Za takojšnjo objavo

ZADEVA: SPOROČILO ZA MEDIJE Dravograd, 21. oktober 2026

Koroška gradi sodobno, povezano in prepoznavno turistično destinacijo

Pod okriljem Regionalne razvojne agencije za Koroško je danes, 21. oktobra 2026, potekala novinarska konferenca kjer so predstavili aktualne razvojne in promocijske aktivnosti na področju turizma v regiji. Predstavili so **novo destinacijsko spletno stran in katalog**, napovedali **2. turistični forum, Dan koroškega turizma**, spregovorili o podatkovno podprtem odločanju pri razvoju destinacije ter izpostavili druge pomembne aktivnosti, ki bodo zaznamovale turistično leto na Koroškem.

Direktor Regionalne razvojne agencije za Koroško Uroš Rozman je uvodoma poudaril, da je Koroška v zadnjih letih naredila pomembne korake na področju razvoja turizma. To potrjujejo številni uspešno izvedeni projekti, med njimi Dravska kolesarska pot, Štrekna, ki je letos prejela pomembno evropsko priznanje, ter vzpostavitev regijskega sistema izposoje električnih koles KoroBAJK. Z novo destinacijsko spletno stranjo, turističnim katalogom in nadaljnjim povezovanjem turističnih ponudnikov na RRA Koroška nadaljujejo uresničevanje Strategije razvoja turizma Koroške, sprejete lani, ki opredeljuje jasne razvojne cilje destinacije do leta 2030.

»Naš cilj je Koroško razvijati kot povezano, prepoznavno in trajnostno turistično destinacijo, v kateri bo turizem postajal vse pomembnejši gospodarski dejavnik, ustvarjal nove priložnosti za lokalno podjetništvo ter hkrati prispeval k višji kakovosti življenja prebivalcev,« **je še poudaril Rozman.**

Snovanje **novega destinacijskega kataloga** so zaupali uveljavljeni agenciji **Yootree**, ki je s svojo kreativnostjo in bogatimi referencami hitro začrtala osnovni koncept publikacije – tako z vidika grafične podobe kot tudi vsebinske strukture posameznih poglavij in njihove konkretne vsebine. V okviru destinacije so ob tem oblikovali tudi posebno delovno skupino s predstavniki lokalnih turističnih organizacij, saj se jim zdi pomembno, da katalog soustvarjajo ključni deležniki in da ga turistične organizacije ter ponudniki začutijo kot resnično svojega.

Pri zasnovi novega kataloga Koroške je želela agencija Yootree preseči okvir klasične turistične brošure, ki zgolj predstavlja posamezne znamenitosti in doživetja. Cilj je bil ustvariti sodobno, vizualno dovršeno publikacijo, ki obiskovalca najprej pritegne na prvi pogled in dotik, nato pa ga skozi zgodbe, podobe in vsebine povabi k raziskovanju ter doživljanju Koroške.

Tomaž Apohal, izvršni kreativni direktor in partner agencije Yootree dodaja: *»Velike atmosferske fotografije, avtorske ilustracije, igriv zemljevid z avtorskimi ilustracijami in premišljeno zasnovane vsebine skupaj ustvarjajo sodobno vizualno zgodbo Koroške. Posebnost kataloga je tudi njegova uporabnost – strukturo, dizajn in vsebine smo zasnovali tako, da katalog v izbranih sekcijah deluje kot vodnik, ki uporabnikom olajša načrtovanje oddiha na Koroškem: od odkrivanja treh dolin do konkretnih idej za doživetja in večdnevnih potepanj na Koroškem. Koroško predstavlja kot zelo pestro in raznoliko destinacijo naravnih lepot, kulturne in zgodovinske dediščine, pristne kulinarike ter zanimivih doživetij: od kolesarstva,*

pohodništva do vodnih aktivnosti. Katalog tako ni le predstavitev destinacije, temveč povabilo na vznemirljivo potovanje. In prav to je njegov namen: da bralec Koroške ne bi želel spoznati zgolj na papirju, ampak jo predvsem izkusiti in doživeti.«

Na današnji novinarski konferenci so predstavili tudi **novo destinacijsko spletno stran Koroške**, ki prinaša sodobnejšo, vizualno privlačnejšo in predvsem uporabniku prijaznejšo digitalno izkušnjo. Pod njeno kreativno zasnovo se podpisuje agencija **Idearna**. Med ključnimi novostmi so sodoben in inovativen pristop, večja preglednost spletnega mesta, izboljšana uporabniška izkušnja ter novo, privlačno slikovno gradivo, ki obiskovalca že ob prvem stiku spodbuja k nadaljnjemu raziskovanju Koroške.

Pri snovanju spletne strani so posebno pozornost namenili načinu razmišljanja uporabnika in njegovemu vedenju na spletu. Vsebine so zato zasnovane tako, da ga čim bolj intuitivno vodijo skozi ponudbo destinacije ter mu na pregleden in navdihujoč način predstavijo, kaj lahko na Koroškem doživi in kako lahko svoje doživetje tudi načrtuje. Namen nove spletne strani tako ni zgolj informiranje, temveč predvsem ustvarjanje zgodbe, ki uporabnika povabi k odkrivanju in doživljanju Koroške.

Izjava Klemna Tavžlja, direktorja agencije Idearna: *»Koroška je regija izjemnih doživetij, čudovite narave in pristnih zgodb, zato smo želeli, da tudi njena digitalna podoba odraža vse te vrednote. Pri prenovi spletnega mesta koroska.si smo v ospredje postavili uporabnika in ustvarili sodobno, vizualno privlačno ter intuitivno digitalno izkušnjo, ki ne ponuja zgolj informacij, ampak obiskovalce navdihuje k raziskovanju regije. Naš cilj je bil povezati vsebinsko bogastvo Koroške s sodobnimi digitalnimi pristopi ter ustvariti platformo, ki bo dolgoročno podpirala turistično promocijo in prepoznavnost destinacije.«*

Na strani destinacijskega managementa so poudarili tudi, da je spletna stran živi organizem, ki ga bodo sproti seveda nadgrajevali in dopolnjevali. Vključevali bodo ponudnike, ki se bodo še želeli priključiti, nova turistična doživetja, nove regijske dogodke in blog vsebine. Med načrtovanimi nadgradnjami je tudi razvoj naprednega iskalnika, ki bo uporabniku na podlagi njegovih preferenc – denimo tipa gosta, letnega časa obiska, namena potovanja in interesov – pripravil konkreten in prilagojen predlog itinerarija za raziskovanje Koroške.

Izjava Ane Pisar Čivčić, projekte vodje na RRA Koroška: *»V letošnjem letu smo realizirali dva velika projekta, ki predstavljata pomemben korak naprej pri razvoju in promociji destinacije Koroška – tako v digitalnem kot v klasičnem okolju. Nova destinacijska spletna stran in nov destinacijski katalog sta pomembni pridobitvi, s katerima smo skupaj s številnimi deležniki postavili temelje. Ob tem smo in bomo izvedli še vrsto drugih aktivnosti – od obsežne foto in video produkcije, podatkovno podprtega odločanja in poletne promocijske kampanje s participacijo ponudnikov do ponatisa kataloga ponudnikov in številnih drugih promocijskih aktivnosti. Verjamem, da so ti premiki pomemben prispevek k večji prepoznavnosti Koroške. Pozitivni trendi na področju turističnih prihodov in prenočitev, vse večja medijska odmevnost destinacije ter naraščajoč interes za študijske in strokovne obiske kažejo, da je Koroška vse bolj opažena in zanimiva destinacija. Predvsem pa je pomembno, da za temi rezultati stoji povezovanje in delo številnih deležnikov na destinaciji. To je dokaz, da skupaj delamo v pravo smer.«*

V okviru novinarske konference so izpostavili tudi številne druge aktivnosti, ki trenutno potekajo oziroma jih načrtujejo v prihodnjih mesecih. Med njimi so napovedali **2. Turistični forum Koroške – Dan koroškega turizma**, ki bo letos potekal **v sredo, 25. novembra 2026, ob 9. uri v novem hotelu Wada** v Kotljah na Ravnah na Koroškem.

Dogodek želijo dolgoročno uveljaviti kot tradicionalno stičišče turističnih deležnikov v regiji – prostor za povezovanje, izmenjavo izkušenj, predstavitev dobrih praks ter skupno razpravo o prihodnjih razvojnih korakih destinacije Koroška. Z njim želijo še dodatno okrepiti sodelovanje med ponudniki, lokalnimi skupnostmi in drugimi ključnimi akterji ter tako skupaj soustvarjati nadaljnji razvoj turizma v regiji.

Omenili si tudi novo pridobitev - **vzpostavitev aplikacije FLOWS**, ki na področju podatkovno podprtega odločanja predstavlja dodano vrednost z vidika spremljanja turističnega obiska v regiji. **Koroška se namreč kot destinacija dobro razvija, o tem pričajo tudi konkretne številke:** v prvih devetih mesecih so v regiji zabeležili 51.242 prihodov gostov, kar je več kot 10,5% povišanje v primerjavi z letom prej in skoraj 130.000 nočitev. Še posebej vzpodbudno je dejstvo, da procentualno največje povečanje gostov beležijo v mesecu aprilu in maju, ki nista del najvišje sezone. Glede na lani se je v istem obdobju znatno povečal obisk gostov iz Nemčije (6,5 % vseh gostov), Hrvaške (6.1 %), Avstrije (4.7 %), Češke (3.1%) ter Madžarske (2.5 % vseh tujih gostov). 13 % rast pa beležijo tudi pri domačih gostih, ki še vedno predstavljajo več kot polovico vseh prihodov v regijo -60.7 %. Povprečna doba bivanja za letos trenutno znaša 2,51 dni na posameznika in se še vedno sooča z rahlim upadom. Zaradi variabilnosti bivanja, ki je običajno daljše v zimskih mesecih kot poletnih, bodo bolj realni podatki ob koncu leta oz. z začetkom 2027.

Ponosni pa so tudi na osvojeno ECTN nagrado, ki jo je prinesla **kolesarska pot Štrekna**. Spomnimo: le-ta je na prestižnih **ECTN Awards 2026** pred kratkim osvojila **drugo mesto na nivoju Evrope** in to v kategoriji Active, Slow and Accessible Cultural Tourism, kjer je s svojo zgodbo, kakovostjo infrastrukture, dostopnostjo in izjemno priljubljenostjo prepričala mednarodno strokovno javnost.

Hkrati je bila poleti izvedena uspešna poletna kampanja s ponudniki, pridobljen nov foto in video material, v pripravi je ponatis kataloga ponudnikov, poteka pa tudi optimizacija TIC-ev na nivoju cele regije.

Koroška tako ne postaja le destinacija, o kateri se vse več govori, temveč predvsem destinacija, ki jo je vredno odkriti, doživeti in se vanjo znova vračati. Največja moč nadaljnjega razvoja ostaja povezovanje: ponudnikov, lokalnih skupnosti, razvojnih institucij in vseh, ki soustvarjajo turistično zgodbo Koroške.

Več informacij:
Anja Vajde
Vodja za odnose z javnostmi
M: +386 (0)41 323 293
e-naslov: anja.vajde@rra-koroska.si

Foto: Boris Skudnik, RRA Koroška