

POSLOVNO IN FINANČNO POROČILO ZA LETO 2025

Pripravila: Kaja Beton

Javni zavod Turizem in kultura Radovljica

Linhartov trg 9, 4240 Radovljica

T: 04 531 51 12, F: 08 20513 36, info@radolca.si, www.radolca.si

Podračun številka: 013026030925656, matična številka: 3683516, davčna številka: SI71535586

PREDSTAVITEV ZAVODA

OSNOVNI PODATKI

Polni naziv javnega zavoda: Javni zavod Turizem in kultura Radovljica

Skrajšana firma: Turizem in kultura Radovljica

Naslov: Linhartov trg 9

Ustanovitelj: Občina Radovljica

Pravna oblika: Javni zavod

Matična številka: 3683516

Davčna številka: SI71535586

ORGANI ZAVODA

Svet zavoda: Peter Kavčič, predsednik

Člani: Bogomir Vnučec, Aleša Mušič, Katja Stušek, Romana Šlibar Pačnik, Marcela Klofutar, Alja Štendler, Maja Kostanjšek, Franjo Pogačnik

Direktorica zavoda: Kaja Beton

Število zaposlenih: 9

KAZALO

PREDSTAVITEV ZAVODA	2
1 UVOD	5
2 PROGRAMSKO POROČILO - TURIZEM	8
2.1 STATISTIČNI PREGLED LETA	8
2.2 PROMOCIJA DESTINACIJE	11
2.2.1 SEJMI IN BORZE	11
2.2.2 OBISKI NOVINARJEV IN TURISTIČNIH AGENTOV	13
2.2.3 SLOVENSKI MEDIJI	14
2.2.4 POJAVNOST NA SPLETU	15
2.2.5 PRIDOBIVANJE VSEBIN ZA PROMOCIJO	27
2.2.6 TISKOVINE	27
2.3 TURISTIČNO INFORMACIJSKA DEJAVNOST	27
2.3.1 OBISKOVALCI TIC	28
2.3.2 PRODAJA TIC	32
2.4 PRIREDITVE	33
2.4.1 PRIREDITVE V ORGANIZACIJI TURIZMA RADOVLJICA	34
2.4.2 SODELOVANJE IN PODPORA OSTALIM DOGODKOM	40
2.5 TURISTIČNI PRODUKTI	41
2.5.1 TURISTIČNA VODENJA	41
2.5.2 KARTICA GOSTA	44
2.5.3 POLETNI AVTOBUSNI PREVOZ	45
2.5.4 NARJEN V RADOL'Č	47
2.5.5 S ČEBELICO PO RADOVLJICI	47
2.5.6 POHODNIŠTVO IN KOLESARJENJE	47
2.5.7 PAKETI ZA SLOVENSKE GOSTE	48
2.5.8 UPRAVLJANJE BAROČNE IN PLESNE DVORANE RADOVLJIŠKE GRAŠČINE	48
2.6 URESNIČEVANJE TURISTIČNE STRATEGIJE	48
2.7 POVEZOVANJE IN SODELOVANJE	49
2.7.1 ZELENA SHEMA SLOVENSKEGA TURIZMA	49
2.7.2 POVEZOVANJE S TURISTIČNIM GOSPODARSTVOM	50
2.7.3 JULIJSKE ALPE	50
2.7.4 ZDRUŽENJE ZGODOVINSKIH MEST SLOVENIJE	52
2.7.5 BEST TOURISM VILLAGES BY UNWTO	52
2.8 PRIDOBIVANJE DRUGIH VIROV FINANCIRANJA	52
2.8.1 RAZPIS MGTŠ	52
2.8.2 RAZPIS STO	53
2.8.3 RAZPIS LAS	54
2.8.4 SPONZORSTA	54

3	PROGRAMSKO POROČILO – LINHARTOVA DVORANA.....	55
3.1	FILMSKI PROGRAM.....	55
3.1.1	STATISTIKA OBISKA	57
3.1.2	PROMOCIJSKA DEJAVNOST	58
3.1.3	POLETNI KINO.....	59
3.1.4	SODELOVANJE S ŠOLAMI	60
3.2	GLEDALIŠKI PROGRAM.....	60
3.3	GLASBENI PROGRAM	62
3.4	DRUGE PRIREDITVE IN NAJEM DVORAN	63
3.5	STATISTIKA OBISKA LINHARTOVE DVORANE	63
3.6	SPLETNA PRODAJA VSTOPNIC.....	64
3.7	VIRI FINANCIRANJA.....	65
4	RAČUNOVODSKO POROČILO ZA POSLOVNO LETO 2024.....	66
4.1	UVODNA POJASNILA	66
4.1.1	RAČUNOVODSKE INFORMACIJE	67

POSLOVNO POROČILO ZA LETO 2025

1 UVOD

Javni zavod je bil ustanovljen za opravljanje naslednjih dejavnosti, ki jih opravlja v javnem interesu kot javno službo v občini Radovljica:

Na področju turizma:

- oblikovanje celovite turistične ponudbe: priprava strategije razvoja turizma in vsakoletno aktualiziranje usmeritev, oblikovanje celovite turistične ponudbe območja občine, priprava strokovnih podlag za kvalitetno odločanje občinskih organov, sistematično iskanje dodatnih sredstev za pospeševanje turizma, organizacija in izvajanje prireditev, prodaja trgovskega blaga, ki se tematsko vklaplja v osnovno dejavnost zavoda, vodenje registra turističnih vodnikov turističnega območja, posredovanje vodniške službe, športnih in kulturnih programov, spodbujanje razvoja celovitih turističnih proizvodov turističnega območja in trženje celovite turistične ponudbe na ravni turističnega območja, skrb za javno turistično infrastrukturo, spodbujanje razvoja in urejanje objektov turistične infrastrukture na območju občine,
- informacijsko turistične dejavnosti: upravljanje turistično informacijskih centrov, informiranje turistov in občanov, zbiranje podatkov za potrebe informiranja obiskovalcev, ugotavljanje mnenj obiskovalcev o kakovosti turistične ponudbe, sprejemanje in posredovanje predlogov in pritožb obiskovalcev v zvezi s turistično ponudbo pristojnim organom, urejanje in vzdrževanje turistične signalizacije,
- promocija turistične ponudbe: priprava in vzdrževanje celostne podobe turistične ponudbe v občini, izdelava, obnavljanje in distribucija promocijskih materialov, izvajanje lastnih promocijskih akcij in sodelovanje v skupnih lokalnih, regionalnih, nacionalnih in mednarodnih promocijskih aktivnostih, razvijanje in utrjevanje stikov z javnostjo, servisiranje študijskih skupin in poslovnih obiskovalcev,
- sooblikovanje turistične ponudbe Slovenije in njene promocije,
- sodelovanje s sorodnimi organizacijami in ustanovami: vključevanje aktivnosti turističnih društev s statusom društev, ki delujejo v javnem interesu, sodelovanje z drugimi društvi z območja občine, s katerimi je možno programsko dopolnjevanje in povezava, sodelovanje s Slovensko turistično organizacijo, Nacionalnim turističnim združenjem in drugimi sorodnimi organizacijami,
- ozaveščanje in spodbujanje lokalnega prebivalstva za pozitiven odnos do turistov in turizma,
- lastna dejavnost: na podlagi drugih predpisov in pogodb, upravljanje naravnih in drugih znamenitosti, trženjske storitve za ponudnike na območju občine, incoming rezervacijska in prodajna služba za vse turistične ponudnike na območju občine, izvajanje gostinskih storitev, povezanih z dejavnostjo zavoda,
- druge storitve, ki se v občini Radovljica brezplačno nudijo turistom,
- izvajanje drugih aktivnosti, ki ne nasprotujejo in ne ovirajo osnovnega poslanstva zavoda,
- in druge naloge na podlagi predpisov Občine Radovljica.

Na področju kulture:

- predvajanje celovečernih in dokumentarnih filmov domače in tuje proizvodnje, predvajanje reklamnih filmov, gramofonskih posnetkov, diapozitivov in magnetofonskih posnetkov,
- posredovanje in ustvarjanje gledaliških predstav in drugih kulturnih prireditev,
- izvajanje založniške dejavnosti s področja svojega delovanja, prodaja in ustvarjanje filmskih, gledaliških in drugih tiskov,
- upravljanje z Linhartovo dvorano, Baročno in Plesno dvorano v Radovljiški graščini ter drugimi objekti in prostori, prenesenimi v upravljanje zavodu, skrb za njihovo izkoriščenost za namen kulturnih, turističnih in drugih dejavnosti, ki so v javnem interesu, v prostih terminih pa tudi za druge dejavnosti,
- sodelovanje z drugimi izvajalci kulturnih programov v občini z namenom večje dostopnosti kulturnih dobrin, kakovosti kulturnega delovanja in podpore raznolikosti kulturne zvrsti.

Poročilo je sestavljeno v dveh delih, glede na področje delovanja. Prvi del se navezuje na področje turizma, drugi na področje kulture.

Ob tokratnem poročilu izpostavljamo ključne izzive, s katerimi se na JZTKR soočamo in ki jih je potrebno nasloviti za nadaljnje uspešno delo:

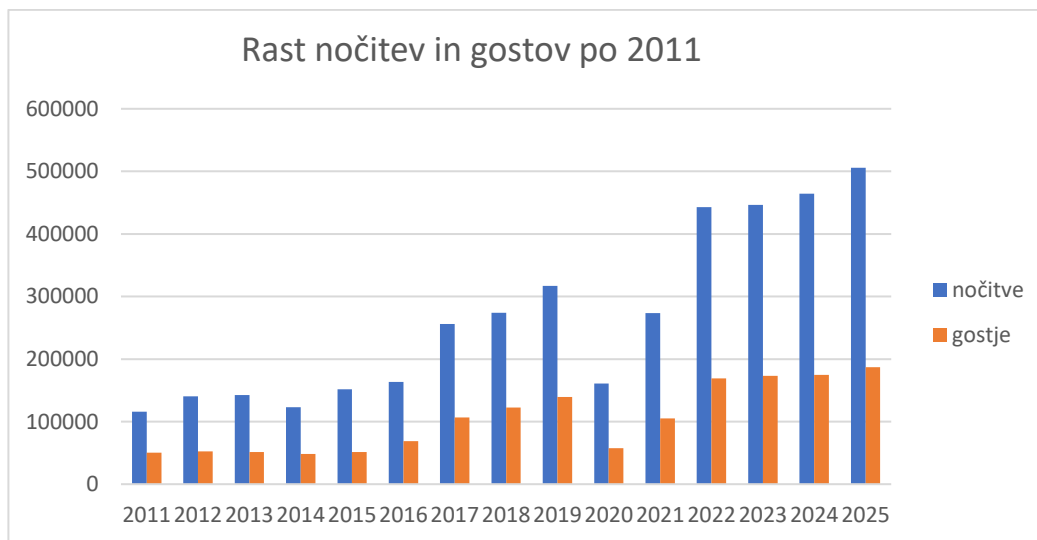
- **Prostorska stiska JZTKR:** javni zavod je razdeljen v dve področji dela in tudi delovni prostori se nahajajo na dveh ločenih lokacijah. Del ekipe je na lokaciji TIC Radovljica (v dveh pisarnah in informacijskem centru 4 osebe: direktorica in 3 zaposleni s področja turizma). Del ekipe je na lokaciji Linhartova dvorana (v 4 pisarnah; 1 zaposlen s področja turizma in 4 zaposleni s področja kulture). Trenutno prostor omogoča ob manjših posegih v prostor še največ umestitev enega delavnega prostora v Linhartovi dvorani. Ob tem naj povemo, da JZTKR nima sejne dvorane ali podobnega prostora za skupne sestanke celotne ekipe.
- **Kadrovska podhranjenost JZTKR:** na področju kadrov smo v primerjavi s primerljivimi javnimi zavodi s področja turizma in kulture podhranjeni. Trenutno je v JZTKR zaposlenih 9 oseb, od tega 4 na področju kulture in 5 na področju turizma (vključno z direktorico). Za primerjavo, na Zavodih za turizem v Kranjski Gori in na Bledu je zaposlenih 9 oziroma 10 oseb, na Zavodu za turizem in kulturo Kranj pa skupno 14. Obe področji sta kadrovske podhranjeni, zato je vprašljiv nadaljnji razvoj novih produktov in dogodkov ter posledično konkuriranje na trgu. Predvsem se kadrovska stiska pokaže v primeru pridobivanja razpisnih sredstev, saj aktivnosti težko izpeljemo z obstoječimi kadri.
- **Razpršeni skladiščni prostori:** Oprema za prireditve je trenutno na 4 ločenih lokacijah: v Linhartovi dvorani (oprema področja kulture), v garaži za sodiščem ter na dveh lokacijah na Linhartovem trgu: v Lahovci ter v kleti Radovljiške graščine. Medtem ko je garaža primerna za skladiščenje večje opreme, je skladiščenje v graščinski kleti, ki bi ji veljalo nameniti bolj javno vsebino, neprimerno. Opremo po večini skladiščimo v Lahovci, saj le tako lahko manjšamo stroške postavljanja opreme (ker ni potreben vsakokratni prevoz na trg). Skladiščenje tiskovin trenutno rešujemo z najemanjem prostora ob vstopu na Linhartov trg.

- **Nujna vlaganja v nadgradnjo tehnične opreme** Linhartove dvorane: Nujno potrebna je menjava kino projektorja v Linhartovi dvorani, kar je Občina Radovljica že umestila v plan 2026 ob podpori sredstev MK. Poleg tega dvorana potrebuje vsaj še dve investiciji in sicer menjava odrskih desk ter umestitev kopalnice s tušem za gledališčnike in druge nastopajoče. Projekt za umestitev kopalnice je pripravljen, za izvedbo pa bi preuredili enega od wc-jev zaposlenih v kopalnico s tušem. Sredstva za ta dva namena v proračunu občine za 2026 niso bila odobrena.

2 PROGRAMSKO POROČILO - TURIZEM

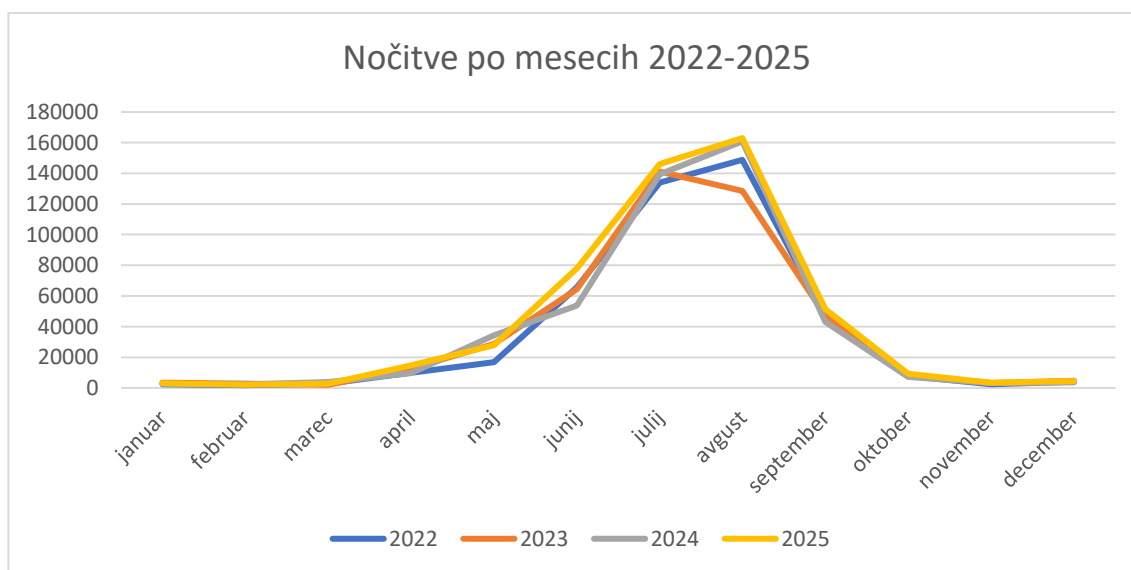
2.1 STATISTIČNI PREGLED LETA

Skupaj je v letu 2025 v občini Radovljica bivalo 191.443 gostov, ki so ustvarili 505.630 nočitev. Število nočitev je prvič preseglo pol milijona. Letošnje povišanje tako števila gostov kot števila nočitev je bilo največje po letu 2022, in sicer je bilo gostov več za skoraj 10%, nočitev pa za 9 % več kot v letu 2024.



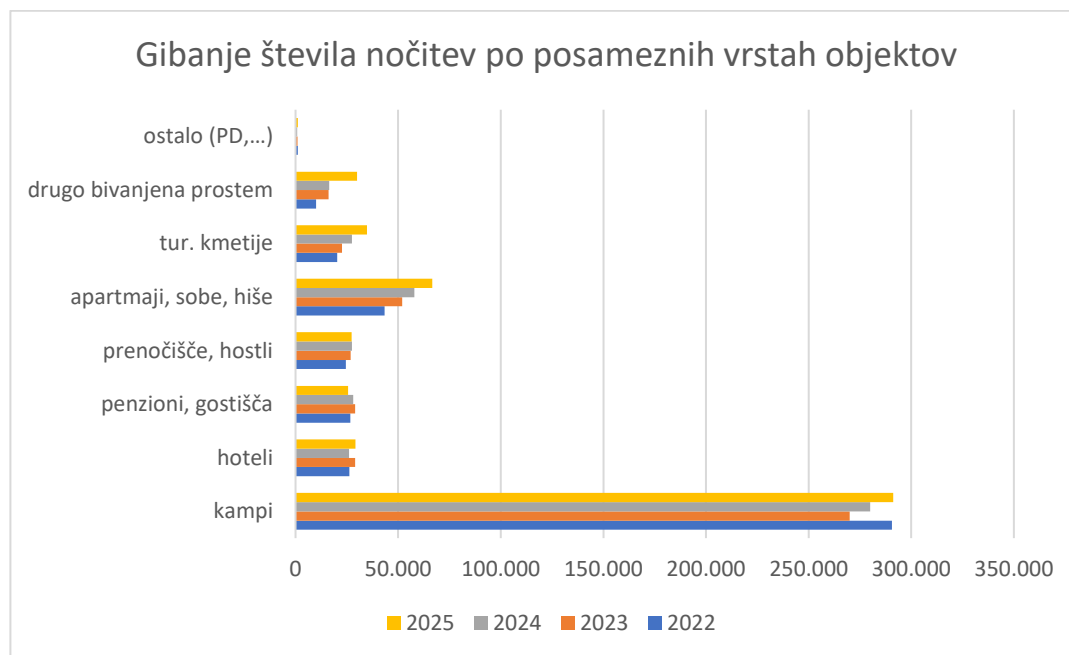
Graf 1: Rast gostov in nočitev od leta 2011

Razveseljuje podatek, da je bil največji dvig nočitev v mesecu aprilu, sledita junij ter oktober. **60% vseh nočitev je bilo ustvarjenih v juliju in avgustu**, kar je 5 % manj kot leto prej. Za letošnje leto je značilen dvig števila nočitev v jesenskih mesecih, medtem je bilo število nočitev nižje v pomladnih/zimskih mesecih februar, marec in maj.



Graf 2: Ustvarjene nočitve po mesecih.

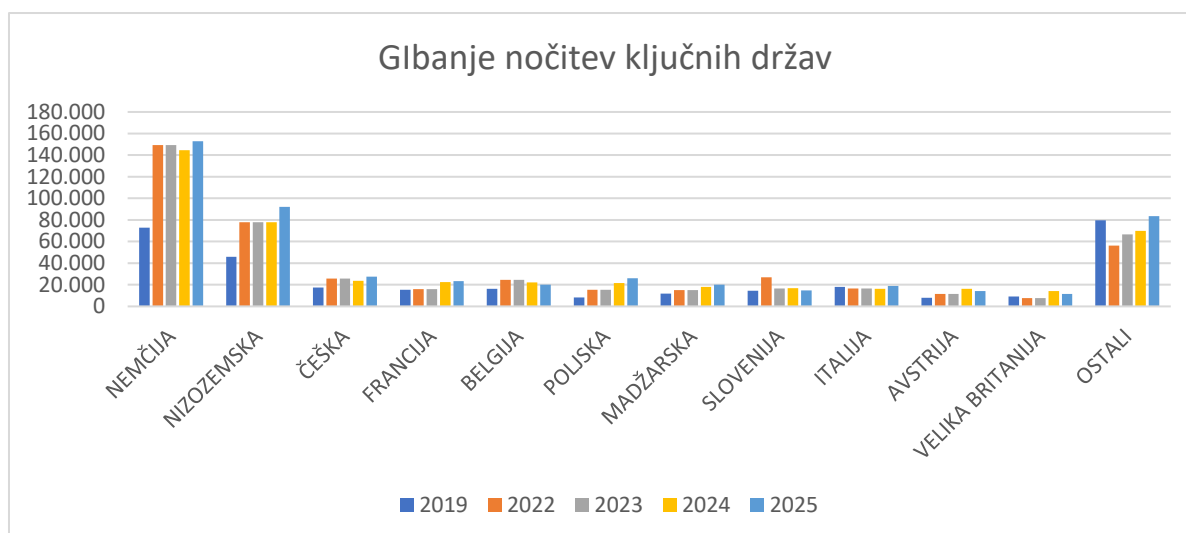
Glede na tip nastanitev, je **58 % nočitev ustvarjenih v kampih**, tam pa je bivalo 45% vseh gostov na destinaciji. Po deležu nočitev so na drugem mestu s 13 % apartmaji, sobe in stanovanjske hiše, sledijo s 7 % turistične kmetije. Po 6 % imajo hoteli ter druge oblike bivanja na prostem. Odstotek manj imajo penzioni ter gostišča in mladinska prenočišča. V zadnjih letih konstantno **raste število nočitev na turističnih kmetijah ter v apartmajih, sobah ter hišah**. V letu pa je bil največji porast bivanja v drugih oblikah bivanja na prostem. Tu gre lahko tudi za neurejena bivanja na kmetijskih ter drugih zemljiščih, na kar smo poleti 2025 v sodelovanju z Občino Radovljica opozarjali pristojne inšpekcije. Na ta del rasti nočitev torej ne moremo gledati povsem pozitivno. Razveseljiva pa je v letu 2025 zaznana 12% rast nočitev v hotelih. **Povprečna doba bivanja je 2,6 dni.**



Graf 3: Nočitve po tipih objektov

Največ, **30% nočitev so ustvarili gostje iz Nemčije**, ki v povprečju bivajo 2,8 dneva. Ustvarili so preko 150.000 nočitev, kar je največ doslej. Procentualno še večji je bil **porast gostov iz Nizozemske**, in sicer kar za 18 % in so ustvarili 18% nočitev. **Nizozemci sicer na destinaciji ostanejo najdlje, v povprečju več kot 4 dni**. Njihovi sosedi Belgijci, ki imajo poleg Nizozemcev edini prav tako dobo bivanja več kot 3 dni, so po ustvarjenih nočitvah na šestem mestu, njihovo število pa je upadlo. Na tretjem mestu po deležu nočitev so bili v letu 2025 **Čehi**, sledijo **Poljaki** ter **Francozi**, vsi z okoli 5 % deležem nočitev.

Upadel je delež Slovencev, čeprav je njihovo število podobno prejšnjemu letu, je bil pa zaznan **16% porast Italijanov**, ki so prvič dosegli število iz leta 2019. Zadnji dve državi, ki sta v letu 2025 ustvarili preko 10.000 nočitev sta **Avstrija in Velika Britanija**, število obeh pa je napram letu 2024, upadlo. Tudi letos je bil **največji porast gostov iz Poljske, za 21 %**.



Graf 4: Ustvarjene nočitve po ključnih trgih.

	2019	2022	2023	2024	2025	2024/2025	DELEŽ
NEMČIJA	72.849	149401	149401	144545	152999	106%	30%
NIZOZEMSKA	45.780	78061	78061	77791	92028	118%	18%
ČEŠKA	17.383	25677	25677	23831	27582	116%	5%
FRANCIJA	15.527	15934	15934	22594	23452	104%	5%
BELGIJA	16.194	24507	24507	22201	20276	91%	4%
POLJSKA	8339	15372	15372	21725	26186	121%	5%
MADŽARSKA	11.895	15169	15169	18037	20082	111%	4%
SLOVENIJA	14.514	26939	16555	16811	14949	89%	3%
ITALIJA	18.100	16536	16536	16288	18868	116%	4%
AVSTRIJA	7.848	11515	11515	16288	14259	88%	3%
VELIKA BRITANIJA	9064	7621	7621	14288	11470	80%	2%
OSTALI	79659	56330	66714	69884	83479	119%	17%

Tabela 1: Nočitve po narodnost med 2019 in 2025.

2.2 PROMOCIJA DESTINACIJE

Ena ključnih nalog zavoda je promocija turizma. Sredstva za promocijo pridobivamo iz občinskega proračuna, prijavi pa smo se tudi na Javni razpis za sofinanciranje aktivnosti promocije turistične ponudbe vodilnih turističnih destinacij v Sloveniji v letu 2025, ki ga je vsako leto objavi Slovenska turistična organizacija.

Kot ena od 35 vodilnih destinacij v Sloveniji smo bili upravičeni do **sredstev za promocijo ter letos prvič tudi za raziskave**. Pridobili smo 43.214,40 € sredstev, višina sofinanciranja je 80% vrednosti projekta. Prvič je STO objavila tudi razpis za projekte regijskega povezovanja. Aktivnosti smo prijavi skupaj z regijo Julijske Alpe ter za skupni projekt, v vrednosti 147.565,45 € pridobili sorazmerni delež 24.754,09 €. Aktivnosti pa smo izvajali med januarjem in novembrom 2025. 20% vrednost projekta smo pokrivali z lastnimi sredstvi ter s proračunskimi sredstvi.

Iz naslova razpisa smo financirali različne promocijske aktivnosti na spletu (on-line) ter off-line: oglaševali smo na družabnih omrežjih, na Google ter v časopisih in revijah v Sloveniji, Avstriji in Veliki Britaniji. S sredstvi smo pokrili stroške zunanjih izvajalcev za upravljanje družabnih omrežij ter digitalnih kampanj.

2.2.1 SEJMI IN BORZE

Destinacije – partnerice **Skupnosti Julijske Alpe** - so tudi za leto 2025 sprejele dogovor o organizaciji in izvedbi **skupnih nastopov na največjih B2C in B2B turističnih sejmi in borzah na evropskem trgu**. Skupnost za posamezni sejem zakupi sejemski pult, na katerem so predstavljeni promocijski materiali posameznih partnerskih destinacij, skupni »image« materiali SJA ter skupni produktni katalogi (Juliana Trail, Juliana Bike, Juliana Ski...). Ponudbo posameznih partnerjev skupnosti (ter skupne produkte) na sejmu zastopa izbrani informator – predstavnik ene od partnerskih destinacij. **Stroški skupnih sejmskih nastopov se porazdelijo med partnerje Skupnosti Julijske Alpe glede na število ležišč in število ustvarjenih nočitev** v posamezni destinaciji. Radovljica je po obeh kriterijih (ležišča in nočitve) v letu 2025 nase prevzela 10% participacije skupnega proračuna zastopanja na sejmi. Takšen način sodelovanja in delitve stroškov sejmskih nastopov se je izkazal za poslovno najbolj učinkovit (destinacijam omogoča prisotnost na vseh glavnih sejmskih dogodkih v Evropi), logistično in kadrovsko najenostavnejši (skupno pošiljanje materialov in zastopanje na sejmi), ter stroškovno najbolj ugoden in pravičen (sorazmerna porazdelitev finančnih obremenitev glede na tržni delež posamezne destinacije).

V letu 2025 smo bili preko skupnosti Julijske Alpe prisotni na kar 31 sejmi po Evropi. Poleg splošnih turističnih sejmov so se Julijske Alpe udeležile tudi večjih specializiranih sejmov za pohodništvo in kolesarjenje.

DATUM	NAZIV SEJMA	MATERIALI
8.1. – 12.1.	VAKANTIEBEURS Utrecht (Nizozemska)	Angleški image katalog
16.1.-19.1.	Ferienmesse Dunaj (Avstrija)	Nemški image katalog
18.1. -26.1.	CMT Stuttgart (Nemčija)	Nemški image katalog
22.1.- 26.1.	FITUR Madrid (Španija)	Angleški image katalog
24.1.-26.1.	World Holiday Show Dublin (Irska)	Angleški image katalog

29.1.-1.2.	Alpe Adria Ljubljana (Slovenija)	Image kat. Slo, kulinarčna brošura, zemljevidi
14.-16.2.	Fiets en Wandelbeurs Utrecht (Nizozemska)	Angleški image katalog, poh. in kol. zemljevidi
4.2.-6.2.	BIT Milano	Italijanska zloženska
19.2. - 23.2.	F.R.E.E. München (Nemčija)	Nemški image katalog
21.2.-23.2	Liberamente Bologna (Italija)	Italijanska zloženska
20.2. -23.2.	IFT Beograd (Srbija)	angleški image katalog
5.3.-7.3.	ITB Berlin (Nemčija)	Nemški image katalog
14.3. - 17.3.	Fa la cosa giusta (Italija)	Italijanska zloženska
14.3. - 16.3.	Holiday World Praga (Češka)	Angleški image katalog
25.3.	New Deal Europe London (Vel. Britanija)	Angleški image katalog
2.4.	Irish Travel Trade Show Dublin (Irska)	Angleški image katalog
4.4.-6.4.	Fiera del Ciclotourismo Bologna	Italijanski image katalog, kolesarski zemljevidi
4.4. -6.4.	Freizeit Celovec (Avstrija)	Nemški image katalog, kul. brošura, letak FČ...
12.4. – 13.4.	Argus Bike Festival Dunaj (Avstrija)	Nemški image katalog, kolesarski zemljevid
24.4.-27.4.	Tempo Libero – Freizeit (Bolzano)	Nemški image katalog + italijanska zloženska
28.4.-1.5.	Urlaub & Ausflug Wels (Avstrija)	Nemški image katalog
25.4.-27.4.	Reintour Brno (Češka)	Angleški image katalog
30.8.-31.8.	Outdoor Welt Köln (Nemčija)	Nemški image katalog + kolesarski in poh. zemljevidi
29.8.- 7.9.	Caravan salon Düsseldorf (Nemčija)	Nemški image katalog
23.9. - 25.9.	IFTM Pariz (Francija)	Angleški image katalog
23.10.- 31.10.	IBX Catalunya Barcelona (Španija)	Angleški image katalog
4.10.- 6.10.	TTG Rimini (Italija)	Italijanska zloženska
3.11.	GEM London (Velika Britanija)	Angleški image katalog
4.11.-6.11.	WTM London (Velika Britanija)	Angleški image katalog
8.11.-11.11.	Photo& Adventure Vosendorf (Avstrija)	Nemški image katalog
19.11.-23.11.	Touristik & Caravaning Leipzig	Nemški image katalog

Tabela 2: Prisotnost na sejmi v okviru Skupnosti Julijskih Alp

Prek združenja Slovenia Outdoor se je Radovljica posredno predstavljala **tudi na Outdoor sejmi** v Zürichu in Düsseldorfu, **ter na specializiranih ribiških** sejmi v Fürstenfeldu in Berlinu.

Informatorji Javnega zavoda Turizem in kultura Radovljica so kot sejmski informatorji Skupnosti Julijskih Alp zastopali na sejmi Feriennesse Dunaj (16.1.-19.1.2025), F.R.E.E. München (19.2.-23.2.2025) ter Feriennesse Klagenfurt (5.4.2025)

V letu 2025 se JZTKR zaradi neugodnih terminov sejmov na sejmu Feriennesse Klagenfurt ni predstavil samostojno, informator pa je bil prisoten ne jesenskem Alpe Adria Genussmeile, ki je potekal je od 18. do 20.septembra 2025 v starem mestnem jedru Celovca (Neuer Platz, Alter Platz).

Direktorica javnega zavoda se je v sodelovanju s tremi turističnimi ponudniki na destinaciji (Hiša Linhart, Radolška čokolada in Vila Radolca) udeležila tudi Slovenske turistične borze, ki je tokrat potekala med 13. in 15. majem v Rogaški Slatini.

2.2.2 OBISKI NOVINARJEV IN TURISTIČNIH AGENTOV

Za povečanje in vzdrževanje prepoznavnosti destinacije so zelo pomembni obiski novinarjev, turističnih agentov, organizatorjev potovanj in drugih predstavnikov strokovne javnosti. Večina agentov k nam pride bodisi direktno preko STO ali pa v sklopu študijskih potovanj po Julijskih Alpah ali Združenju Zgodovinskih mest.

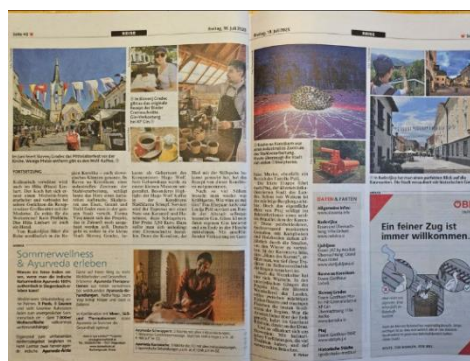
Med letošnjimi obiski agentov in novinarjev izpostavljamo nekaj najodmevnejših, pri katerih smo sodelovali tudi sami.

Conventa Meet 2025: februarja smo v Radovljici, Lescah in Begunjah gostili **mednarodno skupino agentov poslovnega dogodka Conventa Meet 2025**. Po kratkem vodenem ogledu starega mestnega jedra Radovljice smo zanje v baročni dvorani Radovljiške graščine pripravili sprejem z »baročnimi damami« in degustacijo medu. Agentje so v Čokoladni hiši Radolška čokolada nato izvedli delavnico izdelavo čokoladnih florentincev, nato pa odšli na kosilo v restavracijo kampa Šobec. V popoldanskem delu programa smo agentom predstavili Gostilno in restavracijo Avsenik ter Muzej Avsenik.

Švicarski mediji: marca je Združenje zgodovinskih mest Slovenije pripravilo študijsko turo po izbranih zgodovinskih mestih Slovenije za **predstavnike švicarskih medijev**. V Radovljici so nas obiskali: ga. Christina Fryer in (New in Zürich), ga. Maureen Magnan (From Switzerland to World), g. Francesco Rossetti (Tio, 20 Minuten), ga. Katrin Montigel (Das Ideal Heim), ga. Christina Horn (Front Row Society), ga. Juliane Lutz (TCS Touring Club Schweiz) in ga. Laura Fabris (Gretzcom). Zanje smo izvedli vodeni ogled starega mestnega jedra Radovljice ter ogled Čebelarskega muzeja Radovljica, v Radovljici so tudi večerjali in prespali (Hiša Linhart). Rezultat so bile objave o [Radolški čokoladi](#), [prispevek o Radovljici](#) ter [omemba Radovljice v skupnem članku](#).



Avstrijski novinarji: predstavništvo STO na Dunaju je v sodelovanju z ZZMS organiziralo študijsko turo za **skupino petih avstrijskih novinarjev po izbranih mestih v Sloveniji**. 13. junija so novinarji medijskih hiš **Die Presse, Kronen Zeitung, Salzburger Nachrichten in Graz Journal** obiskali Radovljico z Radolško čokolado in Hišo Linhart. Rezultat je med drugim tudi obsežen štiristranski članek o štirih obiskanih mestih v največjem avstrijskem dnevnem časniku Kronen Zeitung ter objava na spletnem portalu [kurier.at](#).



Na priporočilo predstavništva STO v Münchnu smo 18. septembra v Radovljici gostili gospo **Beatrix Wiedemann, lastnico bavarske turistične agencije Genussreisen**. V letu 2026 pripravlja kulturno-kulinarično popotovanje po Sloveniji v katerega želi vključiti tudi Radovljico. Zanj smo pripravili vodenje po starem mestnem jedru Radovljice, obisk Čebelarskega muzeja in Šivčeve hiše, Čokoladne hiše Radolška čokolada in Hiše Linhart.

Oktobra nas je obiskala **skupina kanadskih agentov in lastnikov turističnih agencij**. Najprej so obiskali čokoladnico Radolška čokolada, kjer so izvedli degustacijo čokolade, ogled proizvodnje in delavnico izdelave čokoladnih florentincev. Sledil je kratek voden sprehod skozi staro mestno jedro Radovljice in sprejem v baročni dvorani Radovljiške graščine. Agenti so si v vodenem ogledu ogledali zbirko Čebelarskega muzeja Radovljica, kjer so zanje pripravili tudi degustacijo medu.

Predstavništvo STO v Münchnu nas je zaprosilo, če lahko novembra v Radovljici organiziramo **sprejem večje skupine nemških agentov**. Zanje smo pripravili voden ogled starega mestnega jedra Radovljice in ogled Čebelarskega muzeja. Ob obisku skupine se je izkazalo, da ne gre za turistične agente, temveč za povsem običajno turistično skupino. Posledično smo jim ogled zaračunali, predstavništvo pa smo pisno opozorili na napačno najavo.

Plačana oglaševanja na tujem trgu smo letos izvajali spomladi in jeseni v revijah v Avstriji (Kleine Zeitung in Mein Sonntag), spomladi pa smo oglaševali v mediju v Veliki Britaniji. Večji del plačanih oglaševanj smo izvedli preko Julijskih Alp.

2.2.3 SLOVENSKI MEDIJI

O dogajanju in projektih v destinaciji Radol'ca redno poročamo slovenskim medijem preko izjav za medije, e-novic ter posebnih dogodkov za novinarje. Redno sodelujemo z občinskim časopisom Deželne novice, za katerega pripravljamo koledar dogodkov.

Jeseni in decembra smo imeli tudi **tri obiske slovenskih medijev**: Oktobra smo bili vključeni v promocijske kampanje STO s televizijsko hišo Planet TV. V oddaji **Planet na obisku** smo obiskali Lekarniški in alkimistični muzej, Šivčevo hišo, Radolško čokolado ter Restavracijo Šobec. Decembra smo v Radovljici posneli tudi prispevek o čokoladi za oddajo **Ah, ta leta** TV Slovenija ter radijsko oddajo za Prvi program Radia Slovenija **naPOTki** s predstavitvijo zanimivosti mestnega jedra Radovljice.

Plačana PR oglaševanja smo letos izvajali v kulinaričnih revijah Dober tek in Pet zvezdic, v reviji za starše Moj Pogled, v različnih nacionalnih ter regionalnih časopisih.

Pripravili smo 3 dogodke za novinarje in sicer:

- Novinarska konferenca pred Festivalom čokolade
- Novinarska konferenca ob pričetku poletne sezone (skupna novinarska konferenca Julijskih Alp)
- Novinarska konferenca v sklopu Kulinarične jeseni

2.2.4 POJAVNOST NA SPLETU

2.2.4.1 SPLETNA STRAN

Spletna stran www.radolca.si je osnovni medij komunikacije naše ponudbe in dogodkov. Stran ima štiri jezikovne različice, vsaka različica pa se sproti ažurira in posodablja. Spletno stran redno nadgrajujemo tudi na **področju SEO optimizacije**, ki izboljšuje uporabniško izkušnjo.

Večja dela na spletni strani:

V letošnjem letu smo posodobili in **nadgradili ključne elemente za nemoteno in učinkovito promocijo Festivala čokolade**. Poseben poudarek je bil namenjen razvoju hrvaške različice spletne strani, kjer smo razširili vsebine z novim zavihkom »Program dogajanja« ter dodali namensko podstran za promocijo paketov, ki vključujejo nastanitve in festivalske vstopnice. S tem smo izboljšali informiranost tujih obiskovalcev.

Na spletni strani radolca.si smo **na podstrani Koledar dogodkov izboljšali razporeditev vsebin za boljšo preglednost**. Optimizirali smo prikazovanje pojavnih (pop-up) oken, ki so zdaj manj invazivna, a hkrati bolj funkcionalna. V spletni trgovini smo **odpravili več tehničnih napak**, ki so se pojavile iz neznanih razlogov. Opravljali smo tudi posodobitve nekaterih produktnih podstrani.

V skladu z Zakonom o dostopnosti spletišč in mobilnih aplikacij smo uredili digitalno oziroma spletno dostopnost, s čimer smo zagotovili, da so spletne vsebine dostopne vsem uporabnikom, tudi osebam z različnimi oblikami oviranosti. Hkrati smo izboljšali navigacijo z ureditvijo t. i. »breadcrumbs« (drobtinic), ki pomembno prispevajo k boljši uporabniški izkušnji in optimizaciji za iskalnike (SEO). Odstranjene so bile tudi nedelujoče povezave.

Vse izvedene izboljšave prispevajo k boljši uporabniški izkušnji, večji dostopnosti ter učinkovitejši promociji destinacije in ključnih dogodkov.

Redne aktivnosti na spletni strani obsegajo kreiranje in prevajanje novic, dogodkov in sprotno ažuriranje vsebin po potrebi, urednikovanje domače strani z izpostavljenimi aktualnimi vsebinami ter tujejezičnih strani, ažuriranje slikovnega materiala.

OBISKANOSTI SPLETNE STRANI V PRIMERJAVI S PRETEKLIMI LETI

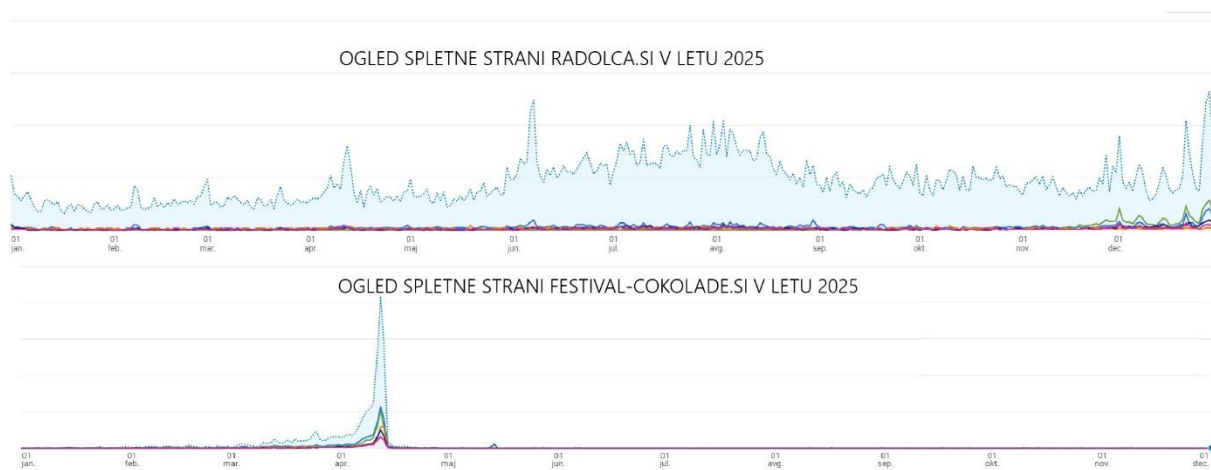
	2021	2022	2023(GA4)	2024*	2025 (GA4)	% RASTI
Število sej	189.243	292.303	324212	125274	142061	13%
Število uporabnikov	133.530	199.885	207112	82290	85700	4%
Novi uporabniki	131.839	201.439	193007	78323	84146	7%
Št. Ogledanih strani	420.684	614.024	666335	298622	312.413	5%

Povpr. Število ogledanih strani na obiskovalca	2,22	2,1	2,1	3,6	3,6	0%
Povpr. Čas ogleda strani			01:19	01:30	01:27	-3%

Tabela 3: Obiskanosti spletne strani radolca.si v primerjavi s preteklimi leti

* nova, strožja pravila za piškotke in s tem podatke uporabnikov

Orodja za spremljanje spletnih statistik so v zadnjem letu napredovala v smeri **večje osredotočenosti na zasebnost uporabnikov**. Posledično je **otežena sledljivost in segmentacija uporabnikov**. Zato je primerjava podatkov iz let 2023 in starejših nerelevantna. Prav tako je bila leta 2024 spletna stran Festivala čokolade predstavljena na svojo lastno spletno mesto, zato obiskovalci niso zajeti pri statistiki destinacijske strani. Merodajni pa so podatki preteklega leta, torej leta 2024. V letošnjem letu se je na strani opazno povečal obisk uporabnikov in ogledanih strani. Edina merljiva podatka iz daljšega obdobja let sta »**povprečno število ogledanih strani na obiskovalca**« ki v letošnjem letu ostaja enak kot v lanskem (3,6 strani), ter »**povprečen čas ogleda strani**«, ki se je v primerjavi z lanskim letom zmanjšal za 3 sekunde.



Graf 5: Primerjava ogledov spletne strani radolca.si in spletne strani festival čokolade.

Najvišji obisk na strani radolca.si smo v letu 2025 beležili v času decembra (koncert Flirrt in Družinski praznični dan), festivala Okusi piva ter poletnih dogodkov (zadnja dva julijska Četrtna na trgu ter Venerina pot 3. avgusta). Na vse omenjene dogodke smo na strani beležili preko 2000 ogledov. Prav tako po obisku na strani izstopa povečan obisk v času Festivala čokolade in Prižiga lučk.

Na strani festival-cokolade.si je ogled strani močno poskočil dan pred festivalom torej v petek 4920 ogledov, prvi festivalski dan sobota 8327 ogledov in v nedeljo 5812 ogledov. Preko 1000 ogledov na dan smo pričeli beležiti teden dni pred festivalom.

Spletna stran je imela v primerjavi z letom 2024 upad obiskovalcev in sicer za 3 % so upadle seje, za 12 % pa število uporabnikov.

	2022	2023	2024*	2025
ŠTEVILO SEJ	28022	38329	21754	21046
ŠTEVILO UPORABNIKOV	20105	29375	16012	14061
NOVI UPORABNIKI	19807	27286	15744	13886
ŠT. OGLEDANIH STRANI	42352	73144	49593	49551
POVPR. ŠTEVILO OGLEDANIH STRANI NA OBISKOVALCA	2,05	2,3	3,1	3,53
POVPREČEN ČAS OGLEDA STRANI	01:27	01:05	1:43	01:47

Tabela 4: Obisk vsebin Festivala čokolade v sklopu stare in na novi spletni strani festivala
* nova, strožja pravila za piškotke in s tem podatke uporabnikov



Graf 6: Obisk na spletni strani festival-cokolade.si

DEMOGRAFIJA OBISKOVALCEV IN SPECIFIKE OBISKA

Med obiskovalci spletne strani destinacije je bilo v letu 2025 **72 % uporabnikov z območja Slovenije**, kar je nekaj odstotkov manj kot leto prej. Enako kot v letu 2024 sledi Nemčija z dobrimi 5%, Avstrija s 3,8% kar je procent manj kot v 2024, nekoliko se je povečal obisk italijanskih gostov, na lestvici prvih 5 držav pa je Hrvaško izpodrinila Nizozemska. Sledijo ostale države.

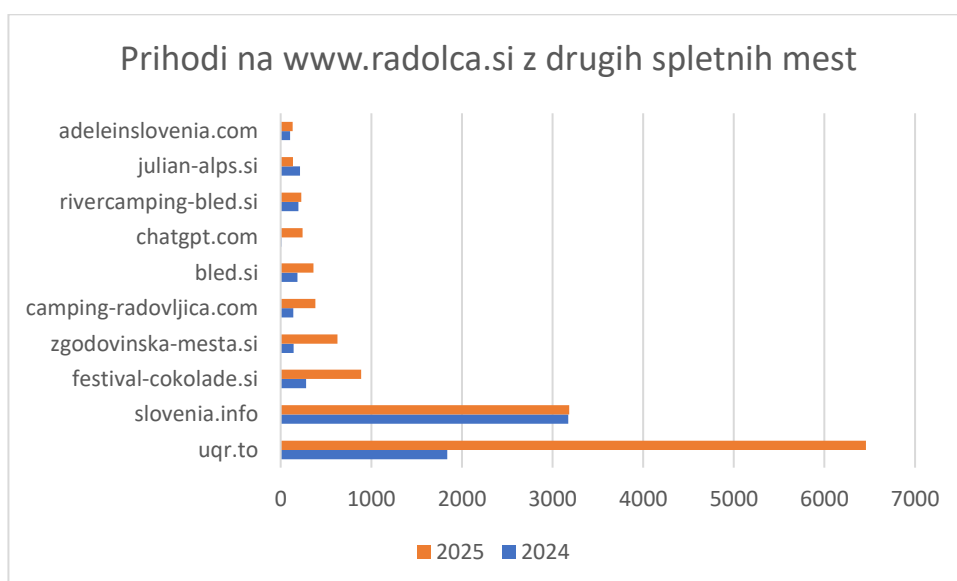
Podoben % slovenskih obiskovalcev kot na spletni strani radolca.si beležimo tudi na festivalski strani, torej 74% uporabnikov iz območja Slovenije. S 7% na 8,5% so poskočili uporabniki iz območja Avstrije, povečal se je tudi obisk hrvaških uporabnikov (6,8%). Sledijo Italijani in Američani.

Organski obisk na naši spletni strani je bil leta 2025 za 11,5 % večji v primerjavi z letom 2024, obisk preko iskalnih kampanj pa za 11,5 % manjši. V letu 2025 smo za iskalne kampanje namenili manj oglaševalskega proračuna, zaradi česar je bil zabeležen rahel upad. Deleži posamičnih vrst prihoda na spletno stran so vidni iz spodnjega grafa.



Graf 7: Vir prihoda na spletno stran www.radolca.si

Pri prihodu z referenčnih strani v preteklem letu je **močno zaznana rast prihoda preko naših lastnih generiranih qr kod**. Med najboljših 10 referenčne strani v preteklem letu spadajo naslednje strani: uqr.to (6458 sej), slovenia.info (3183 sej), festival-cokolade.si (889 sej), zgodovinska-mesta.si, (626 sej), camping-radovljica.com (382 sej), bled.si (361 sej), chatgpt.com (240 sej), rivercamping-bled.si (229sej), julian-alps.si (136 sej), adeleinslovenia.com (131 sej).



Graf 8: Prihod na www.radolca.si z drugih spletnih mest

Podrobneje smo pregledali prihod na našo stran preko generatorja qr kod. S tega naslova je bilo v letu 2023 zabeleženih 1596 prihodov, leta 2024 (uvedba politike piškotkov) 1839 prihodov in leta 2025 pa kar **6458 sej**. Qr kode umeščamo na tiskovine ter na informacijske table po destinaciji, namen pa je predvsem ta, da obiskovalec, ki je že na destinaciji pridobi ažurne in relevantne ter poglobljene informacije o željeni temi. Kode kreiramo sami preko plačljivega spletnega orodja kar nam omogoča sledenje statistiki. Pri pregledu statistike za leto 2025, je delež skeniranj še višji kot je prihodov na spletno stran, saj dela obiskovalcev

zaradi nepotrditve piškotkov statistika spletne strani ne zazna. **Največji delež kod je skeniranih v povezavi z zemljevidi in tablami kolesarskih poti** (v letu 2025: 3644 skeniranj) **ter v povezavi s poletno trganko** (v letu 2025: 2742 skeniranj).



Graf 9: Graf prikazuje vsebino skeniranih kod na poletni trganki. Razviden je velik interes za avtobus, kolesarjenje in pohodništvo.

Še naprej raste delež obiska preko mobilnih telefonov in znaša v letu 2025 že 78 %. Na drugi stran še naprej velja, da uporabniki, ki stran obiščejo preko računalnikov, obiščejo v povprečju več podstrani in na strani ostanejo dlje.

Najbolj iskane ključne besede, preko katerih so obiskovalci prišli na našo spletno stran so bile: radovljica, bazen radovljica, radolca, radovljica dogodki, grad kamen, festival piva radovljica, visit radovljica, drsališče radovljica, dogodki radovljica, okusi radolce 2025

Delež obiska na slovenskih strani destinacije je 67 %. S 15 % deležem so med tujimi stranmi na prvem mestu angleške vsebine, sledijo nemške s 7 % obiskom ter 2 % deležem italijanske. **Na festivalski spletni strani je delež slovenskih strani upadel** na 79 % (za 6 %), kar pomeni, da se **viša interes tujcev**, so pa tuje jezikovne različice bolj enakomerno razporejene: 6 % je obisk angleške in nemške vsebine, 4,5 % pa obisk hrvaške različice strani, le 1 % je branja italijanskih vsebin.

Delež obiska slovenskih strani Festivala čokolade je višji, 85%. S 7% ji sledi obisk angleške različice, podoben je obisk na nemški in hrvaški različici s 3,5%, ter 1% na italijanski.

Najbolj brane so slovenske vsebine. Med vsemi tujimi stranmi sta najvišje uvrščeni Kartica ugodnosti Julijske Alpe in stran staro mestno jedro v angleškem jeziku. Med največkrat obiskanimi so sicer strani, ki smo jih tudi promovirali, sicer pa so tradicionalno pri vrhu vsebine vezane na dogodke.

S podobnim zanimanjem kot lansko leto, 26%, so vsebine vezane na **dogodke in prireditve**. Med največkrat ogledanimi stranmi so: December v Radovljici, Kino pod zvezdami, festival Okusi Piva, sledijo Novembrski meniji, Četrтки na trgu, Pust v Radovljici in Prižig lučk.

S 13% sledijo vsebine vezane na **aktivnosti**. Zanimanje je v primerjavi s preteklim letom večje za 2%. Najbolj iskane strani so Olimpijski bazen Radovljica, Turno kolesarstvo in Kopališča. Za 4% je upadlo zanimanje za **znamenitosti**, ki predstavljajo 6%. Tudi letos je največ zanimanja požel grad Kamen, sledijo Muzeji in galerije ter Linhartov trg Radovljica. Zanimanje za branje bloga je upadlo za 1%. Zanimanje vezano na **kulinariko** s 5,5% ostaja podobno lanskemu letu. Med najbolj obiskanimi podstranmi v zavihku kulinarika prevladujejo Kulinarčna jesen, Okusi Radolce in Radolška čokolada. Med nastanitvami sta največ zanimanja požela planinski dom Vodiška planina in Roblekov dom.

Obisk angleške strani v primerjavi z lanskim letom se je povečal za 2%. Najbolj brane vsebine so bile vezane na Kartico ugodnosti in staro mestno jedro. Na angleških straneh med aktivnostmi zasedata trase mtb kolesarjenje in pohodništvo. Med zanimivostmi je največ interesa za mestno jedro Radovljice, Čebelarski muzej in Grad Kamen.

Delež obiska nemške strani, z dobrimi 7% ostaja približno enak lanskemu. Najbolj brane vsebine so bile v povezavi s kolesarskimi izleti, pohodništvom in starim mestnim jedrom.

Podoben obisk lanskemu je bil zaznan tudi na italijanskih straneh. V ospredju je tudi letos zanimanje za Čebelarski muzej in radovljiške znamenitosti.

V primerjavi s stranjo destinacije, je **prihod na festivalsko spletno stran** nekoliko drugače razporejen. Prav tako več kot polovico (57%) je organskih prihodov, na drugem mestu je plačano oglaševanje na družabnih omrežjih (11%), na tretjem pa s 10,5 % organski prihod preko družabnih omrežij. Družabna omrežja so torej še naprej pomemben kanal promocije in informiranja o dogodku.



Graf 10: Vir prihoda na spletno stran www.festival-cokolade.si

OGLAŠEVANJE NA OMREŽJU GOOGLE

Na omrežju **Google Ads** je v letu 2025 teklo **17 oglaševalskih kampanj** (2 iskalni kampanji, 5 video oz. Youtube kampanj in 10 prikaznih kampanj). Z oglaševanjem preko platforme Google Ads smo v letu 2025 dosegli 39.650 klikov, s katerimi smo uporabnike vodili na naše spletne strani (spletna stran destinacije Radovljica in spletna stran Festival Čokolade). Od vseh klikov jih je bilo 27.051 zabeleženih preko prikaznih (display kampanj), 12.277 preko oglaševanja na iskalnem omrežju in 322 preko Youtube oglasov.

Oglasi so se za ceno 1.846,08 € prikazali 3.124.399-krat, na oglase pa smo zabeležili 39.650 klikov. Povprečna stopnja kličanosti je znašala 1,27 %. Kampanje so zabeležile dobre rezultate in pripomogle k večjemu obisku posameznih dogodkov in širjenju prepoznavnosti destinacije Radovljica. Na omrežju Google Ads smo v letu 2025 glede na leto 2024 obdržali enako ceno za klik (0,05 €), kar kaže na dobro usmerjeno ciljanje kampanj in kvaliteto ter relevantnost oglasov.

Oglaševanje je bilo na omrežju Google Ads usmerjeno predvsem na promocijo posameznih dogodkov in festivalov ter na povečevanje splošnega obiska destinacije.

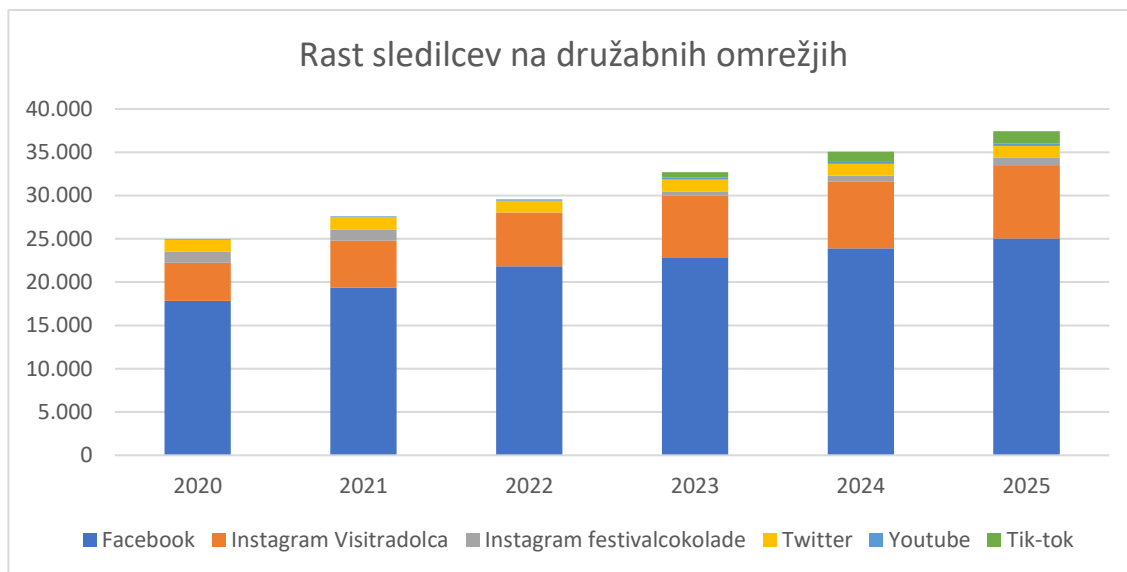
Obisk spletne trgovine in število nakupov se je v primerjavi z letom 2024 povečalo. Skupno smo prejeli 198 naročil kar je 32 naročil več kot v letu prej, od tega jih je bilo 29 plačanih preko Bankart. Velik vpliv na prodajo imajo vstopnice za dogodke.

2.2.4.2 DRUŽABNA OMREŽJA

Družabna omrežja so pomemben del komunikacije z našimi obiskovalci, domačini ter potencialnimi turisti. Na vseh kanalih skupaj imamo ob koncu leta 37.413 sledilcev, s katerimi komuniciramo predvsem preko inspirativnih ter informativnih vsebin, podkrepljenih s fotografijami in video posnetki. Družabni omrežji Instagram in Tik Tok nam upravlja zunanji izvajalec, z vsemi ostalimi omrežji pa upravljamo sami. Največ časa in aktivnosti smo posvečali Facebooku, kjer imamo tudi največ sledilcev.

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
FACEBOOK	17.829	19.367	21.844	22.792	23899	25051
INSTAGRAM	4.400	5.410	6.180	7203	7702	8452
VISITRADOLCA						
INSTAGRAM	1.306	1.315	np	484	683	881
FESTIVALCOKOLADE						
TWITTER	1.373	1.378	1.375	1375	1363	1334
YOUTUBE	57	129	174	204	239	260
TIK-TOK				633	1192	1435
SKUPAJ SLEDILCI	24.902	27.599	30.888	32.691	35078	37413

Tabela 5: Število sledilcev na družabnih omrežjih



Graf 11: Rast števila sledilcev na družabnih omrežjih

FACEBOOK

Na Facebook strani **VISIT RADOLCA** nagovarjamo v slovenskem jeziku, tujim sledilcem se objave prevedejo avtomatsko. Objavljamo vsakodnevno, za rast interakcije in števila sledilcev ter za promocijo dogodkov pa na Facebooku tudi oglašujemo s pomočjo zunanje agencije. V letošnjem letu smo pridobili 1.152 novih sledilcev, kar je nekaj več kot lani. S plačanimi objavami smo dosegli 2156 dnevno, kar je 8 % več kot leto prej. Zaradi spreminjanja metrik pri Meti, pa podatek o celoletnem dosegu trenutno ni na voljo.

Na omrežju Meta Ads je v letu 2025 teklo **13 plačljivih oglaševalskih kampanj**, ter 24 promoviranih objav oziroma dogodkov (rezultatov teh v nadaljevanju ne upoštevamo). S plačljivimi oglaševalskimi kampanjami smo v povprečju dosegli 2.156 uporabnikov na dan.

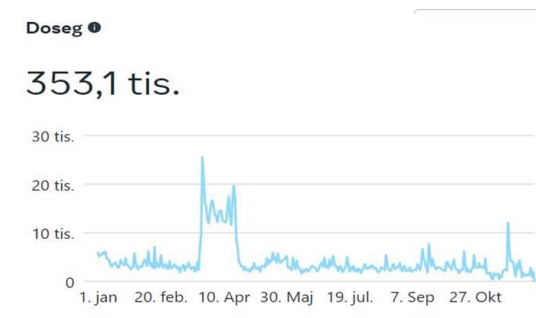
Oglasi v plačljivih oglaševalskih kampanjah na platformi Meta Ads so se v letu 2025 za ceno 2.199,13 € prikazali 2.951.375-krat, dosegli pa so 786.851 unikatnih uporabnikov. V letu 2024 so se oglasi za ceno 2.024,71 € prikazali 2.707.017-krat in dosegli 724.403 unikatnih uporabnikov.

Organske objave z največ dosega in všečki so bile vezane predvsem na dogodke, posnetke narave ter priznanja in nagrade destinacije in ponudnikov. Starostni razpon naših facebook sledilcev je med 25-65 let, med katerimi največji del predstavljajo stari med 35-44 let. 71% od vseh sledilcev predstavljajo ženske.

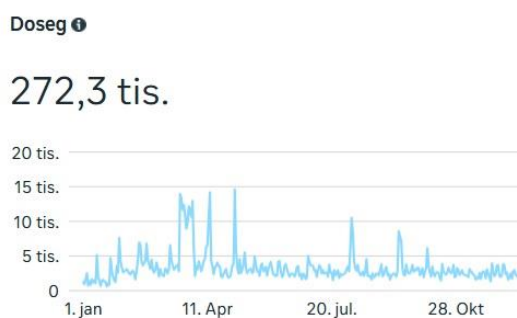
INSTAGRAM VISITRADOLCA

Delovanje na omrežju Instagrama izvajamo v sodelovanju z zunanjim izvajalcem. Število sledilcev se je v primerjavi z letom 2024 povečalo za slabih 10%. Objave pa so kljub temu dosegle 16 % uporabnikov manj (272.348). V preteklem letu smo objavili več vsebin, vendar je bilo med njimi manj vizualno ali vsebinsko izrazito privlačnih ("udarnih") objav, kar je vplivalo na nižji doseg posameznih objav. Na doseg objav so vplivale tudi spremembe

algoritmov družbenih omrežij, ki vse pogosteje dajejo prednost vsebinam z višjo stopnjo interakcije. Na profilu »festivalcokolade«, smo pridobili 200 novih sledilcev, enako povečanje smo beležili tudi v preteklem letu.

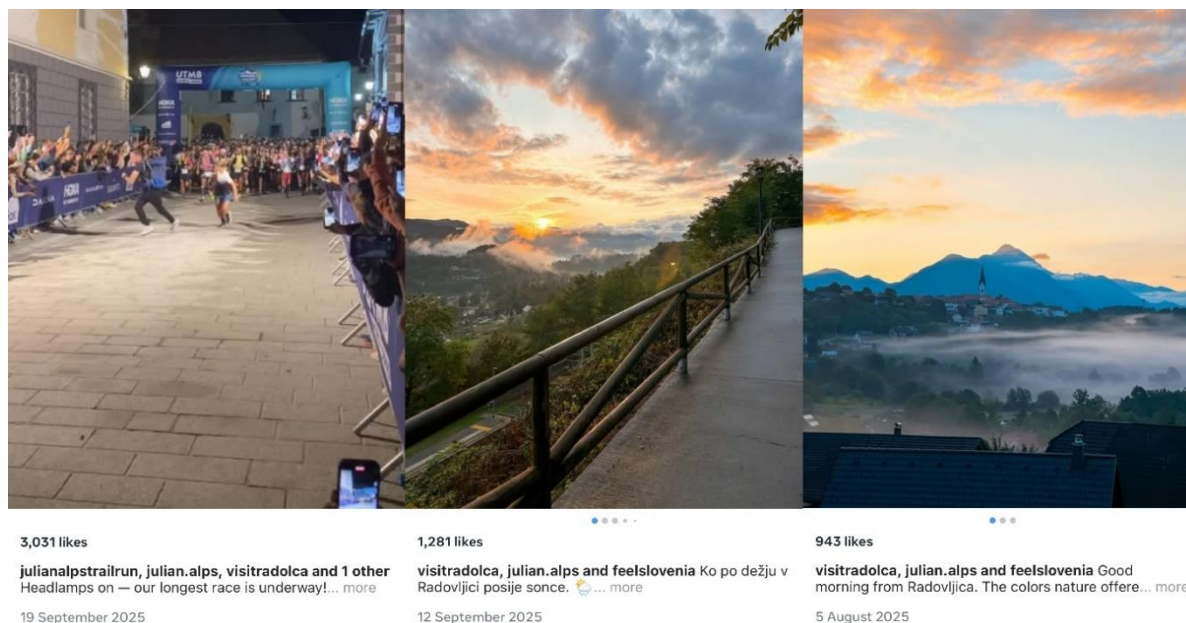


Graf 12: Doseg objav na omrežju Instagram v letu 2024



Graf 13: Doseg objav na omrežju Instagram v letu 2025

Pri sledilcih na omrežju Instagram je zanimivo, da zajemamo relativno širok starostni razpon, kjer prevladujeta starostni skupini 25 do 34 in 35 do 44, sledi pa skupina 45 do 54. Med obiskovalci z 61% še vedno prevladujejo ženske. Najbolj priljubljene objave v letu 2025 so bile vezane na staro mestno jedro in dogodke.



Slika 1: Najbolj priljubljene vsebine na Instagramu, 2025.

YOUTUBE

Na Youtube kanalu Visit Radol'ca objavljamo kratke filme o destinaciji. V letu 2025 smo jih objavili 6 od tega je bil 1 v italijanskem jeziku in 1 v nemškem. Nove vsebine so bile vezane na oglaševanje Festivala čokolade in Festivala Piva. Število ogledov v primerjavi z letom 2024 ostaja podobno. V letu 2025 so bili vsi naši video posnetki predvajani 53.800. Skupen ogled vseh vsebin pa je bil 501 ur. V primerjavi z ostalimi družabnimi omrežji je Youtube kanal, kjer so vsebine žive dlje, zato tu **oglede generirajo tudi objave iz preteklih let.** V

zadnjih letih JZTKR ni investiral v nove klasične youtube vsebine, zato je smiselno v bližnji prihodnosti posneti nove videje.

	DATUM OBJAVE	ŠT. OGLED OV
RADOVLJICA	26.2.2018	90.631
RADOVLJICA, VZEM'TE SI CAJT	10.5.2021	31.829
BARBANA LIPIZZANS	6.4.2021	33.157
DECEMBER V RADOVLJICI	5.12.2018	23.710
FESTIVAL ČOKOLADE 2019	18.2.2019	20.776
AUTUMN IN RADOVLJICA	24.10.2018	20.481
TRADICIONALNI SLOVENSKI SIROVI ŠTRUKLJI	2.1.2021	20.170
ČETRTEKI NA LINHARTOVEM TRGU	28.6.2019	14.044
FESTIVAL ČOKOLADE 2022	23.3.2022	11.887
RADOVLJICA, FESTIVAL ČOKOLADE	7.3.2019	10.634

Tabela 6: Posnetki z največ ogledi

Vaša najboljša vsebina v tem obdobju

Vsebina	Povprečno trajanje gledanja	Ogledi
1  Festival čokolade Radovljica, 12.-13. travanj 2025 20. mar. 2025	0:17 (95,1 %)	9.300
2  Schokoladenfestival Radovljica, Radovljica, Slowenien, 12.-13. April 2025 20. mar. 2025	0:17 (95,9 %)	9.016
3  Festival del Cioccolato Radovljica, Radovljica, Slovenia, 12.-13. aprile 2025 20. mar. 2025	0:17 (95,1 %)	6.419
4  12. Festival čokolade Radovljica, 12.-13. april 2025 20. mar. 2025	0:46 (92,2 %)	5.161
5  Festival čokolade Radovljica, 12.-13. travanj 2025 ♦ Pridobite zamisli za videoposnetke	0:28 (156,9 %)	4.352
6  Festival del Cioccolato Radovljica, Radovljica, Slovenia, 12.-13. aprile 2025 20. mar. 2025	0:21 (120,0 %)	3.697
7  Tradicionalni slovenski sirovi štruklji, tako jih pripravijo v Gostilni Lectar 2. jan. 2021	1:42 (47,2 %)	3.211
8  Barbana Lipizzans - Lipizzan Horses Breeding Farm 6. apr. 2021	1:27 (15,2 %)	3.052
9  Festival čokolade Radovljica, 12.-13. april 2025 20. mar. 2025	0:26 (125,3 %)	2.556
10  Kmetova miza z Okusi Radol'ce 22. sep. 2025	0:24 (46,1 %)	728

Tabela 7: Najbolj gledane video vsebine na Youtube v letu 2025

V zadnjem obdobju smo ustvarjali po večini vsebine za video oglaševanje ter youtube reels, doseg vsebin (po večini preko plačanih oglasov), pa je viden na spodnji sliki. Izjema na tem spisku sta video o Lipicancih ter o izdelavi štrukljev, ki sta zaradi vsebine že več let izjemno priljubljena.

TIKTOK

V prvi polovici leta 2023 smo ustvarili tudi svoj profil na družbenem omrežju TikTok. TikTok je družabna medijska platforma, ki omogoča uporabnikom ustvarjanje, deljenje in ogled kratkih videoposnetkov, dolgih od 15 do 60 sekund. V nasprotju z ostalimi omrežji na katerih smo prisotni, kjer dosegamo predvsem starejše demografske skupine, na Tik Toku dosegamo mlajšo populacijo (največji delež TikTok uporabnikov predstavlja starostno skupino med 18-34let). V letošnjem letu smo pridobili 243 sledilcev. Najbolj so priljubljene objave vezane na kulinariko. Skupno smo v celem letu zabeležili 218000 ogledov vseh objav, ter 5158 všečkov. Delovanje izvajamo v sodelovanju z zunanjim izvajalcem.

2.2.4.3 E-MAIL MARKETING

E- novice smo v prvi polovici leta pošiljali enkrat mesečno na bazo naslovov. Za pošiljanje pošte smo uporabljali spletno platformo SendPulse. V letu 2025 smo poslali skupaj 15 novičnikov. Zadnji, decembrski, je bil poslan na 2366 naslovov. V preteklem letu je število novih naročnikov nižje, saj z namenom pridobivanja e-naslovov nismo izvedli posebne akcije. Novičniki imajo v povprečju okoli 44% stopnjo odpiranja, stopnja branja pa je v povprečju 8%.

Poleg tega smo preko sistema MailChimp pošiljali novičnik turističnemu gospodarstvu. V teh novicah združujemo informacija za gospodarstvo, povabila na delavnice, novosti, posredujemo pobude Slovenske turistične organizacije in podobno.

2.2.4.4 PORTAL OUTDOOR ACTIVE

Od leta 2018 imamo pohodniške in kolesarske vsebine vključene v nemški portal OutdoorActive, na katerem so združene pohodniške in kolesarske ture v vsej Evropi. S tega portala se trenutno črpajo tudi vsebine na skupno spletno stran Julijskih Alp, zato imamo vključene tudi vsebine o zanimivostih. Portal omogoča uporabnikom, da si na mobilne telefone naložijo gpx sledi pohodnih in kolesarskih poti, omogoča pa tudi integracijo zemljevida na spletno stran destinacije. Preko portala Outdoor Active se vsebine kažejo tudi na drugih spletnih mestih. V letu 2025 smo dodali eno novo pohodniško pot (Krožna pot po Kroparskih zanimivostih), sicer pa smo skrbeli za ažurnost obstoječih vsebin.

Platforma Outdooractive je v letu 2025 pričela uporabljati **nova merila za štetje ogledov** in prenosov vsebin (na OA je bila osvežena in temu prilagojena tudi statistika 2023 in 2024). Poleg tega se podatki, zbrani v letih 2023 in 2024, med seboj razlikujejo tudi zaradi uvedbe nove politike piškotkov, ki je vplivala na način in obseg beleženja uporabniških aktivnosti.

Obiskovalci so na naše vsebini prihajali iz:

- 38% prikazov je bilo na račun spletnih strani outdooractive (Portal in API project),
- 22 % iz portala Julian Alps,
- 18% s strani Slovenske Turistične Organizacije.

Največ ogledov je bilo v poletnih mesecih. Portal je sicer prvenstveno namenjen predstavitvi pohodnih in kolesarskih poti, objavljene pa imamo tudi nekatere atrakcije in dogodke, predvsem ker je objava na portalu OutdoorActive osnova spletne strani Julijskih Alp. Kljub temu je največ ogledov vezanih na poti.

V letu 2025 so se (upoštevajoč novo metriko merjenja) naše vsebine uporabnikom prikazale 111.754 krat. Pri tem je pomembno, da **kljub nekoliko manjšemu številu prikazov, je več ogledov ter aktivnosti** (za aktivnost se šteje, ko uporabnik ob ogledu nekaj naredi). Manjše je število prenosov. Razmerje med številom prikazov ter številom ogledov je bilo v 2025 11:1, kar pomeni da je **vsak 11 obiskovalec ki je vsebino videl, si jo je tudi ogledal**. Vsak drugi od teh 11 je bil na vsebini aktiven. To nam da vedeti, da ga je vsebina dovolj prepričala, da je bral dalje. V letu 2024 in 2023 je bilo razmerje slabše.

	PRIKAZI		OGLEDI		AKTIVNOST		PRENOS	
	2024	2025	2024	2025	2024	2025	2024	2025
POTI	112697	111754	10889	11047	5484	5652	289	187
POI (atrakcije)	35027	19442	1151	1122	184	178	42	24
DOGODKI	1351	1197	47	14	2	3	0	0
NASTANITVE	0	0	0	0	0	0	0	0
SKUPAJ ² ostalimi kategorijami	154,739	133,335	12,232	12,211	5672	5835	331	211

Tabela 8: Statistika vsebin po področjih v sklopu portala OutdoorActive

Največ interesa je bilo v letu 2025 za pohodniške vsebine, med katerimi je bila največkrat ogledana Pot ob Savi, sledita ji Lambergova pot in Naravoslovna učna pot Pusti grad. Podrobnejši pregled je v spodnji tabeli. Med kolesarji je bila največkrat ogledana pot MTB Šobec- Bled.

POHODNIŠTVO		ŠTEVILO OGLEDOV
1.	The Sava River Trail	1367
2.	Lamberg trail Begunje	1008
3.	The Lipnica Castle Trail,	848
4.	The Brezje Path of Peace	705
5.	The Grabnarca Waterside Nature Trail	570
6.	A walk among Radovljica's cultural monuments	488
7.	Begunje Shepherd's Trail	470
8.	Along Sava River to Bled	463
9.	From Kropa to Jamnik	454
10.	St. Peter's Trail Begunje	408
KOLESARJENJE		
1.	From Camping Šobec to Lake Bled on a mountain bike	208
2.	Circular journey from Radovljica to Brezje	158
3.	Radol'ca Food & Bike Tour	150

Tabela 9: Spisek poti, ki so v letu 2025 na portalu OutdoorActive najbolj pritegnile uporabnike

2.2.4.5 PRISOTNOST DESTINACIJE NA DRUGIH SPLETNIH MESTIH

Radovljica je kot ena od 35 vodilnih turističnih destinacij v Sloveniji na portalu slovenia.info prisotna na lastni pristajalni strani: <https://www.slovenia.info/sl/destinacije/regije/alpska-slovenija/radovljica>

Radovljica je predstavljena tudi na portalih združenj:

- **portal Julijske Alpe:** <https://julian-alps.com/en/p/radovljica/52345730/>
- **portal Združenja zgodovinskih mest Slovenije.** <http://www.zgodovinska-mesta.si/mesta/radovljica/>
- **portal Slovenia Outdoor:** https://slovenia-outdoor.com/destinations/alpska_slovenija_dezela_hribov_in_gora/radovljica/

2.2.5 PRIDOBIVANJE VSEBIN ZA PROMOCIJO

V letu 2025 smo pridobivali nekaj novega foto in video materiala za promocijo destinacije in produktov, in sicer:

- Festival čokolade promocijski video za oglas
- Festival čokolade, slikovno ter neobdelano video gradivo, ki ga lahko uporabljamo pri nadaljnjem promoviranju festivala
- Slikovno gradivo Festival Okusi Piva
- Slikovno gradivo Četrтки na trgu
- Slikovno gradivo Radovljice, ki jih je za ZZMS naredil Jošt Gantar
- Video gradivo Kulinarična jesen
- slikovno gradivo Otvoritvena večerja
- Decembrski dogodki

2.2.6 TISKOVINE

V letu 2025 smo pripravili in natisnili ponatise tiskovin:

- Angleški katalog, 8000 kosov
- Poletna trganka/zloženska, 15.000 kosov
- Trganka SLO-EN 10 000 kosov
- Trganka NEM-IT 10 000 koso
- Miniguide NEM 10 000 kosov
- Miniguide ANG 10 000 kosov
- Letaki: Kulinarična jesen 5500 kosov, Poletje v Radovljici 15 000 kosov, December v Radovljici 11500 kosov

2.3 TURISTIČNO INFORMACIJSKA DEJAVNOST

Turistično informacijska dejavnost predstavlja pomemben operativni in podporni steber uresničevanja vizije destinacije Radol'ca kot kakovostne, butične in trajnostno naravnane turistične destinacije. Osrednjo vlogo v sistemu ima **TIC Radovljica**. Povezano z uradnimi

kanali JZTKR, zlasti s spletno stranjo www.radolca.si, deluje kot informacijsko, svetovalno in operativno središče.

Javni zavod Turizem in kultura Radovljica **365 dni v letu** zagotavlja odprtost TIC Radovljica, v poletni sezoni, pa vsak dan obratuje tudi TIC Begunje.

Kadrovska struktura in organizacija dela:

V TIC Radovljica deluje ena redno zaposlena oseba ob podpori ostalih zaposlenih JZTKR ter študentov in dijakov. Leto 2025 je zaznamovala korenita **kadrovska sprememba**, saj je TIC Radovljica med februarjem in aprilom deloval brez vodje; novo zaposlena oseba je z uvajanjem v delo pričela konec aprila 2025. Kljub temu je bilo zagotovljeno nemoteno delovanje in stalna odprtost TIC-a z večjo angažiranostjo študentov ter ostalih zaposlenih.

Ker je TIC odprt vse dni v letu ter večino mesecev tudi v popoldanskem času, delo ob vikendih ter ob koncu dela prevzamejo študentje. Poleg tega vsako leto sodeluje tudi nekaj dijakov in študentov ki opravljajo obvezno prakso.

Naloge in storitve TIC Radovljica:

- Zagotavljanje celovitih turističnih informacij in promocijskih materialov (destinacija Radol'ca, Julijske Alpe, Triglavski narodni park, Zgodovinska mesta Slovenije, idr.),
- svetovanje obiskovalcem pri načrtovanju obiska Radovljice, okolice in drugih destinacij,
- posredovanje povpraševanj in informacij o turističnih namestitvah (osebno in prek spleta),
- organizacija, koordinacija in izvajanje turističnih vodenj po Radovljici in okolici ter sodelovanje z lokalnimi turističnimi vodniki,
- posredovanje, rezervacija in prodaja izbranih turističnih doživetij in aktivnosti,
- prodaja lokalnih in regionalnih spominkov ter izdelkov lokalnih obrtnikov in ustvarjalcev s poudarkom na izvoru iz občine Radovljica in Gorenjske,
- promocija lokalnih dogodkov, prireditev in kulturne dediščine ter usmerjanje obiskovalcev k aktualni ponudbi,
- sodelovanje z lokalnimi ponudniki, društvi in zavodi pri razvoju in promociji turistične ponudbe,
- zbiranje informacij o obisku, potrebah in zadovoljstvu obiskovalcev ter posredovanje povratnih informacij pristojnim deležnikom,
- skrb za prepoznavnost destinacije in kakovostno izkušnjo obiskovalcev na vstopni točki destinacije.

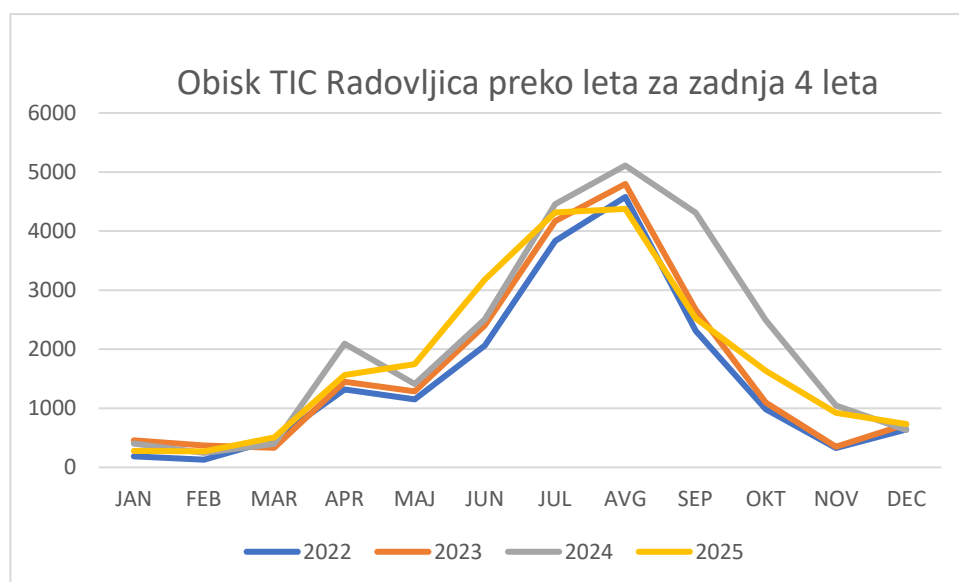
2.3.1 OBISKOVALCI TIC

V obeh TICih smo v 2025 zabeležili **22.636 obiskovalcev**, pri čemer je levji delež obiska ustvarjen v TIC Radovljica, ki obratuje vse dni v letu z daljšim obratovalnim časom. Obisk predvsem v TIC Radovljica je odličen in s celoletnim povprečjem dobrih 60 obiskovalcev dnevno predstavlja zgornjo mejo kapacitete majhnega prostora in dejstva, da istočasno v TIC Radovljica dela le 1 oseba. V najbolj obremenjenih mesecih, juliju in avgustu, je povprečen obisk 140 obiskovalcev dnevno.

2.3.1.1 TIC RADOVLJICA

Analiza potrjuje izrazito sezonsko strukturo obiska. Največ obiskovalcev je zabeleženih v poletnih mesecih (julij–avgust), najmanj pa v zimskem obdobju (januar–marec). Takšen vzorec je stabilen skozi vsa obravnavana leta in je skladen s splošnimi značilnostmi turističnega povpraševanja v destinaciji. Primerjava med leti kaže, da je leto 2024 izstopalo po nadpovprečno visokem obisku v glavni turistični sezoni. V letu 2025 je v primerjavi s preteklim letom opazen upad obiska, predvsem poleti ter v jesenskem času. Skupaj je TIC Radovljica obiskalo **22.044 gostov**, kar je 12% manj kot leto prej, a kljub temu več kot leta 2023.

Kljub zaznanemu upadu v letu 2025 obisk TIC Radovljica ostaja **izrazito sezonsko koncentriran** in dolgoročno stabilen. Podatki predstavljajo ustrezno podlago za nadaljnje načrtovanje ukrepov, zlasti na področju razpršitve obiska izven glavne sezone in krepitev celoletne turistične ponudbe.



Graf 14: Obisk v TIC Radovljica preko leta, obdobje 2022-2025

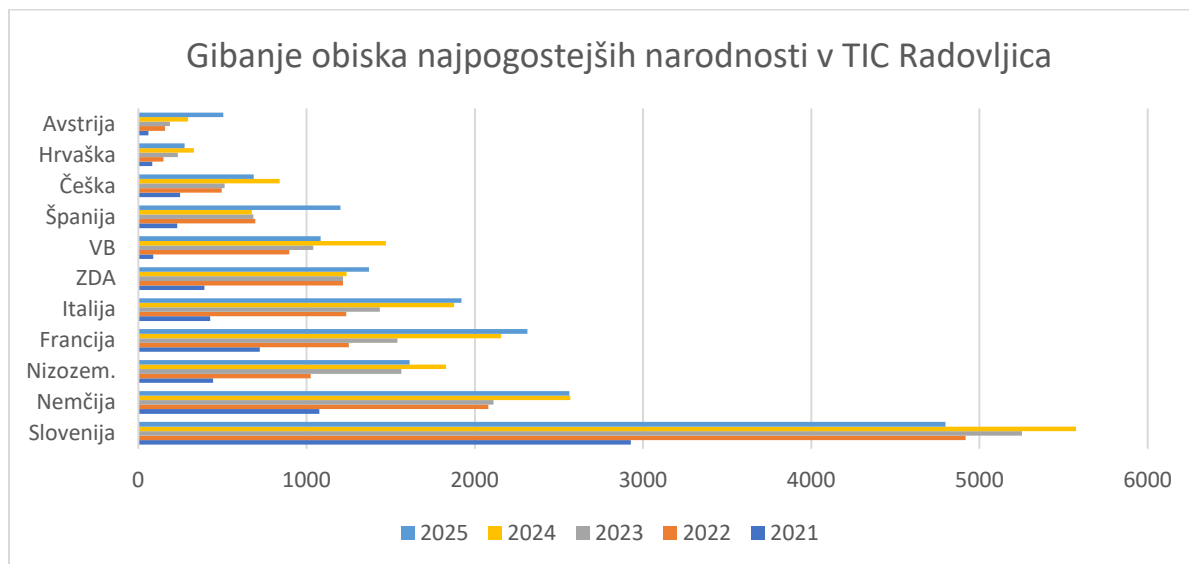
Podatki o strukturi obiskovalcev TIC Radovljica, ki so zgolj ocena, pridobljena na podlagi pogovora z gosti, po državah kažejo, da največ obiskovalcev prihaja iz Slovenije, glavnina teh pa TIC obišče v aprilu, predvsem v sklopu Festivala čokolade. Domači trg predstavlja največji delež v vseh obravnavanih letih, pri čemer je bilo leto 2024 najizrazitejše po številu obiskovalcev.

Med tujimi trgi izstopa **Nemčija** kot najpomembnejši emitivni trg, sledijo **Francija, Italija in Nizozemska**. Število obiskovalcev s teh trgov ostaja relativno stabilno, z manjšimi nihanji med posameznimi leti. Pomemben delež predstavljajo tudi obiskovalci iz ZDA, Španije in Velike Britanije, kar kaže na prisotnost destinacije na širših mednarodnih trgih.

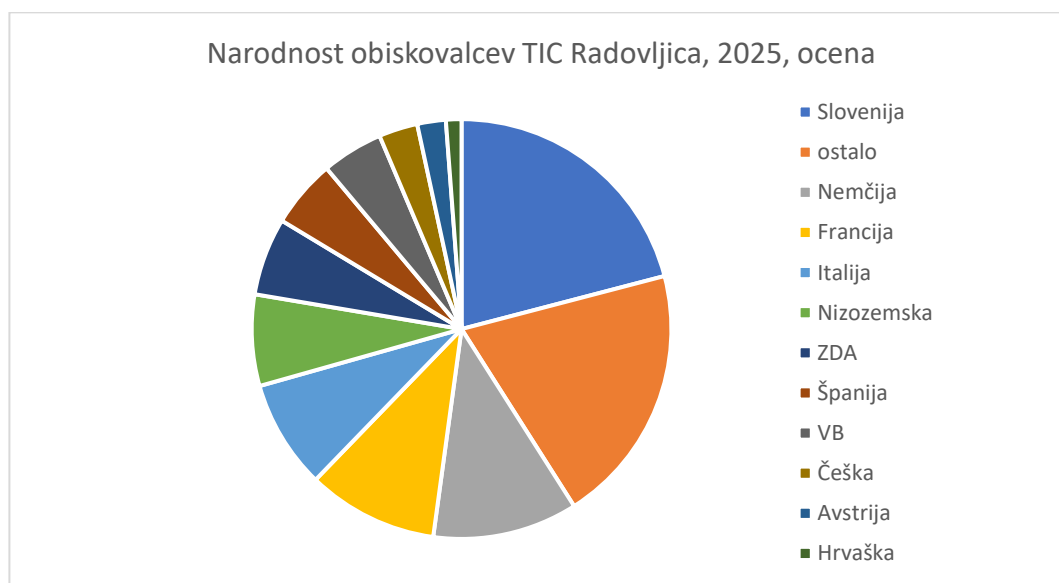
V strukturi obiskovalcev so zastopani tudi drugi evropski trgi, kot so Češka, Avstrija, Hrvaška in celo Finska, ki skupaj prispevajo k raznoliki mednarodni sestavi obiskovalcev. Podatki za leto 2025 ne izkazujejo večjih odstopanj, kar potrjuje stabilno prepoznavnost destinacije in kontinuirano delovanje TIC Radovljica. Pri pregledu posameznih narodov je zaznati v 2025

velik porast Špancev ter Avstrijcev. Oboje je lahko tudi napačna ocena, saj so kot Španci pogosto zaznani vsi predstavniki špansko govorečih narodov (npr. Južnoameričani). Podobno bi lahko veljalo tudi za Avstrijce.

Če v statistiki obiskovalce tujih dežel in neidentificirane obiskovalce (država »Neznano«) združimo v enotno maso, tudi v letu 2025 močno prevladujejo tuji obiskovalci, Slovenci pa predstavljajo 22% delež, enako kot v preteklem letu.



Graf 15: Gibanje obiska najpogostejših narodnosti v TIC Radovljica



Graf 16: Obiskovalci v TIC Radovljica (ocena narodnosti z največjim številom obiskovalcev)

Obiskovalci so najpogosteje iskali informacije o znamenitostih mesta Radovljica, o okoliških pohodnih poteh ter o družinskih produktih. Veliko povpraševanja je tudi po dogodkih, planinskih poteh na območju Julijskih Alp in Karavank. Gostje se zanimajo tudi za okoliške kraje in ostale znamenitosti Slovenije.

2.3.1.2 TIC BEGUNJE

TIC Begunje je pričel s sezonskim obratovanjem v torek 30. junija 2025 in je neprekinjeno obratoval vse dni v tednu do nedelje 31. avgusta 2025, odprt pa je bil tudi v soboto 13.9., ko je v Begunjah potekalo državno prvenstvo v gasilski orientaciji. V 63 obratovalnih dneh oz. 315 obratovalnih urah je TIC Begunje obiskalo skupno **592 obiskovalcev** oz. v povprečju **9 obiskovalcev na dan** oz. nekaj manj kot 2 obiskovalca na uro. V letu 2024 je TIC Begunje obiskalo sicer 4 % večje število obiskovalcev (619), a je pri tem potrebno spomniti, da je bil tudi skupni obratovalni čas v letu 2024 daljši za 7 dni, kar primerjalno pomeni skorajda identičen povprečen dnevni obisk. Če ob tem upoštevamo tudi dejstvo, da je bil v letu 2024 v Begunjah organiziran Festival Avsenik, podatkov o obisku TIC-a Begunje v sezoni 2025 posledično ne smemo razumeti v smislu trenda postopnega upadanja obiska. Nasprotno: največji turistični dogodek v vasi ima praviloma zelo velik vpliv na obisk Turistično informativnega centra Begunje, v letu 2024 je npr. kar petina vseh obiskovalcev TIC-a v sezoni prostore turistično informativnega centra obiskalo v zgolj treh festivalskih dneh (23.8.- 25.8.2024). Ker bo Festival v letu 2026 ponovno organiziran, si lahko tako ponovno obetamo tudi boljši obisk poslovne enote TIC Begunje, kot seveda tudi Begunj kot turističnega kraja.

Pregled dolgoročnih statističnih kazalnikov vseeno kaže **na postopni trend upadanja obiska TIC Begunje**. Največ k slabšim statističnim rezultatom gotovo prispeva vsakoletno **skrajševanje obratovalnega obdobja** (le to je zdaj omejeno res samo še na čas visoke turistične sezone), svoj delež k temu pa nedvomno prispevajo tudi **spmembe navad turistov**. Vse večji del obiskovalcev se pri iskanju informacij namreč raje obrne na svoje mobilne telefone ter aplikacije, kot da bi vstopili v prostore TIC-a. Potrebno si je tudi priznati, da prostori TIC-a Begunje zaradi svoje prostorske utesnjenosti, slabe naravne osvetljenosti ter odsotnosti klimatskih naprav niso najbolj privlačni za obisk oz. daljše zadrževanje. Posledično je **s fizičnimi omejitvami prostora omejen tudi nabor prodajnih artiklov, ter možnosti privlačnejšega načina njihove prezentacije**, kar se nenazadnje odraža tudi v izredno skromni prodaji spominkov in trgovskega blaga.

Zunanje stojalo s promocijskimi in informativnimi gradivi pri TIC Begunje je (skupaj z grozdom informacijskih tabel tematskih pohodniških poti) nasprotno **deležno velikega zanimanja** in obiska. Iznos gradiv na zunanjem info stojalu se iz leta v leto strmo povečuje, posebej velik je seveda v urah in mesecih, ko TIC Begunje dnevno oz. sezonsko ne obratuje. Iznašanje gradiv še zdaleč ni več vezano zgolj na čas visoke ter obeh spremljevalnih sezon, ampak se vedno bolj podaljšuje tudi v zgodnjo pomlad in pozno jesen. Begunje imajo še vedno **značaj izletniškega kraja**, priljubljene so predvsem tematske pohodniške poti, ki so (ob lepem vremenu) obiskovalcem večinoma dostopne skozi celotno koledarsko leto. K živahnemu utripu kraja v času nizke sezone pomembno prispevajo tudi koncertni in drugi dogodki v organizaciji Gostilne in restavracije Avsenik, ter prireditve v organizaciji Turističnega društva Begunje.



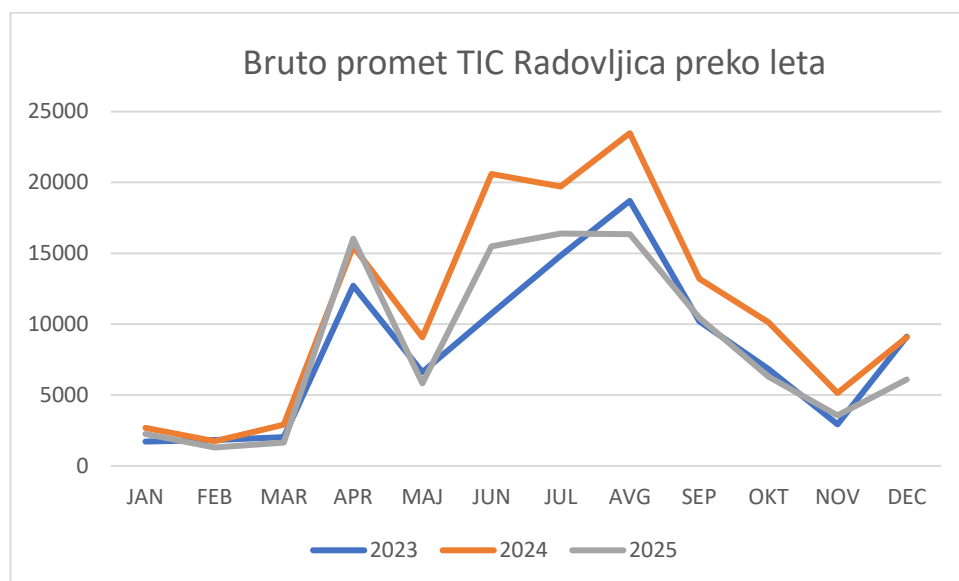
Slika 2: TD Begunje je decembra postavil nove jaslice v krožišče

Prostovoljci TD Begunje so novembra 2025 okolico TIC-a okrasili z umetelno izrezljanimi bučami ter svetlobnimi skulpturami, v adventnem času pa z božično-novoletnim okrasjem. Posebno veliko pozornosti so bile deležne monumentalne lesene jaslice, delo akademskega slikarja Mohorja Bogataja iz Sorice, ki so bile postavljene v skalnjak med TIC Begunje in domačijo Pri Jožovcu.

V primerjavi z letom 2024 se je nekoliko **spremenilo razmerje obiskovalcev po narodnosti**. Na prvo mesto se (prvič po epidemiji korona virusa) spet vračajo **nemški gostje**, ki predstavljajo dobrih 32% vseh obiskovalcev TIC Begunje. **Slovenski obiskovalci predstavljajo slabo tretjino (30 %)** vseh obiskovalcev. Sledijo jim **nizozemski gostje** z 12%, ter v manjših odstotkih (pod 10%) Avstrijci, Čehi, Francozi, Američani ter drugi. **Nemško govoreči gostje** (Nemci, Avstrijci in Švicarji) v skupni strukturi obiskovalcev z več kot 40% vseh obiskovalcev še naprej **predstavljajo večinski segment obiskovalcev Begunj na Gorenjskem**. Značilna narodnostna struktura obiskovalcev Begunj je seveda predvsem **posledica privlačnosti produkta narodno-zabavne** glasbe v germanskem oz. alpskem prostoru. Muzej Avsenik ostaja najbolj obiskana turistična zanimivost v kraju, močno se je povečal tudi obisk gradu Kamen.

2.3.2 PRODAJA TIC

Bruto promet TIC Radovljica je v letu 2025 znašal **82.650,43 EUR**, kar pomeni **26,21% upad** v primerjavi z doslej najuspešnejšim letom 2024 oziroma 10% upad v primerjavi z letom 2023.

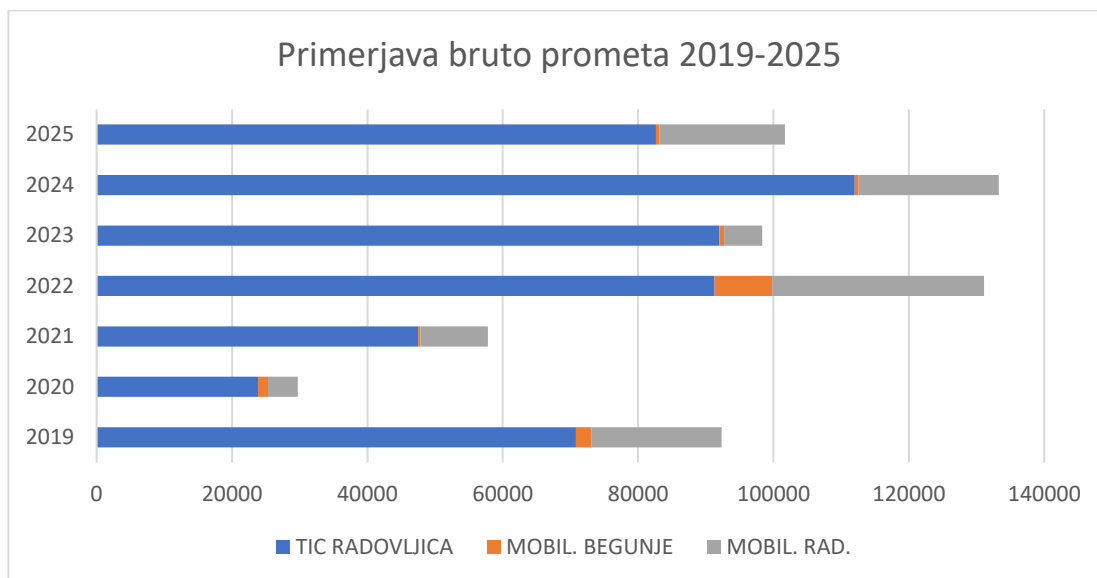


Graf 17: Prodaja v TIC Radovljica preko leta, primerjava med leti.

Bruto promet vseh blagajn TIC (skupni) je v letu 2025 znašal **101.705,75 EUR**, kar je sicer primerljivo z letom 2023 (3% rast), v primerjavi z letom 2024 pa predstavlja **23,70 % upad**. Promet se je zmanjšal na vseh blagajnah kljub podobnim uporabam kot v lanskem letu. Iz tega lahko sklepamo, da gre pri upadu prodaje v TIC Radovljica za posledice širših sprememb – zmanjšanja kupne moči obiskovalcev, večje preudarnosti pri nakupovanju, drugačne strukture gostov.

Poleg TIC Radovljica se prodaja izvaja tudi v TIC Begunje ter na mobilni blagajni, ki se uporablja na dogodkih v organizaciji JZTKR. **Mobilna blagajna Radovljica** je bila namenjena izdaji računov na

stojnici Festivala čokolade, Festivala piva in na dogodkih v sodelovanju z Okusi Radol'ce (bruto promet 18.572,40 EUR). **Mobilna blagajna Begunje** je delovala kot blagajna TIC Begunje (bruto promet 482,92 EUR).



Graf 18: Primerjava prodaje 2019-2025

Trend manjšanja prodaje kart preko Eventim se je nadaljeval tudi v letu 2025. Bruto promet prodaje kart Eventim je bil le 965 €, kar pomeni 58 % upad. Za primerjavo, prodaja leta 2024 je znašala 2.280,80 EUR (leta 2023 pa 2.980,80 EUR). Zaznan upad prodaje koncertnih vstopnic pripisujemo vedno večjemu trendu digitalnih nakupov; ljudje redkeje pridejo po vstopnice na blagajniški pult. Društvo ljubiteljev stare glasbe, ki skrbi za Festival stare glasbe v Radovljici (kar je največji prodajni artikel sistema Eventim TIC Radovljica), je v letu 2025 opazno povečalo lasten angažma pri prodaji kart preko svoje spletne strani in kontaktnih podatkov. Usahnila je tudi prodaja kart preko sistema Mojekarte.si ter Ribiških kart Ribiške družine Radovljica, saj je zaživela dostopnejša prodaja digitalnih dovolilnic, ki jih obiskovalci kupijo preko spleta.

2.4 PRIREDITVE

Na področju turizma organiziramo prireditve po večini v starem mestnem jedru Radovljice in v radovljiškem parku, v letu 2025 smo uvedli nov cikel kulturno-kulinaričnih večerov v atrijih v mestnem jedru. Ostalim organizatorjem prireditev v občini nudimo podporo na področju promocije, idej ter preko razpisov tudi s finančnimi sredstvi.

Turizem in kultura Radovljica v letu 2024 nadaljuje vlogo koordinatorja prireditev v občini Radovljica in izvaja naslednje naloge:

- povezuje in koordinira vse organizatorje prireditev na območju občine, še posebej pa v mestnem jedru Radovljice
- usklajuje in pripravlja skupni koledar prireditev za objavo v Deželnih novicah,
- objavlja širše zanimive prireditve na spletni strani www.radolca.si, večje prireditve pa tudi na straneh regije Julijske Alpe ter STO
- skrbi za obveščanje o prireditvah v medijih,

- obvešča zainteresirano javnost prek newslettera in obvestil za javnost,
- pripravlja letake, plakate in oglašuje lastne prireditve.

Vse pomembnejše prireditve objavljamo na spletni strani, junija in decembra izdamo koledarček poletnih oziroma zimskih prireditev.

2.4.1 PRIREDITVE V ORGANIZACIJI TURIZMA RADOVLJICA

2.4.1.1 RADOLŠKA TRŽNICA

Sejem lokalnih dobaviteljev, rokodelskih izdelkov in starin poteka **vsako prvo soboto v mesecu med 10. in 12. uro**. V primeru suhega vremena je tržnica na Linhartovem trgu in na trgu pred cerkvijo, v primeru slabega pa v pritličju in atriju Radovljiške graščine.

Na sejmu sodelujejo lokalni dobavitelji in rokodelci ter ponudniki starin. Večkrat se jim pridružijo tudi ponudniki iz drugih občin in regij. Vedno je največ ponudnikov hrane in pridelkov (med 7 in 15 ponudnikov), sledijo rokodelci (3 do 6 ponudnikov) in starinarji (1 do 3 ponudnikov). Na tržnici je vsakič med 100 in 250 obiskovalcev.

Lokalni dobavitelji in rokodelci se lahko vključijo s članstvom v Dobaviteljih Okusov Radol'ce ali Narjen v Radolc za rokodelce. Trenutno sodeluje 12 dobaviteljev in 7 rokodelcev. Letna članarina znaša 40€ in članom prinaša brezplačno sodelovanje na Radolški tržnici, predstavitev na spletni strani www.radolca.si in sodelovanje na dogodkih z Okusi Radol'ce. Rokodelci pa dobijo še keramično tablico z napisom Narjen v Radolc, ki sta jo izdelala domača rokodelca, ki ustvarjata s keramiko in lesom, delujeta pa pod imenom 6thsense Art.

Nekajkrat letno Radolška tržnica poteka med 10. in 13. uro, takrat ji dodamo tematsko delavnico. V letu 2024 smo izpeljali 2 delavnici: delavnico priprave sadik z Moniko Brinšek in delavnico priprave presnih kroglic z Matejo Reš.

2.4.1.2 FESTIVAL ČOKOLADE

Festival čokolade, ki je največji dogodek v naši organizaciji ter nasploh največja prireditev v občini, organiziramo do leta 2012. Leta 2025 je potekal 12. in 13. aprila. Za kritje stroškov organizacije smo pred leti vpeljali vstopnino, ki je bila v 2025 6 € za odrasle. Lokacije festivala so ostale enake kot v letu 2024. V parku in **na Linhartovem trgu** se je odvijala prodaja in degustacija čokolade, hkrati smo v parku pripravili koncerte, vodene animacije, kuharske delavnice in gostinsko ponudbo. **V Radovljiški graščini** so potekale vodene kulinarične in ustvarjalne delavnice ter animacija za otroke in odrasle.

Festival v številkah in poudarkih:

- 22 ponudnikov čokolade
- 10.770 prodanih vstopnic (20% manj kot leto prej)
- Ocenjeno število obiskovalcev: 20.000
- 31 organiziranih avtobusnih skupin

- 20% upad prodaje degustacijskih kuponov
- 3 novi ponudniki iz tujine (2 iz Avstrije, 1 iz Hrvaške)
- 41 programskih točk/animacij
- Uspešno sponzorsko sodelovanje s Čebelarstvo Slovenije in Casino Mons
- Prihodki od najemnin, vstopnin, provizij ter sponzorskih sredstev so pokrili celotne stroške zunanjih storitev

Degustacije čokolad so potekala preko degustacijskih kuponov. Vrednost kupona je bila 0,90 €, zaznamo pa na tem področju upad prodaje kuponov ter interesa čokoladnic po ponujanju degustacijskih porcij, zato ob pripravi naslednjega festivala razmišljamo o drugačnem sistemu degustiranja.

Dogodek smo promovirali na območju cele Slovenije z oglasi na radijskih postajah, v tiskanih medijih, preko Facebook, Youtube ter GoogleAds oglasov. Na Avstrijskem koroškem smo dogodek promovirali v sklopu sejma v Celovcu, z GoogleAds ter Facebook kampanjami in z oglaševanjem v reviji Mein Sonntag ter v reviji na Hrvaškem. Festival čokolade kot zelo atraktivna tema se je izkazal za dobro zgodbo, preko katere promoviramo celotno destinacijo, še posebej obisk izven glavne sezone.

Tekmovanje na Naj pralino je lani po dolgem času potekalo doma, v Radovljici. Po nekaj letih ocenjevanja v priznani avstrijski čokoladnici Zotter, smo k sodelovanju povabili slaščičarja Anžeta Kranjca ter hrvaškega čokolatierja Dražena Željkovića. Ocenjevalca sta praline ocenila glede na izgled, okus, tehnično dovršenost, izbor sestavin ter izvirnost. Na tekmovanju je sodelovalo 10 pralin 5 slovenskih čokoladnic. Na prvo mesto se je uvrstila domača čokoladnica Molinet. V času festivala smo tudi letos organizirali izbor naj praline po mnenju obiskovalcev.



Leta 2025 smo v sklopu festivala ponovno pripravili čokoladno ruleto, ki jo je doniralo podjetje Casino Mons iz Ljubljane, izdelala pa jo je Hiša čokolade Molinet. **Čokoladna ruleta** je priljubljena nagradna igra, ki pa zahteva precej angažmaja na področju pridobivanja nagrad ter privabljanja obiskovalcev k igri, zato igre ne izvajamo vsako leto. Drugi poudarek na lanskem festivalu je bilo **sodelovanje s Čebelarstvo Slovenije**



Slovenijo. Skupaj smo v sodelovanju s čokoladnico Molinet pripravili posebno čokoladno tablico, polnjeno s certificiranim slovenskim medom. Tablico smo premierno predstavili na novinarski konferenci pred festivalom ter podajali na festivalu tako kot tudi kasneje v TIC Radovljica.

Ob organizaciji festivala smo predvsem na račun vstopnine in dobrega obiska s prihodkom pokrili vse stroške organizacije. Skupni stroški organizacije dogodka so bili dobrih 111.000 €, skupni prihodki pa dobrih 112.000 €. Ker zaradi uspešne izvedbe nismo porabili v proračunu občine namenjenih sredstev za organizacijo tega dogodka, smo ta sredstva namenili ostalim dogodkom. Tokrat smo v času festivala in pred njim izvajali tudi analizo spletno pojavnosti festivala. Celoten spletni doseg festivala je bil skoraj pol milijona, zaznanih je bilo 92 pozitivnih komentarjev ter nobenega negativnega, objave pa so imele skupaj 4.366 interakcij. Vrednost medijskega spletnega izplena je ocenjena na 47.000 USD oziroma 40.000 €.

2.4.1.3 FESTIVAL OKUSI PIVA

Lani je Festivala piva drugič potekal v celoti v naši organizaciji. Odvijal se je 6. in 7. junija v parku. Sodelovalo je 11 craft ponudnikov piva iz različnih slovenskih pokrajin: Reset, Castra, Maister, Green Gold, Mali Grad, Loo-Blah-Nah, Crazy Duck, Zajc, Lintvern, Tektonik, domača Carniola ter Malner Cider. Za ponudbo hrane so skrbeli 4 ponudniki. Pivo se je tudi letos točilo v kozarce za večkratno uporabo. Vsak obiskovalec namreč ob prihodu lahko kupi kozarec in kupončke za nakup piva.



Tudi letos smo festivalu dodali doživetja za otroke in družine: paint ball poligon in poslikavo obraza ter brivsko- frizerski prostor, obe animaciji pa sta bili zaradi sočasne obnove spomenika in posledično zastrtega pogleda mnogo slabše obiskani kot v preteklih letih. Popoldan je za dobro glasbo skrbel DJ, za večerne koncerte pa KiNG FOO, Prismojeni profesorji bluesa, Pero Lovšin, Smetnaki in Buržoazija.

Oba dneva je bil festival zelo dobro obiskan.

2.4.1.4 ČETRTKOVI VEČERI NA TRGU

Julij 2025 je imel 5 četrтков, zato smo pripravili 5 koncertov s kulinarično ponudbo Okusov Radol'ce in popoldanskim rokodelskim sejmom. Na stojnicah se ej vsakič predstavilo 11 rokodelcev. Prav toliko imamo tudi lastnih stojnic zato večje število rokodelcev ni možno. Tokrat so nastopali:

- 3. julij: Severa Gjurin
- 10. julij: Bluzers
- 17. julij: Zajtrk
- 24. julij: Ember
- 31. julij: Dedka na svobodi.

Na podoben princip smo organizirali tudi praznovanje občinskega praznika. Občinski proslavi je sledil koncert Maje Keuc.

Obiski so bili dobro obiskani, v povprečju okvirno 500 obiskovalcev na večer. V zadnjih letih opazamo, da se dogodkov v velikem številu udeležijo tudi tuji turisti. Pijačo smo tudi letos točili v povratne kozarce katerih zalogo smo dopolnili v začetku poletja.

2.4.1.5 KULTURA V ATRIJU

V letu 2025 smo prvič izvedli cikel 3 koncertov, ki povezujejo **ulinariko, klasično glasbo ter ambient starega mestnega jedra**. Koncerti se izvajajo na prostem, zato je glasba temu primerna, obiskovalci pa med koncertom dobijo dva manjša prigrizka ter 2 kozarca vina. Dogodki so narejeni za manjše število obiskovalcev, saj se odvijajo na manjših lokacijah. Dva dogodka sta potekala na vrtu Šivčeve hiše, eden pa je bil planiran na terasi graščine, vendar je bil zaradi slabe vremenske napovedi prestavljen v Baročno dvorano graščine. Program na dogodkih organizira Timotej Willewaldt v sklopu njegovega projekta Glasba mladih. Dogodki so bili za prvo leto dobro obiskani, pritegnili pa so tudi turiste.



2.4.1.6 JESEN V RADOVLJICI

Letos smo se, predvsem zaradi velikega števila ostalih dogodkov in previsokih stroškov, odločili, da nekoliko okrnimo počitniški program. V soboto smo na Radolški tržnici pripravili kulinarčno delavnico izdelovanja naravnih gumijastih bombonov z Matejo Reš in izmenjevalnico igrač. Ta je sedaj postala že tradicionalna, ljudje so jo lepo sprejeli, zato se zamenja zares veliko igrač. Vsako leto jih nekaj ostane, letos smo jih podarili Vrtcu Radovljica, kjer so jih razdelili v svoje enote.

V četrtek, 30. oktobra smo, v sodelovanju z Radolško čokolado, pripravili čokoladni dan. Program vključuje: spoznavanje kakava, degustacijo kakava in različnih vrst čokolade z geografskim poreklom, izdelavo čokoladne tablice in čokoladnih kreacij, ki jih otroci odnesejo domov kot čokoladni spominek. V petek, pa smo v Linhartovi dvorani po ogledu animiranega filma pripravili ustvarjalno delavnico za otroke z Natašo Grohar. Vsi dogodki so bili tudi tokrat izjemno dobro obiskani.

2.4.1.7 KULINARIČNA JESEN V RADOVLJICI

Letos smo spet pripravili program Kulinarične jeseni v Radovljici. Osrednja ideja je **ponudba menijev iz sledljivih sestavin v restavracijah Okusi Radol'ce**. Mesec lokalnih menijev je tudi letos povezal 7 gostiln in restavracij. To so: Hiša Linhart, Gostišče Tulipan, Gostišče Draga, Restavracija Tabor, Restavracija Šobec, Baffi House of Pizza in Vila Podvin. Med 25. oktobrom in 1. decembrom so ponujali vrhunske menije iz sledljivih sestavin po enotni ceni 30€. Letos smo po dolgem času nagradili najbolj zveste obiskovalce Okusov Radol'ce: kdo je

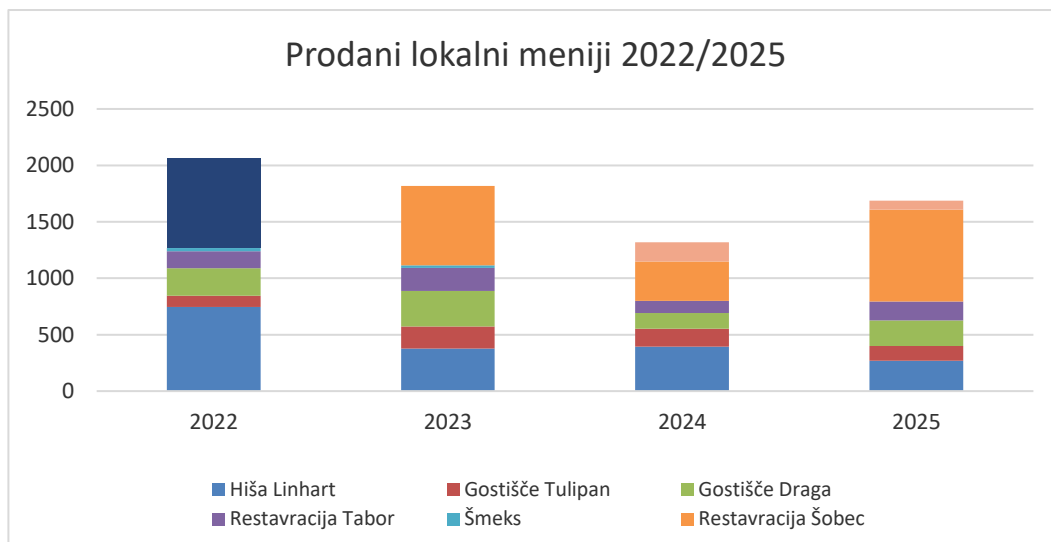
poskusil vsaj 3 menije, je dobil vabilo na ekskluzivni dogodek v družbi chefov, ki se je 4. decembra odvijal v Baffi House of Pizza in pa **naziv Radolški gurman**. Dogodek je letos nadomestil tradicionalni zaključni dogodek na trgu, ki ga vsako leto pripravimo ob prižigu luči, saj je zanimanje za hrano na tem dogodku zelo upadlo in ni več smiselni skupni angažma.

Tradicionalna skupna **otvoritvene večerja** se je tokrat odvijala v petek, 24. oktobra, prvič v Restavraciji Šobec v Lescah. Popoldan je potekal sejem lokalnih dobaviteljev, na katerem so se predstavili tudi ponudniki iz sosednjega Bleda, združeni pod znamko Bled Local Selection. Večerjo je tudi tokrat pripravilo 7 chefov, 4-hodni meni pa je prinesel sodelovanje in skupno ustvarjanje vseh vključenih v Okuse Radol'ce. Večerje se je udeležilo 90 obiskovalcev, ki so za meni odšteli 59€. Vsi prihodki od prodaje menijev so namenjeni kritju stroškov programa in promocije meseca lokalne kulinarike.

Tudi letos smo dogajanje kulinarčne jeseni popestrili z **dodatnimi aktivnostmi gostincev**, vključenih v Okuse Radol'ce **ter dobaviteljev**. Med vodenimi kulinarčnimi doživetji so bili tokrat: doživetje ČAROBNOST ŠTIRIH OKUSOV n Restavracija Tabor, vodene ČOKOLADNE DEGUSTACIJE za odrasle in ČOKOLADNA DELAVNICA za otroke v Radolški čokoladi, DEGUSTACIJE MLADIH VIN ter EKSLKUZIVNA DEGUSTACIJA VIN POSEBNIH LETNIKOV v Vinoteki Sodček, KUHARSKA ŠOLA za otroke in odrasle v Hiši Linhart, vodene DEGUSTACIJE MEDU IN MEDENIH PIJAČ SLOVENSKEGA POREKLA v Trgovini Babka v Čebelarskem center Lesce, KULINARIČNE DELAVNICE SOUS VIDE v Vili Podvin, delavnica PRIPRAVA TESTA Z DROŽMI v Baffi House of Pizza, delavnica PEKA KRUHA v Gostišču Tulipan in pa dneve odprtih vrat na kmetijah Vegerila, Dolenc in Brinšek. Vse delavnice in dnevi odprtih vrat so bile dobro obiskane, zato pripravo načrtujemo tudi v letošnjem letu.

V mesecu novembru je bilo letos največ menijev prodanih v Restavraciji **Šobec**, kar 814, 269 so jih prodali v Hiši Linhart, 226 v Gostišču Draga, 168 v Restavraciji Tabor, 131 v Gostišču Tulipan, v Vili Podvin pa 78. Baffi House of Pizza zaradi specifične ponudbe pic, v mesecu novembru ne nudi klasičnega menija, zato ga v statistiko ne štejemo. Skupno je bilo v novembru prodanih 1686 menijev, lani v tem času pa 1320. Primerjava s prodajo v lanskem letu je vidna v spodnji tabeli:

Tudi letos smo v prodaji ponudili darilne bone za obisk restavracij vključeni v Okuse Radol'ce. Leta 2023 smo skupno prodali 87 bonov, lani 67, letos pa 76 darilnih bonov.



Graf 19: Primerjava prodaje lokalnim menijem

2.4.1.8 DECEMBER V RADOVLJICI

Staro mestno jedro Radovljice je tudi letos decembra krasila dekoracija iz naravnega zelenja, avtorske poslikave oken ter jaslice akademskega slikarja Nikolaja Mašukova.

Koorindator krasitve je naš javni zavod, ki poskrbi za izbor tematike, nemoteno delo, sodelovanje, pravočasnost ter predvsem tudi za zadosten material, pokritje dela stroškov okrasitve ter lastno delo. Pri izdelavi dekoracije so sodelovale pletarki Tanja Pogačnik in Petra Kunstelj, floristka dr. Sabina Šegula, akademska slikarka Meta Šolar. Izziv naravne okrasitve je vsako leto pridobivanje smrečja. Pri tem nam pomaga Komunala Radovljica in s pozivom v Deželni novicah smo uspeli pridobiti zadostno količino smrečja.

Tema letošnje zimske mestne galerije na oknih v mestnem jedru so bili zimski športi. Radol'ca oziroma občina Radovljica je dom številnih olimpijcev ter znanih športnikov, še posebej zimskih. V pozdrav zimskim olimpijskim igram 2026 smo v decembrsko mestno galerijo na prostem vpletli zimske športe in igre na snegu.

Tudi letos smo pripravili **praznični potep po mestu**, na katerem so družine lahko odkrивale zanimive točke, otroci so reševali naloge in na koncu oddali praznično sporočilo v nabiralnik v graščini. V nabiralniku se je nabralo več kot 100 sporočil, 40 smo jih po žrebanju nagradili z darilci večine ponudnikov na Linhartovem trgu.

Program na trgu je bil pester. Začeli smo 30.11. z **Miklavževim sejmom** na trgu in prižigom luči z nastopi Glasbene šole (baletke, orkester in pevski zbor) ter koncertom Kranjcev ter kulinarčno ponudbo Okusov Radol'ce, nadaljevali pa vsak konec tedna s prazničnim sejmom. V soboto, 20. 12. smo prvič pripravili **Praznični družinski dan**: ves dan je v graščini potekal ARTish, na



trgu pa so dopoldne otroci lahko jahali, popoldne pa se zabavali na cirkuških delavnicah in v ulični predstavi s Čupakabro ter zvečer s koncertom Nipkeja in kulinarčno ponudbo Okusov Radol'ce. V graščini so že čez dan potekale ustvarjalne delavnice. Vse do 30.12. smo potem pripravljali praznični sejem in ustvarjalne delavnice, 27.12. pa še koncert zasedbe



Flirrt, ki je popolnoma napolnila Linhartov trg. 6. decembra je Radovljico obiskal Miklavž, 27.12. pa Dedek Mraz. Dober odziv na dogodke je bil zaznan tako z obiskom prirediteljev kot z obiskom spletne strani. Programi so bili smiselno umeščeni, **obisk na koncertu Flirrt pa je bil na zgornji meji zmogljivosti trga.**

2.4.2 SODELOVANJE IN PODPORA OSTALIM DOGODKOM

2.4.2.1 JULIAN ALPS TRAIL RUN

Pridružili smo se organizaciji uveljavljene mednarodne UTMB prireditve Julian Alps Trail Run. Tudi v septembru 2025 smo, skupaj z organizatorji Julian Alps Trail Run teka, pripravili štart enega od tekov, tokrat 140 kilometrske trase. Leta 2022 je bilo na štartu 333 tekačev, leta 2023 400 tekačev, leta 2024 540 tekačev, lani pa kar 600 tekačev s celega sveta. Pred štartom, ki je bil ob 21. uri, smo jim pripravili program z ulično predstavo zasedbe Kreaktiv.

2.4.2.2 FESTIVAL SWINGA

Letos je Festival swinga Shake the Change potekal 2 večera in ne 3. Oba dneva so v Radovljiški graščini potekale delavnice swinga pod vodstvom domačih in tujih učiteljev, zvečer pa so se na trgu odvijali plesni večeri. Delavnic se je udeležilo okrog 100 plesalcev iz Slovenije in tujine, večernih dogodkov na trgu se je udeležilo lepo število domačih obiskovalcev in tudi tujih turistov. Po dogodku so organizatorji mnenja, da je v naslednjem letu ponovno smiselna organizacija na način, da so plesalci vse tri dni v Radovljici.

2.4.2.3 MEDNARODNO KLAVIRSKO TEKMOVANJE

V letu 2025 smo del lastnih sredstev namenili sofinanciranju Mednarodnega klavirskega tekmovanja. Za pomoč organizatorju smo se odločili zaradi smiselne umestitve izven glavne turistične sezone ter krepitev prepoznavnosti Radovljice kot kulturnega središča s poudarkom na klasični glasbi. Na dogodek je bilo prijavljenih 52 pianistk in pianistov, ki so sodelovali z oddajo posnetkov. Na podlagi presoje strokovne žirije je bilo izbranih 23 pianistk in pianistov, ki so se zbrali v Radovljici na finalnem tekmovanju med 27.10 in 1.11.. Tekmovalci so prihajali iz 13 različnih držav, kar potrjuje izrazit mednarodni značaj dogodka ter prepoznavnost v širšem evropskem prostoru. Vsi nastopi so potekali v živo.

2.4.2.4 SOFINANCIRANJE TRADICIONALNIH PRIREDITEV ZA LETO 2025

JZTK Radovljica je 25. marca 2025 objavil razpis za društva, katerega namen je sofinanciranje tradicionalnih prireditev, ki jih izvajajo društva na območju občine Radovljica. V razpisu je na voljo 8.200€, predmet razpisa pa je sofinanciranje tradicionalnih prireditev, O kresi se dan obesi na Gradu Kamen, Dnevi večno mladih fantov, Festival pihalnih orkestrrov, Venerina pot na Pustem gradu in Langusovi dnevi, ki jih izvajajo društva s sedežem v občini Radovljica.

Vsa društva so dogodke v celoti izpeljala in pravočasno oddala poročila, zato so jim bila sredstva tudi nakazana.

	Prireditev	Organizator	Višina sredstev
1	O kresi se dan obesi na gradu Kamen	TD Begunje	1.932,60
2	Langusovi dnevi	KTD Kamna Gorica	2.655,10
3	Dnevi večno mladih fantov	RK Večno mladi fantje Radovljica	1.715,86
4	Festival pihalnih orkestrrov	PO Lesce	1.896,48
			8.200,00

Tabela 10: Sofinanciranje tradicionalnih prireditev v 2025

2.5 TURISTIČNI PRODUKTI

2.5.1 TURISTIČNA VODENJA

V letu 2025 smo na JZ Turizem in kultura Radovljica organizirali in izvedli **107 naročenih vodenj** za organizirane skupine, **19 razpisanih torkovih vodenj** po Radovljici, **22 vodenj v okviru programa poletnih vodenih ogledov** (Kropa in Grad Kamen), 6 vodenih ogledov za skupine novinarjev in agentov, 2 vodena ogleda za usposabljanje regionalnih vodnikov, en brezplačen ogled v sklopu Brezglutenskega festivala ter en brezplačen pohod v sodelovanju z knjižnico Radovljica.

Skupaj je bilo tako v letu 2025 **izvedenih 158 vodenih ogledov** (7 manj kot leto prej), ki se jih je skupaj **udeležilo 3.394 gostov**. Vodenja smo izvajali zaposleni v javnem zavodu (licencirani turistični vodniki) ob občasni pomoči zunanjih izvajalcev - lokalnih turističnih vodnikov. Pri izvajanju vodenih ogledov stremimo h kakovosti in zadovoljstvu naročnikov, prilagajamo se potrebam in željam naročnikov (od šolskih, strokovnih do neformalnih skupin).

2.5.1.1 RAZPISANI VODENI OGLEDI

Vsa redna razpisana vodenja, z izjemo vodenj v okviru prireditev, so plačljiva, 5 EUR/osebo, razen za imetnike kartice gosta Julijske Alpe. Zanje so vodenja še naprej brezplačna. Celo leto, vsak torek ob 10. uri je še vedno na voljo voden ogled starega mestnega jedra Radovljice po navedeni ceni. Od 15. junija do 15. septembra so se izvajali dodatni vodeni ogledi starega trškega jedra Krobe vsako sredo ob 10.45 in Gradu Kamen vsak petek ob 10. uri.

V letu 2025 smo s prodajo vstopnic 'Vodenje po znamenitosti' (Radovljica, Kropa, Begunje) zaslužili 629,20 EUR bruto (kar je primerljivo z letom 2024, ko je prodaja znašala 710,00 EUR bruto).

TORKOVI VODENI OGLEDI

Razpisana vodenje po starem mestnem jedru Radovljice smo izvedli 19x (22x leta 2023, 28x leta 2024)., udeležilo se ga je 128 gostov (147 gostov leta 2023, 162 gostov leta 2024), od tega 87% tujih (56% 2024) in 13% domačih gostov. Skupno število udeležencev se je močno zmanjšalo ob hkratnem izrazitem povečanju deleža tujih gostov. Zaznani trend nakazuje, da razpisana vodenja vse bolj nagovarjajo tujo javnost, medtem ko zanimanje domačih obiskovalcev ostaja omejeno. To predstavlja priložnost za razmislek o dodatnih promocijskih aktivnostih ali prilagoditvah vsebine z namenom večje vključenosti slovenskih gostov.

Torkova vodenja / leto	2023	2024	2025
Št. vodenj po Radovljici	22	28	19
Št. udeležencev	147	162	129
Delež tujih udeležencev	53%	56%	86,80%

Tabela 11: Statistika izvedenih razpisanih vodenj

POLETNI VODENI OGLEDI

Od 1. julija do 19. septembra so se poleg torkovih vodenj po Radovljici izvajali dodatni vodeni ogledi starega **trškega jedra Krope** vsako sredo ob 10.45 in **Gradu Kamen** vsak petek ob 10. uri. Skupaj s torkovimi poletnimi vodenji po Radovljici V sklopu poletnih vodenih ogledov je bilo **izvedenih 32 vodenj**, na 4 razpisanih vodenjih pa ni bilo odziva. Vseh razpisanih terminov ogledov se je udeležilo skupno 316 udeležencev, kar pomeni, da je bilo v povprečju na enem vodenem ogledu udeleženih 10 udeležencev. Kar 88% vseh udeležencev so predstavljali tuji gostje. Skoraj četrtino (24%) med njimi so nizozemski gostje, po zastopanosti so jim sledili nemški, ameriški, belgijski, francoski in švicarski turisti. Več kot polovico udeležencev vodenih ogledih so predstavljali gostje kampa Šobec, v manjšem delu tudi gostje manjših zasebnih namestitvenih obratov, domačini in dnevni izletniki iz območja osrednje Slovenije.

Oba statistična kazalnika sporočata, da smo **s programom dosegli namen**. Programi vodenih ogledov so dobro obiskani, poslužujejo pa se jih predvsem turisti, ki so nastanjeni v naši destinaciji. Z geografsko razpršenostjo programov (med Begunjami, Radovljico in Kropo) smo turistično zanimanje uspeli tudi precej enakomerno decentralizirati. Najboljši odziv so doživela vodenja po gradu Kamen, ki se jih je udeležilo skoraj 41 % vseh udeležencev. Vodenih ogledov starega mestnega jedra Radovljice se je udeležilo 35% udeležencev, najmanj (24% udeležencev) pa sprehodov po trškem jedru Krope. Poleg vidnih in merljivih učinkov (obiska na vodenih ogledih) pa ne gre zanemariti tudi promocijskih učinkov programa. S posebnimi informacijskimi totemi na najbolj frekventnih turističnih točkah, poletnimi zloženkami in objavami programov v poletnih promocijskih gradivih sosednje destinacije Bled je glas o turističnih zanimivostih destinacije Radol'ca nedvomno zajel široko publiko. Nemajhno število v regiji nastanjenih gostov je na ta način dobilo navdih in posledično Radovljico, Begunje ali Kropo obiskalo v lastni režiji.

Za goste nastanjene v kampu Šobec smo tudi v letu 2025 **na relacijah Šobec – Kropa – Šobec in Šobec – Grad Kamen – Šobec** organizirali **posebne »shuttle«** prevoze s kombiniranimi vozili, ki so gostom omogočali enostavno in bolj trajnostno udeležbo na razpisanih vodenih ogledih. S shuttle prevozi smo v poletni sezoni 2025 skupno prepeljali 110 gostov, kar pomeni da je bila **več kot polovica udeležencev vodenih ogledov Kroe in gradu Kamen nastanjenih v kampu Šobec**. Za imetnike kartice ugodnosti Radovljica je bil prevoz brezplačen.

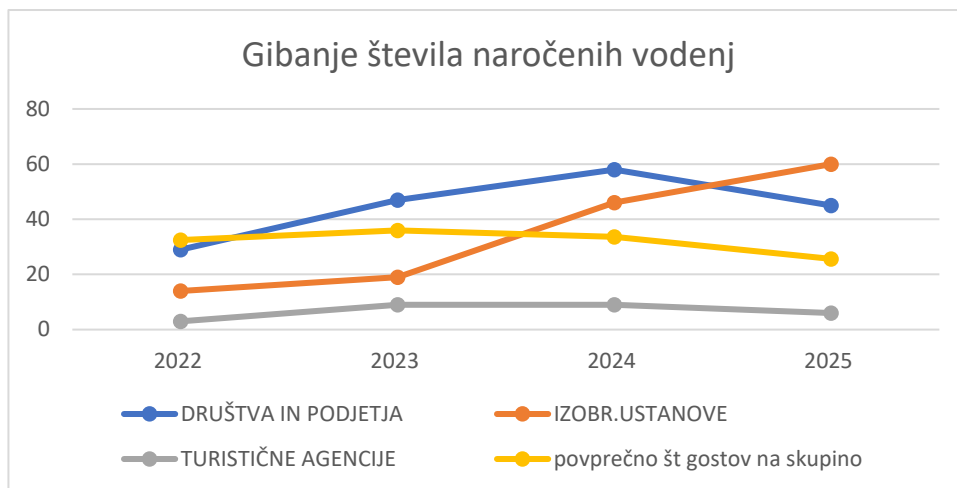
2.6.1.2. NAROČENA VODENJA

V letu 2025 smo na JZ Turizem in kultura Radovljica **izvedli skupno 107 naročenih turističnih vodenj**. Skupno število naročenih vodenj se v letu 2025 ni bistveno razlikovalo od skupnega števila vodenj v letu poprej (upad za 5,3%), nasprotno pa se je močno **znižalo skupno število udeležencev vodenih ogledov**. Le to je v letu 2025 napram letu 2024 upadlo za natanko četrtnino (25%). Na videz nelogična razlika med obema trendoma gre predvsem na račun spremembe profila skupin. V letu 2025 nas je obiskalo občutno manjše število avtobusnih, agencijskih in velikih šolskih skupin, imeli pa smo več povpraševanj oz. realizacije privatnih oz. manjših šolskih skupin. Kljub temu, da to vpliva na nižji prihodek od vodenj, pa je hkrati to skladno s strategijo bolj butičnega turizma. Negativnemu trendu navkljub so številke v letu 2025 podobne oz. nekoliko višje kot v letu 2023 (in neprimerno višje od let poprej).

	2022	2023	2024	2025	Trend
DRUŠTVA IN PODJETJA	29	47	58	45	78%
IZOBR. USTANOVE	14	19	46	60	130%
TURISTIČNE AGENCIJE	3	9	9	6	67%
povprečno št gostov na skupino	32	36	34	26	76%
NAROČENE SKUPINE SKUPAJ	46	75	113	111	98%
ŠT. GOSTOV NA NAROČENIH VODENJIH	1494	2698	3794	2846	75%
TUJI GOSTI:	121	522	616	198	32%
DOMAČI GOSTI:	1373	2176	3178	2648	83%

Tabela 12: Vodenja za zaključene skupine, primerjava 2022-2025

Najbolj zaskrbljujoč trend leta 2025 je **upad tujih agencijskih skupin**. Morda gre razloge za to iskati v spremembi potovalnih navad starejše generacije, splošnem trendu upadanja inozemskega avtobusnega turizma oz. njegovi postopni transformaciji v bolj (pro)aktivne oblike športnega in butičnega turizma. Tudi z obiskom domačih društvenih skupin ne moremo biti povsem zadovoljni. Veliko prejetih povpraševanj je ostalo nerealiziranih. Organizatorji so pri snovanju izletov pogosto precenili interes njihovega članstva, nato pa zaradi premajhnega števila prijav odpovedali že rezerviran termin, oz. so izlet realizirali s precej manjšim številom udeležencev, kot je bilo prvotno načrtovano. Izleti podjetij, sindikatov in podobnih organizacij so v tem oziru precej bolj konstantni, predvsem pa so tudi sezonsko bolj razpršeni.



Graf 20 Gibanje števila naročenih vodenj ter povprečnega št. gostov na vodenju

Segment šolskih in izobraževalnih skupin ostaja tradicionalno najmočnejši, žal pa tudi tu opazamo trend manjšanja skupin. Tržnemu segmentu šolskih skupin smo namenili tudi največ pozornosti pri oglaševanju, v posebni publikaciji namenjeni izobraževalnim ustanovam smo objavili dvostranski oglas s ponudbo posebnih programov namenjenih šolskim skupinam.

2.5.2 KARTICA GOSTA

V letu 2025 je k sodelovanju za izdajanje Kartice gosta Julijske Alpe- Radovljica, pristopilo **37 nastanitev iz občine Radovljica**. Tudi v tem letu so nastanitve svojim gostom kartico izdajale v digitalni obliki, kar se je že preteklih sezonah izkazalo za enostavno in uporabno metodo.

Gostje so z njeno pomočjo koristili ugodnosti med 11.4.2025 in 15.11.2025. V tem obdobju so nastanitve skupno izdale **9496 kartic kar je 6% manj v primerjavi z lanskim letom**. Največ so jih izdali v Kampu Šobec, 8120. Po največjem številu izdanih jim sledijo River Camping Bled s 499 izdanimi, na tretjem mestu pa je nastanitev Kropa Near Bled s 120 izdanimi. Razpon med prvim in tretjim po številu izdanih je skokovit zaradi kapacitete nastanitve. K izdaji Kartice gosta preko našega sistema destinaciji Tržič in Jesenice letos nista pristopili.

V kartico smo vključili ponudbo 26 partnerjev. Kartica je vključevala brezplačne Poletne vodene ogledе (Radovljice, Kroke in gradu Kamen) ter prevoz iz kampa Šobec do omenjenih znamenitosti, brezplačne vstopnine in doživetja (Mestni muzej Radovljica, Galerija Šivčeva hiša, Alpski smučarski muzej Elan, Čokoladni kozarček z medico v TIC Radovljica, S čebelico po Radovljici, dogodivščina za družine), brezplačen zemljevid pohodnih poti po Radovljici in okolici, ugodnosti za vstopnine in doživetja (Lekarniški in alkimistični muzej Radovljica, Muzej Avsenik, Radolška čokolada, delavnica krašenja lectovih src v Muzeju Lectar, Katjin vrt, Muzej jasic Brezje, Discover By Bike, Radovljiški bazen, Tina raft, Plezalni center D'Ranch, Najem koles, E-koles in E-skirojev, Taks storitve, Lokostrelski parkur Draga, Srednjeveško lokostrelstvo Bled, Poletno sankališče Bled, Blejski grad, Bled The Game Escape Room, Prešernova rojstna hiša Vrba. Kartica je vključevala tudi popuste in ugodnosti na ogledе in doživetja v občinah Tržič, Jesenice, Kranjska Gora, Bohinj, Bled in dolina Soče. **Obiskovalci**

so skupaj koristili 607 ugodnosti (od tega 110x za prevoz do znamenitosti iz kampa Šobec in 291x za vodene ogled Grad Kamen, Kropa, Radovljica. Pri vstopninah so jo največkrat koristili pri obisku Mestnega muzeja Radovljica (111x), ogledu Blejskega gradu (31x) in korit Mostnice (17x).

Poleg ugodnosti pri partnerjih ključno vsebino kartice gosta predstavljajo vodeni ogledi, ki so za imetnike kartice brezplačni, ter za goste Kampa Šobec prevoz na vodene ogled. Ta program je bil na voljo med 1.7. in 19.9.2025, podrobneje pa je opisan v poglavju turistična vodenja. Za izvajanje prevozov sta tudi v letu 2025 poskrbela dva zaposlena v javnem zavodu, ki sta hkrati tudi turistična vodnika. Vozilo smo za glavino terminov dobili v uporabo s strani osnovne šole Radovljica, v najbolj udarnih terminih pa je stroške dodatnega vozila pokril Kamp Šobec. Sodelovanje s kampom lahko označimo za zelo dobro.

2.5.3 POLETNI AVTOBUSNI PREVOZ

Eden večjih projektov ter novosti v celotnem letu je uvedba poletnega avtobusa na relaciji Bled – River Camping Bled – Kamp Šobec – Lesce – Radovljica. Gre za projekt, pri katerem smo se povezali s sosednjim Bledom in gostom kampov, hkrati pa tudi vsem ostalim obiskovalcem in turistom ponudili **možnost trajnostnega prevoza na frekventni liniji Radovljica – Bled**. Produkt smo promovirali kot del blejskih poletnih prevozov Bled Bus. Poleg nove linije »Radovljica – Bled«, obratujejo tudi linije »Pokljuka«, »Po vaseh« in »Okrog jezera«.

Nova avtobusna linija je bila zasnovana predvsem z namenom vzpostavitve hitre in enostavne povezave večjih turističnih namestitvenih obratov in izhodišč (Camping Šobec, River Camping Bled, namestitve na Bledu...) do najbolj



frekventnih turističnih točk (Blejsko jezero, soteska Vintgar, Radovljica...) ter pomembnejših prometnih vozlišč (Železniška postaja Lesce, AP Radovljica in Bled...). Sekundarno je bila avtobusna linija namenjena tudi dnevnim obiskovalcem, tranzitnim gostom in domačinom – predvsem s ciljem razbremenitve prometno izjemno obremenjene cestne povezave med Lescami in Bledom ter parkirnih mest na območju blejske jezerske skleda ter mesta Radovljica. Skupni projekt JZ Turizem in kultura Radovljica in Turizma Bled gre torej v prvi vrsti razumeti kot prispevek k trajnostni in okolju prijazni mobilnosti.

Izvajanje prevozov je bilo na podlagi najugodnejše ponujene cene zaupano prevozniku AP Frelih d.o.o. iz Goropek. Izbrani 51 sedežni avtobus se je pred pričetkom obratovalne sezone grafično opremil z logotipom projekta, na vsa avtobusna postajališča vzdolž obratovalne linije pa so se namestili dvojezični vozni redi. Informacije o avtobusni liniji ter vozni redi avtobusa so bili pravočasno objavljeni tudi v vseh poletnih turističnih gradivih za

obiskovalce destinacij Bled in Radovljica, v pozdravnem biltenu kampa Šobec, na spletnih straneh obeh destinacij ter na posebnih oglasnih totemih destinacije Radol'ca.

Vozni red je bil oblikovan v dialogu s predstavniki večjih turističnih namestitev, ki so z nami delile informacije o počitniških navadah in potrebah njihovih obiskovalcev. Zasnovan je bil na način, ki uporabnikom omogoča jutranji dostop do pohodniških izhodišč, vlaka v smeri Ljubljane ter dopoldanski dostop in popoldanski povratek s kopalnih izletov ter udeležbo na večernih prireditvah. Vozni red je bil seveda tudi usklajen tudi s programom poletnih vodenih ogledov destinacije Radol'ca, kar je gostom iz Bleda in obeh kampov omogočilo pravočasen in udoben dostop do razpisanih vodenih ogledov. Želja je bila sicer kasnejši večerni povratek, vendar iz naslova omejenih sredstev to ni bilo možno.

Radovljica		08:15	10:15	12:15	17:15	19:15
Lesce		08:18	10:20	12:20	17:20	19:20
Camping Šobec		08:23	10:27	12:27	17:27	19:27
River camp Bled		08:28	10:33	12:33	17:33	19:33
Bled - Union		08:35	10:37	12:37	17:37	19:37
Bled		08:40	10:40	12:40	17:40	19:40
Bled		09:15	11:15	16:15	18:15	20:15
Bled - Union		09:18	11:18	16:18	18:18	20:18
River camp Bled		09:23	11:23	16:23	18:23	20:23
Camping Šobec		09:28	11:28	16:28	18:28	20:28
Lesce		09:35	11:35	16:35	18:35	20:35
Radovljica		09:40	11:40	16:40	18:40	20:40

Avtobus je z obratovanjem pričel v torek 1.7.2025, obratoval vse dni v tednu, ter z obratovanjem zaključil v nedeljo 31.8.2025. V skupno **62 obratovalnih dnevih** je avtobus dnevno opravil dnevno po 5 povratnih voženj na relaciji AP Radovljica – AP Lesce – Camping Šobec – River Camping Bled- Bled Union in AP Bled. To skupno pomeni 310 obratovalnih krogov. Skupno je bilo **v celotnem sezonskem obratovalnem obdobju avtobusa prepeljanih 11.655 potnikov**. V povprečju torej **188 potnikov na dan** oz. 38 potnikov na obratovalni krog.

Zasedenost avtobusa je presegla vsa pričakovanja, kar je empirično gledano najboljši dokaz o uspešnosti in upravičenosti projekta. Pri promociji avtobusa so se posebej izkazali v obeh kampih. Predvsem visoka frekvenca vstopov na avtobus je bila zaznana v kampu Šobec, saj ta, sicer največja nastanitvena enota v občini, ni vključena v mrežo javnega potniškega prometa in je v primerjavi s sosednjim kampom bolj oddaljena od centra Bleda. Gostje s Šobca so avtobus koristili tudi za dostop do železniške in avtobusne postaje, trgovin ipd. Posebej dobro je bil avtobus sprejet pri domačinih, predvsem upokojencih in mladini, ki so ga uporabljali predvsem kot »kopalni avtobus« za dostop do naravnih kopališč na Šobcu in Bledu.

Z vzpostavitvijo avtobusne linije »Radovljica-Bled Bus« je opazno razširila paleta opcij trajnostne mobilnosti, predvsem za goste obeh kampov ter blejskih zasebnih in hotelskih namestitev. S tem se je gotovo izboljšala tudi njihova uporabniška izkušnja, ter s tem pozitiven vtis o destinaciji. Zagotovo je imela uvedba avtobusa pozitivne učinke tako na lokalno skupnost kot turistične ponudnike. Vsak gost ali domačin, ki se je namesto uporabe osebnega vozila odločil za koriščenje organiziranega avtobusnega prevoza, je prispeval k razbremenitvi prometa in parkirišč na Bledu ter v Radovljici.

Celoten strošek projekta za JZ Turizem in kultura Radovljica je bil v letu 2025 nekaj pod 20.000 € neto. Projekt je zelo **pozitivno sprejelo tudi turistično gospodarstvo**, zato si na

Javnem zavodu Turizem in kultura Radovljica (kljub zelo visokim obratovalnim stroškom) z njim želimo nadaljevati. Kakšen vpliv bi na zasedenost in priljubljenost avtobusa pomenilo morebitno zaračunavanje storitve prevoza končnim uporabnikom težko ocenjujemo »na pamet«. V kolikor ne bi bil postavljen zares učinkovit in (za uporabnika) enostaven sistem plačevanja storitve oz. vzpostavljen čitalnik za imetnike kartic ugodnosti, bi gotovinsko plačevanje na vstopnih točkah verjetno prispevalo k večjim zamudam oz. zmeda pri odhodih, ter posledično verjetno tudi slabši uporabniški izkušnji. Vsaka odločitev v smeri spremembe režima brezplačnih prevozov bi zato morala biti dobro premišljena.

2.5.4 NARJEN V RADOL'CE

V letu 2025 sta se projektu Narjen v Radol'ce na novo pridružili 2 članici: Kristaloterapija in Vešča, obe s ponudbo nakita. Skupaj je v projekt vključenih 12 rokodelcev, ki občasno sodelujejo na Radolški tržnici in ostalih sejmih v organizaciji JZTK Radovljica.

2.5.5 S ČEBELICO PO RADOVLJICI

Od aprila do začetka novembra smo tudi tokrat ponudili družinsko dogodivščino S čebelico po Radovljici. Lani smo dogodivščino nadgradili, ji dodali nove naloge, izdelali novo knjižico ter ji dodali maketo čebelnjaka. Otroci, ki naloge opravijo, v TIC Radovljica dobijo kartonasto polo, iz katere lahko sestavijo čebelnjak, ga pobarvajo in po svoje okrasijo.

Dogodivščina torej vključuje knjižico nalog, ki je na voljo v TIC Radovljica in na naši spletni strani ter sladko presenečenje in maketo čebelnjaka na koncu, gostje pa dobijo tudi 50% popust na družinsko vstopnico v Čebelarški muzej. V času jesenskih počitnic, ko smo pripravili nekaj počitniškega programa, smo dogodivščino po polovični ceni ponudili vsem, ki so v Radovljico prišli z vlakom. Enako tudi v času Festivala čokolade.

Doživetje je v slovenskem in angleškem jeziku, letos je bilo v obdobju od maja do konca oktobra kupljenih 116 družinskih dogodivščin, lani v enakem obdobju 212, leto prej 143. Z upadom prodaje je povezana manjša promocija tega doživetja, hkrati pa v kvoto niso štete družine, ki jim dogodivščina pripada brezplačno v sklopu Kartice gosta.

2.5.6 POHODNIŠTVO IN KOLESARJENJE

V letu 2025 posebnih aktivnosti na področju kolesarjenja nismo izvajali, saj smo tako zemljevide kot tabel na destinaciji posodobili leto pred tem.

Na področju **pohodništva** pa smo skladno s programom regije Julijske Alpe poskrbeli za **obnovo markacij daljinske pohodniške poti Juliana Trail** na odseku med cerkvico Sv. Petra in Begunjami ter med Lancovim in kampom Šobec.

V sodelovanju s prostovoljci zavoda Manipura smo v Begunjah opravili nekaj **vzdrževalnih del na območju Gradu Kamen in Lambergove poti**. Popravili smo stopnice na zgornjem stolpu gradu Kamen, očistili prostore grajske jedilnice, odstranili vegetacijo v jami Zijalki ter omogočili vedutne poglede na delih Lambergove poti. Žal so napore Javnega zavoda Turizem in kultura Radovljica, Turističnega društva Begunje in prostovoljcev zavoda Manipura pri vzdrževanju tematskih pohodniških poti zasenčili številni primeri vandalizma, v katerih so storilci poškodovali informacijske table, klopi ter drugo infrastrukturo

pohodniških poti v Begunjah, ponovno pa so bili poškodovani tudi objekti kulturne dediščine (Grad Kamen).

Na področju tematskih poti smo za spodbujanje obiska v Kropi digitalizirali primer krožne poti po Kropi: **Krožna pot med kroparskimi znamenitostmi**. Pot smo predstavili na portalu OutdoorActive ter vključili na naše spletne strani. Poleg tega smo na Občino Radovljica naslovili problematiko neurejenih poti, predvsem stanje Fuxove brvi ter del Poti ob Savi. Menimo, da je potrebno čim prej pristopiti k reševanju problematike ter v letu izvesti potrebna vzdrževalna dela.

2.5.7 PAKETI ZA SLOVENSKE GOSTE

Marca smo pozvali radovljiške nastanitve k sodelovanju pri paketih v času Festivala čokolade. Na poziv se je odzvalo 5 nastanitev. Na spletni strani smo objavili 2 cenovno različna pakete, ki so vključevali 2x nočitev, 2x meni v restavracijah Okusov Radol'ce, 2x festivalska vstopnica in degustacijska pola, pijačo dobrodošlice in zemljevid pohodnih poti. Prodanih je bilo 5 paketov.

V sodelovanju s SŽ smo tudi v letošnjem letu oblikovali ugoden paket za vse, ki so se na Festival čokolade odpravili z vlakom. Paket »Sladka Radol'ca«, je vseboval povratno vozovnico po promocijski ceni (relacija: Ljubljana- Radovljica), brezplačno festivalsko vstopnico, polo degustacijskih kuponov in čokoladni kozarček z napitkom. Prodanih je bilo 113 odraslih in 53 otroških paketov.

2.5.8 UPRAVLJANJE BAROČNE IN PLESNE DVORANE RADOVLJIŠKE GRAŠČINE

Kar nekaj dogodkov se je v letu 2025 odvijalo tudi v Radovljiški graščini. V zvezi z dvoranami v graščini ima JZTKR dve vlogi. Prva je skrb za koordinacijo dogodkov v organizaciji različnih javnih ustanov (Glasbene šole, JSKD, KUD Casa de Kamna, društva ljubiteljev stare glasbe – Festivala Radovljica, Društva Odeon - Timotej Willewaldt). Omenjena društva in ustanove dvorano uporabljajo brezplačno, ZVKDS pa skrbi za to, da se termini ne prekrivajo.

Druga vloga JZTKR je trženje dvorane za vse druge dogodke. V letu 2025 smo dvorano enkrat oddali za poročni obred, trikrat za organizacijo manjšega dogodka ter enkrat za izvedbo MICE prireditve. Enkrat smo prostore v Radovljiški graščini oddali za snemanje filma. Skupen prihodek vseh uporabnin dvorane je bila 7.600 € + DDV. Del tega so stroški priprave in čiščenja prostorov, preostalo pa smo namenili organizaciji kulturnih dogodkov v graščini in vzdrževanju opreme za izvedbo dogodkov.

2.6 URESNIČEVANJE TURISTIČNE STRATEGIJE

Na področju vpeljave aktivnosti, zadanih v turistični strategiji, ponovno omenimo turistični avtobus Bled – Lesce – Radovljica. Poleg tega smo izvedli dve delavnici za turistično gospodarstvo ter nadaljevali s projektom v Kropi.

Še naprej smo spodbujali partnerje k trajnostnemu delovanju, v povezovanju s sosednjimi destinacijami pa dajemo prednost upravljanju obiska, informiranju obiskovalcev ter

zagotavljanju oziroma vzpostavitvi sodobnih digitalnih platform, ki bodo po meri tako obiskovalcem kot tudi nastanitvam.

Na tem področju omenjamo še namestitev javnih sanitarij na Gradu Kamen, kar je bila pereča tema že več sezon. Točka je zelo obiskana, tam izvajamo tudi turistična vodenja, vendar javnih sanitarij ni urejenih. Zato smo v sodelovanju z Občino Radovljica in Turističnim društvom Begunje poskrbeli za **umestitev in vzdrževanje javnih sanitarij na gradu Kamen**. Občina je priskrbela



mobilno sanitarno enoto, Turistično društvo jo je opremilo z lesenim dekorativnim opažem in manjkajočo opremo, JZTKR pa je tekom sezone pokrilo stroške čiščenja ter zaklepanja objekta v nočnem času.

2.7 POVEZOVANJE IN SODELOVANJE

Destinacija se povezuje tako regionalno kot nacionalno. Na področju povezovanja je največ aktivnosti posvečenih Julijskim Alpam, skušamo pa tudi aktivneje sodelovati in predvsem obveščati turistično gospodarstvo na destinaciji.

2.7.1 ZELENA SHEMA SLOVENSKEGA TURIZMA

V začetku leta smo kot veleval vključenost destinacije v Zeleno shemo slovenskega turizma, že pripravili **letno poročilo o uresničevanju akcijskega načrta trajnostnega turizma**. Na destinaciji nadaljujemo z zadanim ciljem osveščanja in spodbujanja trajnostnega obiska in obnašanja na destinaciji. V letu 2025 smo tudi v poročilu izpostavili te aktivnosti:

- **ZELENI NAPOTKI ZA OBISKOVALCE TER NALEPKE ZA NASTANITVE**

V začetku leta 2025 smo pripravili napotke za trajnostno ravnanje, ki smo jih razposlali vsem ponudnikom nastanitev v občini. Poleg navodil v treh jezikih smo pripravili tudi obstojne nalepke, ki spodbujajo k ločevanju odpadkov, varčevanju z energijo ter vodo ter spoštovanju okolja. **Razdelili smo 400 pol nalepk ter 350 navodil.**



- **POLETNI AVTOBUS ZA GOSTE LEŠKIH KAMPOV**

Prvič je bil na voljo poseben poletni avtobus, ki je julija in avgusta vozil na relaciji Bled – Radovljica s postanki v dveh velikih kampih v Lescah. Ker kampa sicer nimata dostopa do javnega prevoza, smo na ta način ponudili možnost trajnostne mobilnosti in enostavnejšega odkrivanja Radovljice in Bleda, preko železniške in avtobusne postaje Lesce pa tudi drugih krajev. V dveh mesecih



obratovanja se je z avtobusom peljalo 11.655 potnikov.

- **PRIJAVA NA RAZPIS LAS S TRAJNOSTNIMI VSEBINAMI**

Na razpis LAS smo se prijavili z dvema projektoma, obakrat kot partnerji. Prvi projekt, pri katerem smo bili s kandidaturo uspešni in bomo aktivnosti izvajali v letih 2026 in 2027 spodbuja **kratke dobavne verige ter dvig kakovosti in povezovanje gostinstva na območju Julijskih Alp** (občin Bled, Bohinj, Radovljica in Kranjska Gora). Drugi projekt, katerega financiranje ni bilo potrjeno, se je usmerjal v varovanje obalnega pasu reke Save ter usmerjanja obiska na tem ranljivem območju.



- **SODELOVANJE S ČEBELARSKO ZVEZO SLOVENIJE**

S Čebelarstvo zvezo Slovenije smo se povezali pri promociji slovenskega medu z geografsko označbo. Projekt je bil izveden v sklopu Festivala čokolade, ko smo slovenskemu medu namenili velik poudarek. Skupaj je bil pripravljen tudi inovativen izdelek – **čokoladna tablica, polnjena s polnilom iz slovenskega medu z geografsko označbo ter ovita v biorazgradljiv papir s semeni medovitih rastlin**. Izdelek se kot spominek prodaja v TIC Radovljica.



Skupaj z Občino Radovljica smo v letu 2025 izvedli **35 sklopov aktivnosti**, ki so po večini del rednih dejavnosti občine in zavoda za turizem, nekaj pa je enkratnih nalog, ki smo se jih lotili z namenom spodbujanja trajnosti pri partnerjih na destinaciji. Celotno trajnostno poročilo je objavljeno na naši spletni strani.

2.7.2 POVEZOVANJE S TURISTIČNIM GOSPODARSTVOM

Nekaj že omenjenih turističnih produktov pripravljamo v sodelovanju s turističnim gospodarstvom. Taki projekti so Okusi Radol'ce, Kartica Gosta z vodenimi programi, paketi v času Festivala čokolade. V preteklem letu je bil najodmevnejši projekt trajnostnih prevozov, pripravili pa smo tudi dve delavnici, skupaj s celotno regijo Julijske Alpe pa smo izvajali aktivnosti v zvezi z vzpostavitvijo centralnega in enotnega rezervacijske sistema. V testno fazo so bile vključene tudi nekatere nastanitve iz destinacije Radol'ca.

Turistično gospodarstvo redno obveščamo o projektih in aktivnostih, hkrati pa so jim v TIC Radovljica na voljo tiskovine o Radovljici in okolici, trganke Radovljice ter pohodniški in kolesarski zemljevidi.

2.7.3 JULIJSKE ALPE

Radovljica je članica združenja Julijske Alpe, ki vključuje destinacije na območju **Unesco MAB območja Julijskih Alp**. Združenje je aktivno pri pripravi skupnih strateških

dokumentov območja, pri promociji na slovenskih in tujih trgih ter pri pripravi in organizaciji skupnih turističnih produktov. Direktorji javnih zavodov s področja turizma na območju se srečujejo večkrat letno, v letu 2025 so srečanja potekala tako on-line kot tudi v živo.

Glavnina promocijskih aktivnosti se odvija na tujih trgih, v zadnjih letih pa je poudarek pri skupnih projektih upravljanje turizma, trajnostna mobilnost ter vzpostavitev skupne spletne platforme za prodajo nastanitev in doživetij. Predstavnik JZTKR je **član uredniške skupine za digitalne vsebine pri skupnosti Julijske Alpe**. V letu 2025 je ekipa Skupnosti Julijske Alpe izvajala **številne aktivnosti na področju digitalnega in klasičnega marketinga** z namenom krepitve prepoznavnosti regije, trajnosti, podpore ponudnikom ter razvoja prodajnih in komunikacijskih kanalov.

Ključni poudarek je bil na razvoju in nadgradnji naprednih digitalnih orodij, predvsem vzpostavitvi multimodalnega digitalnega stičišča (delavno ime MUDIST), katerega prvi modul – **rezervacijski sistem nastanitev** omogoča enotno prodajo in rezervacijo nastanitev na spletu članic združenja, večjo preglednost ponudbe, učinkovitejše upravljanje podatkov ter krepitev neposrednih prodajnih kanalov z večjo dodano vrednostjo za regijo in ponudnike. Poleg omenjenega so bile na področju digitalnega marketinga aktivnosti usmerjene v upravljanje družbenih omrežij ter promocij, razvoj obstoječih spletnih strani, SEO in vsebinski marketing ter e-mail marketing. Velik del aktivnosti smo financirali iz sredstev razpisa STO. Preko razpisnih sredstev smo **zasnovali tudi promocijske kampanje za lansiranje rezervacijskega sistema JAbook**.

V klasičnem marketingu so bile izvedene številne mednarodne promocijske aktivnosti, sodelovanja z mediji ter udeležbe na dogodkih in sejnih, s čimer se je povečala prepoznavnost Julijskih Alp na ključnih tujih trgih. Posebno pomembne so bile objave v uglednih medijih (Wanderlust, Telegraph, SportAktiv, Fokus Plus..) nominacije za mednarodne nagrade ter uvrstitev Julijskih Alp na trajnostne sezname destinacij (Wanderlust Travel Green List 2025).

Nov načrt kadrovske strukture Skupnosti Julijskih Alp, ki temelji na obstoječih zaposlenih po lokalnih turističnih organizacijah, je v letu 2025 vzpostavil **funkcije regijskih koordinatorjev za posamezna področja dela**. Turistični informator in vodnik pri Javnem zavodu Turizem in kultura Radovljica je bil s strani Skupnosti imenovan za **koordinatorja za področje izobraževanja regionalnih turističnih vodnikov** oz. predstavnika Skupnosti v upravnem odboru odgovornem za izvedbo izobraževanja. Naloga koordinatorja je predvsem koordinacija operativnega sodelovanja med destinacijami (članicami Skupnosti Julijskih Alp) in upravnim odborom. Med naloge koordinatorja poleg priprave in pregleda gradiv posameznih destinacij ter koordinacija me destinacijami spada tudi spremljanje celotnega poteka procesa izobraževanja, tako v teoretičnem (kabinetnem), kot tudi v praktičnem (terenskem) delu. Na ta način lahko ocenjuje primernost kurikulumov, kompetence posameznih predavateljev, kooperativnost posameznih destinacij-članic, ter motiviranost, jezikovne kompetence in talente posameznih kandidatov za regionalne turistične vodnike. Koordinator bo v sklepni fazi izobraževanja na zaključnem praktičnem izpitu v letu 2026 nastopil tudi kot član izpitne komisije.

JZ Turizem in kultura Radovljica je tudi partner v projektu **BOJA 100% lokalno**. Tu sicer nimamo finančnih obveznosti, sodelujemo pa na skupnih sestankih ter aktivnosti. Gre za večletni projekt, financiran s strani Ministrstva za kmetijstvo, in sicer je cilj vzpostavitev logističnega centra, ki povezuje kmete na območju Julijskih Alp ter odjemalce tako v turističnem in gostinskem sektorju kot tudi javne ustanove z namenom boljše lokalne samooskrbe ter kratkih dobavnih verig.

2.7.4 ZDRUŽENJE ZGODOVINSKIH MEST SLOVENIJE

V sklopu združenja, ki povezuje zgodovinska mest Slovenije smo se **udeleževali sestankov združenja v manjši meri kot v preteklih letih**. Razlog je predvsem v tem, da se sestanki odvijajo mesečno po celi Sloveniji v živo, to pa se pogosto prekriva z ostalimi obveznostmi. Prav tako smo **zaradi kadrovske omejitve manj aktivni pri aktivnostih združenja**. Priključili smo se vseslovenskemu festivalu mest **FestMest**, kjer sodelujemo z dvema dogodkoma iz sklopa Abonma povezani. V sklopu aktivnosti združenja nas je obiskala skupina novinarjev, jeseni pa smo pristopili k oblikovanju **novega kataloga zgodovinskih mest**. V zvezi s tem nas je jeseni obiskal tudi fotograf ter posnel nekaj novih fotografij za STO ter za našo uporabo.

Preko združenja so v letu 2025 potekale tudi aktivnosti v zvezi s pripravo vloženke o delih Jožeta Plečnika v zgodovinskih mestih, vendar trenutno zaradi neurejene Plečnikove zapuščine tega projekta v Radolci ne moremo tržiti oziroma promovirati.

2.7.5 BEST TOURISM VILLAGES BY UNWTO

Od leta 2021 smo člani mreže krajev, ki nosi naziv Best Tourism Villages. Večjih aktivnosti v letu 2025 nismo izvajali, saj nam ob vseh ostalih aktivnostih za to primanjkuje časa.

2.8 PRIDOBIVANJE DRUGIH VIROV FINANCIRANJA

2.8.1 RAZPIS MGTŠ

V obdobju med 2023 in 2025 je Javni zavod Turizem in kultura Radovljica ob podpori sredstev Ministrstva za gospodarstvo, turizem in šport preko Javnega razpisa za sofinanciranje vlaganj v javno in skupno turistično infrastrukturo in naravne znamenitosti v turističnih destinacijah izvajal projekt z naslovom **Družinska doživetja v Kropi**.

Ključni cilj projekta je bilo preko novih vsebin Kropo postaviti na turistični zemljevid Gorenjske, predvsem regije Julijske Alpe. Aktivnosti projekta so se izvajale po večini v Kropi, saj je projekt zasledoval strategijo destinacije, ki si kot enega od ciljev zastavlja decentralizacijo destinacije ter krepitev turistične ponudbe Kroke. Tako je v Kropi v sklopu projekta nastala zaokrožena digitalizirana tematska pot, hkrati pa je na degradiranem območju nastal Učni park v Kotlu, ki predstavlja nov javni prostor, obogaten s turistično infrastrukturo. Ta prostor je ključna točka na nastajajoči družinski dogodivščini po nekdanjem kovaškem kraju. Prostor v celoti kljub sredstvom še ni urejen, saj so potrebna dodatna sredstva za ureditev in povezavo treh objektov v enotno zgodbo.

V prvi fazi projekta, v letu 2023 in 2024 smo s sredstvi razpisa:

- **kupili opremo za prireditve** (streha za oder, prireditvene ograje, dve pagodi za prireditve),
- uredili **informacijsko točko nasproti avtobusne postaje v Radovljici**
- **postavili tabli kolesarskih poti v Kampu Šobec ter v River Campingu Bled**
- pridobili celovito **projektno dokumentacijo za ureditev Parka izzivov v Kropi** (PZI z vsemi potrebnimi soglasji)
- pripravili **nove vsebine za informacijske table v Kropi** ter **ilustracije** za predstavitev vsebin na območju Parka izzivov.

V letu 2025 smo nadaljevali z urejanjem prostora v Kropi in izvedli dela:

- temeljito **obnovo in zaščito obzidja stare žganjarne**
- **ureditev dostopa** do platoja pred Bodlajevim vigenjcem
- pripravo vsebin in namestitev **informativnih tabel** o Matičkovi hiši ter o Bodlajevem vigenjcu
- pripravo ilustracij za družinsko doživetje
- pripravo **dveh interaktivnih točk** v parku

Skupno smo za izvedbo projekta pridobili **90.461,52 € sredstev Evropske unije**, celotna vrednost projekta (vključno z DDV) pa je bila 134.865,50 €.

2.8.2 RAZPIS STO

Razpis STO je bil v letu 2025 oblikovan nekoliko drugače, saj je bilo na voljo skupno več sredstev, vodilne destinacije (med katere sodi tudi Radovljica), pa so se lahko prijavile na 2 ločena razpisa sklopa.

Prvi sklop je bil podoben preteklim razpisom s to razliko, da je tudi ta ponujal 2 vrsti aktivnosti: aktivnosti promocije ter aktivnosti analize in raziskav. Pri tem je bila glavnina sredstev namenjena promocijskim aktivnostim. JZTKR je pripravil aktivnosti za obe področji ter pridobil sredstva v višini **43.214,40 €**. Ta znesek predstavlja 80 % neto vrednosti projekta. V sklopu projekta smo izvedli promocijske aktivnosti na območju Slovenije, Avstrije in Italije tako na spletu kot v tiskanih medijih. Poleg tega s sredstvi razpisa krijemo tudi stroške zunanjih izvajalcev oglasov, svetovanja pri razvoju spletne strani ter upravljanja družabnih omrežij. Aktivnosti analize so bile usmerjene v analizo pojavnosti Festivala čokolade ter analizo obiskovalcev skladno z zeleno shemo slovenskega turizma.

skih projektov v lastni izvedbi, posebej pa še za sofinanciranje skupnih aktivnosti več subjektov, v našem primeru sodelovanje s Julijskimi Alpa

Cilj drugega sklopa pa je bilo regijsko povezovanje, zato smo tu aktivnosti pripravili skupaj z vodilnimi destinacijami v Julijskih Alpah. Prijavili smo skupni projekt Vzpostavitev celovite spletne platforme za trženje turističnih storitev in produktov – JAbook, ki je bil podrobneje že opisan v poglavju povezovanja – Julijske Alpe. Destinacije Julijskih Alp smo za celoten projekt pridobile sredstva v višini 123.770,45 €, vsaka od destinacij je pridobila enak delež – torej **24.754,09 €** za pokrivanje skupnih stroškov aktivnosti.

2.8.3 RAZPIS LAS

V letu 2025 smo se v dveh projektih kot partner prijavili na razpis LAS. **Projekt Povezovanje blagovnih znamk na območju LAS Zgornja Gorenjska - BOJA**, v katerem smo se povezali javni zavodi s področja turizma Bohinj, Bled, Kranjska Gora in Radovljica, **je bil odobren**.

Celotna vrednost projekta, v katerem je vodilni partner Turizem Bohinj, je 217.479,57 €, višina sofinanciranja pa je 148.628,79 €. Namen projekta je povezovanje kulinarične ponudbe, gradnja kulinaričnih blagovnih znamk na celotnem območju ter izvedba skupnih aktivnosti promocije. Projekt je razdeljen v dve fazi in se bo izvajal v letih 2026 in 2027. JZ Turizem in kultura Radovljica v sklopu projekta v letu 2026 in 2027 načrtuje:

- Delavnico in ocenjevanje gostinskih obratov v povezavi s krepitevijo in širitvijo Okusov Radol'ce, predvsem z namenom pridobivanja novih članov v združenje
- Dopolnitev prireditvene opreme (mize in klopi ter prti za kulinarične prireditve, dopolnitev kozarcev ter promocijske vrečke)
- Nakup ozvočenja za manjše prireditve, ki bo služilo tudi za predstave letnega kina
- Izvedba rokodelskih delavnic v sklopu kulinaričnih prireditev

Poleg tega bomo kot skupno aktivnost partnerjev izvedli snemanje promocijskega videa, ki bo regijo Julijske Alpe predstavil kot kulinarično pestro in bogato. Rezultat bo, da bo tudi vsak posamezen partner pridobil svoj lastni kulinarični video.

Vrednost projektnih aktivnosti JZTKR je 39.145,58 €, od tega je višina sofinanciranja 27.486,41 €. Projektne aktivnosti ter s tem tudi črpanje sredstev se bo izvajalo v letih 2026 in 2027.

Druga prijava, kjer smo bili prav tako partner, je bil naravovarstveno naravnan in se je osredotočal na reko Savo, pa na razpisu ni bila uspešna.

Konec leta 2025 smo aktivnosti usmerili v pripravo prijave na nov poziv LAS, katerega rok za prijavo je bil 6.2.2026. Za prijavo smo pripravili 2 projekta s partnerji na območju Občine Radovljica.

2.8.4 SPONZORSTA

Z zavarovalnico Triglav smo v letu 2025 sodelovali dvakrat: prvič so podprli Festival čokolade in sodelovali s sponzoriranjem v višini 600 €, drugič pa so podprli projekt Okusi Radol'ce, v višini 1.000€. Druga pridobljena sredstva so bila vezana na dogodke, predvsem na organizacijo Festivala čokolade. Pri tem je bilo letos najuspešnejše povezovanje s Čebelarstvo Slovenije, kjer smo z vzajemnimi aktivnostmi promocije slovenskega medu prejeli sponzorska sredstva v višini 6.500 €.

3 PROGRAMSKO POROČILO – LINHARTOVA DVORANA

Linhartova dvorana Radovljica je osrednji prostor za kino, gledališče, glasbo in prireditve. Je osrednja ponudnica kulturnih dobrin, poslanstvo, ki mu sledi, sledi načelom nacionalnega in lokalnega kulturnega programa, ta pa je zagotavljanje kulturnih dobrin kot javnih dobrin.

Javni interes za kulturo se uresničuje predvsem z zagotavljanjem dostopnosti kulturnih dobrin, ustvarjanjem pogojev za kulturno ustvarjalnost in zagotavljanjem pogojev za kulturno raznolikost.

Vizija in cilji Linhartove dvorane so:

- krepiti svojo dosedanje vlogo osrednjega ponudnika kulturnih dobrin na tem prostoru, predvsem na področju filma, ki ostaja osrednja dejavnost Linhartove dvorane, ter gledališča,
- krepiti sodelovanje z drugimi javnimi zavodi na svojem in širšem področju,
- skrbeti za kulturno vzgojo,
- ojačati podporo ustvarjalnosti, predvsem lokalni,
- priskrbeti večjo dostopnost kulturnih dobrin, kakovost kulturnega delovanja, podpora raznolikosti kulturnih zvrsti.

Stremimo k temu, da (p)ostanemo odprt in dostopen prostor za ustvarjalni razvoj ter tudi prostor, kjer uporabniki najdejo in prepoznajo svoje kulturno in umetnostno zatočišče pred vsakdanjim svetom. Umetnost bogati vse, ne le tiste, ki jo ustvarjajo, predvsem tiste, ki jo prejemajo.

Na leto 2025 se oziramo z zadovoljstvom, **organizirali ali soorganizirali smo 558** (v letu 2024 554) dogodkov in filmskih projekcij in skozi vrata Linhartove dvorane je v letu 2025 vstopilo **34.768 obiskovalcev**, podobno kot leto prej. Statistika prikazuje zvečanje števila obiskovalcev tako na filmskih projekcijah kot na mnogih drugih dogodkih. Kljub izzivom, ki jih prinaša upad filmskega občinstva v splošnem in drugod po Sloveniji, z optimizmom zremo v prihodnost. Še naprej se bo ekipa Linhartove dvorane aktivno zavzemala za kakovostne programe, ki bodo dostopni vsem obiskovalcem, s ciljem ohranjanja pestre kulturne ponudbe in privabljanja nove publike. Prepričani smo, da bomo s skupnimi prizadevanji ohranili vitalnost Linhartove dvorane in ustvarjali prostor, ki bo navdihoval ter združeval ljubitelje umetnosti in kulture.

3.1 FILMSKI PROGRAM

V okviru svoje dejavnosti Linhartove dvorane, **kino Radolca** še vedno **predstavlja znaten delež vse dejavnosti**. Prav tako se v zadnjih letih ni konkretno spremenila kinematografska ponudba v okolici (odprl se je nov kinematograf v centru Kranja. Še vedno delujemo na relativno širokem geografskem področju zgornje Gorenjske. Kino Radolca s prikazovanjem kvalitetne filmske produkcije širi in dviguje filmsko kulturo, svojim obiskovalcem pa nudi tudi kakovostno preživljanje prostega časa, druženje pred, med in po filmu.

Kino Radolca še vedno ostaja **eden najbolj obiskanih malih kinematografov v Sloveniji**, programsko ne odstopamo od kakovostnega filma evropske in svetovne neodvisne produkcije, ki pa ga smiselno dopolnjujemo tudi s ponudbo t. i. komercialnih filmov, zavedamo se, da je treba filmsko kulturo približati širokemu krogu gledalcev.

Promoviramo in podpiramo (s spremljevalnimi dogodki) nacionalno produkcijo, izvajamo filmsko vzgojo, sodelujemo s šolami, v letu 2025 smo del projekta Kino brez ovir Slovenije, skupaj s partnerskima kinematografoma, Kino Cerknica in Kino Union iz Celja.

V letu 2025 smo nadaljevali z vpeljanima programskima sklopoma, ki ciljata na različne ciljne skupine obiskovalcev. Prvi je zasnovan za starejšo publiko in tiste z bolj fleksibilnimi delovnimi časi ter poteka enkrat mesečno dopoldne. Ta program smo poimenovali **Kino&Kava** in se je izkazal za zelo uspešnega, kar se kaže z znatnim povečanjem števila obiskovalcev, prvo povečanje števila obiskovalcev se je zgodilo že leta 2024, in sicer iz 171 na 268 obiskovalcev. V letu 2025 pa smo zabeležili 610 obiskovalcev. Tej rasti je botrovalo, da smo ponovno sodelovali z Gorenjskim Glasom, ki je medijski sponzor programa Kino&kava in pa tudi, da je program filmov znan vnaprej za celo leto, v ta namen izdamo tudi dve zgibanki, eno v jesensko zimskem času in drugo v zimsko - spomladanskem času.

Drugi programski sklop je namenjen najmlajši publiko, ki jo v kino vsak mesec povabi simpatična psička Loti. Ta program smo poimenovali **Z Loti v kino**. Tudi pri tem programu opazimo povečanje števila mladih obiskovalcev, program ohranjamo kontinuiran in filmu vsakič dodamo še dodatno vsebino, ki podkrepi izkušnjo kina. V letu 2025 smo pripravili 6 filmskih vsebin in delavnic ali pogovorov po ogledu, filmski program je obiskalo 253 obiskovalcev.



Oba programska sklopa, tako Kino&Kava kot z Loti v kino, ponujata več kot le ogled filma – vključujeta tudi spremljevalne dejavnosti. Po ogledu filma se starejši obiskovalci zberejo v sproščenem kavarniškem vzdušju pred Linhartovo dvorano, kjer ob kavi razpravljajo o aktualnih temah, ki jih je film obravnaval. Za najmlajše pripravljamo ustvarjalne delavnice, pogovore po filmu ter branje zgodb in pravljič, ki so tematsko povezane z izbranim filmom.

Pri organizaciji in vodenju pogovorov po filmih nam pomaga strokovna zunanja sodelavka, Barbara Hanuš, ki sodeluje tudi pri izboru filmskih vsebin za Kino&Kava. Za izbor filmov in spremljevalni program z Loti v kino, skrbi notranji kader, delno v sodelovanju z zunanjimi izvajalci. Filmi za odrasle in otroke so skrbno izbrani, kakovostni ter aktualni v svoji tematiki. Posebej smo ponosni na dejstvo, da v našem programu dajemo poudarek tudi manj znanim, a kakovostnim animiranim filmom, ki so pogosto spregledani v primerjavi s komercialnimi ameriškimi animiranimi filmi.

V letu 2025 smo bili skupaj s partnerjema Kino Cerknica in Kino Union Celje uspešni na prijavi razpisa Collaborate to Innovate, pri prijavi projekta **Kino brez ovir Slovenije**. Kino brez ovir je prvi celostni **program dostopnega filma** v Sloveniji, namenjen slepim, slabovidnim, gluhim in naglušnim. Program prinaša dostopne filmske projekcije z zvočnimi opisi, podnapisi in tolmačenjem v slovenski znakovni jezik ter spremljevalne pogovore z ustvarjalci in strokovnjaki. Poleg projekcij vključuje tudi usposabljanje kino osebja, vzpostavitev nacionalne baze prilagojenih filmov ter mednarodno konferenco o vključevanju v kinematografijo, ki bo marca 2026 potekala v Radovljici. Kino brez ovir predstavlja pomemben korak k enakopravnejši dostopnosti filmske umetnosti in vključujoči kulturni praksi po vsej Sloveniji.



Projekt smo lansirali avgusta 2025, vsak mesec predvajamo dva filma, ki sta opremljena za gluhe in naglušne ter slepe in slabovidne, eden od filmov je slovenske in drugi evropske produkcije. Film spremlja tudi pogovor po filmu, ki je tolmačen v slovenski znakovni jezik. V ta namen smo dvorano opremili z induktivno zanko ter slušalkami, ki slepim omogočajo spremljanje filma.

Ohranili smo sodelovanje s **Festivalom gorniškega filma**. V letu 2025 si je projekcije gorniških filmov ogledalo 780 obiskovalcev.

3.1.1 STATISTIKA OBISKA

V letu 2025 smo prikazali skupaj **458 projekcij** (v letu 2024 453 projekcij), zabeležili smo 19.462 (v letu 2024 18.496 obiskovalcev,) kar je nekoliko več kot v preteklem letu. Bruto inkaso beležimo na 87.747,80 € (v letu 2024 76.461,01 €). Največji porast je bil torej pri bruto inkasu (15 % napram 2024), razlog pa je dvig cene kino vstopnice predvsem zaradi višjih stroškov obratovanja.

Povprečno število gledalcev na projekcijo je dobrih 40 gledalcev, pri art filmih pa beležimo še nekoliko višji odstotek od povprečja, in sicer 43 gledalcev na projekcijo. V ponudbi imamo več nekomericalnih filmov, pri katerih beležimo tudi boljši obisk.

	2022		2023		2024		2025	
	število	%	število	%	število	%		%
Art filmi	134	68	135	65	108	62,1	108	65
Art projekcije	262	60	279	64	276	61	301	65,7
Art obiskovalci	13.595	67	10.659	64	11.898	64,3	14.481	74,4
Ne-art filmi	62	32	72	35	65	37,5	56	33,7
Ne-art projekcije	171	39	165	37	161	35,5	157	34,2
Ne-art obiskovalci	6.603	32	5956	36	6.598	35,6	4.981	25,6

Vsi filmi	196			173		166	
Vse projekcije	433		435	453		458	
Vsi obiskovalci	20.405		16.515	18.496		19.462	
Povprečje na projekcijo	47,12		37,84	40,8		42,5	
Bruto inkaso	68.504,20		64.748,00	76.461,01		87.747,80	

Tabela 13: Številke filmskih projekcij v letu 2025 in primerjava s preteklimi leti..

3.1.2 PROMOCIJSKA DEJAVNOST

Z različnimi aktivnostmi zelo zavzeto spodbujamo obisk kina, in sicer smo v letu 2025 organizirali kar 28 spremljevalnih dogodkov, bodisi pogovorov po filmu, otroških delavnic ali drugih spremljevalnih aktivnosti, ki se jih je udeležilo 1450 obiskovalcev.

Prav tako se poslužujemo različnih načinov komuniciranja s publiko oziroma različnih promocijskih aktivnosti:



- Filmska 10ka (abonma po meri); komplet desetih kino vstopnic po nižji ceni
- Programi za mlade obiskovalce
- Posebno pozornost namenjamo mentorjem, ki v šolah oblikujejo kulturne vsebine in obisk filmskega programa – osebno komuniciranje
- Kakovosten filmski program za otroke in mlade: miniKinoArt in itakKinoArt, ki smo mu dodali tudi program za najmlajše z Loti v kino
- Nadaljevanje programskega sklopa, skupaj z Zavodom Aspekt in Studiem Slog, Klub kratkih
- Program Kino&Kava; program, ki nagovarja starejše generacije generacije, predvsem pa v svoje središče postavlja tudi druženje in debato po filmih (sodelujemo tudi z ljudsko univerzo Radovljica, financira obisk vsaj 10 njihovim uporabnikom)

Izvajanje promocije:

- neposredno na lokaciji s promocijskim materialom distributerjev
- promocija na stalnih oglasnih mestih Linhartove dvorane po mestu Radovljica
- promocijski material, ki ga pripravimo sami (distribucija: TIC Radovljica, naš info pult, deljenje pred predstavami)
- reklamni telopi in napovedniki pred projekcijami
- obveščanje o filmih z izobraževalno vsebino, tudi vrtce in šole
- mesečnik, ki ga razpošiljamo kot naslovljeno direktno pošto
- spletna stran
- tedenski e-novičnik

- mesečni pogovor na radiu Triglav
- plačana promocija na FB strani in Instagram strani
- brezplačne objave programa v Deželnih novicah
- nagradne igre
- Priponke
- nalepke na info točki v mestu
- Sejem plakatov za zavijanje knjig in zvezkov
- Medijski sponzor za program Kino&Kava – oglasi 2x mesečno v Gorenjskem Glasu

3.1.3 POLETNI KINO

Kino Radolca, se od leta 2022 ponaša s sodobno opremo za predvajanje filmov na zunanjih prizoriščih. Poletni kino je tisto nekaj posebnega v poletnih mesecih, ki privabi na prizorišče številne gledalce, tudi tiste, ki morda sicer niso redni obiskovalci kinematografa. Letni kino je vsekakor promocija kina in filmske umetnosti na sploh, predvsem pa utrjevanje dobrega imena, ki ga s kakovostnim kino programom ustvarjamo celo leto. Letni kino je tudi priložnost, da se na atraktivni lokaciji predstavimo mlademu ali mlajšemu občinstvu, ki ga je ob poplavi komercialnih filmskih platform, težko zvabiti v kinematografe. S posodobitvijo letnega kina, tako v lokacijah kot v izboru filmov, smo odprli možnost povezovanja tako z obstoječimi gledalci kot pridobivanja novih.

V letu 2025 smo poletni kino izvedli **9 projekcij v juniju, juliju in avgustu** na lokacijah:

- Radovljiški park,
- Nogometno igrišče Podnart (zaradi slabega vremena sta bili projekciji predvajani v dvorani KD Podnart)
- Nogometno igrišče v Begunjah,
- Kamp Šobec Lesce,
- Letališče Lesce.

Zaradi vremenskih razmer smo morali odpovedati 2 projekciji, ki sta bili načrtovani na Letališču Lesce. Vendar pa smo v okviru dneva odprtih vrat letališča, predvajali film Vesna, in sicer kot del večernega dogodka, ki so ga pripravili ob 70. obletnici prvega pristanka leta DC-3 v Lescah. Prav tako nam je žal zaradi slabega vremena odpadla projekcija, ki je bila planirana na vrtu CUDV Matevža Langusa. Tam namreč konec poletja v zahvalo za koriščenje njihovega kombija izvedemo dodatno projekcijo, ki je sicer odprta za širšo publiko.

9 izvedenih projekcij si je ogledalo **1254 gledalcev**. Strošek predvajanja filmov na prostem je sicer v primerjavi s predvajanjem v dvorani bistveno višji zaradi priprave prizorišča, večje ekipe, dragega programa (ker so filmi brezplačni jih je treba najeti, najema ozvočenja,...). Sredstva za izvedbo letnega kina imamo zagotovljena s strani Občine Radovljica v letnem programu dela. Stroške smo v letošnjem letu uspeli zmanjšati z zmanjšanjem stroškov prevoza opreme. Ker nimamo lastnega primernega vozila za transport opreme, smo se povezali s Centrom za usposabljanje, delo in varstvo Matevža Langusa, ki so nam v zameno za predvajanje filma na njihovem vrtu, posodili svoj kombi. Na ta način smo se izognili vsakokratnemu najemanju vozila v avtohiši. Prav tako smo v leti 2025 zmanjšali strošek

najema ozvočenja, poiskali smo drugega ponudnika in nekoliko prilagodili ozvočenje, sicer je bil to odsedaj daleč najvišji strošek.

Pri pregledu poslovanja letnega kina smo ugotovili, da je bil v letu 2024 povprečni strošek na projekcijo 845 € bruto, v letu 2025 pa 601 € bruto. Znižal se je tudi strošek na obiskovalca in sicer s 6,5 na 4,1 €.

STROŠKI IN STATISTIKA LETNEGA KINA		
	2024	2025
najemnine filmov	2.646,04 € z ddv	1.947,40 € z ddv
oglaševanje	544,49 € z ddv	119,56 € z ddv
najem ozvočenja	4.653,39 € z ddv	2.160,00 € z ddv
zunanj sodelavci	1.443,5 € z ddv	1.190,25 € z ddv
SKUPAJ	9.287,42 € z ddv	5.417,21 € z ddv
Število projekcij	11	9
Število obiskovalcev	1429	1254

Tabela 14: Stroški letnega kina, primerjava 2024-2025

3.1.4 SODELOVANJE S ŠOLAMI

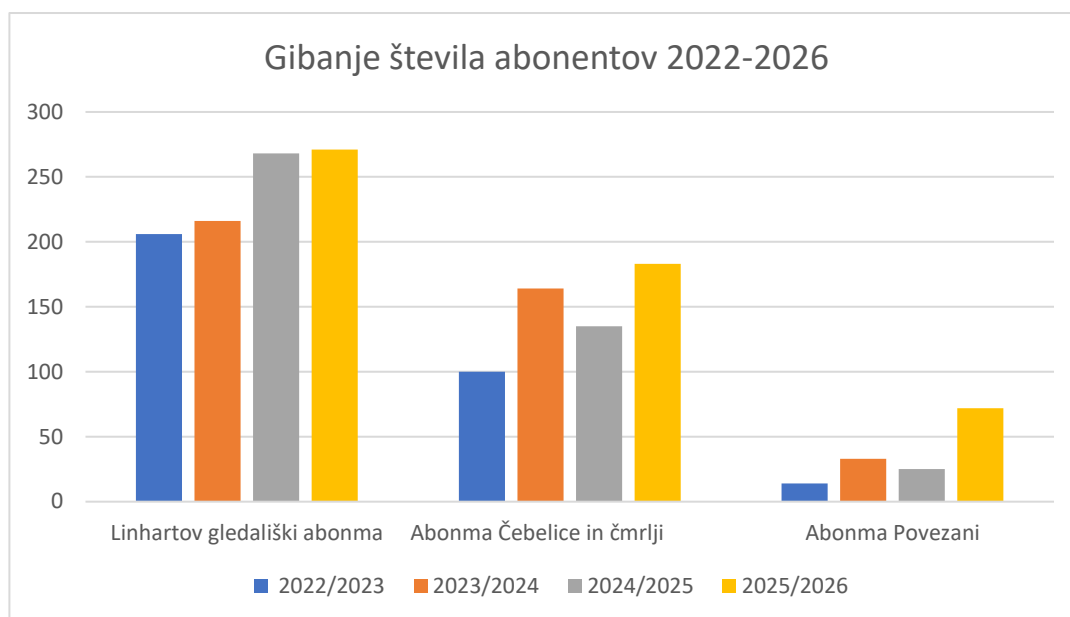
Kvalitetno sodelovanje s šolami je nujno za izoblikovanje bodoče filmske publike. Vsako leto v šolskem letu obnovimo in osvežimo kontakte z vsemi osnovnimi in srednjimi šolami na širšem območju, ki ga pokriva naš kino. Mentorje nagovarjamo tudi z brezplačnimi vstopnicami, jim ponujamo dodatne vsebine, ki pospremiijo film in širijo filmsko izkušnjo.

Vsako leto se z veliko vnemo lotimo in veselimo šolskega kino programa in z vsemi šolami področja imamo že uveljavljena sodelovanja.

V letu 2054 smo izvedli **35 šolskih filmskih projekcij** (6 več kot leto prej), ki si jih je ogledalo 4653 učencev (v letu 2024: 3791, leta 2023: 3879 učencev). Izvedli smo tudi 2 šolska spremljevalna dogodka.

3.2 GLEDALIŠKI PROGRAM

Število abonentov gledališkega abonmaja, v sezoni 2025/2026 je preseglo naša pričakovanja. Organizirali smo **3 abonmajske sklope**, in sicer Linhartov gledališki abonma: 271 abonentov, abonma za najmlajše 183 abonentov, v abonma Povezani pa smo vpisali kar 72 abonentov. Skupna **rast abonentov je kar 23 %**.



Graf 21: Primerjava abonmajev v zadnjih treh sezonah

V letu 2025 smo organizirali ali soorganizirali **47 predstav** za odrasle in otroke (eno več kot leto prej), obisk gledališkega programa si je ogledalo skupaj **9.544 obiskovalcev (10.290 obiskovalcev v letu 2024)**, kar pomeni v povprečju 203 obiskovalcev na predstavu.

Kot je razvidno iz spodnje tabele smo v letu 2025 **odkupu predstav namenili 33.969 €** sredstev bruto, prihodek od vstopnin pa je bil **41.473,21 €**. Z vstopnino smo torej uspeli pokriti tako največji strošek - to je najem predstav, prav tako pa tudi del drugih stroškov (npr. stroške študentov - hostes, biljaterjev; stroške oglaševanja ter druge materialne stroške). Pri zelo dobrem izidu v letu 2025 je ključno povečanje števila obiskovalcev. Prav tako smo za eno od predstav – Cirkus na mesec, pridobili sredstva na razpisu Ministrstva za kulturo.

Tukaj moramo ponovno izpostaviti **težave pri izboru gledaliških predstav, zaradi nezadostne odrske opreme** ter samih prostorskih razmer odra, zaodrja in dvorane. Mnogih predstav enostavno ni mogoče pripeljati v Radovljico, saj za to ni tehničnih ali prostorskih pogojev. Slednji so morda nespremenljivi, v gledališko tehniko pa bomo v prihodnjih letih morali vlagati še veliko sredstev. Prav tako za nekatere predstave ne zadoščajo garderobe, saj trenutno v dvorani ni tušev, kar je za nekatere predstave prav tako pogoj. Na tem področju smo se z Občino Radovljica že v letu 2025 dogovorili o preureditvi enih sanitarij v stavbi v kopalnico s tušem. Investicija pa je žal že drugo leto zapored izpadla iz proračuna in tudi v letu 2026 ne bo izvedena.

PREDSTAVA		INKASO BRUTO	obiskovalci	cena odkupa z ddv
Cirkus na mesec	Čebelice in čmrlji	1.703,81	285	pokrito iz razpisa
4 črne mravljice	Čebelice in čmrlji	1.668,81	278	1.400
Zalin svet	Čebelice in čmrlji	985,06	171	416,1
Cirkuška zabava	Čebelice in čmrlji	1.482,06	243	900
Dobro jutro travnik	Čebelice in čmrlji	1.321,06	219	1.200
Gozd raja	Čebelice in čmrlji	1.335,06	221	1.200
Boj na požiralniku	Linhartov gledališki abonma	3.856,73	282	3.500
Prebrisane male laži	Linhartov gledališki abonma	4.381,84	292	3.500
Popolni tujci	Linhartov gledališki abonma	4.417,84	269	4.300
Mario in čarodej	Linhartov gledališki abonma	4.263,84	283	4.500
64	Linhartov gledališki abonma	4.596,70	291	4.500
Sam prjatla	predstava za izven	5.384,00	238	3.394,50
Odsev	predstava za izven	112,4	165	249
Pivo	predstava za izven	2.808,00	155	2.610
La la lajf	predstava za izven	3.156,00	162	2.299,50
SKUPAJ:		41.473,21	3.554	33.969

Tabela 15: Statistika in inkaso gledaliških predstav v letu 2025

Kot soorganizatorji nudimo vso tehnično in organizacijsko podporo tudi ostalim najemnikom Linhartove dvorane, ki organizirajo gledališke predstave ali nastope. V letu 2025 je bilo tovrstnih dogodkov **34**, obiskalo jih je 6.953 gledalcev.

3.3 GLASBENI PROGRAM

Abonma Povezani, smo v letu 2025/26 nekoliko preoblikovali, in sicer smo uvrstili v abonma **5 abonmajskih dogodkov**. Pretekla leta jih je bilo 6, vendar je bil en koncert v abonmaju pokrit iz sredstev Občine Radovljica. V letu 25/26 smo oblikovali res kakovosten koncertno/scenski abonma, kar se nam je obrestovalo pri vpisu abonmentov, saj se je njihovo **število potrojilo** (iz 25 na 72). Vse predstave so na voljo tudi za izven. Pokazalo se je, da so ljudje željni drznejšega in predvsem res kakovostno izbranega programa. Tovrstnega program v naši občini ne ponuja noben drug organizator. Vsekakor se nam zdi smotrno, da vztrajamo pri programski zasnovi, zanimanje je in v prihodnjih letih bomo lahko spremljali, če je tudi pozitivna rast abonmentov.

V poročilu so zajeti le koncerti Abonmaja Povezani, ki so bili organizirani v letu 2025 ter dogodki za izven. Tak dogodek je koncert Helene Blagne, in koncertno-potopisni dogodek, Moje svetlobe, moj svet – Arne Hodalič, Severa in Gal Gjurin. Le tega smo izvedli v sklopu Vurnikovih dni ter vstopnice podarili vsem abonmentom Abonmaja Povezani. Pri tem naj omenimo še, da smo za predstavo širši prostor v izvedbi domačinke Kaje Lin Avguštin pridobili **nepovratna sredstva Ministrstva za kulturo** v višini 3.040,00 €. Iz tabele je razvidno, da sta bila le dva koncerta dovolj udarna, da smo s prihodkom od vstopnine pokrili stroške najema programa. Tudi v bodoče je torej pomembno, da za tovrstne programe ohranjamo tudi javna sredstva.

PREDSTAVA			bruto prihodek	obiskovalci	Najem predstave
Sy Smith - koncert	koncert	Abonma Povezani	5.077,00	233	4.244,45
Bakalina Velika	koncert	Abonma Povezani	3.262,50	173	3.935

Willewaldt koncert	koncert	Abonma Povezani	843,20	78	1.650
Širši prostor	predstava	Abonma Povezani	1.840,00	110	sofinancirano
ORBIT_A	predstava	Abonma Povezani	477,50	36	2.850
Helena Blagne	koncert	za izven	5.780,00	289	3.500,00
Moje svetlobe, moj svet	potopis	za izven/abonma	2.260,00	226	2.020,51
SKUPAJ:			19.540	1145	18.199,96

Tabela 16: Glasbeni program v Linhartovi dvorani v letu 2025

Kot soorganizatorji smo prevzeli tudi pomoč pri koncertih za najemnike, teh je bilo v letu 2025 šest, obiskalo jih je 1564 poslušalcev (v 2024 2059 poslušalcev na devetih koncertih).

3.4 DRUGE PRIREDITVE IN NAJEM DVORAN

Med druge prireditve štejemo prireditve, ki jih organizirajo druga društva oziroma institucije, pa tudi Občina Radovljica (za te dobi Linhartova dvorana sredstva z izstavitvijo posebnega zahtevka na občino). To so občinske proslave, predavanja, seminarji, shodi, občni zbori in druge družabne prireditve, pri katerih LD prevzame od naročnika dokončno oblikovanje nekega projekta od vsebinske zasnove do izvedbe, sodeluje kot soorganizator ali pa nudi svoje dvoranske in tehnične zmožnosti. Med druge prireditve sodijo tudi spremljevalni dogodki, na primer pogovori ali delavnice po filmskih vsebinah.

Skupno število vseh prireditev iz skupine 'drugo' je v letu 2025 doseglo število **37**, večinski delež je **spremljevalnih prireditev ob filmskih predstavah (32 spremljevalnih dogodkov)**.

Na tem področju v letu 2025 posebej izpostavljamo **Festival Pranger**. Gre za vseslovensko literarno srečanje, ki se je **septembra 2025 prvič odvijalo v Radovljici**. JZTKR je sodeloval kot partner pri pripravi pozdravnega dogodka na vrtu Šivčeve hiše ter pri organizaciji osrednjega kulturnega dogodka v Baročni dvorani Radovljiške graščine. Dogodek je v Radovljico pripeljal novo publiko, ki ji je blizu predvsem poezija, dogodke pa so obiskali tudi domačini. Na osrednjem dogodku v graščini smo poskrbeli za pogostitev, uvodni nagovor ter skupaj s Knjižnico Radovljica za povezovanje prireditev.

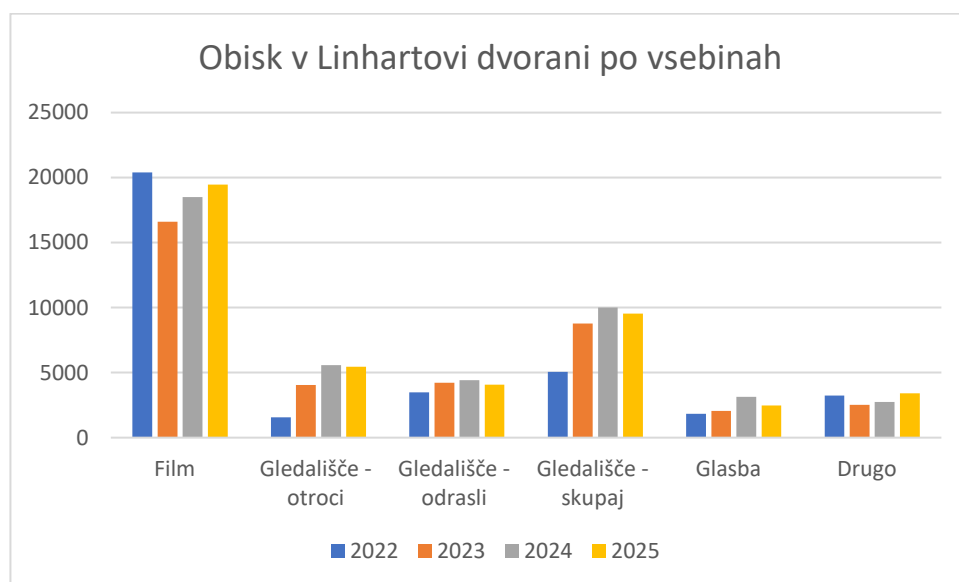
V letu 2025 smo imeli 31 (leto prej 27) sklenjenih pogodb za uporabo Linhartove dvorane zunanjih organizatorjev prireditev, od tega 12 subvencioniranih uporab prostora, kar pomeni, da je za uporabnike dvorana popolnoma brezplačna, stroški uporabe pa se krijejo iz javnih sredstev občine. Skupni znesek tovrstnih sofinanciranj je bil 4.138,00 €. Devetnajstkrat smo dvorano dali v najem po veljavnih cenikih. Bruto **znesek uporabnin je znašal 9. 128,04 (z ddv)**.

Za najemnike smo izvrševali tudi prodajo vstopnic preko naše blagajne. Za storitev prodaje vstopnic v tujem imenu za tuj račun, zaračunavano 6,5 % provizije od neto zneska, v letu 2025 smo tako zaračunali 1.178,46 € provizije.

3.5 STATISTIKA OBISKA LINHARTOVE DVORANE

Največji delež programa še vedno zavzema film. Tudi v letu 2025 predstavlja več kot 80 % (81,75%), čeprav se delež vsako leto niža za 1 do 2 %. Z vidika obiskovalcev film predstavlja dobro polovico vsega obiska dvorane (53,78 %).

Pri pregledu bruto inkasa predstav je skupna številka podobna kot v letu 2024 – 153.769 €. (2024 – 152,334 €). Pri tem je napram 2024 zaznan **15% dvig inkasa na področju filma** (povezan tudi z dvigom cene vstopnic) ter 56 % dvig inkasa za druge prireditve. Primerjava glasbenih prireditev je z letom 2024 manj relevantna, saj smo v letu 2024 soorganizirali dva zelo odmevna koncerta sevdaha z zunanjim partnerjem, kar je močno vplivalo na statistiko obiskanosti glasbenih programov. Izvzemši ta dva dogodka, je zaznati porast zanimanja za glasbene dogodke. Podatki kažejo na uspešno rast programa in večjo udeležbo občinstva, pri čemer glasba postaja vse pomembnejši segment.



Graf 22: Obisk v Linhartovi dvorani po vsebinah, 2022-2025

Inkaso bruto		Obiskovalci	Število prireditev	% O	% P
87.747,80	Film	19.462	457	55,77	81,75
8.495,86	Gledališče – otroci	5.458	26	15,64	4,6
32.977,35	Gledališče - odrasli	4.086	21	11,7	3,7
41.473,21	Gledališče - skupaj	9.544	47	27,35	8,4
19.540,00	Glasba	2.472	11	7,08	1,96
5.010,5	Drugo	3.414	44	9,78	7,9
153.771,51	SKUPAJ	34.892	559	100%	100%

Tabela 17: Prikaz celotne statistike programa Linhartove dvorane 2025

3.6 SPLETNA PRODAJA VSTOPNIC

Z namenom prijaznejšega in sodobnejšega servisa za obiskovalce, blagajna Linhartove dvorane za pripravo in prodajo vstopnic uporablja individualizirano aplikacijo (ISA.it), ki omogoča neposredno povezavo z glavno blagajno in različne statistične izpise, potrebne za pregledno delovanje zavoda. Sistem ISA uporabljamo od novembra 2022, od januarja 2023 pa ponujamo tudi možnost spletnega nakupa vstopnic. V letu 2023 je bil delež prodanih vstopnic preko spleta 15%, v primerjavi z vstopnicami kupljenimi na blagajni, isti delež spletne prodaje smo imeli tudi v letu 2024. V letu 2025 se je delež prodaje vstopnic preko spleta dvignil na **22%**. Po pričakovanjih prodaja preko spleta raste.

3.7 VIRI FINANCIRANJA

V letu 2025 smo pridobili naslednje vire financiranja:

Ministrstvo za kulturo – prijavi smo se na razpise:

- **Art kino program:** prejeli smo 9.500 eur sofinanciranja programa (od možnih 10.000 eur)
- Na gledališkem/plesnem področju smo se prijavi na **razpis kroženje kulturnih projektov**, ki je namenjen gostovanju gledaliških ali plesnih predstav, uspešni smo bili z dvema predstavama in prejeli sofinanciranje v znesku 5.440,00 €.
- **Europacinemas** nas je podprla za predavanje filmov evropske produkcije in sicer v znesku: 7.649,00 eur.

Za Program **Kino brez ovir Slovenije**, smo preko projekta Collaborate to Innovate v letu 2025 prejeli sredstva v višini 6.660,00 €.

4 RAČUNOVODSKO POROČILO ZA POSLOVNO LETO 2025

4.1 UVODNA POJASNILA

PRAVNE PODLAGE (SPLOŠNI DEL POROČILA)

Javni zavod turizem in kultura Radovljica je po veljavnih predpisih določeni posredni uporabnik proračuna države in pravna oseba javnega prava. Najpomembnejši predpisi za naše poslovanje so:

- Zakon o javnih financah (Ur. l. RS št. 11/11, 14/13, 110/13, 55/15, 96/15, 80/16, 71/17, 13/18, 195/20, 18/23, 76/23, 24/25, 39/25, 85/25 in 112/25)
Pripravo finančnega načrta in način poročanja o ciljih in rezultatih ter o izvrševanju proračuna določata 26. in 62. člen. Skladno s 93. členom moramo do 31.marca tekočega leta sestaviti premoženjsko bilanco na podlagi zaključnega računa za preteklo leto in jo predložiti pristojnemu ministrstvu, skladno z 99. členom pa pripraviti letno poročilo (poslovno in računovodsko) po določilih Zakona o računovodstvu.
- Zakon o računovodstvu (Ur. l. RS št. 23/99 s spremembami do 96/14)
Ugotavljanje izida poslovanja in sestavo letnega poročila določata 19. in 21. člen.
- Pravilnik o sestavljanju letnih poročil za proračun, proračunske uporabnike in osebe javnega prava (Ur. l. RS št. 115/02 s spremembami do 51/25)

Zlasti 15. in 16. člen določata pojasnila k posameznim računovodskim izkazom (obvezne priloge k bilanci stanja, izkazu prihodkov in odhodkov določenih uporabnikov in druge računovodske informacije – 26. člen). Druge računovodske informacije so strnjene v enajst točk in pojasnjujejo razkritje podatkov po zaključnem računu 2025.

- Pravilnik o enotnem kontnem načrtu za proračun, proračunske uporabnike in druge osebe javnega prava (Ur. l. RS št. 112/09 s spremembami do 95/25)
- Pravilnik o razčlenjevanju in merjenju prihodkov in odhodkov pravnih oseb javnega prava (Ur. l. RS št. 134/03 s spremembami do 19/24)
- Pravilnik o načinu in stopnjah odpisa neopredmetenih dolgoročnih sredstev in opredmetenih osnovnih sredstev (Ur. l. RS št. 45/05 s spremembami do 100/15)
- Pravilnik o načinu in rokih usklajevanja terjatev in obveznosti po 37. členu Zakona o računovodstvu (Ur. l. RS št. 117/02 s spremembami do, 108/13)
- Slovenski računovodski standardi (Ur.l. RS št. 118/05 s spremembami do 129/23).

V računovodskih izkazih po predpisanih obrazcih imamo posebej prikazan celotni proračunski del in posebej tržni del (t.i. lastno dejavnost).

RAČUNOVODSKE USMERITVE

Pri pripravi računovodskih izkazov je zavod upošteval temeljne predpostavke računovodenja:

- Upoštevanje nastanka poslovnega dogodka (med prihodki in odhodki so izkazani zneski iz poslovnih knjig, ki so nastali od 1. januarja do 31. decembra 2025),

- Zagotavljanje resnične in poštene predstavitve
- Predvidevanje časovne neomejenosti delovanja

Metode vrednotenja in merjenja gospodarskih kategorij:

Prihodki in odhodki so razdeljeni v skladu s slovenskimi računovodskimi standardi in enotnim kontnim načrtom. Razčlenitev postavk izkazov je usklajena z zakoni, navodili in metodologijo.

4.1.1 RAČUNOVODSKE INFORMACIJE

- **Sodila, uporabljena za razmejevanje prihodkov in odhodkov na dejavnost javne službe ter dejavnost prodaje blaga in storitev na trgu**

Zavod je bil ustanovljen za opravljanje promocije turistične dejavnosti v Občini Radovljica, ki je po ustanovitvenem aktu opredeljena kot javna služba. V letih od ustanovitve do sedaj pa je zavod razvil tudi nekaj dodatnih turističnih produktov s katerimi je lahko konkuriral na trgu. Ker pa je turistična dejavnost, ki jo opravlja kot javna služba in tiste s katerimi konkurira na trgu tako prepletena med seboj, smo v letu 2024 za sodila uporabili metodo ločevanja prihodkov in odhodkov kjer so nastali. Na dejavnosti prodaje blaga in storitev na trgu so prikazani samo tisti prihodki in odhodki, ki so na tej dejavnosti tudi nastali. 11.6.2016 je bil Zavodu priključena Linhartova dvorana, javni zavod Radovljica, tako da je od tega datuma naprej zavod prihodke pridobival tudi na področju kulturne dejavnostjo.

- **Poslovni izid**

Zavod je poslovno leto 2025 zaključil s presežkom prihodkov nad odhodki v višini 5.735,03€.

- **Metoda vrednotenja dokončanih izdelkov in zalog nedokončane proizvodnje**

Zavod nima zalog dokončanih izdelkov in zalog nedokončane proizvodnje.

- **Podatki o stanju neporavnanih terjatev in ukrepih za njihovo poravnavo oz. razlogih za neplačilo**

Zavod na kontih kratkoročnih terjatev ne izkazuje popravkov vrednosti.

- **Podatki o obveznostih**

Podrobni podatki o kratkoročnih obveznostih so podani v nadaljevanju. Vse kratkoročne obveznosti so bile poplačane v začetku leta 2025. Na dan 31.12.2025 je zapadlih obveznosti v znesku 1.221,69 EUR, ki pa so bile plačane v začetku leta 2026.

- **Viri sredstev za vlaganje v opredmetena osnovna sredstva, neopredmetena osnovna sredstva**

Zavod je v letu 2025 nabavil za 81.154,65 EUR novih osnovnih sredstev. Za nabavo novih osnovnih sredstev je pridobil sredstva Občine Radovljica v višini 17.941,61 EUR in sredstva iz razpisa MGTŠ v višini 45.495,73 EUR.

- **Naložbe prostih denarnih sredstev**

Zavod ni nalagal prostih denarnih sredstev.

- **Razlogi za pomembnejše spremembe stalnih sredstev**

V letu 2025 smo vknjižili nabavo novih osnovnih sredstev v višini 81.154,65€ in sicer:

- Računalniško opremo: 1.836,93 €
- Kartotečna omara, zunanji pepelnik, radijsko vodena ura, reflektorji v skupni višini 2.137,00€
- Varnostne zanke za reflektorje: 305,75€
- Obnova Žganjarne Kropa – napisne table, izdelava stopnic, ter podestov, interaktivna tabla, kovana konstrukcija, ter zasaditev, zaščita zidov in zidni zaključek v višini 76.874,97 EUR (sofinancirano s sredstvi MGTŠ)

V letu 2025 smo izločili iztrošena in dokončno amortizirana osnovna sredstva v višini 3.308,87 €.

- **Vrste postavk, ki so zajete v znesku, izkazanem na kontih zunaj bilančne evidence**

Zavod ima na kontih izven bilančne evidence izkazano stanje zaloge blaga prejete v konsignacijo v TIC-u. Njena vrednost na dan 31.12.2025 znaša 10.441,96 €

- **Podatki o pomembnejših opredmetenih osnovnih sredstvih in neopredmetenih dolgoročnih sredstvih, ki so že v celoti odpisana, pa se še vedno uporabljajo za opravljanje dejavnosti**

V našem zavodu vključno z drobnim inventarjem katerega vrednost ne presega 500€ in je odpisan ob nabavi, uporabljamo tudi dokončno amortizirana osnovna sredstva. Vsa osnovna sredstva so vodena v seznamu osnovnih sredstev dokler so uporabna.

- **Spremembe v vrednotenju računovodskih kategorij, ki so pomembno vplivale na primerljivost računovodskih izkazov med leti**

Zavod v letu ne beleži sprememb v vrednotenju računovodskih kategorij.

4.2 RAČUNOVODSKI IZKAZI

4.2.1 BILANCA STANJA

	31.12.2024	delež 2024	31.12.2025	delež 2025	indeks
Dolgoročna sredstva in sredstva v upravljanju	439.036	62,94%	421.097	62,65%	96%
Kratkoročna sredstva	207.427	29,74%	210.300	31,29%	101%
Zaloge	51.102	7,33%	40.737	6,06%	80%
Aktiva skupaj	697.564	100,00%	672.134	100,00%	96,35%
Kratkoročne obveznosti in PČR	170.525	24,45%	165.275	24,59%	97%
Lastni viri in dolgoročne obveznosti	527.039	75,55%	506.859	75,41%	96%
Pasiva skupaj	697.564	100,00%	672.134	100,00%	96,35%

Tabela 18: Prikaz podatkov iz bilance stanja na dan 31.12.2025 (v eurih brez centov)

Podatki o dolgoročnih sredstvih in sredstvih v upravljanju zajemajo vrednosti, ki so v obrazcu bilanca stanja označene z AOP številko od 001 do 011.

Podrobnejša razlaga o stanju in gibanju neopredmetenih sredstev in opredmetenih osnovnih sredstev bo podana pri razlagi obrazca pod zaporedno številko 4.2.6.

Podatki o *kratkoročnih sredstvih* so v obrazcu bilanca stanja označeni z AOP številko od 012 do 022.

Na kontih skupine 12 so knjižene terjatve do kupcev v višini 11.887,10€. V letu 2025 nismo izvedli nobenega popravka vrednosti za terjatev, ki so zapadle nad 60 dni. Izterjava je v teku.

Na kontu 13 so knjiženi dani avansi za stroške nočitve – hotelske stroške za službeno pot v letu 2026 v znesku 969,90€.

Na kontu 14 so vknjižene terjatve do Občine Radovljica za decembrske plače in redno delovno uspešnost za obdobje julij – december 2025 in dotaciji za prireditvi izvedeni za Občino v višini 29.860,71€ in terjatve do uporabnikov EKN v višini 18.326,01€.

Na kontih skupine 17 so knjižene terjatve iz naslova DDPO, ter terjatev do vstopnega DDV v višini 12.859,19€ in kartičnega poslovanja v višini 1.448,01 €. Na kontu aktivnih časovnih razmejitev je prikazan znesek 653,42€ in predstavlja odložene odhodke iz naslova licence za portal in antivirusni program, najem programske opreme.

Zavod ima na 31.12.2025 izkazane lastne zaloge v višini 40.736,94 €

Aktiva skupaj (AOP 032) znaša 672.134,13 €.

Podatki o *kratkoročnih obveznostih in pasivnih časovnih razmejitvah* so v obrazcu bilanca stanja označeni z AOP številko od 034 do 043.

Konti skupine 21 prikazujejo obveznosti za decembrske plače in osebne prejemke zaposlenih v višini 25.564,77€. Na kontu 22 so vknjižene obveznosti do dobaviteljev v višini 98.868,26€. Druge kratkoročne obveznosti iz poslovanja pa so razvidne na kontih 23- obveznost za plačilo prispevkov, davkov, premije KDPZ – decembrske plače in obveznost za davek od dohodka skupaj 5.959,07€, obveznosti za DDV v višini 30,37 EUR, pri drugih obveznostih iz poslovanja pa je obveznost za izplačilo preko podjemne pogodbe, prodaja v tujem imenu za tuj račun, ter za oglaševanje znesku 1.340,95€. V začetku leta 2026 so se sredstva nakazala poslovnemu partnerju. Na kontu 24 so knjižene obveznosti do uporabnikov EKN v višini 2.491,30€. Na kontu pasivnih časovnih razmejitev je knjižen znesek 32.281,84€, ki predstavlja razmejene prihodke od prodanih darilnih bonov za Linhartovo dvorano in plačanih abonmajev za leto 2026.

Podatki o *lastnih virih in dolgoročnih obveznostih* so v obrazcu bilanca stanja označeni z AOP številko od 044 do 059.

Znesek v višini 421.097,14€ predstavlja dolgoročne obveznosti zavoda do sredstev prejetih v upravljanje na kontu skupine 980. Razlika v znesku 85.761,95€ pa predstavlja nerazporejen presežek prihodkov nad odhodki. Sredstva v upravljanju skupaj na dan 31.12.2025 so izkazana v višini 506.859,09€, prav tako vrednost razreda 9 na dan 31.12.2025 znaša 506.859,09€.

4.2.2 PRIKAZ PRIHODKOV IN ODHODKOV DOLOČENIH UPORABNIKOV PO NAČELU DENARNEGA TOKA

Podatki za izpolnitev tega izkaza se zagotavljajo v poslovnih knjigah na evidenčnih kontih. Prihodki in odhodki, ki so izkazani v tem izkazu, niso neposredno primerljivi, saj veljajo pri pripoznanju prihodkov in odhodkov različna pravila (načelo nastanka poslovnega dogodka oziroma načelo denarnega toka), pa tudi pravila o vrstah in členitvi prihodkov in odhodkov se razlikujejo.

	2024	delež	2025	delež	indeks
Prihodki iz sredstev javnih financ	710.653	56%	836.064	61%	118%
Drugi prihodki za izvajanje javne službe	171.998	14%	163.168	12%	0%
Prihodki od prodaje blaga in storitev na trgu	375.424	30%	361.295	27%	96%
Prihodki skupaj	1.258.075	100%	1.360.527	100%	108%
Plače in drugi izdatki zaposlenim	263.507	21%	286.610	22%	109%
Prispevki delodajalcev za socialno varnost	41.583	3%	45.371	3%	109%
Izdatki za blago in storitve	577.915	47%	658.597	50%	114%
Investicijski odhodki	47.281	4%	71.131	5%	150%
Odhodki iz naloga prodaje na trgu	296.867	24%	258.954	20%	87%
Odhodki skupaj	1.227.154	100%	1.320.662	100%	108%
Presežek prihodkov nad odhodki	30.921		39.865		

Tabela 19: Prikaz podatkov iz obrazca prihodkov in odhodkov po denarnem toku (v eurih brez centov)

4.2.3 REALIZACIJA PRIHODKOV IN ODHODKOV GLEDE NA FINANČNI NAČRT

Prihodki v letu 2025 so bili za 4 % višji od načrtovanih. Razlog je predvsem v povišanju prihodkov iz prihodkov javne službe, predvsem za sredstva STO, ki v fazi načrtovanja niso bila predvidena. Sredstva MGTŠ so bila realizirana na področju investicij.

Zap. št.	Vrsta	finančni načrt 2025	realizacija 2025	Indeks
1	2	3	4	5=4/3
I.	SKUPAJ PRIHODKI	1.308.949,21 €	1.360.526,97 €	104
1.	Javnofinančni prihodki:	907.949,21 €	999.232,05 €	110
1.1.	Prihodki s strani ministrstva - redne dotacije	99.034,21 €	167.857,99 €	169
1.1.1.	tekoči transferi	70.000,00 €	122.362,26 €	175
	- Ministrstvo za kulturo	9.000,00 €	14.940,00 €	166
	- MGRT / MGTŠ	22.000,00 €		
	- STO	39.000,00 €	107.422,26 €	275
	- projekt LAS	- €	- €	-B10
1.1.2.	investicijski transferi	29.034,21 €	45.495,73 €	
	- MGRT / MGTŠ	29.034,21 €	45.495,73 €	
	- LAS	- €	- €	
1.2.	Prihodki s strani ministrstva - izredna sredstva			
1.3.	Prihodki občine - redna sredstva	643.915,00 €	658.505,28 €	102
1.3.1.	tekoči transferi	633.950,00 €	648.540,28 €	102
	- Sredstva za plače zaposlenih	284.605,00 €	278.910,46 €	98
	- Sredstva za plače - prispevki	40.665,00 €	39.544,55 €	97
	- Sredstva za plače - premije KDPZ	4.180,00 €	4.180,00 €	100
	- Sredstva za materialne stroške	112.300,00 €	119.827,47 €	107
	- Sredstva za izvajanje programov	192.200,00 €	206.077,80 €	107
1.3.2.	investicijski transferi	9.965,00 €	9.965,00 €	100
	- Sredstva za nakup opreme in investicijsko vzdrževanje -kultura	2.400,00 €	2.400,00 €	100
	- Sredstva za nakup opreme in investicijsko vzdrževanje -turizem	7.565,00 €	7.565,00 €	100
1.4.	Ostalo			
1.5.	ZZZS-refundacije		370,81 €	
1.6.	Ostali prihodki javne službe	165.000,00 €	163.167,97 €	
1.7.	Ostali prihodki - razpisi	- €	9.330,00 €	
2.	Prihodki iz tržne dejavnosti	401.000,00 €	361.294,92 €	90
2.1.	za prodano blago (TIC)	90.000,00 €	70.821,38 €	79
2.2.	najemnine	- €		
	trženje prireditev in oglaševalskega			
2.3.	prostora, sprejemov, kongresov, ...	8.000,00 €	12.337,96 €	154
2.4.	osnovna dejavnost-pridobitni del	303.000,00 €	278.135,58 €	92
3.	Drugi in izredni prihodki			

Tabela 20: Vrsta prihodkov glede na finančni načrt.

V letu 2025 so bili odhodki glede na finančni načrt višji za 1 %. Glede na plan so se najbolj zvišali stroški investicij.

II.	SKUPAJ ODHODKI	1.308.949,21 €	1.320.662,45 €	101
1.	Stroški blaga, materiala in storitev	938.010,00 €	916.920,69 €	97,75
1.1.	nabavna vrednost prodanega materiala in blaga v TIC	70.000,00 €	45.535,91 €	65,05 €
1.2.	stroški materiala:	84.010,00 €	64.501,99 €	77
1.2.1.	pisarniški material	2.500,00 €	1.457,19 €	58
1.2.2.	strokovna literatura, izobraževanje	2.000,00 €	1.621,99 €	81
1.2.3.	stroški energije (elektrika, ogrevanje...)	25.000,00 €	16.199,08 €	65
1.2.4.	tekoče vzdrževanje (čiščenje, manjša vzdrževalna dela...)	19.000,00 €	14.519,70 €	76
1.2.5.	reprezentanca	4.000,00 €	2.444,60 €	61
1.2.6.	voda in komunalne storitve	6.000,00 €	5.924,93 €	99
1.2.7.	ostali splošni in materialni stroški za opravljanje dejavnosti	25.510,00 €	22.334,50 €	88
1.3.	stroški storitev:	784.000,00 €	806.882,79 €	103
1.3.1.	stroški pošte in telefona	9.500,00 €	9.020,90 €	95
1.3.2.	najemnine	78.000,00 €	72.111,25 €	92
1.3.3.	dnevnice in potni stroški	15.000,00 €	7.573,09 €	50
1.3.4.	stroški zavarovanj	4.800,00 €	5.583,11 €	116
1.3.5.	stroški plačilnega prometa	2.200,00 €	3.390,54 €	154
1.3.6.	stroški promocije in oglaševanja	100.000,00 €	97.768,00 €	98
1.3.7.	stroški študentskega dela, avtorskih honorarjev, honorarnega dela in prakse dijakov	52.000,00 €	61.097,89 €	117
1.3.8.	računalniške, računovodske, odvetniške storitve	28.000,00 €	31.535,11 €	113
1.3.9.	stroški lastnih turističnih prireditev	273.000,00 €	283.153,36 €	104
1.3.10.	sofinanciranje prireditev	30.000,00 €	24.059,78 €	80
1.3.11.	razvoj in izvajanje turističnih produktov	29.000,00 €	32.717,35 €	113
1.3.12.	skupnost Julijske Alpe	24.000,00 €	39.191,22 €	163
1.3.13.	stroški programa gledališča LD	44.000,00 €	45.206,20 €	103
1.3.14.	stroški glasbenega programa LD	12.500,00 €	8.227,04 €	66
1.3.15.	stroški oblikovanja in tiskanja	25.000,00 €	28.404,78 €	114
1.3.16.	drugi stroški storitev	57.000,00 €	57.843,17 €	101
			- €	
2.	Stroški dela:	329.439,21 €	331.981,32 €	100,77
2.1.	Plače in nadomestila plač	263.850,24 €	265.735,27 €	101
2.2.	prispevki za socialno varnost	40.663,01 €	40.978,67 €	101
2.3.	prehrana delavcev in prevoz na delo	20.753,92 €	20.874,90 €	101
2.4.	premije KDPZ	4.172,04 €	4.392,48 €	105
3.	Investicije in inv. vzdrževanje	41.500,00 €	71.760,44 €	172,92
	- pisarniško pohištvo	- €		-B10
	- nakup drugega pohištva	- €		-B10
	- nakup drobnega inventarja	500,00 €		0
	- nakup drugih osnovnih sredstev	40.000,00 €	71.760,44 €	179
	- investicijsko vzdrževanje	1.000,00 €	- €	0
4.	Drugi odhodki			

Tabela 21: Vrsta odhodkov glede na finančni načrt.

4.2.4 IZKAZ RAČUNA FINANČNIH TERJATEV IN NALOŽB DOLOČENIH UPORABNIKOV

Zavod nima finančnih terjatev in naložb. Obrazec je prazen – ni postavk.

4.2.5 IZKAZ RAČUNA FINANCIRANJA DOLOČENIH UPORABNIKOV EKN

V letu 2025 zavod izkazuje presežek prihodkov nad odhodki po načelu denarnega toka v višini 39.864,52€. Če od presežka odštejemo kratkoročne obveznosti v višini 165.275,04 EUR je izračun v minus, zato JZTK presežka po fiskalnem pravilu za leto 2025 ne izkazuje.

4.2.6 IZKAZ PRIHODKOV IN ODHODKOV DOLOČENIH UPORABNIKOV PO VRSTAH DEJAVNOSTI

Delitev prihodkov in odhodkov zavoda na proračunsko in tržno dejavnost je razvidna in obrazca Izkaz prihodkov in odhodkov določenih uporabnikov po vrstah dejavnosti, ki se nahaja v prilogi poročila. Že pri sodilih za razmejevanje prihodkov in odhodkov glede na dejavnost pa smo povedali, da se dejavnost prodaje blaga in storitev na trgu izvaja v povezavi s proračunsko dejavnostjo in zato ni možno potegniti močne ločnice med njima.

Prihodki in odhodki se vodijo in delijo po načelu nastanka poslovnega dogodka – za tisto dejavnost kjer nastajajo.

4.2.7 STANJE IN GIBANJE NEOPREDMETENIH DOLGOROČNIH SREDSTEV IN OPREDMETENIH OSNOVNIH SREDSTEV

V letu 2025 smo vknjižili nabavo novih osnovnih sredstev v višini 81.154,65€ in sicer:

- Računalniško opremo 1.836,93 €
- Kartotečna omara, zunanji pepelnik, radijsko vodena ura, reflektorji v skupni višini 2.137,00€
- Varnostne zanke za reflektorje 305,75€
- Obnova Žganjarne Kropa – napisne table, izdelava stopnic, ter podestov, interaktivna tabla, kovana konstrukcija, ter zasaditev, zaščita zidov in zidni zaključek v višini 76.874,97 EUR

V letu 2025 smo izločili iztrošena in dokončno amortizirana osnovna sredstva v višini 3.308,87 €.

Stanje in gibanje neopredmetenih sredstev in opredmetenih osnovnih sredstev

v EUR (brez centov)

Naziv	Oznaka za AOP	Nabavna vrednost (1.1.)	Popravek vrednost (1.1.)	Povečanje nabavne vrednosti	Povečanje popravka vrednosti	Zmanjšanje nabavne vrednosti	Zmanjšanje popravka vrednosti	Amortizacija	Neodpisana vrednost (31.12.)	Prevrednotenje zaradi okrepitve	Prevrednotenje zaradi oslabitve
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10 (3-4+5-6-7+8-9)	11	12
I. Neopredmetena sredstva in opredmetena osnovna sredstva v upravljanju (701+702+703+704+705+706+707)	700	1.812.720,26	1.391.402,06	81.154,65	0,00	3.308,87	3.308,87	81.375,70	421.097,15	0,00	0,00
A. Dolgoročno odloženi stroški	701	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
B. Dolgoročne premoženjske pravice	702	11.535,43	7.134,57	0,00	0,00	0,00	0,00	1.567,65	2.833,21	0,00	0,00
C. Druga neopredmetena sredstva	703	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
D. Zemljišča	704	36.282,71	3.809,68	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	32.473,03	0,00	0,00
E. Zgradbe	705	1.132.117,77	859.803,59	0,00	0,00	0,00	0,00	33.963,53	238.350,65	0,00	0,00
F. Oprema	706	614.017,54	501.887,41	80.848,90	0,00	3.308,87	3.308,87	45.538,77	147.440,26	0,00	0,00
F. Oprema	707	18.766,81	18.766,81	305,75	0,00	0,00	0,00	305,75	0,00	0,00	0,00
G. Druga opredmetena osnovna sredstva	707	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
II. Neopredmetena sredstva in opredmetena osnovna sredstva v lasti (709+710+711+712+713+714+715)	708	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
A. Dolgoročno odloženi stroški	709	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
B. Dolgoročne premoženjske pravice	710	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
C. Druga neopredmetena sredstva	711	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
D. Zemljišča	712	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
E. Zgradbe	713	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
F. Oprema	714	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
F. Oprema	715	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
G. Druga opredmetena osnovna sredstva	715	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
III. Neopredmetena sredstva in opredmetena osnovna sredstva v finančnem najemu (717+718+719+720+721+722+723)	716	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
A. Dolgoročno odloženi stroški	717	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
B. Dolgoročne premoženjske pravice	718	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
C. Druga neopredmetena sredstva	719	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
D. Zemljišča	720	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
E. Zgradbe	721	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
F. Oprema	722	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
G. Druga opredmetena osnovna sredstva	723	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Tabela 22: Stanje in gibanje osnovnih sredstev v letu 2025 (v EUR).

Obračunana amortizacija tekočega leta v višini 81.375,70€ je v celoti bremenila sredstva v upravljanju.

4.2.8 STANJE IN GIBANJE DOLGOROČNIH KAPITALSKIH NALOŽB IN POSOJIL

Zavod nima kapitalskih naložb in posojil. Obrazec je prazen – ni postavk.

4.2.9 IZKAZ PRIHODKOV IN ODHODKOV DOLOČENIH UPORABNIKOV EKN

PRIHODKI IN ODHODKI V LETU 2025

Zavod je v letu 2025 glavnino svojih prihodkov ustvaril iz poslovanja – 100%. Odhodki pa so po večini porazdeljeni med stroške dela – 27%, nabavno vrednost prodanega blaga 13% ter materiala in storitev 60%.

	2024	delež	2025	delež	indeks
Prihodki od prodaje proizvodov in storitev	1.207.825	100%	1.263.077	100%	105%
Prihodki od prodaje blaga materiala	0	0%	0	0%	0%
Finančni prihodki	2.020	0%	1.227	0%	0%
Drugi prihodki	3	0%	5	0%	175%
Prevrednotevalni prihodki	0	0%	0	0%	0%
Prihodki skupaj	1.209.849	100%	1.264.309	100%	105%
NV prodanega blaga	186.369	16%	163.660	13%	88%
Stroški materiala in storitev	698.155	58%	755.057	60%	108%
Stroški dela	306.918	26%	334.641	27%	109%
Drugi stroški	3.591	0%	3.600	0%	100%
Finančni odhodki	17	0%	25	0%	153%
Drugi stroški	276	0%	359	0%	0%
Prevrednotevalni odhodki	3.389	0%	0	0%	0%
Odhodki skupaj	1.198.715	100%	1.257.343	100%	105%
Presežek prihodkov nad odhodki	11.134		6.966		0%
Presežek odhodkov nad prihodki	0		0		
Davek od dohodka	1.652		1.231		0%
Čisti presežek prihodkov nad odhodki	9.481	0	5.735	0	60%

Tabela 23: Izkaz prihodkov in odhodkov določenih uporabnikov EKN v letu 2025 (v € brez centov)

Glede na preteklo leto so se prihodki povečali za 5%, kar kaže na rast v letu 2025.

Zavod je poslovno leto zaključil s presežkom prihodkov nad odhodki v višini 5.735,03€.

PRIHODKI IN ODHODKI PO POSAMEZNI DEJAVNOSTI JAVNE SLUŽBE

	TURIZEM	KULTURA	
Prihodki od prodaje proizvodov in storitev	819.983,40	443.093,33	
Finančni prihodki	796,36	430,32	
Drugi prihodki	3,56	1,93	
Prevrednotevalni poslovni prihodki	0,00	0,00	
Prihodki skupaj	820.783,32	443.525,58	1.264.308,90
Stroški materiala	-16.109,22	-16.592,10	
Stroški storitev	-454.599,67	-267.756,00	
Stroški dela	-193.956,30	-140.684,82	
Drugi stroški	-2.143,61	-1.456,72	
Stroški prodanih zalog	-163.659,93	0,00	
Finančni odhodki	-17,84	-7,56	
Drugi odhodki	-233,23	-126,02	
Prevrednotevalni poslovni odhodki	0,00	0,00	
Odhodki skupaj	-830.719,80	-426.623,22	-1.257.343,02
Presežek prihodkov ali odhodkov	-9.936,48	16.902,36	

Tabela 24: Izkaz prihodkov in odhodkov po posamezni dejavnosti javne službe

Tabela prikazuje stanje po dejavnosti. Presežek prihodkov za dejavnost kulture znaša 16.902,36 EUR, za dejavnost turizma pa je presežek odhodkov v višini 9.936,48 EUR.

PLAČE, PRISPEVKI IN OSEBNI PREJEMKI

Zavod je imel v letu 2025 v povprečju na podlagi delovnih ur zaposlenih devet delavcev. Plače so bile izračunane na podlagi pogodb o zaposlitvi ter Kolektivne pogodbe za javni sektor KPJS, Zakona o sistemu plač v javnem sektorju, Sprememb in dopolnitev Zakona o sistemu plač v javnem sektorju, Uredbe o kriterijih za določitev položajnega dodatka za javne uslužbenke ter na osnovi veljavne sistemizacije.

Občina Radovljica je sredstva za plače nakazovala na osnovi zahtevka. Občina bo sredstva za decembrsko plačo nakazala v januarju, zato je konec leta vzpostavljena terjatev za ta namen.

	2024	2025
PRIHODKI	297.817	324.152
bruto plače in nadomestila plač	236.992	258.928
povračila stroškov zaposlenim	19.999	20.935
KDPZ	4.172	4.203
prispevki delodajalca	36.654	40.087
ODHODKI	306.918	334.641
bruto plače in nadomestila plač	245.191	267.672
povračila stroškov zaposlenim	19.999	21.001
KDPZ	4.172	4.415
prispevki delodajalca	37.556	41.552

Tabela 25: Stroški dela v letu 2025 (v € brez centov)

MATERIALNI STROŠKI

Materialni stroški so razdeljeni na dva sklopa, in sicer: materialni stroški za opravljanje javne službe in materialni stroški pri opravljanju lastne dejavnosti. Pri stroških javne službe stroške delimo na stroške potrebne za redno delovanje zavoda in na programske stroške.

Največji delež stroškov, kot vsa leta doslej, na turizmu predstavljajo v letu 2025 stroški storitev pri organizaciji prireditev, stroški promocije, stroški intelektualnih storitev, ter stroški tiska in oblikovanja, na kulturi pa stroški najema filmskih predstav, organizacije gledaliških predstav ter tiska in oblikovanja.

PREDLOG RAZPOREDITVE UGOTOVLJENEGA IZIDA ZA LETO 2025

Zavod je poslovno leto 2025 zaključil s presežkom prihodkov nad odhodki v višini 5.735,03€.

Predlagamo, da se presežek prihodkov nad odhodki poslovnega leta nameni za morebitno pokrivanje presežka odhodkov nad prihodki v naslednjih letih oziroma za razvoj zavoda.

V Radovljici, 18. 02. 2026

Pripravila:

- Kaja Beton, direktorica
- in
- Grega Hafner, računovodja

Priloge:

- Ajpes izkazi 2025
- Izjava o oceni notranjega nadzora javnih financ