

STROKOVNI ČLANEK 5/2026**RAZVOJ TRAJNOSTNEGA TURIZMA IN PONUDBE V POMURJU**

Turizem v Pomurju ima dolgo tradicijo, predvsem na področju termalnega in zdraviliškega turizma, njegove razvojne možnosti pa danes segajo precej širše. Termalna voda, reka Mura, Goričko, vinorodna območja, lokalna gastronomija, kulturna dediščina in podeželje predstavljajo osnovo, na kateri se lahko razvijajo novi turistični produkti in podjetniške zgodbe.

Podatki kažejo, da je regija pri turističnem obisku v zadnjih letih napredovala. Pomurska statistična regija je v letu 2025 zabeležila **329.333 prihodov turistov in 1.028.478 prenočitev**. V primerjavi z letom 2024 se je število prihodov povečalo za približno 3,1 odstotka, število prenočitev pa za približno 2,8 odstotka. Domači gostje so ustvarili 55 odstotkov vseh prenočitev, tuji pa 45 odstotkov. Med pomembnejšimi tujimi trgi so Avstrija, Češka, Nemčija in Hrvaška.

Iz razmerja med prihodi in prenočitvami izhaja povprečna doba bivanja okoli **3,1 prenočitve na prihod**. To je pomembno izhodišče za razmišljanje o nadaljnjem razvoju. Pomurje že ima turistično povpraševanje in prepoznavne nosilne produkte. Naslednje vprašanje zato ni samo, kako privabiti še več obiskovalcev, ampak tudi, kako povečati vrednost njihovega obiska, jih spodbuditi k raziskovanju širše regije in v turistično potrošnjo vključiti več lokalnih ponudnikov.

***Namen članka ni podajati celovite razvojne strategije
pomurskega turizma.***

Skozi dostopne podatke, razvojne trende, izkušnje podjetniškega podpornega okolja in nekatere primere iz regije želimo v članku osvetliti področja, kjer po našem mnenju zaznavamo možnosti za nadaljnji razvoj turistične ponudbe in podjetništva.

Tudi v letošnjem strokovnem članku o poslovanju pomurskega gospodarstva smo trajnostni turizem že izpostavili med razvojnimi priložnostmi regije. Geotermalna voda, reka Mura, termalni turizem in trajnostna kmetijska proizvodnja predstavljajo dobro osnovo za razvoj zelenih poslovnih modelov in trajnostnega turizma. Tokrat želimo narediti korak naprej in pogledati predvsem, kako lahko te danosti učinkoviteje pretvorimo v ponudbo in poslovne priložnosti.

1. Od rasti turističnega obiska k večji vrednosti

Leto 2025 je bilo rekordno tudi za slovenski turizem. Slovenija je zabeležila nekaj manj kot sedem milijonov prihodov turistov in več kot 17,8 milijona prenočitev, pri čemer sta se oba kazalnika v primerjavi z letom prej povečala za približno 6 odstotkov.

Slovenska turistična politika pa že nekaj časa poudarja, da dolgoročni razvoj ne more temeljiti samo na povečevanju fizičnega obsega turističnega prometa. Strategija slovenskega turizma 2022–2028 temelji na načelu »Nekaj več in veliko bolje« in v ospredje postavlja predvsem višjo kakovost, dodano vrednost, trajnost ter prestrukturiranje turistične ponudbe. Takšen pogled je zelo uporaben tudi za Pomurje.

Pomurje je preseglo milijon turističnih prenočitev. To je dober rezultat, vendar sama številka še ne pove, koliko gospodarske aktivnosti obiskovalec ustvari zunaj nastanitvenega obrata in koliko različnih ponudnikov sodeluje pri njegovi turistični izkušnji.

Za lokalno gospodarstvo je pomembno, ali gost poleg prenočitve obišče gostinca ali vinarja, kupi lokalni proizvod, najame kolo, obišče kulturno znamenitost, turistično kmetijo ali rezervira dodatno doživetje. Prav tako je pomembno, ali ima dovolj razlogov, da v regiji ostane dan dlje.

Večja dodana vrednost v turizmu zato ni povezana samo z višjo ceno storitve. Nastaja tudi takrat, ko je v turistično izkušnjo vključenih več lokalnih ponudnikov in večji del turistične potrošnje ostane v regiji. Pomurje ima pri tem dobro izhodišče. Termalni turizem zagotavlja pomemben del obiska, okrog njega pa se lahko razvijajo dodatne storitve in produkti. Takšno povezovanje pa zahteva sodelovanje, dobro organizacijo ponudbe in predvsem razumevanje potreb gosta.

2. Trajnostni turizem je več kot skrb za okolje

Beseda trajnost se danes uporablja zelo pogosto. Pri turizmu jo najprej povezujemo z varovanjem okolja, učinkovito rabo energije, ravnanjem z odpadki ali trajnostno mobilnostjo. Vse to je pomembno, vendar predstavlja le del širšega koncepta.

Pristojno ministrstvo trajnostni turizem predstavlja skozi okoljske, gospodarske in socialno-kulturne vidike, pri širšem pristopu pa tudi skozi podnebni steber. Pri gospodarskem vidiku posebej izpostavlja konkurenčnost turističnih krajev in podjetij ter zagotavljanje njihovih dolgoročnih koristi. To je pomembno predvsem z vidika mikro, malih in srednje velikih podjetij.

Za manjšega ponudnika trajnost ni nujno velik investicijski projekt. Lahko pomeni učinkovitejše ogrevanje nastanitve, manj zavržene hrane, uporabo lokalnih živil, sodelovanje z bližnjimi dobavitelji, razvoj ponudbe zunaj glavne sezone ali manjšo odvisnost od enega prodajnega kanala.

Pri sistematičnem razvoju lahko pomagajo tudi okoljski in trajnostni standardi. Zelena shema slovenskega turizma je uveljavljen nacionalni sistem, ki ponudnike in destinacije spodbuja k trajnostnemu upravljanju. Ob koncu leta 2025 je znak Slovenia Green uporabljalo 286 prejemnikov, razvoj sheme pa se v letu 2026 nadaljuje tudi z večjim poudarkom na digitalizaciji in podatkovnem spremljanju trajnostnih kazalnikov.

Toda za podjetnika bistvo ne bi smelo biti samo v pridobitvi znaka. Pomembnejše je, ali trajnostna usmeritev izboljša poslovanje in ponudbo. Če podjetje zmanjša stroške, okrepi uporabo lokalnih proizvodov, razvije bolj prepoznavno zgodbo ali podaljša sezono, trajnost postaja tudi konkreten poslovni dejavnik.

3. Termalni turizem kot sidro širše ponudbe Pomurja

Pomurje je na turističnem zemljevidu Slovenije najbolj prepoznavno po termalnem in zdraviliškem turizmu. Termalna voda je naravna danost, ki je omogočila razvoj pomembne turistične infrastrukture ter ustvarja velik del obiska regije.

Gost, ki pride v Pomurje zaradi term, wellnesa ali oddiha, je že v regiji. Z vidika podjetniških priložnosti je zato pomembno, kaj mu lahko ponudimo poleg osnovnega razloga njegovega obiska. Kulinarika, lokalni proizvodi ter vsa že obstoječa turistična ponudba, lahko pomembno dopolnijo osnovni turistični produkt.

Za razvoj manjših podjetij je takšno povezovanje posebej pomembno. Majhna turistična kmetija, vinar, gostinec, rokodelc ali ponudnik športnih aktivnosti praviloma nima enakih prodajnih možnosti kot veliki turistični sistemi. Lahko pa postane pomemben del širšega produkta, če je ustrezno povezan z nastanitvenimi in drugimi ponudniki.

V Pomurju nastajajo tudi novi koncepti, ki kažejo premik v smeri butične in doživljajske ponudbe. Med aktualnimi primeri sta butični hotel [Sončno polje v Tešanovcih](#), odprt junija 2026, ter novi [Hotel Narcisa 4* v Termah Banovci](#), odprt marca 2026. Pri obeh sta poudarjena trajnostna zasnova in navezava na lokalno identiteto, pri čemer Sončno polje posebej izpostavlja povezovanje z lokalnim okoljem in ponudniki, Narcisa pa energetske učinkovitost, naravne materiale in sodobno interpretacijo lokalnih elementov.

Posamezen primer seveda ne določa razvoja celotne regije, kaže pa smer, v kateri se lahko veliki turistični nosilci in manjša butična ponudba dopolnjujejo.

Za Pomurje je prav ta kombinacija ena od pomembnih razvojnih prednosti: močni turistični nosilci ustvarjajo obisk, mreža manjših ponudnikov pa temu obisku dodaja vsebino in lokalno vrednost.

4. Lokalnost in povezovanje kot konkurenčna prednost

Pomurje ima zaradi svoje kmetijske in prehranske tradicije, vinogradništva, gastronomije, rokodelstva in kulturne dediščine dobro osnovo za oblikovanje ponudbe, ki je vezana na prostor in je zato težje posnemljiva.

Standardna nastanitvena ali gostinska storitev je lahko podobna na različnih destinacijah. Lokalna zgodba, proizvod ali doživetje pa obiskovalcu daje razlog, da si zapomni prav Pomurje.

Za ponudnika se lahko povezovanje začne zelo preprosto – z lokalnimi živili pri zajtrku, priporočilom bližnjega vinarja, prodajnim kotičkom regionalnih izdelkov ali skupno ponudbo z drugim podjetnikom. Takšno sodelovanje ustvarja dvojni učinek: turistični ponudnik pridobi bolj raznoliko in avtentično ponudbo, lokalni proizvajalec pa dostop do kupca, ki ga sam morda ne bi dosegel.

Podobno velja za kulturo, dediščino in naravne znamenitosti. Same po sebi niso vedno podjetniški produkt, lahko pa predstavljajo razlog za obisk in podaljšanje bivanja, če so ustrezno vključene v turistično ponudbo.

V industriji pogosto govorimo o dobaviteljskih verigah. Tudi turizem ima svojo lokalno verigo vrednosti – nastanitvenega ponudnika, gostinca, kmeta, proizvajalca, prevoznika, ponudnika aktivnosti, kulturno ustanovo in organizatorja dogodkov.

Moč turistične destinacije je zato tudi v kakovosti in povezanosti njene lokalne mreže ponudnikov.

5. Podeželski turizem in projekt RE-ACTION

Posebno razvojno priložnost za Pomurje predstavlja podeželski turizem. Pomurje je izrazito podeželska regija z razpršenimi naselji, kulturno krajino, vinogradi, kmetijskimi površinami, naravnimi območji in razmeroma umirjenim življenjskim okoljem. Prav podeželsko okolje, razpršena poselitev, narava in umirjeno življenjsko okolje pa lahko pri razvoju določenih turističnih produktov predstavljajo prednost.

Del turističnega povpraševanja se namreč usmerja v manjše nastanitve, mir, naravo, aktivnosti na prostem, lokalno hrano in bolj individualizirano izkušnjo. Sem se umeščajo tudi vsebine, povezane s počasnim oziroma slow turizmom, aktivnim turizmom in digitalnim detoxom.

Na to področje se neposredno navezuje projekt [RE-ACTION](#) – Razvoj podeželskega turizma v slovensko-madžarskem obmejnem območju, v katerem sodeluje tudi Pomurska gospodarska zbornica.

Projekt se izvaja v okviru programa Interreg VI-A Slovenija–Madžarska 2021–2027 in obsega aktivnosti v Pomurju ter v Železni in Zalski županiji na Madžarskem. Partnerstvo sestavlja pet organizacij, med njimi na slovenski strani **Pomurska gospodarska zbornica** in **Pomurska turistična zveza**.

Cilj projekta je povečati konkurenčnost in trajnost podeželskega turizma na slovensko-madžarskem obmejnem območju s posebnim poudarkom na naravi in kulturi. Posebna pozornost je namenjena sodelovanju posameznih podjetnikov ter mikro, malih in srednje velikih podjetij. Projekt obravnava tri vsebinska področja – počasni, aktivni in digitalni detox turizem. S podjetniškega vidika je pri tem pomembno predvsem vprašanje, kako lahko ponudnik iz obstoječih virov razvije boljši in tržno zanimivejši produkt.

Ponudnik nastanitve na podeželju lahko osnovno storitev dopolni z lokalnim zajtrkom ali aktivnim doživetjem. Vinar se lahko poveže z gostincem in ponudnikom nastanitve. Lokalni proizvajalec je lahko del turističnega paketa, ne samo dobavitelj izdelka. Na ta način posamezna storitev postaja del širše izkušnje gosta. RE-ACTION je pomemben predvsem zato, ker razvoja podeželskega turizma ne obravnava samo skozi promocijo območja, ampak skozi znanje, sodelovanje in konkretno delo s ponudniki.

Tudi širše se na slovensko-madžarskem območju izvajajo aktivnosti za povezovanje ponudnikov in destinacij. Za ta članek posamezni projekti niso bistveni sami po sebi; pomembnejše je razvojno sporočilo, da lahko razdrobljena turistična ponudba doseže večjo tržno vrednost, kadar se povezuje.

6. Od posamezne znamenitosti do turističnega produkta

Pomurju turističnih točk ne manjka. Imamo že naštet in prepoznavne termalne ponudnike, reko Muro, Goričko, vinorodna območja, razgledne točke, kulturno dediščino, gastronomijo, kolesarske poti, prireditve in številne manjše ponudnike.

Turistična točka še ni nujno tudi turistični produkt.

Produkt nastane takrat, ko obiskovalec jasno razume, kaj lahko doživi, kako so posamezne storitve povezane, koliko časa potrebuje in kako lahko ponudbo rezervira oziroma kupi. Tu se odpira prostor tudi za podjetniško inovativnost. Za razvoj nove ponudbe niso vedno potrebne velike investicije. Včasih lahko že nekaj manjših ponudnikov skupaj ustvari enodnevno ali večdnevno doživetje.

Za podjetnika so pri tem pomembna predvsem praktična vprašanja: kdo je naš gost, kaj mu lahko ponudimo poleg osnovne storitve, s kom v okolju se lahko povežemo, kaj lahko ponudimo zunaj glavne sezone in ali je naša ponudba dovolj enostavno dostopna.

7. Kje so razvojne rezerve?

V članku gledamo na turizem predvsem skozi podjetniško perspektivo – možnosti razvoja poslovnih modelov, povezovanja, investicij, pridobivanja novih znanj in nastopa na trgu.

V tej luči lahko zaznamo predvsem nekaj razvojnih rezerv: močnejše povezovanje velikih turističnih nosilcev z lokalnimi ponudniki, razvoj celoletne ponudbe, tesnejšo povezavo turizma z lokalno proizvodnjo in drugimi gospodarskimi dejavnostmi ter boljšo digitalno dostopnost turističnih produktov. Skupni imenovalac vseh teh področij pa je sodelovanje.

Turist regije ne doživlja skozi organizacijske meje podjetij, občin ali institucij. Njegova izkušnja je celota. Zato lahko mreža kakovostnih in med seboj povezanih ponudnikov pomembno izboljša konkurenčnost destinacije tudi brez velikih novih investicij.

ZAKLJUČEK

Pomurski turizem ima dobro izhodišče za nadaljnji razvoj. Več kot milijon prenočitev v letu 2025 potrjuje, da ima regija vzpostavljeno turistično povpraševanje in prepoznavne nosilne produkte.

Naslednji razvojni korak pa ni povezan samo s številom novih gostov. Pomembno bo tudi, koliko razlogov jim bomo ponudili za daljše bivanje, koliko lokalnih storitev bodo uporabljali in koliko podjetij bo sodelovalo pri ustvarjanju njihove turistične izkušnje. Termalni turizem ostaja pomembno sidro, ob njem pa vidimo prostor za nadaljnji razvoj podeželskega in aktivnega turizma, gastronomije, lokalnih proizvodov, kulturnih doživetij, narave in butične ponudbe.

Pomurje ima naravne danosti, turistično tradicijo in številne podjetne ponudnike. Pomembna priložnost prihodnjih let bo predvsem v tem, da obstoječe potenciale še bolje povežemo in iz njih ustvarjamo kakovostne produkte z večjo vrednostjo za gosta, podjetja in lokalno okolje.

Viri:

1. Statistični urad Republike Slovenije (2026): *Prihodi in prenočitve turistov, podrobni podatki, 2025*.
2. Razvojni center Murska Sobota (2026): *Turizem v Pomurju v letu 2025*, 7. 1. 2026; vir SURS.
3. Vlada Republike Slovenije (2022): *Strategija slovenskega turizma 2022–2028*.
4. Ministrstvo za gospodarstvo, delo in šport (2026): *Trajnostni turizem*.
5. Slovenska turistična organizacija (2026): *Zelena shema v letu 2026: digitalizacija in podatkovno odločanje*, 8. 1. 2026.
6. Pomurska gospodarska zbornica (2026): *RE-ACTION – Razvoj podeželskega turizma v slovensko-madžarskem obmejnem območju*.
7. Interreg VI-A Slovenija–Madžarska: *RE-ACTION – Razvoj podeželskega turizma v slovensko-madžarskem obmejnem območju*.
8. Pomurska turistična zveza (2026): *RE-ACTION – Razvoj podeželskega turizma v slovensko-madžarskem obmejnem območju*.
9. Slovenska turistična organizacija (2026): *V Tešanovcih odprli butični hotel Sončno polje, novo trajnostno pridobitev turistične destinacije Pomurje*, 15. 6. 2026.
10. Slovenska turistična organizacija (2026): *Terme Banovci z novim hotelom Narcisa 4* nadgrajujejo turistično ponudbo*, 2. 4. 2026

Pripravil:

Roman Wolf, svetovalec

Datum: 14.8.2026

SPOT svetovanje Pomurje (Pomurska gospodarska zbornica)

W: <https://www.spotpomurje.si>



<https://www.facebook.com/SPOTPomurje/>

Projekt »JR podporno okolje 2026 – 2029«