

Kar je redko, je dragoceno 2024

Quod rarum, carum, *latinski pregovor*

**Primerjava slovenskih kongresnih destinacij po metodi
doživljajskega indeksa kongresnih destinacij (Meeting
Experience Index)**

*PREDEN TISKATE TA DOKUMENT, RAZMISLEJTE: Z branjem digitalne različice boste prihranili denar in pomagali
ohranjati okolje. Za izdelavo enega lista A4 potrebujemo pet litrov vode.*



TOLERANCA

TOLERANCA MARKETING d.o.o.

Štihova ulica 4

1000 Ljubljana

Urednik: Gorazd Čad
Ljubljana, december 2024

5 A. UVOD IN POVZETEK KLJUČNIH UGOTOVITEV

6 1. UVOD

7 2. POVZETEK V SLOVENSKEM JEZIKU

7 2.1. SPLOŠNA PRIMERJAVA KONKURENČNOSTI SLOVENIJE

9 2.2. PRIMERJAVA KONKURENČNOSTI POSAMEZNIH SLOVENSKIH DESTINACIJ

11 2.3. PRODUKTNA OCENA KONKURENČNOSTI SLOVENSKE INDUSTRIJE SREČANJ

12 2.4. KRATEK UREDNIŠKI POVZETEK

15 3. POVZETEK V ANGLEŠKEM JEZIKU

23 4. METODOLOGIJA

25 B. PRIMERJAVA KONKURENČNOSTI SLOVENIJE V PRIMERJAVI Z AVSTRIJO, DANSKO, ESTONIJO IN HRVAŠKO

V ponudbi ENITED točka 1.1. Comparison of the competitiveness of Slovenia with four comparable destinations in Europe: Austria, Croatia, Denmark and Estonia

26 5. PREGLED DESTINACIJ VKLJUČENIH V PRIMERJAVO

29 6. PRIMERJAVA KRITERIJEV KONKURENČNOSTI SLOVENIJE Z IZBRANIMI DESTINACIJAMI

36 7. NOSILNE KAPACITETE PRIMERJANIH DESTINACIJ

41 8. PRIMERJAVA KONČNIH OCEN DESTINACIJ

46 9. ANALIZA POSAMEZNIH ELEMENTOV DOŽIVLJAJSKEGA INDEKSA

46 9.1. ANALIZA NARAVNIH IN KULTURNIH DEJAVNIKOV

48 9.2. SPLOŠNA IN PROMETNA INFRASTRUKTURA

50 9.3. TURISTIČNA INFRASTRUKTURA

52 9.4. KONGRESNA INFRASTRUKTURA

54 9.5. SUBJEKTIVNA OCENA

56 9.6. MARKETING DESTINACIJE

58 9.7. PRIMERJAVA DODATNIH INDEKSOV ZA OCENO DESTINACIJE

40 10. PRIMERJAVA SEZONSKOSTI PRIMERJANIH DESTINACIJ

61 C. PILOTNA PRIMERJAVA KONKURENČNOSTI POSAMEZNIH DESTINACIJ Z NEPOSREDNIMI KONKURENTI NA TRGU

V ponudbi ENITED točka 1.1. Comparison of the competitiveness of Slovenia's destination in the key 8 regions

62 11. PRIMERJAVA KONČNIH OCEN IN NOSILNIH KAPACITET POSAMEZNIH DESTINACIJ

63 11.1. LJUBLJANA (4.50) VS ZAGREB (4.53)

64 11.2. LJUBLJANA (4.50) VS TALLINN (4.51)

65 11.3. MARIBOR (4.33) VS GRAZ (4.33)

66	11.4. MARIBOR (4.33) VS SALZBURG (4.44)
67	11.5. BLED (4.20) VS DUBROVNIK (4.39)
68	11.6. BLED (4.20) VS SAALFELDEN (4.20)
69	11.7. PORTOROŽ (4.19) VS ROVINJ (4.20)
70	11.8. PORTOROŽ (4.19) VS OPATIJA (4.18)
71	11.9. CELJE (4.02) VS KLAGENFURT (4.12)
72	11.10. CELJE (4.02) VS AALBORG (4.08)
73	11.11. KRANJSKA GORA (4.14) VS SCHLADMING (4.21)
74	11.12. PODČETRTEK (4.08) VS MALI LOŠINJ (4.10)
75	11.13. ROGAŠKA SLATINA (4.09) VS PARNU (3.93)

76 D. PRODUKTNA OCENA KONKURENČNOSTI SLOVENSKE INDUSTRIJE SREČANJ

V ponudbi ENITED točka **1.2. Assessment of the current offer of the Slovenian meeting industry by 4 sub products/formats: business meetings, incentive trips, congresses and events**

77	12. METODOLOGIJA PRODUKTNE PRIMERJAVE
78	13. KORPORATIVNI DOGODKI
79	13.1. KORPORATIVNI DOGODKI – MEDNARODNA PRIMERJAVA
82	13.2. KORPORATIVNI DOGODKI – SLOVENSKA PRIMERJAVA
86	14. DOGODKI ZDRUŽENJ
87	14.1. DOGODKI ZDRUŽENJ – MEDNARODNA PRIMERJAVA
90	14.2. DOGODKI ZDRUŽENJ – SLOVENSKA PRIMERJAVA
93	15. INCENTIVE DOGODKI
94	15.1. INCENTIVE DOGODKI – MEDNARODNA PRIMERJAVA
97	15.2. INCENTIVE DOGODKI – SLOVENSKA PRIMERJAVA
100	16. DRŽAVNI IN VLADNI DOGODKI
101	16.1. DRŽAVNI IN VLADNI DOGODKI – MEDNARODNA PRIMERJAVA
104	16.2. DRŽAVNI IN VLADNI DOGODKI – SLOVENSKA PRIMERJAVA
107	17. PORTFELJSKA MATRIKA SLOVENSКИH DESTINACIJ
110	18. DODATNI VIRI IN LITERATURA

A.

UVOD IN POVZETEK KLJUČNIH UGOTOVITEV

1. UVOD

Kam leti »Slovenia Meetings«?

V letalstvu si zelo težko predstavljamo letenje brez številnih inštrumentov in trojne kontrole letenja v obliki pilota, kopilota in nadzora letenja. Upravljanje kongresnih destinacij bi zlahka primerjali z letenjem. Podobno kot v letalstvu, gre namreč za zelo kompleksno dejavnost, ki je odvisna od vrste dejavnikov in jo je nemogoče upravljati na pamet.

Kljub temu veliko destinacij leti na slepo in se pri tem zanaša na svoje občutke. Metodologijo **DOŽIVLJAJSKI INDEKS KONGRESNIH DESTINACIJ** ali **MEETING EXPERIENCE INDEX** smo razvili prav z namenom, da destinacijam zagotovimo inštrument, ki jim bo omogočal bolj natančno letenje v razburkanih in nepredvidljivih časih.

Letošnja primerjalna analiza Slovenije je že tretja po vrsti. Prvo smo pripravili leta 2019, naslednjo leta 2021, zadnja pa meri pokoronsko stanje.

V prvi raziskavi, ki je upoštevala podatke za leto 2018, se je letalo z imenom Slovenija hitro vzpenjalo. Veljali smo za zvezdo Nove Evrope in bili pred lokalno konkurenco.

Z leti pa so se začele kazati slabosti v obliki pomanjkanja strateških vlaganj, zmanjšanja prepoznavnosti in drugih strukturnih izzivov, zato je Slovenija v obdobju po koroni izgubila svojo prednost in začela zaostajati na ključnih področjih konkurenčnosti.

Namen primerjalne raziskave je omogočiti slovenski industriji srečanj, da se ne zanaša na občutke, temveč razvije učinkovito strategijo, ki bo Slovenijo do leta 2030 pripeljala na vrh Nove Evrope. Ali pa med prvih trideset destinacij na lestvici ICCA. Da je to možno, smo prepričani, vendar le z resnimi in zelo konkretnimi investicijami v našo industrijo. Kar pa res šteje, so znanje in izkušnje, ki smo jih pridobili na več kot 30 let dolgi poti. Ter izjemni projekti, ki jim moramo prepoznati in jih ne smejo preglasiti takšni ali drugačni interesi.

Nobena pot ni brez spodrsaljcev, zgrešene smeri in česa težkega. Takšne napake zares cenimo, saj se iz njih lahko veliko naučimo. Zato ugotovljene slabosti razumemo tudi kot nove priložnosti za Slovenijo.

Naj bo naša raziskava začetek novega potovanja Slovenije, ki ima brez dvoma izjemen potencial za drzne sanje.

Gorazd Čad
Vodja projekta

2. POVZETEK V SLOVENSKEM JEZIKU

Poligon za (pre)drzne

Vzorec: V analizo smo vključili 54 destinacij iz petih držav (Avstrija, Hrvaška, Danska, Estonija in Slovenija). Iz podrobne analize primerjanih destinacij izhaja, da je primerjan vzorec dovolj obsežen, da nam je omogočil verodostojno in kredibilno oceno stanja.

Slovenske destinacije: Med 21 slovenskimi destinacijami je samo Ljubljana globalno konkurenčna destinacija. Pet slovenskih destinacij (Maribor, Bled, Portorož, Kranjska Gora in Bohinj) pa dosega regionalno konkurenčnost. Glavnina destinacij je konkurenčnih regionalno ali lokalno ter še niso izkoristile svojega potenciala.

Izkoriščanje potenciala: V Sloveniji je nekaj krajev, ki svojega potenciala še ne izkoriščajo. Med njimi izstopajo Kamnik, Novo mesto in Slovenj Gradec. Slabo izkoriščen pa je tudi potencial v Laškem, Savinjski dolini in Zelenem Krasu.

Povzetek v nadaljevanju smo razdelili na tri sklope:

- Splošno primerjavo konkurenčnosti Slovenije
- Primerjavo konkurenčnosti pomembnejših slovenskih destinacij
- Oceno produktne konkurenčnosti 21 slovenskih destinacij

POMEMBNO: Tekmovanje na mednarodnem trgu dogodkov se praviloma ne dogaja direktno med državami, temveč večinoma na mestnem ali mikrodestinacijskem nivoju (razen v primeru velikih športnih dogodkov ali državnih in vladnih dogodkov). Zaradi kredibilnosti raziskave smo zato v analizo vključili tudi primerjavo konkurenčnosti posameznih zaokroženih mikro destinacij za dogodke, kot jih razumejo organizatorji dogodkov (poglavje B). Pregled destinacij zgolj skozi državno ali nacionalno prizmo je glede na naše izkušnje pomanjkljiv, saj omogoča sledenje ključnim trendom, z uvidom v posamezne destinacije. S produktno primerjavo (poglavje C) smo pridobili precej bolj zaokroženo in kredibilno primerjavo. Ta je odlično izhodišče za konkretno delo z destinacijami v drugi fazi projekta

2.1. SPLOŠNA PRIMERJAVA KONKURENČNOSTI SLOVENIJE

Preseganje meja

Povzetek skupnih ocen primerjanih destinacij skozi časovno obdobje pred korono in po koroni

OZNAKA	KRITERIJ	AVSTRIJA	DANSKA	ESTONIJA	HRVAŠKA	SLOVENIJA
BC	SKUPNA OCENA PRIMERJANIH DESTINACIJ 2019	4,15	4,00	3,77	3,51	3,47
AC	SKUPNA OCENA PRIMERJANIH DESTINACIJ 2024	4,19	4,02	3,79	3,67	3,61
	RAZLIKA V OCENAH 2019 - 2024	+0,04	+0,02	+0,02	+0,16	+0,14
	RAZLIKA MED OCENO SLOVENIJE vs DESTINACIJ 2024	-0,58	-0,39	-0,18	-0,06	

OZNAKA	KRITERIJ	AVSTRIJA	DANSKA	ESTONIJA	HRVAŠKA	SLOVENIJA
		Dunaj	Kopenhagen	Tallinn	Zagreb	Ljubljana
BC	SKUPNA OCENA PRIMERJANIH DESTINACIJ 2019	4,76	4,72	4,41	4,42	4,43
AC	SKUPNA OCENA PRIMERJANIH DESTINACIJ 2024	4,81	4,82	4,51	4,53	4,51
	RAZLIKA V OCENAH 2019 - 2024	+0,05	+0,10	+0,10	+0,11	+0,08
	RAZLIKA MED OCENO VODILNE SLOVENSKE DESTINACIJE vs OSTALE DESTINACIJE 2024	-0,30	-0,31	+0,00	-0,02	

Primerjava obdobja pred in po koroni: Avstrija ohranja visoko oceno (4.19), ki je najvišja med vsemi primerjanimi destinacijami. Danska je svojo oceno le malenkost izboljšala (+0,02) in ohranja visoko oceno (4.02). Obe državi igrata v champions kongresni ligi.

Estonija je stabilna in zelo konkurenčna destinacija, ki je neposredna konkurenca Sloveniji in Hrvaški. Hrvaška je svoj položaj znatno izboljšala, predvsem na račun intenzivnih investicij v hotelsko infrastrukturo. To velja tudi za Slovenijo, ki pa zaostaja za vsemi primerjanimi destinacijami.

Razlika Slovenije do drugih destinacij se zmanjšuje, vendar počasneje v primerjavi z večino držav, predvsem Avstrije in Danske.

Power indeks: S pomočjo power indeksa lahko ocenimo ključne prednosti in slabosti destinacij na lestvici od 1 do 5. Med letoma 2017–2024 rezultati kažejo prednost Avstrije (+0,69), Danske (+0,49), Estonije (+0,27) in Hrvaške (+0,05), kar po našem mnenju odraža realno stanje na trgu.

Glavne prednosti primerjanih destinacij: Pred Slovenijo so na področjih pogojev za dogodke združenj (ICCA Indeks z Avstrijo in Dansko na čelu), kongresne infrastrukture, letalske dostopnosti (ACI Airport Connectivity Index), destinacijskega marketinga in turistične infrastrukture.

Uravnoteženi kriteriji: Primerjane destinacije so relativno izenačene na področjih naravnih in kulturnih dejavnikov, splošne in prometne infrastrukture in subjektivne ocene destinacij.

Glavna prednost Slovenije: Je visok indeks varnosti (Safety Index) in kazalnik kakovosti življenja za prebivalce in udeležence dogodkov (Quality of Life Index).

Izziv banketnih kapacitet: 81 % slovenskih destinacij ima premajhne banketne kapacitete. Med destinacijami posebej izstopajo večje destinacije, še posebej pa Maribor, Portorož, Kranjska Gora ter Ljubljana. Kapaciteta za bankete predstavlja enega največjih izzivov, ki na slovenskih kongresnih destinacijah zmanjšuje nosilno kapaciteto. Rezultat tega je, da določenih tipov dogodkov ni mogoče gostiti.

Nosilna kapaciteta Slovenije: Glede kapacitet Slovenija zaostaja na praktično vseh področjih. Organizatorjem dogodkov je npr. na voljo 32,48 % maksimalne kapacitete v kino postavitvi štirih primerjanih destinacij (1552 udeležencev).

Pomemben zaključek raziskave je, da bi z izboljšano nosilno kapaciteto najbolj pomembnih destinacij močno izboljšali konkurenčnost, ter gostili dogodke z višjo dodano vrednostjo.

Diferenciacija Slovenije na področju naravnih in kulturnih dejavnikov: Slovenija naj gradi na svoji edinstveni doživljajski pestrosti, arhitekturni dediščini in trajnostnem turizmu, pri tem pa ustvari močno kulturno identiteto, ki jo razlikuje od konkurence.

Diferenciacija Slovenije na področju splošne in prometne infrastrukture: Slovenija naj krepí svojo multimodalno dostopnost, izboljša letalske povezave, implementira digitalne rešitve in izpopolni trajnostne javne storitve.

Diferenciacija Slovenije na področju turistične infrastrukture: Slovenija mora vlagati v hotelsko infrastrukturo, okrepiti svojo kulinarično in kulturno ponudbo ter inovativno izpostaviti svoje naravne in trajnostne prednosti. Ob tem je ključno razvijati pestro zabavno in nakupovalno ponudbo, saj na tem področju zaostajamo za konkurenco.

Diferenciacija Slovenije na področju kongresne infrastrukture: Slovenija mora nadgraditi infrastrukturo in organiziranost kongresnih uradov zunaj Ljubljane, razviti incentive produkte in okrepiti prepoznavnost manjših destinacij. Sistemsko merjenje učinkov in umeščenost kongresnega turizma v nacionalne strategije bo omogočila večjo konkurenčnost na mednarodnem trgu.

Diferenciacija Slovenije na področju subjektivne ocene destinacij: Slovenija mora vlagati v digitalizacijo in boljšo destinacijsko organiziranost, okrepiti prepoznavnost manjših destinacij in uvesti kongresne spodbude. Gostoljubnost, varnost ter razmerje med kakovostjo in ceno naj bodo osrednje teme v promociji, ki nagovarja regijske in evropske organizatorje dogodkov.

Diferenciacija Slovenije na področju marketinga destinacij: Slovenija mora nadgraditi digitalno prisotnost in trženje s sodobnimi tehnologijami ter močno izboljšati vsebinski marketing. Povečanje vidnosti za B2B organizatorje in sodelovanje z lokalnimi uradi bo okrepilo prepoznavnost in konkurenčnost. Večja podpora države in inovativne marketinške strategije bodo pomagale doseči višji imidž destinacije.

Pet ključnih strategij za razlikovanje Slovenije od primerjanih konkurenčnih držav leta 2030, ki jih je na osnovi zbranih podatkov analize izbrala umetna inteligenca:

Varnost: Slovenija je ena najbolj varnih destinacij na svetu, kar zagotavlja zaupanje udeležencev in organizatorjev dogodkov.

Kongresna infrastruktura: Široka mreža vrhunskih kongresnih centrov in hotelov, idealnih za srednje velike dogodke.

Regenerativni dogodki: Pionirski pristop k regenerativni transformaciji dogodkov z osrednjim svetovnim centrom v Ljubljani.

Kreativni marketing: Inovativne kampanje povečujejo prepoznavnost in ustvarjajo nepozabne izkušnje.

Butični dogodki: Strategija “manj je več” z osebnim pristopom, avtentičnostjo in trajnostjo izstopa na globalnem trgu.

2.2. PRIMERJAVA KONKURENČNOSTI POSAMEZNIH DESTINACIJ

Ne smeš biti prehitro zadovoljen!

KATEGORIJA L: Destinacije, ki lahko gostijo do 2.000 kongresnih udeležencev

V primerjavo smo vključili **Zagreb (4,53)**, **Ljubljana (4,51)**, **Tallinn (4,51)**, **Salzburg (4,44)** in **Graz (4,33)**

Ključne prednosti **LJUBLJANE** kot edine slovenske **L** destinacije so:

- 1. Konzorcij KUL:** profesionalna in povezana industrija srečanj
- 2. Planet Positive Event:** konkretna rešitev za regenerativno organizacijo dogodkov
- 3. CD in GR:** vrhunska kongresna infrastruktura z dvema kongresnima centroma
- 4. Conventa:** edina regijska B2B platforma, ki ima svoj dom v Ljubljani
- 5. Strategija KUL 27:** ena redkih destinacij z jasno strategijo razvoja in trženja

KATEGORIJA M: Destinacije, ki lahko gostijo do 1.200 kongresnih udeležencev

V primerjavo smo vključili **Dubrovnik (4,39)**, **Maribor (4,33)**, **Bled (4,20)**, **Rovinj (4,20)**, **Saalfelden (4,20)**, **Portorož (4,19)**, **Opatija (4,18)**, **Klagenfurt (4,12)**, **Aalborg (4,08)**, **Celje (4,02)**

Ključne prednosti mestnih destinacij **MARIBOR** in **CELJE** v kategoriji **M** so:

1. **Ugodna geostrateška lega:** enostaven dostop in bližina treh letališč
2. **Vinska in termalna doživetja:** edinstvena zelena, termalna in vinska doživetja
3. **Univerza v Mariboru:** priložnosti za znanstvene kongrese
4. **Sveža energija:** novi neodkriti slovenski destinaciji
5. **Petnajstminutni mesti:** kompaktni mesti, enostavno dostopni

Ključne prednosti obmorske destinacije **PORTOROŽ** v kategoriji **M** so:

1. **Kongresna dvorana Evropa:** največji kongresni center na Jadranu
2. **Tradicionalni in ciklični dogodki:** bogata baza stalnih naročnikov
3. **Izvirna incentive doživetja:** razvit incentive produkt in team building programi
4. **Klimatsko zdravilišče:** tradicija klimatskega zdravilišča in visoka kakovost bivanja
5. **Mednarodna prepoznavnost:** uveljavljena destinacija s številnimi referencami

Ključne prednosti alpske destinacije **BLED** v kategoriji **M** so:

1. **Enostavna dostopnost:** neposredna bližina letališča Ljubljana
2. **Inovativni incentive programi:** edinstvena doživetja sredi Triglavskega narodnega parka
3. **Aktiven kongresni urad:** visoka stopnja profesionalnosti in proaktivnosti
4. **Visoka kakovost bivanja:** mirno in udeležencem dogodkov prijazno okolje
5. **Posebna prizorišča:** nepozabna kulisa za dogodke (npr. Blejski grad)

KATEGORIJA S: Destinacije, ki lahko gostijo do 600 kongresnih udeležencev

V primerjavo smo vključili **Schladming (4,21)**, **Kranjsko Goro (4,14)**, **Mali Lošinj (4,10)**, **Rogaško Slatino (4,09)**, **Podčetrtek (4,08)** in **Parnu (3,93)**

Ključne prednosti alpske destinacije **KRANJSKA GORA** v kategoriji **S** so:

1. **Butična izkušnja:** avtentična slovenska alpska izkušnja
2. **Planica:** svetovno znani Nordijski center Planica
3. **Izvirni team buildingi:** nenavadni team buildingi in incentive programi
4. **Tromeja:** odlična geografska lega
5. **Slovenska kulinarika:** sodobna nagrajena kulinarika, ki daje pečat dogodkom

Ključne prednosti zdraviliških destinacij **ROGAŠKA SLATINA** in **PODČETRTEK** v kategoriji **S** so:

1. **Celoletni destinaciji:** dogodke je lepo organizirati ne glede na sezono
2. **Zdraviliška tradicija:** edinstvena zdraviliška tradicija in Donat MG
3. **Trajnostna in butična ponudba:** trajnostna naravnost potrjena s certifikati
4. **Lokalni šarm:** nekaj najbolj posebnih prizorišč, kot so Orhidelia in Kristalna dvorana
5. **Osebni pristop:** intimna in prilagodljiva izkušnja, podkrepljena z lokalno gostoljubnostjo

2.3. PRODUKTNA OCENA KONKURENČNOSTI SLOVENSKE INDUSTRIJE SREČANJ

Majhnost je prednost/Majhnost je breme?

OZNAKA	KRITERIJ	AVSTRIJA	DANSKA	ESTONIJA	HRVAŠKA	SLOVENIJA
A.	KORPORATIVNI DOGODKI	4,68	4,73	4,58	4,60	4,54
B.	DOGODKI ZDRUŽENJ	4,61	4,67	4,56	4,46	4,43
C.	INCENTIVE DOGODKI	4,79	4,79	4,72	4,76	4,70
D.	DRŽAVNI IN POLITIČNI DOGODKI	4,77	4,77	4,69	4,67	4,63
SKUPAJ:		4,71	4,74	4,64	4,62	4,58

Slovenija v primerjavi s konkurenčnimi destinacijami zaostaja pri vseh produktih.

Trenutno stanje v primerjavi z drugimi destinacijami je naslednje:

- 0,58** Dogodki združenj
- 0,43** Korporativni dogodki
- 0,38** Državni in politični dogodki
- 0,26** Incentive dogodki

KORPORATIVNI DOGODKI

+ Prednosti Slovenije:

- Izstopa z varnostjo, gostoljubnostjo domačinov in naravno/doživljajsko pestrostjo.
- Razmerje med kakovostjo in ceno je eno najboljših v primerjavi z drugimi državami.
- Visoka raven trajnostne naravnosti in kakovosti življenja.

- Slabosti Slovenije:

- Kongresna infrastruktura (hoteli, centri) zaostaja za državami, kot sta Avstrija in Danska.
- Dostopnost (letalska, železniška) ostaja omejena v primerjavi z vodilnimi destinacijami.
- Manjka pestrejša ponudba na področju nočnega življenja, kulinarike in luksuznega turizma.

! Priporočila za izboljšanje konkurenčnosti Slovenije:

1. Nadgradnja kakovosti kongresnih centrov in hotelov s 4–5 zvezdicami.
2. Izboljšanje letalske in železniške povezljivosti.
3. Večja osredotočenost na kakovostno nočno življenje in luksuzni turizem.
4. Promocija Slovenije kot trajnostne destinacije z edinstvenimi naravnimi doživetji.

DOGODKI ZDRUŽENJ

+ Prednosti Slovenije:

- Slovenija izstopa z varnostjo, trajnostjo in ugodnim razmerjem med kakovostjo in ceno.
- Primerna za manjše in srednje velike dogodke, kjer je pomembno intimno vzdušje in naravna pestrost.
- Ljubljana (4,80) je najbolj konkurenčna destinacija zaradi kakovostne infrastrukture in dostopnosti.

- Slabosti Slovenije:

- Kongresna infrastruktura (hoteli in kongresni centri) zaostaja za večino konkurenčnih držav.
- Manjša mednarodna prepoznavnost, kar se kaže tudi na ICCA lestvici (41. mesto/67 kongresov).
- Slabša letalska in železniška dostopnost v primerjavi z Avstrijo in Dansko močno zmanjšuje konkurenčnost.

! Priporočila za izboljšanje konkurenčnosti Slovenije:

1. Investicije v kakovostne kongresne centre (vsaj 2 dvorani s kvadratur 3000 m² in hotele višjih kategorij).

2. Bolj intenzivna promocija Slovenije kot destinacije za dogodke združenj in dodatna krepitev ambadorskega programa.
3. Krepitev letalske in železniške povezlivosti.
4. Uvedba spodbud za organizatorje dogodkov.

INCENTIVE DOGODKI

+ Prednosti Slovenije:

- Izjemna naravna in pokrajinska pestrost (Bled, Bohinj, Portorož).
- Trajnostna naravnost in varnost kot ključna atributa.
- Razmerje med kakovostjo in ceno je med najboljšimi v primerjavi s konkurenčnimi državami.
- Bogata kultura, gastronomska ponudba in doživljajske aktivnosti, zlasti na prostem.

- Slabosti Slovenije:

- Kongresna infrastruktura (npr. hoteli z 4–5 zvezdicami) zaostaja za Avstrijo in Dansko.
- Slabša mednarodna prepoznavnost za incentive dogodke.
- Omejena ponudba v nočnem življenju in adrenalinskih programih.

! Priporočila za izboljšanje konkurenčnosti Slovenije:

1. Investicije v hotele višjih kategorij in večjo zmogljivost kongresnih prostorov.
2. Povečanje mednarodne prepoznavnosti Slovenije kot trajnostne in varne destinacije za incentive dogodke.
3. Izboljšanje nočnega življenja in razvoj kreativnih incentive doživetij.
4. Nadaljnja promocija trajnostnega turizma kot konkurenčne prednosti.

DRŽAVNI IN POLITIČNI DOGODKI

+ Prednosti Slovenije:

- Varnost (4,95) in politična stabilnost (4,83) sta med ključnimi konkurenčnimi prednostmi.
- Trajnostna naravnost in naravna privlačnost omogočata organizacijo dogodkov z manjšim vplivom na okolje.
- Ugodno razmerje med kakovostjo in ceno (4,77) privablja organizatorje dogodkov z omejenim proračunom.
- Gostoljubnost in prijetno naravno okolje sta dodatna atributa za manjše in intimnejše dogodke.

- Slabosti Slovenije:

- Kongresna infrastruktura (hoteli in centri) zaostaja za Avstrijo, Dansko in Estonijo.
- Letalska dostopnost (4,52) in urejenost letališč (4,45) omejujeta možnost privabljanja večjih mednarodnih dogodkov.
- Manjša prepoznavnost destinacije v globalnem merilu, zlasti za dogodke večjega obsega.

! Priporočila za izboljšanje konkurenčnosti Slovenije:

1. Investicije v sodobne kongresne centre in hotele višjih kategorij
2. Krepitev letalskih povezav in izboljšanje urejenosti letališč
3. Večja mednarodna promocija Slovenije kot destinacije za državne dogodke
4. Nadgradnja dodatnih storitev kot so nočno življenje in prestižne restavracije

2.4. KRATEK UREDNIŠKI POVZETEK

Kako uspeti ali neuspeti?

Na podlagi analize primerjave konkurenčnosti Slovenije v primerjavi z Avstrijo, Dansko, Estonijo in Hrvaško lahko ugotovimo, da je Slovenija postala zrela destinacija. To pomeni, da ne moremo več igrati na karto nove, zelene, neodkrite destinacije. To je bil namreč ključni narativ marketinga zadnjih let.

V tem kontekstu bi razvoj slovenske industrije srečanj lahko razdelili na naslednja obdobja:

1991 – 2001	Romantično obdobje ponovne vzpostavitve naše industrije
2001 – 2010	Obdobje ustanavljanja Kongresnega urada in zagona Convente
2010 – 2020	Obdobje potentnega trženja Slovenije kot zvezde Evrope
2020 – 2022	Korona
2023 – 2030	Obdobje iskanja nove identitete in zrelega razvoja

Na prvi pogled ta obdobja nimajo veliko skupnega z ugotovitvami primerjalne analize. Ko pa pogledamo bolj od blizu, ugotovimo, da smo v obdobju potentnega trženja dosegli rezultate, ki so pogosto presegali naše realne možnosti. To je pokazala tudi podobna analiza, ki smo jo leta 2022 izvedli za Ljubljano. Če pogledamo uvrstitev Slovenije na lestvici ICCA, smo se namreč v obdobju od leta 2009 do 2019 povprečno uvrščali na 44. mesto na svetu in gostili 60 kvalificiranih kongresov letno. Od tega najbolj odstopa predkoronsko leto 2019, ko je Slovenija imela na lestvici 83 kongresov. Prvo pokoronsko leto pa nas je ponovno približalo dolgoletnemu povprečju s 67 kongresi.

Obdobje entuziazma se je torej nedvomno zaključilo in kot resna industrija in eden izmed nosilnih produktov slovenskega turizma nas čaka veliko dela za doseganje globalne konkurenčnosti. Predvsem pa nas čaka delo na izboljšanju kakovosti značilnosti ponudbe (features) in vrednosti ponudbe (benefits).

Vsa področja, ki so po naši raziskavi potrebna izboljšav, so medsebojno povezana in potrebujejo resne investicije v znanje, produkte, trženje in razvoj.

Če rezultate raziskave interpretiramo v kontekstu klasičnega razumevanja trženjskega ekosistema slovenske industrije srečanj, jih lahko strnemo v 10 P. Ta način se nam zdi primeren kot izhodišče za drugo fazo oblikovanja strategije.

P1: Izdelek in storitev (product)

Produktna analiza je pokazala zaostajanje Slovenije na vseh štirih področjih. Posebej kritično je zaostajanje na področju dogodkov združenj (-0,58) in korporativnih dogodkov (-0,43), ki predstavljajo glavnino prihodkov slovenske industrije srečanj. Malce boljše je stanje na področju incentivov (-0,26) in državnih ter političnih dogodkov (-0,38). V strategiji bo zato potrebno veliko pozornosti nameniti definiciji produktnega portfelja.

P2: Cena (price)

Razmerje med kakovostjo in ceno je v raziskavi ocenjeno kot dobro in v nekaterih destinacijah odlično. Priporočamo pa, da Kongresni urad Slovenije v okviru projekta dodatno izvede še analizo cenovne konkurenčnosti slovenskega produkta, saj gre za izjemno pomemben vidik konkurenčnosti. Na nekaterih področjih smo namreč že dosegli limit tržne sprejemljivosti.

P3: Distribucija (place)

V kontekstu raziskave nismo dobili konkretnih odgovorov glede ključnih trgov. Vsekakor pa jih je potrebno natančno uskladiti s produktnimi cilji posameznih destinacij. Ali drugače, potrebna je nova produktna diverzifikacija trgov in nato njihova lokalizacija (npr. prilagoditev incentive produktov posameznim trgov).

P4: Promocija (promotion)

Direktnega odgovora na to vprašanje raziskava ne daje. Je pa Estonija primer dobre prakse na področju digitalizacije trženja, Danska na področju transformativnega marketinga in Avstrija na področju konsistentnosti in tržnega pozicioniranja. V vseh treh primerih gre za osredotočen marketing, ki daje dobre rezultate. Rdeča nit pa je okrepljena digitalizacija in uporaba različnih martech orodij, ki jih poganja umetna inteligenca.

P5: Ljudje (people)

Čeprav primerjava ne meri znanja in kompetenc zaposlenih v primerjanih destinacijah, je to seveda v korelaciji z uspešnostjo destinacij. Dunajski kongresni urad zaposluje 17 sodelavcev, urad v Kopenhagenu pa 22. Nedvomno je del konkurenčnosti tudi vlaganje v zaposlene in njihovo stalno usposabljanje. V širšem smislu pa so to programi vseživljenjskega učenja in certificiranja za celotno industrijo srečanj v Sloveniji.

P6: Izvajanje (process)

Raziskava je jasno pokazala na slabšo letalsko povezanost v primerjavi z Avstrijo, Dansko in Hrvaško. To zmanjšuje

dostopnost za mednarodne udeležence. Zato je to področje potrebno nasloviti z novimi pristopi za izboljšanje multimodalne dostopnosti. Pri tem nam veliko lahko pomaga umetna inteligenca.

P7: Fizični dokazi (physical evidence)

V industriji srečanj so fizični dokazi na prvo žogo in jih večina razume kot kongresne centre in hotelske kapacite. Večina slovenskih destinacij ima omejene kapacitete, posebej problematične so kapacitete za bankete. Na tem področju bodo nujne resne investicije (primer Sava Center). Slovenski kongresni centri in hoteli s 4–5 zvezdicami zaostajajo za primerjalnimi destinacijami v Avstriji, Danski in Estoniji. Brez investicij ne bo šlo, najbolj pa primanjkuje luksuznih hotelov in objektov za zahtevnejše goste.

P8: Produktivnost in kakovost (productivity and quality)

Raziskava je pokazal velik potencial Slovenije na incentive področju. Ta trg lahko izkoristimo zgolj skozi produktne inovacije in ustvarjanje doživetij z visoko dodano vrednostjo.

Na področju digitalizacije in tehnološke naprednosti takšnih produktov močno zaostajamo.

Veliko se lahko naučimo od Dancev in Estoncev.

P9: Partnerstva (partnerships)

Večina primerjanih destinacij je vključeni v različna partnerstva, pri nekaterih pa so primerjane destinacije vodilne. Tak je npr. projekt Chinavia, ki povezuje skandinavske destinacije s Kitajsko. Mnogi projekti so sofinancirani z evropskimi sredstvi. To je ena od priložnosti za Slovenijo.

P10 Prilagodljivost (performance)

Je danes povezana predvsem z okoljskimi tveganji. V raziskavi je trajnost in družbena odgovornost prepoznana kot strateška prednost. Slovenija je trajnostno usmerjena z močno naravno in kulturno dediščino, ki pritegne butične dogodke in incentive skupine. Slovenija bi lahko postala globalni center za regenerativne dogodke.

Ob primerjavi analize se je pojavilo še nekaj idej in predlogov, ki izhajajo iz dobrih praks primerjanih destinacij in jih povzemamo za nadaljnje delo:

- Regeneracija zapuščenih objektov v pop-up prizorišča (nakupovalni center Stožice).
- Subvencije za velike dogodke, ki generirajo višjo dodano vrednost (primer Dunaj).
- Mednarodni ambadorski program z uglednimi mednarodnimi posamezniki, ki lahko pomagajo pri promociji Slovenije.
- Inventarizacija slovenskih posebnih prizorišč.
- Povečanje števila kulturnih dogodkov prilagojenih udeležencem dogodkov (dogodki na zalogo).
- Strateško partnerstvo s Slovenskimi železnicami.
- Pridobivanje evropskih projektov po vzoru BEFuture.
- Razvoj novih certificiranih incentive idej in programov po vzoru Estonije (glej <https://www.ecb.ee/programs/>).

Namen priprave strategije je, da se iz sledilcev spremenimo v vodilne na trgu in da spet postanemo destinacija, ki bo ustvarjala trende.

Žal zgolj z entuziazmom to ni več možno in zato bo potrebno v strategiji nasloviti izziv ustvarjanja ustreznega podpornega okolja.

Ljubljana, 30. december 2024

Gorazd Čad
Urednik

3. EXECUTIVE SUMMARY

Where is “Slovenia Meetings Airlines” headed?

Sample: The analysis included 54 destinations from five countries (Austria, Croatia, Denmark, Estonia, and Slovenia). A detailed analysis of the compared destinations has shown that the sample is sufficiently extensive to provide a reliable and credible assessment of the current situation.

Slovenian destinations: Only Ljubljana qualifies as a globally competitive destination among the 21 Slovenian destinations. Five (Maribor, Bled, Portorož, Kranjska Gora, and Bohinj) compete regionally. The majority, however, are competitive only on a regional or local level and have yet to reach their full potential.

Untapped potential: There are places in Slovenia that are not yet fully exploiting their potential. Notable examples include Kamnik, Novo Mesto, and Slovenj Gradec. Laško, the Savinja Valley, and the Green Kars region also show untapped potential.

The summary is divided into three sections:

1. A general comparison of Slovenia’s competitiveness
2. A comparison of the competitiveness of key Slovenian destinations
3. An evaluation of the product competitiveness of 21 Slovenian destinations

IMPORTANT: Competition in the international event market typically does not occur directly between countries but primarily at the city or micro-destination level (except for major sports or governmental events). For the sake of credibility, the comparison also includes an assessment of the competitiveness of individual compact micro-destinations for events, as understood by event organisers (Chapter B). Evaluating destinations solely from a national perspective does not suffice, as it limits the ability to identify key trends by focusing on individual destinations. Through the product comparison (Chapter C), we gained a more comprehensive and credible analysis, serving as an excellent foundation for further work with destinations in the second phase.

3.1. GENERAL COMPARISON OF SLOVENIA’S COMPETITIVENESS

Pushing boundaries

Summary of overall ratings for the compared destinations before and after the pandemic:

LABEL	CRITERIA	AUSTRIA	DENMARK	ESTONIA	CROATIA	SLOVENIA
BC	OVERALL RATING OF COMPARED DESTINATIONS 2019	4.15	4.00	3.77	3.51	3.47
AC	OVERALL RATING OF COMPARED DESTINATIONS 2024	4.19	4.02	3.79	3.67	3.61
	DIFFERENCE IN RATINGS 2019 - 2024	+0.04	+0.02	+0.02	+0.16	+0.14
	DIFFERENCE BETWEEN SLOVENIA AND OTHER DESTINATIONS 2024	-0.58	-0.39	-0.18	-0.06	

Summary of overall ratings for leading destinations before and after the pandemic:

	CRITERIA	AUSTRIA	DENMARK	ESTONIA	CROATIA	SLOVENIA
LABEL	LEADING CITY	Vienna	Copenhagen	Tallinn	Zagreb	Ljubljana
BC	OVERALL RATING OF LEADING DESTINATIONS 2019	4.76	4.72	4.41	4.42	4.43
AC	OVERALL RATING OF LEADING DESTINATIONS 2024	4.81	4.82	4.51	4.53	4.51
	DIFFERENCE IN RATINGS 2019 - 2024	+0.05	+0.10	+0.10	+0.11	+0.08
	DIFFERENCE BETWEEN SLOVENIA AND OTHER DESTINATIONS (2024)	-0.30	-0.31	+0.00	-0.02	

Comparison of the pre- and post-pandemic period: Austria maintains a high score (4.19), the highest among the compared destinations. Denmark has slightly improved its score (+0.02) and continues to hold a strong position (4.02). Both countries compete in the top tier of the congress market.

Estonia remains stable and highly competitive, directly rivalling Slovenia and Croatia. Croatia has significantly improved its position, primarily due to several investments in hotel infrastructure. The same applies to Slovenia, although it still lags behind the compared destinations.

Although Slovenia's gap with other destinations is narrowing, its progress is slower compared to most countries, particularly Austria and Denmark.

Power Index: Using the Power Index, we assessed the key strengths and weaknesses of the destinations on a scale of 1 to 5. Results from 2017–2024 show that Austria (+0.69), Denmark (+0.49), Estonia (+0.27), and Croatia (+0.05) have outperformed Slovenia, reflecting the market's reality.

Key strengths of compared destinations: Slovenia lags behind in areas such as conditions for association events (ICCA Index, with Austria and Denmark leading), congress infrastructure, air connectivity (ACI Airport Connectivity Index), destination marketing, and tourism infrastructure.

Balanced criteria: The compared destinations are relatively equal in terms of natural and cultural factors, general and transport infrastructure, and subjective destination evaluations.

Slovenia's key advantage: A high safety index and indicators of quality of life for residents and event participants.

Banquet capacity challenge: 81% of Slovenian destinations have insufficient banquet capacities. Larger destinations such as Maribor, Portorož, Kranjska Gora, and Ljubljana particularly stand out. Banquet capacity represents one of the most significant challenges for Slovenian congress destinations, limiting the ability to host certain types of events.

Slovenia's carrying capacity: Slovenia falls short in nearly all capacity areas. For example, event organisers can utilise only 32.48% of the maximum theatre-style capacity of four compared destinations (1,552 participants).

A key takeaway of the study is that improving the carrying capacity of Slovenia's key destinations would significantly improve competitiveness. Slovenia could thus host events with higher added value.

Differentiation of Slovenia in natural and cultural factors: Slovenia should focus on its unique experiential diversity, architectural heritage, and sustainable tourism while fostering a strong cultural identity that distinguishes it from competitors.

Differentiation of Slovenia in general and transport infrastructure: Slovenia should strengthen its multimodal accessibility, improve air connections, implement digital solutions, and refine sustainable public services.

Differentiation of Slovenia in tourism infrastructure: Slovenia must invest in hotel infrastructure, enhance its culinary and cultural offerings, and creatively highlight its natural and sustainable advantages. Expanding entertainment and

shopping options is crucial, as these areas are underdeveloped compared to competitors.

Differentiation of Slovenia in congress infrastructure: Slovenia must upgrade infrastructure and the organisation of convention bureaus outside Ljubljana, develop incentive products, and increase the visibility of smaller destinations. Systematic measurement of effects and the integration of the meetings industry into national strategies will boost international competitiveness.

Differentiation of Slovenia in subjective destination evaluation: Slovenia must invest in digitalisation and better destination organisation, increase the visibility of smaller destinations, and introduce congress incentives. Hospitality, safety, and value for money should be the central themes in promotion efforts targeting regional and European event organisers.

Differentiation of Slovenia in destination marketing: Slovenia must evolve its digital presence and marketing using modern technologies while significantly improving content marketing. Increasing visibility among B2B organisers and collaborating with local bureaus will strengthen recognition and competitiveness. Greater government support and innovative marketing strategies will help achieve a better destination image.

Five key strategies to differentiate Slovenia from comparable competitive countries by 2030, selected by AI based on collected data analysis:

Safety: Slovenia is one of the safest destinations in the world, ensuring trust among participants and event organisers.

Congress infrastructure: A comprehensive network of top-quality convention centres and hotels, ideal for medium-sized events.

Regenerative events: A pioneering approach to the regenerative transformation of events, with a global hub based in Ljubljana.

Creative marketing: Innovative campaigns enhance visibility and create unforgettable experiences.

Boutique events: The “less is more” strategy, with a personalised approach, authenticity, and sustainability, stands out on the global market.

3.2. COMPARISON OF COMPETITIVENESS AMONG INDIVIDUAL DESTINATIONS

Do not be too easily satisfied!

CATEGORY L: Destinations that can host up to 2,000 congress participants

The comparison included **Zagreb (4.53)**, **Ljubljana (4.51)**, **Tallinn (4.51)**, **Salzburg (4.44)**, and **Graz (4.33)**.

The key advantages of **LJUBLJANA** as the only Slovenian **L-category** destination are:

- 1. KUL Consortium:** A professional and connected meetings industry.
- 2. Planet Positive Event:** A concrete solution for the regenerative organisation of events.
- 3. CD and GR:** High-quality congress infrastructure with two convention centres.
- 4. Conventa:** The only regional B2B platform, based in Ljubljana.
- 5. KUL 27 Strategy:** One of the few destinations with a clear development and marketing strategy.

CATEGORY M: Destinations that can host up to 1,200 congress participants

The comparison included **Dubrovnik (4.39)**, **Maribor (4.33)**, **Bled (4.20)**, **Rovinj (4.20)**, **Saalfelden (4.20)**, **Portorož (4.19)**, **Opatija (4.18)**, **Klagenfurt (4.12)**, **Aalborg (4.08)**, and **Celje (4.02)**.

Key advantages of urban destinations **MARIBOR** and **CELJE** in the **M** category are:

- 1. Favourable geostrategic location:** Easy access and proximity to three airports.
- 2. Wine and thermal experiences:** Unique green, thermal, and wine experiences.
- 3. University of Maribor:** Opportunities for scientific congresses.
- 4. Fresh energy:** Newly discovered Slovenian destinations.
- 5. Fifteen-minute cities:** Compact cities that are easily accessible.

Key advantages of the coastal destination **PORTOROŽ** in the **M** category are:

- 1. Europa Congress Hall:** The largest congress centre on the Adriatic.
- 2. Traditional and cyclical events:** A rich base of regular clients.
- 3. Original incentive experiences:** Developed incentive products and teambuilding programmes.
- 4. Climatic health resort:** A tradition of climatic health resorts and high-quality living.
- 5. International recognition:** An established destination with numerous references.

Key advantages of the Alpine destination **BLED** in the **M** category are:

- 1. Easy accessibility:** Close proximity to Ljubljana Airport.
- 2. Innovative incentive programmes:** Unique experiences in the heart of Triglav National Park.
- 3. Active tourist board:** High level of professionalism and proactivity.
- 4. High quality of living:** Peaceful and human-centred environment.
- 5. Special venues:** Unforgettable settings for events, such as Bled Castle.

CATEGORY S: Destinations that can host up to 600 congress participants

The comparison included **Schladming (4.21)**, **Kranjska Gora (4.14)**, **Mali Lošinj (4.10)**, **Rogaška Slatina (4.09)**, **Podčetrtek (4.08)**, and **Parnu (3.93)**.

Key advantages of the Alpine destination **KRANJSKA GORA** in the **S** category are:

- 1. Boutique experience:** Authentic Slovenian Alpine experience.
- 2. Planica:** The world-famous Nordic Centre Planica.
- 3. Original teambuilding events:** Unique teambuilding and incentive programmes.
- 4. Triple border:** Excellent geographical location.
- 5. Slovenian cuisine:** Modern, award-winning cuisine that adds distinction to events.

Key advantages of spa destinations **ROGAŠKA SLATINA** and **PODČETRTEK** in the **S** category are:

- 1. Year-round destinations:** Ideal for events regardless of the season.
- 2. Spa tradition:** Unique spa heritage and Donat MG.
- 3. Sustainable and boutique offerings:** Sustainability is confirmed by certificates.
- 4. Local charm:** Some of the most unique venues, such as Orhidelia and the Crystal Hall.
- 5. Personalised approach:** Intimate and adaptable experience supported by local hospitality.

3.3. PRODUCT EVALUATION OF THE COMPETITIVENESS OF THE SLOVENIAN MEETINGS INDUSTRY

Is being a small country an advantage or a burden?

LABEL	PRODUCT	AUSTRIA	DENMARK	ESTONIA	CROATIA	SLOVENIA
A.	CORPORATE EVENTS	4.68	4.73	4.58	4.60	4.54
B.	ASSOCIATION EVENTS	4.61	4.67	4.56	4.46	4.43
C.	INCENTIVE EVENTS	4.79	4.79	4.72	4.76	4.70
D.	GOVERNMENTAL AND POLITICAL EVENTS	4.77	4.77	4.69	4.67	4.63
TOTAL:		4.71	4.74	4.64	4.62	4.58

Slovenia lags behind competing destinations in all products.

The current state, compared to other destinations, is as follows:

-0.58 Association Events

-0.43 Corporate Events

-0.38 State and Political Events

-0.26 Incentive Events

CORPORATE EVENTS

+ Strengths of Slovenia:

- Excels in safety, the hospitality of locals, and natural/experiential diversity.
- One of the best quality-to-price ratios compared to other countries.
- High levels of sustainability and quality of life.

- Weaknesses of Slovenia:

- Congress infrastructure (hotels, centres) trails behind countries like Austria and Denmark.
- Accessibility (air and rail) remains limited compared to leading destinations.
- A lack of more diverse offerings in nightlife, gastronomy, and luxury tourism.

! Recommendations to improve Slovenia's competitiveness:

1. Upgrade the quality of convention centres and 4–5-star hotels.
2. Improve air and rail connectivity.
3. Increase focus on quality nightlife and luxury tourism.
4. Promote Slovenia as a sustainable destination with unique natural experiences.

ASSOCIATION EVENTS

+ Strengths of Slovenia:

- Stands out with safety, sustainability, and a favourable value-for-money ratio.
- Suitable for smaller and medium-sized events where intimate atmospheres and natural diversity are important.
- Ljubljana (4.80) is the most competitive destination due to its quality infrastructure and accessibility.

- Weaknesses of Slovenia:

- Congress infrastructure (hotels and convention centres) lags behind most competing countries.
- Lower international recognition, as reflected in the ICCA ranking (41st place with 67 congresses).
- Poorer air and rail connectivity compared to Austria and Denmark significantly reduces competitiveness.

! Recommendations to improve Slovenia's competitiveness:

1. Invest in quality convention centres (at least two halls with an area of 3,000 m²) and higher-category hotels.

2. Intensify Slovenia's promotion as a destination for association events and strengthen the ambassador programme.
3. Enhance air and rail connectivity.
4. Introduce incentives for event organisers.

INCENTIVE EVENTS

+ Strengths of Slovenia:

- Exceptional natural and regional diversity (including Bled, Bohinj and Portorož).
- Sustainability and safety as key attributes.
- One of the best quality-to-price ratios compared to competing countries.
- Rich culture, gastronomy, and outdoor experiences.

- Weaknesses of Slovenia:

- Congress infrastructure (e.g., 4–5-star hotels) lags behind Austria and Denmark.
- Lower international recognition for incentive events.
- Limited offerings in nightlife and adrenaline-focused programmes.

! Recommendations to Improve Slovenia's Competitiveness:

1. Invest in higher-category hotels and increase the capacity of congress spaces.
2. Enhance Slovenia's international recognition as a sustainable and safe destination for incentive events.
3. Improve nightlife offerings and develop creative incentive experiences.
4. Continue promoting sustainable tourism as a competitive advantage.

GOVERNMENTAL AND POLITICAL EVENTS

+ Strengths of Slovenia:

- Safety (4.95) and political stability (4.83) are among its key competitive advantages.
- Sustainability and natural attractiveness enable events with lower environmental impacts.
- A favourable quality-to-price ratio (4.77) attracts organisers with limited budgets.
- Hospitality and a pleasant natural environment are additional attributes for boutique and more intimate events.

- Weaknesses of Slovenia:

- Congress infrastructure (hotels and centres) lags behind Austria, Denmark, and Estonia.
- Air connectivity (4.52) and airport facilities (4.45) limit the ability to attract larger international events.
- Lower global recognition, especially for large-scale events.

! Recommendations to improve Slovenia's competitiveness:

1. Invest in modern convention centres and higher-category hotels.
2. Strengthen air connections and improve airport facilities.
3. Increase international promotion of Slovenia as a destination for governmental events.
4. Improve additional services, such as nightlife and prestigious restaurants.

3.4. BRIEF EDITORIAL SUMMARY

How to succeed or fail?

Based on the comparative analysis of Slovenia's competitiveness against Austria, Denmark, Estonia, and Croatia, we can conclude that Slovenia has matured as a destination. This means it can no longer rely on being a "new, green, and undiscovered destination," which had been the central marketing narrative in the past.

In this context, the development of Slovenia's meetings industry can be divided into the following periods:

1991–2001: The romantic period of re-establishing the industry

2001–2010: The period of establishing the Slovenian Convention Bureau and launching Conventa

2010–2020: The period of dynamic marketing of Slovenia as a rising European star

2020–2022: The COVID-19 pandemic period

2023–2030: The period of seeking a new identity and mature development

At first glance, these periods do not seem directly related to the findings of the comparative analysis. However, upon closer examination, it becomes evident that during the period of dynamic marketing, Slovenia achieved results that often exceeded its actual capabilities. That was confirmed by a similar analysis conducted for Ljubljana in 2022. Looking at Slovenia's ranking on the ICCA (International Congress and Convention Association) list, Slovenia consistently ranked 44th globally between 2009 and 2019, hosting an average of 60 qualified congresses annually. The year 2019, just before the pandemic, stood out with Slovenia hosting 83 congresses. The first post-pandemic year brought the number closer to the long-term average, with 67 congresses.

The period of enthusiasm has undoubtedly ended, and as a serious industry and one of the key products of Slovenian tourism, there is much work ahead to achieve global competitiveness. We must double down on improving the quality of our offering.

All areas identified for improvement in our research are interconnected and require substantial investments in knowledge, products, marketing, and development.

Within the context of a traditional understanding of Slovenia's meetings industry marketing ecosystem, the research findings can be summarised using the 10 Ps. This approach serves as a suitable foundation for the second phase of the strategy.

P1: Product

Product analysis has shown Slovenia trails behind in all four areas. The most critical gaps are in association events (-0.58) and corporate events (-0.43), which constitute the majority of Slovenia's meetings industry revenue. Slightly better performance was recorded in incentives (-0.26) and governmental and political events (-0.38). The strategy must thus dedicate significant attention to defining the product portfolio.

P2: Price

The quality-to-price ratio was assessed as good and, in some destinations, excellent. However, we recommend the Slovenian Convention Bureau conduct an additional price competitiveness analysis of Slovenia's products as part of the project, as pricing is a crucial aspect of competitiveness. In some areas, Slovenia may already be nearing the limit of market acceptability.

P3: Place (distribution)

The research did not provide specific answers regarding key markets. It is essential to align markets precisely with the product goals of individual destinations. In other words, new product-market diversification and subsequent localisation (e.g., tailoring incentive products to specific markets) are necessary.

P4: Promotion

The research does not directly address this question. However, Estonia serves as a good practice example for digital marketing, Denmark for transformative marketing, and Austria for consistency and market positioning. In all three cases, the marketing is highly focused and has delivered positive results. The common thread is enhanced digitalisation and utilising various AI-powered Martech tools.

P5: People

Although the comparison does not measure the knowledge and skills of employees in the destinations studied, these are undoubtedly correlated with the success of the destinations. Vienna's convention bureau employs 17 staff members, while Copenhagen's employs 22. Investment in employees and their continuous training is undoubtedly a factor of

competitiveness. On a broader scale, lifelong learning and certification programmes for the entire Slovenian meetings industry are recommended.

P6: Process (execution)

The research clearly highlighted Slovenia's poor air connectivity compared to Austria, Denmark, and Croatia. This limits accessibility for international participants. Addressing this issue requires innovative approaches to improve multimodal accessibility, which could be supported by artificial intelligence

P7: Physical evidence

In the meetings industry, physical evidence is often understood as convention centres and hotel capacities. Most Slovenian destinations have limited capacities, with banquet capacities being particularly problematic. Significant investments (like the Sava Centre) will be necessary in this area. Slovenian convention centres and 4–5-star hotels lag behind those in Austria, Denmark, and Estonia. Without comprehensive investments, progress cannot be made, especially in the luxury segment and creating facilities for more demanding business guests.

P8: Productivity and quality

The research revealed Slovenia's significant potential in the incentive sector. This market can only be fully exploited through product innovation and the creation of experiences with high-added value. However, Slovenia trails significantly in digitalisation and technological advancements in such products. Slovenia can take notes from Denmark and Estonia.

P9: Partnerships

Most compared destinations are involved in various partnerships, with some acting as leaders. For example, the Chinavia project connects Scandinavian destinations with China. Many projects are co-financed by European funds, presenting a significant opportunity for Slovenia.

P10: Performance (adaptability)

Performance today is primarily associated with environmental risks. The research identifies sustainability and social responsibility as strategic advantages. Slovenia's strong natural and cultural heritage appeals to boutique events and incentive groups. Slovenia could become a global centre for regenerative events.

Additional ideas and recommendations from best practices in comparable destinations:

- Regenerating abandoned venues into pop-up locations (such as the Stožice shopping centre).
- Subsidising major events that generate higher added value (e.g., Vienna's model).
- Developing an international ambassador programme with prominent individuals to promote Slovenia.
- Creating an overview of Slovenia's unique venues.
- Increasing the number of cultural events tailored to event participants (events-on-demand).
- Establishing strategic partnerships with Slovenian Railways.
- Securing European projects inspired by BEFuture.
- Developing new certified incentive ideas and programmes, following Estonia's example (see the Estonian Convention Bureau).

The strategic goal is to transform Slovenia from the runner-up into a market leader that will once again become a trend-setting destination.

Unfortunately, enthusiasm alone will no longer suffice. The strategy must address the challenge of creating a supportive environment.

Ljubljana, 30 December 2024

Gorazd Čad

4. METODOLOGIJA

Višinomer industrije srečanj

V agenciji Toleranca Marketing smo pred dobrim desetletjem razvili sistem ocenjevanja kongresnih destinacij s pomočjo originalne matrike, ki smo jo poimenovali **DOŽIVLJAJSKI INDEKS KONGRESNIH DESTINACIJ** ali **MEETING EXPERIENCE INDEX** s kratico MTLG. To je referenčni sistem, ki se ga držimo od začetka in omogoča realno primerjavo kongresnih destinacij skozi čas. Do danes smo na ta način ocenili 135 destinacij, med drugim tudi vse pomembnejše kongresne destinacije v regiji JV in Nove Evrope.

V letu 2024 je v primerjavo vključeno naslednje število destinacij:

KATEGORIJA XL: 40 ocenjenih destinacij

KATEGORIJA L: 33 ocenjenih destinacij

KATEGORIJA M: 31 ocenjenih destinacij

KATEGORIJA S: 31 ocenjenih destinacij

Gre za sistematičen, strukturiran in analitičen proces, ki zajema številne dejavnike, ki so jih kot pomembne definirali organizatorji dogodkov. Upamo si trditi, da gre za najbolj kompleksno oceno destinacij, ki ne temelji zgolj na številu kongresnih dogodkov v destinaciji, temveč analitično raziskuje precej globlje.

Dosedanje globalne analize destinacij so imele po našem prepričanju naslednje pomanjkljivosti:

1. Primerjave so bile usmerjene v en produkt, največkrat so bili to dogodki mednarodnih strokovnih združenj. Tipičen primer je ICCA Country in City Ranking.
2. Primerjave niso upoštevale nosilnih kapacitet destinacij in pogosto se je primerjalo hruške in jabolka, čeprav obstajajo kupci za različne nosilne kapacitete destinacij in predvsem za različne produkte.
3. Primerjave niso upoštevale možnosti kriznih dogodkov in jih v kriznih časih sploh ni bilo mogoče izvesti.

Zato je naša metodologija kompleksna, vendar hkrati nagovarja vse segmente industrije srečanj in hkrati vse ključne MICE produkte, kar naslavljam v drugem delu poročila.

Ocene destinacij s pomočjo doživljajskega indeksa kongresnih destinacij so tudi zato za organizatorje dogodkov skozi desetletje postale čvrsta oporna točka pri odločanju in izbiri destinacij predvsem zaradi svoje logike in koristi, ki jo prinašajo vsem deležnikom. Prepričani smo, da naše ocene omogočajo destinacijam izboljšave na področjih, kjer je trenutna situacija slabša od konkurence.

KAJ JE NAMEN PRIMERJAVE DESTINACIJ

Naša ocena je predvsem orodje za izboljšanje konkurenčnosti posameznih destinacij. Destinacijam ponuja zunanji pogled na njihovo ponudbo z namenom stalnega izboljševanja in doseganja odličnosti. Ker gre za sistematičen in kontinuiran proces, lahko skozi čas spremljamo tudi napredek posameznih ocenjenih kriterijev. Destinacije uporabljajo našo metodologijo predvsem zato, ker želijo postati ali ostati svetovno konkurenčne.

Namen raziskave je tudi zagotoviti ustrezne kvalitativne in kvantitativne podatke za konkretno delo na področju strateškega razvoja ali priprave akcijskega načrta marketinga.

METODOLOGIJA RAZISKAVE

Vse destinacije ocenjujemo na podlagi terenskega dela in temeljitega raziskovanja posameznih kriterijev, s čimer se želimo čim bolj približati realni situaciji. Poleg tega smo zavezani k aktualnosti, resničnosti, preverljivosti in objektivnosti. Vsako leto ocene in kongresne potopise revidiramo in dopolnimo z aktualnimi informacijami, ki jih dobimo s strani destinacij.

V kategorizacijo in ocenjevanje je zajetih 135 destinacij iz širše regije Nove Evrope. S pomočjo različnih kategorij omogočamo, da se organizatorji dogodkov odločijo za destinacijo, ki ustreza njihovim potrebam. Kategorija je torej bolj usmeritev, kakšno vrsto dogodkov lahko gosti posamezna destinacija z logističnega vidika in nosilne sposobnosti. Naša kategorizacija vključuje kombinacijo kriterijev, točkovni seštevek indeksov pa je osnova za razvrščanje destinacij v **štiri destinacijske razrede**:

KATEGORIJA XL: Destinacije, ki lahko gostijo več kot 2.000 kongresnih udeležencev.

V prvi kategoriji so največje evropske kongresne destinacije, ki imajo odlično razvito kongresno infrastrukturo in vrhunsko letalsko dostopnost. Te destinacije so večinoma pomembna letalska vozlišča in predstavljajo globalne destinacije za organizacijo dogodkov. Nobena od slovenskih destinacij ni v tej kategoriji; v naši primerjavi pa zgolj Dunaj in Kopenhagen.

KATEGORIJA L: Destinacije, ki lahko gostijo do 2.000 kongresnih udeležencev.

Kongresna infrastruktura in letalska dostopnost na teh destinacijah omogočata organizacijo kongresov do 2.000 udeležencev. To so t. i. second tier destinacije, ki so vsaj na vodilnih mestih zelo izenačene in morajo biti v produktnem in marketinškem smislu vrhunske z zelo jasno diferenciacijo. Med slovenskimi destinacijami je v tej kategoriji Ljubljana, ki sodi v vrh kategorije že vrsto let.

KATEGORIJA M: Destinacije, ki lahko gostijo do 1.200 kongresnih udeležencev.

To je verjetno najbolj heterogena kategorija; splošna ugotovitev pa je, da v kategorizaciji prevladujejo regijska središča in večja turistična mesta. Med njimi so štiri slovenske destinacije, ki veljajo za pomembne igralce na regijskem in lokalnem trgu (Maribor, Bled, Portorož, Celje). Glede na potencial in vzpostavljeno infrastrukturo so to slovenske destinacije, ki imajo največji potencial rasti ob ustreznem pozicioniranju. Konkurenca v tej kategoriji je namreč velika.

KATEGORIJA S: Destinacije, ki lahko gostijo do 600 kongresnih udeležencev.

V tej kategoriji prevladujejo manjši turistični kraji, kjer je kongresna dejavnost dopolnilna v nizki turistični sezoni. V tej kategoriji je največ slovenskih destinacij, ki imajo velik potencial na področju lokalnih dogodkov. Nekateri pa se lahko z ustrezno produktno specializacijo (incentive produkt) umestijo med vodilne v regiji.

B.

PRIMERJAVA KONKURENČNOSTI SLOVENIJE Z AVSTRIJO, DANSKO, ESTONIJO IN HRVAŠKO

SLOVENIJA vs AVSTRIJA, DANSKA, ESTONIJA in HRVAŠKA

Destinacije vključene v primerjavo (54 destinacij):

AVSTRIJA	11 destinacij
DANSKA	3 destinacije
ESTONIJA	3 destinacije
HRVAŠKA	16 destinacij
SLOVENIJA	21 destinacij

5. PREGLED DESTINACIJ, VKLJUČENIH V PRIMERJAVO

Kdo peče najboljše torte?

V primerjavo je vključenih 54 destinacij. Najbolj celovito so destinacijsko pokriti Avstrija, Hrvaška in Slovenija. V teh destinacijah so v primerjavo zajete tudi nižje kategorije destinacij.

Na Danskem in v Estoniji smo lahko primerjali samo tri destinacije, saj je tam razvoj izrazito skoncentriran v Kopenhagnu in Tallinnu. V primerjavi izstopata Dunaj in Kopenhagen, ki edina sodita v XL kategorijo in po marsičem izstopata kot t. i. »first tier« destinaciji.

Iz podrobne predstavitve primerjanih destinacij (tabela 1) izhaja, da je primerjan vzorec dovolj obsežen, da nam je omogočil verodostojno in kredibilno oceno stanja. Zelo pomembno je še, da so v vseh kategorijah v vsaki destinaciji vključeni reprezentativni predstavniki.

Tabela 1: Destinacije, vključene v primerjavo za primerjalno raziskavo KUS 2030

	SLOVENIA	AUSTRIA	CROATIA	DENMARK	ESTONIA
XL CATEGORY		4.75 Vienna		4.82 Copenhagen	
L CATEGORY	4.50 Ljubljana	4.44 Salzburg 4.33 Graz 4.11 Innsbruck 4.09 Linz	4.53 Zagreb	4.47 Aarhus	4.51 Tallinn
M CATEGORY	4.33 Maribor 4.20 Bled 4.19 Portorož 4.02 Celje	4.20 Saalfelden 4.12 Klagenfurt 4.11 Villach	4.39 Dubrovnik 4.20 Rovinj 4.18 Opatija 4.13 Pula 4.13 Šibenik 4.11 Split 4.09 Poreč 4.08 Zadar 4.07 Rijeka	4.08 Aalborg	4.27 Tartu
S CATEGORY	4.14 Kranjska Gora 4.13 Bohinj 4.09 Rogaška Slatina 4.08 Goriška Brda 4.08 Podčetrtek 4.05 Brežice 4.05 Kranj in Brdo 4.05 Nova Gorica 4.04 Izola 4.04 Vipavska dolina 4.03 Ptuj 4.02 Celje 4.01 Dolina Soče	4.21 Schladming 4.01 Bad Kleinkirchheim 4.00 Nassfeld Hermagor	4.10 Mali Lošinj 4.07 Hvar 4.00 Varaždin 3.98 Karlova 3.91 Umag 3.77 Osijek		3.93 Parnu
Not in comparision for 2024	3.49 Kamnik 3.47 Novo Mesto 3.35 Slovenj Gradec				
AVERAGE 2024	4.08	4.22	4.11	4.46	4.24
AVERAGE NO XL	4.08	4.16	4.11	4.28	4.24

Opomba: Končne ocene doživljajskega indeksa so bile izdelane v treh fazah v letu 2024. V prvi fazi so destinacije dopolnile podatke o nosilni kapaciteti (junij 2024), sledila je neodvisna presoja kriterijev s strani skritih gostov (junij–september 2024), v zadnji fazi pa so destinacije ponovno verificirale podatke (november 2024). Končni rezultati bodo upoštevani tudi v okviru tekmovanja Kongresna zvezda (Meetings Star 2024/2025).

Zelo zanimiva je primerjava končnih ocen destinacij, ki se kot vzorec pojavlja tudi v nadaljevanju primerjave. Zaradi verodostojnosti primerjave smo iz povprečnih ocen izločili obe XL destinaciji, Dunaj in Kopenhagen. Razvrstitev destinacij v letu 2024 je naslednja:

1.	Danska	4.28
2.	Estonija	4.24
3.	Avstrija	4.16
4.	Hrvaška	4.11
5.	Slovenija	4.08

Še v zadnji primerjavi Sloveniji po isti metodologiji v letu 2021, je bila Slovenija pred Hrvaško in blizu končnega rezultata Estonije. Letos pa so se karte močno premešale, zlasti na področju intenzivnih investicij v infrastrukturo, marketinga in dostopnosti. Podrobnosti so razvidne v nadaljevanju.

Zelo zanimiv je tudi povzetek analize konkurenčnosti za posamezne slovenske destinacije (tabela 2). V povzetku lahko rezultate interpretiramo skozi stopnjo konkurenčnosti posameznih destinacij:

- **Globalna konkurenčnost (rang 4,51–5,00):** V ta rang v letu 2024 sodi Ljubljana kot edina in vodilna slovenska destinacija.
- **Makro-regijska konkurenčnost (rang 4,11–4,50):** v ta rang sodi pet slovenskih destinacij, ki lahko nastopajo na regijskem trgu, oziroma v širši regiji Alpe Adria.
- **Mikro-regijska konkurenčnost (rang 4,01–4,10):** v tem rangju je glavnina dobro razvitih slovenskih turističnih krajev, ki vzporedno bolj ali manj uspešno razvijajo tudi MICE produkt.
- **Lokalna konkurenčnost (rang 3,51–4,00):** gre za destinacije, ki imajo velik potencial, ki pa je prepoznan predvsem lokalno.
- **Nerazvit kongresni produkt (rang 3,01–3,50):** v Sloveniji je nekaj krajev, ki svojega potenciala še ne izkoriščajo. Med njimi izstopajo Kamnik, Novo mesto in Slovenj Gradec.

Tabela 2: Povzetek analize konkurenčnosti po metodologiji doživljajskega indeksa kongresnih destinaciji (Meeting Experience Index)

NADPOVPREČNO Rang 4,51–5,00		POVPREČNO Rang 4,11–4,50	
4.50	Ljubljana	4.33	Maribor
		4.20	Bled
		4.19	Portorož
		4.14	Kranjska Gora
		4.13	Bohinj
		POVPREČNO Rang 4,01 - 4,10	
		4.09	Rogaška Slatina
		4.08	Goriška Brda
		4.08	Podčetrtek
		4.05	Brežice
		4.05	Kranj in Brdo
		4.05	Nova Gorica
		4.04	Izola
		4.04	Vipavska dolina
		4.03	Ptuj
		4.02	Celje
		4.01	Dolina Soče
ZMERNO Rang 3,51–4,00		PODPOVPREČNO Rang 3,01–3,50	
3.93	Bela krajina	3.49	Kamnik
3.93	Laško	3.47	Novo mesto
3.90	Savinjska dolina	3.35	Slovenj Gradec
3.88	Zeleni Kras		

6. PRIMERJAVA KRITERIJEV KONKURENČNOSTI SLOVENIJE Z IZBRANIMI DESTINACIJAMI

Pokoronska nova normalnost

Power indeks je ključni del metodologije, ki na zelo pregleden način pokaže prednosti in slabosti primerjanih destinacij v obliki točk na lestvici od 1 do 5. S tem lahko bolj podrobno pogledamo v povprečne rezultate posameznih destinacij in ugotovimo glavna področja, na katerih ima Slovenija največje prednosti, področja uravnotežnosti in ključne prednosti konkurenčnih držav. V daljšem časovnem obdobju (2017–2024) so rezultati naslednji:

1.	Avstrija	-0,69
2.	Danska	-0,49
3.	Estonija	-0,27
4.	Hrvaška	-0,05

To je po našem mnenju zelo realna ocena trenutnega stanja primerjanih destinacij, kar podrobneje raziskujemo v nadaljevanju primerjave.

Tabela 3: Primerjava indeksov ključnih kriterijev konkurenčnosti Slovenije z Avstrijo in Dansko (Power Indeks)

POWER INDEKS SLOVENIJA vs ... v ocenah od 1 do 5	AVSTRIJA			DANSKA		
	2023	2024	2017-2024	2023	2024	2017-2024
KONČNE OCENE DESTINACIJ	-0,65	-0,64	-0,69	-0,46	-0,39	-0,49
1. Naravni in kulturni dejavniki	-0,04	-0,05	-0,08	-0,08	-0,05	-0,12
2. Splošna in prometna infrastruktura	-0,18	-0,16	-0,23	-0,28	-0,19	-0,31
3. Turistična infrastruktura	-0,19	-0,18	-0,25	-0,33	-0,27	-0,37
4. Kongresna infrastruktura	-0,38	-0,4	-0,43	-0,45	-0,41	-0,50
5. Subjektivna ocena	-0,1	-0,07	-0,11	-0,19	-0,11	-0,21
6. Marketing destinacije	-0,4	-0,42	-0,45	-0,6	-0,58	-0,66
7. ICCA indeks	-0,76	-0,48	-0,71	-1,75	-1,61	-1,75
8. Numbeo - Quality of life Index	0,13	-0,05	-0,09	0,03	-0,03	-0,08
9. Numbeo - Safety Index	0,28	0,25	0,13	0,66	0,50	0,48
10. ACI - Airport Connectivity Index	-0,05	-0,02	-0,12	-0,93	-0,69	-0,91
POWER INDEKS	-2,34	-2,22	-4,56	-4,38	-3,83	-4,92

Vir: Skupna ocena doživljajskega indeksa za leto 2024 po državah (Toleranca marketing d.o.o., december 2024)

Tabela 4: Primerjava indeksov ključnih kriterijev konkurenčnosti Slovenije z Estonijo in Hrvaško (Power Indeks)

POWER INDEKS SLOVENIJA vs ... v ocenah od 1 do 5	ESTONIJA			HRVAŠKA		
	2023	2024	2017-2024	2023	2024	2017-2024
KONČNE OCENE DESTINACIJ	-0,24	-0,18	-0,27	-0,06	-0,06	-0,05
1. Naravni in kulturni dejavniki	-0,02	0,00	-0,04	0,01	0,01	0,01
2. Splošna in prometna infrastruktura	-0,13	-0,04	-0,13	0,01	0,00	0,01
3. Turistična infrastruktura	-0,15	-0,11	-0,20	-0,17	-0,17	-0,20
4. Kongresna infrastruktura	-0,37	-0,33	-0,39	-0,16	-0,19	-0,15
5. Subjektivna ocena	-0,14	-0,07	-0,14	-0,03	-0,01	-0,02
6. Marketing destinacije	-0,39	-0,37	-0,44	-0,04	-0,07	-0,05
7. ICCA indeks	-1,54	-1,35	-1,55	-0,32	-0,16	-0,26
8. Numbeo - Quality of life Index	0,25	0,22	0,15	0,08	0,05	0,08
9. Numbeo - Safety Index	0,41	0,49	0,29	0,09	0,07	0,08
10. ACI - Airport Connectivity Index	0,07	0,23	-0,04	0,01	-0,06	0,07
POWER INDEKS	-2,25	-1,51	-2,76	-0,58	-0,59	-0,48

Vir: Skupna ocena doživljajskega indeksa za leto 2024 po državah (Toleranca marketing d.o.o., december 2024)

Za lažje primerjanje destinacij, smo izvedli še podrobno primerjavo posameznih destinacij s Slovenijo in jih opremili z izhodnimi strategijami in komunikacijskim narativom do leta 2030. Verjamemo, da bo ta del koristen zlasti pri načrtovanju komunikacijske strategije.

Tabela 5: Primerjava končnih ocen ključnih kriterijev konkurenčnosti SLOVENIJE z AVSTRIJO (ocene na lestvici od 1 do 5)

	SLOVENIJA					AVSTRIJA				
	2019 BC	2022	2023	2024 AC	2017- 2024	2019 BC	2022	2023	2024 AC	2017- 2024
KONČNE OCENE DESTINACIJ	3,47	3,53	3,54	3,61	3,50	4,15	4,19	4,19	4,25	4,19
1. Naravni in kulturni dejavniki	4,72	4,72	4,77	4,81	4,73	4,80	4,81	4,81	4,86	4,81
2. Splošna in prometna infrastruktura	4,53	4,57	4,57	4,66	4,54	4,76	4,75	4,75	4,82	4,77
3. Turistična infrastruktura	4,48	4,57	4,57	4,62	4,50	4,73	4,76	4,76	4,80	4,75
4. Kongresna infrastruktura	4,32	4,38	4,38	4,42	4,33	4,73	4,76	4,76	4,82	4,76
5. Subjektivna ocena	4,63	4,66	4,66	4,74	4,64	4,74	4,76	4,76	4,81	4,75
6. Marketing destinacije	4,15	4,19	4,19	4,22	4,13	4,55	4,59	4,59	4,64	4,58
7. ICCA indeks	1,27	1,41	1,41	1,49	1,37	1,81	2,17	2,17	1,97	2,08
8. Numbeo – Quality of life Index	3,62	3,79	3,79	3,82	3,69	3,83	3,66	3,66	3,87	3,78
9. Numbeo – Safety Index	4,57	4,79	4,79	4,83	4,64	4,42	4,51	4,51	4,58	4,51
10. ACI – Airport Connectivity Index	2,98	3,05	3,05	3,27	3,03	3,08	3,10	3,10	3,29	3,15

Vir: Skupna ocena doživljajskega indeksa za leto 2024 po državah (Toleranca marketing d.o.o., december 2024)

+ Največje prednosti Avstrije v primerjavi s Slovenijo (indeks manj kot 97)

- 0.66 ICCA indeks
- 0.90 Marketing destinacije
- 0.91 Kongresna infrastruktura
- 0.95 Splošna in prometna infrastruktura
- 0.95 Turistična infrastruktura
- 0.96 ACI Airport Connectivity Index

Uravnoveženi kazalci (indeks od 98 do 101)

- 0.98 Naravni in kulturni dejavniki
- 0.98 Numbeo – Quality of life index

- Največje prednosti Slovenije v primerjavi z Avstrijo (indeks več kot 102)

- 1.01 Subjektivna ocena
- 1.03 Numbeo Safety Index

IZHODNE STRATEGIJE

KOMUNIKACIJSKI NARATIV 2030

SO Strategije: Uporabi prednosti, da izkoristiš priložnosti	Slovenija je ena najbolj varnih destinacij na svetu. World Economic Forum nas v letu 2024 uvršča na 10. mesto z nično stopnjo terorizma in organiziranega kriminala.
WO Strategije: Premagaj slabosti z uporabo priložnosti	Slovenija navdušuje s prebojnim marketingom in inovacijami, ki nas pozicionirajo na vrh kreativnih, inovativnih in sodobnih destinacij tako za dogodke združenj kot podjetij.
ST Strategije: Uporabi prednosti, da se izogneš nevarnostim	Slovenija omogoča butično izvedbo dogodkov, kjer je manj več in v okviru katere spoštujemo lokalno okolje. To pomeni vrhunsko kakovost, individualni pristop, personalizacijo in avtentičnost.
WT Strategije: Zmanjšaj slabosti in se izogni nevarnostim	Slovenija ima enega največjih deležev vrhunskih butičnih hotelov in prizorišč za dogodke. Po oceni Kongresna zvezda je Slovenija na tem področju med prvimi v Evropi, posamezni hoteli pa so najboljši na področju trajnosti.

Tabela 6: Primerjava končnih ocen ključnih kriterijev konkurenčnosti SLOVENIJE s HRVAŠKO (ocene na lestvici od 1 do 5)

	SLOVENIJA					HRVAŠKA				
	2019 BC	2022	2023	2024 AC	2017-2024	2019 BC	2022	2023	2024 AC	2017-2024
KONČNE OCENE DESTINACIJ	3,47	3,53	3,54	3,61	3,50	3,51	3,58	3,60	3,67	3,55
1. Naravni in kulturni dejavniki	4,72	4,72	4,77	4,81	4,73	4,71	4,74	4,76	4,80	4,72
2. Splošna in prometna infrastruktura	4,53	4,57	4,57	4,66	4,54	4,52	4,54	4,56	4,66	4,53
3. Turistična infrastruktura	4,48	4,57	4,57	4,62	4,50	4,69	4,72	4,74	4,79	4,70
4. Kongresna infrastruktura	4,32	4,38	4,38	4,42	4,33	4,47	4,50	4,54	4,61	4,48
5. Subjektivna ocena	4,63	4,66	4,66	4,74	4,64	4,67	4,68	4,69	4,75	4,66
6. Marketing destinacije	4,15	4,19	4,19	4,22	4,13	4,19	4,20	4,23	4,29	4,18
7. ICCA indeks	1,27	1,41	1,41	1,49	1,37	1,49	1,70	1,73	1,65	1,63
8. Numbeo – Quality of life Index	3,62	3,79	3,79	3,82	3,69	3,47	3,72	3,71	3,77	3,61
9. Numbeo – Safety Index	4,57	4,79	4,79	4,83	4,64	4,41	4,70	4,70	4,76	4,56
10. ACI – Airport Connectivity Index	2,98	3,05	3,05	3,27	3,03	2,87	2,98	3,04	3,33	2,96

Vir: Skupna ocena doživljajskega indeksa za leto 2024 po državah (Toleranca marketing d.o.o., december 2024)

+ Največje prednosti Hrvaške v primerjavi s Slovenijo (indeks manj kot 97)

0.84 ICCA indeks

0.96 Turistična infrastruktura

0.97 Kongresna infrastruktura

Uravnoteženi kazalci (indeks od 98 do 101)

1.00 Naravni in kulturni dejavniki

1.00 Splošna in prometna infrastruktura

1.00 ACI – Airport Connectivity Index

0.99 Marketing destinacije

- Največje prednosti Slovenije v primerjavi s Hrvaško (indeks več kot 102)

1.11 Subjektivna ocena

1.02 Numbeo – Quality of life Index

1.02 Numbeo – Safety Index

IZHODNE STRATEGIJE

KOMUNIKACIJSKI NARATIV 2030

SO Strategije: Uporabi prednosti, da izkoristiš priložnosti	Slovenija je prepoznavna kot destinacija, ki je multimodalno dostopna. Nova železniška in javno-prometna infrastruktura, ki se združuje v novem centru Emonika, je srce trajnostne mobilnosti Slovenije. Iz Ljubljane do Dunaja in od tam naprej prideš z vlakom v treh urah.
WO Strategije: Premagaj slabosti z uporabo priložnosti	Slovenija ima v regiji največje število vrhunskih kongresnih centrov za dogodke srednje velikosti. Razpršeni so povsod po Sloveniji in vrhunsko opremljeni tudi za najzahtevnejše dogodke in A-produkcijo.
ST Strategije: Uporabi prednosti, da se izogneš nevarnostim	Slovenija slovi kot destinacija z vrhunsko kulinariko in je zaradi priznanih in uveljavljenih vrhunskih chefov postala regijska kulinarčna velesila, slovenska catering ponudba pa je med vodilnimi v Evropi.
WT Strategije: Zmanjšaj slabosti in se izogni nevarnostim	Skrivna sestavina uspeha Slovenije je kreativni marketing, ki organizatorjem dogodkov ostaja v spominu dlje časa. Dolgoročno gledano pa spodbuja tudi razvoj in prepoznavnost blagovne znamke.

Tabela 7: Primerjava končnih ocen ključnih kriterijev konkurenčnosti SLOVENIJE z DANSKO (ocene na lestvici od 1 do 5)

	SLOVENIJA					DANSKA				
	2019 BC	2022	2023	2024 AC	2017-2024	2019 BC	2022	2023	2024 AC	2017-2024
KONČNE OCENE DESTINACIJ	3,47	3,53	3,54	3,61	3,50	4,01	3,97	4,00	4,00	3,99
1. Naravni in kulturni dejavniki	4,72	4,72	4,77	4,81	4,73	4,85	4,85	4,85	4,86	4,85
2. Splošna in prometna infrastruktura	4,53	4,57	4,57	4,66	4,54	4,85	4,85	4,85	4,85	4,85
3. Turistična infrastruktura	4,48	4,57	4,57	4,62	4,50	4,88	4,87	4,90	4,89	4,87
4. Kongresna infrastruktura	4,32	4,38	4,38	4,42	4,33	4,83	4,83	4,83	4,83	4,83
5. Subjektivna ocena	4,63	4,66	4,66	4,74	4,64	4,84	4,83	4,85	4,85	4,85
6. Marketing destinacije	4,15	4,19	4,19	4,22	4,13	4,81	4,79	4,79	4,8	4,79
7. ICCA indeks	1,27	1,41	1,41	1,49	1,37	3,15	3,10	3,16	3,10	3,12
8. Numbeo – Quality of life Index	3,62	3,79	3,79	3,82	3,69	3,80	3,74	3,76	3,85	3,77
9. Numbeo – Safety Index	4,57	4,79	4,79	4,83	4,64	4,19	4,13	4,13	4,33	4,16
10. ACI – Airport Connectivity Index	2,98	3,05	3,05	3,27	3,03	4,05	3,82	3,98	3,96	3,94

Vir: Skupna ocena doživljajskega indeksa za leto 2024 po državah (Toleranca marketing d.o.o., december 2024)

+ Največje prednosti Danske v primerjavi s Slovenijo (indeks manj kot 97)

- 0.44 ICCA indeks
- 0.77 ACI – Airport Connectivity Index
- 0.86 Marketing destinacije
- 0.90 Kongresna infrastruktura
- 0.92 Turistična infrastruktura
- 0.94 Splošna in prometna infrastruktura

Uravnoveženi kazalci (indeks od 98 do 101)

- 0.97 Naravni in kulturni dejavniki
- 0.97 Subjektivna ocena
- 0.98 Numbeo – Quality of life Index

- Največje prednosti Slovenije v primerjavi z Dansko (indeks več kot 102)

- 1.11 Numbeo – Safety Index

IZHODNE STRATEGIJE

KOMUNIKACIJSKI NARATIV 2030

SO Strategije: Uporabi prednosti, da izkoristiš priložnosti	Izboljšanje promocijskih kampanj Slovenije in pozicioniranje kot centra kreativnosti v Novi Evropi, ki je na področju kakovosti bivanja med najbolj privlačnimi na svetu.
WO Strategije: Premagaj slabosti z uporabo priložnosti ključno prednost za privabljanje investicij v razvoj nove turistične in kongresne infrastrukture. V to sodijo tudi vlaganja v nova start-up podjetja.	Slovenija lahko izkoristi svojo varnost in ekonomsko stabilnost kot ključno prednost za privabljanje investicij v razvoj nove turistične in kongresne infrastrukture. V to sodijo tudi vlaganja v nova start-up podjetja.
ST Strategije: Uporabi prednosti, da se izogneš nevarnostim	Strategija manj je več, oziroma osredotočanje na razvoj butičnih incentive doživetij, ki ne zahtevajo obsežnih investicij in jih ne moreš najti nikjer na svetu.
WT Strategije: Zmanjšaj slabosti in se izogni nevarnostim	Razvoj lastnih dogodkov, ki so regijski in tudi globalni prvaki v nišah in ki potekajo v nizki sezoni. Primer je model Convente, ki bi se ga dalo prenesti na druge gospodarske panoge.

Tabela 8: Primerjava končnih ocen ključnih kriterijev konkurenčnosti SLOVENIJE z ESTONIJO (ocene na lestvici od 1 do 5)

	SLOVENIJA					ESTONIJA				
	2019 BC	2022	2023	2024 AC	2017-2024	2019 BC	2022	2023	2024 AC	2017-2024
KONČNE OCENE DESTINACIJ	3,47	3,53	3,54	3,61	3,50	3,77	3,78	3,78	3,79	3,77
1. Naravni in kulturni dejavniki	4,72	4,72	4,77	4,81	4,73	4,75	4,79	4,79	4,81	4,77
2. Splošna in prometna infrastruktura	4,53	4,57	4,57	4,66	4,54	4,64	4,70	4,70	4,70	4,67
3. Turistična infrastruktura	4,48	4,57	4,57	4,62	4,50	4,69	4,72	4,72	4,73	4,70
4. Kongresna infrastruktura	4,32	4,38	4,38	4,42	4,33	4,68	4,75	4,75	4,75	4,72
5. Subjektivna ocena	4,63	4,66	4,66	4,74	4,64	4,78	4,80	4,80	4,81	4,78
6. Marketing destinacije	4,15	4,19	4,19	4,22	4,13	4,52	4,58	4,58	4,59	4,57
7. ICCA indeks	1,27	1,41	1,41	1,49	1,37	2,90	2,95	2,95	2,84	2,92
8. Numbeo – Quality of life Index	3,62	3,79	3,79	3,82	3,69	3,52	3,54	3,54	3,60	3,54
9. Numbeo – Safety Index	4,57	4,79	4,79	4,83	4,64	4,34	4,38	4,38	4,34	4,35
10. ACI – Airport Connectivity Index	2,98	3,05	3,05	3,27	3,03	3,19	2,98	2,98	3,04	3,07

Vir: Skupna ocena doživljajskega indeksa za leto 2024 po državah (Toleranca marketing d.o.o., december 2024)

+ Največje prednosti Estonije v primerjavi s Slovenijo (indeks manj kot 97)

- 0.47 ICCA indeks
- 0.90 Marketing destinacije
- 0.92 Kongresna infrastruktura
- 0.96 Turistična infrastruktura

Uravnoteženi kazalci (indeks od 98 do 101)

- 0.97 Splošna in prometna infrastruktura
- 0.99 Naravni in kulturni dejavniki
- 0.99 ACI – Airport Connectivity Index
- 1.01 Subjektivna ocena

- Največje prednosti Slovenije v primerjavi z Estonijo (indeks več kot 102)

- 1.04 Numbeo – Quality of life Index
- 1.07 Numbeo – Safety Index

IZHODNE STRATEGIJE

KOMUNIKACIJSKI NARATIV 2030

SO Strategije: Uporabi prednosti, da izkoristiš priložnosti	Zaradi svoje lege in velikosti je v okolici Slovenije 9 letališč, ki omogočajo številne transportne kombinacije z vsemi kongresnimi središči. V povezavi z odličnim javnim transportom je potovanje v Slovenijo res enostavno in udeležencem prijazno.
WO Strategije: Premagaj slabosti z uporabo priložnosti	Slovenija je vodilna destinacija na področju uporabe umetne inteligence za personalizacijo doživetij in marketing. Kongresni urad Slovenije slovi po združevanju naprednih tehnologij z etičnim pristopom.
ST Strategije: Uporabi prednosti, da se izogneš nevarnostim	Slovenija je pionir na področju regenerativne transformacije dogodkov. V Ljubljani imamo svetovni center za razvoj, izobraževanje in merjenje učinkov regenerativnih in kreativnih dogodkov.
WT Strategije: Zmanjšaj slabosti in se izogni nevarnostim	Ciljno povečanje letalske povezljivosti s partnerstvi z letalskimi prevozniki lahko omogoči lažji dostop udeležencev dogodkov.

POVZETEK KLJUČNIH STRATEGIJ KOMUNICIRANJA 2030

Ki nas bodo razlikovale od konkurenčnih držav Avstrije, Hrvaške, Danske in Estonije

SO STRATEGIJE: UPORABI PREDNOSTI, DA IZKORISTIŠ PRILOŽNOSTI

- Varnost:** Slovenija je ena najbolj varnih destinacij (10. mesto po WEF 2024) z nizko stopnjo kriminala in terorizma.
- Dostopnost:** Multimodalna dostopnost z novo infrastrukturo (Emonika) omogoča hitro povezavo z regijo (npr. Ljubljana–Dunaj z vlakom v 3 urah).
- Promocija:** Poudarek na kreativnosti in kakovosti bivanja za pozicioniranje Slovenije kot centra Nove Evrope.
- Transport:** Dostopnost do 9 letališč in odličnega javnega prevoza omogoča enostavno potovanje in povezave s kongresnimi središči.

WO STRATEGIJE: PREMAGAJ SLABOSTI Z UPORABO PRILOŽNOSTI

Marketing in inovacije: Prebojni marketing in inovacije pozicionirajo Slovenijo kot vrhunsko destinacijo za dogodke združenj in podjetij.

Kongresna infrastruktura: Slovenija ima v regiji največ vrhunskih kongresnih centrov za srednje velike dogodke, razpršene po državi in opremljene za zahtevne produkcije.

Investicije: Poudarek na varnosti in stabilnosti za privabljanje investicij v novo turistično in kongresno infrastrukturo ter start-upe.

Umetna inteligenca: Vodilna destinacija pri uporabi AI za personalizacijo doživetij in etično rabo naprednih tehnologij.

Ambadorski program: Povezovanje KUS z znanstveno-raziskovalnimi institucijami in posamezniki v Sloveniji.

ST STRATEGIJE: UPORABI PREDNOSTI, DA SE IZOGNEŠ NEVARNOSTIM

Kulinarična odličnost: Slovenija je regijska kulinarična velesila s priznanimi chefi in vrhunsko catering ponudbo, vodilno v Evropi.

Butični dogodki: Strategija “manj je več” se osredotoča na individualni pristop, personalizacijo in avtentičnost, s poudarkom na spoštovanju lokalnega okolja.

Incentive doživetja: Razvoj unikatnih butičnih doživetij, ki ne zahtevajo velikih investicij in so globalno edinstvena.

Regenerativni dogodki: Slovenija je pionir regenerativne transformacije z Ljubljano kot svetovnim centrom za razvoj in merjenje učinkov teh dogodkov.

WT STRATEGIJE: ZMANJŠAJ SLABOSTI IN SE IZOGNI NEVARNOSTIM

Butični hoteli in prizorišča: Slovenija ima enega največjih deležev vrhunskih butičnih hotelov in prizorišč, z odličnostjo na področju trajnosti.

Kreativni marketing: Dolgoročno krepi prepoznavnost in razvoj blagovne znamke ter organizatorjem ponuja trajen vtis in nepozabno izkušnjo.

Razvoj dogodkov: Ustvarjanje regijsko in globalno uspešnih dogodkov v nišah, kot je model Convente, tudi v nizki sezoni.

Letalska povezljivost: Partnerstva z letalskimi prevozniki za izboljšanje dostopnosti za udeležence dogodkov.

7. NOSILNA KAPACITETA PRIMERJANIH DESTINACIJ

Raj za srednje velike dogodke in izjemna incentive doživetja

Kompleksnost kongresne industrije vpliva na številne možne vidike opredeljevanja velikosti destinacij. Glede na to smo iskali spremenljivke, ki so najpogostejše v tesni povezanosti in soodvisnosti. Sestavni del procesa določanja kriterijev je bil pregled obstoječe strokovne literature, ki pa je na tem področju pomanjkljiva in se večinoma opira na statistične podatke mednarodnega združenja ICCA, ki beleži število kongresov združenj in njihovih udeležencev na destinaciji.

Nosilno sposobnost kongresne destinacije smo tako izračunali na osnovi kriterijev, ki so jih pomagali definirati vodilni strokovnjaki iz posameznih destinacij. Kriteriji so naslednji:

1. Letalska dostopnost destinacij

Ocena temelji na European air connectivity reportu, ki ga vsako leto pripravlja ACI Europe.

Z analizo podatkov po modelu povezanosti, imenovanem 'Netscan' iz inštituta SEO Economic Research, poročilo zagotavlja poglobljen vpogled v to, kako dobro je Evropa povezana po zraku, tako znotraj kot tudi z drugimi regijami po svetu. Razlikuje med neposredno in posredno povezanostjo, prav tako pa posebno poglobljeno pozornost posveča dinamiki v evropskih vozliščih, ki delujejo kot gonila povezanosti širšega dosega.

2. Število hotelskih sob kategorije 4 in 5*

Razvoj kongresne destinacije je neposredno povezan s številom hotelskih sob, ki po naši raziskavi dosegajo vsaj dvakratnik kapacitete največje plenarne dvorane v destinaciji. Med kongresnimi gosti namreč prevladuje "single use" uporaba sob. V poslovnem turizmu, kamor sicer uvrščamo našo dejavnost, je prevladujoča uporaba hotelov t. i. poslovne kategorije 4 in 5 zvezdic, zato smo v kategorizaciji zajeli samo hotele te kategorije.

3. Število hotelov v kategoriji 4 in 5*

V primerjavo smo zajeli hotele kategorije 4 in 5 zvezdic, ki jih kongresni gostje največ uporabljajo. Število hotelov te kategorije je svojevrsten pokazatelj, kako dobro je kongresna destinacija prilagojena poslovnemu turizmu in obratno.

4. Največja kapaciteta dvorane za banket

Praktično na vsakem kongresu ali dogodku potekajo tudi družabni dogodki in slavnostne večerje. Pogosto se zgodi, da maksimalna kapaciteta dvorane za bankete definira velikost kongresa, ki ga je destinacija sposobna sprejeti in gostiti; zato se nam je ta kriterij zdel izjemno pomemben.

5. Največje dvorane v mestu v m²

Definira velikost največjih dogodkov in spremljevalnih razstav, ki takšne dogodke običajno spremljajo. Običajno so to multifunkcijske dvorane v kongresnih centrih ali sejmiščih. Ta kriterij je neposredno povezan s sejmsko dejavnostjo, ki je najbolj razvita prav v t. i. kongresnih vozliščih – hubih.

6. Največja kapaciteta dvorane v kino postavitvi

V tej kategoriji smo upoštevali dvorane v kongresnih centrih, ki so primerne za plenarna zasedanja. Pri tem so bili izvzeti športni objekti, ki jim običajno manjka druga infrastruktura za organizacijo dogodkov.

7. Število prebivalcev na destinaciji

Mestno prebivalstvo je nosilec razvoja mest, njihove preobrazbe in tudi generator številnih dogodkov. Skozi zgodovino se je kongresna industrija razvijala v visoko-urbaniziranih regijah. Kongresna industrija je vzročno-posledično povezana z metropolizacijo in glavnimi mestnimi aglomeracijami v Evropi.

Tabela 9: Primerjava nosilnih kapacitet večjih kongresnih središč v Sloveniji

	LJUBLJANA	MARIBOR	BLED	PORTOROŽ	CELJE
Kategorija destinacije	L	M	M	M	M
Končna ocena	4.50	4.33	4.20	4.19	4.02
Število prebivalcev destinacije	293.845	112.560	8.157	17.500	48.847
Število hotelskih sob kategorije 4* in 5*	2.997	475	883	2.303	165
Število hotelov kategorije 4* in 5*	232	7	12	20	4
Max. kapaciteta banket	1.200	102	240	300	300
Max. kapaciteta kino	2.456	500	484	1.950	500
Največja dvorana v m ²	2.200	407	1.668	1.826	4.500
Število studijev za digitalne dogodke	10	2	1	3	1
Povprečna hitrost interneta za dogodke Mbps	56	28	58	29	29
Indeks Kap. banket/max. kap. razred	183,3	490,2	201,7	650,0	166,7
Indeks Število hotelskih sob/max. kap. razred	73,4	105,3	54,8	84,67	303,0
Največja nosilna zmogljivost destinacije*	2.398	500	706	1.842	500

Vir: Skupna ocena doživljajskega indeksa za leto 2024 po državah (Toleranca marketing d.o.o., december 2024)

* Največja nosilna zmogljivost destinacije se v praksi izračuna kot indeks 80 od skupnega števila sob kategorij 4* in 5*, če je število hotelskih kapacitet večje od zmogljivosti največje dvorane v kino postavitvi. V primeru, da je število sob manjše od max. kapacitete v kino postavitvi, pa se upošteva slednja.

Tabela 10.1: Primerjava nosilnih kapacitet manjših kongresnih središč v Sloveniji

Benchmark 2024 MANJŠA SLOVENSKA KONGRESNA SREDIŠČA-1	KRANJSKA GORA	BOHINJ	ROGAŠKA SLATINA	GORIŠKA BRDA	PODČETRTEK	BREŽICE	KRANJ IN BRDO	NOVA GORICA
Kategorija destinacije	S	S	S	S	S	S	S	S
Končna ocena	4.14	4.13	4.09	4.08	4.08	4.05	4.05	4.05
Število prebivalcev destinacije	5.246	5.277	6.856	5.757	3.560	24.250	57.133	13.031
Število hotelskih sob kategorije 4* in 5*	1.390	150	820	88	250	1.050	439	340
Število hotelov kategorije 4* in 5*	8	4	8	5	2	4	4	3
Max. kapaciteta banket	500	112	180	130	650	331	260	180
Max. kapaciteta kino	1.300	130	389	200	350	750	550	280
Največja dvorana v m ²	1.200	220	350	330	1.830	1.050	558	300
Število studijev za digitalne dogodke	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA
Povprečna hitrost interneta za dogodke Mbps	56	56	52	57	54	58	58	56
Indeks Kap. banket/max. kap. razred	260,0	120,0	216,1	153,9	53,85	226,6	211,5	155,6
Indeks Število hotelskih sob/max. kap. razred	93,5	42,0	47,4	227,3	140,0	71,4	125,3	82,4
Največja nosilna zmogljivost destinacije*	1.112	130	656	200	350	840	550	272

Vir: Skupna ocena doživljajskega indeksa za leto 2024 po državah (Toleranca marketing d.o.o., december 2024)

Tabela 10.2.: Primerjava nosilnih kapacitet manjših kongresnih središč v Sloveniji

Benchmark 2024 MANJŠA SLOVENSKA KONGRESNA SREDIŠČA-2	IZOLA	VIPAVSKA DOLINA	PTUJ	SOŠKA DOLINA	BELA KRAJINA	LAŠKO	SAVINJSKA DOLINA	ZELENI KRAS
Kategorija destinacije	S	S	S	S	S	S	S	S
Končna ocena	4.04	4.04	4.03	4.01	3.93	3.93	3.90	3.88
Število prebivalcev destinacije	11.556	71.944	17.972	16.537	27.000	3.416	61.442	52.449
Število hotelskih sob kategorije 4* in 5*	725	340	210	110	427	390	400	104
Število hotelov kategorije 4* in 5*	5	3	5	7	7	4	5	2
Max. kapaciteta banket	110	120	250	100	150	280	100	180
Max. kapaciteta kino	230	400	380	425	310	490	86	180
Največja dvorana v m ²	214	500	418	300	300	538	200	337
Število studijev za digitalne dogodke	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA
Povprečna hitrost interneta za dogodke Mbps	56	52	56	59	65	56	54	62
Indeks Kap. banket/max. kap. razred	209,1	333,3	152,0	425,0	206,7	175,0	86,0	100,0
Indeks Število hotelskih sob/max. kap. razred	31,7	117,7	181,0	386,4	72,6	125,6	21,5	173,1
Največja nosilna zmogljivost destinacije*	580	400	380	425	342	490	320	180

Vir: Skupna ocena doživljajskega indeksa za leto 2024 po državah (Toleranca marketing d.o.o., december 2024)

Obrazložitev indeksa maksimalna kapaciteta banket/maksimalna kapaciteta dvorane razred:

Indeksi pod 80	Banketne kapacitete so večje od nosilne sposobnosti destinacije.
Indeksi od 80 do 120	Število banketnih kapacitet in maksimalne nosilne sposobnosti je usklajeno
Indeksi nad 120	Število banketnih kapacitet je premajhno glede na nosilno sposobnost.

- Med analiziranimi destinacijami ima samo Podčetrtek večje banketne kapacitete kot je nosilna kapaciteta destinacije. To je posledica multifunkcijske dvorane, ki se jo lahko uporabi tudi za potrebe dogodkov.
- **Le 14 %** oziroma tri destinacije imajo banketne kapacitete usklajene z nosilno sposobnostjo. Gre za manjše destinacije kot je Bohinj, kjer je ta uravnoteženost posledica bodisi manjšega števila hotelskih sob ali pa solidnih prireditvenih kapacitet.
- **81 %** destinacij ima premajhne banketne kapacitete. Med destinacijami posebej izstopajo večje destinacije, še posebej Maribor, Portorož, Kranjska Gora ter Ljubljana. Kapaciteta za bankete predstavlja enega največjih izzivov, ki na slovenskih kongresnih destinacijah zmanjšuje nosilno kapaciteto. Rezultat je, da določenih tipov dogodkov ni mogoče gostiti.

Obrazložitev indeksa število hotelskih sob/maksimalna kapaciteta dvorane razred:

Indeksi pod 80	število hotelskih sob omogoča večje kongresne kapacitete
Indeksi od 80 do 120	število hotelskih sob in kongresnih kapacitet je uravnoteženo
Indeksi nad 120	število hotelskih sob je premajhno glede na kongresne kapacitete

- **38 %** destinacij sodi v kategorijo, ki bi omogočala večje kongresne kapacitete. Med njih sodijo Ljubljana, Bled, Bohinj, Rogaška Slatina. Na teh destinacijah je dovolj prostora tudi za večje javne investicije v kongresno infrastrukturo (manjkajo večje multifunkcijske prireditvene dvorane).
- **19 %** ima hotelske in kongresne kapacitete usklajene in uravnotežene. To velja npr. za Portorož, Kranjsko Goro, Novo Gorico in druge.

• **43 %** destinacij se spopada s težavo, da jim primanjkuje hotelskih kapacitet glede na kongresno infrastrukturo. Takšen primer so bolj butične incentive destinacije Goriška Brda in Dolina Soče, pa tudi večja mesta kot je Kranj.

■ Primerjava ostalih kriterijev nosilne sposobnosti pokaže naslednje značilnosti:

Število hotelskih sob kategorije 4 in 5*

Po številu hotelskih sob, primernih za kongresni turizem, izstopata Portorož in Ljubljana, konkurenčna pa sta tudi Bled in Kranjska Gora ter Brežice. Na drugi strani so glede na ta kriterij izrazito podhranjeni v dolini Soče, Beli krajini, Savinjski dolini in Goriških Brdih. V teh destinacijah je osnovni pogoj za bolj ambiciozen razvoj povečanje števila hotelskih sob ustrezne kategorije (4 in 5 zvezdic).

Število hotelov v kategoriji 4 in 5*

Število hotelov te kategorije je svojevrsten pokazatelj, kako dobro je destinacija prilagojena industriji srečanj in obratno. Tudi z vidika tega kriterija izstopajo Ljubljana, Portorož in Bled, ter Kranjska Gora.

Max. kapaciteta dvorane za banket

Maksimalna kapaciteta banketne dvorane definira velikost dogodka, ki ga lahko gosti destinacija. Na tem področju ima slovenska kongresna ponudba največ težav. Zelo dobrodošle bi bile večje dvorane za bankete in sprejeme, pa tudi razmislek o investiciji v dodatne prostore na ključnih kongresnih destinacijah.

Največje dvorane v mestu v m²

Glede multifunkcijskih dvoran po kvadraturi izstopa Ljubljana z dvema kongresnima centroma, ki predstavljata veliko prednost. Izziv v bolj razvitih kongresnih krajih kot je npr. Kranjska Gora pa so multifunkcijske dvorane, ki bi jih morale destinacije tehnološko prilagoditi novim potrebam kongresnih organizatorjev.

Max. kapaciteta dvorane v kino postavitvi

Ljubljana izrazito izstopa na tem področju in je po kapacitetah v vrhu svoje kategorije. Hkrati pa ugotavljamo, da so kapacitete v kategoriji S precej manjše od konkurenčnih destinacij.

Tabela 11: Primerjava nosilnih kapacitet Slovenije s konkurenčnimi destinacijami

Benchmark 2024

PRIMERJAVA POVPREČIJ NOSILNIH KAPACITET ZA IZBRANE DESTINACIJE

	SLOVENIJA	AVSTRIJA*	HRVAŠKA	DANSKA**	ESTONIJA
Povprečno št. hotelskih sob kategorije 4* in 5*	586	1.747	2.003	2.275	2.418
Povprečno št. hotelov kategorije 4* in 5*	6	22	15	20	21
Max. kapaciteta banket – povprečje	241	1.431	466	620	497
Max. kapaciteta razred – povprečje	504	2.677	1409	1.149	971
Največja dvorana v m ² – povprečje	813	4.140	1.790	1.641	1.861
Indeks Kap. Banket/Max. kap. razred	199	159	235	237	179
Indeks Število hotelskih sob/Max. kap. razred	109	117	84	54	63
Največja nosilna zmogljivost destinacije*	549	2.818	2.276	1.820	971

Vir: Skupna ocena doživljajskega indeksa za leto 2024 po državah (Toleranca marketing d.o.o., december 2024)

Opombi:

* Zaradi boljše primerljivosti je iz primerjave izključena XL Destinacija Dunaj.

** Zaradi boljše primerljivosti je iz primerjave izključena XL Destinacija Copenhagen.

Če nosilne kapacitete Slovenije primerjamo s konkurenco, vidimo, da po kapacitetah zaostajamo za konkurenco na praktično vseh področjih. Organizatorjem dogodkov je v Sloveniji na voljo:

27,76 % povprečnih kapacitet hotelskih sob kategorije 4* in 5* štirih primerjanih destinacij (2111 sob)

30,77 % povprečnega števila hotelov štirih primerjanih destinacij (19,5 hotelov)

31,98 % maksimalne kapacitete v banketni postavitvi štirih primerjanih destinacij (736 udeležencev)

32,48 % maksimalne kapacitete v kino postavitvi štirih primerjanih destinacij (1552 udeležencev)

34,48 % površine največje dvorane v štirih primerjanih destinacij (2358 m²)

Pri interpretaciji podatkov je potrebno upoštevati specifikko posameznih destinacij, vendar je kljub temu trend jasen ter kaže, da z obstoječo infrastrukturo dosegamo zelo dobre rezultate.

Če gledamo zgolj z vidika dogodkov združenj, to lahko ilustriramo z lestvico držav ICCA za leto 2023:

14 Avstrija (203 dogodkov)

29 Danska (133 dogodkov)

37 Hrvaška (86 dogodkov)

41 Slovenija (67 dogodkov)

45 Estonija (54 dogodkov)

Vir: ICCA Worldwide Ranking 2023

Pomemben zaključek raziskave je, da bi z izboljšano nosilno kapaciteto najbolj pomembnih destinacij močno izboljšali konkurenčnost ter gostili dogodke z višjo dodano vrednostjo.

8. PRIMERJAVA KONČNIH OCEN DESTINACIJ

Ohraniti položaj med vodilnimi v Novi Evropi

Primerjava končnih ocen destinacij omogoča hiter pregled nad stanjem kongresne industrije in izpostavlja ključna področja, na katerih je potrebno graditi nadaljnji razvoj. Bolj podroben vpogled v posamezne indekse omogoča, da pravilno umerimo še komuniciranje, destinacijski management in vse ostale vidike razvoja kongresnih destinacij. Zato smo za slovenske destinacije dodatno pripravili pregled najvišje ocenjenih kriterijev in najnižje ocenjenih elementov kongresne ponudbe.

8.1. KONČNE OCENE VEČJIH IN SREDNJE VELIKIH KONGRESNIH DESTINACIJ

Tabela 12: Primerjava strukture ocen za večje kongresne destinacije

Benchmark 2024
VEČJA IN SREDNJE VELIKA
SLOVENSKA KONGRESNA
SREDIŠČA $\bar{x}=4.25$

	LJUBLJANA	MARIBOR	BLED	PORTOROŽ	CELJE
Kategorija destinacije	L	M	M	M	M
KONČNA OCENA DESTINACIJE	4,51	4,33	4,20	4,03	4,02
1. Naravni in kulturni dejavniki	4,94	4,85	4,92	4,85	4,83
2. Splošna in prometna infrastruktura	4,89	4,74	4,85	4,73	4,77
3. Turistična infrastruktura	4,92	4,84	4,70	4,81	4,81
4. Kongresna infrastruktura	4,99	4,67	4,92	4,92	4,19
5. Subjektivna ocena	4,90	4,90	4,89	4,82	4,70
6. Marketing destinacije	4,95	4,70	4,74	4,75	3,87
7. ICCA indeks	4,40	3,08	1,25	1,25	1,25
8. Numbeo – Quality of life Index	3,64	3,82	3,85	3,81	3,82
9. Numbeo – Safety Index	4,32	4,75	4,89	4,89	4,75
10. ACI – Airport Connectivity Index	3,07	3,24	3,10	3,23	3,24

Vir: Skupna ocena doživljajskega indeksa za leto 2024 po državah (Toleranca marketing d.o.o., december 2024)

SLOVENIJA – VEČJE KONGRESNE DESTINACIJE, $\bar{x}=4.25$

+ Plusi	- Minusi
5.00 Natural Experience Index	2.25 ICCA Index Worldwide
5.00 Accessibility to nature	3.18 ACI Airport Connectivity Index
5.00 Sports activities	3.79 Numbeo Quality of Life Index
4.98 Destination safety	4.34 Effective Convention Bureau activities
4.97 Urban security	4.50 Brand and corporate identity of CVB
4.95 Leisure activities	4.50 Fun parks, casinos
4.95 Adventure / Adrenaline activities	4.51 Content marketing
4.93 Natural Diversity	4.54 Direct B2B communication
4.92 Cultural environment	4.54 Destination advertising
4.92 Perception on sustainability	4.55 Accessibility - rail
+ Izjemna doživljajska pestrost, dostopnost do narave, športni duh in trajnostnost	- Slabša dostopnost destinacije in zaostajanje na področju trajnostne prometne infrastrukture
Komunikacijski kontekst: Slovenija razvija industrijo srečanj na temelju svoje izjemne geostrateške pozicije in naravne raznolikosti. Slovenska infrastruktura je primerljiva s konkurenco, naša velika prednost je varnost destinacije in dobra organiziranost kongresnih ponudnikov. Slovenski ponudniki so kakovostni in presegajo pričakovanja udeležencev. Ti radi podaljšajo svoje bivanje na destinaciji tudi zaradi bogate in raznolike turistične ponudbe. Poznana je po izjemnih športnikih. Slovenija ponuja tudi odlično razmerje med kakovostjo in ceno.	Komunikacijski kontekst: Slovenija je zaradi svoje geografske pozicije enostavno dostopna preko osrednjega letališča v Ljubljani in petih bližnjih letališč. Slovenska železniška infrastruktura je popolnoma prenovljena in omogoča elegantno potovanje po državi. Letališče Jožeta Pučnika je bogatejše za nov moderen potniški terminal. Na ljubljanski tržnici boste v živo preizkusili, kako delujejo zelene nabavne verige v našem glavnem mestu. Slovenija uspešno povezuje lokalne pridelovalce z gostinci, hotelirji in organizatorji dogodkov.

V povzetku je trenutno stanje VEČJIH kongresnih destinacij v Sloveniji:

NAJMOČNEJŠI DEL KONGRESNEGA DOŽIVLJJSKEGA INDEKSA

- 4.88 Natural and cultural factors
- 4.84 Subjective grade
- 4.81 Tourist infrastructure

NAJŠIBKEJŠKI DEL KONGRESNEGA DOŽIVLJJSKEGA INDEKSA

- 4.60 Marketing buzz
- 4.74 Meetings infrastructure
- 4.79 General infrastructure

INDEKSI v okviru KONGRESNEGA DOŽIVLJJSKEGA INDEKSA

- 2.25 ICCA Index – worldwide ranking
- 3.18 ACI Airport Connectivity Index
- 3.79 Numbeo Quality of Life Index
- 4.72 Numbeo Safety Index

8.2. KONČNE OCENE MANJŠIH SLOVENSКИH KONGRESNIH KRAJEV

Tabela 13.1: Primerjava strukture ocen za manjše kongresne destinacije

Benchmark 2024: MANJŠA SLOVENSKA KONGRESNA SREDIŠČA-1 $\bar{x}=4.03$	KRANJSKA GORA	BOHINJ	ROGAŠKA SLATINA	GORIŠKA BRDA	PODČETRTEK	BREŽICE	KRANJ IN BRDO	NOVA GORICA
	S	S	S	S	S	S	S	S
	4,14	4,13	4,09	4,08	4,08	4,05	4,05	4,05
	4,84	4,87	4,80	4,80	4,72	4,70	4,81	4,69
	4,85	4,85	4,66	4,48	4,57	4,78	4,71	4,66
	4,67	4,57	4,56	4,59	4,47	4,62	4,76	4,78
	4,42	4,60	4,55	4,56	4,46	4,43	4,34	4,37
	4,89	4,89	4,84	4,78	4,83	4,71	4,66	4,67
	4,52	4,61	4,15	4,36	4,32	3,99	4,19	4,26
	1,42	1,25	1,25	1,25	1,25	1,25	1,25	1,25
Kategorija destinacije	S	S	S	S	S	S	S	S
Končna ocena	4,14	4,13	4,09	4,08	4,08	4,05	4,05	4,05
1. Naravni in kulturni dejavniki	4,84	4,87	4,80	4,80	4,72	4,70	4,81	4,69
2. Splošna in prometna infrastruktura	4,85	4,85	4,66	4,48	4,57	4,78	4,71	4,66
3. Turistična infrastruktura	4,67	4,57	4,56	4,59	4,47	4,62	4,76	4,78
4. Kongresna infrastruktura	4,42	4,60	4,55	4,56	4,46	4,43	4,34	4,37
5. Subjektivna ocena	4,89	4,89	4,84	4,78	4,83	4,71	4,66	4,67
6. Marketing destinacije	4,52	4,61	4,15	4,36	4,32	3,99	4,19	4,26
7. ICCA indeks	1,42	1,25	1,25	1,25	1,25	1,25	1,25	1,25
8. Numbeo – Quality of life Index	3,86	3,85	3,83	3,83	3,83	3,82	3,85	3,83
9. Numbeo – Safety Index	4,89	4,89	4,91	4,96	4,91	4,75	4,89	4,96
10. ACI – Airport Connectivity Index	3,15	3,10	3,55	3,24	3,55	3,65	3,10	3,24

Vir: Skupna ocena doživljajskega indeksa za leto 2024 po državah (Toleranca marketing d.o.o., december 2024)

Tabela 13.2.: Primerjava strukture ocen za manjše kongresne destinacije

Benchmark 2024 MANJŠA SLOVENSKA KONGRESNA SREDIŠČA-2 $\bar{x}=4.03$	IZOLA	VIPAVSKA DOLINA	PTUJ	SOŠKA DOLINA	BELA KRAJINA	LAŠKO	SAVINJSKA DOLINA	ZELENI KRAS
Kategorija destinacije	S	S	S	S	S	S	S	S
Končna ocena	4,04	4,04	4,03	4,01	3,93	3,93	3,90	3,88
1. Naravni in kulturni dejavniki	4,78	4,82	4,81	4,87	4,83	4,60	4,74	4,80
2. Splošna in prometna infrastruktura	4,66	4,65	4,65	4,53	4,56	4,54	4,39	4,45
3. Turistična infrastruktura	4,79	4,68	4,68	4,60	4,25	4,29	4,48	4,22
4. Kongresna infrastruktura	4,22	4,26	4,30	4,29	3,97	4,26	4,17	3,97
5. Subjektivna ocena	4,65	4,70	4,71	4,71	4,69	4,57	4,54	4,55
6. Marketing destinacije	4,17	4,11	4,14	3,97	3,60	4,05	3,73	3,58
7. ICCA indeks	1,25	1,25	1,25	1,25	1,25	1,25	1,25	1,25
8. Numbeo – Quality of life Index	3,81	3,83	3,82	3,83	3,82	3,82	3,82	3,83
9. Numbeo – Safety Index	4,89	4,96	4,75	4,96	4,75	4,75	4,75	4,96
10. ACI – Airport Connectivity Index	3,23	3,24	3,24	3,24	3,65	3,24	3,24	3,24

Vir: Skupna ocena doživljajskega indeksa za leto 2024 po državah (Toleranca marketing d.o.o., december 2024)

MANJŠA SLOVENSKA KONGRESNA SREDIŠČA, $\bar{x}=4.03$

+ Plusi	- Minusi
4.95 Natural experience index	1.26 ICCA Index - worldwide ranking
4.95 Accessibility to nature	3.31 ACI Airport Connectivity Index
4.94 Destination safety	3.74 Effective Convention Bureau activities
4.94 Urban security	3.83 Numbeo Quality of Life Index
4.88 Natural Diversity	3.84 Ambassador programme
4.85 Perception on sustainability	3.98 Direct B2B communication
4.84 Adventure / Adrenaline activities	3.99 Brand and corporate identity of CVB
4.83 Personal experience	4.04 Mobile B2B communication
4.82 Sustainable measures	4.06 Content marketing
4.81 Leisure activities	4.07 Local MICE marketing events
+ Izjemni pogoji za razvoj incentive produkta, ki temelji na odgovornem odnosu do narave in družbe, varnosti destinacij in dobro razvitih butičnih doživetjih	- Slabo poznavanje produkta in posledično šibka identiteta in marketing destinacij na MICE področju. Poleg tega pa produkt ni ustrezno organiziran v okviru lokalnih kongresnih uradov.
Komunikacijski kontekst: Manjši slovenski kraji so večinoma primerni za manjša lokalna srečanja in incentive produkt. Številni manj znani kraji v Sloveniji lahko zagotovijo avtentične izkušnje za zelo zahtevne goste. Te so pogosto ekskluzivne in trajnostno naravnane. Slovenija velja za varno in zdravo destinacijo za organizacijo dogodkov, kjer se bodo tudi zato udeleženci dobro počutili. Vsi kongresni kraji so poleg tega tudi enostavno dostopni.	Komunikacijski kontekst: Manjši slovenski kongresni kraji so še neznani biseri, ki čakajo, da jih odkrijejo mednarodni in lokalni organizatorji dogodkov. Kot neodkrite destinacije ponujajo ekskluzivna, enkratna in nepozabna doživetja v ohranjenem okolju, ki jih spremljata vrhunska gastronomija in dobro razmerje med kakovostjo in ceno.

V povzetku je trenutno stanje MANJŠIH kongresnih destinacij v Sloveniji:

NAJMOČNEJŠI DEL KONGRESNEGA DOŽIVLJJSKEGA INDEKSA

- 4.79** Natural and cultural factors
- 4.71** Subjective grade
- 4.62** General infrastructure

NAJŠIBKEJŠKI DEL KONGRESNEGA DOŽIVLJJSKEGA INDEKSA

- 4.11** Marketing Buzz
- 4.32** Meetings infrastructure
- 4.56** Tourist infrastructure

INDEKSI v okviru KONGRESNEGA DOŽIVLJJSKEGA INDEKSA

- 1.26** ICCA Indeks
- 3.31** ACI Indeks
- 3.83** NUMBEO Quality of Life Indeks
- 4.87** NUMBEO Safety Indeks

Tabela 14: Primerjava končnih ocen različnih slovenskih destinacij glede na velikost (nosilno sposobnost)

PRIMERJAVA KONČNIH OCEN SLOVENSkih DESTINACIJ 2024	POVPREČJE ZA SLOVENIJO n=21	SLO - VEČJE DESTINACIJE n=5	SLO - MANJŠE DESTINACIJE n=16
SKUPAJ	4.08	4.25	4.03
1. Naravni in kulturni dejavniki	4,81	4,88	4,79
2. Splošna in prometna infrastruktura	4,66	4,79	4,62
3. Turistična infrastruktura	4,62	4,81	4,56
4. Kongresna infrastruktura	4,42	4,74	4,32
5. Subjektivna ocena	4,74	4,84	4,71
6. Marketing destinacije	4,23	4,60	4,11
7. ICCA indeks	1,50	2,25	1,26
8. Numbeo – Quality of life Index	3,82	3,79	3,83
9. Numbeo – Safety Index	4,83	4,72	4,87
10. ACI – Airport Connectivity Index	3,28	3,18	3,31

Vir: Skupna ocena doživljajskega indeksa za leto 2024 po državah (Toleranca marketing d.o.o., december 2024)

9. ANALIZA POSAMEZNIH ELEMENTOV DOŽIVLJAJSKEGA INDEKSA

Instagramabilne kongresne destinacije

Doživljajski indeks kongresne destinacije (Meeting Experience Indeks) meri različne kriterije, ki so jih organizatorji dogodkov opredelili kot izjemno pomembne. Ocenjujemo jih na lestvici od 1 do 5, pri čemer posamezne ocene kriterijev pomenijo:

- 5** vrhunsko
- 4** kakovostno
- 3** dobro
- 2** povprečno
- 1** podpovprečno

V končni oceni to na nivoju destinacije razumemo kot:

- 5** vrhunska kongresna destinacija (excellent meeting destination)
- 4** kakovostna kongresna destinacija (quality meetings destination)
- 3** priporočljiva kongresna destinacija (recommendable meetings destination)
- 2** povprečna kongresna destinacija (average meetings destination)
- 1** podpovprečna kongresna destinacija (so-so)

Pogosto nas sprašujejo, zakaj je sploh potrebno ocenjevati kongresne destinacije in posamezne kriterije. Odgovor je večplasten. Naše poslanstvo je odkrivati in promovirati najboljše destinacije, hkrati pa nastaviti ogledalo tistim, ki želijo postati najboljši. Tako podrobna analiza namreč omogoča, da se destinacije lahko hitro in učinkovito lotijo izboljšav. Naša ocena ni kritika, ampak spodbuda destinaciji, da postane najboljša.

Proces ocenjevanja je povsem odprt in se vsako leto začne z dopolnitvijo nosilnih kapacitet destinacij. Destinacije so pred objavo tudi večkrat seznanjene z rezultati, ki jih po potrebi usklajujemo. V desetletni zgodovini tudi zato še nismo prejeli pritožbe na končno oceno.

9.1. ANALIZA NARAVNIH IN KULTURNIH DEJAVNIKOV

Bogastvo kulturnih, zgodovinskih in naravnih znamenitosti

POWER RANKING 2024:

SLOVENIA vs AUSTRIA	-0,05 (4,81 vs 4,86)
SLOVENIA vs CROATIA	+0,01 (4,81 vs 4,80)
SLOVENIA vs DENMARK	-0,05 (4,81 vs 4,86)
SLOVENIA vs ESTONIA	+0,00 (4,81 vs 4,81)

Vse štiri destinacije so v rangi majhnega odstopanja (+0,00–0,05). Hkrati je ocena med najvišjimi v ocenjevanju, kar pomeni da gre za enega od pomembnejših kriterijev konkurenčnosti.

Da bo destinacija tudi v prihodnosti ohranila svojo privlačnost in tako privabljala kongresne organizatorje, je izjemno pomembno tudi stanje na področju naravnih in kulturnih dejavnikov. Če je bila nekoč pomembna le visoka doživljajska vrednost, prihaja danes v ospredje načelo ohranjanja naravnih in kulturnih virov s ciljem, da sedanje ekonomske aktivnosti povečujejo blaginjo prebivalstva in ohranjajo naravne vire za prihodnje generacije (regenerativni model).

Rangiranje je pokazalo, da so vse slovenske destinacije na tem področju več kot konkurenčne. Podrobnejša analiza pokaže tudi nekaj strukturnih problemov. Največje razlike v ocenjevanju so posledica različne stopnje razvoja na področju trajnostnega razvoja destinacij.

NADPOVPREČNO Rang 4,81–5,00		POVPREČNO Rang 4,61–4,80	
4,94	Ljubljana	4,80	Rogaška Slatina
4,92	Bled	4,80	Zeleni Kras
4,88	Goriška Brda	4,78	Izola
4,87	Bohinj	4,74	Savinjska dolina
4,87	Dolina Soče	4,72	Podčetrtek
4,85	Maribor	4,70	Brežice/Čatež
4,85	Portorož	4,69	Nova Gorica
4,84	Kranjska Gora		
4,83	Celje		
4,83	Bela krajina		
4,82	Vipavska dolina		
4,81	Kranj in Brdo		
4,81	Ptuj		
ZMERNO Rang 4,41–4,60		PODPOVPREČNO Rang 4,21–4,40	
4,60	Laško		
V povzetku: Nadpovprečna pokrajinska pestrost in dobra ohranjenost okolja v večini kongresnih destinacij Slovenije ustvarjajo izjemno doživljajsko pestrost v večini slovenskih kongresnih destinacij.			

Tabela 15: Primerjava naravnih in kulturnih dejavnikov Avstrije, Hrvaške, Danske, Estonije in Slovenije

NARAVNI IN KULTURNI DEJAVNIKI 2024	POVPREČJE ZA AVSTRIJO n=11	POVPREČJE ZA HRVAŠKO n=16	POVPREČJE ZA DANSKO n=3	POVPREČJE ZA ESTONIJO n=3	POVPREČJE ZA SLOVENIJO n=21
SKUPAJ	4.86	4.80	4.86	4.81	4.81
1. Pokrajinska pestrost	4,94	4,85	4,91	4,85	4,89
2. Klimatski pogoji in primernost podnebja	4,75	4,92	4,63	4,52	4,79
3. Družbena privlačnost	4,78	4,75	4,87	4,71	4,74
4. Kulturna raznolikost	4,82	4,81	4,95	4,84	4,79
5. Doživljajska pestrost	4,99	4,92	4,98	4,93	4,96
6. Zgodovinske znamenitosti	4,72	4,68	4,78	4,80	4,65
7. Arhitektura	4,73	4,70	4,82	4,78	4,58
8. Dostop do gozdov, narave, jezer in rek	5,00	4,96	4,98	4,98	4,96
9. Odnos do trajnostnega razvoja	4,90	4,68	4,83	4,81	4,83
10. Pokrajinska občutljivost in stanje okolja	4,95	4,75	4,83	4,84	4,87

Vir: Skupna ocena doživljajskega indeksa za leto 2024 po državah (Toleranca marketing d.o.o., december 2024)

SLOVENIJA

+ Plusi	- Minusi	✓ Prednosti konkurence
4.96 Natural Experience Index	4.58 Architecture	AT: Ugled in imidž destinacije na tem področju
4.96 Accessibility to Nature	4.65 Historical Sites	HR: Klima in mediteranski šarm
4.89 Natural Diversity	4.74 Social Environment	DK: Kulturna okolje, trajnost in arhitektura
4.87 Perception on Sustainability	4.79 Cultural Environment	EE: Dostopnost znamenitosti
4.83 Sustainable Measures	4.79 Climate and Weather	ALL: Trajnostna usmeritev ni več razlikovalna prednost destinacij
Komentar ocenjevalcev: Ključna prednost Slovenije je prav gotovo njena doživljajska pestrost, ki temelji na pokrajinski raznolikosti, ohranjenosti in dostopnosti narave. Veliko k temu prispeva tudi trajnostna usmeritev slovenskega turizma (Zelena shema), ki je sprožila pozitiven odnos do trajnostnega razvoja. Manj znane so slovenske arhitekturne posebnosti, še posebej opus Jožeta Plečnika in pa kulturna in družbena privlačnost, ki kliče po bolj intenzivnem komuniciranju na tem področju.		
Trenutna izkustvena obljuba: Organizacija dogodkov, odgovornih do narave in družbe v okolju, ki omogoča različna avtentična doživetja, na katera bodo ponosne tudi naslednje generacije. <i>Brošura Poslovna srečanja v Sloveniji, KUS</i>		

9.2. SPLOŠNA IN PROMETNA INFRASTRUKTURA

V središču regije Alpe-Adria

POWER RANKING 2024:

SLOVENIJA vs AVSTRIJA	-0,16 (4,66 vs 4,82)
SLOVENIJA vs HRVAŠKA	+0,00 (4,66 vs 4,66)
SLOVENIJA vs DANSKA	-0,19 (4,66 vs 4,85)
SLOVENIJA vs ESTONIJA	-0,04 (4,66 vs 4,70)

Avstrija in Danska na področju splošne in prometne infrastrukture močno odstopata (več kot 0,1). Slovenija in Hrvaška sta na tem področju izenačeni, Estonija pa le malo odstopa.

Med najpomembnejše dejavnike konkurenčnosti destinacij za dogodke uvrščamo splošno in prometno infrastrukturo. Ta je ovrednotena preko dostopnosti, enostavnosti uporabe prevoza na destinaciji in različnih kriterijev komunalne in družbene infrastrukture.

Na osnovi primerjave lahko ugotovimo, da je na tem področju Slovenija v največjem zaostanku. Posebej pomembna in večinoma kritična je letalska dostopnost. Na vseh destinacijah se zaradi tega povečuje čas potovanja, kar posredno vpliva na konkurenčnost. Večina destinacij je na tem področju v kategoriji povprečno in zmerno, kjer jih čaka še veliko investicij, da bodo ujele ritem z najbolj razvitimi destinacijami. Glede na to, da ravno ti kriteriji igrajo izredno pomembno vlogo pri izboru destinacije in posledično njenemu pozicioniranju na mednarodnem trgu, bi jim bilo treba nameniti več pozornosti na praktično vseh destinacijah.

Razveseljuje pa dejstvo, da so na področju varnosti v tem trenutku praktično vse destinacije ocenjene nadpovprečno. To po turbulentnem obdobju v preteklosti vzbuja veliko optimizma za slovensko industrijo srečanj in predstavlja pomembno konkurenčno prednost.

NADPOVPREČNO Rang 4,81–5,00		POVPREČNO Rang 4,61–4,80	
4,89	Ljubljana	4,78	Brežice/Čatež
4,85	Bled	4,77	Celje
4,85	Bohinj	4,74	Maribor
4,85	Kranjska Gora	4,73	Portorož
		4,71	Kranj in Brdo
		4,66	Izola
		4,66	Rogaška Slatina
		4,66	Nova Gorica
		4,65	Ptuj
ZMERNO Rang 4,41–4,60		PODPOVPREČNO Rang 4,21–4,40	
4,57	Podčetrtek	4,39	Savinjska dolina
4,56	Bela Krajina		
4,54	Laško		
4,53	Soča Valley		
4,48	Goriška Brda		
4,45	Zeleni Kras		
V povzetku: Podpovprečna letalska in železniška dostopnost v večini slovenskih destinacij. Nadpovprečna varnost destinacije. Podpovprečna urejenost javnega prevoza, ki bi povezoval ključne kraje.			

Tabela 16: Primerjava splošne in prometne infrastrukture Avstrije, Hrvaške, Danske, Estonije in Slovenije

SPLOŠNA IN PROMETNA INFRASTRUKTURA 2024	POVPREČJE ZA AVSTRIJO n=11	POVPREČJE ZA HRVAŠKO n=16	POVPREČJE ZA DANSKO n=3	POVPREČJE ZA ESTONIJO n=3	POVPREČJE ZA SLOVENIJO n=21
SKUPAJ	4.82	4.66	4.85	4.70	4.66
1. Varnost destinacije	4,97	4,95	4,95	4,95	4,95
2. Cestna dostopnost	4,86	4,59	4,94	4,56	4,58
3. Letalska dostopnost	4,48	4,53	4,70	4,37	4,52
4. Železniška dostopnost	4,79	4,26	4,80	4,53	4,42
5. Komunalna infrastruktura	4,94	4,78	4,95	4,90	4,73
6. Urejenost letališča	4,61	4,53	4,76	4,50	4,45
7. Lokalna prometna infrastruktura, javni pr.	4,93	4,64	4,87	4,80	4,68
8. Mreža finančnih institucij	4,88	4,78	4,91	4,84	4,75
9. Dostop do interneta	4,85	4,83	4,86	4,85	4,78
10. Odnos do okolja	4,86	4,75	4,76	4,75	4,78

Vir: Skupna ocena doživljajskega indeksa za leto 2024 po državah (Toleranca marketing d.o.o., december 2024)

SLOVENIJA

+ Plusi	- Minusi	✓ Prednosti konkurence
4.95 Destination Safety	4.42 Accessibility – rail	AT: Multimodalna dostopnost povsod po Avstriji
4.78 Internet Access	4.45 Airport Quality	HR: Kakovost letališča in nacionalni prevoznik
4.78 Pollution	4.52 Accessibility – air	DK: Vrhunske javne storitve
4.75 Financial institutions	4.58 Accessibility – road	EE: Digitalizacija in javni transport
4.73 General public services	4.68 Public transport	ALL: Boljša letalska dostopnost in povezanost s svetom
Komentar ocenjevalcev: Na tem področju čaka slovensko industrijo srečanj največ dela, začeni z boljšimi letalskimi povezavami. Drugo pomembno področje je vzpodbujanje trajnostne mobilnosti, s ključnim poudarkom na železniški infrastrukturi. Na tem področju čaka Slovenijo trdo delo za vstop v klub najboljših destinacij. Slovenija je primerljiva s konkurenco na področju varnosti destinacije in delno na področju odnosa do okolja.		
Trenutna izkustvena obljuba: Destinacija, ki omogoča varno in zdravo izvedbo dogodkov v okolju, ki je prijazno do udeležencev, organizatorjev in predvsem do okolja. Odlična geostrateška lega, ki omogoča dostop kongresnim gostom preko petih letališč v bližini.		
Brošura Poslovna srečanja v Sloveniji, KUS		

9.3. TURISTIČNA INFRASTRUKTURA

Gostje z najvišjo dodano vrednostjo

POWER RANKING 2024:

SLOVENIJA vs AVSTRIJA	-0,18 (4,62 vs 4,80)
SLOVENIJA vs HRVAŠKA	-0,17 (4,62 vs 4,79)
SLOVENIJA vs DANSKA	-0,27 (4,62 vs 4,89)
SLOVENIJA vs ESTONIJA	-0,11 (4,62 vs 4,73)

Slovenija zmerno (Estonija) do močno (Danska, Avstrija, Hrvaška) zaostaja za konkurenco s svojo turistično infrastrukturo.

Kraji, ki želijo razvijati industrijo srečanj, morajo biti dobro opremljeni s turistično infrastrukturo. Mednje sodijo številni elementi, ki se pogosto naslanjajo na naravne in kulturne značilnosti destinacij. Zelo pomembno za organizatorje dogodkov je tudi, da je infrastruktura dostopna skozi celo leto. Težko je namreč organizirati dogodke, kjer se v zimski sezoni večina turističnih objektov zapira. Pomembno je tudi, kam sodijo turistični ponudniki po kakovosti in ali je ta v skladu s pričakovanji kongresnih gostov in organizatorjev.

Veliko kriterijev torej vpliva na končno oceno turistične infrastukture, posebej pomembna pa sta funkcionalna organiziranost in sodelovanje med javnim in zasebnim sektorjem ter destinacijski management. Ta je v regiji sicer razvit, zagotovo pa je na tem področju še veliko prostora tako za razvoj kot za inoviranje.

NADPOVPREČNO Rang 4,81–5,00		POVPREČNO Rang 4,61–4,80	
4.92	Ljubljana	4.79	Izola
4.84	Maribor	4.78	Nova Gorica
4.81	Portorož	4.76	Kranj in Brdo
4.81	Celje	4.70	Bled
		4.68	Vipavska dolina
		4.68	Ptuj
		4.67	Kranjska Gora
		4.62	Brežice/Čatež
		4.61	Bled
ZMERNO Rang 4,41–4,60		PODPOVPREČNO Rang 4,21–4,40	
4.60	Dolina Soče	4.29	Laško
4.60	Goriška Brda	4.25	Bela krajina
4.57	Bohinj	4.22	Zeleni Kras
4.56	Rogaška Slatina		
4.48	Savinjska dolina		
4.47	Podčetrtek		
V povzetku: Turistična infrastruktura je v primerjavi s konkurenco kritična in je v večini turističnih krajev zgolj povprečna ali zmerna, z izjemo Ljubljane, ki po svoji ponudbi najbolj izstopa. Posebej problematičen je shopping in pa nočna zabava, zaostajamo pa tudi na področju kavarn in barov.			

Tabela 17: Primerjava turistične infrastrukture Avstrije, Hrvaške, Danske, Estonije in Slovenije

TURISTIČNA INFRASTRUKTURA 2024	POVPREČJE ZA AVSTRIJO n=11	POVPREČJE ZA HRVAŠKO n=16	POVPREČJE ZA DANSKO n=3	POVPREČJE ZA ESTONIJO n=3	POVPREČJE ZA SLOVENIJO n=21
SKUPAJ	4.80	4.79	4.89	4.73	4.62
1. Ponudba restavracij	4,88	4,87	4,95	4,71	4,66
2. Kavarne in bari	4,72	4,85	4,93	4,72	4,53
3. Nočna zabava	4,59	4,81	4,92	4,62	4,49
4. Rekreativna ponudba	4,97	4,93	4,93	4,90	4,84
5. Aktivnosti v naravi in adrenalinska ponudba	4,98	4,92	4,92	4,80	4,86
6. Ponudba športnih aktivnosti	4,98	4,97	4,96	4,92	4,86
7. Nakupi	4,70	4,55	4,81	4,65	4,37
8. Zabavišni parki, igralnice	4,63	4,57	4,62	4,53	4,45
9. Kulturna ponudba (gledališče, kino, ...)	4,65	4,62	4,92	4,63	4,43
10. Turistične informacije in destinacijski m.	4,89	4,78	4,89	4,81	4,74

Vir: Skupna ocena doživljajskega indeksa za leto 2024 po državah (Toleranca marketing d.o.o., december 2024)

SLOVENIJA

+ Plusi	- Minusi	✓ Prednosti konkurence
4.86 Adventure/Adrenaline activities	4.37 Shopping	AT: Zrela in visoko kakovostna turistična ponudba
4.86 Sports activities	4.43 Theatres, musical venues, cinemas	HR: Bolj raznolika ponudba turističnih atrakcij
4.84 Leisure activities	4.45 Fun parks, casinos	DK: Boljša ponudba restavracij in kulinarike
4.74 Tourist information services	4.49 Nightlife	EE: Izvirnost kulturne ponudbe in inovativnosti
4.66 Restaurant scene	4.53 Variety of bars and coffee shops	ALL: Boljše nočno življenje in bolj pestra ponudba nakupov
Komentar ocenjevalcev: Slovenija ima izjemne naravne danosti za razvoj turizma. To je bilo izhodišče promocije Slovenije kot petzvezdične, butične in zelene destinacije. Žal pa na področju turistične infrastrukture zaostajamo za konkurenco in brez resnih vlaganj v infrastrukturo ne bo šlo.		
Trenutna izkustvena obljuba: Avtentična, butična in do okolja odgovorna turistična ponudba, ki omogoča izvedbo najzahtevnejših dogodkov. Prijazni ljudje, čudovita narava in iskreno gostoljubje. <i>Brošura Poslovna srečanja v Sloveniji, KUS</i>		

9.4. KONGRESNA INFRASTRUKTURA

59 krajev z evidentiranimi kongresnimi kapacitetami

POWER RANKING 2024:

SLOVENIJA vs AVSTRIJA	-0,40 (4,42 vs 4,82)
SLOVENIJA vs HRVAŠKA	-0,19 (4,42 vs 4,61)
SLOVENIJA vs DANSKA	-0,41 (4,42 vs 4,83)
SLOVENIJA vs ESTONIJA	-0,33 (4,42 vs 4,75)

Slovenija močno zaostaja za konkurenco s svojo kongresno infrastrukturo, razen v treh vodilnih destinacijah Ljubljani, Portorožu in Bledu. Na tem področju je največji razkorak med Slovenijo in Dansko ter Avstrijo.

V povezavi s kongresno infrastrukturo pogosto pomislimo na kongresne centre, čeprav gre za precej širšo infrastrukturo, ki vključuje kongresne hotele, ponudnike drugih kongresnih storitev, prizorišča za posebne dogodke, kongresne urade in agencije (DMC, PCO, Incentive). Kongresne storitve in produkti prav tako nudijo druga privatna in javna podjetja ter institucije (univerze, raziskovalne institucije, gospodarske in obrtne zbornice, muzeji, stadioni, itd.), zato je na destinacijah potrebna natančna inventarizacija ponudnikov.

Če se osredotočimo na regijo, po razvitosti na tem področju močno izstopa Ljubljana, ki razpolaga z dvema kongresnima centroma. To sta Gospodarsko razstavišče in Cankarjev dom. Zaradi tako razvite infrastrukture Ljubljana lahko kompenzira tudi različne negativne dejavnike ponudbe. Pogosto primanjkljaj kongresne infrastrukture kompenzirajo hotelske investicije in takšna je situacija v večjih jadranskih počitniških krajih. Tipičen primer je Rovinj.

Na dnu primerjave so mesta, ki nujno potrebujejo resnejše investicije v produkt. Resni kongresni centri so namreč eden od osnovnih pogojev za razvoj dejavnosti.

NADPOVPREČNO Rang 4,81–5,00		POVPREČNO Rang 4,61–4,80	
4.99	Ljubljana	4.67	Maribor
4.92	Portorož		
4.92	Bled		
ZMERNO Rang 4,41–4,60		PODPOVPREČNO Rang 4,21–4,40	
4.60	Bohinj	4.37	Nova Gorica
4.56	Goriška Brda	4.34	Kranj in Brdo
4.55	Rogaška Slatina	4.30	Ptuj
4.46	Podčetrtek	4.29	Dolina Soče
4.43	Brežice/Čatež	4.26	Vipavska dolina
4.42	Kranjska Gora	4.26	Laško
		4.22	Izola
		4.19	Celje
		4.17	Savinjska dolina
		3.97	Zeleni Kras
		3.97	Bela Krajina

V povzetku: Ljubljana, Bled in Portorož so z vidika kongresnega hardwera in softwara, kamor sodi delujoč kongresni urad, najbolj razvite slovenske kongresne destinacije. V Sloveniji je izjemno velik delež podpovprečno in zmerno razvitih destinacij.

Tabela 18: Primerjava kongresne infrastrukture Avstrije, Hrvaške, Danske, Estonije in Slovenije

KONGRESNA INFRASTRUKTURA 2024	POVPREČJE ZA AVSTRIJO n=11	POVPREČJE ZA HRVAŠKO n=16	POVPREČJE ZA DANSKO n=3	POVPREČJE ZA ESTONIJO n=3	POVPREČJE ZA SLOVENIJO n=21
SKUPAJ	4,82	4,61	4,83	4,75	4,42
1. Kongresna zgodovina in reference	4,69	4,56	4,84	4,75	4,45
2. Standardna paleta kongresnih ponudnikov	4,76	4,63	4,76	4,71	4,44
3. Kongresni hoteli in njihova kakovost	4,91	4,75	4,83	4,90	4,55
4. Kongresni centri in sejmišča	4,79	4,35	4,78	4,75	4,35
5. Delež primernih hotelskih sob 4 in 5*	4,90	4,76	4,82	4,89	4,49
6. Incentive programi in ponudba	4,96	4,80	4,88	4,78	4,65
7. Poslovnost in profesionalnost ponudnikov	4,89	4,78	4,84	4,92	4,61
8. Razvitost in pestrost kongresnih produktov	4,70	4,64	4,79	4,71	4,37
9. Dejavnosti kongresnega urada	4,75	4,19	4,95	4,43	3,88
10. Podporne kongresne storitve	4,81	4,62	4,78	4,66	4,43

Vir: Skupna ocena doživljajskega indeksa za leto 2024 po državah (Toleranca marketing d.o.o., december 2024)

SLOVENIJA

+ Plusi	- Minusi	✓ Prednosti konkurence
4.65 Incentive programmes	3.88 Effective Convention Bureau activities	AT: Kongresna organiziranost po celi državi (vsak kraj ima tudi kongresni urad) in kongresni center
4.61 Professionalism of meetings industry	4.35 Convention and exhibition centers	HR: Večja prepoznavnost številnih destinacij zaradi hitrega razvoja turizma
4.55 Quality of meeting hotels	4.37 Diversity of MICE offer	DK: Sistematično merjenje učinkov in tudi legacy-ja in impacta
4.49 Ratio of 4 and 5* hotel rooms	4.43 Support services	EE: Zelo celovita in kakovostna ponudba povsod po državi
4.45 History and references	4.44 Variety of MICE suppliers	ALL: Boljša organiziranost in umeščenost v strategije razvoja držav
Komentar ocenjevalcev: V Sloveniji po kongresni infrastrukturi močno izstopa Ljubljana, ki je odlično organizirana v okviru Kongresnega urada in ima dobro razvito celotno paleto ponudbe. Solidna je tudi infrastruktura v Portorožu in Bledu, drugje po Sloveniji pa je še veliko prostora za izboljšave. Slabšo organiziranost po posameznih destinacijah kompenzira zelo aktiven Kongresni urad Slovenije. Velik potencial v manjših destinacijah ima incentive produkt, ki pa je premalo razvit in predvsem zelo slabo organiziran. V manjših krajih je izziv tudi nepoznavanje produkta in posledično slabo razvita blagovna znamka. Koristila bi tudi inventarizacija posebnih prizorišč in incentive programov po celotni državi.		
Trenutna izkustvena obljuba: Slovenija je neodkrita in zelena butična kongresna destinacija, z zgodbami in kongresno infrastrukturo, ki navduši tudi zahtevne organizatorje poslovnih srečanj. Ponudba je dobro povezana preko Kongresnega urada Slovenije. Poleg zapisanega pa ponuja tudi ugodno razmerje med cenami in kakovostjo. <i>Brošura Poslovna srečanja v Sloveniji, KUS</i>		

9.5. SUBJEKTIVNA OCENA

Varno in brezstresno okolje za dogodke

POWER RANKING 2024:

SLOVENIJA vs AVSTRIJA	-0,07 (4,74 vs 4,81)
SLOVENIJA vs HRVAŠKA	-0,01 (4,74 vs 4,75)
SLOVENIJA vs DANSKA	-0,11 (4,74 vs 4,85)
SLOVENIJA vs ESTONIJA	-0,07 (4,74 vs 4,81)

Slovenija in Hrvaška sta v rangu majhnega odstopanja (+/-0,00–0,05), v primerjavi z ostalimi destinacijami pa je odstopanje zmerno (+/- 0,05–0,10). Gre bolj za posamezne nianse, ki imajo najbolj izrazit vpliv na percepcijo posameznih kriterijev, predstavljenih v začetku.

Kongresna destinacija je sestavljena iz množice različnih doživetij, izdelkov, storitev in izkušenj. Zato naša raziskava meri tudi sklop fizičnih, kulturnih in socialnih značilnosti destinacij. Ker gre za izjemno kompleksen sistem, smo ga namerno definirali kot subjektivno oceno.

Stopiti iz okvira, pomeni videti situacijo v drugačni luči in ne iz lastne perspektive. Pomembno je vedeti, da tudi kongresni organizatorji in udeleženci svojo izbiro destinacije pogosto utemeljujejo s subjektivno oceno. Pri tem igra pomembno vlogo posebnost in originalnost destinacije. Tudi na tem področju je Ljubljana vodilna destinacija. Izjemno velik pa je delež destinacij, ki so v kategoriji povprečno in še iščejo svoj poslovni model, originalnost in edinstvenost. Gre za razkorak med lastno podobo in podobo v očeh mednarodnih organizatorjev dogodkov.

NADPOVPREČNO Rang 4,81–5,00		POVPREČNO Rang 4,61–4,80	
4.90	Ljubljana	4.78	Goriška Brda
4.90	Maribor	4.71	Ptuj
4.89	Bled	4.71	Dolina Soče
4.89	Bohinj	4.71	Brežice/Čatež
4.89	Kranjska Gora	4.70	Celje
4.89	Rogaška Slatina	4.70	Vipavska dolina
4.83	Podčetrtek	4.69	Bela krajina
4.82	Portorož	4.67	Nova Gorica
		4.66	Kranj in Brdo
		4.65	Izola
ZMERNO Rang 4,41–4,60		PODPOVPREČNO Rang 4,21–4,40	
4.57	Laško		
4.55	Zeleni Kras		
4.54	Savinjska dolina		
V povzetku: Ljubljana in Maribor sta glede na subjektivno mnenje ocenjevalcev vodilni destinaciji. V primerjavi z letom 2021, se jima je pridružilo precej novih destinacij. Največji del destinacij pa sodi v subjektivno kategorijo povprečnih.			

Tabela 19: Primerjava subjektivne ocene Avstrije, Hrvaške, Danske, Estonije in Slovenije

SUBJEKTIVNA OCENA 2024	POVPREČJE ZA AVSTRIJO n=11	POVPREČJE ZA HRVAŠKO n=16	POVPREČJE ZA DANSKO n=3	POVPREČJE ZA ESTONIJO n=3	POVPREČJE ZA SLOVENIJO n=21
SKUPAJ	4,81	4,75	4,85	4,81	4,74
1. Politična stabilnost	4,91	4,83	4,87	4,82	4,83
2. Občutek varnosti	4,96	4,94	4,93	4,95	4,95
3. Naklonjenost kongresnemu turizmu	4,83	4,61	4,82	4,82	4,50
4. Razmerje med kakovostjo in ceno	4,59	4,76	4,65	4,77	4,77
5. Konkurenčnost destinacije	4,85	4,75	4,92	4,83	4,74
6. Osebna izkušnja	4,88	4,79	4,93	4,94	4,84
7. Gostoljubnost domačinov	4,71	4,73	4,87	4,80	4,79
8. E-storitve	4,75	4,67	4,83	4,63	4,62
9. Poslovnost	4,77	4,70	4,82	4,78	4,70
10. Image destinacije	4,84	4,73	4,85	4,74	4,68

Vir: Skupna ocena doživljajskega indeksa za leto 2024 po državah (Toleranca marketing d.o.o., december 2024)

SLOVENIJA

+ Plusi	- Minusi	✓ Prednosti konkurence
4.95 Urban security	4.50 General support to industry	AT: Kongresne subvencije in bistveno boljša organiziranost
4.84 Personal experience	4.62 E-services	HR: Konkurenčnost poslovnega okolja, zlasti na področju zaposlovanja
4.83 Political stability	4.68 Destination image	DK: Kakovost poslovnega okolja in trajnostna naravnost
4.79 Local hospitality	4.70 Business climate	EE: Višja stopnja digitalizacije in inovativnost marketinga
4.77 Value for Money	4.74 Destination competitiveness	ALL: Boljša organiziranost destinacije
Komentar ocenjevalcev: Na pozitivno subjektivno oceno Slovenije najbolj vplivajo občutek varnosti in pozitivna izkušnja, ki je tesno povezana z lokalno gostoljubnostjo. Kot kongresna destinacija smo še vedno konkurenčna destinacija, tudi zaradi solidnega razmerja med kakovostjo in ceno. Veliko dela pa ima slovenska kongresna industrija na področju digitalizacije in stopnje razvitosti e-storitev. V Sloveniji poleg tega izstopa le nekaj vodilnih destinacij, večji del pa je slabo prepoznaven. Velik del Slovenije čaka, da jo odkrijejo regijski in evropski organizatorji dogodkov. Ključni problem je, da manjka prave povezanosti in naklonjenosti razvoju kongresnega turizma, kljub očitnim prednostim, ki jih ta prinaša.		
Trenutna izkustvena obljuba: Prijazni ljudje, čudovita narava in iskrena avtentičnost. <i>Brošura Poslovna srečanja v Sloveniji, KUS</i>		

9.6. MARKETING DESTINACIJE

Prijazen nasmeh, osebni pristop

POWER RANKING 2024:

SLOVENIJA vs AVSTRIJA	-0,41 (4,23 vs 4,64)
SLOVENIJA vs HRVAŠKA	-0,06 (4,23 vs 4,29)
SLOVENIJA vs DANSKA	-0,57 (4,23 vs 4,80)
SLOVENIJA vs ESTONIJA	-0,36 (4,23 vs 4,59)

Slovenija in Hrvaška sta v rangi majhnega odstopanja (+0,00–0,05), v primerjavi z ostalimi destinacijami pa je odstopanje veliko. Primerjane destinacije so na tem področju med najboljšimi na svetu, še posebej Avstrija in Danska, Estonija pa velja za baltskega tigra.

Med naštetimi destinacijami na področju kongresnega turizma je prepoznavnost ključna konkurenčna prednost. Kongresni organizatorji nimajo prav nobene možnosti, da destinacije prepoznajo kot pravo izbiro, če jih ne ločijo od ostalih destinacij.

Praktično se vse kongresne destinacije krčevito borijo za pozornost kongresnih kupcev. Vrhunska storitev se danes razume sama po sebi, za nakup pa se bodo odločili, če bo destinacija drugačna od drugih in če za njo stoji zgodba. V okviru naše primerjave gledamo na vse vidike komuniciranja (digitalno, direktno in preko družabnih omrežij). Ocenjujejo tudi, kako na destinaciji izvajajo vsebinski marketing in jih povezujejo z družabnimi omrežji. Družabna omrežja in vsebinski marketing sta danes zmagovalni par, saj sta ojačevalca kongresnih zgodb.

Žal na tem področju regijske kongresne destinacije najbolj zaostajajo za konkurenco. Praktično imajo vse destinacije prav na tem področju velike rezerve. Še posebej kritično je področje vsebinskega, digitalnega in direktnega marketinga. Slabo je tudi upravljanje baz podatkov o potencialnih kupcih. Pomanjkljivo je zavedanje, kaj deluje na področju B2B marketinga in zakaj. Zato imajo dobro delujoči kongresni uradi tako pomembno vlogo. Ta ni zgolj promocijska, temveč tudi razvojna.

NADPOVPREČNO Rang 4,81–5,00		POVPREČNO Rang 4,61–4,80	
4.95	Ljubljana	4.75	Portorož
		4.74	Bled
		4.70	Maribor
		4.61	Bohinj
ZMERNO Rang 4,41–4,60		PODPOVPREČNO Rang 4,21–4,40	
4.52	Kranjska Gora	4.36	Goriška brda
		4.32	Podčetrtek
		4.26	Nova Gorica
		4.19	Kranj in Brdo
		4.17	Izola
		4.15	Rogaška Slatina
		4.14	Ptuj
		4.11	Vipavska dolina
		4.05	Laško
		3.99	Brežice/Čatež
		3.97	Dolina Soče
		3.87	Celje
		3.73	Savinjska dolina
		3.60	Bela krajina
		3.58	Zeleni Kras
V povzetku: Področje marketinga je izmed vseh kriterijev najbolj kritično. Tudi na tem področju izstopa Ljubljana, sledijo ji Portorož, Bled, Maribor, oziroma kraji, kjer je aktiven Kongresni urad. Vse ostale destinacije na tem področju čaka zelo veliko dela, da bodo ujele najboljše.			

Tabela 20: Primerjava marketinga Avstrije, Hrvaške, Danske, Estonije in Slovenije

SUBJEKTIVNA OCENA 2024	POVPREČJE ZA AVSTRIJO n=11	POVPREČJE ZA HRVAŠKO n=16	POVPREČJE ZA DANSKO n=3	POVPREČJE ZA ESTONIJO n=3	POVPREČJE ZA SLOVENIJO n=21
SKUPAJ	4,64	4,29	4,80	4,59	4,23
1. Identiteta blagovne znamke destinacije	4,84	4,75	4,85	4,79	4,70
2. Imidž blagovne znamke destinacije	4,77	4,28	4,93	4,65	4,11
3. Inovativnost in novost destinacije	4,37	3,90	4,94	4,55	4,02
4. Oglaševanje kongresne destinacije	4,58	4,36	4,74	4,63	4,20
5. Direktni marketing in komunikacija	4,59	4,24	4,74	4,53	4,12
6. Digitalni marketing in komunikacija	4,72	4,32	4,83	4,57	4,33
7. Mobilni marketing in komunikacija	4,62	4,19	4,70	4,49	4,17
8. Vsebinski marketing	4,60	4,18	4,85	4,63	4,16
9. Dogodki in doživljajski marketing	4,62	4,38	4,65	4,49	4,19
10. Družabna omrežja in skupnost	4,65	4,30	4,80	4,57	4,28

Vir: Skupna ocena doživljajskega indeksa za leto 2024 po državah (Toleranca marketing d.o.o., december 2024)

SLOVENIJA

+ Plusi	- Minusi	✓ Prednosti konkurence
4.70 Destination brand perception	4.02 Ambassador programme	AT: Izjemen imidž destinacije, ki je med vodilnimi na svetu
4.33 Digital communication (web portal)	4.11 Brand and corporate identity of CVB	HR: Precej večji budžeti in javne vzpodbude za manifestacije
4.28 Social networks and community	4.12 Direct B2B communication	DK: Inovativno trženje, ki velja za primer dobrih praks
4.20 Destination advertising	4.16 Content marketing	EE: Estonija sodi med prvake digitalnega trženja
4.19 Local MICE marketing events	4.17 Mobile B2B communication	ALL: Vrhunski vsebinski marketing, direktni marketing in aktivna uporaba martech orodij
Komentar ocenjevalcev: Marketing destinacij je v neposredni povezavi z delujočimi kongresnimi uradi na destinacijah. Če so aktivni, se zgodi hitra rast, izboljšanje imidža in večja mednarodna prepoznavnost. Na tem področju kar precej zaostajamo, zlasti na področjih digitalizacije trženja. Prostor za izboljšanje je na področju večje povezanosti trženja in lojalnosti destinaciji, ter razširjenosti B2B distribucijskih kanalov. Dovolj pove dejstvo, da na spletnih portalih številnih destinacij ne boste našli zavihka namenjega organizatorjem dogodkov, ali pa je ta tako skrit, da ga boste le stežka našli. Slovenijo čaka intenzivno delo na področju komuniciranja, vključno z inventarizacijo ponudnikov, vsebinskim marketingom in resno digitalizacijo trženja.		
Trenutna izkustvena obljuba: Slovenski kongresni organizatorji slovimo po prijaznosti in vedno prisotnem nasmehu. Radi pomagamo z osebnim pristopom, smo prilagodljivi in znamo delovati timsko. <i>Brošura Poslovna srečanja v Sloveniji, KUS</i>		

9.7. PRIMERJAVA DODATNIH INDEKSOV ZA OCENO DESTINACIJE

Visokotehnoška destinacija?

Zaradi objektivnosti ocene smo v primerjavo vključili tudi dodatne indekse, ki so mednarodno prepoznani v kongresni industriji.

Prvi indeks je ICCA indeks. Gre za edino tovrstno vsakoletno statistično poročilo v kongresni industriji, ki ima več kot 50-letno zgodovino zajemanja podatkov. Zavedamo se pomanjkljivosti raziskave, saj vanjo niso zajeti vsi dogodki, ki potekajo na destinacijah, in ne zajema korporativnih oziroma gospodarsko-podjetniških ter medvladnih srečanj in motivacijskih potovanj, ki predstavljajo pomemben del svetovne industrije srečanj. Zaradi tega je indeks ICCA le eden izmed kriterijev, ki pa vendarle veliko pove o zrelosti posameznih kongresnih destinacij.

Končne rezultate za tekoče leto rangiramo in nato odvisno od uvrstitve ocenimo z oceno od 1 do 5. Konkretno prva in druga destinacija na lestvici ICCA dobita oceno 5, destinacije, ki so uvrščene nižje od 320. mesta, pa oceno 1,02.

ACI indeks meri dostopnost oziroma povezljivost posameznih destinacij skozi merjenje kvalitativnih in količinskih parametrov. Indeks je izdelan na osnovi števila in frekvence tedenskih direktnih in posrednih letalskih povezav ter na številu destinacij, povezanih z letališčem. Podrobnosti si lahko pogledate na naslednji povezavi: <https://www.aci-europe.org/policy/connectivity.htm>

Numbeo indeks uporabljamo zato, ker je Numbeo največja spletna baza podatkov, ki je neodvisna od medijev in lobijev in jo soustvarjajo obiskovalci portala. Predvsem zato, ker smo skozi preverjanja podatkov na terenu ugotovili, da podatki dobro odsevajo dejansko stanje. Pa tudi zato, ker so vrednost metodologije spoznali največji svetovni mediji. Ponosni smo tudi, da je ideja nastala na Balkanu. Avtor metodologije je genialni bivši Googlov inženir Mladen Adamović iz Srbije. Vse Numbeo indekse dejansko preverjamo na terenu in v primeru večjih odstopanj tudi ustrezno prilagodimo.

Tabela 21: Primerjava dodatnih indeksov Avstrije, Hrvaške in Slovenije

DODATNI INDEKSI	POVPREČJE ZA AVSTRIJO n=11	POVPREČJE ZA HRVAŠKO n=19	POVPREČJE ZA SLOVENIJO n=19	SLO - VEČJE DESTINACIJE n=4	SLO - MANJŠE DESTINACIJE n=15
SKUPAJ	3.35	3.27	3.27	3.37	3.25
1. ICCA indeks	2,02	1,70	1,42	2,06	1,25
2. Numbeo – Quality of life Index	3,70	3,65	3,75	3,65	3,78
3. Numbeo – Safety Index	4,44	4,69	4,75	4,55	4,81
4. ACI – Airport Connectivity Index	3,23	3,05	3,17	3,22	3,15

Vir: Skupna ocena doživljajskega indeksa za leto 2024 po državah (Toleranca marketing d.o.o., december 2024)

SLOVENIJA

➕ Plusi	➖ Minusi	✓ Prednosti konkurence
3,75 Numbeo – Quality of life Index	1,42 ICCA indeks	AT: Vodenje kongresne statistike
4,75 Numbeo – Safety Index	3,17 ACI - Airport Connectivity Index	HR: Več destinacij, ki generirajo dogodke
		DK: Izrazito boljša letalska dostopnost
		EE: Višja kakovost javne uprave – digitalizacija
Komentar ocenjevalcev: V primerjavi sta Slovenija in Hrvaška po dodatnih indeksih usklajeni, zaradi bližine sosednjih letališč v radiju do 120 km, pa je ACI dostopnost Slovenije celo boljša kot v Zagrebu. Avstrija izstopa na prav vseh področjih vključno z ICCA indeksom, ki zahteva redno in sistematično poročanje.		

10. PRIMERJAVA SEZONSKOSTI DESTINACIJ

V povezavi s končnimi ocenami destinacij smo pripravili še zanimivo poročilo o sezonskosti destinacij. Te kažejo na zrelost kongresnih destinacij. Tipičen primer je Avstrija, ki ima lepo razporejene sezone, ki so tudi posledica dobro razvitega kongresnega turizma.

Tabela 22: Sezonskost regijskih destinacij po podatkih Eurostat

TOP SONCE IN MORJE

Država	Hoteli (Q1) JAN–MAR	Hoteli (Q2) APR–JUN	Hoteli (Q3) JUL–SEP	Hoteli (Q4) OCT–DEC
Črna Gora	6	29	53	11
Italija	15	26	42	17
Ciper	8	30	43	19
Hrvaška	6	30	53	11
Grčija	5	31	53	11

TOP CELOTNO LETO

Država	Hoteli (Q1) JAN–MAR	Hoteli (Q2) APR–JUN	Hoteli (Q3) JUL–SEP	Hoteli (Q4) OCT–DEC
Avstrija	29	20	32	19
Czech Republic	19	26	33	22
Francija	20	28	31	21
Poljska	21	25	32	22
Španija	15	28	37	20

TOP 5 MICE & MORE

Država	Hoteli (Q1) JAN–MAR	Hoteli (Q2) APR–JUN	Hoteli (Q3) JUL–SEP	Hoteli (Q4) OCT–DEC
Belgija	19	27	29	24
Nizozemska	19	28	29	23
Slovenija	18	26	37	20
Slovaška	21	24	34	21
Srbija	21	26	29	24

Vir: Eurostat, 2024

C.

PILOTNA PRIMERJAVA KONKURENČNOSTI POSAMEZNIH DESTINACIJ Z NEPOSREDNIMI KONKURENTI NA TRGU

V ponudbi ENITED točka 1.1. Comparison of the competitiveness of Slovenia with four comparable destinations in Europe: Austria, Croatia, Denmark and Estonia

Destinacije vključene v primerjavo (8 slovenskih in 13 evropskih)

LJUBLJANA (4.50) vs ZAGREB (4.53)
LJUBLJANA (4.50) vs TALLINN (4.51)
MARIBOR (4.33) vs GRAZ (4.33)
MARIBOR (4.33) vs SALZBURG (4.44)
BLED (4.20) vs DUBROVNIK (4.39)
BLED (4.20) vs SAALFELDEDN (4.20)
PORTOROŽ (4.19) vs ROVINJ (4.20)
PORTOROŽ (4.19) vs OPATIJA (4.18)
CELJE (4.02) vs KLAGENFURT (4.12)
CELJE (4.02) vs AALBORG (4.08)
KRANJSKA GORA (4.14) vs SCHLADMING (4.21)
PODČETRTEK (4.08) vs MALI LOŠINJ (4.10)
ROGAŠKA SLATINA (4.09) vs PARNU (3.93)

11. PRIMERJAVA POSAMEZNIH KONKURENTOV

Dodaten in bolj podroben vpogled v konkurenčnost Slovenije pokažejo primerjave nekaterih najbolj zanimivih konkurentov v naši analizi. Posebej zanimive so primerjave končnih komentarjev naših skritih kongresnih gostov, ki dajejo zanimiv nabor idej za diferenciacijo Slovenije in predstavljajo uvod v produktno analizo. 8 ključnih slovenskih destinacij smo primerjali s 13 evropskimi konkurenti. Pregled primerjanih destinacij je razviden iz tabel 23.1 do 23.3.

POMEMBNO: Primerjavo smo pripravili za potrebe delavnic, ki bodo izvedene v drugi fazi strategije. Rezultati bodo uporabljeni pri pripravi akcijskega in marketinškega načrta destinacij. Skozi skupinsko delo bomo najpomembnejše zaključke integrirali v končni strateški dokument, ki bo definiral prihodnost slovenske industrije srečanj do leta 2030.

Tabela 23.1: Primerjava konkurenčnih destinacij v kategoriji L in M glede na povprečne ocene 2024

	ZAGREB	TALLINN	LJUBLJANA	SALZBURG	DUBROVNIK	MARIBOR	GRAZ
KONČNA OCENA DESTINACIJE	4.53	4.51	4.51	4.44	4.39	4.33	4.33
NOSILNA KAPACITETA DESTINACIJE (max)	2.997	1.863	2.398	6.127	3.417	500	1.794
1. Naravni in kulturni dejavniki	4,87	4,90	4,94	4,94	4,96	4,85	4,89
2. Splošna in prometna infrastruktura	4,90	4,87	4,89	4,87	4,68	4,74	4,85
3. Turistična infrastruktura	4,95	4,94	4,92	4,91	4,93	4,84	4,90
4. Kongresna infrastruktura	4,97	4,98	4,99	4,99	4,87	4,67	4,96
5. Subjektivna ocena	4,92	4,97	4,90	4,88	4,87	4,90	4,82
6. Marketing destinacije	4,90	4,94	4,95	4,93	4,55	4,70	4,79
7. ICCA indeks	4,21	4,22	4,40	3,51	3,85	3,08	3,15
8. Numbeo – Quality of life Index	3,63	3,75	3,64	3,81	3,63	3,82	3,78
9. Numbeo – Safety Index	4,34	4,28	4,32	4,91	4,45	4,75	4,28
10. ACI – Airport Connectivity Index	3,65	3,37	3,07	2,76	3,13	3,24	2,90

Vir: Skupna ocena doživljajskega indeksa za leto 2024 po državah (Toleranca marketing d.o.o., december 2024)

Tabela 23.3: Primerjava konkurenčnih destinacij v kategoriji M in S glede na povprečne ocene 2024

	KRANJSKA GORA	MALI LOŠINJ	ROGAŠKA SLATINA	AALBORG	PODČETRTEK	CELJE	PARNU
KONČNA OCENA DESTINACIJE	4.14	4.10	4.09	4.08	4.08	4.02	3.93
NOSILNA KAPACITETA DESTINACIJE (max)	1.112	1.146	656	1.440	350	500	450
1. Naravni in kulturni dejavniki	4,84	4,89	4,80	4,80	4,72	4,83	4,73
2. Splošna in prometna infrastruktura	4,85	4,58	4,66	4,70	4,57	4,77	4,52
3. Turistična infrastruktura	4,67	4,66	4,56	4,78	4,47	4,81	4,44
4. Kongresna infrastruktura	4,42	4,58	4,55	4,52	4,46	4,19	4,35
5. Subjektivna ocena	4,89	4,81	4,84	4,74	4,83	4,70	4,70
6. Marketing destinacije	4,52	4,41	4,15	4,59	4,32	3,87	4,13
7. ICCA indeks	1,42	1,25	1,25	1,25	1,25	1,25	1,25
8. Numbeo – Quality of life Index	3,86	3,83	3,83	3,72	3,83	3,82	3,48
9. Numbeo – Safety Index	4,89	4,95	4,91	4,19	4,91	4,75	4,37
10. ACI – Airport Connectivity Index	3,15	3,15	3,55	2,89	3,55	3,24	2,87

Vir: Skupna ocena doživljajskega indeksa za leto 2024 po državah (Toleranca marketing d.o.o., december 2024)

11.1. LJUBLJANA (4.51) vs ZAGREB (4.53)

LJUBLJANA ocena 4.51		ZAGREB ocena 4.53	
+ Plusi	■ Minusi	+ Plusi	■ Minusi
4,99 Kongresna infrastruktura	3,07 ACI - Airport Connectivity Index	4,97 Kongresna infrastruktura	3,63 Numbeo - Quality of life Index
4,95 Marketing destinacije	3,64 Numbeo - Quality of life Index	4,95 Turistična infrastruktura	3,65 ACI - Airport Connectivity Index
4,94 Naravni in kulturni dejavniki	4,32 Numbeo - Safety Index	4,92 Subjektivna ocena	4,21 ICCA indeks
4,92 Turistična infrastruktura	4,40 ICCA indeks	4,90 Splošna in prometna infrastruktura	4,34 Numbeo - Safety Index
4,90 Subjektivna ocena	4,89 Splošna in prometna infrastruktura	4,90 Marketing destinacije	4,87 Naravni in kulturni dejavniki
Power indeks Ljubljana vs Zagreb 2024: -0,02		Power indeks Zagreb vs Ljubljana 2024: +0,02	
+0,19 ICCA Indeks		+0,58 ACI – Airport Connectivity Index	
+0,07 Naravni in kulturni dejavniki		+0,03 Turistična infrastruktura	
+0,05 Marketing destinacije		+0,02 Subjektivna ocena	
+0,02 Kongresna infrastruktura		+0,02 Safety Index	
+0,01 Quality of Life		+0,01 Splošna in prometna infrastruktura	

Pozicijski komentar:

Ljubljana in Zagreb imata dobro razvit kongresni urad in bogato kongresno zgodovino. V obeh mestih je dobro razvita paleta kongresnih ponudnikov. Enakovredno razvita je incentive ponudba, ki jo najbolj vzpodbujajo lokalni DMC-ji. Zagreb ima v primerjavi z Ljubljano nekoliko boljše razmerje med hotelskimi sobami in kongresnimi kapacitetami. Najbolj pa izstopa po letalski dostopnosti, kakovosti letališča in ambicioznem pridobivanju velikih mednarodnih dogodkov. Takšen primer je bilo gostiteljstvo WRC, ki se leta 2026 ponovno vrača v Zagreb. Poleg mega dogodkov so v Zagrebu uspešni tudi pri razvoju lastnih dogodkov, kot so uspešnice Advent, Festival luči itd.

V primerjavi z Zagrebom pa je Ljubljana regijski prvak na področju trajnostnega turizma. K temu sodi tudi kakovost življenja in dobro ohranjeno naravno okolje. Poleg tega je izrazita prednost Ljubljane dobro delovanje obeh ljubljanskih kongresnih centrov, ki Zagrebu izrazito manjkajo. Zagrebško sejmišče, ki je bilo nekoč glavno za celotno regijo, je danes le še blede senca nekdanje slave. V Ljubljani je precej boljše organiziran tudi ambadorski program, ki zagotavlja strateško prednost na trgu mednarodnih združenj.

Zagrebu rahlo prednost zagotavlja boljša letalska dostopnost in precej boljša turistična infrastruktura, kar Ljubljana nadomešča z boljšim marketingom in načrtnim delom na področju trženja mednarodnih kongresov združenj.

11.2. LJUBLJANA (4.51) vs TALLINN (4.51)

LJUBLJANA ocena 4.51

TALLINN ocena 4.51

+ Plusi	■ Minusi	+ Plusi	■ Minusi
4,99 Kongresna infrastruktura	3,07 ACI – Airport Connectivity Index	4,98 Kongresna infrastruktura	3,37 ACI – Airport Connectivity Index
4,95 Marketing destinacije	3,64 Numbeo – Quality of life Index	4,97 Subjektivna ocena	3,75 Numbeo – Quality of life Index
4,94 Naravni in kulturni dejavniki	4,32 Numbeo – Safety Index	4,94 Turistična infrastruktura	4,22 ICCA indeks
4,92 Turistična infrastruktura	4,40 ICCA indeks	4,94 Marketing destinacije	4,28 Numbeo Safety Index
4,90 Subjektivna ocena	4,89 Splošna in prometna infrastruktura	4,90 Naravni in kulturni dejavniki	4,87 Splošna in prometna infrastruktura
Power indeks Ljubljana vs Tallin 2024: +0,00 +0,18 ICCA indeks +0,04 Naravni in kulturni dejavniki +0,04 Numbeo – Safety Index +0,02 Splošna in prometna infrastruktura +0,01 Kongresna infrastruktura		Power indeks Tallinn vs Ljubljana 2024: +0,00 +0,30 ACI – Airport Connectivity Index +0,11 Numbeo – Quality of life Index +0,07 Subjektivna ocena +0,02 Turistična infrastruktura -0,01 Marketing destinacije	

Pozicijski komentar:

Obe destinaciji imata dobro organizirano turistično in kongresno industrijo z dobro delujočim kongresnim uradom. V obeh mestih je dobra tudi splošna podpora in prepoznavnost dejavnosti, vključno s programom kongresnih ambasadorjev. Visoko je ocenjena tudi splošna turistična ponudba in infrastruktura.

Ljubljana je dlje na kongresnem trgu in ima posledično tudi zavidljivo zgodovino gostiteljstva mednarodnih dogodkov. Velika prednost Ljubljane je, da razpolaga z dvema kongresnima centroma. Tudi profesionalnost ljubljanske kongresne industrije je ocenjena visoko. K visoki poziciji Ljubljane pa zagotovo prispeva tudi projekt Conventa, ki je pomembna platforma celotne regijske industrije srečanj. Promocijskega projekta takšnih razsežnosti v Talinu nimajo. V Ljubljani je velika prednost tudi dolgoletno razvijanje in uvajanje trajnostnega modela turizma. To vključuje tudi odlično povezanost Ljubljane z zaledjem in zelo enostaven dostop do narave.

Talin je nadpovprečna destinacija predvsem zaradi izjemne digitalizacije celotne države. To se je v času koronakrize izkazalo za veliko prednost in je omogočilo razcvet digitalnega sektorja industrije. V Talinu je v času koronakrize delovalo 11 digitalnih studijev. Destinacija je pritegnila veliko digitalnih nomadov, med katerimi so bili tudi številni organizatorji dogodkov. Na tem področju je trenutno največja razlika med mesti, ki sta sicer na naši lestvici sosedi.

+ PET KLJUČNIH PREDNOSTI LJUBLJANE V PRIMERJAVI Z ZAGREBOM IN TALINOM

1. Dobro organizirana in povezana industrija z visokim nivojem profesionalnosti (tag: Konzorcij KUL).
2. Ljubljana je regijski prvak na področju trajnostnega turizma, ki ga uspešno implementira tudi na področju dogodkov (tag: **Planet Positive Event**).
3. Ljubljana ima dva vrhunska kongresna centra, ki jih konkurenčni destinaciji nimata (tag: **GR in CD**).
4. Projekt Conventa je pomembna regijska platforma za industrijo srečanj, ki že sedemnajst let poteka v Ljubljani (tag: **Conventa**).
5. Ljubljano odlikuje boljši marketing in načrtno trženje kongresov ter ambadorski program, kar kompenzira pomanjkljivosti npr. slabšo dostopnost (tag: **Strategija KUL 2027**).

11.3. MARIBOR (4.33) vs GRAZ (4.33)

MARIBOR ocena 4.33

GRAZ ocena 4.33

+ Plusi	■ Minusi	+ Plusi	■ Minusi
4,90 Subjektivna ocena	3,08 ICCA indeks	4,96 Kongresna infrastruktura	2,90 ACI - Airport Connectivity Index
4,85 Naravni in kulturni dejavniki	3,24 ACI - Airport Connectivity Index	4,90 Turistična infrastruktura	3,15 ICCA indeks
4,84 Turistična infrastruktura	3,82 Numbeo – Quality of life index	4,89 Naravni in kulturni dejavniki	3,78 Numbeo – Quality of life index
4,75 Numbeo Safety Index	4,67 Kongresna infrastruktura	4,85 Splošna in prometna infrastruktura	4,28 Numbeo Safety Index
4,74 Splošna in prometna infrastruktura	4,70 Marketing destinacije	4,82 Subjektivna ocena	4,79 Marketing destinacije
Power indeks Maribor vs Graz 2024: +0,00 +0,47 Numbeo – Safety Index +0,34 ACI – Airport Connectivity Index +0,08 Subjektivna ocena +0,04 Numbeo – Quality of life Index -0,04 Naravni in kulturni dejavniki		Power indeks Graz vs Maribor 2024: +0,00 +0,29 Kongresna infrastruktura +0,11 Splošna in prometna infrastruktura +0,09 Marketing destinacije +0,07 ICCA indeks +0,06 Turistična infrastruktura	

Pozicijski komentar:

Maribor in Graz se zdita kot dva brata, ki pogosto stopata po istih poteh. Takšen primer je bila organizacija projekta EPK, ki je v Grazu potekal leta 2003 in v Mariboru 2012. Graz je projekt dobro izkoristil in takrat postal šolski primer vrhunsko organizirane destinacije, po kateri so se zgledovali mnogi. Vmes je Graz postal zrela in malce zarjavela destinacija, ki ima še vedno izjemno kakovostne kapacitete. Ga pa Maribor dohiteva predvsem zaradi prenovljenega in bolj aktivnega kongresnega urada. Na prvi pogled nenavadna prednost Maribora je tudi boljša letalska dostopnost, ki je posledica lege Maribora. Do mesta namreč lahko pridete skozi tri letališča (Graz, Zagreb in Ljubljana), ki so vsa oddaljena dobro uro vožnje. Graz je odvisen predvsem od lastnega letališča. Velik generator dogodkov v obeh mestih sta univerzi, ki generirata veliko dogodkov. Na tem področju posebej izstopa Graz, ki to prednost že dolgo izkorišča. Dogaja pa se tudi v Mariboru, ki je v zadnjem času pridobil nekaj vrhunskih posebnih prizorišč. Takšen primer je kompleks Minoritov.

V povzetku je glavna prednost Graza, da ima večje kongresne kapacitete in bolj razvito turistično infrastrukturo. Glavna prednost Maribora pa je sveža energija in možnosti, ki jih za razvoj incentive produkta ponuja zeleno zaledje mesta s Pohorjem. Maribor ima vse, kar je potrebno za razvoj, tega se tudi zaveda in ima med slovenskimi destinacijami enega največjih potencialov za razvoj.

11.4. MARIBOR (4.33) vs SALZBURG (4.44)

MARIBOR ocena 4.33

SALZBURG ocena 4.44

+ Plusi	- Minusi	+ Plusi	- Minusi
4,90 Subjektivna ocena	3,08 ICCA indeks	4,99 Kongresna infrastruktura	2,76 ACI - Airport Connectivity Index
4,85 Naravni in kulturni dejavniki	3,24 ACI – Airport Connectivity Index	4,94 Naravni in kulturni dejavniki	3,51 ICCA indeks
4,84 Turistična infrastruktura	3,82 Numbeo – Safety Index	4,93 Marketing destinacije	3,81 Numbeo – Quality of life index
4,75 Numbeo Safety Index	4,67 Kongresna infrastruktura	4,91 Turistična infrastruktura	4,87 Splošna in prometna infrastruktura
4,74 Splošna in prometna infrastruktura	4,70 Marketing destinacije	4,91 Numbeo – Safety Index	4,88 Subjektivna ocena
Power indeks Maribor vs Salzburg 2024: -0,11 +0,48 ACI – Airport Connectivity Index +0,02 Subjektivna ocena +0,01 Numbeo – Quality of life Index -0,07 Turistična infrastruktura -0,09 Naravni in kulturni dejavniki		Power indeks Salzburg vs Maribor 2024: +0,11 +0,43 ICCA Indeks +0,32 Kongresna infrastruktura +0,23 Marketing destinacije +0,16 Numbeo Safety Indeks +0,13 Splošna in prometna infrastruktura	
Pozicijski komentar: Glavna prednost Salzburga je boljše razmerje med banketnimi in kongresnimi kapacitetami, ki omogoča gostiteljstvo nekoliko večjih kongresov. Velika prednost Salzburga je visoka kakovost bivanja in občutek varnosti. Odlična je tudi prometna in javna infrastruktura. Salzburg je na izjemno pomembnem evropskem prometnem stičišču. Poleg tega pa je Salzburg blagovna znamka, ki je verjetno globalno prepoznavna. Tudi zato je v mestu veliko mednarodnih korporacij, ter posledično veliko korporativnih dogodkov. Maribor ima precej manjše kongresne kapacitete, nima kongresnega centra in ima slabšo turistično infrastrukturo. Ima pa Pohorje in izjemne možnosti za razvoj incentive produkta, ter dobro razvito znanstveno raziskovalno sceno. Hkrati je tudi boljše letalsko dostopen kot Salzbrug zaradi bližine treh večjih letališč. Na prvi pogled se zdi Salzburg v bistveno boljšem položaju, kar se odraža tudi v končni oceni. Dejstvo pa je, da ima Maribor vse, kar ponuja tudi Salzbrug, le v precej manjšem formatu. Če bo Maribor nadaljeval z načrtnim razvojem produkta, lahko postane pomemben regijski igralec. Pa še vrhunskega vina mu ne manjka, ki ga boste v Salzburgu težko našli.			

+ PET KLJUČNIH PREDNOSTI MARIBORA V PRIMERJAVI Z GRAZEM IN SALZBURGOM

1. Zeleno zalednje mesta ponuja edinstvene možnosti za razvoj incentive produkta dobesedno na pragu mesta (tag: **incentive na Pohorju**).
2. Maribor je slovenska vinska prestolnica in slovi tudi po vrhunski kulinariki, kar je odlična osnova za razvoj s tem povezanih doživetij in programov (tag: **vinska doživetja**).
3. Dobro razvita znanstveno-raziskovalna scena ima velik potencial za razvoj mednarodnih znanstvenih kongresov (tag: **Univerza v Mariboru**).
4. Maribor ima dostop do treh velikih letališč (Graz, Zagreb, Ljubljana), ki so vsa oddaljena približno eno uro vožnje. Graz je odvisen predvsem od lastnega letališča, Salzburg pa kljub dobri infrastrukturi nima primerljive dostopnosti iz več smeri (tag: **ugodna geostrateška lega**).
5. Sveža energija kongresnega urada, ki izstopa v primerjavi z nekoliko zaspano in zarjavelo zgodbo Graza (tag: **sveža energija**).

11.5. BLED (4.20) vs DUBROVNIK (4.39)

BLED ocena 4.20

DUBROVNIK ocena 4.39

+ Plusi	- Minusi	+ Plusi	- Minusi
4,92 Naravni in kulturni dejavniki	1,25 ICCA Indeks	4,97 Naravni in kulturni dejavniki	3,13 ACI - Airport Connectivity Index
4,92 Kongresna infrastruktura	3,10 ACI - Airport Connectivity Index	4,93 Turistična infrastruktura	3,63 Numbeo – Quality of life indeks
4,89 Subjektivna ocena	3,85 Numbeo – Quality of life indeks	4,87 Kongresna infrastruktura	3,85 ICCA Indeks
4,89 Numbeo Safety Indeks	4,70 Turistična infrastruktura	4,87 Subjektivna ocena	4,45 Numbeo Safety Indeks
4,85 Splošna in prometna infrastruktura	4,74 Marketing destinacije	4,68 Splošna in prometna infrastruktura	4,55 Marketing destinacije
Power indeks Bled vs Dubrovnik 2024: -0,19 +0,44 Numbeo Safety Indeks +0,22 Numbeo – Quality of life indeks +0,19 Marketing destinacije +0,17 Splošna in prometna infrastruktura +0,05 Kongresna infrastruktura		Power indeks Dubrovnik vs Bled 2024: +0,19 +2,60 ICCA Indeks +0,23 Turistična infrastruktura +0,04 Naravni in kulturni dejavniki +0,03 ACI - Airport Connectivity Index +0,02 Subjektivna ocena	
Pozicijski komentar: Največja razlika v končni oceni obeh destinacij je povezana z ICCA indeksom. Dubrovnik je namreč v zadnjih letih gostil številne znanstvene in strokovne dogodke, Bled pa je bil manj aktiven na tem področju. Sicer pa sta obe destinaciji prejeli najvišje ocene za naravne in kulturne dejavnike in subjektivno oceno. Gre namreč za ikonični destinaciji, brez katerih si regijskega turizma ne moremo predstavljati. Pri obeh destinacijah je zato doživljajski indeks ocenjen zelo visoko. Dubrovnik je ikonična regijska destinacija, ki najbolj izstopa na področju naravnih in kulturnih dejavnikov, izjemne arhitekture, zgodovinskih spomenikov. Vse to vpliva na imidž destinacije, ki smo jo v naši oceni poimenovali kot Monte Carlo Jadrana. Z velikimi investicijami je odlično razvita turistična infrastruktura in razmerje med hotelskimi sobami in kongresnimi kapacitetami. Dubrovnik je središče zelo aktivnih DMC ponudnikov, vključno s ponudniki tehničnih kongresnih storitev. Dobro deluje tudi njihov lokalni kongresni urad. Vse to so izrazite prednosti, ki pa jih Bled kompenzira z boljšo kongresno infrastrukturo, precej bolj aktivnim kongresnim uradom in pa izjemnimi incentive programi. Bled je tudi med pionirji trajnostnega razvoja industrije srečanju. Tudi kakovost bivanja je na Bledu višja. Bled razvija ambadorski program in ima nekaj posebnih prizorišč, ki jim v regiji ni para. Če torej iz primerjave izločimo ICCA indeks gre za dve ikonični in morda celo komplementarni regijskimi destinacijami (Alpe – Jadran).			

11.6. BLED (4.20) vs SAALFELDEDN (4.20)

BLED ocena 4.20

SAALFELDEN ocena 4.20

+ Plusi	- Minusi	+ Plusi	- Minusi
4,92 Naravni in kulturni dejavniki	1,25 ICCA Indeks	4,96 Kongresna infrastruktura	1,25 ICCA Indeks
4,92 Kongresna infrastruktura	3,10 ACI – Airport Connectivity Index	4,93 Numbeo Safety Indeks	2,76 ACI – Airport Connectivity Index
4,89 Subjektivna ocena	3,85 Numbeo – Quality of life indeks	4,92 Naravni in kulturni dejavniki	3,97 Numbeo – Quality of life Index
4,89 Numbeo Safety Indeks	4,70 Turistična infrastruktura	4,88 Splošna in prometna infrastruktura	4,68 Marketing destinacije
4,85 Splošna in prometna infrastruktura	4,74 Marketing destinacije	4,86 Subjektivna ocena	4,83 Turistična infrastruktura
Power indeks Bled vs Saalfelden 2024: +0,00 +0,34 ACI – Airport Connectivity Index +0,06 Marketing destinacije +0,03 Subjektivna ocena +0,00 Naravni in kulturni dejavniki +0,00 ICCA Indeks		Power indeks Saalfelden vs Bled 2024: +0,00 +0,13 Turistična infrastruktura +0,12 Numbeo Quality of Life +0,04 Kongresa infrastruktura +0,04 Numbeo Safety Indeks +0,03 Splošna in prometna infrastruktura	
Pozicijski komentar: Tako Bled kot Saalfelden sta po svoji naravni izjemnosti, dostopu do narave in športnih in doživljajskih aktivnostih enakovredno razviti. Gre za dve zelo ikonični destinaciji, ki zares izstopata tudi in predvsem zaradi izjemne naravne kulise. To je bil in ostaja primarni razlog za razvoj turizma. V Saalfednu izstopa predvsem odlično razvita turistična infrastruktura, pa tudi marketing destinacije. Izpostaviti je potrebno še izjemen kongresni center Saalfeden, ki bi bil lahko vzorčni model tudi za Bled. Zelo dober je marketing destinacije in specializacija za incentive produkt. Na tem področju posebej izstopajo možnosti za avtomobilske dogodke, kjer je svojo vlogo odigral center varne vožnje Oamtc. Dobro razviti incentive programi so na destinaciji pika na i. Bled je ikonična destinacija, ki pa na področju večine zelo pomembnih kazalcev zaostaja za Saalfeldom. Kljub temu, da gre za težje dostopno destinacijo, dosega boljše rezultate tudi na račun izjemno dobro povezane kongresne industrije, z jasno razdeljenimi odgovornostmi. Delujoč kongresni urad Bled je prednost, zaradi katere Bled pridobiva veliko dogodkov, poleg tega pa Bled tudi precej bolje in lažje dostopen z letališčem, ki je praktično na dosegu roke.			

+ PET KLJUČNIH PREDNOSTI BLEDA V PRIMERJAVI Z DUBROVNIKOM IN SAALFELDNOM

1. Bled je blizu letališča Ljubljana, kar omogoča enostaven dostop. Dubrovnik se sicer ponaša z dobrimi letalskimi povezavami, vendar je lega Bleda velika prednost (tag: **enostavna dostopnost**).
2. Bled ponuja unikatne incentive programe, povezane z naravnimi in kulturnimi znamenitostmi, kar vključuje doživetja ob Blejskem jezeru, otoku in v Alpah (tag: **inovativni incentive programi**).
3. Blejski kongresni urad je zelo aktiven in omogoča učinkovito organizacijo dogodkov, kar ga postavlja pred Saalfelden in Dubrovnik (tag: **aktiven kongresni urad**).
4. Bled zagotavlja višjo kakovost bivanja. Dubrovnik, čeprav je turistično zelo razvit, pogosto trpi zaradi prekomerne obremenjenosti (tag: **visoka kakovost bivanja**).
5. Na Bledu se nahajajo posebna prizorišča brez primere, kot je Blejski grad, ki nudijo nepozabno kuliso za dogodke in konference. Takšna prizorišča niso prisotna v enaki meri niti v Dubrovniku niti v Saalfeldnu (tag: **posebna prizorišča**).

11.7. PORTOROŽ (4.19) vs ROVINJ (4.20)

PORTOROŽ ocena 4.19

ROVINJ ocena 4.20

Plusi	Minusi	Plusi	Minusi
4,92 Kongresna infrastruktura	1.25 ICCA indeks	4,93 Numbeo - Safety Index	1.25 ICCA indeks
4,89 Numbeo - Safety Index	3.23 ACI – Airport Connectivity Index	4,90 Subjektivna ocena	3.30 ACI – Airport Connectivity Index
4,85 Naravni in kulturni dejavniki	3.81 Numbeo – Quality of life Index	4,89 Kongresna infrastruktura	3.85 Numbeo – Quality of life Index
4,82 Subjektivna ocena	4.73 Splošna in prometna infrastruktura	4,88 Naravni in kulturni dejavniki	4.58 Marketing destinacije
4,81 Turistična infrastruktura	4.75 Marketing destinacije	4,86 Turistična infrastruktura	4.75 Splošna in prometna infrastruktura
Power indeks Portorož vs Rovinj 2024: -0,01 +0,17 Marketing destinacije +0,03 Kongresna infrastruktura +0,00 ICCA Indeks -0,02 Splošna in prometna infrastruktura -0,03 Naravni in kulturni dejavniki		Power indeks Rovinj vs Portorož 2024: +0,01 +0,08 Subjektivna ocena +0,07 ACI – Airport Connectivity Index +0,05 Turistična infrastruktura +0,04 Numbeo – Quality of life Index +0,04 Numbeo – Safety Index	
Pozicijski komentar: Rovinj je doživel najbolj temeljito transformacijo iz tri v petzvezdično destinacijo. Najbolj ambiciozne investicije so spremenile tudi ponudbo za organizatorje dogodkov. Ta projekt še ni v celoti zaključen, vendar že zdaj meša štrene celotni jadranski konkurenci. Rovinj je praktično čez noč ujel in v luksuznem segmentu prehitel turistično ponudbo Portoroža. Ko bo transformacija mesta v celoti zaključena, verjamemo, da bo ta del zgodbe ključna prednost. Z urbano prenovo se je močno dvignila tudi kakovost bivanja. Ključna prednost, s katero Portorož uspešno klubuje Rovinju, je boljša destinacijska organiziranost in delovanje kongresnega urada. Slednjega v Rovinju sploh nimajo in posledično ves marketing izvajata zgolj podjetji Maistra in Valamar, kot glavna hotelirja. V Portorožu je bolje razvit incentive produkt, ki ga prav tako želijo razvijati v Rovinju. Nekoliko boljša je v Portorožu tudi situacija glede kongresnih kapacitet, kjer kongresni center Bernardin še vedno kraljuje na Jadranu, načrtovana pa je tudi njegova prenova. Omeniti velja še ponudbo restavracij, ki je v Rovinju na bistveno višjem nivoju. Območje Monte Mulini je z dokončanjem Grand hotela Park postalo celovita arhitekturna in urbana enota. Z dodatkom prestižnega jadranskega kongresnega hotela in nove marine ACI je bil ustvarjen osupljiv prostor za prireditve. Najambicioznejši hotelski projekt na Jadranu so hitro opazili mednarodni organizatorji srečanj. Dejstvo je, da bodo takšne investicije slej kot prej potrebne tudi v Portorožu. Slednji ima še eno veliko prednost: zveste naročnike in serijo tradicionalnih dogodkov, ki so jamstvo za svetlo prihodnost.			

11.8. PORTOROŽ (4.19)) vs OPATIJA (4.18)

PORTOROŽ ocena 4.19

OPATIJA ocena 4.18

Plusi	Minusi	Plusi	Minusi
4,92 Kongresna infrastruktura	1,25 ICCA indeks	4,95 Kongresna infrastruktura	1,25 ICCA indeks
4,89 Numbeo - Safety Index	3,23 ACI – Airport Connectivity Index	4,89 Subjektivna ocena	3,30 ACI – Airport Connectivity Index
4,85 Naravni in kulturni dejavniki	3,81 Numbeo - Quality of life Index	4,87 Naravni in kulturni dejavniki	3,82 Numbeo – Quality of life Index
4,82 Subjektivna ocena	4,73 Splošna in prometna infrastruktura	4,86 Turistična infrastruktura	4,51 Marketing destinacije
4,81 Turistična infrastruktura	4,75 Marketing destinacije	4,76 Splošna in prometna infrastruktura	4,70 Numbeo – Safety Index
Power indeks Portorož vs Opatijaj 2024: +0,01 +0,24 Marketing destinacije +0,19 Numbeo – Safety Index +0,00 ICCA Indeks -0,02 Naravni in kulturni dejavniki -0,03 Splošna in prometna infrastruktura		Power indeks Opatija vs Portorož 2024: -0,01 +0,07 Subjektivna ocena +0,07 ACI – Airport Connectivity Index +0,05 Turistična infrastruktura +0,03 Kongresna infratruktura +0,01 Numbeo – Quality of life Index	
Pozicijski komentar: Obe destinaciji se soočata z bogato turistično zgodovino, ki jo v zadnjem času počasi obujata. Najvišje ocenjen del ponudbe so v obeh primerih izjemni klimatski pogoji in dobro razvita klasična turistična ponudba. Oba kraja sta poznana kot klimatski zdravilišči. Z oceno pet so ocenjeni incentive programi, ki so v obeh krajih zelo pomemben del kongresne zgodbe. Opatija je Portorož v zadnjem času prehitela na področju turistične infrastrukture; kongresna ponudba, skoncentrirana predvsem v hotelih, pa je v Opatiji za odtenek boljša. Ključna prednost Portoroža je v boljšem marketingu, ki ga povezuje in izvaja kongresni urad Portoroža in v največji kongresni dvorani v tem delu Jadrana v hotelu Bernardin. Večna tekmeča na naši lestvici sta tesno drug ob drugem in se soočata s podobnimi izzivi, med katere sodi npr. vprašanje izgradnje večjega kongresnega centra, kar bi hotelske kapacitete v obeh krajih dopuščale. Glede na podobno strukturo kongresne ponudbe, pa je morda tudi čas za razmislek o skupnem nastopu na mednarodnih kongresnih trgih. Pohvalno pa je, da se velik del turistične infrastrukture v Opatiji obnavlja in da so v zadnjem času odprli tudi nekaj novih hotelov (Keight hotel Opatija). Na tem področju Portorož stagnira in čaka na večje investicije. Je pa nekaj velikih dogodkov, ki so vsako leto v Portorožu velika konkurenčna prednost (npr. Slovenski filmski festival itd).			

+ PET KLJUČNIH PREDNOSTI PORTOROŽA V PRIMERJAVI Z ROVINJEM IN OPATIJO

1. Kongresni center Bernardin ostaja ključna konkurenčna prednost Portoroža, saj je največji na Jadranu in omogoča organizacijo velikih dogodkov, česar Rovinj in Opatija ne moreta enakovredno ponuditi (tag: **kongresna dvorana Europa**).
2. Portorož ima dolgoletne tradicionalne dogodke, kot je Slovenski filmski festival, Festival penin, številne letne dogodke ter zveste naročnike, kar mu zagotavlja stabilnost in prepoznavnost (tag: **ciklični dogodki**).
3. Portorož ima bolj razvit incentive produkt, kar mu omogoča prednost pred Rovinjem, ki to področje šele razvija, in je enakovreden Opatiji (tag: **aktivna incentive doživetja**).
4. Podobno kot Opatija ima Portorož klimatske pogoje in zdraviliško tradicijo, ki so visoko cenjeni pri obiskovalcih. Hkrati pa Portorož ponuja zelo visoko kakovost bivanja (tag: **klimatsko zdravilišče**).
5. Portorož je že dobro uveljavljena kongresna destinacija z mednarodno prepoznavnostjo, medtem ko Rovinj šele krepí svoj luksuzni segment, Opatija pa izboljšuje svojo infrastrukturo, a manj vlaga v prepoznavnost (tag: **mednarodna prepoznavnost**).

11.9. CELJE (4.02) vs KLAGENFURT (4.12)

CELJE ocena 4.02

CELOVEC ocena 4.12

+ Plusi	- Minusi	+ Plusi	- Minusi
4,83 Naravni in kulturni dejavniki	1,25 ICCA indeks	4,84 Turistična infrastruktura	1.25 ICCA indeks
4,81 Turistična infrastruktura	3,24 ACI – Airport Connectivity Index	4,83 Naravni in kulturni dejavniki	3,10 ACI – Airport Connectivity Index
4,77 Splošna in prometna infrastruktura	3,82 Numbeo – Quality of life Index	4,82 Splošna in prometna infrastruktura	3,70 Numbeo – Quality of life Index
4,75 Numbeo - Safety Index	3,87 Marketing destinacije	4,77 Subjektivna ocena	4,52 Marketing destinacije
4,70 Subjektivna ocena	4,19 Kongresna infrastruktura	4,76 Kongresna infrastruktura	4,65 Numbeo – Safety Index
Power indeks Celje vs Celovec 2024: -0,10 +0,14 ACI - Airport Connectivity Index +0,12 Numbeo – Quality of life Index +0,10 Numbeo – Safety Index +0,00 Naravni in kulturni dejavniki +0,00 ICCA Indeks		Power indeks Celovec vs Celje 2024: +0,10 +0,65 Marketing destinacije +0,57 Kongresna infrastruktura +0,07 Subjektivna ocena +0,05 Splošna in prometna infrastruktura +0,03 Turistična infrastruktura	
Pozicijski komentar: Dve pomembni regijski sejemski mesti sta si v marsičem podobni, hkrati pa tudi izrazito raznoliki. Obe mesti sta gospodarska centra regije, v turističnem smislu pa Celovec predstavlja vrata do koroških jezer. Celje pa bi lahko definirali tudi kot vrata do pomembnih slovenskih termalnih krajev. Obe destinaciji sta najvišje ocenjeni na področju naravnih in kulturnih dejavnikov in doživljajskega indeksa, pa tudi športne ponudbe in seveda sejmišča. Celovec z Vrbskim jezerom ima precej boljšo turistično infrastrukturo, kamor sodi tudi nekaj najboljših regijskih hotelov, ki so locirani ob Vrbskem jezeru. Kakovostna je tudi celotna prometna infrastruktura. V ta sklop sodi še kakovost življenja in pa splošna urejenost kraja. Motor industrije srečanj v obeh mestih sta Celjski sejem in Klagenfurt Messe, ki veljata za pomembni regijski sejemski hiši in slovita po dobro uveljavljenih sejmih. Celjsko sejmišče je v infrastrukturnem smislu bolje urejeno, dvorane na sejmišču v Celovcu so potrebne temeljite prenove. To načrtujejo že dolgo, vendar do realizacije še ni prišlo. Zaradi močno razvitega turizma je Klagenfurt močnejši z vidika imidža destinacije in blagovne znamke. Ključne pomanjkljivosti Celja v primerjavi s Celovcem so na področju komuniciranja in destinacijske organiziranosti. Celovec ima svoj kongresni urad, ki sicer ni ravno primer dobre prakse, deluje pa vseeno. Veliko je tudi posebnih prizorišč in hotelskih kongresnih centrov, zato je kongresna infrastruktura Celovca ena od prednosti. Na tem področju čaka Celje še veliko dela, zlasti na umeščanju Celja na mednarodni zemljevid destinacij. Podobno kot v Mariboru pa gre tudi Celju na roko, da ima v bližini tri letališča in je letalska dostopnost zaradi tega boljša kot v Celovcu. Zelo visoko je ocenjena tudi kakovost bivanja v Celju, vključno z dostopom do narave. Obe mesti bi lahko šteli tudi med primere petnajst-minutnih mest, kjer pa bi dali prednost Celju, ki je resnično idealno mesto za pešačenje in kolesarjenje.			

11.10. CELJE (4.02) vs AALBORG (4.08)

CELJE ocena 4.02

AALBORG ocena 4.08

+ Plusi	- Minusi	+ Plusi	- Minusi
4,83 Naravni in kulturni dejavniki	1,25 ICCA indeks	4,80 Naravni in kulturni dejavniki	1,25 ICCA indeks
4,81 Turistična infrastruktura	3,24 ACI – Airport Connectivity Index	4,78 Turistična infrastruktura	2,89 ACI –Airport Connectivity Index
4,77 Splošna in prometna infrastruktura	3,82 Numbeo – Quality of life Index	4,74 Subjektivna ocena	3,72 Numbeo – Quality of life Index
4,75 Numbeo - Safety Index	3,87 Marketing destinacije	4,70 Splošna in prometna infrastruktura	4,19 Numbeo – Safety Index
4,70 Subjektivna ocena	4,19 Kongresna infrastruktura	4,59 Marketing destinacije	4,52 Kongresna infrastruktura
Power indeks Celje vs Aalborg 2024: -0,06 +0,56 Numbeo – Safety Index +0,35 ACI – Airport Connectivity Index +0,10 Numbeo – Quality of life Index +0,07 Splošna in prometna infrastruktura +0,03 Naravni in kulturni dejavniki		Power indeks Aalborg vs Celje 2024: +0,06 +0,72 Marketing destinacije +0,33 Kongresna infrastruktura +0,04 Subjektivna ocena +-0,00 ICCA indeks -0,03 Turistična infrastruktura	
Pozicijski komentar: Tako Celje kot Aalborg sta zelo kompaktni mesti, ki za mednarodno pozornost organizatorjev dogodkov tekmujeta s prestolnicama svojih držav. To je ključna povezovalna točka obeh mest, na področju razvoja industrije srečanj pa se močno razlikujeta, kar končna ocena morda ne odraža v celoti. Glavna prednost Celja lažja cestna in letalska dostopnost z bližino pomembnih regijskih letališč, zlasti letališča v Zagrebu. Geostrateško je Celje idealno locirano za dogodke vseh vrst in to dobro izkorišča Celjski sejem, ki je pomemben sejemski igralec v tem delu Evrope.			
V tem kontekstu je Aalborg v precej slabšem položaju, ima pa zanimivo prednost. Njihova industrija srečanj se opira na glavno gospodarsko panogo v mestu in sicer na R&D in start-up podjetja, ki so nastala okoli tehnične univerze v Aalborgu. Mesto je postalo zelo prijazno digitalnim nomadom. Takšna klima generira ogromno dogodkov, ki potekajo v ekosistemu, ki ga poganja super hitri internet in digitalne rešitve, ki jih pripisujemo pametnim mestom. Aalborg se zato zdi dober primer, po katerem bi se v prihodnje lahko razvijalo Celje. Tudi zaradi trajnostne organizacije dogodkov, ki bi lahko postala zaščitni znak prihodnosti industrije srečanj v Celju. Če želi Celje ujeti Aalborg, bo mesto moralo intenzivno vlagati v kongresno in turistično infrastrukturo. Aalborg ima preko 1500 hotelskih sob in preko 30 različnih prizorišč. Zanimivo je, da so kapacitete Celjskega sejma in AKKC (Aalborg Kongres & Kultur Center) primerljive. AKKC lahko sprejme maksimalno 2.400 udeležencev. So pa kapacitete v mestu precej bolj raznolike in usklajene s hotelskimi kapacitetami. Dvorana Aalborghallen je odličen benchmark, kakšne dvorane bi morali razvijati v mestih kot je Celje, Maribor pa tudi v Ljubljani.			
Glavna razlikovalna prednost je dobro delujoč kongresni urad in inovativen marketing. Zato ocenjujemo Aalborg kot zanimiv primer dobre prakse, s katerim Celje neposredno ne tekmuje, lahko pa kaže pot naprej.			

+ PET KLJUČNIH PREDNOSTI CELJA V PRIMERJAVI S CELOVCEM IN AALBORGEM

1. Celje ima izjemno geostrateško lego v središču regije Alpe Adria, ki omogoča enostavno dostopnost in predstavlja strateško prednost (tag: **geostrateška lega**).
2. Sejemska dejavnost v Celju ima tradicijo, je inovativna, konkurenčna in razpolaga s kakovostno sejmsko infrastrukturo in znanjem (tag: **Celjski sejem**).
3. Celje je kompaktno mesto. Večina ključnih storitev, javnih ustanov in znamenitosti je skoncentriranih v središču ali v njegovi neposredni bližini (tag: **petnajstminutno mesto**).
4. Celje zaenkrat ponuja ugodno razmerje med ceno in kakovostjo, kar je za organizatorje eden izmed pomembnejših kriterijev izbire (tag: **cenovna konkurenčnost**).
5. V okolici Celja je nekaj najpomembnejših slovenskih termalnih zdravilišč, ki so zanimiva dodatna ponudba zlasti za korporativne organizatorje dogodkov (tag: **termalni epicenter**).

11.11. KRANJSKA GORA (4.14) vs SCHLADMING (4.21)

KRANJSKA GORA ocena 4.14

SCHLADMING ocena 4.21

Plusi	Minusi	Plusi	Minusi
4,89 Subjektivna ocena	1,42 ICCA indeks	4,93 Numbeo–Safety Index	1,25 ICCA indeks
4,89 Numbeo – Safety Index	3,15 ACI – Airport Connectivity Index	4,85 Splošna in prometna infrastruktura	3,19 ACI - Airport Connectivity Index
4,85 Splošna in prometna infrastruktura	3,86 Numbeo - Quality of life Index	4,85 Kongresna infrastruktura	4,17 Numbeo – Quality of life Index
4,84 Naravni in kulturni dejavniki	4,42 Kongresna infrastruktura	4,84 Naravni in kulturni dejavniki	4,56 Marketing destinacije
4,67 Turistična infrastruktura	4,52 Marketing destinacije	4,82 Subjektivna ocena	4,75 Turistična infrastruktura
Power indeks Kranjska Gora vs Schladming 2024: -0,07 +0,17 ICCA Indeks +0,07 Subjektivna ocena +0,00 Naravni in kulturni dejavniki +0,00 Splošna in prometna infrastruktura -0,04 ACI – Airport Connectivity Indeks		Power indeks Schladming vs Kranjska Gora 2024: +0,07 +0,43 Kongresna infrastruktura +0,31 Numbeo – Quality of life indeks +0,08 Turistična infrastruktura +0,04 Numbeo Safety indeks +0,04 Marketing destinacije	
Pozicijski komentar: Dve pomembni prizorišči FIS svetovnega pokala v alpskem smučanju sta prvovrstni alpski destinaciji. Obe sta tudi pomembni prizorišči za poslovne dogodke, teambuildinge in incentive programe. Obe uživata nesporen ugled in mednarodno prepoznavnost. Pri obeh destinacijah izstopajo naravni dejavniki, ki prispevajo k visokemu doživljajskemu indeksu. Visoko so ocenjene možnosti in pogoji za različne oblike poletnih in zimskih športnih aktivnosti. Schladming je svoj ugled utrdil tudi s pomočjo odmevnih koncertov in razvite poletne sezone, razlike pa se skrivajo v podrobnostih. Schladming ima bolj razvito turistično infrastrukturo in vzorčno turistično ponudbo za vse letne čase. Zelo visoko je ocenjena tudi kakovost življenja. Vsa ponudba je medsebojno povezana skozi zelo aktiven Kongresni urad. Kranjska Gora na področju hotelov in kongresne infrastrukture precej zaostaja, saj ima Schladming poleg številnih hotelov tudi vrhunski kongresni center. Takšnega, ki bi si ga Kranjska Gora zelo želela. Je pa po drugi strani Kranjska Gora bolj inovativna na področju razvoja incentive in teambuilding programov. Ima `legendarno Planico in Nordijski center, ki ji ga zavidajo številne alpske destinacije. Na obeh destinacijah je kot pomanjkljivost izpostavljenih nekaj elementov kongresnega marketinga, še posebej družabna omrežja in vsebinski marketing, kjer je še veliko rezerve. V obeh krajih manjka tudi bolj kompleksna shopping ponudba, ki se le počasi izboljšuje. Zdi se torej, da sta oba kraja nebrušena incentive dragulja, ki čakata na odkritje s strani mednarodnih organizatorjev dogodkov.			

+ PET KLJUČNIH PREDNOSTI KRANJSKE GORE V PRIMERJAVI S SCHLADMINGOM

1. Kranjska Gora je manj komercializirana in zato ponuja bolj avtentično alpsko izkušnjo, kar lahko pritegne organizatorje, ki iščejo ekskluzivne in manj preobljudene destinacije (tag: **butična izkušnja**).
2. Nordijski center Planica je izjemna prednost za dogodke v Kranjski Gori, saj nudi edinstveno kombinacijo vrhunske infrastrukture, svetovne prepoznavnosti in možnosti za doživetja, ki so tesno povezana z naravo (tag: **Planica**).
3. Kranjska Gora je bolj inovativna pri oblikovanju in izvajanju incentive (motivacijskih) in teambuilding programov, kar je ključna prednost (tag: **izvirni teambuildingi**).
4. Kranjska Gora ima odlično geografsko lego in je enostavno dostopna iz večjega dela Evrope. Lega na tromeji z Avstrijo in Italijo predstavlja veliko prednost (tag: **tromeja**).
5. Kranjska gora postaja nova vroča kulinarična destinacija, kar je prepoznal tudi Michelin. Sodobna slovenska kulinarika je odlična začimba za vsak dogodek (tag: **slovenska kulinarika**).

11.12. PODČETRTEK (4.08) vs MALI LOŠINJ (4.10)

PODČETRTEK ocena 4.08

MALI LOŠINJ ocena 4.10

Plusi	Minusi	Plusi	Minusi
4,91 Numbeo - Safety Index	1,25 ICCA indeks	4,95 Numbeo - Safety Index	1,25 ICCA indeks
4,83 Subjektivna ocena	3,55 ACI – Airport Connectivity Index	4,89 Naravni in kulturni dejavniki	3,15 ACI – Airport Connectivity Index
4,72 Naravni in kulturni dejavniki	3,83 Numbeo – Quality of life Index	4,81 Subjektivna ocena	3,83 Numbeo – Quality of life Index
4,57 Splošna in prometna infrastruktura	4,32 Marketing destinacije	4,66 Turistična infrastruktura	4,41 Marketing destinacije
4,47 Turistična infrastruktura	4,46 Kongresna infrastruktura	4,58 Splošna in prometna infrastruktura	4,58 Splošna in prometna infrastruktura
Power indeks Podčetrtek vs Mali Lošinj 2024: -0,02 +0,40 ACI - Airport Connectivity Index +0,02 Subjektivna ocena +0,00 ICCA indeks +0,00Numbeo - Quality of life Index -0,01 Splošna in prometna infrastruktura		Power indeks Mali Lošinj vs Podčetrtek 2024: +0,02 +0,19 Turistična infrastruktura +0,17 Naravni in kulturni dejavniki +0,12 Kongresna infrastruktura +0,09 Marketing destinacije +0,04 Numbeo Safety Index	
Pozicijski komentar: Kar nekaj je krajev, kjer je edina in gonilna industrija turizem. Ker se težka industrija v teh krajih ni nikoli razvila, to štejemo za prednost, ki generira številne multiplikativne učinke. Oba primerjana kraja sodita v to kategorijo in sta po svojem turizmu tudi evropsko prepoznavna. S tem je povezan tudi stereotip, da so dogodki le postranska dejavnost v nizki sezoni. Prav na tem področju pa se pokažejo ključne razlike med obema krajema. Oba sta namreč tudi zdraviliška kraja, s tem da je Podčetrtek celoletna destinacija, kjer je dogodke možno organizirati skozi celo leto, Lošinj pa je izrazito sezonska destinacija. Glavna prednost Malega Lošinja je, da je družba Jadranka dejansko razvila luksuzni hotelski produkt. Uvala Čikat je center vrhunske kulinarike, hotelirstva in nadstandardnih doživetij. Vse skupaj lepo zaokroži komplementarna hotelska in kongresna ponudba, ki jo lahko rezervirate z enim klicem. Vse na otoku je namreč povezano z družbo Jadranka d.d. Podobno je v Podčetrku, ki pa morda ne izstopa po tako vrhunski hotelski ponudbi, temveč po butični in trajnostni zgodbi. V njo so vključeni praktično vsi prebivalci Kozjanskega, kar je regenerativno in dolgoročno zelo pozitivno, zato sta si Lošinj in Podčetrtek v marsičem podobna, le do Podčetrka boste vaše udeležence precej hitreje in lažje pripeljali. Oba kraja sta zanimiva alternativa bolj znanim destinacijam in odlični incentive destinaciji z izjemnim potencialom.			

+ PET KLJUČNIH PREDNOSTI PODČETRKA V PRIMERJAVI Z MALIM LOŠINJEM

1. Podčetrtek je celoletna destinacija, kjer je dogodke mogoče organizirati ne glede na letni čas. To je ključna prednost v primerjavi z Malim Lošinjem, ki je izrazito sezonska destinacija (tag: **celoletna destinacija**).
2. Bližina in dostopnost Podčetrka je bistvena prednost. Do Podčetrka je udeležence dogodkov veliko hitreje in enostavneje pripeljati, saj je do letališča v Zagrebu samo 75 kilometrov (tag: **letališče Zagreb**).
3. Podčetrtek se osredotoča na butično in trajnostno ponudbo, ki vključuje celotno lokalno skupnost. Bolj pristna in lokalna ponudba je regenerativna (tag: **Slovenia Green Destination Gold**).
4. Podčetrtek je alternativa bolj znanim destinacijam, ki izstopa zaradi termalne/wellness zgodbe, ter kljub temu, da je izven uhojenih poti, ponuja vse, kar imajo večji kraji v neposredni bližini (tag: **lokalni šarm**).
5. Podčetrtek je manjša destinacija, kar omogoča osebni pristop in prilagodljivost, ki ju večje destinacije pogosto ne morejo ponuditi. K temu prispeva tudi gostoljubnost lokalnega prebivalstva (tag: **osebni pristop**).

11.13. ROGAŠKA SLATINA (4.09) vs PARNU (3.93)

ROGAŠKA SLATINA ocena 4.00

PARNU ocena 3.93

+ Plusi	- Minusi	+ Plusi	- Minusi
4,91 Numbeo - Safety Index	1,25 ICCA indeks	4,73 Naravni in kulturni dejavniki	1,25 ICCA indeks
4,84 Subjektivna ocena	3,55 ACI – Airport Connectivity Index	4,70 Subjektivna ocena	2,87 ACI – Airport Connectivity Index
4,80 Naravni in kulturni dejavniki	3,83 Numbeo – Quality of life Index	4,52 Splošna in prometna infrastruktura	3,48 Numbeo – Quality of life Index
4,66 Splošna in prometna infrastruktura	4,15 Marketing destinacije	4,44 Turistična infrastruktura	4,13 Marketing destinacije
4,56 Turistična infrastruktura	4,55 Kongresna infrastruktura	4,37 Numbeo – Safety Index	4,35 Kongresna infrastruktura
Power indeks Rogaška Slatina vs Parnu 2024: +0,07 +0,68 ACI – Airport Connectivity Index +0,54 Numbeo – Safety Index +0,35 Numbeo – Quality of life Index +0,20 Kongresna infrastruktura +0,14 Subjektivna ocena		Power indeks Parnu vs Rogaška Slatina 2024: -0,07 +0,00 ICCA Indeks -0,02 Marketing destinacije -0,07 Naravni in kulturni dejavniki -0,12 Turistična infrastruktura -0,14 Splošna in prometna infrastruktura	
Pozicijski komentar: Bolj tradicionalni zdraviliški kraj boste v Sloveniji težko našli. Večina drugih zdraviliških krajev, vključno s sosednjim Podčetrkom se s takšno tradicijo, ki vzbuja zaupanje, težko pohvali. Kraj je v nekaj letih temeljito spremenil svojo podobo in ima vrhunsko kongresno infrastrukturo. Je pa utrip v primerjavi z drugimi zdraviliškimi kongresnimi kraji precej bolj umirjen. Nekaj manjka in to je več kongresnih gostov, ki so nekoč množično prihajali v te kraje. Rogaška potrebuje kongresni turizem, saj ji je pisan na kožo, to pa drži tudi za estonski Parnu.			
Ta se je zadnjih nekaj let predstavlja s kampanjo Fresh. Je poletna prestolnica Estonije in tudi Parnu je zdraviliški kraj, ki se ponaša z več kot 200 letno tradicijo. Obe destinaciji sta torej izrazito turistični in hkrati tradicionalni, tukaj pa se naša primerjava tudi konča. Parnu je odlično organiziran, v kraju poteka veliko regijskih in lokalnih dogodkov. Kongresni in konferenčni hoteli so moderni in prilagojeni potrebam organizatorjev dogodkov. Veliko je posebnih prizorišč, Parnu Concert hotel s svojo modernostjo in eleganco poudarja nov razvojni skok destinacije.			
Rogaški Slatini brez dvoma ne manjka lokalnega šarma, ki ga pooseblja biser destinacije, legendarna klasicistična Kristalna dvorana. Poleg tega je v kraju kar nekaj posebnih prizorišč, ki Rogaško ločijo od konkurence. Tak je Anin dvor, stolp Kristal in še marsikaj.			
Vse to pa je poznano predvsem lokalnim organizatorjem dogodkov. Parnu je precej bolje organiziran in povezan. Za ponovni vzpon na vrh bo potrebno v Rogaški Slatini več povezovanja, boljša skupna promocija in razmislek o ustanovitvi lokalnega kongresnega urada.			

+ PET KLJUČNIH PREDNOSTI ROGAŠKE SLATINE V PRIMERJAVI Z PARNU-jem

1. Rogaška Slatina je eden najbolj tradicionalnih zdraviliških krajev v Sloveniji z dolgoletno zgodovino zdraviliškega turizma, ki temelji na legendarni mineralni vodi Donat Mg (tag: **zdraviliška tradicija**).
2. Rogaška Slatina izstopa z unikatnimi prizorišči. Takšna je legendarna klasicistična Kristalna dvorana, ki simbolizira eleganco in zgodovinski prestiž (tag: **ekskluzivna posebna prizorišča**).
3. Mineralna voda Donat Mg je globalno poznana in predstavlja unikatni naravni vir, ki je hkrati simbol zdravja in regeneracije. Takšne posebnosti druge destinacije nimajo (tag: **Donat MG**).
4. Rogaška Slatina ima umirjen utrip, kar ustvarja popolno okolje za poslovne dogodke in konference, ki so osredotočene na sprostitev, regeneracijo in ustvarjalnost (tag: **zen dogodki**).
5. Rogaška Slatina je bolj dostopna za evropske goste, saj leži v osrčju Srednje Evrope in je dobro povezana z bližnjimi mesti, kot so Zagreb, Ljubljana in Gradec (tag: **enostavna dostopnost**).

D.

PRODUKTNA OCENA KONKURENČNOSTI SLOVENSKE INDUSTRIJE SREČANJ

V ponudbi ENITED točka **1.2. Assessment of the current offer of the Slovenian meeting industry by 4 sub products/formats: business meetings, incentive trips, congresses and events**

Produkti vključeni v primerjavo

**KORPORATIVNI DOGODKI
DOGODKI ZDRUŽENJ
INCENTIVE DOGODKI
DRŽAVNI IN POLITIČNI DOGODKI**

12. METODOLOGIJA PRODUKTNE PRIMERJAVE

Produktno analizo smo prvič izvedli že v prvi sistematični primerjalni analizi Slovenije, ki smo jo izvedli leta 2019. V raziskavi smo izbrali 20 najpomembnejših kriterijev za štiri ciljne skupine dogodkov ali produkte, glede katerih smo se mednarodno uskladili, da predstavljajo glavnino trga v primerjanih državah.

- **Korporativni dogodki** (poslovne konference, poslovni sejmi, produktne predstavitve ...)
- **Dogodki združenj** (konference, kongresi, simpoziji, forumi, delavnice ...)
- **Incentive dogodki** (motivacijska potovanja, team buildingi, poslovni turnirji ...)
- **Državni in politični dogodki** (medvladni dogodki, državni obiski, kongresi strank, podelitve nagrad, srečanja mednarodnih organizacij ...)

V primerjavo nismo vključili naslednjih produktnih skupin, ki niso neposredno povezane s poslanstvom Kongresnega urada Slovenije:

- **Športni dogodki** (profesionalna tekmovanja, športni turnirji, rekreativni dogodki ...)
- **Kulturni dogodki** (kulturni festivali, razstave ...)
- **Zabavni dogodki** (koncerti, glasbeni festivali, tematske zabave ...)
- **Zasebni dogodki** (poroke, obletnice, druga praznovanja ...)

Skozi štiri matrike smo dobili zelo jasno sliko o stanju in prihodnosti na tem področju. Letos pa smo metodologijo še nadgradili na podlagi rezultatov ankete o percepciji Slovenije kot destinacije za dogodke. Raziskava nam omogoča oceno zahtevnosti posameznih produktov, ki se po preverjanju s strokovnjaki ujema z dejansko stopnjo zahtevnosti v realnem svetu.

Tabela 24: Opis značilnosti (features) in prednosti posameznih produktnih skupin

	ZNAČILNOSTI	PREDNOSTI	SKUPAJ	OCENA ZAHTEVNOSTI PRODUKTA
KORPORATIVNI DOGODKI	4.51	4.09	4.30	• Zelo zahtevni glede značilnosti ponudbe • Srednje zahtevni glede prednosti ponudbe
DOGODKI ZDRUŽENJ	4.31	3.88	4.10	• Srednje zahtevni glede značilnosti ponudbe • Nezahtevni glede prednosti ponudbe
INCENTIVE DOGODKI	4.53	4.13	4.33	• Najbolj zahtevni glede značilnosti ponudbe • Zelo zahtevni glede prednosti ponudbe
DRŽAVNI DOGODKI	4.47	4.16	4.32	• Srednje zahtevni glede značilnosti ponudbe • Najbolj zahtevni glede prednosti ponudbe
ŠPORTNI DOGODKI	4.51	4.20	4.36	• Zelo zahtevni glede značilnosti ponudbe • Najbolj zahtevni glede prednosti ponudbe
KULTURNI DOGODKI	4.44	4.08	4.26	• Srednje zahtevni glede značilnosti ponudbe • Nezahtevni glede prednosti ponudbe

Na podlagi rezultatov ankete je nastala ocenjevalna matrika za štiri najpomembnejše produkte, ki jih podrobneje predstavljamo v nadaljevanju. Dodana je tudi mednarodna primerjava Slovenije z izbranimi destinacijami.

13. KORPORATIVNI DOGODKI

Tabela 25: Rangiranje pomembnih značilnosti in prednosti za organizatorje korporativni dogodkov

KORPORATIVNI DOGODKI

ZNAČILNOSTI (FEATURES)	PREDNOSTI (BENEFITS)
4.68 Raznolikost prenočišč	4.81 Celotna kakovost
4.66 Kakovost hotelov	4.53 Razmerje kakovost/cena
4.63 Profesionalnost strokovnjakov	4.40 Privlačnost
4.53 Enostavna dostopnost	4.35 Cena
4.53 Visoka raven osebne varnosti	4.32 Avtentičnost
4.53 Kakovost kulinarike	3.99 Odnos do trajnosti
4.52 Kakovost splošne infrastrukture	3.83 Zabavna ponudba
4.42 Vrednost za denar	3.79 Prestižnost
4.36 Kakovost transporta	3.54 Provokativnost
4.22 Kakovost kongresnih prizorišč	3.34 Mladostnost
4.51	4.09

Vir: Anketa o percepciji Slovenije kot destinacije za organizacijo dogodkov, n=345 (december 2024)

20 NAJPOMEMBNEJŠIH KRITERIJEV ZA KORPORATIVNE DOGODKE

OZNAKA	SKLOP	KRITERIJ
KA-01	Naravni in kulturni dejavniki	Pokrajinska pestrost
KA-05	Naravni in kulturni dejavniki	Doživljajska pestrost
KB-01	Splošna in prometna infrastruktura	Varnost destinacije
KB-02	Splošna in prometna infrastruktura	Cestna dostopnost
KB-03	Splošna in prometna infrastruktura	Letalska dostopnost
KB-04	Splošna in prometna infrastruktura	Železniška dostopnost
KC-01	Turistična infrastruktura	Ponudba restavracij
KC-02	Turistična infrastruktura	Kavarne in bari
KC-03	Turistična infrastruktura	Nočna zabava
KD-03	Kongresna infrastruktura	Kongresni hoteli in njihova kakovost
KD-04	Kongresna infrastruktura	Kongresni centri in sejmišča
KD-05	Kongresna infrastruktura	Delež primernih hotelskih sob kategorije 4 in 5****
KD-07	Kongresna infrastruktura	Poslovnost in profesionalnost ponudnikov
KE-04	Subjektivne ocene	Razmerje med kakovostjo in ceno
KE-07	Subjektivne ocene	Gostoljubnost domačinov
KE-08	Subjektivne ocene	E-storitve
KE-10	Subjektivne ocene	Imidž destinacije
KG-02	Zunanji indeksi	Numbeo – Quality of life indeks
KG-03	Zunanji indeksi	Numbeo – Safety indeks
KG-04	Zunanji indeksi	ACI – Airport Connectivity indeks

Vir: Izbrani kriteriji iz ocenjevalne matrike Doživljajski indeks 2024

13.1. KORPORATIVNI DOGODKI – MEDNARODNA PRIMERJAVA

- **Primerjava z Avstrijo (4,68):** V primerjavi z Avstrijo Slovenija nabolj zaostaja na področju kongresnih centrov in kongresnih hotelov, ter deleža primernih sob kategorije 4 in 5*. Zelo zaostaja tudi na področjih železniške in letalske dostopnosti, ter ponudbe restavracij, kavarn in barov, ter nočnega življenja. Državi sta uravnoteženi na področjih pokrajinske in doživljajske pestrosti in kakovosti življenja. Slovenija ponuja boljše razmerje med ceno in kakovostjo, je bolj gostoljubna in sodi med najbolj varne destinacije za korporativne dogodke.
- **Primerjava z Dansko (4,73):** Podobno kot velja za Avstrijo, je tudi Danska v prednosti na področju kongresnih centrov in kakovosti hotelov. Danska ima precej boljšo cestno, letalsko in železniško dostopnost, ter vrhunsko kulinariko, ki velja za eno boljših v Evropi. Posebej kritičen za Slovenijo je precej boljši indeks letalske dostopnosti. Slovenija izstopa po ugodnem razmerju med kakovostjo in ceno storitev, ter gostoljubnosti domačinov. Obe destinaciji pa sta izenačeni glede na varnost in doživljajsko pestrost. Malce boljši od Slovenije je tudi imidž Danske.
- **Primerjava z Estonijo (4,58):** Obe destinaciji sta zelo močni na področju varnosti, gostoljubnosti domačinov, ter razmerja med kakovostjo in ceno. Estonija ima prednost pri poslovni ponudbi (hoteli, profesionalnost), medtem ko Slovenija blesti v naravni in doživljajski pestrosti. Zlasti estonski hoteli in kongresni centri so v precejšnji prednosti tako po kakovosti, kot inovativnosti. Zaradi geografske lege pa je letalska dostopnost Slovenije boljša, saj imamo v neposredni soseščini kar 9 letališč. V Sloveniji je precej boljša tudi splošna kakovost bivanja.
- **Primerjava s Hrvaško (4,60):** Hrvaška je na področju kongresnih hotelov in prizorišč v zadnjem obdobju prehitela Slovenijo. To velja tudi za ponudbo restavracij, kavarn in nočne zabave, kjer precej zaostajamo. Državi sta precej izenačeni na področju cestne dostopnosti, indeks letalske dostopnosti pa je relativno izenačen, saj letališče v Zagrebu oskrbuje tudi slovenski trg. Slovenija je boljša pri naravnih lepotah, doživetjih ter varnosti. Če je v raziskavi pred korono imela Slovenija še precejšnjo prednost, je zdaj Hrvaška Slovenijo prehitela in postala zelo konkurenčna.

Tabela 26: Primerjava konkurenčnosti mednarodnih destinacij za korporativne dogodke

OZNAKA	KRITERIJ	AVSTRILIJA	DANSKA	ESTONIJA	HRVAŠKA	SLOVENIJA
KA-01	Pokrajinska pestrost	4,94	4,91	4,85	4,85	4,89
KA-05	Doživljajska pestrost	4,99	4,98	4,93	4,92	4,96
KB-01	Varnost destinacije	4,97	4,95	4,95	4,95	4,95
KB-02	Cestna dostopnost	4,86	4,94	4,56	4,59	4,58
KB-03	Letalska dostopnost	4,48	4,70	4,37	4,53	4,52
KB-04	Železniška dostopnost	4,79	4,80	4,53	4,26	4,42
KC-01	Ponudba restavracij	4,88	4,95	4,71	4,87	4,66
KC-02	Kavarne in bari	4,72	4,93	4,72	4,85	4,53
KC-03	Nočna zabava	4,59	4,92	4,62	4,81	4,49
KD-03	Kongresni hoteli in njihova kakovost	4,91	4,83	4,90	4,75	4,55
KD-04	Kongresni centri in sejmišča	4,79	4,78	4,75	4,35	4,35
KD-05	Delež primernih hotelskih sob kategorije 4**** in 5*****	4,90	4,82	4,89	4,76	4,49
KD-07	Poslovnost in profesionalnost ponudnikov	4,89	4,84	4,92	4,78	4,61
KE-04	Razmerje med kakovostjo in ceno	4,59	4,65	4,77	4,76	4,77
KE-07	Gostoljubnost domačinov	4,71	4,87	4,80	4,73	4,79
KE-08	E-storitve	4,75	4,83	4,63	4,67	4,62
KE-10	Imidž destinacije	4,84	4,85	4,74	4,73	4,68
KG-02	Numbeo – Quality of life indeks	3,87	3,85	3,60	3,77	3,82
KG-03	Numbeo – Safety indeks	4,58	4,33	4,34	4,76	4,83
KG-04	ACI – Airport Connectivity indeks	3,51	3,96	3,04	3,33	3,28
SKUPNA OCENA:		4,68	4,73	4,58	4,60	4,54

Vir: Skupna ocena doživljajskega indeksa za leto 2024 po državah in mestih (Toleranca marketing d.o.o., december 2024)

Najbolje uvrščene destinacije za korporativne dogodke v AVSTRIJI:

Dunaj (4,85) izstopa kot vodilna avstrijska destinacija za korporativne dogodke, ki se ponaša z vrhunsko infrastrukturo, globalno prepoznavnostjo in odlično dostopnostjo. **Salzburg (4,73)** in **Schladming (4,72)** sta izjemno privlačni destinaciji, znani po bogati kulturni dediščini in gostoljubnosti. **Saalfelden (4,70)** in **Graz (4,67)** ponujata odlično kombinacijo naravne lepote in funkcionalnosti, idealno za dogodke srednjega obsega.

Konkurenčne prednosti: Avstrija se ponaša z dolgo tradicijo organizacije korporativnih dogodkov, vrhunsko dostopnostjo in edinstveno sinergijo kulturnih znamenitosti ter naravnega okolja.

Najbolje uvrščene destinacije za korporativne dogodke na DANSKEM:

Kopenhagen (4,89) izstopa kot najboljša destinacija v naši primerjavi, ki se ponaša z izjemno prepoznavnostjo, inovativnostjo in vodilno trajnostno usmeritvijo. **Aarhus (4,77)** je privlačna in dobro razvita L destinacija z edinstvenim značajem ter močno trajnostno naravnostjo. **Aalborg (4,54)** pa zaostaja zaradi manjše globalne prepoznavnosti in omejene infrastrukture, kljub prizadevanjem na področju trajnosti.

Konkurenčne prednosti: Danske destinacije se ponašajo z močno trajnostno usmeritvijo, tehnološko naprednostjo in odlično dostopnostjo, kar jih uvršča med vodilne izbire za korporativne dogodke.

Najbolje uvrščene destinacije za korporativne dogodke v ESTONIJI:

Talin (4,75) je vodilna L destinacija, ki združuje tehnološko naprednost (digitalizacijo) in srednjeveški šarm, kar ustvarja edinstveno okolje za organizacijo dogodkov. **Tartu (4,60)**, kot univerzitetno mesto z živahnim intelektualnim okoljem, je pomembno za lokalne dogodke, vendar mu manjka obsežnejša kongresna infrastruktura. **Parnu (4,40)** pa zaostaja zaradi pomanjkanja večjih kapacitet za organizacijo večjih dogodkov, kljub svoji privlačnosti kot obmorska destinacija.

Konkurenčne prednosti: Estonija izstopa z močno tehnološko naprednostjo, enostavno dostopnostjo in trajnostno usmeritvijo, ki jo dopolnjujejo edinstveni kulturni elementi.

Najbolje uvrščene destinacije za korporativne dogodke na HRVAŠKEM:

Zagreb (4,76) je ključna hrvaška destinacija za korporativne dogodke, ki izstopa s solidno infrastrukturo in vse boljšo dostopnostjo, podprto z mednarodnim letališčem. **Opatija** in **Rovinj (4,74)** sta priljubljeni obalni destinaciji, znani po bogati ponudbi luksuznih storitev in čudovitem mediteranskem okolju. **Šibenik (4,70)** in **Zadar (4,67)** ponujata edinstveno kombinacijo naravne lepote, kulturne dediščine in sodobnih kongresnih centrov, kar ju uvršča med vzhajajoče zvezde hrvaške kongresne scene.

Konkurenčne prednosti: Hrvaške destinacije izstopajo z izjemno privlačnostjo obalnih lokacij, bogato kulturno dediščino in vedno bolj raznoliko ter kakovostno kongresno infrastrukturo.

Najbolje uvrščene destinacije za korporativne dogodke v SLOVENIJI:

Ljubljana (4,72) je vodilna slovenska destinacija za korporativne dogodke, ki izstopa z jasno strategijo, dvema vrhunskima kongresnima centroma in konkurenčnim produktom. **Bled (4,71)** s svojo alpsko slikovitostjo in **Portorož (4,70)** z mediteransko privlačnostjo (vključno s Piranom) ponujata odlični alternativni Ljubljani za edinstvene dogodke v osupljivem okolju. **Maribor (4,66)** in **Kranj/Brdo (4,62)** sta primerni destinaciji za manjše dogodke, ki jih bogati raznolikost korporativnih doživetij v lokalnem okolju.

Konkurenčne prednosti: Slovenija izstopa s trajnostno naravnostjo, varnostjo in raznoliko ponudbo, prilagojeno različnim vrstam korporativnih dogodkov.

Tabela 27: Primerjava najbolje uvrščenih mest za korporativne dogodke

	AVSTRIJA	DANSKA	ESTONIJA	HRVAŠKA	SLOVENIJA
TOP 5	4,85 Dunaj 4,73 Salzburg 4,72 Schladming 4,70 Saalfelden 4,67 Graz	4,89 Kopenhagen 4,77 Aarhus 4,54 Aalborg	4,75 Tallinn 4,60 Tartu 4,40 Parnu	4,76 Zagreb 4,74 Opatija 4,74 Rovinj 4,70 Šibenik 4,67 Zadar	4,72 Ljubljana 4,71 Bled 4,70 Portorož 4,66 Maribor 4,62 Kranj/Brdo
KONKURENČNI SET 1	XL destinacije 4,89 Kopenhagen 4,85 Dunaj		L destinacije 4,77 Aarhus 4,76 Zagreb 4,75 Talin 4,73 Salzburg 4,72 Ljubljana		
KONKURENČNI SET 2	M destinacije 4,74 Opatija 4,74 Rovinj 4,72 Schladming 4,71 Bled 4,70 Portorož 4,70 Saalfelden 4,70 Šibenik 4,67 Zadar		S destinacije 4,60 Rogaška Slatina 4,59 Kranjska Gora 4,59 Mali Lošinj 4,57 Brežice/Čatež 4,52 Goriška Brda 4,47 Hvar		

13.2. KORPORATIVNI DOGODKI – SLOVENSKA PRIMERJAVA

Povzetek ključnih ugotovitev konkurenčnosti slovenskih destinacij za korporativne dogodke:

- **Ljubljana (4,72):** Najbolj konkurenčna destinacija zaradi najboljše infrastrukture, dostopnosti in kakovosti kongresnih ponudnikov.
- **Bled (4,71):** Sledi Ljubljani, z izjemno pokrajinsko in doživljajsko pestrostjo, ter ikoničnim imidžem, ki je prepoznaven v svetu.
- **Portorož (4,70):** Ponuja solidno nastanitev in dobre kongresne kapacitete, a med slovenskimi destinacijami zaostaja pri dostopnosti in gostoljubnosti domačinov.
- **Maribor (4,66):** Ponuja ugodno razmerje med kakovostjo in ceno ter gostoljubnostjo, vendar ima nekoliko slabšo hotelsko infrastrukturo.
- **Kranj (4,62):** Najmanj konkurenčna izmed analiziranih destinacij, z omejenimi kapacitetami za dogodke, razen v Kongresnem centru Brdo, ki je med organizatorji dogodkov zelo popularno in zaželeno prizorišče.

Ljubljana je vodilna destinacija za korporativne dogodke zaradi uravnotežene kombinacije dostopnosti, kakovosti in infrastrukture. Bled in Portorož blestita zaradi naravne lepote in turističnega ugleda, vendar nekoliko zaostajata pri dostopnosti. Maribor in Kranj sta primernejša za manjše dogodke, s poudarkom na lokalni izkušnji in ugodnejšim razmerjem med stroški in kakovostjo.

Tabela 28: Primerjava konkurenčnosti slovenskih destinacij za korporativne dogodke

OZNAKA	KRITERIJ	LJUBLJANA	BLED	PORTOROŽ	MARIBOR	KRANJ
KA-01	Pokrajinska pestrost	4,99	5,00	4,98	4,85	4,91
KA-05	Doživljajska pestrost	5,00	5,00	5,00	5,00	4,96
KB-01	Varnost destinacije	4,98	4,98	4,98	4,98	4,95
KB-02	Cestna dostopnost	4,99	4,94	4,74	4,89	4,91
KB-03	Letalska dostopnost	4,58	4,63	4,59	4,42	4,49
KB-04	Železniška dostopnost	4,75	4,62	4,22	4,56	4,61
KC-01	Ponudba restavracij	4,98	4,78	4,83	4,95	4,71
KC-02	Kavarne in bari	4,95	4,68	4,84	4,90	4,69
KC-03	Nočna zabava	4,68	4,60	4,90	4,94	4,92
KD-03	Kongresni hoteli in njihova kakovost	4,98	4,94	4,90	4,69	4,63
KD-04	Kongresni centri in sejmišča	5,00	4,76	4,89	4,41	4,95
KD-05	Delež primernih hotelskih sob kategorije 4**** in 5****	4,97	4,94	5,00	4,54	4,56
KD-07	Poslovnost in profesionalnost ponudnikov	5,00	4,98	4,94	4,63	4,53
KE-04	Razmerje med kakovostjo in ceno	4,85	4,85	4,81	4,88	4,74
KE-07	Gostoljubnost domačinov	4,81	4,81	4,75	4,94	4,75
KE-08	E-storitve	4,80	4,85	4,80	4,87	4,54
KE-10	Imidž destinacije	4,98	5,00	4,93	4,90	4,63
KG-02	Numbeo – Quality of life indeks	3,64	3,85	3,60	3,77	3,85
KG-03	Numbeo – Safety indeks	4,32	4,89	4,89	4,75	4,89
KG-04	ACI – Airport Connectivity indeks	3,07	3,10	3,23	3,24	3,10
SKUPNA OCENA:		4,72	4,71	4,70	4,66	4,62

Vir: Skupna ocena doživljajskega indeksa za leto 2024 po državah (Toleranca marketing d.o.o., december 2024)

Rangiranje vseh slovenskih destinacij pokaže naslednjo sliko:

■ Nadpovprečno (rang 4,78–5,00):

Nobena slovenska destinacija ni dosegla nadpovprečnega razpona, kar kaže na solidno, vendar ne izjemno konkurenčnost na globalni ravni.

■ Povprečno (rang 4,56–4,77):

Vrh te kategorije:

- **Ljubljana (4,72)**, **Bled (4,71)** in **Portorož (4,70)** so vodilne destinacije zaradi svoje raznolike ponudbe, dobre dostopnosti in ugleda.
- **Maribor (4,66)** in **Kranj/Brdo (4,62)** sta rahlo pod vrhom, a z močnimi posameznimi prednostmi (npr. gostoljubnost v Mariboru in varnost v Kranju/Brdu).

Sredina in spodnji del te kategorije:

- **Bohinj (4,61)**, **Rogaška Slatina (4,60)** in **Kranjska Gora (4,59)** so priljubljene turistične destinacije, a zaostajajo pri dostopnosti in kapacitetah za dogodke.
- **Celje (4,58)** in **Brežice/Čatež (4,57)** imata potencial, vendar nižje ocene zaradi manj raznovrstne infrastrukture.

■ Zmerno (rang 4,33–4,55)

Zgornji del kategorije:

- **Izola (4,55)** in **Nova Gorica (4,53)** imata solidno ponudbo, a zaostajata pri pestrosti in kapacitetah.
- **Goriška Brda (4,52)** in **Vipavska dolina (4,51)** blestita v gastronomski in vinski ponudbi, vendar ju omejujeta dostopnost in infrastruktura.

■ Spodnji del kategorije:

- **Dolina Soče (4,44)** in **Laško (4,39)**, čeprav imata močan naravni in kulturni potencial, zaostajata pri dostopnosti in kongresnih kapacitetah.
- **Bela krajina (4,39)** in **Savinjska dolina (4,35)** sta manj razviti kot destinaciji za korporativne dogodke.

■ Podpovprečno (rang 4,10 – 4,32):

- **Zeleni Kras (4,31)**: Najnižja ocenjena destinacija, predvsem zaradi omejene dostopnosti in infrastrukture. Kljub naravni lepoti ima težave pri privabljanju večjih dogodkov.

■ Brez ocene (NA):

Kamnik, Novo Mesto, Slovenj Gradec: Neocenjene destinacije kažejo na pomanjkanje podatkov ali manjšo razvitost kot destinacije za korporativne dogodke.

Tabela 29: Rangiranje slovenskih destinacij za korporativni produkt

NADPOVPREČNO RANG 4,78–5,00		POVPREČNO RANG 4,56–4,77	
		4.72	Ljubljana
		4.71	Bled
		4.70	Portorož
		4.66	Maribor
		4.62	Kranj in Brdo
		4.61	Bohinj
		4.60	Rogaška Slatina
		4.59	Kranjska Gora
		4.58	Celje
		4.57	Brežice/Čatež
ZMERNO RANG 4,33–4,55		PODPOVPREČNO RANG 4,10–4,32	
4.55	Izola	4.31	Zeleni Kras
4.53	Nova Gorica	NA	Kamnik
4.52	Goriška Brda	NA	Novo Mesto
4.51	Vipavska dolina	NA	Slovenj Gradec
4.51	Ptuj		
4.50	Podčetrtek		
4.44	Dolina Soče		
4.39	Laško		
4.39	Bela krajina		
4.35	Savinjska dolina		

Opomba: Razponi so določeni na osnovi vseh povprečnih ocen slovenskih destinacij

14. DOGODKI ZDRUŽENJ

Tabela 30: Rangiranje pomembnih značilnosti in prednosti za organizatorje dogodkov združenj

DOGODKI ZDRUŽENJ

ZNAČILNOSTI (FEATURES)	PREDNOSTI (BENEFITS)
4.44 Quality accommodation	4.60 Overall quality
4.43 Easy accessibility	4.45 Price/quality ratio
4.40 Quality of professionals	4.32 Price
4.38 Quality general infrastructure	4.19 Authenticity
4.33 Quality of hotels	4.14 Attractiveness
4.32 High level of personal security	3.93 Attitude towards the environment
4.28 Good value for money	3.39 Prestige
4.28 Quality of cuisine	3.38 Entertainment
4.11 Quality of transportation	3.31 Provocativeness
4.11 Quality of convention centres	3.11 Youthfulness
4.31	3.88

Vir: Anketa o percepciji Slovenije kot destinacije za organizacijo dogodkov, n=345 (december 2024)

20 NAJPOMEMBNEJŠIH KRITERIJEV ZA DOGODKE ZDRUŽENJ

OZNAKA	SKLOP	KRITERIJ
KA-03	Naravni in kulturni dejavniki	Družbena privlačnost
KA-04	Naravni in kulturni dejavniki	Kulturna raznolikost
KA-09	Naravni in kulturni dejavniki	Odnos do trajnostnega razvoja
KB-02	Splošna in prometna infrastruktura	Cestna dostopnost
KB-03	Splošna in prometna infrastruktura	Letalska dostopnost
KB-04	Splošna in prometna infrastruktura	Železniška dostopnost
KB-07	Splošna in prometna infrastruktura	Lokalna prometna infrastruktura in javni promet
KB-09	Splošna in prometna infrastruktura	Dostop do interneta
KB-10	Splošna in prometna infrastruktura	Odnos do okolja
KD-03	Kongresna infrastruktura	Kongresni hoteli in njihova kakovost
KD-04	Kongresna infrastruktura	Kongresni centri in sejmišča
KD-07	Kongresna infrastruktura	Poslovnost in profesionalnost ponudnikov
KD-09	Kongresna infrastruktura	Dejavnost kongresnega urada
KD-10	Kongresna infrastruktura	Podporne kongresne storitve
KE-02	Subjektivne ocene	Varnost
KE-04	Subjektivne ocene	Razmerje med kakovostjo in ceno
KF-01	Marketing Buzz	Ugled blagovne znamke destinacije
KG-01	Zunanji indeksi	ICCA indeks
KG-02	Zunanji indeksi	Numbeo – Quality of life indeks
KG-03	Zunanji indeksi	Numbeo – Safety indeks

Vir: Izbrani kriteriji iz ocenjevalne matrike Doživljajski indeks 2024

14.1. KORPORATIVNI DOGODKI – MEDNARODNA PRIMERJAVA

- **Primerjava z Avstrijo (4,61):** Za organizacijo dogodkov združenj je Avstrija boljše izbira. Najbolj zaradi visoke kakovosti kongresnih hotelov in kongresnih centrov, pa tudi zaradi zelo dobre javne infrastrukture. Zelo visoko je ocenjena tudi na ICCA lestvici, kar dodatno govori o večji mednarodni prepoznavnosti in ugledu. Slovenija pa je bolj primerna za dogodke, kjer sta ključna dejavnika varnost in ugodno razmerje med kakovostjo in ceno. Manjša velikost in dostopnost omogočata bolj intimno vzdušje, a je treba upoštevati slabšo kongresno infrastrukturo in podporo kongresnega urada, ki je v Avstriji vrhunska.

ICCA svetovna lestvica 2023: Avstrija 14. mesto/203 kongresov, Slovenija 41. mesto/67 kongresov

- **Primerjava z Dansko (4,67):** Danska je odlična izbira za organizacijo mednarodnih dogodkov združenj z večjim poudarkom na inovativnosti, trajnosti, kulturni raznolikosti, visoki kakovosti infrastrukture in storitev ter močni podpori kongresnega urada. Njena večja globalna prepoznavnost (ICCA indeks) in vrhunska prometna dostopnost omogočata izvedbo velikih in prestižnih dogodkov. Slovenija ima v primerjavi z Dansko izrazito prednost pri razmerju med kakovostjo in ceno, varnosti in kakovosti bivanja. Čeprav je manj prepoznavna in ima slabšo kongresno infrastrukturo, lahko ponudi edinstveno izkušnjo za manjše do srednje velike dogodke.

ICCA svetovna lestvica 2023: Danska 29. mesto/133 kongresov, Slovenija 41. mesto/67 kongresov

- **Primerjava z Estonijo (4,56):** Estonija je primerna za dogodke, ki potrebujejo vrhunsko tehnološko podporo, visoko kakovost kongresne infrastrukture in zanesljivo profesionalnost ponudnikov. Obe glavni destinaciji Ljubljana in Talin sta dobro prepoznani kot t. i. »second tier« destinaciji, kar se odraža tudi na lestvici ICCA. Od Estonije bi se Slovenija lahko največ naučila na področju hotelske transformacije in digitalizacije. Slovenija pa je precej lažje dostopna in je na določenih področjih trajnostnega razvoja v prednosti.

ICCA svetovna lestvica 2023: Estonija 45. mesto/54 kongresov, Slovenija 41. mesto/67 kongresov

- **Primerjava s Hrvaško (4,46):** Hrvaška in Estonija sta na področju dogodkov združenj precej izenačeni. Hrvaška je kot ena izmed vodilnih evropskih turističnih destinacij privlačna tudi za kongrese združenj, ki večinoma potekajo v trikotniku Zagreb, Opatija, Dubrovnik. Investicije v kongresno infrastrukturo so intenzivne in bodo v prihodnosti pomemben vir konkurenčnosti. Po drugi strani je Slovenija bistveno boljše na področju marketinga in trajnostnega razvoja, ki postaja pomemben del odločanja združenj. Glede na varnost, ki jo ponuja Slovenija, pa kljub slabši turistični infrastrukturi dosega zelo dobre rezultate, kar se odraža tudi na ICCA lestvici.

ICCA svetovna lestvica 2023: Hrvaška 37. mesto/86 kongresov, Slovenija 41. mesto/67 kongresov

Tabela 31: Primerjava konkurenčnosti mednarodnih destinacij za dogodke združenj

OZNAKA	KRITERIJ	AVSTRIJA	DANSKA	ESTONIJA	HRVAŠKA	SLOVENIJA
KA-03	Družbena privlačnost	4,78	4,87	4,71	4,75	4,74
KA-04	Kulturna raznolikost	4,82	4,95	4,84	4,81	4,79
KA-09	Odnos do trajnostnega razvoja	4,90	4,83	4,81	4,68	4,83
KB-02	Cestna dostopnost	4,86	4,94	4,56	4,59	4,58
KB-03	Letalska dostopnost	4,48	4,70	4,37	4,53	4,52
KB-04	Železniška dostopnost	4,79	4,80	4,53	4,26	4,42
KB-07	Lokalna prometna infrastruktura in javni promet	4,93	4,87	4,80	4,64	4,68
KB-09	Dostop do interneta	4,85	4,86	4,85	4,83	4,78
KB-10	Odnos do okolja	4,86	4,76	4,75	4,75	4,78
KD-03	Kongresni hoteli in njihova kakovost	4,91	4,83	4,90	4,75	4,55
KD-04	Kongresni centri in sejmišča	4,79	4,78	4,75	4,35	4,35
KD-07	Poslovnost in profesionalnost ponudnikov	4,89	4,84	4,92	4,78	4,61
KD-09	Dejavnost kongresnega urada	4,75	4,95	4,43	4,19	3,88
KD-10	Podporne kongresne storitve	4,81	4,78	4,66	4,62	4,43
KE-02	Varnost	4,96	4,93	4,95	4,94	4,95
KE-04	Razmerje med kakovostjo in ceno	4,59	4,65	4,77	4,76	4,77
KF-01	Ugled blagovne znamke destinacije	4,84	4,85	4,79	4,75	4,70
KG-01	ICCA indeks	1,97	3,10	2,84	1,65	1,50
KG-02	Numbeo – Quality of life indeks	3,87	3,85	3,60	3,77	3,82
KG-03	Numbeo – Safety indeks	4,58	4,33	4,34	4,76	4,83
SKUPNA OCENA:		4,61	4,67	4,56	4,46	4,43

Vir: Skupna ocena doživljajskega indeksa za leto 2024 po državah (Toleranca marketing d.o.o., december 2024)

Najboljše destinacije za dogodke združenj v AVSTRIJI:

Dunaj (4,86) je vodilna svetovna destinacija za združenja, ki se ponaša z globalno prepoznavnostjo, vrhunsko infrastrukturo in dolgoletno tradicijo organizacije dogodkov. **Salzburg (4,77)** in **Graz (4,71)** sta izjemno privlačni destinaciji, ki navdušujeta z bogato kulturno dediščino in edinstvenim vzdušjem ter dobro infrastrukturo. **Saalfelden (4,66)** in **Schladming (4,65)** sta odlično razviti manjši destinaciji, ki izstopata z alpsko privlačnostjo in pestrim naborom aktivnosti.

Konkurenčne prednosti: Avstrijske destinacije se ponašajo z dolgoletno tradicijo organizacije dogodkov, vrhunsko dostopnostjo in edinstveno kombinacijo kulturne dediščine ter naravne lepote.

Najboljše destinacije za dogodke združenj na DANSKEM:

Kopenhagen (4,89) je najbolj ocenjena danska destinacija, znana po inovativnosti, trajnosti in globalni prepoznavnosti. **Aarhus (4,71)** je privlačna destinacija za srednje velike dogodke združenj z močno univerzitetno, kulturno in start-up sceno.

Konkurenčne prednosti: Vodilna trajnostna destinacija z vrhunsko infrastrukturo.

Najboljše destinacije za dogodke združenj v ESTONIJI:

Talin (4,79) je z naskokom vodilna estonska destinacija, ki izstopa z vrhunsko digitalno infrastrukturo, srednjeveško arhitekturo in edinstvenim šarmom, zaradi česar je priljubljena izbira za dogodke združenj. **Tartu (4,61)**, kot univerzitetno mesto z močno lokalno identiteto, združuje edinstven znanstveni potencial in intelektualno vzdušje. **Parnu (4,27)** pa zaostaja zaradi manj razvite infrastrukture, kljub svoji privlačnosti kot obmorska destinacija.

Konkurenčne prednosti: Estonija navdušuje z izjemno tehnološko naprednostjo, dobro dostopnostjo in močno trajnostno naravnostjo, kar jo postavlja med vodilne inovativne destinacije.

Najboljše destinacije za dogodke združenj na HRVAŠKEM:

Zagreb (4,78) je vodilna hrvaška destinacija, ki izstopa z urbanim značajem, bogato kulturno dediščino in dobro infrastrukturo, kar jo uvršča med ključne lokacije za dogodke. **Dubrovnik, Opatija (4,61)** in **Rovinj (4,60)** navdušujejo z dolgoletno tradicijo, jadranskim šarmom in izjemno obalno ponudbo. **Split (4,53)** ima velik potencial, vendar je ta še premalo izkoriščen zaradi pomanjkljive kongresne infrastrukture.

Konkurenčne prednosti: Hrvaške destinacije izstopajo z bogato kulturno in naravno dediščino ter privlačnostjo obalnih krajev, ki ponujajo edinstvena doživetja in visoko stopnjo atraktivnosti.

Najboljše destinacije za dogodke združenj v SLOVENIJI:

Ljubljana (4,80) je v celotni primerjavi ena od vodilnih destinacij za dogodke združenj, ki pogosto tekmuje tudi z destinacijami z boljšimi in predvsem večjimi kongresnimi kapacitetami. Za manjše in srednje velike dogodke združenj so konkurenčne tudi destinacije **Bled (4,65)**, **Maribor (4,63)** in **Portorož (4,58)**.

Konkurenčne prednosti: Trajnost, varnost in raznolikost ponudbe.

Tabela 32: Primerjava najbolj uvrščenih mest za dogodke združenj

	AVSTRIJA	DANSKA	ESTONIJA	HRVAŠKA	SLOVENIJA
TOP 5	4,86 Dunaj 4,77 Salzburg 4,71 Graz 4,66 Saalfelden 4,65 Schladming	4,89 Kopenhagen 4,71 Aarhus 4,43 Aalborg	4,79 Tallinn 4,61 Tartu 4,27 Parnu	4,78 Zagreb 4,61 Dubrovnik 4,61 Opatija 4,60 Rovinj 4,53 Split	4,80 Ljubljana 4,65 Bled 4,63 Maribor 4,58 Portorož 4,56 Bohinj
KONKURENČNI SET 1	XL destinacije 4,89 Kopenhagen 4,86 Dunaj		L destinacije 4,80 Ljubljana 4,79 Tallinn 4,78 Zagreb 4,77 Salzburg 4,71 Aarhus 4,71 Graz		
KONKURENČNI SET 2	M destinacije 4,66 Saalfelden 4,65 Bled 4,65 Schladming 4,63 Maribor 4,61 Dubrovnik 4,61 Opatija 4,61 Tartu		S destinacije 4,56 Bohinj 4,51 Kranjska Gora 4,45 Rogaška Slatina 4,43 Aalborg 4,27 Parnu		

14.2. DOGODKI ZDRUŽENJ – SLOVENSKA PRIMERJAVA

Povzetek ključnih ugotovitev konkurenčnosti slovenskih destinacij za dogodke združenj:

- **Ljubljana (4,80):** je najbolj konkurenčna destinacija za dogodke združenj, saj dosega najvišje ocene v večini kategorij, vključno z infrastrukturo, dostopnostjo, profesionalnostjo in podporo ter aktivnostmi kongresnega urada.
- **Bled (4,65):** izstopa kot najbolj privlačna manjša destinacija z odlično varnostjo, trajnostjo in ugledom. Zelo je primeren za ekskluzivne luksuzne dogodke (primer Blejski forum).
- **Maribor (4,63):** ima dobro razmerje med kakovostjo in ceno ter solidno prometno dostopnost, vendar zaostaja v kongresni infrastrukturi. Z dodatnimi investicijami v infrastrukturo bi lahko v celoti izkoristil velik potencial Univerze v Mariboru.
- **Portorož (4,58):** je priljubljen zaradi obmorske lokacije, a ima nižje ocene na področju trajnostnega razvoja in dodatne ponudbe, ter nekoliko slabšo dostopnost in javno infrastrukturo.
- **Bohinj (4,56):** je najmanj konkurenčen zaradi omejene kongresne infrastrukture, a močno izstopa po odnosu do trajnosti in varnosti. Priljubljen je za dogodke, kjer sta v ospredju narava in trajnost.

Tabela 33: Primerjava konkurenčnosti glavnih slovenskih destinacij za dogodke združenj

OZNAKA	KRITERIJ	LJUBLJANA	BLED	MARIBOR	PORTOROŽ	KRANJ
KA-01	Družbena privlačnost	4,95	4,92	4,79	4,80	4,85
KA-05	Kulturna raznolikost	5,00	4,97	4,90	4,83	4,89
KB-01	Odnos do trajnostnega razvoja	5,00	4,89	4,81	4,78	5,00
KB-02	Cestna dostopnost	4,99	4,94	4,89	4,74	4,94
KB-03	Letalska dostopnost	4,58	4,63	4,42	4,59	4,63
KB-04	Železniška dostopnost	4,75	4,62	4,56	4,22	4,62
KC-01	Lokalna prometna infrastruktura in javni promet	4,92	4,85	4,88	4,81	4,85
KC-02	Dostop do interneta	4,95	4,88	4,73	4,91	4,88
KC-03	Odnos do okolja	4,81	4,93	4,82	4,92	4,93
KD-03	Kongresni hoteli in njihova kakovost	4,98	4,94	4,69	4,90	4,84
KD-04	Kongresni centri in sejmišča	5,00	4,76	4,41	4,89	4,04
KD-05	Poslovnost in profesionalnost ponudnikov	5,00	4,98	4,63	4,94	4,90
KD-07	Dejavnost kongresnega urada	5,00	4,89	4,93	4,79	4,62
KE-04	Podporne kongresne storitve	4,98	4,92	4,74	4,92	4,55
KE-07	Varnost	4,97	4,97	4,97	4,96	4,97
KE-08	Razmerje med kakovostjo in ceno	4,85	4,85	4,88	4,81	4,85
KE-10	Ugled blagovne znamke destinacije	4,98	5,00	4,90	4,91	4,90
KG-02	ICCA indeks	4,40	1,25	3,08	1,25	1,25
KG-03	Numbeo – Quality of life indeks	3,64	3,85	3,82	3,81	3,85
KG-04	Numbeo – Safety indeks	4,32	4,89	4,75	4,89	4,89
SKUPNA OCENA:		4,80	4,65	4,63	4,58	4,56

Vir: Skupna ocena doživljajskega indeksa za leto 2024 po državah (Toleranca marketing d.o.o., december 2024)

Rangiranje vseh slovenskih destinacij pokaže naslednjo sliko:

Nadpovprečne destinacije (rang 4,78–5,00):

- **Ljubljana (4,80):** Vrhunska destinacija z bogato infrastrukturo in raznoliko ponudbo, primerna za večje dogodke združenj.

Povprečne destinacije (rang 4,56–4,77):

- **Bled (4,65) in Maribor (4,63):** Bled izstopa z ugledom in trajnostjo, Maribor pa z razmerjem med kakovostjo in ceno.
- **Portorož (4,58) in Bohinj (4,56):** Portorož privlači z obmorsko lokacijo, Bohinj pa z naravnimi in trajnostnimi atributi.

Zmerne destinacije (rang 4,33–4,55):

- **Kranjska Gora (4,51) in Rogaška Slatina (4,45)** sta najboljši v tej kategoriji, z močno turistično privlačnostjo.
- Druge destinacije, kot so **Goriška Brda (4,44)** in **Podčetrtek (4,38)**, nudijo specifične lokalne izkušnje, a zaostajajo v infrastrukturi.

Podpovprečne destinacije (rang 4,10–4,32):

- Destinacije, kot so **Izola (4,32)**, **Dolina Soče (4,31)** in **Laško (4,30)**, imajo velik naravni potencial, a potrebujejo izboljšave v kongresni infrastrukturi in dostopnosti.

Tabela 34: Rangiranje slovenskih destinacij za dogodke združenj

NADPOVPREČNO RANG 4,78–5,00		POVPREČNO RANG 4,56–4,77	
4.80	Ljubljana	4.65	Bled
		4.63	Maribor
		4.58	Portorož
		4.56	Bohinj
ZMERNO RANG 4,33–4,55		PODPOVPREČNO RANG 4,10–4,32	
4.51	Kranjska Gora	4.32	Izola
4.45	Rogaška Slatina	4.32	Vipavska dolina
4.44	Goriška Brda	4.31	Dolina Soče
4.43	Brežice/Čatež	4.30	Laško
4.43	Rogaška Slatina	4.24	Bela Krajina
4.41	Kranj in Brdo	4.19	Zeleni Kras
4.39	Nova Gorica	4.18	Savinjska dolina
4.38	Celje	NA	Kamnik
4.38	Podčetrtek	NA	Novo Mesto
4.36	Ptuj	NA	Slovenj Gradec

Opomba: Razponi so določeni na osnovi vseh povprečnih ocen slovenskih destinacij

15. INCENTIVE DOGODKI

Tabela 35: Rangiranje pomembnih značilnosti in prednosti za organizatorje incentive dogodkov

INCENTIVE DOGODKI

ZNAČILNOSTI (FEATURES)	PREDNOSTI (BENEFITS)
4.74 Quality accommodation	4.81 Overall quality
4.69 Quality of professionals	4.53 Price/quality ratio
4.69 Quality of hotels	4.47 Attractiveness
4.64 Quality of cuisine	4.43 Authenticity
4.55 Quality general infrastructure	4.38 Price
4.52 High level of personal security	3.96 Attitude towards the environment
4.52 Good value for money	3.93 Entertainment
4.49 Easy accessibility	3.86 Prestige
4.45 Quality of transportation	3.59 Provocativeness
4.16 Quality of convention centres	3.39 Youthfulness
4.54	3.13

Vir: Anketa o percepciji Slovenije kot destinacije za organizacijo dogodkov, n=345 (december 2024)

20 NAJPOMEMBNEJŠIH KRITERIJEV ZA INCENTIVE DOGODKE

OZNAKA	SKLOP	KRITERIJ
KA-01	Naravni in kulturni dejavniki	Pokrajinska pestrost
KA-02	Naravni in kulturni dejavniki	Klimatski pogoji in primernost podnebja
KA-05	Naravni in kulturni dejavniki	Doživljajska pestrost
KA-09	Naravni in kulturni dejavniki	Odnos do trajnostnega razvoja
KB-01	Splošna in prometna infrastruktura	Varnost destinacije
KB-07	Splošna in prometna infrastruktura	Lokalna prometna infrastruktura in javni promet
KC-01	Turistična infrastruktura	Ponudba restavracij
KC-02	Turistična infrastruktura	Kavarne in bari
KC-03	Turistična infrastruktura	Nočna zabava
KC-05	Turistična infrastruktura	Aktivnosti v naravi in adrenalinska ponudba
KC-06	Turistična infrastruktura	Ponudba športnih aktivnosti
KD-03	Kongresna infrastruktura	Kongresni hoteli in njihova kakovost
KD-05	Kongresna infrastruktura	Delež primernih hotelskih sob kategorije 4 in 5****
KD-06	Kongresna infrastruktura	Incentive programi in ponudba
KD-07	Kongresna infrastruktura	Poslovnost in profesionalnost ponudnikov
KE-04	Subjektivne ocene	Razmerje med kakovostjo in ceno
KE-07	Subjektivne ocene	Gostoljubnost domačinov
KE-10	Subjektivne ocene	Imidž destinacije
KG-02	Zunanji indeksi	Numbeo – Quality of life indeks
KG-03	Zunanji indeksi	Numbeo – Safety indeks

Vir: Izbrani kriteriji iz ocenjevalne matrike Doživljajski indeks 2024

15.1. INCENTIVE DOGODKI – MEDNARODNA PRIMERJAVA

- **Primerjava z Avstrijo (4,79):** Avstrija je odlična izbira za incentive dogodke, ki zahtevajo vrhunsko infrastrukturo, bogato športno in adrenalinsko ponudbo ter razkošje v kulinariki in hotelih. Primerna je za dogodke, kjer so proračuni višji in je poudarek na ekskluzivnosti in udobju. Slovenija pa izstopa kot idealna destinacija za dogodke, kjer so ključni varnost, trajnost, dostopnost ter razmerje med kakovostjo in ceno. Je odlična izbira za organizatorje, ki iščejo sproščeno in gostoljubno okolje z dobrimi naravnimi in kulturnimi doživetji.
- **Primerjava z Dansko (4,79):** Danska je odlična izbira za incentive dogodke, ki zahtevajo vrhunsko kulinariko, zabavno nočno življenje, bogato doživljajsko ponudbo in odlično infrastrukturo. Primerna je za dogodke z višjimi proračuni, kjer je pomemben poudarek na udobju, vrhunski storitvi in kulturni raznolikosti. Slovenija pa je bolj primerna za dogodke, kjer so ključni varnost, trajnost, dostopnost in ugodno razmerje med kakovostjo in ceno. Je idealna za dogodke na prostem, kjer sta pomembna gostoljubnost in čudovito naravno okolje.
- **Primerjava z Estonijo (4,72):** Estonija je boljša izbira za urbane incentive dogodke, kjer so ključni elementi kakovost infrastrukture, luksuzna hotelska ponudba in profesionalnost storitev. Prav tako je primerna za dogodke, ki vključujejo bolj dinamične večerne aktivnosti ali športne dogodke.
Slovenija pa je idealna destinacija za incentive dogodke, osredotočene na naravo, trajnost, varnost in prijetno podnebje. Primerna je za organizatorje, ki želijo bolj dostopno destinacijo z enakim razmerjem med kakovostjo in ceno ter bogatimi doživetji na prostem.
- **Primerjava s Hrvaško (4,76):** Hrvaška je odlična izbira za dinamične incentive dogodke, kjer so pomembni podnebje, zabava, športne aktivnosti in luksuzna hotelska ponudba. Primerna je za dogodke, ki želijo izkoristiti obmorske destinacije in visoko profesionalnost ponudnikov. Slovenija je idealna destinacija za dogodke, osredotočene na trajnost, varnost in naravno pestrost. Njena prednost je ugodno razmerje med kakovostjo in ceno, gostoljubnost ter odlične možnosti za manjše, sproščene dogodke v naravnem okolju.

Tabela 36: Primerjava konkurenčnosti mednarodnih destinacij za incentive dogodke

OZNAKA	KRITERIJ	AVSTRIJA	DANSKA	ESTONIJA	HRVAŠKA	SLOVENIJA
KA-01	Pokrajinska pestrost	4,94	4,91	4,85	4,85	4,89
KA-02	Klimatski pogoji in primernost podnebja	4,75	4,63	4,52	4,92	4,79
KA-05	Doživljajska pestrost	4,99	4,98	4,93	4,92	4,96
KA-09	Odnos do trajnostnega razvoja	4,90	4,83	4,81	4,68	4,91
KB-01	Varnost destinacije	4,97	4,95	4,95	4,95	4,95
KB-07	Lokalna prometna infrastruktura in javni promet	4,93	4,87	4,80	4,64	4,68
KC-01	Ponudba restavracij	4,88	4,95	4,71	4,87	4,66
KC-02	Kavarne in bari	4,72	4,93	4,72	4,85	4,53
KC-03	Nočna zabava	4,59	4,92	4,62	4,81	4,49
KC-05	Aktivnosti v naravi in adrenalinska ponudba	4,98	4,92	4,80	4,92	4,86
KC-06	Ponudba športnih aktivnosti	4,98	4,96	4,92	4,97	4,86
KD-03	Kongresni hoteli in njihova kakovost	4,91	4,83	4,90	4,75	4,55
KD-05	Delež primernih hotelskih sob kategorije 4 in 5*****	4,90	4,82	4,89	4,76	4,49
KD-06	Incentive programi in ponudba	4,96	4,88	4,78	4,80	4,65
KD-07	Poslovnost in profesionalnost ponudnikov	4,89	4,84	4,92	4,78	4,61
KE-04	Razmerje med kakovostjo in ceno	4,59	4,65	4,77	4,76	4,77
KE-07	Gostoljubnost domačinov	4,71	4,87	4,80	4,73	4,79
KE-10	Imidž destinacije	4,84	4,85	4,74	4,73	4,81
KG-02	Numbeo – Quality of life indeks	3,87	3,85	3,60	3,77	3,82
KG-03	Numbeo – Safety indeks	4,58	4,33	4,34	4,76	4,83
SKUPNA OCENA:		4,79	4,79	4,72	4,76	4,70

Vir: Skupna ocena doživljajskega indeksa za leto 2024 po državah (Toleranca marketing d.o.o., december 2024)

Najboljše incentive destinacije v AVSTRIJI:

Salzburg (4,86), **Saalfelden (4,85)** in **Schladming (4,84)** so vodilne avstrijske destinacije za incentive dogodke, ki navdušujejo z izjemno kombinacijo naravne lepote, tradicije in vrhunske infrastrukture. **Dunaj (4,83)** izstopa kot XL destinacija, ki s svojo globalno prepoznavnostjo in vrhunsko profesionalnostjo privablja mednarodne dogodke. **Innsbruck (4,81)** združuje alpsko privlačnost z mestno eleganco, kar ustvarja edinstveno izkušnjo za udeležence.

Konkurenčna prednost: Avstrija izstopa s svojo vrhunsko infrastrukturo, dolgo tradicijo organizacije dogodkov in osupljivimi naravnimi lepotami, ki zagotavljajo nepozabna doživetja.

Najboljše incentive destinacije na DANSKEM:

Kopenhagen (4,87) je vodilna incentive destinacija na Danskem, ki izstopa z vrhunsko infrastrukturo, globalno prepoznavnostjo in trajnostno naravnostjo, zaradi česar je idealna za incentive dogodke na najvišji ravni. **Aarhus (4,79)** je izjemno privlačna L destinacija, znana po bogati kulturni dediščini in inovativnem pristopu k organizaciji dogodkov. **Aalborg (4,70)** pa zaostaja zaradi omejene ponudbe za incentive dogodke, a še vedno pritegne z unikatnim lokalnim značajem.

Konkurenčna prednost: Danske destinacije izstopajo z močno trajnostno usmeritvijo, odlično dostopnostjo in napredno tehnološko podporo, kar jih postavlja med najnaprednejše izbire za incentive dogodke.

Najboljše incentive destinacije v ESTONIJI:

Talin (4,86) vodi med L destinacijami z izjemno digitalno infrastrukturo in srednjeveško privlačnostjo. **Tartu (4,73)** je privlačna univerzitetna destinacija z lokalnim značajem. **Parnu (4,57)** zaostaja zaradi pomanjkanja kongresne infrastrukture.

Konkurenčna prednost: Tehnološka naprednost, dostopnost in trajnost.

Najboljše incentive destinacije na HRVAŠKEM:

Opatija (4,87) in **Rovinj (4,87)** sta vrhunski M destinaciji, ki izstopata z izjemno obmorsko privlačnostjo, bogato ponudbo luksuznih storitev in edinstvenim mediteranskim vzdušjem. **Dubrovnik (4,85)** in **Zagreb (4,83)** sta ključni destinaciji za mednarodne incentive dogodke, saj ponujata vrhunsko infrastrukturo, globalno prepoznavnost in kulturno bogastvo. **Šibenik (4,82)** je sveža in perspektivna destinacija, ki privablja z osupljivo naravno lepoto in bogato kulturno dediščino.

Konkurenčne prednosti: Hrvaške destinacije navdušujejo s široko izbiro obalnih krajev, ki združujejo osupljive naravne lepote in privlačno kulturno dediščino, kar zagotavlja nepozabna doživetja za udeležence.

Najboljše incentive destinacije v SLOVENIJI:

Portorož (4,86), **Bled (4,85)**, in **Ljubljana (4,84)** so vodilne slovenske destinacije. **Maribor (4,80)** in **Bohinj (4,78)** ponujata raznolikost za manjše incentive dogodke.

Kranjska Gora (4,75) in **Goriška Brda (4,72)** so odlične za intimne dogodke z lokalnim pridihom.

Konkurenčna prednost: Močna trajnost, varnost in kombinacija naravne in kulturne ponudbe destinacijah.

Tabela 37: Primerjava najbolj uvrščenih mest za incentive dogodke

	AVSTRIJA	DANSKA	ESTONIJA	HRVAŠKA	SLOVENIJA
TOP 5	4,86 Salzburg 4,85 Saalfelden 4,84 Schladming 4,83 Dunaj 4,81 Innsbruck	4,87 Kopenhagen 4,79 Aarhus 4,70 Aalborg	4,86 Tallinn 4,73 Tartu 4,57 Parnu	4,87 Opatija 4,87 Rovinj 4,85 Dubrovnik 4,83 Zagreb 4,82 Šibenik	4,86 Portorož 4,85 Bled 4,84 Ljubljana 4,80 Maribor 4,78 Bohinj
KONKURENČNI SET 1	XL destinacije 4,87 Kopenhagen 4,83 Dunaj		L destinacije 4,86 Salzburg 4,86 Tallinn 4,84 Ljubljana 4,83 Zagreb 4,81 Innsbruck		
KONKURENČNI SET 2	M destinacije 4,87 Opatija 4,87 Rovinj 4,85 Bled 4,85 Dubrovnik 4,85 Saalfelden 4,84 Schladming 4,80 Maribor 4,82 Šibenik		S destinacije 4,81 Mali Lošinj 4,80 Hvar 4,78 Bohinj 4,75 Kranjska Gora 4,72 Goriška Brda 4,72 Rogaška Slatina		

15.2. INCENTIVE DOGODKI – SLOVENSKA PRIMERJAVA

Povzetek ključnih ugotovitev konkurenčnosti slovenskih destinacij za incentive dogodke:

- Portorož (4,86):** Najbolje ocenjena destinacija, ki izstopa z relativno solidno hotelsko ponudbo, raznolikostjo aktivnosti (5,00 za doživljajsko pestrost, športne aktivnosti in incentive programe) ter močno podobo destinacije (imidž). Portorož ponuja celovito kombinacijo luksuza, udobja in obmorske privlačnosti, čeprav zaostaja na trajnostnem področju (4,78).
- Bled (4,85):** Navdušuje z izjemno naravno lepoto (5,00 za pokrajinsko pestrost), bogato kulturno dediščino in odličnim razmerjem med trajnostjo (4,89) ter doživljajsko pestrostjo (5,00). Bled ostaja vodilna izbira za alpske butične dogodke in incentive doživetja v osupljivem naravnem okolju.
- Ljubljana (4,84):** Izstopa kot urbana destinacija z odlično trajnostno naravnostjo (5,00), bogato kulturno ponudbo in vrhunsko profesionalnostjo ponudnikov (5,00). Ljubljana je edinstvena kombinacija sodobne evropske prestolnice in trajnostne destinacije, kar jo postavlja med vodilne regijske destinacije za incentive dogodke.
- Maribor (4,80):** Navdušuje z gostoljubnostjo (4,94) in ugodnim razmerjem med kakovostjo in ceno (4,88). Čeprav je manj prepoznaven kot Portorož ali Bled, ponuja raznoliko ponudbo aktivnosti (5,00 za doživljajsko pestrost) in močno lokalno identiteto. Slabša infrastruktura (4,69 za kakovost kongresnih hotelov) omejuje njegov potencial za večje dogodke.
- Bohinj (4,78):** Izstopa s svojo pokrajinsko in doživljajsko pestrostjo (5,00 za pokrajinsko pestrost) in trajnostno usmeritvijo (5,00), zato je Bohinj zelo privlačen za trajnostno usmerjene dogodke. Vendar pa zaostaja v infrastrukturnih vidikih, kot so kongresni hoteli (4,84) in nočno življenje (4,22).

Portorož, Bled in Ljubljana so vodilne destinacije za incentive dogodke z vrhunsko ponudbo, naravno lepoto in trajnostno naravnostjo. Maribor in Bohinj ponujata priložnosti za manjše in unikatne dogodke, kjer se narava in lokalna pristnost združujeta. Za nadaljnjo konkurenčnost je pomembno vlaganje v izboljšanje infrastrukture in promocijo teh destinacij na mednarodni ravni.

Tabela 38: Primerjava konkurenčnosti glavnih slovenskih destinacij za incentive dogodke

OZNAKA	KRITERIJ	PORTOROŽ	BLED	LJUBLJANA	MARIBOR	BOHINJ
KA-01	Pokrajinska pestrost	4,98	5,00	4,99	4,85	5,00
KA-02	Klimatski pogoji in primernost podnebja	5,00	4,90	4,65	4,84	4,88
KA-05	Doživljajska pestrost	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00
KA-09	Odnos do trajnostnega razvoja	4,78	4,89	5,00	4,81	5,00
KB-01	Varnost destinacije	4,98	4,98	4,98	4,98	4,98
KB-07	Lokalna prometna infrastruktura in javni promet	4,81	4,85	4,92	4,88	4,85
KC-01	Ponudba restavracij	4,83	4,78	4,98	4,95	4,59
KC-02	Kavarne in bari	4,84	4,68	4,95	4,90	4,48
KC-03	Nočna zabava	4,90	4,60	4,68	4,94	4,22
KC-05	Aktivnosti v naravi in adrenalinska ponudba	4,97	5,00	5,00	5,00	5,00
KC-06	Ponudba športnih aktivnosti	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00
KD-03	Kongresni hoteli in njihova kakovost	4,90	4,94	4,98	4,69	4,84
KD-05	Delež primernih hotelskih sob kategorije 4 in 5*	5,00	4,94	4,97	4,54	4,52
KD-06	Incentive programi in ponudba	5,00	4,96	5,00	4,79	5,00
KD-07	Poslovnost in profesionalnost ponudnikov	4,94	4,98	5,00	4,63	4,90
KE-04	Razmerje med kakovostjo in ceno	4,81	4,85	4,85	4,88	4,85
KE-07	Gostoljubnost domačinov	4,75	4,81	4,81	4,94	4,81
KE-10	Imidž destinacije	4,93	5,00	4,98	4,90	5,00
KG-02	Numbeo – Quality of life indeks	3,81	3,85	3,64	3,82	3,85
KG-03	Numbeo – Safety indeks	4,89	4,89	4,32	4,75	4,89
SKUPNA OCENA:		4,86	4,85	4,84	4,80	4,78

Vir: Skupna ocena doživljajskega indeksa za leto 2024 po državah (Toleranca marketing d.o.o., december 2024)

Rangiranje vseh slovenskih destinacij pokaže naslednjo sliko:

Nadpovprečne destinacije (rang 4,78–5,00):

- **Portorož (4,86):** Najbolje ocenjena destinacija, idealna za incentive dogodke z luksuzno infrastrukturo in vrhunsko ponudbo.
- **Bled (4,85):** Izjemna destinacija, ki izstopa po naravni lepoti, ekskluzivnosti in trajnostni usmerjenosti.
- **Ljubljana (4,84):** Glavno mesto z močno kulturno in gastronomsko ponudbo ter dostopnostjo.
- **Maribor (4,80):** Priljubljen zaradi ugodnega razmerja med kakovostjo in ceno ter gostoljubnostjo.
- **Bohinj (4,78):** Trajnostno usmerjena destinacija z edinstveno naravno privlačnostjo.

Povprečne destinacije (rang 4,56–4,77):

- **Kranjska Gora (4,75):** Ponuja odlične naravne in športne aktivnosti za incentive dogodke.
- **Goriška Brda (4,72) in Rogaška Slatina (4,72):** Butične destinacije z vinsko in zdraviliško ponudbo.
- **Kranj in Brdo (4,71) ter Dolina Soče (4,70):** Ponujata kombinacijo naravne lepote in aktivnosti na prostem.
- **Podčetrtek (4,68), Izola (4,67), Brežice/Čatež (4,66), Celje (4,66) in Vipavska dolina (4,66):** Lokacije z lokalnim šarmom in solidno infrastrukturo.
- **Nova Gorica (4,65) in Ptuj (4,65):** Priljubljeni destinaciji z bogato kulturno in zgodovinsko dediščino.
- **Savinjska dolina (4,58):** Primerna za dogodke, ki temeljijo na pokrajinski in doživljajski pestrosti.

Zmerne destinacije (rang 4,33–4,55):

- **Bela Krajina (4,51):** Ponuja pristno naravno in kulturno doživetje, vendar z omejeno infrastrukturo.
- **Laško (4,49):** Znano po pivski in termalni ponudbi, vendar manj razvito za incentive dogodke.
- **Zeleni Kras (4,45):** Privlačna naravna destinacija, a z omejeno dostopnostjo in ponudbo.

Podpovprečne destinacije (rang 4,10–4,32):

- **Kamnik, Novo Mesto, Slovenj Gradec:** Destinacije brez ocen, ki imajo potencial, vendar potrebujejo razvoj infrastrukture in ponudbe.

Tabela 39: Rangiranje slovenskih destinacij za incentive produkt

NADPOVPREČNO RANG 4,78–5,00		POVPREČNO RANG 4,56–4,77	
4.86	Portorož	4.75	Kranjska Gora
4.85	Bled	4.72	Goriška Brda
4.84	Ljubljana	4.72	Rogaška Slatina
4.80	Maribor	4.71	Kranj in Brdo
4.78	Bohinj	4.70	Dolina Soče
		4.68	Podčetrtek
		4.67	Izola
		4.66	Brežice Čatež
		4.66	Celje
		4.66	Vipavska dolina
		4.65	Nova Gorica
		4.65	Ptuj
		4.58	Savinjska dolina
ZMERNO RANG 4,33–4,55		PODPOVPREČNO RANG 4,10–4,32	
4.51	Bela Krajina	NA	Kamnik
4.49	Laško	NA	Novo Mesto
4.45	Zeleni Kras	NA	Slovenj Gradec

Opomba: Razponi so določeni na osnovi vseh povprečnih ocen slovenskih destinacij

16. DRŽAVNI IN POLITIČNI DOGODKI

Tabela 40: Rangiranje pomembnih značilnosti in prednosti za organizatorje državnih in političnih dogodkov

DRŽAVNI IN POLITIČNI DOGODKI

ZNAČILNOSTI (FEATURES)	PREDNOSTI (BENEFITS)
4.60 Quality accommodation	4.71 Overall quality
4.54 Quality of professionals	4.49 Attractiveness
4.51 Quality of hotels	4.51 Price/quality ratio
4.51 Quality general infrastructure	4.37 Price
4.49 High level of personal security	4.31 Authenticity
4.49 Quality of cuisine	4.09 Attitude towards the environment
4.46 Easy accessibility	3.97 Prestige
4.43 Quality of transportation	3.94 Entertainment
4.40 Quality of convention centres	3.60 Provocativeness
4.31 Good value for money	3.57 Youthfulness
4.47	4.16

Vir: Anketa o percepciji Slovenije kot destinacije za organizacijo dogodkov, n=345 (december 2024)

20 NAJPOMEMBNEJŠIH KRITERIJEV ZA ORGANIZATORJE DRŽAVNIH IN POLITIČNIH DOGODKOV

OZNAKA	SKLOP	KRITERIJ
KA-09	Naravni in kulturni dejavniki	Odnos do trajnostnega razvoja
KB-01	Splošna in prometna infrastruktura	Varnost destinacije
KB-02	Splošna in prometna infrastruktura	Cestna dostopnost
KB-03	Splošna in prometna infrastruktura	Letalska dostopnost
KB-06	Splošna in prometna infrastruktura	Urejenost letališča
KB-07	Splošna in prometna infrastruktura	Lokalna prometna infrastruktura in javni promet
KB-09	Splošna in prometna infrastruktura	Dostop do interneta
KC-01	Turistična infrastruktura	Ponudba restavracij
KD-02	Kongresna infrastruktura	Standardna paleta kongresnih ponudnikov
KD-03	Kongresna infrastruktura	Kongresni hoteli in njihova kakovost
KD-04	Kongresna infrastruktura	Kongresni centri in sejmišča
KD-05	Kongresna infrastruktura	Delež primernih hotelskih sob kategorije 4 in 5*****
KD-07	Kongresna infrastruktura	Poslovnost in profesionalnost ponudnikov
KE-01	Subjektivne ocene	Politična stabilnost
KE-02	Subjektivne ocene	Varnost
KE-04	Subjektivne ocene	Razmerje med kakovostjo in ceno
KE-05	Subjektivne ocene	Konkurenčnost destinacije
KF-01	Marketing Buzz	Ugled blagovne znamke destinacije
KG-02	Zunanji indeksi	Numbeo – Quality of life indeks
KG-03	Zunanji indeksi	Numbeo – Safety indeks

Vir: Izbrani kriteriji iz ocenjevalne matrike Doživljajski indeks 2024

16.1. DRŽAVNI IN POLITIČNI DOGODKI – MEDNARODNA PRIMERJAVA

- **Primerjava z Avstrijo (4,77):** Avstrija je odlična izbira za velike državne in vladne dogodke z visokimi zahtevami po vrhunski kongresni infrastrukturi, profesionalnosti in odlični prometni dostopnosti. Velika prednost Avstrije je varnost (4,97) in politična stabilnost (4,91). Če k temu dodamo še izjemno kakovost kongresnih hotelov, je Avstrija skupaj z Dansko zmagovalka naše primerjave.

Slovenija je bolj primerna za manjše in trajnostno usmerjene dogodke, kjer sta ključni naravna privlačnost in varnost. Izpostavi se z ugodnim razmerjem med kakovostjo in ceno ter gostoljubjem, vendar bi morala vlagati v izboljšanje kongresne infrastrukture in lokalne prometne povezave.

- **Primerjava z Dansko (4,77):** Danska ponuja sodobno konkurenčno infrastrukturo, profesionalnost in gastronomsko odličnost. Ima tudi veliko izkušenj z državnimi in vladnimi dogodki. Zato je visoko ocenjen ugled blagovne znamke (4,85) in konkurenčnost destinacije (4,92). Malenkost slabša ocena za varnost ne pokvari visoke skupne ocene.

Slovenija je primernejša za manjše, trajnostno usmerjene dogodke, ki izkoriščajo naravno lepoto, varnost in ugodno razmerje med kakovostjo in ceno. Manjša infrastrukturna zmogljivost pa omejuje njen potencial za večje dogodke.

- **Primerjava z Estonijo (4,69):** Estonija je idealna izbira za tehnološko napredne državne in vladne dogodke, ki zahtevajo vrhunsko kongresno infrastrukturo, digitalno podporo in profesionalnost. Med različnimi kriteriji izstopa poslovnost in profesionalnost ponudnikov (4,92). Med slabosti sodi nižja ocena letalske dostopnosti in najnižji indeks kakovosti življenja (3,60).

Slovenija je cenovno bolj primerna, osredotočena na trajnost, varnost in naravno lepoto. Z močno naravno in kulturno ponudbo ter ugodnim podnebjem Slovenija omogoča bolj sproščene in trajnostno usmerjene dogodke, vendar zaostaja pri kongresni infrastrukturi.

- **Primerjava s Hrvaško (4,67):** Hrvaška je idealna za večje in prestižne dogodke, kjer so ključni vrhunska gastronomska izkušnja in kakovost kongresnih hotelov. Hrvaška ima močno razmerje med kakovostjo in ceno (4,76) ter dobro ponudbo restavracij (4,87). Nižje so ocene za kongresne centre in sejmišča (4,35) ter profesionalnost ponudnikov (4,78).

Slovenija je odlična izbira za manjše, trajnostno usmerjene dogodke z osredotočenostjo na naravno lepoto, varnost in ugodno razmerje med kakovostjo in ceno. Poudariti mora izboljšanje kongresne infrastrukture in gastronomske ponudbe za večjo konkurenčnost.

Tabela 42: Primerjava konkurenčnosti mednarodnih destinacij za državne in politične dogodke

OZNAKA	KRITERIJ	AVSTRIJA	DANSKA	ESTONIJA	HRVAŠKA	SLOVENIJA
KA-09	Odnos do trajnostnega razvoja	4,90	4,83	4,81	4,68	4,83
KB-01	Varnost destinacije	4,97	4,95	4,95	4,95	4,95
KB-02	Cestna dostopnost	4,86	4,94	4,56	4,59	4,58
KB-03	Letalska dostopnost	4,48	4,70	4,37	4,53	4,52
KB-06	Urejenost letališča	4,61	4,76	4,50	4,53	4,45
KB-07	Lokalna prometna infrastruktura in javni promet	4,93	4,87	4,80	4,64	4,68
KB-09	Dostop do interneta	4,85	4,86	4,85	4,83	4,78
KC-01	Ponudba restavracij	4,88	4,95	4,71	4,87	4,66
KD-02	Standardna paleta kongresnih ponudnikov	4,76	4,76	4,71	4,63	4,44
KD-03	Kongresni hoteli in njihova kakovost	4,91	4,83	4,90	4,75	4,55
KD-04	Kongresni centri in sejmišča	4,79	4,78	4,75	4,35	4,35
KD-05	Delež primernih hotelskih sob kategorije 4 in 5*****	4,90	4,82	4,89	4,76	4,49
KD-07	Poslovnost in profesionalnost ponudnikov	4,89	4,84	4,92	4,78	4,61
KE-01	Politična stabilnost	4,91	4,87	4,82	4,83	4,83
KE-02	Varnost	4,96	4,93	4,95	4,94	4,95
KE-04	Razmerje med kakovostjo in ceno	4,59	4,65	4,77	4,76	4,77
KE-05	Konkurenčnost destinacije	4,85	4,92	4,83	4,75	4,74
KF-01	Ugled blagovne znamke destinacije	4,84	4,85	4,79	4,75	4,70
KG-02	Numbeo – Quality of life indeks	3,87	3,85	3,60	3,77	3,82
KG-03	Numbeo – Safety indeks	4,58	4,33	4,34	4,76	4,83
SKUPNA OCENA:		4,77	4,77	4,69	4,67	4,63

Vir: Skupna ocena doživljajskega indeksa za leto 2024 po državah (Toleranca marketing d.o.o., december 2024)

Najboljše destinacije za državne in vladne dogodke v AVSTRIJI:

Dunaj (4,86) je vodilna XL destinacija z izjemno kongresno infrastrukturo in globalno prepoznavnostjo. **Salzburg (4,85)**, **Saalfelden (4,84)**, **Schladming (4,82)** in **Graz/Innsbruck (4,80)** so zelo konkurenčne L destinacije z naravno lepoto in bogato kulturno dediščino.

Konkurenčne prednosti: Odlična infrastruktura, prometna dostopnost, zgodovinski ugled in široka paleta luksuznih nastanitev.

Najboljše destinacije za državne in vladne dogodke na DANSKEM:

Kopenhagen (4,91) je najboljša XL destinacija z odlično prometno infrastrukturo, trajnostno naravnostjo in vrhunsko organizacijo dogodkov. **Aarhus (4,81)** je močna L destinacija z inovativnim pristopom in tehnološko naprednostjo. **Aalborg (4,58)** je manj konkurenčna zaradi omejene ponudbe.

Konkurenčne prednosti: Vodilna trajnostna destinacija s poudarkom na inovacijah in dostopnosti.

Najboljše destinacije za državne in vladne dogodke v ESTONIJI:

Talin (4,85) je vodilna L destinacija z visoko digitalno podporo in srednjeveško arhitekturo. **Tartu (4,72)** je univerzitetno mesto z lokalno privlačnostjo.

Konkurenčne prednosti: Tehnološka naprednost, dostopnost in trajnost.

Najboljše destinacije za državne in vladne dogodke na HRVAŠKEM:

Zagreb (4,84) je glavna L destinacija z močno infrastrukturo in bogato kulturno dediščino. **Rovinj (4,81)**, **Opatija (4,78)**, **Dubrovnik (4,76)** so vodilne jadranske destinacije. **Šibenik/Split (4,74)** pa predstavljata novi zvezdi na hrvaškem zemljevidu.

Konkurenčne prednosti: Obalne destinacije z bogato zgodovino in gostoljubnostjo.

Najboljše destinacije za državne in vladne dogodke v SLOVENIJI:

Ljubljana (4,85) je vodilna L destinacija z vrhunsko trajnostno ponudbo in dostopnostjo. **Bled (4,84)** in **Portorož (4,78)**: Močni M destinaciji z naravno in obmorsko privlačnostjo.

Konkurenčne prednosti: Trajnost, varnost in naravna privlačnost.

Tabela 43: Primerjava najbolje uvrščenih mest za državne in vladne dogodke

	AVSTRIJA	DANSKA	ESTONIJA	HRVAŠKA	SLOVENIJA
TOP 5	4,86 Dunaj 4,85 Salzburg 4,84 Saalfelden 4,82 Schladming 4,80 Graz 4,80 Innsbruck	4,91 Kopenhagen 4,81 Aarhus 4,58 Aalborg	4,85 Tallinn 4,72 Tartu 4,50 Parnu	4,84 Zagreb 4,81 Rovinj 4,78 Opatija 4,76 Dubrovnik 4,74 Split 4,74 Šibenik	4,85 Ljubljana 4,84 Bled 4,78 Portorož 4,73 Bohinj 4,71 Maribor
KONKURENČNI SET 1	XL destinacije 4,91 Kopenhagen 4,86 Dunaj		L destinacije 4,85 Ljubljana 4,85 Salzburg 4,85 Tallinn 4,84 Zagreb 4,18 Aarhus 4,80 Graz 4,80 Innsbruck 4,77 Linz		
KONKURENČNI SET 2	M destinacije 4,84 Bled 4,84 Saalfelden 4,82 Schladming 4,81 Rovinj 4,78 Opatija 4,78 Portorož 4,76 Dubrovnik		S destinacije 4,73 Bohinj 4,70 Kranjska Gora 4,67 Rogaška Slatina 4,65 Kranj in Brdo 4,63 Hvar 4,63 Mali Lošinj		

16.2. DRŽAVNI IN POLITIČNI DOGODKI – SLOVENSKA PRIMERJAVA

Povzetek ključnih ugotovitev konkurenčnosti slovenskih destinacij za državne in politične dogodke:

- Ljubljana (4,85):** Ljubljana je vodilna destinacija za državne in vladne dogodke, saj izstopa s trajnostno naravnostjo (5,00), široko paleto kongresnih ponudnikov (5,00) in odlično infrastrukturo (5,00 za kongresne centre). Ima najboljšo cestno dostopnost (4,99) in odlično profesionalnost ponudnikov (5,00).
- Bled (4,84):** Bled navdušuje s svojo naravno lepoto, trajnostnim razvojem (4,89) ter ugledom blagovne znamke destinacije (5,00). Je odlična izbira za dogodke manjšega obsega z ekskluzivnim značajem. Pomanjkljivosti vključujejo omejeno letalsko dostopnost (4,63) in infrastrukturne zmožljivosti za večje dogodke (4,76 za kongresne centre).
- Portorož (4,78):** Portorož izstopa z največjim deležem hotelskih sob višje kategorije (5,00) in močno obalno privlačnostjo. Njegove slabosti so omejena letalska dostopnost (4,59), slabša urejenost letališča (4,33) ter nižje ocene za trajnostno naravnost (4,78).
- Bohinj (4,73):** Bohinj izstopa z izjemno naravno lepoto (5,00 za pokrajinsko pestrost) in trajnostjo (5,00). Priljubljen je za manjše dogodke z naravnim poudarkom, a zaostaja pri infrastrukturi, kot so kongresni centri (4,04) in kakovost kongresnih hotelov (4,84).
- Maribor (4,71):** Maribor privlači z gostoljubnostjo domačinov (4,94) in ugodnim razmerjem med kakovostjo in ceno (4,88). Kljub temu je slabše ocenjen pri letalski dostopnosti (4,42) in kongresni infrastrukturi (4,41 za kongresne centre).

Tabela 44: Primerjava konkurenčnosti glavnih slovenskih destinacij za državne in politične dogodke

OZNAKA	KRITERIJ	LJUBLJANA	BLED	PORTOROŽ	BOHINJ	MARIBOR
KA-09	Odnos do trajnostnega razvoja	5,00	4,89	4,78	5,00	4,81
KB-01	Varnost destinacije	4,98	4,98	4,98	4,98	4,98
KB-02	Cestna dostopnost	4,99	4,94	4,74	4,94	4,89
KB-03	Letalska dostopnost	4,58	4,63	4,59	4,63	4,42
KB-06	Urejenost letališča	4,98	4,78	4,33	4,78	4,39
KB-07	Lokalna prometna infrastruktura in javni promet	4,92	4,85	4,81	4,85	4,88
KB-09	Dostop do interneta	4,95	4,88	4,91	4,88	4,73
KC-01	Ponudba restavracij	4,98	4,78	4,83	4,59	4,95
KD-02	Standardna paleta kongresnih ponudnikov	5,00	4,97	4,86	4,39	4,59
KD-03	Kongresni hoteli in njihova kakovost	4,98	4,94	4,90	4,84	4,69
KD-04	Kongresni centri in sejmišča	5,00	4,76	4,89	4,04	4,41
KD-05	Delež primernih hotelskih sob kategorije 4 in 5*	4,97	4,94	5,00	4,52	4,54
KD-07	Poslovnost in profesionalnost ponudnikov	5,00	4,98	4,94	4,90	4,63
KE-01	Politična stabilnost	4,92	4,92	4,85	4,92	4,92
KE-02	Varnost	4,97	4,97	4,96	4,97	4,97
KE-04	Razmerje med kakovostjo in ceno	4,85	4,85	4,81	4,85	4,88
KE-05	Konkurenčnost destinacije	4,93	4,96	4,82	4,96	4,96
KF-01	Ugled blagovne znamke destinacije	4,98	5,00	4,91	4,90	4,90
KG-02	Numbeo – Quality of life indeks	3,64	3,85	3,81	3,85	3,82
KG-03	Numbeo – Safety indeks	4,32	4,89	4,89	4,89	4,75
SKUPNA OCENA:		4,85	4,84	4,78	4,73	4,71

Vir: Skupna ocena doživljajskega indeksa za leto 2024 po državah (Toleranca marketing d.o.o., december 2024)

Rangiranje vseh slovenskih destinacij pokaže naslednjo sliko:

Nadpovprečne destinacije (rang 4,78–5,00):

- **Ljubljana (4,85):** Najbolje ocenjena destinacija z vrhunsko kongresno infrastrukturo, dostopnostjo in ugledom.
- **Bled (4,84):** Ekskluzivna destinacija, ki izstopa po naravni lepoti, prestižu in varnosti.
- **Portorož (4,78):** Priljubljena obalna destinacija z luksuznimi nastanitvami in dobrimi kongresnimi možnostmi.

Povprečne destinacije (rang 4,56–4,77):

- **Bohinj (4,73):** Naravno usmerjena destinacija, idealna za manjše in trajnostno usmerjene dogodke.
- **Maribor (4,71):** Ugodna izbira za dogodke z omejenim proračunom, z dobro lokalno dostopnostjo.
- **Kranjska Gora (4,70):** Atraktivna za dogodke s trajnostnim poudarkom in v povezavi s športnimi prireditvami (srečanje politikov ob Planici itd.).
- **Rogaška Slatina (4,67), Brežice/Čatež (4,65), Celje (4,65) in Kranj/Brdo (4,65):** Solidne destinacije z močno lokalno identiteto, primerne za dogodke srednjega obsega.
- **Goriška Brda (4,63):** Idealna za butične dogodke z vinsko in gastronomsko noto.
- **Nova Gorica (4,61) in Podčetrtek (4,60):** Dobri lokaciji za manjše, lokalno usmerjene dogodke.
- **Ptuj (4,59), Dolina Soče (4,58), Izola (4,58) in Vipavska dolina (4,58):** Privlačne, a z omejeno infrastrukturo za večje dogodke.

Zmerne destinacije (rang 4,33–4,55):

- **Bela Krajina (4,48) in Laško (4,48):** Pristne destinacije z omejeno ponudbo kongresnih kapacitet.
- **Savinjska dolina (4,41) in Zeleni Kras (4,41):** Priljubljeni za dogodke v naravi, vendar potrebujeta dodatne investicije v infrastrukturo.

Podpovprečne destinacije (rang 4,10–4,32):

Kamnik, Novo Mesto, Slovenj Gradec: Destinacije brez ocen, z omejeno prepoznavnostjo in neizkoriščenim potencialom.

Tabela 45: Rangiranje slovenskih destinacij za državne in vladne dogodke

NADPOVPREČNO RANG 4,78–5,00		POVPREČNO RANG 4,56–4,77	
4.85	Ljubljana	4.73	Bohinj
4.84	Bled	4.71	Maribor
4.78	Portorož	4.70	Kranjska Gora
		4.67	Rogaška Slatina
		4.65	Brežice Čatež
		4.65	Celje
		4.65	Kranj in Brdo
		4.63	Goriška Brda
		4.61	Nova Gorica
		4.60	Podčetrtek
		4.59	Ptuj
		4.58	Dolina Soče
		4.58	Izola
		4.58	Vipavska dolina
ZMERNO RANG 4,33–4,55		PODPOVPREČNO RANG 4,10–4,32	
4.48	Bela Krajina	NA	Kamnik
4.48	Laško	NA	Novo Mesto
4.41	Savinjska dolina	NA	Slovenj Gradec
4.41	Zeleni Kras		

Opomba: Razponi so določeni na osnovi vseh povprečnih ocen slovenskih destinacij

17. PORTFELJSKA MATRIKA SLOVENSКИH DESTINACIJ



LJUBLJANA

4.85 Državni in vladni dogodki
4.84 Incentive dogodki
4.80 Dogodki združenj
4.72 Korporativni dogodki

Skupna ocena: 4.80



BLED

4.85 Incentive dogodki
4.84 Državni in vladni dogodki
4.71 Korporativni dogodki
4.65 Dogodki združenj

Skupna ocena: 4.76



PORTOROŽ

4.86 Incentive dogodki
4.78 Državni in vladni dogodki
4.70 Korporativni dogodki
4.58 Dogodki združenj

Skupna ocena: 4.73



MARIBOR

4.80 Incentive dogodki
4.71 Državni in vladni dogodki
4.66 Korporativni dogodki
4.63 Dogodki združenj

Skupna ocena: 4.70



BOHINJ

4.78 Incentive dogodki
4.73 Državni in vladni dogodki
4.61 Korporativni dogodki
4.56 Dogodki združenj

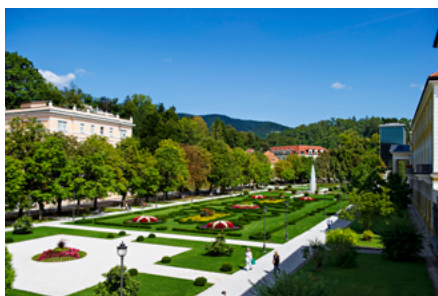
Skupna ocena: 4.67



KRANJSKA GORA

4.75 Incentive dogodki
4.70 Državni in vladni dogodki
4.59 Korporativni dogodki
4.51 Dogodki združenj

Skupna ocena: 4.64



ROGAŠKA SLATINA

4.72 Incentive dogodki
4.67 Državni in vladni dogodki
4.60 Korporativni dogodki
4.45 Dogodki združenj

Skupna ocena: 4.61



KRANJ IN BRDO

4.71 Incentive dogodki
4.65 Državni in vladni dogodki
4.62 Korporativni dogodki
4.41 Dogodki združenj

Skupna ocena: 4.60



BREŽICE/ČATEŽ

4.66 Incentive dogodki
4.65 Državni in vladni dogodki
4.57 Korporativni produkt
4.43 Dogodki združenj

Skupna ocena: 4.58



GORIŠKA BRDA

4.72 Incentive dogodki
4.63 Državni in vladni dogodki
4.52 Korporativni dogodki
4.44 Dogodki združenj

Skupna ocena: 4.58



CELJE

4.66 Incentive dogodki
4.65 Državni in vladni dogodki
4.58 Korporativni dogodki
4.38 Dogodki združenj

Skupna ocena: 4.57



NOVA GORICA

4.65 Incentive dogodki
4.61 Državni in vladni dogodki
4.53 Korporativni dogodki
4.39 Dogodki združenj

Skupna ocena: 4.55



PODČETRTEK

4.65 Incentive dogodki
4.61 Državni in vladni dogodki
4.50 Korporativni dogodki
4.38 Dogodki združenj

Skupna ocena: 4.54



IZOLA

4.67 Incentive dogodki
4.58 Državni in vladni dogodki
4.55 Korporativni dogodki
4.32 Dogodki združenj

Skupna ocena: 4.53



PTUJ

4.65 Incentive dogodki
4.59 Državni in vladni dogodki
4.51 Korporativni dogodki
4.36 Dogodki združenj

Skupna ocena: 4.53



VIPAVSKA DOLINA

4.66 Incentive dogodki
4.58 Državni in vladni dogodki
4.51 Korporativni dogodki
4.32 Dogodki združenj

Skupna ocena: 4.52



DOLINA SOČE

4.70 Incentive dogodki
4.58 Državni in vladni dogodki
4.44 Korporativni dogodki
4.31 Dogodki združenj

Skupna ocena: 4.51



LAŠKO

4.49 Incentive dogodki
4.48 Državni in vladni dogodki
4.39 Korporativni dogodki
4.30 Dogodki združenj

Skupna ocena: 4.42



BELA KRAJINA

4.51 Incentive dogodki
4.48 Državni in vladni dogodki
4.39 Korporativni dogodki
4.24 Dogodki združenj

Skupna ocena: 4.41



SAVINJSKA DOLINA

4.58 Incentive dogodki
4.41 Državni in vladni dogodki
4.35 Korporativni dogodki
4.18 Dogodki združenj

Skupna ocena: 4.38



ZELENI KRAS

4.45 Incentive dogodki
4.41 Državni in vladni dogodki
4.31 Korporativni dogodki
4.19 Dogodki združenj

Skupna ocena: 4.34

18. DODATNI VIRI IN LITERATURA

VEČ INFORMACIJ O METODOLOGIJI MEETINGS STAR

www.meetings-star.eu

www.kongres-magazine.eu

SEZNAM NAJBOLJŠIH DESTINACIJ IN HOTELOV 2024

[Meeting Star Guide 2024](#)

KORISTNA LITERATURA

1. **Abbott, J.L., Geddie, M.W. (2001)**, Event and Venue Management: Minimizing Liability through Effective Crowd Management Techniques
2. **Allen, J. (2000)**, Event Planning, John Wiley and Sons
3. **Bladen, C., Kennell J., Abson E., Wilde N. (2021)**, Events Management: An Introduction, Routledge
4. **Bowdin, G., Allen J., O'Toole W., Harris R., McDonnell I. (2011)**, Events Management, Oxford, Elsevier Butterworth-Heinemann
5. **Celuch, K. (2019)**, Let Convention Bureaus Flourish, Vistula University
6. **Chappell, L. (2020)**, Virtual Event Survival Guide: Plan, Build, and Host Successful Online Events, Chappell University
7. **Chodor, B., Cyranski, G. (2020)**, Transitioning to Virtual and Hybrid Events: How to Create, Adapt, and Market an Engaging Online Experience, John Wiley and Sons
8. **Collis, R. (2002)**, The Survivor's Guide to Business Travel, Kogan Page
9. **Čad, G. (2022)**, Power to the meetings, Toleranca marketing
10. **Davidson, R. (2014)**, Winning Meetings and Events for Your Venue, Oxford: Goodfellow
11. **Davidson, R. (2018)**, Business Events 2nd Edition, Routledge
12. **Davidson, R., Cope, B. (2003)**, Business Travel, FT Prentice Hall
13. **Davidson, R., Rogers, T. (2016)**, Marketing Destinations and Venues for Conferences, Conventions, and Business Events (Events Management), Routledge
14. **De Blanc Goldblatt, S. (2011)**, The Complete Guide to Greener Meetings and Events, John Wiley and Sons
15. **De Groot, E., Van der Vjver, M. (2013)**, Into the Hearth of the Meeting, Mindmeeting
16. **Dies, J. H. (2017)**, Event Planner: How to Start a Full Service Event Planning Business, CreateSpace Independent Publishing Platform
17. **Dwyer, L., Wickens, E. (2013)**, Event Tourism and Cultural Tourism, Routledge
18. **Eliasson, M., Villfor Larsson, P. (2011)**, Kick-Start Your Work Meeting: A Handbook for Facilitators, Meetings International Publishing
19. **Getz, D. (2008)**, Event Tourism: Definition, Evolution, and Research, Tourism Management
20. **Holmes, K., Hughes, M., Mair, J., Carlsen, J. (2015)**, Events and Sustainability, Routledge
21. **Klančnik, R. (2009)**, Krizni menedžment, upravljanje nevarnosti in krizno komuniciranje v turizmu, Gornice
22. **Lawson, F. (2000)**, Congress, Convention and Exhibition Facilities: Planning, Design and Management, Oxford, Architectural Press
23. **Legrand, W., Sloan, P., Chen, J. (2016)**, Sustainability in the Hospitality Industry: Principles of Sustainable Operations, Routledge
24. **Lunt, T., Nicotra, E. (2018)**, Event Sponsorship and Fundraising: An Advanced Guide, Kogan Page
25. **Malen, C., Adams, L. (2008)**, Event Management in Sport, Recreation and Tourism, Routledge
26. **McArthur, T. (2019)**, The Secret Event Funnel: The Hidden Formula to 10X Your ROI at Every Event, Conference, or Trade-Show You Sponsor or Speak At, Independently Published
27. **McDonell, I., Moir, M. (2013)**, Event Sponsorship, Routledge
28. **Meerman Scott, D., Manafy, M. (2020)**, Standout Virtual Events: How to Create an Experience That Your Audience Will Love, Independently Published
29. **Morgann, N., Pritchard, A., Pride, R. (2010)**, Destination Branding: Creating the Unique Destination Proposition, Elsevier, Butterworth-Heinemann
30. **Phillips, J., Fu, F. Q., Phillips, P., Yi, H. (2020)**, ROI in Marketing: The Design Thinking Approach to Measure, Prove, and Improve the Value of Marketing, McGraw Hill
31. **Phillips, J., Myhill, M., McDonough, J. (2007)**, Proving the Value of Meetings and Events: How and Why to Measure ROI, ROI Institute
32. **Pielichaty, H., Els, Reed, I., Mawer, V. (2016)**, Events Project Management, Routledge

33. **PMI (2017)**, A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK Guide), Project Management Institute
34. **Ramsborg, G. C. (2015)**, Professional Meeting Management: A Guide to Meetings, Conventions, and Events, Agate B2, PCMA
35. **Ritchie, B. W. (2009)**, Crisis and Disaster Management for Tourism, Channel View Publications
36. **Rogers, T. (1998)**, Conferences: A Twenty-First Century Industry, Harlow, Addison Wesley Longman
37. **Rogers, T. (2008)**, Conferences and Conventions: A Global Industry, Elsevier Butterworth-Heinemann
38. **Seraphin, H., Nolan, E. (2018)**, Green Events and Green Tourism: An International Guide to Good Practice, Routledge
39. **Silvers, J. (2004)**, Professional Event Coordination, John Wiley and Sons
40. **Silvers, J.R. (2007)**, Risk Management for Meetings and Events, Elsevier
41. **Skinner, B., Rukavina V. (2003)**, Event Sponsorship, John Wiley and Sons
42. **Smilansky, S. (2018)**, Experiential Marketing: A Practical Guide to Interactive Brand Experiences, Kogan Page
43. **Smith, A. (2012)**, Events and Urban Regeneration: The Strategic Use of Events to Revitalise Cities, Routledge Taylor & Francis Group
44. **Swarbrooke, J., Horner, S. (2001)**, Business Travel and Tourism, Butterworth-Heinemann
45. **Tum, J., Norton, P., Wright, N. (2006)**, Management of Event Operations
46. **Weber, K., Chon, K. (2002)**, Convention Tourism, Routledge
47. **Zidanski, M. (2016)**, Kongresna dejavnost - viri in načini pridobivanja kongresov, Samozaložba



TOLERANCA