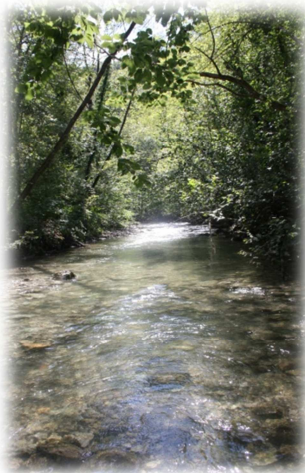
V kolikor si lahko utegnete vzeti cca. 15 minut časa, vas prosimo za izpolnitev kratkega vprašalnika. S prošnjo, da anketo rešite, dopišete še kakšno vaše mnenje, utrinek, misel, se obračamo na vas.

1. Ali menite, da je z geografskega vidika možnost razvijanja turizma v omenjenih vaseh (Bistrica ob Sotli, Kunšperk in Polje pri Bistrici)?

2. Določite pet turistično-strateških (možnost za razvoj turizma) točk na omenjenem območju?

9:53
6.8.2015

Priloga 3: Opis naravne dediščine vasi Kunšperk, Polje pri Bistrici in Bistrica ob Sotli



Slika 2: Reka Bistrica
Vir: Arhiv projekta Bistrica kot Biser

REKI BISTRICA IN SOTLA

Z zahodne strani teče izrazito hudourniška reka Bistrica, ki se vije mimo Trebč skozi sotesko v Zagaj in tu preide v rodovitno Bistriško-Sotelsko dolino ter se nedaleč stran od mednarodnega mejnega prehoda izliva v reko Sotlo. Ta priteka s severozahodne smeri vzporedno z glavno cesto iz Podčetrтка. Od izliva Bistrice nato lenobno vijuga po Kunšperškem polju vse do soteske Zelenjak pod Kunšperško goro. Na južni strani se visoko nad rečno dolino vzpenja gozdnato hribovje Orlica, proti severu pa se ta prevesi v vinogradniška in travniška gričevja, razčlenjena z grapami ter dolinami.

SOTESKA ZELENJAK, Kunšperk

Veliko vrednost območju daje panonska reka Sotla, ki s svojim meandrastim tokom zaokrožuje slovensko državno mejo. Pod vasjo Kunšperk je reka v dolžini 1,5 km zarezala dolomitno prebojno sotesko Zelenjak, zavarovano kot naravni spomenik. Tako je reka s svojim tokom prečno prerezala skrajni vzhodni del hribovja Orlice. Okoliška pobočja Kunšperka na slovenski in Cesarskega brda na hrvaški strani so strma ter gozdnata, na njih pa so skalni osamelci in odlično ohranjena naravna vegetacija. Soteska s svojo živo in neživo naravo velja za izredno naravovarstveno zanimiv prostor.



Slika 3: Soteska Zelenjak
Vir: Andrej Černelč

SKALNO OKNO, Kunšperška gora

597 metrov visoka Kunšperška gora je poraščena s pretežno bukovim gozdom in se dviga nad Kunšperškim poljem. Apnenčaste in dolomitske stene so del Orlice in s tem gradijo vzhodni del Posavskega hribovja. Z gozdovi poraščena vzpetina proti Kunšperški gori kaže mnogo sledi pestrega naravnega oblikovanja površja, ki ga pokriva več skalnih osamelcev. Med najlepšimi je t. i. skalno okno, ki naj bi nastalo s preperevanjem kamnin. Zaradi oblike in prostora nahajanja je poimenovano tudi Kunšpersko okno. Razgled, ki ga to naravno okno ponuja, sega vse tja do Orešja in Hrvaškega Zagorja. Tudi drugi skalni osamelci burijo



Slika 4: Skalno okno
Vir: Občina Bistrica ob Sotli

domišljijo, sploh ko slišimo, da naj bi na Kunšperški gori ob posebnih vodnih izviroh živeli tudi Kelti in tu opravljali različne posvečene obrede. Orlica s Kunšperško goro skriva pestrost ekosistemov s skalnimi razpokami, suhimi travišči, urnimi potoki in kiseljbnimi gozdovi; tu živijo ogrožene netopirje podkovnjake, hrošči z imenom alpski kozlički, rogače, bukovi kozlički, raznovrstne ptice, ki hvaležno gnezdiijo v drevesnih duplih, sladkovodni rak navadnega koščaka in pisani metulji, imenovani črtasti medvedki.

KRAVARIČEVA LIPA V KUNŠPERKU

Kravaričeva lipa je po ustnem izročilu stara 700 let. Sadiko so prinesli iz Sv. gore. Pod Kravaričevo lipo je izvir pitne vode. V času življenja grada Kunšperk so bile iz tega izvira do Marofa speljane lončene cevi.

MOKRIŠČE, BISTRICA OB SOTLI

Močvirni travniki na poti med Bistrico ob Sotli in Kunšperkom so med redkimi v Sloveniji, ki jih ljudje niso povsem izsušili. Posledica je, da se je tu ohranil posebno pisan in skrivnosten svet. S pozornim opazovanjem lahko v različnih letnih časih tu vidimo mnoge živali in rastline: zavarovanega planinskega pupka, žabe najrazličnejših velikosti in barv, kačje pastirje (sinji modrač) in mokriščno tleskavko – kobilico, ki v sušnih področjih ne more preživeti in je zato tu še eno njenih zadnjih zatočišč. V toplejši vodi jarka se drsajo tudi vodni ščipalci, včasih pa se v travi skriva kakšna belouška. Mnogo je še drugih vrst, ki potrebujejo ta mokra in mirna zavetja, življenjski prostor pa jim nudijo tudi nekatere redke rastline, na primer suličastolistni porečnik, črnordeča ostrica in močvirska spominčica.

Priloga 4: Opis kulturne dediščine vasi Kunšperk, Polje pri Bistrici in Bistrica ob Sotli

ARHEOLOŠKA PRETEKLOST

Skromna raziskanost še vedno z zemljo trdno pokritih arheoloških najdišč nam skopo razkriva preteklost območja, toda arheološki spomeniki, kot so ostanki nekdanjih naselbin ali drobni predmeti, le pričajo o dogajanju na območju v zgodnejših zgodovinskih obdobjih. Najdbe hrani Posavski muzej Brežice.

NASELBINSKI SPOMENIKI

BISTRICA OB SOTLI

Središče vasi ob cerkvi in njen severni del imata značilno vaško tlorisno zasnovo, ki je sestavljena iz dveh delov s skupnima prostoroma trikotne in pravokotne oblike. Zasnova kmečkega doma je večinoma gručasta, kar pa ni oviralo prebivalcev, da ne bi predvsem stanovanjskih hiš okrasili času in statusu primerno.

V Čehovcu so se naselili predvsem obrtniki, medtem ko se je v Kočah naselil trški ali vaški proletariat.

Bistrica ob Sotli je zanimiv primer srednjeveškega trga, predvsem po svoji prostorski zgradbi. Lahko bi ga imenovali »trg v nastajanju«. Tržne vsebine so razporejene v širšem prostoru, ne pa združene v jedru naselja, kakor je običajno pri načrtovanih trgih.

Bistrica ob Sotli daje danes po svoji tlorisni zasnovi še vedno vtis vasi.

Po svoji legi je v pokrajini precej izpostavljena in s cerkvenim zvonikom opazna dominantna pod zelenim pobočjem Svetih gor.



Slika 5: Bistrica ob Sotli
Vir: Arhiv občine Bistrica ob Sotli

KUNŠPERK

Kunšperk je nastal kot sejemska vas pod istoimenskim gradom. Kot naselje se prvič omenja leta 1201, kot trg pa je poimenovan leta 1436. V vasi je zaradi bližnjega mejnega prehoda pri Klanjcu stala mitnica. Cerkev sv. Jakoba se omenja leta 1490. Od cerkvene opreme sta se do danes ohranili le kamnita konzola in poznogotski leseni kip sv. Jakoba starejšega. V naselju je stal tudi obrambni stolp.



Slika 6: Trško naselje Kunšperk
Vir: Arhiv občine Bistrica ob Sotli

Danes je Kunšperk za svoje območje precej netipično linijsko naselje v pobočju, ki ima tri oziroma štiri nekoliko razmaknjene strnjene dele. Vsak od teh delov ima svojo tlorisno zasnovo, v prostoru pa vas deluje kot linija. Kmečki domovi so gručasto oblikovani, prostorsko precej utesnjeni in v precej neugodni osončni legi.

V vasi se je ohranilo večje število objektov tradicionalne arhitekture. Bistvene kvalitete naselja so historična tlorisna zasnova, enoviti volumen brez posebnih dominant in s tem njegove značilne podobe v pokrajini. Vse troje sestavlja zelo visoko vrednost naselbinske celote, ki je po svoji fizični pojavnosti v širšem območju netipična.

SAKRALNA DEDIŠČINA

CERKEV SVETEGA PETRA, Bistrica ob Sotli

Na platoju ob glavni cesti, ki pelje skozi središče kraja, stoji župnijska cerkev, posvečena sv. Petru. Prvič se omenja leta 1275. Njena najstarejša sestavina je ladja, ki je v osnovi predromanska.

Prvotna oblika cerkve je bila spremenjena v 14. ali 15. stoletju, ko je bila povišana in rebrasto obokana in namesto pravokotnega kora je bil pozidan tristrano sklenjeni prezbiterij. Kasneje so jo barokizirali in prizidali obe kapeli, posvečeni sv. Jožefu in Mariji. V času turških vpadov je bila cerkev obdana z obzidjem, del katerega je ohranjen še danes. V vogal med prezbiterijem in severno kapelo se je stisnila zakristija.

Glavni vhod v cerkev obdaja polkrožen kamnit portal z letnico 1668. Arhitekturno in umetnostno najpomembnejši prostor v cerkvi je prezbiterij, ki ga prekriva zvezdasti rebrasti obok. Večji del prezbiterija prekrivajo freske, ki so nastale leta 1452, odkrili pa so jih leta 1970. V osrednjem rombastem polju je upodobitev Kristusa vladarja, sedečega na mavrici v mandorli, v pahljačasto razvrščenih poljih okoli njega so razvrščeni angeli z orodji Kristusovega mučenja ter apostola Pavel in Peter. V stranskih kapah prezbiterija so razvrščeni bik, lev, angel in orel, ki simbolizirajo štiri evangeliste.

V vrhnjem delu prve pole severne stene, kjer je bilo naknadno vstavljeno okno nad zakristijo, je freska le fragmentarna ohranjena. Na njej sta upodobljena Kristus in sv. Peter, v drugi poli pa Kristus, ki mu iz desnice rase vinska trta – simbol njegove krvi, iz levece pa pšenično klasje, ki simbolizira njegovo telo. V gornjem delu severovzhodne stranice sklepa prezbiterija je prizor z Oljske gore, v trikotnih vrhovih sten sklepa pa so upodobljeni značilni krščanski motivi – pelikan z mladiči, Veronikin prt in Jagnje božje.

Na oboku ladje so v medaljonih naslikani prizori življenja zavetnika cerkve – sv. Petra. Nad vhodom, ki pelje do zakristije, je ohranjena podoba škofa, morda Miklavža, pred njim kleči donator s sklenjenimi rokami.

Izrazito dopolnilo notranjščine sta obe kapeli, posvečeni sv. Jožefu in Mariji. Oltar v kapeli sv. Jožefa izvira iz 18. stoletja. V osrednji niši je sv. Jožef, ob strani sta Magdalena in Lucija ter na vrhu Anton Puščavnik. Na oltarju je napis *Sveti Jožef pros!*



Slika 7: Cerkev Sv. Petra
Vir: Arhiv občine Bistrica ob Sotli

za nas. V kotu kapele je postavljen krstilnik z lesenim kipcem sv. Janeza Krstnika. V Marijini kapeli je oltar Kraljice sv. rožnega venca, sicer kopija Jožefovega oltarja. V nišah so upodobljeni Dominik, Terezija in Anton Padovanski, medaljone v oboku kapele pa krasijo slikarije prizorov Marijinih litanij.

Kristusovo trpljenje je upodobljeno na izjemno lepem baročnem križevem potu, nameščenem na korni ograji, ladji in stranski kapeli. Ohranjen je tudi spomin na kugo z reliefnim nagrobnikom za kugo umrlim Janezom Kodričem, ki je vzdignjen v severni steni na mestu nekdanje prižnice. Okna krasijo raznobarni vitraži, delo kiparja Franceta Kokalja. Figuralna vratca tabernaklja in bakreni podstavek s Križanim zraven oltarne menze pa je naredil kipar France Gorše.

Večja obnovitvena dela so v notranjščini kot tudi zunaj potekala v času župnikovanja Martina Paniča. V cerkev je bila postavljena nova oltarna menza, pri tem pa odstranjen neogotski oltar. Iz njega so bili izvzeti trije kipi, ki so pred časom znova dobili mesto v cerkvi. Na kor so bile znova nameščene orgle, cerkev pa je dobila tudi nove klopi.

RAZVALINE CERKVE SV. MARJETE, Kunšperk

Cerkev sv. Marjete v Kozji peči je omenjena še v sredini 17. stoletja, danes je ohranjena le v obodnem zidu. Leta 1777 so bile te maše na pobudo oskrbnika na Bizeljskem prenesene k Sv. Magdaleni (ta cerkev je v Orešjem v občini Brežice). Z odlokom Jožefa II. je bila cerkev sv. Marjete zaprta.



Slika 8: Razvaline cerkve Sv. Marjete
Vir: Arhiv občine Bistrica ob Sotli

SV. JAKOB STAREJŠI

Stoječi kip sv. Jakoba je verjetno stal v glavnem oltarju nekdanje cerkve sv. Marjete v Kunšperku. Datirajo ga okrog 1460–80. Leta 1927 je kip kupil Alojz Zorenč in njegova družina ga je podarila župnišču v Bistrici ob Sotli z željo, da ostane v župniji. Čas je kipu vrezal svoje sledove: manjkata mu obe roki, na klobuku ni več ne školjke ne popotne palice. Pri svetniku nas najbolj pritegne njegova glava: s svedrastimi lasmi obdan resnoben obraz s strogim, a hkrati plemenitim pogledom zaključuje dvojna »venceljevsko« bradica. Očitno se je kipar sv. Jakoba izučil v Ulmu. Še vedno pa ostaja uganka, kako je kip sploh prišel v naselje ob Sotli.

GRAJSKA ARHITEKTURA

GRAD KUNŠPERK

Prvotni Kunšperški grad je eden naših najstarejših gradov. Kot pomembno mejno utrdbo proti Ogrmom ga je morda pozidal krajišnik Engelbert Pilštanjski, ni pa nemogoče, da je stal že prej; znano je namreč, da je frankovski kralj Henrik I. (916–936) zlasti na vzhodu postavil vrsto gradov za zavarovanje državnih meja.

Z lego tik nad Sotlo je obvladoval Hrvaško Zagorje kot nasprotni par hrvaškemu Cesargradu. Obe imeni kažeta na državno pripadnost obeh gradov. To je tudi eden redkih gradov, za katerega iz virov izvemo, da je bil pozidan v letih 1167–1174 na mestu že starejšega gradu, ki ga je dal krški škof Henrik nekaj let prej podreti.

Konfiguracija izbranega prostora je odločilno vplivala na njegovo vizualno podobo v pokrajini, hkrati pa gre za grajsko zasnovano, katere jedro oblikuje mogočen bergfrid. Grad so dolgo obdobje upravljali Kunšperški gospodje; prvi je leta 1178 nastopil kunšperški vitez Oton – Otto de Chunigesperch, brat Friderika Ptujskega in salzburški ministerial, ki so mu najbrž zaupali varovanje ogrske meje ob Sotli. Leta 1224 je Kunšperški nastopil na turnirju v Brežah na Koroškem, ki ga je opeval Ulrich von Lichtenstein v svoji znameniti pesnitvi *Vrowen dienest – Aventure von dem turnay ze Frisach*. Leta 1237 pa je Rihca, soproga Otona iz Kunšperka, obdarila z 20 kmetijami tudi sestrično ustanovo v Studenicah. Kunšperški vitezi so imeli v lasti tudi gosposčini in gradova Stopnik ter Velenje. Po letu 1300 je njihova moč upadala in posest se je začela drobiti. Leta 1395 so grad prevzeli Celjski grofje in v njihovi lasti je ostal vse do leta 1456. Grad, ki je pozneje v duhu dedne pogodbe med Celjani in Habsburžani postal deželnoknežja last, je nato kar nekaj časa prehajal iz rok v roke. Ob vseslovenskem kmečkem uporu so grad zavzeli uporni kmetje. Leta 1586 ga je kupil Žiga pl. Tattenbach. Tattenbachi so od srede 16. stoletja posedovali tudi Bizeljsko in so od tam upravljali tudi kunšpersko gosposčino. Od leta 1858 so bili lastniki Windischgraetzi, ki so združili bizeljsko gosposčino s kunšpersko. Verjetno so grad dokončno opustili ob koncu 18. stoletja. Leta 1933 je v prepad zgrmel severni stanovanjski trakt. Še danes so ohranjeni nekateri deli utrdbe, kot so bergfrid, del obzidja z vhodnim in bočnim stolpičem ter obod kapele. Obrambni stolp izhaja iz romanske dobe, grajen je iz lomljenca, sestavljenega v pravilne lege, na vogalih ga krepijo klesanci. Debelina njegove stene sega od 2,5 do 2,9 m in je še ohranjen do višine štirih etaž. Vhod je imel na najboljše zavarovani severni, dvoriščni strani. Stolp vsebuje nekaj svetlobnih lin. Prav tako romansko je obodno zidovje, ki je z obrambnim jarkom ločeno od ostalega pobočja. Ponekod njegova višina sega do 6 m. Iz grajske kapele je ohranjena konzola, shranjena je v Pokrajinskem muzeju v Celju.



Slika 9: Grad Kunšperk
Bakrorez iz Visherjeve Topografije Štajerske, okoli 1681

STAVBNA DEDIŠČINA

BISTRICA OB SOTLI 17 – OBČINSKA STAVBA

Hiša s hišno številko 17 stoji ob križišču cest v severnem delu trškega naselja. Zidana pritlična stavba podolžnega tlorisa ima značilno gostilniško zasnovo s konca 19. stoletja. Nekoč je bila v tem objektu Gabronova gostilna. Zgradba je bila nedavno prenovljena. Od tedaj je tam sedež občine.



Slika 10: Občinska stavba
Vir: Arhiv občine Bistrica ob Sotli

Objekt izza hiše, ki je nekoč služil kot mesnica in hladilnica, je prav tako zelo zanimiv. Izstopa lepa terasa nad sredinskim delom kompleksa. Pod to teraso se skriva velik, v tla vkopan prostor brez oken – nekdanja hladilnica. Kompleks je bil pred kratkim s pomočjo evropskih sredstev od zunaj prenovljen (obnova fasad, ostrejša in kritine itd.), notranjost pa še čaka temeljita sanacija.

BISTRICA OB SOTLI 26 – BRATUŠEVA HIŠA

Hiša, zgrajena v drugi polovici 19. stoletja, stoji v okviru domačije, v severnem delu naselja. Pritlična zidana hiša je tradicionalno zasnovana. Na dvoriščni strani ima vhodni prizidek, zaradi katerega ima hiša tloris v obliki črke L. Izstopa bogato okrašen portal. Hiša je bila leta 2013 od zunaj lepo obnovljena in sanirana.

BISTRICA OB SOTLI 57 – STANOVANJSKA HIŠA (ČERNELČEVA TRGOVINA, KASNEJE BANKA)

BISTRICA OB SOTLI 59 – STANOVANJSKA HIŠA IN KAŠČA (NEKOČ SKLADIŠČE IN HLADILNICA ČERNELČEVE TRGOVINE)

BISTRICA OB SOTLI 63 – STARA OSNOVNA ŠOLA

Prvo javno šolsko poslopje, na župnijski parceli postavljeno leta 1829, je postalo koncem 19. stoletja pretesno. Občina je s pomočjo dolgoročnega kredita na jugovzhodnem delu vasi postavila novo nadstropno šolsko stavbo in jo slavnostno odprla leta 1895. V tej zidani nadstropni stavni s členjeno fasado je pouk neprekinjeno potekal vse do druge svetovne vojne.

Po koncu vojne je stavba ponovno zaživela. Novembra 1948 je šolo obiskal predsednik vlade FLRJ Josip Broz - Tito in ob potrebi po nujnem popravilu šoli podaril 100.000 din. Ker šola ni imela svoje telovadnice, je leta 1951 namesto prejšnjega šolskega vrta uredila igrišče. Leta 1968 je dobila v trajno uporabo še telovadnico.



Slika 11: Stara šola
Vir: Arhiv občine Bistrica ob Sotli

Kmalu po potresu na Kozjanskem leta 1974, ki je prizadel staro šolsko stavbo, se je začela gradnja nove šole. Po njenem odprtju je bila stara šola v uporabi samo še za nekatere predmete, po nedavni temeljiti prenovi celotnega šolskega kompleksa pa je stara šola znova zaživela.



Slika 12: Dohtarjeva hiša
Vir: Arhiv občine Bistrica ob Sotli

BISTRICA OB SOTLI 77 – STANOVANJSKA HIŠA »DOHTARJEVA HIŠA«

Zleknjena zidana nadstropna hiša leži ob cesti in je k njej obrnjena s široko ter prepoznavno fasado. Nastala je v začetku 19. stoletja. Krasi jo bogata arhitekturna členitev s profiliranimi okenskimi obrobami v malti in pilastri, ki delijo fasadna polja.

Posebnost hiše je kamnit portal s pazduhama in baročnim nastavkom s kroglo na podstavku ter krogla na vsaki strani dveh nakazanih segmentnih lokov. Preklada je še posebej okrašena s plitvo vrezanimi spiralami.

Motiv spiral se ponovi še na vratih, ki prav tako predstavljajo izjemen primer tovrstne umetnosti. Klet in nadstropje sta povezana z notranjim stopniščem, vhod v hišo pa je tudi v nivoju nadstropja na zadnji fasadi. V notranjosti je zanimiva razporeditev prostorov, značilna baročna kuhinja ima visok banjasti obok. Hišo

je dal postaviti dr. Firbas, takratni zdravnik. Po njegovem odhodu v Gradec je hiši ostalo ime »dohtarjeva hiša«.

KUNŠPERK 2 – STANOVANJSKA HIŠA

KUNŠPERK 3 – STANOVANJSKA HIŠA, HLEV IN KOZOLEC

KUNŠPERK 8 – STARA STANOVANJSKA HIŠA

KRAVARIČEVA DOMAČIJA, Kunšperk 14

V osrednjem delu Kunšperka na hišni številki 14 stoji Kravaričeva domačija, nekdanje skromno domovanje manjšega kmeta. Sestavljajo jo tri stavbe: stanovanjska hiša, svinjak in gospodarsko poslopje s kletjo ter kaščo.

Pritlična stanovanjska hiša izhaja iz sredine 19. stoletja. Grajena je iz lesa, stene so ometane in beljene. Streha s čopom ima slamnato kritino. Znotraj hiše so štirje prostori s tradicionalno postavitvijo: ob vstopu skozi vhod je veža in naprej črna kuhinja, levo od njiju pa bivalni prostor in desno prostor, uporabljen kot spalnica. Ob koncu 19. stoletja je bil ob hiši zgrajen svinjak. Njegova zasnova je takšna kot pri večini tovrstnih stavb na območju Posotelja. Sklop objektov nekdanje Kravaričeve



Slika 13: Kravaričeva domačija
Vir: Arhiv občine Bistrica ob Sotli

domačije zaključuje gospodarsko poslopje. Stavba je nekoliko prislonjena ob breg, njen zgornji del je lesen, spodnji hlevski kamnit, streha pa slamnata. V podaljšku se odpira lesen prostor za prešo, ki ga krije opeka.

KUNŠPERK 17 – STARA STANOVANJSKA HIŠA

POLJE 12 – STARA STANOVANJSKA HIŠA

OSTALA UMETNOSTNA IN ZGODOVINSKA DEDIŠČINA



Slika 14: Kamnita znamenja
Vir: Arhiv občine Bistrica ob Sotli

KAMNITA ZNAMENJA

Med znamenji izrazito zgoščenost na tukajšnjem območju tvorijo kamnita ali kužna znamenja, čeprav nobenega od desetih znamenj ni na grobovih kužnih mrličev, kot bi lahko povzeli po imenu. Izhajajo predvsem iz 17. in 18. stoletja, najstarejši je Markečev križ iz 16. stoletja. Tipološko zastopajo vse tri vrste – slopasta in stebrasta ter znamenja s kipi. Najpogostejše oblike so kamnita stebrasta, veliko je tudi znamenj s kipi, ki upodabljajo svete osebe – sv. Marjeto (Brezmadežno), Marijo z mrtvim Jezusom v naročju (Pietá), stoječo Marijo s k molitvi sklenjenimi rokami in sedečega zvezanega Zveličarja. Izmed vseh znamenj pa sta v Register nepremične kulturne dediščine vpisana samo Osojnikov in Zvezan križ.

Znamenja so k sebi privabila tudi umetnostnega zgodovinarja dr. Ivana Sedeja, ki jih je označil kot izrazit arhitekturni, v ljudskem okolju pa tudi viden prostorski dodatek, ki funkcionira »kot kažipot, kot akcent pomembnejšega vaškega prostora, kot simbol bogatejše domačije, kot oznaka meje med dvema farama, kot oznaka prostora, kjer se je odvijal pomembnejši ali skrivnosten dogodek ali znak, da je v bližini pomembnejša vas, domačija ali romarska

cerkev«. In ker mimo njih vodijo poti do Marijine cerkve na Svete gore, so prav znamenja lahko bila nekdanj kažipoti te starodavne romarske poti.

ZNAMENJE PRI BAČEKU, Kunšperk

Kamnito znamenje, ki ga je na svojem vrtu postavil Jurij Avgustinčič, sestavljajo trije deli: podstavek, steber s posnetimi robovi in nastavek s kapelo, na njenem vrhu je kipec Marije, odete v dolgo nagubano ogrinjalo, njene roke so sklenjene k molitvi, pogled pa zazrt v nebo. Po pripovedovanju je kip izklesal Franc Avgustinčič, poznejši kamnosek v Gradcu. Zgornji del znamenja datirajo v sredino 18. stoletja, steber pa v sredino 19. stoletja.

KAPELE IN KRIŽI

Njihova prisotnost v okolju je odraz pobožnosti preprostega ljudstva, ki mu je uspelo postaviti veličastna znamenja in tako obeležiti preživete prelomne dogodke. Križi in kapele so, razen v Hrastju, raztreseni po vseh bistriških vaseh, v nekaterih je zgoščenih tudi več kot pet takih malih umetnin. Večina jih je bila od druge svetovne vojne pa do danes obnovljenih in tako dajejo kulturni krajini prijeten značaj.

Vsaka kapela in križ ima svojo zgodbo ter umetnino, ker pa tovrstnih znamenj po pokrajini kar mrgoli, jih je v opisu izpostavljenih le peščica.

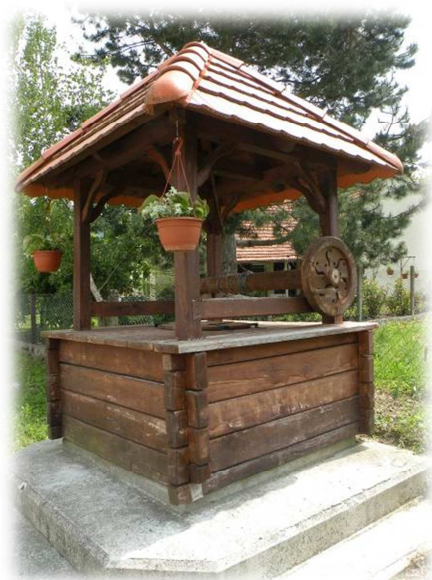
KRAVARIČEVA KAPELA, Kunšperk

Kravaričeva gospodarja Neža in Jože sta ob hiši dala postaviti kapelico v zahvalo Mariji. Ravno ko sta pričakovala otroka, je njun dom zajela huda jetika. Zakonca sta se v tistih trepetajočih trenutkih zaobljubila k Mariji in marca 1909 se je pri hiši rodil zdrav otrok. Po očetu sta ga poimenovala Jožef, kmalu potem pa izpolnila objubo in začela izgradnjo kapele. Na njenih stenah so v znamenju imen tistega roda Kravaričevih naslikani sv. Neža, sv. Jožef in nekdanja kunšperska cerkev sv. Marjete, v osredju pa je postavljen Marijin kip z Jezusom. Nekoč so ob kapeli blagoslavljali velikonočne jedi.

MASLERJEVA KAPELA, BISTRICA OB SOTLI

Stoji ob pešpoti od Bizeljskega gradu proti Sokolu. Bližji domačiji se je reklo po domače »pri Maslerji«, pišejo pa se Mak. Domačija je zdaj prazna. Kapelica je bila obnovljena.

VODA IN VODNJAKI



Slika 15: Gabronov vodnjak
Vir: Arhiv občine Bistrica ob Sotli

GABRONOV VODNJAK, Bistrica ob Sotli

V Bistrici ob Sotli v sklopu nekdanje Gabronove domačije še stoji njihov vodnjak. Okoli leta 1880 ga je ob gradnji hlevskih prostorov dal postaviti takratni lastnik posestva Rajmond Gabron. Lega v središču kraja in ob nekdanjem sejmišču je k njemu kaj kmalu privabljala romarje in sejmarje, ob koritu pri vodnjaku se je odžejala tudi živina. Tedaj je bil zidan iz kamna v obliki kroga, premera 1,30 m in globok okoli 15 m. Po drugi svetovni vojni je bil očiščen in obnovljen, na kvadratasto betonsko konstrukcijo pa dodan lesen nadstrešek, pokrit z borovcem. Vse od odkupa Gabronovega posestva za vodnjak skrbi Občina Bistrica ob Sotli. Leta 2010 je bil prenovljen s pomočjo Heliosovega sklada za obnovo vaških vodnjakov.

JAVNI VODNJAK, Bistrica ob Sotli

Leta 1940 je občina s podporo banske uprave ob tržnem prostoru v sredini Bistrice zgradila javno vodno izlivko, kot so jo tedaj imenovali. Služila naj bi zlasti številnim turistom in romarjem, ki so prihajali na Sv. gore in v Bistrici spraševali za pitno vodo. Po vojni so nanj namestili ploščo z napisom »Krajevna skupnost Bistrica ob Sotli, 213 m. Prvotno Leskovec ob vznožju Orlice 698 m; kasneje Sv. Peter pod Sv. gorami«. Ob širitvi ceste je bil vodnjak okrnjen in ni več ohranjen v nekdanji celoti. Od leta 2010 iz njegovih pip spet teče voda.



Slika 16: Javni vodnjak
Vir: Arhiv občine Bistrica ob Sotli

JAVNI SPOMENIKI

Bil je čas kraje sramotilnega stebra v Podsredi, druge svetovne vojne, izgnanstva, narodnoosvobodilnega boja, povezanosti z Josipom Brozom - Titom in njegovo materjo Marijo, navezovanja prijateljstva in je čas vračanja k spominom. V obeleženje osebam in dogodkom, ki so svoj čas zaznamovali tukajšnje okolje, so bili postavljeni javni spomeniki, katerih spominska in simbolična kakor tudi umetniška ter estetska vrednost nas vodi tako k spominskim srečanjem kot tudi obogatnemu videzu pokrajine.



Slika 17: Kamen časti
Vir: Arhiv občine Bistrica ob Sotli

KAMEN ČASTI

Nasproti občinske hiše ob robu zelenice stoji Kamen časti, kiparsko delo Francija Černelča. Velika skala, apnenčasti peščenjak, ima v sredinskem delu izdolben prehod v obliki sramotilnega stebra. H kamnu časti pa se lahko s ponosom postavi ali gre skozenj vsakdo, zlasti pa je namenjen občanom, ki si zaslužijo posebno čast in pozornost.

Bistrica ob Sotli ni bila nikoli trg. Trg je bil nekoč Kunšperk in je imel tudi pranger ali sramotilni steber, za katerega je veljalo, da so ga prepeljali v Podsredo. In tako se

je zgodilo daljnega leta 1882:

»V veselem gostilniškem razpoloženju je nekemu šinila v glavo misel, da je pranger tako ali tako priromal v Podsredo iz njihovega nekdanjega trga Kunšperka. Treba ga je pripeljati nazaj in Sv. Peter bo postal trg! Rečeno – storjeno. Skupina krepkih mladcev se je sredi noči odpravila s konjsko vprego v Podsredo. S cunjami ovita kolesa voza in kopita niso mogla prebuditi spokojnih tržanov in kmalu je bil steber naložen, potem pa v dir! Trški čuvaj niti s pomočjo razjarjenih na hitro prebujenih Srejanov ni mogel preprečiti velikega ropa, med katerim so padali trdi udarci in so nato buške krasile marsikaterega vpletenega junaka. Zato ni čudno, da je kamnita krogla z odlomljenim zgornjim delom stebra ostala v Podsredi. Okrnjeni plen pa v

novem kraju tudi ni bil dolgo varno skrit, saj so se žandarji kmalu dokopali do potrebnih podatkov in steber je odromal nazaj čez hrib. Po tridesetih letih so se po zgledu slavnih prednikov trije mlajši junaki spet spravili nad pranger, a so se tedaj zadovoljili le z njegovo glavo ...»

Po dogodku so Podsredčani pranger zaradi varnosti obzidali, Jože Novak pa je o tem zložil pesem. V podsredški kroniki je ohranjen notni in tekstualni zapis te pesmi, živa pa je tudi v ljudskem izročilu.

REX

Kip je bil postavljen leta 2004 kot darilo občine Heimschuh iz Avstrije občini Bistrica ob Sotli. Njuno prijateljstvo izhaja iz srečanj Königsbergov, kjer občina Bistrica ob Sotli sodeluje po zaslugi nekdanjega Kunšperka. Kip Rexa z napisom »Poti, ki zbližujejo« je izdelal Richard Gert. Zaradi postavitve kamna časti so ga prestavili na zelenico ob občinski hiši.

SPOMINSKA PLOŠČA JANKU SKVARČI – MODRASU

V narodnoosvobodilnem boju proti koncu leta 1943 je Kozjanski bataljon skupaj s pripadniki bataljona Zagorskega odreda prizadel sovražnikovo postojanko v kraju, napad je bil izveden kar iz treh strani, Kozjanskega, Orešja in sosednje Hrvaške. Ob partizanskem napadu je 20. decembra 1943 izgubil življenje komandir kozjanske čete, narodni heroj Janko Skvarča - Modras. Spomin na silne dogodke je z njegovim imenom in portretno podobo obeležen na spominski plošči na čelni fasadi kulturnega doma.

SPOMENIK NOB

Spomenik NOB je bil postavljen 1960 ob prvem praznovanju krajevnega praznika, 22. novembra. Sestavljen je iz dveh delov. Velikega zidanega bloka, vrh katerega je rdeča peterokraka zvezda, in nižjega trikotnega dela, na katerem je marmornata plošča z imeni 27 padlih borcev in 4 žrtvami fašizma med letoma 1941 ter 1945. Okrog spomenika je bil takrat urejen tudi park.



Slika 18: Spomenik NOB
Vir: Arhiv občine Bistrica ob Sotli

SPOMINSKA PLOŠČA NA MOSTU ČEZ SOTLO

Plošča je bila ob praznovanju občinskega praznika 5. septembra 1987 na mostu čez Sotlo postavljena v spomin na skupne bitke hrvaških in slovenskih partizanov leta 1943.

SPOMINSKA PLOŠČA NA OBZIDJU OB ŽUPNIJSKI CERKVI

Med drugo svetovno vojno je bilo v dneh od 21. do 24. novembra 1941 iz župnije Sveti Peter pod Sv. gorami pregnanih malo manj kot 90 odstotkov vseh prebivalcev. Izgnanci so se na domove vrnili po koncu vojne leta 1945, nekateri pa so umrli na tujih tleh. Novembra 2002 je Društvo izgnancev iz Bistrice ob Sotli v spomin na težke medvojne dni postavilo spominsko ploščo.

SPOMINSKA PLOŠČA UMRLIM V IZGNANSTVU

Na obzidju pokopališča je krajevna organizacija Društva izgnancev iz Bistrice ob Sotli novembra leta 1997 odkrila spominsko ploščo umrlim v izgnanstvu med letoma 1941 in 1945. Na plošči je, skupaj z letnicami rojstva in smrti, obeleženih 90 imen preminulih na nemških tleh.

SPOMINSKA PLOŠČA JOSIPU BROZU - TITU

Plošča na starem delu Osnovne šole Bistrica ob Sotli, postavljena leta 1952, obeležuje, da je v stavbi Josip Broz - Tito leta 1901 obiskoval peti razred.

KIP MARIJE BROZ

Doprni kip Marije Broz je pred Osnovno šolo Bistrica ob Sotli. Njej sta ga ob slavnostnem odprtju maja leta 1979, ki mu je prisostvoval tudi Marijin sin Josip Broz - Tito, podarila hrvaška kiparja Antun Augustinčić in Vladimir Herljević.

PRIPOVEDOVALI SO ...

Ljudje so pripovedovali in ponekod to še vedno znajo, kako so nastali Svete gore in Kunšperški grad, kako so ju gradili, povezovali s sosednjimi utrdбами in kje je zakopano zlato tele. Zaradi tega je bilo območje občine Bistrice ob Sotli v preteklem stoletju in še nedolgo nazaj ob vsej pestrosti naravnih in kulturnih znamenitosti privlačno mesto zbirateljem ljudskega blaga. Najrazličnejše zgodbe, ki so jih spletali okoliški prebivalci in po spominu prenašali potomcem, so v svojih delih povzeli Avgust Stegenšek, Janko Oražen in Mirjam Mencej.

O KUNŠPERSKEM GRADU

Nekdaj je bil kunšperški grad mogočna utrdba, ena izmed več takih, ki so vladale v okolici. Toda za kunšperskega so pravili, *»... da sta ga gradila dva Ajda, ki sta zgradila mnogo gradov v teh krajih. A je bil ta grad nekaj posebnega, ker sta brata na drugi strani Sotle zgradila še enega, ki se je kasneje imenoval Cesarski grad ... Pravijo tudi, da sta bila med sabo povezana z visečim mostom.«*

Legenda pripoveduje tudi o junaštvu prebivalcev na Kraljevem gradu in zlatem teletu: *»Ko so v gradu prebivali graščaki, so se ti še posebej odlikovali po svojem junaštvu. Celo Turki so imeli velikanski strah pred njimi. Nekoč, ko so pridrveli v naše kraje in so premagovali skoraj vse po vrsti, tako da so v znak zmagoslavja odkopali veliko zlato tele, ki je bilo zakopano pri Klestah v ravnini pod kraljevskim gradom. V znak zmagoslavja so tik pod gradom sebi pripravili veliko slavje in ko so se najbolj veselili in popivali, je s Kraljevskega gradu priletela velika kamnita krogla in ubila poveljnika z njegovim spremstvom. Vsi so bili mrtvi na mestu. Navadni vojaki so se*

zelo prestrašili in se razbežali vsepovsod in pustili vse orožje, šotore, vojni plen in tudi zlato tele na mestu.«

O JUNAŠKEM VITEZU KUNU

»V Kraljevem gradu je svoj čas prebival vitez Kuno. Hrabro in viteško je branil svoj grad in svoja posestva pred vsemi sovražniki. A je živel v času mezdne pravice, zato tudi on ni prizanašal slabšemu, tudi on je bil silovit in neusmiljen. Na drugi strani pa je bil Cesarski grad v lasti redovnikov vitezov templjarjev. Vitez Kuno je vse preveč rad gledal Cesarski grad in skrivoma je naredil načrt, kako ga bo osvojil. Nekega dne so templjarji sedeli pri veliki mizi, kjer so večerjali. Ko so molili pred večerjo, se je zunaj zaslíšal čuden ropot. Redovniki so se vidno prestrašili, a jih je prior, brat in najmodrejši med njimi, poskušal pomiriti. A se mu je to posrečilo le za kratek čas. Nenadoma se začuje rog in v nekaj trenutkih je vitez Kuno s svojimi vojščaki vdrl na grajsko dvorišče Cesarskega gradu. Zdaj se mu je izpolnila dolgoletna želja, da bi zavzel Cesarski grad. Z zavistjo je vseskozi gledal mogočne stolpe in obzidje tega gradu, zdaj pa je bil s svojo vojsko tik pred tem, da ga zavzame. Hotel je za vedno pokončati redovnike, a se je božja kazen maščevala tudi vitez Kuni. Ko so njegovi besni vojščaki pokončali vse rodovnike, so v navalu besnosti zažgali grad in ko se je plamen že visoko dvigal, so z divjim kričanjem zapustili kraj neskončnega gorja in smrti.

Prvi, ki je iz razdejanega in gorečega gradu pridrvel na svojem konju, je bil vitez Kuno. Ko je v divjem skoku pognal svojega konja, je tako silno udaril z glavo ob kamniti obok grajskih vrat, da se je smrtno ranjen zgrudil s svojega konja. Ko je njegovo roparsko spremstvo opazilo, da je izdihnil njihov vodja, so hiteli na Kraljevski grad, da so ga oropali in se potem razbežali na vse strani. Nihče se ni več vrnil in Kraljevi grad je ostal brez gospodarja. Tam, kjer je nekdaj stal trden in ponosen grad, ki so mu gospodovali ponosni, mogočno in bojeviti Kraljevčani, kraljuje danes tihota in mir. Pod razpadlim kamenjem pa domuje ostudna kačja zalega, tu in tam se sliši kak zamolki, žalostni skovik nočne sove.«

O AJDOVSKI BABI NAD KUNŠPERKOM

Na križpotju blizu grajskih ribnikov na Kunšperški gori stoji okamenela ajdovska baba. O njenih pripetljajih pa je po pripovedovanjih okoliških prebivalcev Mencejeva povzela:

»Za ajdovsko babo so rekli, da je nesla kad vode naprej na glavi, pa še otroka je imela. In da je bilo prepovedano se ozirati nazaj ... Če se je to zgodilo, se ti lahko zgodi kaj hudega! In tako je ta ajdovska baba okamenela ...«