



RRA KOROŠKA
REGIONALNA
RAZVOJNA AGENCIJA
ZA KOROŠKO

Poročilo o izvajanju projekta: PROMOCIJA TURISTIČNE DESTINACIJE KOROŠKA

Za obdobje 1. 1. 2025–30. 11. 2025 / vmesno poročilo

Dravograd, 2025



RRA KOROŠKA
REGIONALNA
RAZVOJNA AGENCIJA
ZA KOROŠKO

Projekt Promocije turistične destinacije Koroška financirajo:

Mestna občina Slovenj Gradec

Občina Črna na Koroškem

Občina Dravograd

Občina Mežica

Občina Mislinja

Občina Muta

Občina Podvelka

Občina Prevalje

Občina Radlje ob Dravi

Občina Ravne na Koroškem

Občina Ribnica na Pohorju

Občina Vuzenica

Izvajalec:

Regionalna razvojna agencija za Koroško, d.o.o.

Odgovorna oseba na strani izvajalca: Uroš Rozman, direktor

Vodja projekta na strani izvajalca: Ana Pisar Čivčič, projektna vodja

Naziv dokumenta:

Poročilo o izvajanju projekta: Promocija turistične destinacije Koroška

Datum dokumenta:

December 2025

Delovna skupina za pripravo/avtorji dokumenta:

- Ana Pisar Čivčič, projektna vodja
- Matic Primožič, strokovni sodelavec na projektu



Kazalo vsebine

1	POROČILO O IZVAJANJU PROJEKTA: PROMOCIJA TURISTIČNE DESTINACIJE KOROŠKA / VMESNO POROČILO	2
1.1	Pregled izvedenih promocijskih aktivnostih v obdobju 1. 1.–30. 11. 2025:	3
1.1.1	Oglaševanje	3
1.1.2	Produkcija lastnih promocijskih materialov	4
1.1.3	Sejemske predstavitve ter borze	5
1.1.4	Študijske ture	5
1.1.5	Druge aktivnosti	6
1.1.6	Fotografije aktivnosti	8
2	REZULTATI	9
2.1	Analiza rezultatov	9
3	FINANČNO POROČILO	10

Kazalo tabel

Tabela 1: Sejemske predstavitve destinacije	5
Tabela 2: Turistični tokovi Koroške	9

Kazalo grafov

Graf 1, 2: Primerjava ter trend rasti turističnih tokov Koroške	9
---	---

Kazalo slik

Slika 1: Kolaž fotografij aktivnosti promocije turistične destinacije Koroška	8
---	---



1 POROČILO O IZVAJANJU PROJEKTA: PROMOCIJA TURISTIČNE DESTINACIJE KOROŠKA / VMESNO POROČILO

Osnovni namen projekta »Promocija turistične destinacije Koroška 2025« je izboljšati prepoznavnost, povečati zanimanje in vplivati na izbiro destinacije za turistični obisk, ter posledično dvigniti kazalce turistične uspešnosti. S promocijskim komuniciranjem destinacije stremimo k predstavljanju pozitivnih lastnosti, inspiriranju in celovitemu informiranju o možnostih za pristna turistična doživetja na Koroškem, s ciljem prispevati k dvigu prepoznavnosti in ugleda Koroške kot turistične destinacije. Gre za kontinuirano izvajanje programa aktivnosti promocije Koroške, ki temelji na izkazanih potrebah ter – s strani ponudnikov turističnih storitev in lokalnih skupnosti – podanih pobudah za izvajanje skupnih marketinških aktivnosti.

Pri načrtovanju in izvajanju aktivnosti so ključni partnerji lokalne turistične organizacije in predstavniki občin ter ponudniki turističnih storitev. Lokalne turistične organizacije sodelujejo pri pripravi in izvajanju programa aktivnosti. S ciljem ustvarjanja optimalnih učinkov in racionalizacije stroškov, se RRA Koroška vključuje v aktivnosti Slovenske turistične organizacije, združenja Slovenia Outdoor ter drugih organizacij na nacionalnem nivoju, hkrati pa čezmejno in medregijsko sodeluje ter ustvarja sinergije s sosednjimi regijami, predvsem v okviru Partnerstva za Pohorje, medregijskih kolesarskih poti (Dravska kolesarska pot, Štrekna) ter Karavanke UNESCO Globalnega Geoparka.

Skladno s pogodbami o sofinanciranju projekta, ki jih je RRA Koroška sklenila z občinami, projekt vključuje aktivnosti in stroške izvedbe programa promocije turistične destinacije Koroška v letu 2025 (predstavitve na sejnih in borzah (najemi sejmskih/razstavnih prostorov in opreme), oglaševanja (on-line in off-line), izdelavo lastnih promocijskih materialov, izdelavo nove spletne strani www.koroska.si, nove foto in video vsebine destinacije, članarine, sodelovanja v aktivnostih Slovenske turistične organizacije (STO) in drugih turističnih organizacij, druge stroške storitev in materiala ter stroške potovanj za potrebe izvedbe navedenih aktivnosti), stroške sofinanciranja (lastni delež upravičenih stroškov + DDV) izvedbe komplementarnega projekta, s katerim je RRA Koroška uspešno kandidirala na javnem razpisu Slovenske turistične organizacije za sofinanciranje aktivnosti promocije in digitalizacije turistične ponudbe vodilnih turističnih destinacij v Sloveniji v letu 2025, stroške organizacije strokovnih dogodkov na temo razvoja turizma ter stroške koordiniranja projektnih aktivnosti.

V obdobju poročanja so bile izvedene predstavitve turistične ponudbe destinacije Koroška na 19 dogodkih – turističnih sejnih, borzah in workshopih – v 11 državah (Nemčija, Avstrija, Nizozemska, Belgija, Luksemburg, Srbija, Hrvaška, Madžarska, Poljska, Češka ter Slovenija). Oglaševalske aktivnosti so zajemale oglaševanja na specializiranih portalih, na spletnih straneh in blogih), kot tudi v »off-line« medijih (tisk in radio). Izdelana je bila publikacija



Katalog ponudnikov, obnovljena ter preurejena je bila spletna stran projekta Štrekna ter urejen in izdan letak. S posodobljenimi vsebinami je bil ponatisnjen image katalog destinacije ter kolesarski in pohodniški zemljevid Koroške, v pripravi pa je tudi povsem nov destinacijski image katalog. Izvedla sta se dva snemalna dneva z namenom pridobitve novega foto in video material za oglaševanje destinacije Koroška v poletnih mesecih, v jesenskih mesecih je fotograf zajel nove motive destinacij, v pripravi pa je tudi obsežnejša foto in video produkcija.

1.1 Pregled izvedenih promocijskih aktivnostih v obdobju 1. 1.–30. 11. 2025:

Izvedene aktivnosti se nanašajo na obdobje januar–november 2025, saj gre za vmesno poročilo. Končno poročilo, skupaj s finančno konstrukcijo, bo pripravljeno z začetkom leta 2026 po koncu koledarskega leta.

1.1.1 Oglaševanje

V okviru oglaševanja smo destinacijo Koroška oglaševali tako na domačem trgu, s poudarkom na medijih z večjim dosegom bralcev in poslušalcev po Sloveniji, na tujih trgih pa smo se zaradi stroškovne učinkovitosti naslanjali predvsem na specializirane medije. Oglaševanje se je izvajalo tako na digitalu (Meta platforma, Google Ads), v tiskanih medijih (revije, časopisi) kot na radiu.

Predstavitev ključnih oglaševalskih aktivnosti

- Predstavitev destinacije Koroška na vodilnem kolesarskem portalu za nemško govoreče trge in oglas v tiskanem katalogu Mountain Bike Holidays (350.000 izvodov, distribucija DACH), in hkrati izvedba kampanje na družbenih omrežjih navedenega partnerja in vključitev promocije destinacije v novičnik, z namenom promocije Koroške kot kolesarske destinacije.
- Priprava in objava destinacije Koroška na portalu visitslovenia.pl za promocijo na p oljskih trgih ter Facebook kampanja in pri omenjenem partnerju.
- Priprava oglaševalske kampanje promocije destinacije Koroške v digitalnih medijih (Meta platforma in Google Ads) na slovenskem in prioritetnih tujih trgih (Nemčija, Avstrija in Hrvaška).
- Druga digitalna oglaševanja in PR prispevki za promocijo destinacije: spletna stran Mamin Kutak (Hrvaška), Freizeitung (Avstrija), prispevek za 24 ur, prispevek za Podjetno Slovenijo (butična ponudba), prispevek za Dnevnikovo posebno izdajo DNVK, Vikendholičarji (Hrvaška).



- Oglaševanje destinacije v digitalnem priročniku in objave na portalu: Magični kotički Koroške, Dobra ideja za izlet.
- Izvedba vplivnostnega marketinga in oglaševanja: Povsod je lepo.
- Oglaševanja na radijskih postajah/programih (radijska mreža Radio 1).
- Oglaševanja v tiskanih medijih (TU magazin, Slovenske počitnice, revija Turizem), Freizeitung (Avstrija).
- Priprava ter snemanje poletne kampanje oglaševanja na družbenih omrežjih.
- Priprava materialov za SUD KARTNEN katalog: 24 predstavitev strani vseh 12 občin z namenom promocije celotne destinacije Slovenije v kontekstu medregijskega sodelovanja.
- Jesenska kampanja za promocijo turistične ponudbe v času krompirjevih počitnic, z izpostavljenostjo ponudbo za vsako dolino (oglaševanje preko Meta platforme, doma či trg).

1.1.2 Produkcija lastnih promocijskih materialov

- Priprava ter tisk kataloga ponudnikov.
- Priprava ter tisk zloženke Štrekna.
- Posodobitev in ponatis image kataloga Koroška. Zakladnica presenečenj.
- Posodobitev in ponatis pohodniško kolesarske karte.
- Nabava drobnega promo materiala (USB ključki, majice Koroška, promocijski izdelki Štrekna, roll up stojalo).
- Priprava in tisk za opremo destinacijske učilnice na fakulteti Turistica.
- Priprava novega destinacijskega image kataloga.
- Priprava zloženke s predstavitev kolesarske ponudbe destinacije, z namenom promocije na specializiranem sejmu za kolesarski turizem.



1.1.3 Sejemske predstavitve ter borze

Sodelovanje na 19 različnih dogodkih – sejmi in borzah za promocijo Koroške regije.

Tabela 1: Sejemske predstavitve destinacije

ŠT.	MESEC	DRŽAVA	IME DOGODKA
1	januar	Nizozemska	Utrecht Vakantiebeurs
2	januar	Hrvaška	Zagreb Workshop
3	januar	Slovenija	Alpe Adria
4	februar	Srbija	Beograd workshop
5	marec	Nemčija	ITB Berlin
6	marec	Slovenija	Forum trendi kolesarstva
7	april	Nizozemska	Amsterdam workshop
8	april	Belgija	Antwerpen workshop
9	april	Luxemburg	Luxemburg workshop
10	maj	Slovenija	SIW 2025
11	avgust	Avstrija	Pliberški Jormak
12	september	Hrvaška	Zagreb Workshop
13	september	Madžarska	Budapest workshop
14	september	Slovenija	MOS -MKRR
15	oktober	Avstrija	Graz workshop
16	oktober	Srbija	Beograd workshop
17	november	Poljska	RoadShow 2025 – POLAND Katowice
18	november	Poljska	RoadShow 2025 – POLAND Wroclaw
19	november	Češka	Prague workshop

Vir: RRA Koroška

1.1.4 Študijske ture

- (So)organizacija študijske ture Slovenia Outdoor za predstavnike medijev e-bike kolesarstva na Pohorju.
- Organizacija študijske ture za francoske novinarje FRANCE SOIR.
- Organizacija študijske ture za predstavnike turističnih agencij in medijev Hrvaške - RELAXINO.



1.1.5 Druge aktivnosti

- Izdelava strateškega dokumenta: Strategija razvoja turizma destinacije Koroška 2025–2030 ter izvajanje koordinacije za realizacijo aktivnosti med lokalnimi turističnimi organizacijami.
- Obiski ponudnikov, krajši individualni sestanki glede pričakovanj, želja in ciljev.
- Urejanje in dodajanje vsebin na spletno stran koroska.si v treh jezikovnih različicah.
- Sodelovanje pri koordinaciji vsebine za snemanje oddaje Fino i vino v okviru Partnerstva za Pohorje.
- Srečanja in sestanki z lokalnimi turističnimi organizacijami ter ponudniki (teme: sejem Alpe Adria, shema sodelovanje med RDO-jem in LTO-ji, kolesarska pot Štekna, redno srečanje deležnikov s področja turizma, priprava novega destinacijskega kataloga, podatkovno podprto odločanje).
- Redno vsebinsko upravljanje lastnih profilov na družbenih omrežjih Facebook (koroska.slovenia) in Instagram (Discover_Koroska) ter YouTube kanala (Discover Koroška).
- Skrbništvo in urejanje predstavitev kolesarskih in pohodniških produktov Koroške na portalu Outdooractive.
- Redno odgovarjanje na postavljena vprašanja v zvezi s kolesarsko povezavo Štekna preko spletne strani in družbenih omrežij.
- Koordinacija snemalne ekipe in vsebine snemanja prispevka RTV SLO Na lepše za kolesarsko pot Štekna.
- Koordinacija snemalne ekipe in vsebine pri snemanju oddaje Planet TV – Planet na obisku: poudarek na zgodovinskih mestih Slovenj Gradec in Ravne na Koroškem.
- (So)organizacija dogodka Dan ljubiteljske kulture na Štekni (maj).
- (So)organizacija snemanja STO za jesensko kampanjo (Štekna).
- Vplivnosti marketing z Pavsod je lepo.
- Sodelovanje z VIKENDHOLIČARI z namenom promocije Štekne na hrvaškem trgu.
- Vzpostavitev regijskega registra turističnih vodnikov Koroške.



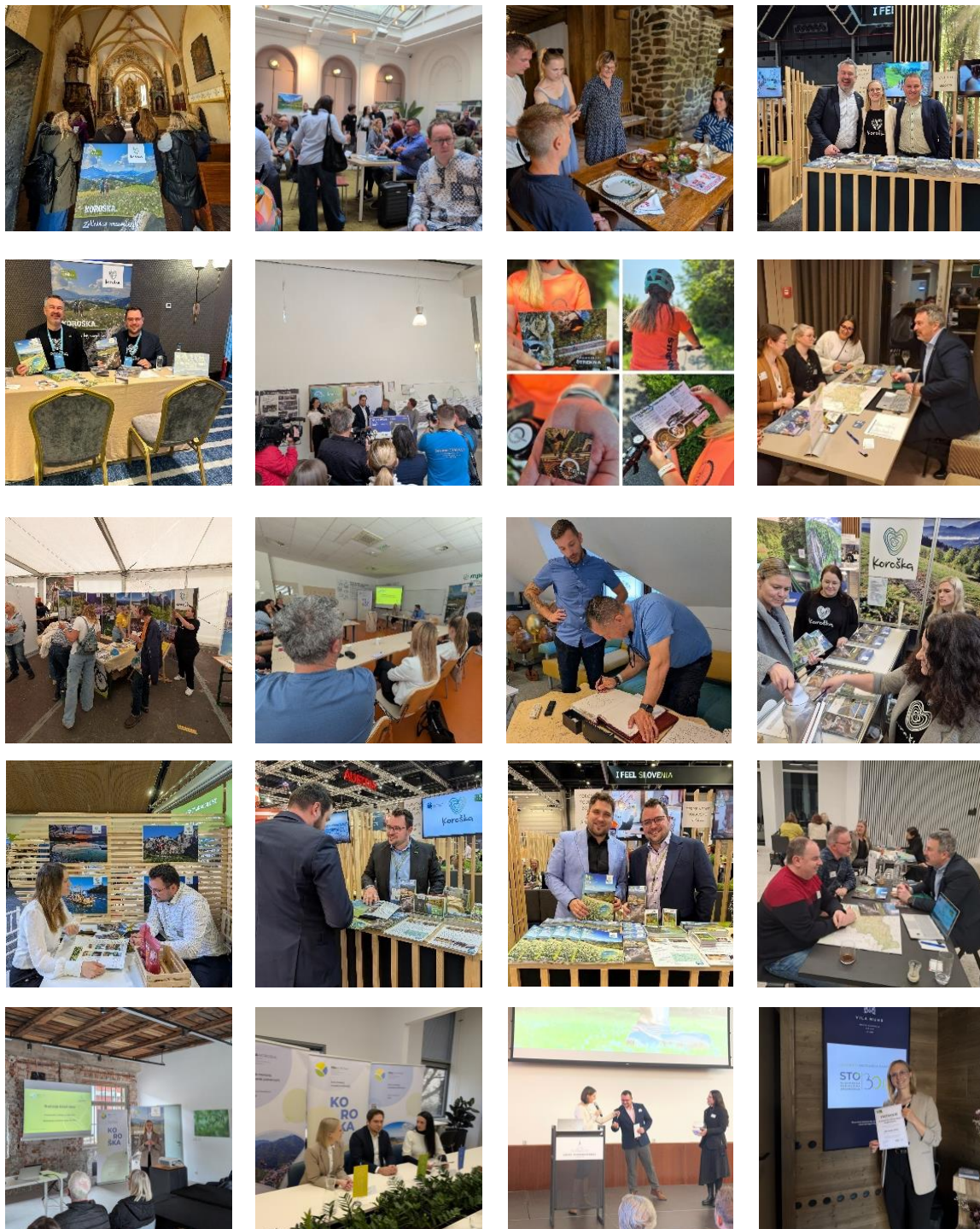
- Sodelovanje pri marketinških aktivnostih Partnerstva za Pohorje in Geoparka Karavanke.
- Vzpostavitev počitniške zimske tedenske avtobusne linije brezplačnega prevoza smučarjev do smučišča Kope.
- Partnersko sodelovanje s produktnim združenjem Slovenia Outdoor.
- Zagotavljanje vsebin iz foto in video arhiva za uporabo ponudnikom turističnih storitev, občinam, medijem ...
- Izvedba izobraževanja na temo Trajnostni turizem za ponudnike ter lokalne turistične organizacije.
- Sodelovanje z mediji (gostovanje v oddajah, intervjuji za radijske postaje ...).
- Organizacija dogodka Štrekna včeraj, danes, jutri, v luči prevzema nagrade za Naj EU projekt 2025.
- Usklajevalni in vsebinski sestanki s koroškim podjetjem Ekstera za lonček Matteredra s simbolom Koroške za promocijo destinacije.
- Raziskava trga med ponudniki turistične ponudbe (september) ter raziskava med splošnim prebivalstvom (november).
- Priprava vloge in uspešna kandidatura na JR Slovenske turistične organizacije za sofinanciranje aktivnosti promocije in digitalizacije turistične ponudbe vodilnih turističnih destinacij v Sloveniji v letu 2025.
- Usklajevanje strateških aktivnosti v kontekstu razpisa Ministrstva za gospodarstvo, turizem in šport za regijske turistične destinacije.
- Zasnova dogodka Dan koroškega turizma in koordinacija aktivnosti za organizacijo dogodka.



RRA KOROŠKA
REGIONALNA
RAZVOJNA AGENCIJA
ZA KOROŠKO

1.1.6 Fotografije aktivnosti

Slika 1: Kolaž fotografij aktivnosti promocije turistične destinacije Koroška



Vir: RRA Koroška



2 REZULTATI

Po zadnjih razpoložljivih uradnih podatkih SURS- NIST, ki so začasni in še nepopolni, je bilo na območju Koroške v obdobju med 1. 1. in 31. 10. 2025 ustvarjenih 49.017 prihodov turistov (29.143 domačih in 19.874 tujih) in 126.262 prenočitev (75.388 domačih in 50.874 tujih). V primerjavi z enakim obdobjem preteklega leta, je bilo letos kar 5.1 % več prihodov in 2.4 % več prenočitev.

Tabela 2: Turistični tokovi Koroške

	TIP	1. 1.–31. 10. 2024	1. 1.–31. 10. 2025	Razlika	Razlika %
Skupaj	Prihodi turistov	46.631	49.017	2.386	+5,11%
	Prenočitve turistov	123.307	126.262	2.955	+2,39%
Domači	Prihodi turistov	27.769	29.143	1.374	+4,94%
	Prenočitve turistov	72.672	75.388	2.716	+3,73%
Tuji	Prihodi turistov	18.862	19.874	1.012	+5,36%
	Prenočitve turistov	50.635	50.874	239	+0,47%

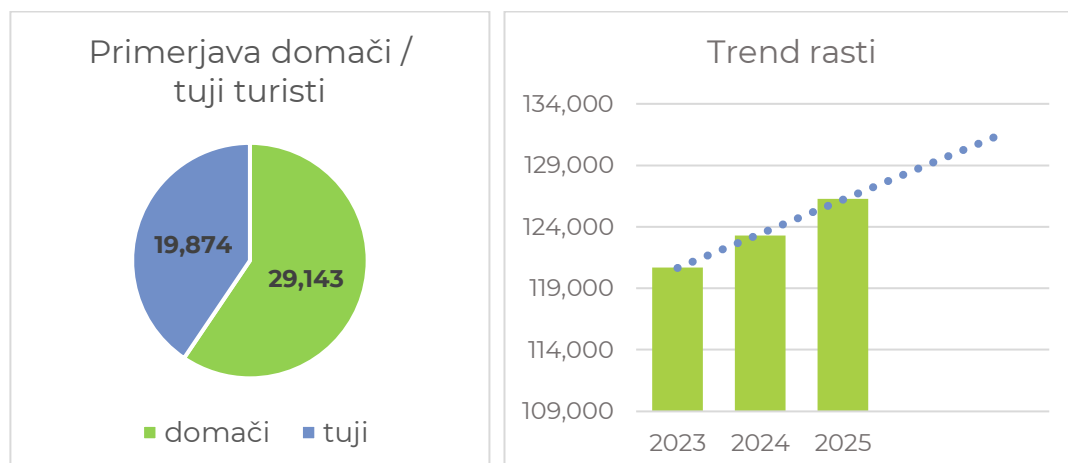
Vir: NIST (Prihodi in prenočitve turistov po državah, vodilne destinacije, mesečno)

2.1 Analiza rezultatov

Iz zgornje tabele je razvidno, da regija beleži zmerno rast prihodov turistov v zadnjem letu ter letu poprej. Po trenutno dostopnih podatkih se je v primerjavi z letom 2024 povprečna doba bivanja znižala za 2,5 %, kar je zagotovo pokazatelj, na katerega mora destinacija v prihodnje biti pozorna ter si prizadevati goste na Koroškem zadržati dlje časa.

Najpomembnejši tuji trgi za Koroško so: Nemčija, Hrvaška, Avstrija, Madžarska in Češka, opazen porast pa beležita tudi Poljska in Nizozemska.

Graf 1, 2: Primerjava ter trend rasti turističnih tokov Koroške





3 FINANČNO POROČILO

Zaključno finančno poročilo bo priloženo h končnemu poročilu za obdobje 1. 1. 2025–31. 12. 2025.



Regionalna razvojna agencija za Koroško, d.o.o.

Meža 10, 2370 Dravograd

+386 (0)5 90 85 190

info@rra-koroska.si



rra-koroska.si