zavod celeia celje

PROGRAM DELA 2026

Celje, januar 2026

Program dela Zavoda za kulturne prireditve in turizem CELEIA Celje 2026 je bil sprejet

KAZALO

1 UVOD 6

2 IZPOSTAVLJENO V 2026 7

3 POSLANSTVO ZAVODA 9

4 OSNOVNI PODATKI 9

5 ORGANI ZAVODA 14

5.1. USTANOVITELJ 14
5.2. SVET ZAVODA 15
5.3. DIREKTOR 15

6 SPLOŠNE ZADEVE 15

6.1. ADMINISTRATIVNE DELA 15
6.2. KADROVSKA 16
6.3. VZDRŽEVANJE 16

7 VSEBINSKI PROGRAM 17

7.1. TURIZEM 17
7.1.1. GLAVNE USMERITVE 17
7.1.2. STRATEŠKI CILJI ZA 2026 19
7.1.3. CILJNE SKUPINE V LETU 2026 21
7.1.4. CILJNI TRGI V LETU 2026 22
7.2. GLAVNI PRODUKTI 22
7.2.1. CELJE – ZA KULTURNI MESTNI ODDIH 22
7.2.1.1. Produkti Celjski grad 23
7.2.1.2. Produkti staro mestno jedro 24
7.2.2. CELJE - ZA LOVILCE KOLESARSKIH DOGODIVŠČIN, RADOVEDNE POHODNIKE IN RAZISKOVALCE MEST 25
7.3. VODNIŠKA SLUŽBA 26
7.4. TIC CELJE IN TIC CELJSKI GRAD 27
7.5. PRIREDITVE 28
7.5.1. POLETJE V CELJU 28
7.5.1.1. Koncerti pri Vodnem stolpu 29
7.5.1.2. Celeia klasika 29
7.5.1.3. Festival Seviqc 29
7.5.1.4. Ujemi ritem 29
7.5.1.5. Sosledje* 30

7.5.2. Pravljično Celje ... 30
7.5.3. Celjski pust ... 30
7.5.4. Maksimilijanov dan ... 31
7.5.5. Velikonočna tržnica ... 32
7.5.6. Pridi na zvezdo ... 32
7.5.7. Celjski grad ... 33
7.5.7.1. Živa zgodovina ... 33
7.5.7.2. Srednjeveški festival na Celjskem gradu ... 34
7.5.7.3. Veronikina noč na gradu (Noč čarovnic) ... 34
7.5.7.4. Zimski srednjeveški dan ... 35
7.5.7.5. Pohod z baklami na Celjski grad ... 36
7.5.7.6. Rojstnodnevne zabave za otroke ... 36
7.5.7.7. Ulrik II. Celjski - leto dediščine ... 37
7.5.7.8. Gregorjevo in prvi pomladni dan ... 37
7.5.7.9. Pod tremi zvezdami Celjskih – astronomski večer ... 38
7.5.7.10. Prešeren dan na Celjskem gradu ... 38
7.5.7.11. Koraki k snovanju festivala Celjski grad ... 39
7.6. Pedagoško-izobraževalni program ... 39
7.6.1. Glasbene matineje ... 40
7.6.2. Koncerti za OŠ ... 40
7.6.3. Koncerti za srednješolsko mladino ... 40
7.7. Projekti ... 41
7.7.1. Priznanja Celjske zvezde na področju kulture ... 41
7.7.2. Koncertna sezona ... 41
7.7.3. Cikel Vivace ... 43
7.7.4. Plesni cikel ... 43
7.7.5. Mladinski pevski festival ... 45
7.7.6. Veronikina nagrada ... 45
7.7.7. Poletna muzejska noč ... 46
7.7.8. Dobimo se na vrtovih ... 46
7.7.9. Ta veseli dan kulture ... 47
7.7.10. Evropski teden kulturne dediščine in Teden kulturne dediščine ... 47
7.7.11. Festival Fabula ... 48
7.8. Drevesna hiša ... 48
7.8.1. Pedagoški program ... 49
7.8.2. Umetniški program ... 49
7.8.3. Izobraževalni program ... 50
7.8.4. Program sproščanja ... 50
7.8.5. Glasbeni program ... 50
7.9. Spominska hiša Alme M. Karlin ... 50
7.9.1. Umetnost in literatura ... 51
7.9.2. Narava in raziskovanje ... 52
7.10. Kulinarika ... 52
7.10.1. Okusi Celja ... 52
7.10.2. Festival Rol.Ce & Vin.Ce ... 53
7.10.3. DOBRODOŠLO vino ... 54
7.10.4. Drugi gastronomski dogodki ... 55

7.11. MESTNI MARKETING 55
7.11.1. STRATEŠKI IN SPECIFIČNI CILJI V 2026 56
7.11.2. PROGRAMSKE VSEBINE 58
7.11.2.1. Jutranje kave in srečanja z mestnimi ponudniki 58
7.11.2.2. Izdelava nove strategije za razvoj mestnega jedra 59
7.11.2.3. Model Pop-Up prostorov 61
7.11.2.4. Upravljanje s prostorom začasne rabe GT8 62
7.11.2.5. Dnevi dizajna Celje s podznamko RECI 63
7.11.2.6. Čarobnost mestnih trgov 64
7.11.2.7. Otroška modna revija Najbolj očarljiva ulica v mestu 64
7.11.2.8. Spletna predstavitev ponudnikov na digitalnih omrežjih Visit Celje 65
7.11.2.9. Upravljanje s sistemom darilnih bonov Dobimo se v mestu 66
7.11.2.10. Promocijska kampanja – Počitnice 67
7.11.2.11. Niz dogodkov V Celje po Veselje 67
7.11.2.12. Digitalne kampanje za mestne ponudnike 68
7.11.2.13. Znamčenje mesta & urbana oprema – Intervencije v javni prostor 68
7.12. RAZVOJNI PROJEKTI 69
7.12.1. PROJEKT URBACT - CITIES@HEART 70
7.12.2. INTERREG SLOVENIJA – HRVAŠKA: LIVING CASTLES 2.0 70
7.12.3. THEATRE4ALL – URBACT DOBRA PRAKSA 70
7.12.4. SLOVENIA GREEN DESTINATION 71
7.12.5. EDINSTVENO DOŽIVETJE CELJA – V GOSTEH PRI FOTOGRAFU PELIKANU 72
7.12.6. PODATKOVNA PLATFORMA CELJEFLOWS 73
7.12.7. LAS PROJEKT - PO ALMINIH POTEH 73
7.12.8. TURISTIČNA SIGNALIZACIJA IN IZBOLJŠANJE DOSTOPNOSTI DESTINACIJE 74
7.12.9. RAZVOJ VKLJUČUJOČEGA TURIZMA NA DESTINACIJI CELJE 74
7.12.10. PRIJAVA NA RAZPISE 75
7.13. MARKETING 77
7.13.1. KOMUNIKACIJSKA ORODJA 78
7.13.2. PROMOCIJA 78
7.13.2.1. Sejmi in promocijski dogodki v Sloveniji 78
7.13.2.2. Sejmi in poslovni dogodki na tujih trgih 81
7.13.2.3. Poroke na Celjskem gradu 87
7.13.2.4. Študijske ture 89
7.13.3. TRŽENJE 90
7.13.3.1. Trženje produktov/Agencijska dejavnost 90
7.13.3. ODNOSI Z JAVNOSTMI 91

8 SODELOVANJE IN POVEZOVANJE 93

8.1. NOV MODEL REGIJSKEGA POVEZOVANJA IN DIGITALNA POVEZLJIVOST DESTINACIJE DEŽELA CELJSKA 93
8.2. ZDRUŽENJE ZGODOVINSKIH MEST SLOVENIJE 94
8.3. MREŽA POSTAJALIŠČ ZA AVTODOME 95
8.4. LAS – RAZNOLIKOST PODEŽELJA OBČIN CELJE, ŠTORE, VOJNIK IN LAŠKO 95

9 IZOBRAŽEVANJE ZAPOSLENIH 96

10 UPRAVLJANJE Z INFRASTRUKTURO 96

10.1. CELJSKI GRAD 96
10.2. CELJSKI DOM 98
10.3. TIC CELJE Z ARHEOLOŠKIM PAVILJONOM 99
10.4. DREVESNA HIŠA 99
10.5. SPOMINSKA HIŠA ALME M. KARLIN 99
10.6. MESTNA PLAŽA 100

11 FINANČNI NAČRT 100

11.1. POVZETEK 102
11.2. ANALITIČNI PREGLED FINANČNEGA PLANA ZA LETO 2026 102
PLAN PRIHODKOV IN ODHODKOV TEKOČEGA DELOVANJA ZAVODA CELEIA CELJE 102

12 PRILOGI 106

12.1. KADROVSKI NAČRT ZAVODA CELEIA CELJE ZA LETO 2026 106
12.2. PLAN INVESTICIJ IN INVESTICIJSKA VZDRŽEVANJA 2026 108

1 UVOD

Program dela za leto 2026 izhaja iz poslanstva Zavoda CELEIA Celje, ki svoje delovanje uresničuje na treh ključnih področjih: kulturi, turizmu in mestnem marketingu. Razvojne cilje na naštetih področjih zavod uresničuje predvsem z naslavljanjem horizontalnih izzivov, ki presegajo posamezne sektorje in zahtevajo celosten pristop: medsektorsko sodelovanje, ohranjanje in promocijo kulturne dediščine, trajnostne prakse in zeleni prehod, razvoj prilagodljivega in odpornega okolja, digitalizacijo, krepitev kompetenc ter skupnostno vključevanje in sodelovalno načrtovanje. Tovrstna usmeritev izhaja iz razumevanja, da sodobni razvojni izzivi terjajo povezovanje politik, virov in deležnikov ter premišljeno upravljanje javnega prostora in skupnih dobrin.

Od leta 2023, ko je ZCC začel pot preobrazbe in krepitve politik, ki v ospredje postavljajo kakovostne programske vsebine, aktivno povezovanje deležnikov ter jasnejše pozicioniranje Celja kot vodilne destinacije z bogato kulturno dediščino in atraktivnimi doživetji v naravi, se tudi v 2026 nadaljuje krepitev povezanega, dolgoročno usmerjenega delovanja, ki podpira kakovostne programe in učinkovito upravljanje razvojnih platform. Osrednja usmeritev je krepitev sodelovanja in povezovanja na lokalni, regijski in nacionalni ravni. Poudarek je na razvoju modelov sodelovanja, ki temeljijo na skupnem načrtovanju, usklajevanju prioritet ter delitvi odgovornosti med javnimi institucijami, civilno družbo, izobraževalnim okoljem, gospodarstvom in drugimi partnerji. Medsektorsko povezovanje se razume kot ključno orodje za ustvarjanje sinergij, prenos znanj in skupno reševanje razvojnih izzivov, pri čemer zavod aktivno prispeva k večji prepoznavnosti Celja v regionalnem, nacionalnem in mednarodnem prostoru.
Programske smernice strateško naslavljajo tudi upravljanje in razvoj javne infrastrukture kot dolgoročnega razvojnega vira. Infrastruktura se razume ne le kot prostorski okvir, temveč kot platforma za izvajanje javnih politik, krepitev skupnosti in ustvarjanje družbenih učinkov. Poseben poudarek bo namenjen usklajevanju vsebinskih in upravljavskih pristopov z načeli trajnostnega razvoja, vključevanja in digitalne preobrazbe. Zavod bo s krepitvijo kompetenc, razvojem sodelovalnih procesov in vključevanjem lokalne skupnosti soustvarjal živahno urbano okolje, ki je prijazno do prebivalcev in odprto za obiskovalce ter dnevne migrante, ki v Celje prihajajo zaradi dela, izobraževanja ali drugih obveznosti.

Program dela ZCC za leto 2026 vzpostavlja temeljni okvir za strateško, povezano in odgovorno delovanje, utemeljeno na javnih politikah, medsektorskem sodelovanju in trajnostnih usmeritvah, z jasnim ciljem nadaljnjega razvoja Celja kot sodobnega kulturnega in turističnega regijskega središča ter kakovostnega življenjskega okolja, ki obenem »slovi« kot privlačna mestna destinacija za kulturni, urbani in aktivni oddih brez gneče, s poudarkom na pristnosti, avtentičnosti in močni lokalni identiteti ter možnostjo varnih aktivnosti na prostem.

Celje – mesto za življenje in obisk, 365/7.

2 IZPOSTAVLJENO V 2026

Turizem

Produktni management

- pozicioniranje Celja – destinacija za kulturni mestni oddih 365/7,
- vzpostavitev modela regijskega povezovanja z DMO in občinami Savinjske regije v okviru nove turistične regije,
- izvajanje aktivnosti načrtovanih v Akcijskem načrtu trajnostnega razvoja turizma v Celju 2025–2028 v okviru Zelene sheme slovenskega turizma,
- izdelava celostnega

TIC Celje in TIC Celjski grad

- kontinuirana uporaba podatkovne platforme CeljeFlows,
- dvig kompetenc turističnih informatorjev za prodajo doživetij, digitalno poslovanje in promocijo nove turistične regije,
- spletna prodaja vstopnic za dogodke in doživetja ter izbranih izdelkov prodajnega programa na portalu www.landofcelje.si.

Vodniška služba

- sprememba Odloka o lokalnem turističnem vodenju v Mestni občini Celje,
- razvoj in izdelava prvih avdio vodnikov za Celjski grad.

Drevesna hiša

- priprava in izvedba raznorodnih dogodkov (koncerti, tehnike sproščanja, festival Prisluhi v Mestnem gozdu, interaktivna razstava …),
- pridobitev znaka Zeleni ključ.

Spominska hiša Alme M. Karlin

- priprava in izvedba raznorodnih dogodkov (nabiralniški sprehod, mini koncert, gledališka predstava …).
- začasna obogatitev obstoječe kulturne dediščine z originalnimi predmeti Alme M. Karlin.

Kultura

- pozicioniranje Celjskega gradu kot spektakularnega kulturnega prizorišča,
- razvoj trajnostnih interpretacijskih modelov programskih vsebin na Celjskem gradu,
- razvoj in izvedba cikla dogodkov posvečenih Ulriku II. Celjskemu ob 570. obletnici smrti,
- izvajanje tradicionalnih programskih vsebin in njihova nadgradnja,
- krepitev pedagoško-izobraževalnih programov s poudarkom na celostni izobraževalni izkušnji,
- vzpostavljanje novih in krepitev obstoječih oblik medkulturnih ter sektorskih povezav (Mednarodni mladinski pevski festival, festival Seviqc, festival Fabula, plesni cikel, Dobimo se na vrtovih, Dnevi evropske kulturne dediščine, Ta veseli dan kulture …).

Kulinarika

- razvoj in vzpostavitev prvega celjskega gastronomskega vodnika,
- nadgradnja in izvedba kulinaričnih dogodkov, vključno s trajnostnimi praksami (Okusi Celja, Rol.Ce & Vin.Ce, DOBROdošlo vino, Pop-Up kulinarični dogodki …).

Mestni marketing

- aktivno naslavljanje ključnih izzivov starega mestnega jedra,
- razvijanje trajnostnih in digitalnih pristopov v mestnem marketingu,
- izdelava nove strategije za razvoj starega mestnega jedra 2026–2031,
- krepitev sodelovanja deležnikov in skupnosti,
- upravljanje s sistemom darilnih bonov ter njihova posodobitev,
- upravljanje s prostorom začasne rabe GT8,
- razvoj prireditev (jutranje kave z mestnimi ponudniki, Dnevi dizajna Celje, Čarobnost mestnih trgov, V Celje po veselje, Pridi na zvezdo …).

Razvojni projekti

- Urbact - Cities@Heart (v teku),
- Interreg Slovenija–Hrvaška: Living Castles 2.0 (v teku),
- Urbact - Theatre4All (v teku),
- Zelena shema slovenskega turizma (v teku),
- Izvajanje aktivnosti Akcijskega načrta digitalizacije za edinstveno doživetje V gosteh pri fotografu Pelikanu (v teku),
- CeljeFlows – podatkovna platforma (v teku),
- LAS Raznolikost podeželja – Po Alminih poteh (začetek po prejetju sklepa).

Odnosi z javnostmi in marketing

- Planiranje in izvedba krovne promocijske kampanje Celje 3657/7 (delovni naziv),
- izvajanje ciljno usmerjenih kampanj na slovenskem in enem tujem trgu,
- nadaljevanje vpeljave nove skupne destinacijske znamke MOC ter njena implementacija v komunikacijska orodja ZCC in destinacije Celje,
- posodobitev spletne platforme www.visitcelje.eu, vključno s sodobno in uporabnikom prijazno spletno trgovino,
- nadgradnja foto in videoteke destinacije Celje,
- promocija na sejmih s področja turizma, specializiranih sejmih (poroke, industrija srečanj) in poslovnih dogodkih v Sloveniji in tujini,
- trženje produktov, prostorov (Celjski dom in Celjski grad) in poslovanje s turističnimi agencijami s prehodom iz produktne v doživljajsko prodajo.

Sodelovanje in povezovanje

- razvijanje novega modela regijskega povezovanja,
- upravljanje in promocija v 2025 vzpostavljenega regijskega portala www.landofcelje.si,
- nadaljnje aktivno članstvo v Združenju zgodovinskih mest Slovenije,

- vključevanje v aktivnosti LAS - raznolikost podeželja na območju občin Celje, Štore, Laško in Vojnik.

Upravljanje z infrastrukturo

- izdelava celostnega strateškega načrta razvoja in upravljanja Celjskega gradu,
- iskanje rešitev za posodobitev Celjskega doma kot osrednjega stičišča kulturnega in družabnega življenja mesta Celje,
- redno vzdrževanje in upravljanje z infrastrukturo: Celjski grad, Celjski dom, prostor začasne rabe GT8, Drevesna hipa, Spominska hiša, Mestna plaža in TIC Celje z arheološkim paviljonom.

3 POSLANSTVO ZAVODA

Poslanstvo zavoda na področju opravljanja kulturnih dejavnosti je trajno in nemoteno izvajanje kulturnega programa ter posredovanje umetniške ustvarjalnosti in poustvarjalnosti na področjih vizualne in glasbene umetnosti ter drugih sodobnih umetniških praks v lokalnem, regionalnem in mednarodnem prostoru, poleg navedenega pa tudi varovanje premične kulturne dediščine s področja likovne umetnosti.

Poslanstvo zavoda na področju opravljanja turističnih dejavnosti je promocija in spodbujanje razvoja turizma ter oblikovanje celovite turistične ponudbe na območju ustanovitelja. Zavod zagotavlja učinkovitejše in kompleksnejše kulturno-prireditvene in turistično-promocijske storitve v povezavi s komplementarno kulturno in turistično ponudbo na Celjskem. Zavod razvija kakovostno in pestro strukturirano kulturno in turistično ponudbo s ciljem vzpostavitve prepoznavnosti Celja kot kulturno razvitega srednjeevropskega mesta in turističnega središča celjske regije.

Poslanstvo zavoda na področju mestnega marketinga je ustvariti pogoje za privlačno in zanimivo mestno jedro ter povrniti staremu mestnemu jedru živahnost in pestrost izbire za različne ciljne skupine.

4 OSNOVNI PODATKI

Ime zavoda: Zavod za kulturne prireditve in turizem CELEIA Celje

Skrajšano ime zavoda: Zavod CELEIA Celje

Sedež zavoda: Krekov trg 3, 3000 Celje

Organizacijska oblika: javni zavod

Zavod je pravna oseba.

Zavod posluje s pečatom.

Matična številka: 2144271

Davčna številka: SI63893207

Datum vpisa v sodni register: 18. 11. 2005

Datum vpisa spremembe v sodni register: 2. 12. 2015, 22. 2. 2018

Organi zavoda so: svet zavoda, direktor.

Direktor zavoda je mag. Maja Voglar, ki v pravnem prometu zastopa in predstavlja zavod neomejeno.

Glavna dejavnost: 79.900 Rezervacije in druge s potovanji povezane dejavnosti

Registrirane dejavnosti zavoda so:

– 1.620 Storitve za živinorejo, razen veterinarskih
– 17.230 Proizvodnja pisarniških potrebščin iz papirja
– 18.120 Drugo tiskanje
– 18.130 Priprava za tisk in objavo
– 18.200 Razmnoževanje posnetih nosilcev zapisa
– 46.190 Nespecializirano posredništvo pri prodaji raznovrstnih izdelkov
– 47.190 Druga trgovina na drobno v nespecializiranih prodajalnah
– 47.410 Trgovina na drobno v specializiranih prodajalnah z računalniškimi napravami in programi
– 47.420 Trgovina na drobno v specializiranih prodajalnah s telekomunikacijskimi napravami
– 47.530 Trgovina na drobno v specializiranih prodajalnah s preprogami, talnimi in stenskimi oblogami
– 47.590 Trgovina na drobno v specializiranih prodajalnah s pohištvom, svetili in drugje nerazvrščenimi predmeti za gospodinjstvo
– 47.610 Trgovina na drobno v specializiranih prodajalnah s knjigami
– 47.621 Trgovina na drobno v specializiranih prodajalnah s časopisi, revijami, papirjem, pisalnimi potrebščinami
– 47.622 Trgovina na drobno v specializiranih prodajalnah s časopisi, revijami, papirjem, pisalnimi potrebščinami
– 47.782 Druga trgovina na drobno v specializiranih prodajalnah z novim blagom
– 47.789 Druga trgovina na drobno v specializiranih prodajalnah z novim blagom
– 47.790 Trgovina na drobno v prodajalnah z rabljenim blagom
– 47.810 Trgovina na drobno na stojnicah in tržnicah z živili, pijačami in tobačnimi izdelki
– 47.820 Trgovina na drobno na stojnicah in tržnicah s tekstilijami in obutvijo
– 47.890 Trgovina na drobno na stojnicah in tržnicah z drugim blagom
– 47.910 Trgovina na drobno po pošti ali po internetu
– 47.990 Druga trgovina na drobno zunaj prodajaln, stojnic in tržnic
– 49.391 Drug kopenski potniški promet
– 50.300 Potniški promet po celinskih vodah
– 50.400 Tovorni promet po celinskih vodah
– 52.220 Spremljajoče storitvene dejavnosti v vodnem prometu
– 55.201 Dejavnost počitniških domov in podobnih nastanitvenih obratov za kratkotrajno bivanje
– 55.202 Dejavnost počitniških domov in podobnih nastanitvenih obratov za kratkotrajno bivanje
– 55.203 Dejavnost počitniških domov in podobnih nastanitvenih obratov za kratkotrajno bivanje

– 55.204 Dejavnost počitniških domov in podobnih nastanitvenih obratov za kratkotrajno bivanje
– 55.209 Dejavnost počitniških domov in podobnih nastanitvenih obratov za kratkotrajno bivanje
– 55.300 Dejavnost avtokampov, taborov
– 56.300 Strežba pijač
– 58.110 Izdajanje knjig
– 58.120 Izdajanje imenikov in adresarjev
– 58.130 Izdajanje časopisov
– 58.140 Izdajanje revij in druge periodike
– 58.190 Drugo založništvo
– 58.210 Izdajanje računalniških iger
– 58.290 Izdajanje drugih računalniških programov
– 59.130 Distribucija filmov, video filmov, televizijskih oddaj
– 59.200 Snemanje in izdajanje zvočnih zapisov in muzikalij
– 60.100 Radijska dejavnost
– 60.200 Televizijska dejavnost
– 62.010 Računalniško programiranje
– 62.030 Upravljanje računalniških naprav in sistemov
– 63.110 Obdelava podatkov in s tem povezane dejavnosti
– 63.120 Obratovanje spletnih portalov
– 63.910 Dejavnost tiskovnih agencij
– 63.990 Druge dejavnosti informacijskih storitev
– 66.120 Posredništvo pri trgovanju z vrednostnimi papirji in borznim blagom
– 66.190 Druge pomožne dejavnosti za finančne storitve, razen za zavarovalništvo in pokojninske sklade
– 68.200 Oddajanje in obratovanje lastnih ali najetih nepremičnin
– 68.320 Upravljanje nepremičnin za plačilo ali po pogodbi
– 71.111 Arhitekturna in urbanistična dejavnost
– 71.129 Tehnično projektiranje in s tem povezano svetovanje
– 72.200 Raziskovalna in razvojna dejavnost na področju družboslovja in humanistike
– 73.110 Dejavnost oglaševalskih agencij
– 73.120 Posredovanje oglaševalskega prostora
– 73.200 Raziskovanje trga in javnega mnenja
– 74.200 Fotografska dejavnost
– 74.300 Prevajanje in tolmačenje
– 74.900 Drugje nerazvrščene strokovne in tehnične dejavnosti
– 77.220 Dajanje videokaset in plošč v najem
– 77.290 Dajanje drugih izdelkov za široko rabo v najem in zakup
– 77.390 Dajanje drugih strojev, naprav in opredmetenih sredstev v najem in zakup
– 77.400 Dajanje pravic uporabe intelektualne lastnine v zakup, razen avtorsko zaščitenih del
– 78.100 Dejavnost pri iskanju zaposlitve
– 79.110 Dejavnost potovalnih agencij
– 79.120 Dejavnost organizatorjev potovanj
– 79.900 Rezervacije in druge s potovanji povezane dejavnosti
– 81.100 Vzdrževanje objektov in hišniška dejavnost

– 82.110 Nudenje celovitih pisarniških storitev
– 82.190 Fotokopiranje, priprava dokumentov in druge posamične pisarniške dejavnosti
– 82.300 Organiziranje razstav, sejmov, srečanj
– 82.910 Zbiranje terjatev in ocenjevanje kreditne sposobnosti
– 82.990 Drugje nerazvrščene spremljajoče dejavnosti za poslovanje
– 85.320 Srednješolsko poklicno in strokovno izobraževanje
– 85.510 Izobraževanje, izpopolnjevanje in usposabljanje na področju športa in rekreacije
– 85.520 Izobraževanje, izpopolnjevanje in usposabljanje na področju kulture in umetnosti
– 85.590 Drugje nerazvrščeno izobraževanje, izpopolnjevanje in usposabljanje
– 88.910 Dnevno varstvo otrok
– 90.010 Umetniško uprizarjanje
– 90.020 Spremljajoče dejavnosti za umetniško uprizarjanje
– 90.030 Umetniško ustvarjanje
– 90.040 Obratovanje objektov za kulturne prireditve
– 91.011 Dejavnost knjižnic in arhivov
– 91.020 Dejavnost muzejev
– 91.030 Varstvo kulturne dediščine
– 93.110 Obratovanje športnih objektov
– 93.120 Dejavnost športnih klubov
– 93.190 Druge športne dejavnosti
– 93.210 Dejavnost zabaviščnih parkov
– 93.299 Drugje nerazvrščene dejavnosti za prosti čas
– 94.110 Dejavnost poslovnih in delodajalskih združenj
– 96.090 Druge storitvene dejavnosti, drugje nerazvrščene.

Zakoni in pravilniki, ki jih zavod uporablja pri svojem delu

Odlok o ustanovitvi javnega zavoda za kulturne prireditve in turizem Celeia Celje (UL RS, št. 51/2005, 23. 05. 2005, dopolnitve UL RS št. 47/2006, 09. 05. 2006, 91/2009, 13. 11. 2009 in 44/2012 z dne 11. 6. 2012 in št. 96/2015 z dne 11. 12. 2015)

- Državni predpisi:

Zakon o arhivskem gradivu in arhivih

Zakon o avtorskih in sorodnih pravicah

Zakon o davčnem postopku

Zakon o davčni službi

Zakon o davku na dodano vrednost ter pravilnik o DDV

Zakon o delovnih razmerjih

Zakon o deviznem poslovanju

Zakon o dohodnini

Zakon o dostopu do informacij javnega značaja
Zakon o evidencah na področju dela
Zakon o financiranju občin
Zakon o finančnem poslovanju podjetij
Zakon o izvršbi in zavarovanju
Zakon o izvrševanju proračuna Republike Slovenije
Zakon o javnih financah
Zakon o javnih naročilih
Zakon o medijih
Zakon o minimalni plači, o načinu usklajevanja plač in o regresu za letni dopust
Zakon o omejevanju uporabe tobačnih izdelkov
Zakon o plačilnem prometu
Zakon o pokojninskem in invalidskem zavarovanju
Zakon o pravdnem postopku
Zakon o predpisani obrestni meri zamudnih obresti
Zakon o preprečevanju pranja denarja
Zakon o prispevkih za socialno varnost
Zakon o računovodstvu
Zakon o revidiranju
Zakon o sistemu plač v javnem sektorju
Zakon o splošnem upravnem postopku
Zakon o tajnih podatkih
Zakon o trošarinah ter pravilnik o izvajanju zakona
Zakon o uresničevanju javnega interesa za kulturo
Zakon o varnosti in zdravju pri delu
Zakon o varstvu kulturne dediščine
Zakon o varstvu osebnih podatkov
Zakon o višini povračil stroškov v zvezi z delom in nekaterih drugih prejemkov
Zakon o zajamčenih osebnih dohodkih
Zakon o zaposlovanju in delu tujcev
Zakon o zavodih
Zakon o zdravstvenem varstvu in zdravstvenem zavarovanju
Zakon o spodbujanju razvoja turizma
Obligacijski zakonik
Kolektivna pogodba za kulturne dejavnosti v Republiki Sloveniji
Kolektivna pogodba za negospodarske dejavnosti v Republiki Sloveniji

Kodeks ravnanja javnih uslužbencev (Uradni list RS, št. 8/2001)

- Notranji predpisi:

Akt o notranji organizaciji in sistemizaciji delovnih mest Zavoda za kulturne prireditve in turizem Celeia Celje z opisi
Pravilnik o dajanju informacij v javnost
Pravilnik o računovodstvu
Pravilnik o blagajniškem poslovanju
Pravilnik o rednem letnem popisu
Pravilnik o hrambi dokumentarnega gradiva
Pravilnik za oddajo naročil malih vrednosti
Pravilnik o evidentiranju delovnega časa
Pravilnik o obratovalnem in delovnem času v Zavodu Celeia Celje
Navodila o evidentiranju prisotnosti na delu in odsotnosti z dela
Pravilnik o varovanju osebnih podatkov
Navodilo za upravljanje s tveganji
Navodilo za uporabo mobilnih telefonov v lasti Zavoda Celeia Celje
Navodila za službena potovanja
Pravilnik o mobingu
Pravilnik o prepovedi uživanja psihoaktivnih snovi na delovnem mestu ter odreditvi in izvajanju preizkusa alkoholiziranosti in drugih prepovedanih psihoaktivnih substanc
Poslovnik o delu Sveta Zavoda Celeia Celje
Izjava o varnosti z oceno tveganja z Evidencami, posebej za Covid-19
Varstvo pred požarom
Načrt promocije zdravja na delovnih mestih

- Predpisi EU:

Evropski register predpisov

Splošna uredba o varstvu podatkov (GDPR).

5 ORGANI ZAVODA

5.1. Ustanovitelj

Zavod za kulturne prireditve in turizem Celeia Celja je javni zavod, ki ga je ustanovila Mestna občina Celje v letu 2005 z združitvijo dveh javnih zavodov, Zavoda za kulturne prireditve Celje in Zavoda za turizem Celeia Celje, z Odlokom o ustanovitvi javnega zavoda Zavod za kulturne

prireditve in turizem CELEIA Celje (Uradni list RS, št. 51/2005, z dne 23.05.2005 in spremembe ter dopolnitve: Uradni list RS, št. 47/2006 z dne 9. 5. 2006, Uradni list RS, št. 91/2009 z dne 13. 11. 2009, Uradni list RS, št. 44/2012 z dne 11. 6. 2012 in Uradni list RS, št. 96/2015 z dne 11. 12. 2015).

ZCC vsako leto pripravi vsebinski in finančni program dela, katerega pošlje v predhodno potrditev ustanovitelju in ga potrjuje najprej Svet zavoda in nato še Mestni svet MOC. Prav tako oba navedena organa potrjujeta letno vsebinsko in finančno poročilo zavoda.

5.2. Svet Zavoda

Svet zavoda ima sedem članov:

- štiri člane – predstavnike ustanovitelja imenuje Mestni svet,
- enega člana – predstavnika delavcev izvolijo delavci na zboru delavcev,
- dva člana – predstavnika uporabnikov oziroma zainteresirane javnosti imenuje župan Mestne občine Celje, enega s področja kulture in enega s področja turizma.

Mandat članov sveta zavoda traja štiri leta in začne teči z dnem konstituiranja.

20. 12. 2025 so bili na 21. seji Mestnega sveta MOC v Svet zavoda imenovani predstavniki Mestne občine Celje, in sicer Andreja Erjavec, Vesna Stojanović, Brigita Tratnik, Žiga Vipotnik. Župan Mestne občine Celje je 11. 12. 2025 imenoval dva predstavnika v Svet zavoda, in sicer Boštjana Verdnika, predstavnika uporabnikov oziroma zainteresirane javnosti s področja kulture, in Simona Dvoršaka, predstavnika uporabnikov oziroma zainteresirane javnosti s področja turizma. Zaposleni ZCC so 17. 12. 2025 izvedli volitve za predstavnika zaposlenih v Svet zavoda in izvolili Matejo Ažman kot predstavnico zaposlenih v ZCC.

5.3. Direktor

Direktor zastopa, predstavlja in vodi zavod ter je odgovoren za zakonitost in strokovnost dela zavoda.

Direktorica mag. Maja Voglar je petletni mandat nastopila 1. 12. 2021. Po 12. členu odloka o ustanovitvi zavoda (ULRS št. 51, z dne 23. 5. 2005 in vsemi dopolnitvami) direktorja imenuje Mestni svet na podlagi javnega razpisa, katerega objavi pristojno delovno telo Mestnega sveta, po predhodnem mnenju sveta zavoda.

6 SPLOŠNE ZADEVE

6.1. Administrativne dela

Za opravljanje administrativnih del je zadolžena zaposlena na delovnem mestu administrativni referent. Na tem mestu opravlja naslednja administrativna dela:

- vodenje urnika direktorja,
- koordinacija z najemniki in tehničnim osebjem,
- tipkanje in druga administrativna dela,
- sprejem strank,
- upravljanje tel. centrale,
- prevzem in oddaja pošte,
- kurirska dela,
- vodenje arhiva,
- vodenje predpisanih evidenc,
- koordinacija uporabe dvoran v Celjskem domu,
- opravljanje drugih nalog po odredbi direktorja.

6.2. Kadrovska

Za področje finančno-računovodskih zadev, svetovanja s področja pravnih in kadrovskih zadev ter izvajanja letnega popisa je na zavodu zadolžena zaposlena na delovnem mestu finančni referent. Na tem mestu opravlja naslednja dela:

- priprava finančnih planov in analiz,
- priprava finančnih poročil,
- opravljanje računovodskih in knjigovodskih del,
- obračun plač,
- koordinacija s finančnimi in računovodskimi službami ustanovitelja,
- spremljava predpisov s področja finančnega poslovanja in davčnega področja,
- interni nadzor nad racionalno porabo sredstev,
- vodenje predpisanih evidenc,
- opravljanje nalog na področju kadrovskih zadev,
- priprava predlogov splošnih aktov, organizacijskih predpisov, odredb in drugih aktov, ki jih izdaja direktor,
- koordiniranje in organiziranje sestankov sveta zavoda, priprava gradiv, vodenje zapisnikov,
- priprava predlogov pogodb,
- vodenje evidence internih aktov,
- koordiniranje dela z odvetnikom in drugimi zunanjimi strokovnimi sodelavci,
- opravljanje drugih nalog po odredbi direktorja.

6.3. Vzdrževanje

Na področju vzdrževanja sta v zavodu zaposleni dve osebi, in sicer na delovnih mestih oskrbnik-vzdrževalec ter tehnik.

Oskrbnik-vzdrževalec opravlja naslednja dela:

- vzdrževanje poslovnih prostorov in nepremičnin v upravljanju zavoda,
- izvajanje rednih, periodičnih pregledov opreme, osnovnih sredstev in drobnega inventarja,
- izvajanje preventivnih in tekočih vzdrževalnih del,
- ugotavljanje in evidentiranje škode na objektih in opremi,

- nabava materiala za vzdrževanje,
- sodelovanje pri postavitvi razstav in izvedbi prireditev,
- hišniška dela,
- nabava in vzdrževanje zaščitnih sredstev in druge opreme za varnost in zdravje pri delu,
- vodenje predpisanih evidenc,
- druge naloge po odredbi direktorja.

Zaposleni na delovnem mestu tehnik opravlja naslednja dela:

- tehnična dela,
- projektiranje, organiziranje priprave in izdelava scene za glasbene in druge prireditve,
- koordiniranje in vodenje tehničnega osebja pri izvedbi glasbenih in drugih prireditev,
- upravljanje in vzdrževanje tehnične opreme za ozvočenje,
- audio in video snemanje,
- tehnična pomoč pri postavitvi razstav in izvedbi prireditev,
- hišniška dela,
- upravljanje osebnega ali kombi vozila,
- vodenje predpisanih evidenc,
- druge naloge po odredbi direktorja.

Na področju izvajanja vzdrževanja računalnikov in programske opreme ZCC sodeluje s Splošnim oddelkom Mestne občine Celje, pod okrilje katerega sodi področje informatike in tehnološkega razvoja.

Plan investicij in opreme

Finančna sredstva za realizacijo investicij in investicijskega vzdrževanja bo zavod črpal iz investicijskega transferja prejšnjega leta, presežke prejšnjih let, tržne dejavnosti, predvsem pa računa na sredstva iz občinskega proračuna.

7 VSEBINSKI PROGRAM

7.1. Turizem

7.1.1. Glavne usmeritve

ZCC v okviru enote Turistično promocijski center Celje opravlja osnovno dejavnost načrtovanja, organiziranja in izvajanja politike spodbujanja razvoja turizma Mestne občine Celje. Leto 2026 za turistično destinacijo Celje prinaša pospešeno implementacijo politik in ukrepov, ki izhajajo iz Strategije razvoja turizma v Mestni občini Celje 2024–2029. ZCC bo s programom dela za leto 2026 sledil ključnim usmeritvam omenjenega dokumenta, projektom za preskok opredeljenim v akcijskemu načrtu strategije ter zavezi Slovenske turistične strategije 2022–2028 »Nekaj več in veliko bolje».

Evropska potovalna komisija (ETC) tudi za leto 2026 napoveduje prilagajanje globalnim spremembam evropskega turizma, med katerimi je nenehno spreminjajoče se vedenje potrošnikov. Izrazito je povpraševanje po destinacijah, ki ponujajo dobro razmerje med ceno in kakovostjo ter povpraševanje po potovanjih izven glavne sezone. Poznavanje in spremljanje trendov in vedenjskih navad potrošnikov/turistov je ključna naloga tudi v ZCC.

V destinaciji Celje je bilo, po podatkih dostopnih v NiST, v letu 2025 opaziti 11 % rast prihodov v primerjavi z letom 2024, obenem pa 3 % manj nočitev. Globalni trendi krajšanja počitnic in enodnevnih izletov se odražajo tudi v Celju, zato strateške usmeritve ZCC na področju turizma intenzivneje naslavljajo izzive podaljševanja dobe bivanja in razpršitev turističnih tokov skozi celo leto. Dolgoročni izziv ostaja pestrejša ponudba nastanitev kategorije vsaj 4*.

V skladu s temeljnim strateškim dokumentom bo ZCC tudi v letu 2026 sledil viziji, ki temelji na sproščenem sobivanju domačinov in zahtevnejših gostov, ki bodo Celje prepoznali kot udobno središče za kulturno in aktivno raziskovanje regije in Slovenije. Mestni oddih v središču ene najbolj zelenih in razgibanih regij Slovenije obiskovalce fascinira z zgodovino in kulturo, naravo in športom ali počitkom in regeneracijo.
Pristopilo se bo tudi k izvajanju drugih projektov za preskok prve prioritete, ki jih predvidena aktualna strategija za turizem, in sicer: izdelava celostnega strateškega načrta razvoja in upravljanja Celjskega gradu, analiza pogojev za razvoj infrastrukture in ponudbe za ciljno skupino digitalni nomadi in destinacijsko sodelovanje z družbo Celjski sejem ob večjih dogodkih.

V skladu z načrtovanimi projekti za preskok prve prioritete je tudi vzpostavitev modela regijskega povezovanja z DMO-ji in občinami Savinjske regije. V letu 2025 je bila, kot skupen projekt vodilnih destinacij Celje, Dobrna, Laško, Rogaška Slatina in Podčetrtek, vzpostavljena digitalna platforma (market-place) partnerstva Dežela Celjska www.landofcelje.si, in sicer s sredstvi pridobljenimi na razpisu STO namenjenemu digitalni preobrazbi turistične ponudbe regij.

ZCC bo v 2026 okrepil vlogo ključnega nosilca destinacijskega managementa v Sloveniji, in sicer pri oblikovanju nove turistične regije, ki naj bi vključevala 18 občin na območju Savinjske, Celja ter Obsotelja in Kozjanskega. Partnerji podpirajo ZCC kot prijavitelja na razpis MGTŠ, ki bo namenjen spodbujanju povezovanja turističnih destinacij v širša zaokrožena območja s skupnimi cilji ter skupnim reševanjem razvojnih izzivov in izkoriščanjem priložnosti ter upravljanje turizma na regijski ravni in na ravni perspektivnih destinacij slovenskega turizma. Cilj novega modela regijskega upravljanja je ustvariti kompetentne upravljavske strukture, ki bodo sposobne usmerjati razvoj, trženje in nadzor turističnih tokov ter produktov na destinaciji. Tovrstno povezovanje omogoča razpršitev turističnih tokov, večjo kakovost ponudbe in bolj uravnotežen razvoj slovenskega turizma.

ZCC bo tudi v letu 2026 član konzorcija Slovenia Green, ki združuje destinacije, ponudnike in druge deležnike ter deluje kot skupna platforma za razvoj zelenih produktov in trajnostne ponudbe. Kot nosilka znaka Slovenia Green Destination Gold bo destinacijav skladu z zahtevami Zelene sheme slovenskega turizma (ZSST) dosledno izvajala triletni Akcijski načrt trajnosti ter v njem, v skladu s Strategijo turizma v MOC in drugimi strateškimi dokumenti MOC, začrtane aktivnosti za nadaljnji razvoj Celja kot trajnostne destinacije.

7.1.2. Strateški cilji za 2026

Glavni cilj je promocija Celja kot inovativne urbane destinacije z edinstvenimi doživetji, ki združujejo zgodovino, kulturo, naravo in sodobno življenje. Digitalizacija in trajnost postanejo sistemska osnova destinacijske organizacije, kot tudi vseh ključnih deležnikov, tako v javnem kot privatnem sektorju. Zastavljeni strateški cilji sledijo medsektorskem povezovanju, razvoju kakovostne infrastrukture ter spodbujanju trajnostnih praks dolgoročne privlačnosti mesta za obiskovalce in prebivalce.

Cilj 1: Dvig prepoznavnosti destinacije Celje s podpisnimi doživetji

Ključne aktivnosti:

- graditi na inovativnosti in zgodovinskih zgodbah, ki odražajo edinstveno lokalno identiteto in vključevanje vsebin v nova doživetja
- intenzivna promocija doživetja V gosteh pri fotografu Pelikanu v skladu s pogoji nagrade Sejalec 2025,
- produkcija podpisnega digitalnega doživetja za Celjski grad / Friderikov stolp kot osrednje novosti za sezono 2026/2027,
- podaljšanje dobe bivanja s povezovanjem outdoor aktivnosti kot podporni steber zgodovinskim in kulturnim doživetjem ter razvoj 1 kolesarskega doživetja v Celju (Kot Josip Pelikan - s kolesom po mestu),
- krepitev agencijskega dela z vzpostavitvijo novih agencijskih vezi ter novimi prilagojenimi turističnimi paketi.

Kazalniki:

- 5 % rast prenočitev,
- 10 % rast prodaje vstopnic in doživetja V gosteh pri fotografu Pelikanu,
- 5 % rast prihodov,
- 5 % daljša povprečna doba bivanja v mestu,
- vsaj 3 nova agencijska sodelovanja.

Cilj 2: Krepitev vloge Zavoda CELEIA Celja in destinacije Celje kot vodilnega središča za regijsko turistično povezovanje v Savinjski regiji

Ključne aktivnosti:

- promocijski nastopi partnerstva Dežela Celjska v Sloveniji in na tujih trgih,
- ZCC se kot nosilec nove turistične regije prijavi na razpis MGTŠ, JR za trajnostni razvoj in upravljanje turističnih destinacij slovenskega turizma,
- ZCC v skladu z Akcijskim načrtom Strategije razvoja turizma v Mestni občini Celje 2024–2029, izvaja projekt vzpostavitev modela regijskega povezovanja z izbranimi DMO-ji in občinami iz Savinjske regije (št. 24, str. 77),
- upravljanje in promocija spletne tržnice www.landofcelje.si,
- upravljanje in načrtovanje 24 h, 48 h in 72 h vstopnic za doživetja partnerjev Dežele Celjske.

Kazalniki:

- vsaj 2 skupni vstopnici doživetij Dežela Celjska,
- 1 partnerski model za regijsko sodelovanje,
- vsaj 5 promocijskih nastopov partnerstva Dežela Celjska v Sloveniji in tujini,
- 1 regijski koordinator na ZCC,
- 1 prijava na razpis MGTŠ,
- 1 regijska fototeka in 1 regijska videoteka,
- 1 turistični zemljevid regije,
- vsaj 50 prodanih doživetij objavljenih na spletni tržnici.

Cilj 3: Učinkovito upravljanje destinacije Celje ter krepitev ugleda Zavoda CELEIA Celje kot osrednjega in zanesljivega partnerja za deležnike na področju kulturnega, prostočasnega, poslovnega in športnega turizma.

Ključne aktivnosti:

- organizacija in izvedba poslovnih dogodkov in srečanj za ključne turistične deležnike z namenom pridobivanja novih znanj in seznanitve s turističnimi trendi,
- organizacija in izvedba študijske ture za deležnike turističnega gospodarstva z namenom ogleda primera dobre edinstvenega doživetja Slovenije z namenom spodbujanja razvoja kakovostnih doživetij na strani ponudnikov,
- izobraževalna delavnica za turistične deležnike na temo digitalnega marketinga in napovedanih sprememb v zakonodaji na področju turizma in gostinstva,
- podpora Mestni občini Celje pri regulaciji ureditve kratkotrajnega oddajanja stanovanj, v skladu s sprejetim Zakonom o gostinstvu v dobrobit destinacije
- podpora Mestni občini Celje pri novelaciji Odloka o lokalnem turističnem vodenju v Mestni občini Celje,
- krepitev sodelovanja z družbo Celjskimi sejmi,
- vzpostaviti poslovna partnerstva za razvoj in izvedbo kongresnih dogodkov,
- krepitev sodelovanja s športnimi klubi in društvi.

Kazalniki:

- 3. konferenca V dialogu s turizmom,
- 1 študijska tura za deležnike turističnega gospodarstva z ogledom edinstvenega doživetja Slovenije,
- 2 izobraževalni delavnici za deležnike turističnega gospodarstva (ponudnike in lokalne turistične vodnike),
- nadaljevanje promocijske kampanje Moje mesto Celje, moj klub NK Celje,
- 1 vzpostavljen Register turističnih vodnikov,
- 1 fun trip za udeležence Convente,
- pridobiti vsaj 1 gospodarskega partnerja za izvedbo MICE dogodka s pridihom zgodovine,
- udeležba in sodelovanje na poslovnem dogodku Conventa (skupaj s partnerjema Rimske terme in družbo Celjski sejem).

Cilj 4: Promocija trajnostnega razvoja destinacije Celje in trajnostne mobilnosti.

Ključne aktivnosti:

- ozaveščati turističnih deležnikov in spodbujanje ponudnikov za vključitev v Zeleno shemo slovenskega turizma,
- pridobiti zelenega ključa za Drevesno hišo,
- organizirati dogodke z minimalnim vplivom na okolje, ki spodbujajo lokalne izdelke in tradicijo po načelu »zero waste«
- oblikovati trajnostne napotke za turiste v Celju,
- sodelovati v promocijski kampanji Združenja zgodovinskih mest Z vlakom po kulturo in spodbujati trajnostne prevoze v Celje (Slovenske železnice, javni mestni promet Celebus in sistem KolesCe),
- pripraviti, sprejeti in izvajati ukrepe Akcijskega načrta trajnostnega razvoja turizma v Celju 2025–2028.

Kazalniki:

- 1 zelen ključ za Drevesno hišo,
- vsi dogodki v organizaciji ZCC po načelu »zero waste«,
- 5 % povečanje števila obiskovalcev na podlagi promocijske kampanje Z vlakom po kulturo.

Cilj 5: Izboljšanje digitalne dostopnosti destinacije Celje.

Ključne aktivnosti:

- posodobitev spletne platforme Visit Celje za boljšo uporabniško izkušnjo, vključno z obogateno multimedijsko vsebino, spletno trgovino in personaliziranimi priporočili,
- spremljanje odzivov na platformah, kot so TripAdvisor in Google Reviews z namenom monitoringa in evalvacije zadovoljstva gostov na destinaciji,
- spodbujanje uporabe digitalnih navodil in QR kod na dogodkih z namenom krepitve trajnostne zavesti uporabnikov in zagotavljanja boljše uporabniške izkušnje,
- snovanje novih doživetij in drugih turističnih vsebin s pomočjo sodobnih digitalnih rešitev.

Kazalniki:

- posodobljena spletna platforma Visit Celje,
- 10 % večja spletna prodaja,
- uporaba QR kod za najmanj 70 % dogodkov/prireditev in doživetij.

7.1.3. Ciljne skupine v letu 2026

ZCC bo v 2026 nagovarjal Glavna zahtevnejši segment gostov v starosti 24–60 let z višjim osebnim dohodkom, ki so pripravljeni za dopust plačati več, če ga bodo preživeli v skladu s svojimi pričakovanju.

Ciljne skupine:

- sodobni raziskovalci in kulturni surferji, lifestyle gostje,
- družine z otroki,
- generacija milenijci in Gen Z.
- odrasli brez otrok (dinks in sindrom praznega gnezda),

- poslovni obiskovalci.

Poleg zgoraj navedenih ciljnih skupin bo ZCC z različnimi aktivnostmi nagovarjal tudi:

- zaključene skupine (domače in tuje šolske skupine, organizirane skupine z avtobusnimi prevozi, interesna društva),
- specializirano turistično javnost (organizatorje potovanj, domače in tuje mediji) in lokalno prebivalstvo z željo po vključenosti v vsakodnevni utrip lokalnega okolja in soustvarjanju vsebin zase in druge.

V letu 2026 bodo skupaj z enoto Mestni marketing analizirali pogoje za razvoj infrastrukture in ponudbe za ciljno skupino digitalni nomadi.

7.1.4. Ciljni trgi v letu 2026

Opredelitev ciljnih trgov temelji na analizi turističnega obiska v preteklem obdobju, ki vključuje podatke o obiskanosti posameznih znamenitosti in številu prenočitev na posameznih trgih. V letu 2025 je bilo največ prihodov na destinaciji in obiskovalcev na znamenitostih iz spodaj navedenih primarnih trgov.

Primarni trgi:

- Slovenija,
- Hrvaška,
- Nemčija, Avstrija,
- Češka, Poljska, Madžarska, Slovaška,
- Beneluks, Francija, Španija (novi trgi).

Sekundarni evropski trgi:

- Skandinavske države.

Za posamezne trge so aktivnosti opredeljene v nadaljevanju (poglavje sejmi) in usklajene s predstavništvi Slovenske turistične organizacije po posameznih trgih.

7.2. Glavni produkti

Celje bo v letu 2026 postalo prepoznavnejše kot destinacija za kulturni in aktivni mestni oddih posameznikov in družin, ki iščejo družinske dogodivščine, inovativen mestni oddih v kombinaciji s aktivnim raziskovanjem mesta ter okolice. V letu 2026 bodo krepili prepoznavnost Celja kot destinacije za večdnevni oddih s ciljem podaljšane dobe bivanja v vseh letnih časih.

7.2.1. Celje – za kulturni mestni oddih

ZCC organizira in nudi eno- in večdnevne programe (City Break) za nepozabna individualna, družinska in skupinska doživetja. Obiskovalci lahko v nekaj urah ali več dneh raziskujejo bogato zgodovinsko dediščino z urbanim utripom in se sprostitvijo v naravi. Programi so oblikovani tako, da vsakega gosta popeljejo v osrčje zgodb Celja, od antične Celeie, srednjega

veka do sodobnega urbanega utripa z doživetji za pare in družine. Celje je destinacija, kjer se preteklost in sedanjost prepleteta v izjemne, osebno prilagojene izkušnje.

Cilji:

- povečanje privlačnosti Celja kot kulturne destinacije,
- promocija družinsko usmerjenih doživetij,
- trajnostna promocija turističnih doživetij (spodbujanje uporabe trajnostnih prevoznih sredstev za dostop do znamenitosti),
- povečanje prepoznavnosti lokalne dediščine.

Ciljne skupine:

- kulturni obiskovalci: posamezniki, pari in manjše skupine, ki jih zanimajo zgodovinski dogodki, kulturne dediščine in lokalne zgodbe ter ljubitelji umetnosti in zgodovinskih dogodkov,
- družine z otroki,
- mladi popotniki in digitalni nomadi: generaciji Y in Z, ki iščejo edinstvene in vizualno privlačne izkušnje,
- organizirane skupine: interesne skupine, ki jih zanima poglobljeno raziskovanje zgodovinskih in kulturnih tem.

Kazalniki:

- 10 % povečanje prodaje produkta Grofovski sprejem,
- 10 % povečanje prodaje produkta Odkrivanje grajskih skrivnosti z vitezom Parsifalom,
- vsaj 1 prodano dvodnevno doživetje,
- vsaj 1 prodan produkt Povitezitev.

7.2.1.1. Produkti Celjski grad

Grofovski sprejem

Program je zasnovan kot edinstveno doživetje, ki obiskovalce popelje v čas Celjskih grofov. Pri obiskovalcih vzbudi občutek veličastnosti in zgodovinskega ponosa skozi sprejem z grofovskim osebjem, prikaz viteških veščin in grajskega življenja. Gostje se aktivno vključijo v dogajanje in doživijo avtentičnost srednjega veka.

Odkrivanje grajskih skrivnosti z vitezom Parsifalom

Vitez Parsifal, junak brez primere, popelje obiskovalce v svet časti, zvestobe in neustrašnosti. Njegove zgodbe o viteškem življenju, romantičnih junaštvih in temačnih skrivnostih grajskih zidov spomnijo, kako bogat in presenetljiv je bil srednji vek.

Povitezitev

Program omogoča osebno izkušnjo srednjeveškega viteštva, ki povezuje preizkus lastnih spretnosti, simboliko viteške kulture in slavnostno podelitev naziva. Gradi na vključevanju obiskovalcev, spodbujanju interakcije z zgodovino, ki kaže na moč tradicije in pripadnosti Celju.

7.2.1.2. Produkti staro mestno jedro

V gosteh pri fotografu Pelikanu

V gosteh pri fotografu Pelikanu je edinstveno doživetje v Celju, ki obiskovalce popelje v avtentično Fotohišo Josipa Pelikana, kjer lahko doživijo delo slavnega fotografa iz začetka 20. stoletja, se fotografirajo v steklenem ateljeju s staro opremo (celo v kostumih iz tistega časa) in si ogledajo originalne prostore, vse skupaj pa se zaključi s pogostitvijo, kar je nagrajeno kot vrhunska turistična atrakcija.

Časovni stroj Celja

Program ponuja edinstveno potovanje skozi čas, kjer obiskovalci spoznavajo bogato zgodovino Celja v treh ključnih obdobjih: antiki, srednjem veku in sodobnosti. Z vključitvijo interaktivnih vsebin in lokalnih zgodb ustvarja povezavo med zgodovino in današnjim življenjem in tako predstavlja Celje kot sodobno destinacijo z zgodovinskim duhom.

Stoletja življenjskega sloga Celjanov

Doživetje osvetljuje različna obdobja življenja v Celju – od vsakdanjega življenja antične Celeie do sodobnih mestnih zgodb. Z osredotočanjem na vsakdanje navade, družbeno življenje in kulturno dediščino program obiskovalcem omogoča globlji vpogled v razvoj mesta skozi čas. Obenem spodbuja povezovanje preteklosti z njihovimi osebnimi zgodbami in izkušnjami.

Odkrijte umetniško dušo Celja

Celje se predstavi kot mesto, kjer umetnost prepleta tradicijo in sodobnost. Program združuje sprehod po mestnih ulicah s srečanji z zgodbami umetnikov, razstavišči in lokalnimi posebnostmi. Obiskovalci odkrivajo, kako umetniški izraz oblikuje identiteto mesta in navdihuje njegov vsakdan, kar program dviguje v edinstveno izkušnjo.

Z gradu v staro mestno jedro

Namen programa je obiskovalcem pokazati razsežnost dediščine Celjskih grofov ter jih spodbuditi k raziskovanju mestnih zgodb skozi lokalno kulturo, kulinariko in umetnost. Tako program ustvarja celovito izkušnjo, ki povezuje razgledne grajske zidove z utripom mestnih ulic.

V Celje z otroki

Nepozabna družinska pustolovščina, kjer otroci skozi igro, raziskovanje in interaktivne vsebine odkrivajo zgodbe mesta in njegovih znamenitosti. Vključuje dejavnosti, ki spodbujajo radovednost, sodelovanje in zabavo, od obiska otroškega muzeja do pohajkovanja v naravi. Namen programa je ustvariti izkušnje, ki povežejo družine in oživijo mesto v očeh najmlajših.

Oddih v mestu grofov v dvoje

Intimno doživetje, ki obiskovalcem omogoča, da raziskujejo zgodbe Celja skozi sproščen sprehod, gurmanske užitke in odkrivanje bogate zgodovinske dediščine. Poudarek je na

ustvarjanju nepozabnih trenutkov, kjer se zgodovina in romantika prepleteta v edinstveni atmosferi mesta.

7.2.2. Celje - za lovilce kolesarskih dogodivščin, radovedne pohodnike in raziskovalce mest

Produkt aktivnosti na prostem, s poudarkom na kolesarjenju in pohodništvu se kot podporni element dodaja kulturnemu, mestnemu oddihu za aktivne družine, posameznike, skupine, ki iščejo varne in urejene mestne destinacije, ki poleg aktivnosti na prostem ponujajo tudi mestni vrvež, dogajanja in možnost obiska mestnih znamenitosti.

Kolesarjenje

Destinacija Celje je privlačna za rekreativne kolesarje, ki iščejo lažje in varne kolesarske poti, razpolaga z urejeno in varno mrežo 65 km cestnih, makadamskih in gozdnih kolesarskih poti. Primerna je tudi za novo ciljno skupino v porastu, gravel kolesarje.
Urejene kolesarske povezave na destinaciji, kot tudi povezave do sosednjih destinacij - Laško, Žalec, Štore - Šentjur, Vojnik - Dobrna, bodo v letu 2026 nadgrajene v regijska kolesarska doživetja.
Z mrežo urejenih sprehajalnih in pohodniških poti, povezavo med Mestnim gozdom z Drevesno hišo in Grajskimi potmi, se bo krepila prepoznavnost destinacije kot outdoor destinacije.

Cilji:

- oblikovati in izvajati doživetja Kot J. Pelikan - s kolesom po mestu.
- spodbujati zainteresirane posameznike za pridobitev nacionalne licence turnokolesarski vodnik,
- ponovno podati inicitavo za obuditev kolesarake mreže Euro Velo 9,
- pridružiti združenju Slovenia Outdoor v letu 2026 ob pogoju aktivnega članstva vsaj 1 ponudnika nastanitev prijazne kolesarjem ali/in pohodnikom.
- promovirati kolesarjenje preko različnih komunikacijskih kanalov,
- sodelovati z Mestno občino Celje pri organizaciji in izvedbi Kolesarske dirke po Sloveniji 2026 (17.–21. 6. 2026).

Ciljne skupine:

- kolesarji in skupine (lovilci dogodivščin na kolesu),
- družine, ki iščejo varne in zanimive destinacije s pestro ponudbo družinskih dogodivščin,
- kolesarji (MTB, cestni, gravel), ki poleg kolesarjenja iščejo tudi avtentična, lokalna doživetja,
- ljubitelji tekmovalnega kolesarjenja, navijači slovenskih kolesarjev, ki spremljajo dirke.

Kazalniki:

- 1 novo kolesarsko doživetje Kot J. Pelikan - s kolesom po mestu,
- 5 % večja zasedenost nastanitvenih kapacitet v času Kolesarske dirke po Sloveniji,
- 1 vodnik z nacionalno licenco turnokolesarski vodnik,

- 1 študijska tura za specializirano kolesarsko javnost,
- partnerstvo pri izvedbi etape Kolesarske dirke po Sloveniji,
- 1 promocijska kampanja v sodelovanju s partnerjem specializiranim za področje aktivnosti na prostem.

Pohodništvo

Destinacija ima urejeno mrežo 40 km označenih sprehajalnih in pohodniških poti.Krepitev prepoznavnosti destinacije kot outdoor destinacije, prijazne pohodnikom, s posebnim poudarkom na družinah, bo cilj tudi v letu 2026.

Cilji:

- spremljati števila obiskovalcev Drevesne hiše Celje,
- spodbujati zainteresiranih posameznikov za pridobitev licence za gozdno - turističnega vodnika,
- krepiti sodelovanje s Planinsko zvezo Slovenije (PZS) in Zavodom za gozdove RS (OE Celje) na področju vzpostavitve morebitnih novih pohodnih poti na območju MOC,
- promovirati pohodništvo preko različnih komunikacijskih kanalov.
- promovirati Drevesno hišo in dogodke na njej,
- organizirati idogodka Tek na Friderikov stolp.

Ciljne skupine:

- ljubitelji pohodništva (individualni, skupine, družine z otroki),
- posamezniki in skupine, katerih primarni cilj obiska je spoznavanje kulture in mestnega utripa, sekundarni pa pohodništvo.

Kazalniki:

- 1 adaptacija pohodne karte za destinacijo,
- 1 merilnik obiskovalcev na Drevesna hiša,
- 1 licenciran gozdno - turistični vodnik.

7.3. Vodniška služba

Vodniška služba v Celju ima ključno vlogo pri zagotavljanju kakovostnih turističnih izkušenj in promociji lokalne kulturne dediščine. V letu 2026 bo vodniška služba nadgrajena s tematskimi vodenji, dodatnimi vodniki za tuje jezike, dvigom strokovnih kompetenc za vodnike. Kot dopolnitev vodniške službe bodo na Celjskem gradu prvič na voljo avdio vodniki v najmanj 5 jezikih. V letu 2025 je bilo izvedenih 583 turističnih vodenj preko vodniške službe Zavoda CELEIA Celje, od tega več kot polovica vodenj za Celjski grad, sledi vodenje staro mestno jedro, kombinirano vodenje Celjski grad in staro mestno jedro, kostumirana vodenja, vodenje do Drevesne hiše in do Spominske hiše Alme M. Karlin. Aktivno je v letu 2025 izvajalo vodenja 30 vodnikov z licenco lokalnega vodnika.

Cilji:

- spremeniti Odlok o lokalnem turističnem vodenju za Mestno občino Celje s posodobitvijo terminologije, nazivov ključnih organizacij odgovornih za izvajanje, sklicevanja na veljavne zakonodajne akte, ki urejajo turizem, podjetništvo in javne službo,
- dvigniti kompetence turističnih vodnikov z dodatnimi znanji,
- organizirati in izvesti študijsko turo za deležnike turističnega gospodarstva z ogledom edinstvenega doživetja Slovenije,
- razviti nova kostumirana tematska vodenja,
- vzpostaviti digitalno informativno tablo na Celjskem gradu za boljšo dostopnost informacij in uporabniško izkušnjo (zaključek v okviru projekta Living Castles 2.0 v 2027).

Kazalniki:

- posodobljen Odlok o turističnem vodenju na območju Mestne občine Celje,
- najmanj 1 novo kostumirano tematsko vodenje,
- sistem avdio vodnikov za Celjski grad v najmanj 5 jezikih,
- 1 študijska tura za turistične vodnike z ogledom edinstvenega doživetja Slovenije.

7.4. TIC Celje in TIC Celjski grad

V turistično informacijskih centrih v centru Celja in na Celjskem gradu ZCC izvaja turistično informiranje, organizacijo turističnih vodenj, prodajo produktov in storitev. V letu 2026 se bo z načrtovanimi novostmi povečala kakovost storitev turističnega informiranja in trženja.

Cilji:

- ohraniti delovanje TIC Celje in TIC Celjskih grad kot mestnega servisa pri informiranju obiskovalcev o aktualni turistični ponudbi destinacije,
- dvigniti prepoznavnosti mestnega servisa za obiskovalce in lokalno prebivalstvo,
- motivirati obiskovalce k večjemu obisku znamenitosti, podaljšani dobi bivanja na destinaciji,
- prilagoditi prodajni program,
- pospeševati spletno prodajo vstopnic na platformi visitcelje.eu,
- spremljati in analizirati podatke iz platforme FlowsCelje,
- krepiti kompetence turističnih informatorjev za učinkovitejšo prodajo doživetij,
- posodobiti anketne vprašalnike in anketirati obiskovalce v TIC Celje in TIC Celjski grad v skladu z zahtevami Zelene sheme slovenskega turizma
- vzpostaviti Pop-Up stojnice Obišči/Visit Celje na dogodkih v Celju (Festival Okusi Celja, Maksimilijanov dan, Pridi na zvezdo. ..), pri turističnih partnerjih v regiji,
- ospeševati prodajo lastne kolekcije Celje 1451 in kolekcije Pravljično Celje.

Kazalniki:

- 5% rast obiska v TIC Celje,
- 5% rast obiska v TIC Celjski grad,
- 5 % rast prodaje v spletni trgovini na platformi visitcelje.eu,
- 5 % rast prihodka od prodaje artiklov v TIC Celje in TIC Celjski grad,

- najmanj 2 % anket izvedenih med domačimi in tujimi obiskovalci Celjskega gradu,
- vsaj 3 dogodki s promo stojnico Obišči/Visit Celje pri turističnih partnerjih v regiji.

7.5. Prireditve

V letu 2026 bo ZCC nadaljeval razvoj in izvedbo programskih vsebin na področju kulturno-umetniških dejavnosti. Program ostaja skladen s Strategijo razvoja kulture Mestne občine Celje 2024–2027, ki temelji na prenovi Celjskega doma in njegovi umestitvi v sodoben, dostopen in tehnološko ustrezno opremljen kulturni center. Programske vsebine bodo prilagojene trenutnim prostorskim in tehničnim zmožnostim, ob tem pa bo ZCC obstoječe projekte dodatno okrepil in dopolnil z novimi programskimi pristopi, in sicer s pomočjo vsebin, prijavljenih na razpise Ministrstva za kulturo: Javni razpis za vzpostavitev podpornega okolja za opolnomočenje oseb na področju kulture preko usposabljanj in prenosa strokovnih kompetenc v rezidenčnih centrih in gostovalnih mrežah (JR ESS KUF 2025–2029).

Celjskemu domu bo tudi v prihodnje pripadala osrednja vloga pri gostovanju glasbenih, plesnih in filmskih dogodkov ter projektov s področja kreativne industrije in organizacije srečanj.

Poleg Celjskega doma bodo programske vsebine potekale tudi na drugih lokacijah:
- javne površine v mestnem središču (Krekov trg, Glavni trg, Muzejski trg, Lilekova in Gubčeva ulica, Vodni stolp, dvorišče Knežjega dvora, ploščad pri Metropolu …),
- nabrežje Savinje, Mestna plaža, lapidarij pri Osrednji knjižnici in Mestni park,
- Drevesna hiša ter Spominska hiša Alme M. Karlin,
- Celjski grad.

7.5.1. Poletje v Celju

Program Poletje v Celju bo v letu 2026 potekal v juliju in avgustu ter nadaljeval tradicijo poletnega kulturnega programa v mestnem središču. Namen programa je zagotoviti raznoliko ponudbo glasbenih, plesnih, gledaliških, literarnih in drugih umetniških dogodkov, krepiti kulturno identiteto mesta ter nadaljevati razvoj ideje festivala Celjski grad.
S programom želi ZCC prispevati k živahnemu utripu mesta ter obogatiti turistično izkušnjo obiskovalcev, ki iščejo kulturno in aktivno doživetje v urbanem okolju, hkrati pa lokalnemu prebivalstvu ponuditi dostop do kakovostne kulturne produkcije v domačem okolju.

Poletje v Celju bo v letu 2026 ohranilo najbolj prepoznavne dogodke (muzikal Veronika Deseniška, potopitveno gledališče Celjski vsi, koncerti pri Vodnem stolpu, Ujemi ritem, Živa zgodovina, Srednjeveški dan, festival Seviqc …). Program se bo začel z odprtjem (datum bo določen naknadno), izšla pa bo tudi posebna edicija časopisa Poletje v Celju (po vzoru časopisa Pravljično Celje).

Prizorišča dogodkov bodo: Glavni trg, Umetniška četrt, Muzejski trg, dvorana Pod Celjskim stropom, Lapidarij, Knežji dvor, Mestna tržnica, ploščad pred Metropolom, križišče Lilekove in Gubčeve ulice, Krekov trg, Vodni stolp, Mestna plaža, Drevesna hiša ter stolna cerkev sv. Danijela.

Ciljne skupine:

- lokalni prebivalci,
- prebivalci celjske regije,
- predšolski otroci, učenci in dijaki,
- ljubitelji umetnosti,
- ljubitelji kulinarike,
- lokalni ponudniki,
- domači in tuji turisti.

Dogajanje Poletja v Celju bo usklajeno v mrežnem planu dogodkov z drugimi organizatorji v mestu, s čimer bo zagotovljena smiselna in uravnotežena razporeditev dogodkov, ki se bodo med seboj dopolnjevali.

Glavni programski sklopi sledijo v nadaljevanju.

7.5.1.1. Koncerti pri Vodnem stolpu

Poleti 2026 bo ZCC s postavitvijo in zagotavljanjem ustrezne tehnične infrastrukture znova sodeloval pri izvedbi koncertov pri Vodnem stolpu. Lokacija se je uveljavila kot priljubljeno poletno prizorišče koncertov, predvsem rock in pop glasbe.

7.5.1.2. Celeia klasika

Brezplačni koncerti klasične in klasične sodobne glasbe v izvedbi mlajše generacije glasbenikov julija in avgusta potekajo na dvorišču Knežjega dvora.
V poletju 2026 se del koncertov (predvideni so najmanj 4) izvede v okviru Interreg projekta Living Castles 2.0.
V primeru, da se ponudijo možnosti partnerskega sodelovanja (npr. s partnerji iz združenja KUDUS) in gostovanj glasbenikov, se program Celeia klasika dodatno obogati (tudi z izvedbo dogodkov na drugih lokacijah).

7.5.1.3. Festival Seviqc

Zavod Celeia Celje ostaja pomemben partner mednarodnega festivala stare glasbe, kjer ob Mestni občini Celje prevzema aktivno vlogo v organizacijskih in izvedbenih procesih ter nudi logistično podporo glavnemu organizatorju. Festival, poleg izvedbene vloge, ZCC umešča tudi v širši okvir mednarodne turistične promocije mesta.
Program festivala za leto 2026 bo predstavljen predvidoma spomladi 2026 in bo okvirno zajemal 22 dogodkov, med katerimi je načrtovanih 11 koncertov in 11 spremljevalnih pogovorov z izvajalci.

7.5.1.4. Ujemi ritem

Sklop plesnih dogodkov Ujemi ritem bo v svoji četrti sezoni prvi julijski konec tedna (2.–5. 7. 2026) na eni strani aktiviral celjsko plesno sceno (društva, plesne skupine, ki z nastopi na

Glavnem trgu poskrbijo za sproščen in urban utrip), na drugi pa z različnimi plesnimi zvrstmi seznanil mimoidoče v starem mestnem jedru.
Glede na dober odziv v preteklih letih in nenačrtovani organizaciji dodatnega dogodka avgusta 2025 ter izraženemu interesu s strani deležnikov s področja plesa, se štirim julijskim terminom, v kolikor bo strinjanje s strani plesnih skupin in društev, dodata dva avgustovska, in sicer 28. ter 29. 8. 2026.

7.5.1.5. Sosledje*

Literarni večeri Sosledje, ki se izvajajo v avgustovskih večerih, bodo izvedeni, če bo zanje obstajal interes s strani različnih deležnikov, ki so v preteklih letih prejemali sredstva na razpisu MOC.

7.5.2. Pravljično Celje

Projekt Pravljičnega Celja je v letu 2026 zasnovan kot celovit proces, ki poteka v treh medsebojno povezanih fazah:
1. **faza evalvacije Pravljičnega Celja 2025** – dosedanje anketiranje različnih deležnikov se nadgradi z izvedbo delavnic za posamezne deležnike v sodelovanju z avtorji projekta Pravljično Celje; na podlagi anketiranja in delavnic se izdela poročilo s kratkoročnimi (za leto 2026) ter dolgoročnejšimi smernicami, vključno s cilji, kazalniki ter ciljnimi skupinami.
2. **faza priprav na Pravljično Celje 2026** – načrtovanje vsebinskih, organizacijskih in marketinških aktivnosti (vključno z novostmi) ter priprava finančne konstrukcije,
3. **faza izvedbe Pravljičnega Celja 2026** – operativna izvedba načrtovanih aktivnosti v obdobju od 28. 11. 2026 do 3. 1. 2027.

Leto 2026 predstavlja nadgradnjo uspešnega obdobja, ko je Celje nosilo naziv evropsko božično mesto 2025. Na tej podlagi bo ZCC zasnoval program, ki bo še bolj poudaril posebnosti mesta: avtentične zgodbe, lokalno ustvarjalnost, medgeneracijsko sodelovanje ter inovativne pristope k oblikovanju prazničnih vsebin.
Evalvacija programa Pravljičnega Celja 2025 bo zaključena do konca februarja 2026. Na podlagi zbranih rezultatov, predlogov ponudnikov, ustvarjalcev in mestne skupnosti bo ZCC pripravil nadgradnje, usmerjene v večjo prepoznavnost lokalne identitete, širjenje sodelovanja med različnimi sektorji, razvoj doživljajske kulture, gastronomije in umetnosti ter trajnostne in družbeno vključujoče prakse.

7.5.3. Celjski pust

Tradicionalna prireditev Celjski pust bo izvedena v mestnem središču na pustno soboto (14. 2. 2026) in pustni torek (17. 2. 2026). ZCC bo v sodelovanju z Osnovno šolo Lava ter medijsko hišo Novi tednik & Radio Celje pripravil program, ki se bo ob 10.00 za čel z zborom mask na Glavnem trgu, sledila bo pustna povorka skozi staro mestno jedro ter pustno rajanje na Krekovem trgu.V sklopu dogajanja bo izvedeno tudi ocenjevanje in izbor najizvirnejših otroških, skupinskih in trajnostno zasnovanih mask, pri čemer bo poseben poudarek namenjen kreativnosti, trajnostnim pristopom in ročnemu delu. Na pustno soboto bo tradicionalno potekala nagradna igra Zlati krof v organizaciji medijske hiše Novi tednik & Radio Celje,

obiskovalci pa se bodo lahko posladkali s krofi lokalnih ponudnikov. V sodelovanju z mestnimi ponudniki bo izvedena tudi delavnica peke mišk oziroma flancatov.

Pustni torek bo posebej namenjen predšolski, osnovnošolski in srednješolski mladini, program pa bo obogatil prihod kurentov. Dogodek bo potekal v skladu s celostno grafično podobo, vzpostavljeno z namenom zagotavljanja prepoznavnosti in enotnega vizualnega jezika prireditve. Izvedeno bo tudi ocenjevanje urejenosti in ponudbe sodelujočih mestnih ponudnikov.

Ciljne skupine:
- lokalno prebivalstvo v mestu,
- lokalno prebivalstvo izven mesta,
- prebivalci celjske regije,
- predšolska, osnovnošolska in srednješolska mladina,
- ljubitelji kulinarike,
- mestni ponudniki,
- domači in tuji obiskovalci.

7.5.4. Maksimilijanov dan

Na dan godu svetega Maksimilijana bo v mestnem jedru potekal 4. Maksimilijanov dan, ki bo povezal lokalno skupnost in obiskovalce skozi kulturne, ustvarjalne in kulinarične aktivnosti. ZCC bo kot osrednji koordinator dogodka v sodelovanje vključil različne partnerje in deležnike iz lokalnega okolja.

Program bo potekal v soboto v dopoldanskem času, med 9.00 in 13.00, ter vključeval:
- vpise v Maksimilijanovo knjigo,
- lov na skriti zaklad po mestnem jedru,
- kaligrafsko delavnico,
- urbani mestni brunch Grižljaji v mestu,
- promenadni koncert,
- likovno ustvarjanje na prostem v sodelovanju s KUD Svoboda Celje.

Ciljne skupine:
- lokalno prebivalstvo v mestu,
- lokalno prebivalstvo izven mesta,
- družine,
- domači in tuji obiskovalci.

Kazalniki:
- vsaj 5 novih vpisov v Maksimilijanovo knjigo,
- 10 % povečanje števila udeležencev lova na skriti zaklad,
- 10 % povečanje števila udeležencev kaligrafske delavnice,
- izveden promenadni koncert,
- pridobljen vsaj 1 nov programski partner.

7.5.5. Velikonočna tržnica

Tradicionalna velikonočna tržnica bo v starem mestnem jedru potekala v soboto, 28. 3. 2026, v dopoldanskem času med 10.00 in 13.00, ter obiskovalcem ponudila pester izbor vsebin, povezanih z veliko nočjo, lokalnimi običaji, kulinariko in rokodelstvom.

Program bo vključeval:
- ponudbo velikonočnih jedi, dobrot in praznične dekoracije,
- velikonočno in pomladno ambientalno krasitev mestnih kotičkov,
- predstavitev velikonočnih običajev in tradicij,
- ureditev urbanega zeliščnega vrta v sodelovanju z Društvom zeliščarjev Ginko Celje in podjetjem Zelenice,
- strokovno vodene otroške ustvarjalne delavnice,
- velikonočno krasitev izložb trgovin in gostinskih lokalov,
- pripravo in degustacijo velikonočnih jedi pred večnamenskim prostorom na Glavnem trgu 8,
- postavitev butare velikanke in žegnanje,
- velikonočni foto kotiček,
- prikaz rokodelskih veščin in tradicionalnih obrti (filcanje, izdelovanje cvetja iz krep papirja, pletenje košar …),
- spremljevalni glasbeni in plesni program.

Ciljne skupine:
- lokalno prebivalstvo v mestu,
- lokalno prebivalstvo izven mesta,
- prebivalci širše celjske regije,
- družine,
- ljubitelji tradicije, rokodelstva in obrti,
- domači in tuji obiskovalci,
- mestni ponudniki.

Kazalniki:
- vsaj enako število ponudnikov kot pri predhodni izvedbi dogodka,
- ureditev urbanega zeliščnega vrta (1 zasaditev),
- vzpostavljen 1 velikonočni foto kotiček,
- izvedena pomladna krasitev mestnega jedra,
- izvedenih vsaj toliko prikazov obrti in običajev kot pri predhodni izvedbi,
- nastop vsaj 1 glasbene skupine,
- nastop vsaj 1 plesne skupine.

7.5.6. Pridi na zvezdo

Dogodek Pridi na zvezdo bo tudi v letu 2026 osrednji del praznovanja občinskega praznika Mestne občine Celje, 11. aprila. Prireditev bo potekala na prostem, na zvezdi v mestnem jedru, z namenom ustvariti živahno, vključujoče in povezovalno praznovanje mesta. Dogodek bo

izveden v tesnem sodelovanju z izobraževalnimi institucijami, kulturnimi društvi, ustvarjalci, turističnimi ponudniki ter drugimi udeleženci lokalne skupnosti.

Tematski sklopi:
- Plešemo in pojemo,
- Muziciramo,
- Raziskujemo,
- Koncertiramo,
- Viteški pozdrav in mini vodstvo,
- NOVO: Skupnost ustvarja.

Praznovanje se bo ponovno zaključilo s slovesnim razrezom rojstnodnevne torte.

Ciljne skupine:
- lokalno prebivalstvo,
- šoloobvezni otroci in mladostniki,
- družine,
- ljubitelji kulture in umetnosti,
- turisti,
- mestni ponudniki,
- mladi ustvarjalci in nove ustvarjalne pobude.

Glavni cilji:
- nadgradnja vključujočega praznovanja občinskega praznika za vse generacije,
- razširitev participacije deležnikov lokalne skupnosti,
- okrepitev pripadnosti mestu,
- spodbujanje interaktivnosti in medgeneracijskega sodelovanja,
- povečanje prepoznavnosti dogodka Pridi na zvezdo.

Kazalniki:
- priprava in izvedba razširjenega celodnevnega programa (od 10.00 do 20.00),
- 10 % več obiskovalcev kot leta 2025,
- vsaj 1 novi programski partner,
- uvedba novega tematskega sklopa Skupnost ustvarja,
- zadovoljstvo obiskovalcev in partnerjev.

7.5.7. Celjski grad

7.5.7.1. Živa zgodovina

V letu 2026 se koncept žive zgodovine na Celjskem gradu nadgrajuje iz sezonskega programa v stalno postavitev živega odra, ki deluje kot odprt zgodovinski prostor. Nekdanji viteški tabor se postopoma preoblikuje v srednjeveško vas, ki obiskovalcem omogoča avtentično doživetje vsakdanjega življenja v času Celjskih grofov.

Srednjeveška vas bo sestavljena iz stalnih postavitev (delavnice, bivalni prostori, rekviziti, razlagalne točke), ki bodo dostopne obiskovalcem skozi celotno sezono. V izbranih terminih bodo posamezne vsebine oživele z izvajalci, ki bodo prikazovali srednjeveške obrti, kot so kovaštvo, svečarstvo, lončarstvo in druge rokodelske dejavnosti.

Takšen koncept omogoča:

- stalno doživljajsko vrednost tudi brez prisotnosti izvajalcev,
- postopno nadgrajevanje vsebin iz leta v leto,
- učinkovito upravljanje z omejenim številom sodelujočih,
- večjo avtentičnost in poglobljeno izobraževalno izkušnjo.

Pri razvoju novega koncepta se nadaljuje in vsebinsko nadgrajuje program iz leta 2025, ki se vpenja v stalne postavitve in občasno oživljene vsebine. Srednjeveška tržnica se razvija v trajno zasnovan tržni prostor s prikazom srednjeveških obrti, ki v izbranih terminih oživijo z delom mojstrov. Srednjeveški »street food« se umešča kot stalna kulinarična točka z zgodovinsko interpretacijo jedi in občasnimi kulinaričnimi dogodki.

Otroške delavnice (mini alkimist, kaligrafija, pečatarstvo in sorodne vsebine) se vzpostavljajo kot stalni ustvarjalni kotički, ki delujejo samostojno ali ob mentorstvu v določenih terminih. Grajski umetniški trg se razvija kot stalna galerija na prostem, ki povezuje sodobno umetniško interpretacijo s srednjeveškim ambientom gradu.

Živa zgodovina se tako razvija v trajnostni interpretacijski model, ki združuje dediščino, sodobne pristope k interpretaciji in cilje projekta Living Castles 2.0 ter Celjski grad umešča kot dolgoročno prepoznaven živi zgodovinski prostor.

7.5.7.2. Srednjeveški festival na Celjskem gradu

Srednjeveški dan na Celjskem gradu se v letu 2026 razvija v vsebinsko zaokrožen zgodovinski festival s poudarkom na življenju in usodi Ulrika II. Celjskega. Program (29. in 30. avgust 2026) združuje uprizoritve, viteške prikaze, tržnico in delavnice v enotno pripovedno celoto, ki obiskovalcem omogoča poglobljeno razumevanje zgodovine ter čustveno doživetje obletnice smrti zadnjega celjskega grofa.

Cilji:

- razviti Srednjeveški dan v prepoznaven zgodovinski festival z jasno pripovedno identiteto,
- ob obletnici smrti Ulrika II. Celjskega poglobiti razumevanje pomena Celjskih grofov v evropskem prostoru,
- povečati kulturno in turistično privlačnost dogodka za domače in tuje obiskovalce.

7.5.7.3. Veronikina noč na gradu (Noč čarovnic)

Veronikina noč (30. in 31. oktober 2026) je tematski zgodovinski dogodek, ki skozi lutkovne in igralske uprizoritve, vodene oglede in simbolne vsebine predstavlja zgodbo Veronike

Deseniške ter jo umešča v širši kontekst dediščine Celjskih grofov in leta, posvečenega Ulriku II. Celjskemu.
Dogodek se čez dan razvija v izobraževalno in družinsko izkušnjo, z večerom pa preide v bolj čustveno in simbolno interpretacijo zgodovine.

Cilji:
- razviti Veronikino noč v prepoznaven tematski dogodek Celjskega gradu,
- povečati zanimanje za lokalno zgodovino in dediščino Celjskih grofov,
- ponuditi kakovosten celodnevni program za različne ciljne skupine,
- nadgraditi jesensko turistično ponudbo z avtentično zgodovinsko vsebino.

Novosti:
- dogodek se razvija v celodnevno tematsko dogajanje z jasno dramaturgijo od dnevnega do večernega programa,
- vsebine se postopoma usmerjajo v avtentično interpretacijo lokalne zgodovine in dediščine Celjskih grofov,
- program se zavestno oddaljuje od splošnih in komercialnih oblik praznovanja noči čarovnic ter gradi prepoznaven, zgodovinsko utemeljen format,
- vsebine se povezujejo z letom, posvečenim Ulriku II. Celjskemu.

7.5.7.4. Zimski srednjeveški dan

Namen zimskega srednjeveškega dne (5. in 6. december 2026) je tudi v hladnih mesecih vzpostaviti posebno grajsko vzdušje, ki združuje zgodovino, zimsko čarobnost in edinstvena doživetja. Dogodek se v letu 2026 vsebinsko nadgradi z jasno dvodnevno identiteto: prvi dan je posvečen adventu in zimskim običajem, drugi dan pa celjski lokalni zgodbi in dediščini Celjskih grofov, s poudarkom na pripovedovanju, simboliki in doživljajskih postajah.

Cilji:
- vzpostaviti prepoznaven zimski tematski dogodek na Celjskem gradu tudi izven glavne turistične sezone,
- povečati zanimanje za zgodovino Celja in dediščino Celjskih grofov skozi doživljajske in interpretativne vsebine,
- razširiti program na celodnevno dogajanje in s tem podaljšati čas obiska,
- ponuditi kakovostno zimsko izkušnjo za družine, lokalne obiskovalce in turiste,
- razvijati trajnostni model dogodka z večjo vlogo prostora kot nosilca zgodbe.

Novosti:
- jasna dvodnevna identiteta dogodka: 1. dan adventno-zimsko doživetje, 2. dan celjska lokalna zgodba,
- vsebinsko okrepljena interpretacija zgodovine Celja in dediščine Celjskih grofov (tematske postaje, pripovedne točke),
- nadgradnja Zimskega srednjeveškega gozda z Živimi srednjeveškimi jaslicami,
- poudarek na prostorski atmosferi (svetloba, zvok, scenografija) za močan učinek.

7.5.7.5. Pohod z baklami na Celjski grad

Pohod z baklami (25. december 2026) ostaja osrednji tradicionalni dogodek, ki povezuje lokalno skupnost in obiskovalce od drugod, hkrati pa se vsebinsko nadgrajuje v adventno doživetje svetlobe, poti in prihoda. Poudarek se premakne z zgolj hoje na izkušnjo prihoda na grad, kjer obiskovalce pričaka program, ki povezuje zimsko simboliko, tradicijo in družinsko doživetje.

Cilji:
- ohraniti in nadgraditi priljubljen tradicionalni dogodek z visoko udeležbo,
- okrepiti adventno in zimsko identiteto Celjskega gradu,
- povečati doživljajsko vrednost prihoda na grad in dogajanja na cilju,
- pritegniti širši regionalni krog obiskovalcev,
- spodbuditi družinski obisk in daljše zadrževanje na prizorišču.

Kazalniki:
- število udeležencev vsaj na ravni leta 2025,
- povečana regionalna razpršenost obiskovalcev,
- vsaj 10 % višji promet iz naslova gostinske ponudbe.

7.5.7.6. Rojstnodnevne zabave za otroke

V želji, da bi Celjski grad postal prepoznavno in priljubljeno prizorišče rojstnodnevnih praznovanj za otroke, se v letu 2026 razvija in nadgrajuje ponudba tematskih rojstnodnevnih doživetij. Program temelji na igrivem spoznavanju kulturne dediščine Celja in Celjskih grofov ter ponuja avtentična grajska doživetja, prilagojena različnim starostnim skupinam.

Rojstnodnevna praznovanja se izvajajo skozi vse leto in so zasnovana modularno, kar omogoča prilagoditev glede na število udeležencev in razpoložljivost izvajalcev.

Cilji:
- prenoviti in razširiti produkt rojstnodnevnih praznovanj na Celjskem gradu,
- razviti kakovosten, igriv in izobraževalen program, ki otrokom približa celjsko kulturno dediščino,
- vzpostaviti Celjski grad kot prepoznavno lokacijo za avtentična rojstnodnevna doživetja,
- povečati zanimanje za celoletno ponudbo gradu pri družinah z otroki.

Kazalniki:
- razvoj novega oziroma prenovljenega produkta rojstnodnevnih praznovanj (do konca januarja 2026),
- izdelava celostne vizualne podobe ponudbe (do sredine februarja 2026), vzpostavljena promocija rojstnodnevnih praznovanj na spletnih in drugih komunikacijskih kanalih (od marca 2026 dalje),
- najmanj 15 % več izvedenih rojstnodnevnih praznovanj v primerjavi z letom 2025.

7.5.7.7. Ulrik II. Celjski - leto dediščine

V letu, posvečenem Ulriku II. Celjskemu, se programske vsebine Celjskega gradu in povezanih lokacij povezujejo v krovni vsebinski okvir Ulrik II. Celjski – leto dediščine (delovni naslov). Program skozi raznolike interpretativne, izobraževalne in turistične formate obravnava dediščino Celjskih grofov, vlogo Ulrika II. kot zadnjega celjskega grofa ter pomen njegovih odločitev za zgodovino Celja in širšega evropskega prostora.

Program je zasnovan celostno in vključuje vsebine, primerne za različne ciljne skupine – od družin in otrok do strokovne javnosti, turistov in lokalnega prebivalstva – ter povezuje Celjski grad, mestno jedro in druge zgodovinsko pomembne lokacije.

Cilji:

- vzpostaviti leto Ulrika II. Celjskega kot osrednji vsebinski okvir letnega programa ZCC,
- okrepiti razumevanje zgodovine Celjskih grofov kot temeljne lokalne in evropske dediščine,
- razviti trajnostne, celoletne vsebine z jasno lokalno identiteto,
- povečati obisk v manj obiskanih mesecih,
- povezati kulturne, izobraževalne in turistične vsebine v enotno zgodbo.

Kazalniki:

- vzpostavljen in jasno komuniciran krovni program Ulrik II. Celjski – leto dediščine (programska in promocijska gradiva),
- izvedba najmanj 3 načrtovanih vsebinskih sklopov (Ulrik v zgodbi, Ulrik v prostoru, Ulrik v Evropi …),
- najmanj 15 izvedenih dogodkov in programskih vsebin v okviru leta dediščine,
- število udeležencev na posameznih programih (ločeno za strokovne, družinske in turistične vsebine),
- najmanj 3 izvedena strokovna predavanja,
- 2 izvedeni izobraževani za turistične vodnike,
- vzpostavitev vsaj 1 stalne ali polstalne interpretativne vsebine (npr. zgodovinski podcast v prostoru),
- povečanje obiska Celjskega gradu v manj obiskanih mesecih (marec, april, oktober, november) za najmanj 5 % glede na preteklo leto.

7.5.7.8. Gregorjevo in prvi pomladni dan

Gregorjevo je tradicionalno povezano z začetkom pomladi, daljšanjem dneva in ljudskim izročilom “ko se ženijo ptički”. Dogodek na Celjskem gradu (21. marec 2026) zasnuje to tradicijo kot vsebinsko utemeljeno, kulturno-dediščinsko doživetje ter kot alternativo oziroma vzporedni program Valentinovemu, ki je izrazito komercialno prepoznaven. Z butičnim pristopom (omejene kapacitete) dogodek podpira cilje kakovostne interpretacije dediščine, dviguje dodano vrednost ponudbe in krepi sezonsko atraktivnost gradu v zgodnjem delu leta.

Pričakovani učinki:

- povečanje obiska gradu v predsezoni (marec),
- krepitev prepoznavnosti gradu kot prostora kakovostnih doživetij,

- večja medijska in digitalna izpostavljenost (vsebina, ki je sezonsko relevantna),
- razvoj ponovljivega formata, ki se lahko nadgradi (npr. letna tradicija).

7.5.7.9. Pod tremi zvezdami Celjskih – astronomski večer

Dogodek Pod tremi zvezdami Celjskih (12. avgust 2026) nadgrajuje identiteto Celja in Celjskega gradu skozi povezovanje kulturne dediščine (simbol treh zvezd Celjskih) z doživljajskim izobraževanjem na področju astronomije. V poletnem terminu (avgust) dogodek prispeva k razvoju večernih programov na gradu, podaljševanju zadrževanja obiskovalcev ter ustvarjanju butične izkušnje z visoko dodano vrednostjo.

Cilji:
- razviti novo, prepoznavno poletno doživetje, vezano na simbol Celjskih in nočno doživljanje gradu,
- okrepiti obisk in atraktivnost gradu v večernem času ter v poletni sezoni,
- prispevati k interpretaciji dediščine na vključujoč, izkustven način (kultura + znanost),
- vzpostaviti sodelovanje s strokovnimi partnerji (astronomsko društvo, predavatelji) in lokalnimi ponudniki.

Ciljne skupine:
- družine in pari, lokalni in regionalni obiskovalci,
- kulturni obiskovalci, ki iščejo posebna doživetja (butični večeri),
- ljubitelji astronomije in znanosti.

Tveganja in ukrepi:
- vreme/oblačnost: rezervni program (predavanje + nočni ogled gradu + “zvezdni” storytelling; možnost prestavitve),
- svetlobno onesnaženje: izbor opazovalnih točk, zatemnitveni režim, usmerjena osvetlitev,
- varnost ponoči: jasna signalizacija, omejitve gibanja, dodatno osebje, svetlobne poti.

7.5.7.10. Prešeren dan na Celjskem gradu

Dogodek ob slovenskem kulturnem prazniku (8. februar 2026) povezuje Prešernovo izročilo z dediščino Celjskih grofov ter hkrati služi kot vsebinski uvod v leto dediščine Ulrika II. Celjskega (obeležitev obletnice smrti). Z doživljajskim pristopom (tematsko vodenje, interpretativne postaje, družinski program) grad nagovarja širše občinstvo tudi v zimskem času, pri čemer prost vstop krepi dostopnost kulturne dediščine.

Cilji:
- interpretacija Prešernovega dne v povezavi z lokalno zgodovino Celjskih grofov,
- uvodna predstavitev Ulrikovega leta skozi osrednjo figuro Ulrika II. (“zadnji celjski grof”),
- povečanje obiska in atraktivnosti gradu v zimskem obdobju,
- razvoj ponovljivega, nadgradljivega formata kulturnega dneva na gradu,
- krepitev prepoznavnosti gradu kot prostora kakovostnih kulturnih doživetij.

7.5.7.11. Koraki k snovanju festivala Celjski grad

V skladu s Strategijo razvoja kulture v MOC 2024–2027 in operativnim ciljem št. 16, ki na Celjskem gradu, kot na spektakelskem kulturnem prizorišču, predvideva postavitev certificiranega prilagodljivega montažnega odra, se izvajajo nadaljnji koraki v razvoju festivala Celjski grad (operativni cilj št. 21). V skladu s strateškimi usmeritvami bo nadgradnja obstoječe kulturne infrastrukture odpravila ozka grla in vzpostavila prostorske kapacitete za vrhunsko lastno kulturno produkcijo, zlasti pa privabila tudi projekte in gostovanja, za katere do zdaj ni bilo ustrezne infrastrukture. Obstoječe programske vsebine (muzikal, potopitveno gledališče) bodo dopolnjene z visoko kakovostnimi uprizoritvami zahtevnejših umetniških zvrsti in produkcijami domačih ter mednarodno uveljavljenih ustvarjalcev in umetniških zasedb. Izdelana bo programska vizija razvoja in izvajanja festivala.

Cilji:
- uresničevanje strateškega kvalitativnega cilja preboja Celja kot privlačne destinacije za kulturni oddih,
- izvajanje nadaljnjih korakov k snovanju nacionalno uveljavljenega festivala, ki povečuje motiv prihoda na destinacijo,
- razvoj in širitev občinstev ter krepitev njihovega povpraševanja po kulturni produkciji,
- povečevanje dostopnosti do kakovostnih umetniških vsebin prebivalcem lokalnega okolja v lokalnem okolju.

Ciljne skupine:
- prebivalci Celja in širše celjske regije,
- domači in tuji turisti, ki Celje izberejo za kulturni oddih,
- strokovne javnosti (umetniki, kritiki, producenti …),
- mediji.

Kazalniki:
- 4 (+1) uprizoritve muzikala Veronika Deseniška,
- 2 (+ 2) uprizoritvi potopitvenega gledališča Celjski vsi,
- 1 koncert vokalnega orkestra/zbora,
- 1 koncert rock opere,
- 1 gostovanje ansambla nacionalne filharmonije, opere ali baleta in/ali orkestra.

7.6. Pedagoško-izobraževalni program

Pedagoško-izobraževalni programi se v letu 2026 vsebinsko nadgrajujejo iz osnovne predstavitvene oblike (predstava oziroma koncert) v celostno izobraževalno izkušnjo, ki vključuje doživetje, pogovor z ustvarjalci ter aktivno vključevanje otrok in mladih. Program se še naprej razvija v sodelovanju z Glasbeno šolo Celje in drugimi partnerskimi institucijami ter se dopolnjuje z novimi pedagoškimi formati, primernimi za vrtce, osnovne in srednje šole. Vsebinsko se dodatno obogati, v primeru uspešno prijavljenih vsebin na razpis Ministrstva za kulturo: Javni razpis za vzpostavitev podpornega okolja za opolnomočenje oseb na področju kulture preko usposabljanj in prenosa strokovnih kompetenc v rezidenčnih centrih in

gostovalnih mrežah (JR ESS KUF 2025–2029) za področje glasbenih umetnosti in sodobnega plesa.

Poseben poudarek bo namenjen razumevanju umetnosti, procesa nastajanja in kulturne dediščine, pri čemer se vsebine prilagajajo starosti in predznanju udeležencev.

Cilji:
- obogatiti kulturno-vzgojno ponudbo za predšolske otroke, otroke in mladino,
- omogočiti reden in kakovosten stik z glasbo, gledališčem in drugimi umetniškimi praksami,
- razvijati razumevanje umetniškega procesa, ne le končnega izdelka,
- podpreti vzgojno-izobraževalne ustanove pri izvajanju kulturne vzgoje,
- okrepiti vlogo Celjskega doma kot osrednjega prostora kakovostnih pedagoških programov.

Ciljne skupine:
- predšolski otroci,
- osnovnošolski otroci,
- srednješolska mladina,
- pedagoški delavci.

7.6.1. Glasbene matineje

Glasbene matineje za predšolske otroke in otroke prve triade osnovne šole se izvajajo v sodelovanju z Glasbeno šolo Celje in Glasbeno mladino Slovenije. Programi potekajo z vključevanjem otrok, razlago glasbenih elementov ter kratkimi pogovori z izvajalci.

7.6.2. Koncerti za OŠ

Koncerti in predstave za drugo in tretjo triado osnovne šole se izvajajo z namenom popestritve kulturnih dni. Programi so vsebinsko nadgrajeni z razlago, pogovorom z ustvarjalci in aktivno refleksijo učencev.

7.6.3. Koncerti za srednješolsko mladino

Programi so namenjeni srednješolcem, zlasti dijakom, ki se glasbeno ali umetniško izobražujejo. Vključujejo koncerte višje zahtevnosti ter poglobljene pogovore o umetniških praksah in poklicih v kulturi.

Kazalniki:

- izvedba najmanj 2 glasbenih ali umetniških matinej za vrtčevske otroke,
- izvedba najmanj 2 pedagoških programov za osnovnošolske otroke,
- izvedba najmanj 1 programa za srednješolsko mladino,
- vključitev pogovorov z ustvarjalci pri vsaj 70 % izvedenih programov,
- najmanj 100 udeležencev na posameznem dogodku,

- pozitivne povratne informacije pedagoških delavcev (ankete/odzivi).

7.7. Projekti

7.7.1. Priznanja Celjske zvezde na področju kulture

ZCC v imenu kolegija direktorjev javnih kulturnih zavodov v Mestni občini Celje, Zveze kulturnih društev in Javnega sklada RS za kulturne dejavnosti, OI Celje na podlagi Pravilnika o podeljevanju priznanj »Priznanje celjske zvezde za dosežke na področju kulture« in Poslovnika o delu komisije za podelitev priznanj vsako leto objavi javni razpis za podelitev priznanj za dosežke na področju kulture.

Priznanja celjske zvezde so stanovska nagrada in so namenjena ustvarjalcem ter skupinam ustvarjalcev za uspešno delo in pomembne dosežke v kulturi, ki so pomembno prispevali k prepoznavnosti mesta Celje v širšem prostoru, ali s svojim delom pripomogli, da se Celje razvija kot mesto, ki je odprto za različne umetniške oblike, vsebine in umetniške prakse, ali pa trajno obogatili slovenski kulturni prostor. Vsako leto se lahko podelijo tri priznanja, in sicer priznanje za življenjsko delo ter največ dve priznanji za najvidnejše dosežke v preteklih dveh letih. Pogoj za obe vrsti priznanj je, da je ustvarjalec rojen ali ima stalno prebivališče v Mestni občini Celje ali ustvarja na njenem območju.

Priznanja za minulo leto župan Mestne občine Celje podeli na osrednji občinski slovesnosti ob slovenskem kulturnem prazniku. Za leto 2025 bo to 6. februarja 2026.

Cilji:
- sklic sej strokovne komisije za podelitev nagrad celjske zvezde za leto 2025 (januar 2026),
- slovesnost ob slovenskem kulturnem prazniku in podelitev priznanj Celjske zvezde za dosežke na področju kulture za leto 2025 (Narodni dom Celje, 6. 2. 2026),
- predstavitev prejemnikov priznanj celjske zvezde na novi spletni platformi www.visitcelje.eu,
- objava poziva za predloge za nagrajence za leto 2026 (november 2026).

Ciljne skupine:
- kandidati za nagrade,
- odrasli, upokojenci,družine,
- kulturniki, umetniki,
- ljubitelji umetnosti.

7.7.2. Koncertna sezona

ZCC bo v letu 2026 nadaljeval z izvajanjem programa koncertnega programa klasične glasbe. Z njim zavod že vrsto let pomembno sooblikuje kulturno krajino mesta ter skrbi za kakovostne koncertne vsebine klasične glasbe.
Program koncertne sezone je tudi tokrat zasnoval zunanji sodelavec ZCC-ja, skladatelj in dirigent Nenad Firšt.

V okviru koncertnega programa bo v sezoni 2025/2026 izvedeni 4 koncerti ter 5 v okviru GM odra ter 4 koncertni dogodki v okviru programa Celeia Klasika (Poletje v Celju).

V okviru koncertnega abonmaja sezone 2025/2026 bodo v letu 2026 še 3 koncerti, in sicer:

- 22. 1. 2026 ob 19.30, Narodni dom Celje - Madžarski trobilni ansambel
  Márk Marton, Mátyás Regyep, Balázs Drahos, Martin Dajka, trobente
  Richárd Petz, Szabolcs Katona, Kevin Kerner, Norbert Czeilinger, tromboni
  Márton Kóródi, rog
  Máté Bíró, tuba
- 26. 3. 2026 ob 19.30, Narodni dom Celje - Minstrel, ansambel za staro glasbo
  Ana Jembrek, sopran, Nenad Kosak, tenor
  Goran Grčić, tenor
  Ante Beno, kljunasta flavta, kornamuza, viola da gamba
  Lada Magdalenić Morpurgo, rebek, baročna violina
  Sandra Munić, viola da gamba
  Lea Sušanj Lujo, viola da gamba
  Darko Karajić, lutnja
- 22. 4. 2026 ob 19.30, Narodni dom Celje - Trio Gustav
  Francesco Comisso, violina
  Dario Destefano, violončelo
  Olaf John Laneri, klavir
  Lorenzo Guzzoni, klarinet
  Boštjan Lipovšek, rog.

V sklopu GM odra bodo v letu 2026 še 4 koncerti, in sicer:
- 14. 1. 2026 ob 19.30, Celjski dom - Leto Križanič Žorž, harfa,
- 11. 2. 2026 ob 19.30, Glasbena šola Celje - Duo Ren,
- 11. 3. 2026 ob 19.30, Celjski dom - Pihalni sekstet Sonus Ventis,
- 21. 5. 2026 ob 19.30, Narodni dom - Ion Delić, marimba in vibrafon.

Cilji:
- prirediti vsaj en koncert na najvišjem nivoju (v sodelovanju z eno od slovenskih opernih hiš),
- povečati dostopnost domače in tuje produkcije višje kakovosti lokalnemu občinstvu,
- prispevati k bogatenju ponudbe na področju klasične glasbe v MOC.

Ciljne skupine:
- lokalno prebivalstvo, ki živi v mestu,
- lokalno prebivalstvo, ki ne živi v mestu,
- šolske skupine,
- ljubitelji klasične glasbe,
- pedagogi na področju glasbene umetnosti,
- odrasli,
- upokojenci,
- ljubitelji kulture in kulturnih prireditev.

Kazalniki:

- 5 % več abonentov koncertnega abonmaja v primerjavi s sezono 2024/2025,
- 5 % več obiskovalcev na dogodkih koncertnega abonmaja,
- 5 % več obiskovalcev na dogodki cikla GM Oder,
- izvesti 12 koncertov resnejše glasbe,
- 1 koncert v sodelovanju z eno od slovenskih opernih hiš,
- izvedba koncertov v mesecih z manj dogodki (januar, marec in november).

Program za koncertno sezono 2026/2027 bo znan junija 2026.

7.7.3. Cikel Vivace

Cikel Vivace je bil ustvarjen, da se v Celjskem domu organizira kakovostne dogodke butičnega značaja, ki bodo atraktivni tudi za zahtevnejšo publiko in bodo obogatili celjsko kulturno krajino. Cikel Vivace bo potekal v terminskem okviru »sezon«, konkretno od oktobra do marca, program za sezono 2026/2027 bo oblikovan do maja 2026.

Cilji:
- zasnovati koncept cikla Vivace,
- pripraviti program za sezono 2026/2027.

Ciljne skupine:
- lokalno prebivalstvo, ki živi v mestu,
- lokalno prebivalstvo, ki ne živi v mestu,
- prebivalci širše regije,
- kulturni ustvarjalci,
- ljubitelji umetnosti.

Kazalniki:
- izvesti 1-2 dogodka v okviru cikla v letu 2026,
- vsaj 50 obiskovalcev na posameznem dogodku.

7.7.4. Plesni cikel

V letih 2025/2026 poteka tretja sezona celjskega plesnega cikla. Pod kuratorskim vodstvom mednarodno uveljavljene plesalke in koreografinje Mojce Majcen se bo zvrstilo do 8 predstav domačih in tujih plesalcev oziroma plesnih ansamblov, in sicer na različnih celjskih odrih: Celjski dom, SLG Celje in dvorana Plesnega foruma Celje. Tudi v sezoni 2025/2026 plesne predstave nadgrajujejo pogovori z ustvarjalci in plesne delavnice.

Priprava programa za sezono 2026/2027 bo odvisna od ustanovitve in programa delovanja nacionalnega Zavoda za razvoj sodobne plesne umetnosti, ki naj bi imel sedež tudi v Celju. Namen zavoda je urediti stabilno delovanje sodobnega plesa v Sloveniji, oblikovati vrhunski slovenski in mednarodni program za občinstvo, ustvarjati kakovostne pogoje za ustvarjalce: produkcija, rezidence, izobraževanje, podporo in sodobno infrastrukturo, dolgoročna podpora različnim umetniškim praksam sodobnega plesa in razvoj kulturno-umetnostne vzgoje.

Cilji:

- povečati dostopnost sodobne mednarodne plesne produkcije na celjskih odrih,
- spoznavanje domače in tuje sodobne plesne produkcije,
- krepitev sodelovanja in partnerstva s celjskimi institucijami (SLG Celje, Plesni forum Celje, plesne šole na lokalni, regionalni in nacionalni ravni),
- vzpostaviti vezi s tujimi partnerji, mednarodno uveljavljenimi plesnimi skupinami in organizacijami,
- bogatiti kulturno krajino v Celju,
- omogočiti reden stik s sodobno plesno produkcijo,
- omogočiti pridobivanje novih znanj (preko delavnic),
- skrbeti za razvoj plesne publike,
- sestaviti program za sezono 2026/2027.

Ciljne skupine:

- plesalci iz Celja, širše regije in celotne Slovenije,
- ljubitelji plesa,
- dijaki Srednje glasbene šole in umetniških smeri gimnazije,
- plesni pedagogi.

Predstave:

- Roke, ki me nikoli niso poznale v izvedbi slovensko-slovaškega plesalca Milana Tomašika. Predstavi je sledil pogovor z umetnikom, ki ga je vodila Nuša Komplet Peperko: izvedeno 18. 10. 2025 ob finančni podpori Ministrstva za kulturo RS. Lokacija: SLG Celje.
- Tam, v vrtu v izvedbi soustvarjalcev in izvajalcev Urše Centa ter Domna Novaka, izvedeno 12. 11. 2025. Lokacija: SLG Celje.
- Hrestač (suita): izvedeno 26. 12. 2025 v produkciji ansambla Ukrajinskega klasičnega baleta. Lokacija: Celjski dom.
- Plesno po Prešernu:
  Hacukaland – pustolovščina preoblačenja, neverbalna gibalna igra za otroke madžarske koreografinje Rite Gobi; 7. 2. 2026. Lokacija: Celjski dom.
  Babe v koreografiji Daše Grgič; 22. 2. 2026. Lokacija: Plesni forum Celje.
- Moška v spodnjicah koreografinje Burje Podlesnik; 7. ali 14. 3. 2026. Lokacija: Plesni forum Celje.
- Zaključek sezone: mednarodna plesna produkcija. Nastopajoči bodo znani do sredine februarja 2026.

Kazalniki:

- do 6 predstav domačih in tujih plesnih ansamblov,
- predstave na 3 različnih celjskih prizoriščih,
- 10 % več obiskovalcev na vseh predstavah skupaj,
- 5 % več obiskovalcev na posameznih predstavah,
- vsaj 1 plesna delavnica,
- vsaj 2 pogovora z ustvarjalci po predstavi.

7.7.5. Mladinski pevski festival

Mladinski pevski festival bo v letu 2026 potekal med 31. 3. in 17. 4. 2026 in bo ponovno združil izbrane otroške, mladinske, dekliške in fantovske pevske zbore iz Slovenije ter tujine. Festival ohranja svojo bienalno obliko in poudarja kakovostno zborovsko poustvarjanje, strokovno izmenjavo ter povezovanje mladih pevcev in njihovih mentorjev. Udeležence bo na podlagi strokovnih kriterijev izbrala mednarodna žirija.
Program festivala vključuje tekmovalne nastope, samostojne koncertne predstavitve zborov po lastnem izboru, sodelovanje pri skupnem petju in zaključni koncert, na katerem se bo vsak zbor predstavil z glasbo, ki izhaja iz njegovega kulturnega okolja. Programska zasnova v letu 2026 dodatno krepi izobraževalni vidik, zato bo festivalsko dogajanje razširjeno z delavnicami, strokovnimi srečanji, revijalnimi nastopi in drugimi spremljevalnimi aktivnostmi, ki prispevajo k prenosu znanj, širjenju občinstva in večji vključenosti javnosti.
Poleg tekmovalnih nagrad bodo podeljena tudi posebna priznanja za izstopajoče dosežke, med drugim za: najboljšo programsko zasnovo, najboljšo izvedbo slovenske ljudske in umetne skladbe, prepričljiv odrski nastop, najbolj perspektivne debitantske zbore ter izjemen umetniški doprinos zborovodij.

Cilji festivala:

- krepitev mednarodne prepoznavnosti festivala in mesta Celje kot središča mladinskega zborovskega ustvarjanja,
- obogatitev programske zasnove s poudarkom na pedagoških in povezovalnih vsebinah,
- širitev dosega dogodka z neposrednim prenosom izbranih festivalskih vsebin in krepitvijo digitalne prisotnosti.

Ciljne skupine:

- otroški in mladinski pevski zbori ter njihovi mentorji,
- strokovna glasbena javnost in pedagogi,
- ljubitelji zborovske glasbe,
- izobraževalne ustanove,
- lokalno in regionalno prebivalstvo,
- tuji in domači obiskovalci kulturnih dogodkov.

Kazalniki:

- izvedba prenosa otvoritvenega koncerta v živo,
- povečanje števila spremljevalnih in izobraževalnih vsebin,
- rast digitalnega dosega in obiska spletnih kanalov festivala,
- večja mednarodna udeležba sodelujočih zborov,
- okrepljena prisotnost festivala na družbenih omrežjih skozi vse leto,
- zaznan pozitiven vpliv na obisk turistične destinacije v festivalskem času (prenočitve, TIC obisk).

7.7.6. Veronikina nagrada

ZCC je dolgoletni partner Hiše kulture Celje pri izvedbi branja nominiranih pesniških zbirk na Celjskem gradu in osrednje prireditve – podelitve Veronikine nagrade. Gre za nagrado za najboljšo pesniško zbirko preteklega leta, ki jo Mestna občina Celje podeljuje od leta 1997.
ZCC od leta 2023 podpira ureditev Veronikine izložbe v starem mestnem jedru, v letu 2026 pa pomaga pri iskanju nove lokacije ter njene ureditve.

Cilji:
- nadaljevati sodelovanje s Hišo kulture Celje,
- promovirati nagrado ter poezijo in jo približati širši publiki,
- nadaljevati z urejeanjem sicer prazne izložbe v starem mestnem jedru na temo Veronikine nagrade,
- sodelovati pri izvedbi branja nominiranih pesniških zbirk in podelitve Veronikine nagrade na Celjskem gradu.

7.7.7. Poletna muzejska noč

Poletna muzejska noč od leta 2002 predstavlja največjo promocijo slovenskih muzejev, galerij in drugih ustanov, ki pripravljajo programe s področja kulturne dediščine, umetnosti, kulture in zgodovine.
Tretjo junijsko soboto, tj. 20. 6. 2026, bodo od 18. ure dalje znova na široko odprta vrata kulturnih ustanov, ki bodo omogočalo vsesplošno dostopnost do sveta kulturne raznolikosti, zgodovine in umetnosti.

V okviru ZCC bodo potekale naslednje programske aktivnosti:
- brezplačen vstop v Celjski grad (od 18. do 21. ure),
- brezplačno kostumirano vodenje (ob 21. uri),
- dogodek v/pred GT 8 (v sodelovanju z gostujočim društvom/kulturnim ustvarjalcem).

V ZCC poskrbijo za ustrezno promocijo vseh dogodkov destinacije Celje na poletno muzejsko noč.

7.7.8. Dobimo se na vrtovih

Dogodek Dobimo se na vrtovih izpostavlja raznolikost in pomen zgodovinskih ter sodobnih parkov in vrtov po Evropi. Pobuda izhaja iz Francije, kjer se pod imenom Rendez-vous aux jardins organizira že več kot dve desetletji. V letu 2026 bo evropsko dogajanje potekalo med 5. in 7. junijem 2026, tema pa bodo Razgledi (Sight).

V Sloveniji nacionalno koordinacijo prevzema Arboretum Volčji Potok v partnerstvu z Ministrstvom za kulturo Francije, na lokalni ravni v Celju pa dogajanje usklajuje ZCC ob podpori Mestne občine Celje, ki sta hkrati tudi ključna organizatorja prireditev.

Sodelujoči partnerji: Zavod za varstvo kulturne dediščine Slovenije (OE Celje), Zavod za gozdove Slovenije (OE Celje), Zavod RS za varstvo narave (OE Celje) in Hiša kulture Celje.

Cilji projekta:

- približati različne tipe vrtov širšemu občinstvu in jih obogatiti z raznolikimi vsebinami,
- okrepiti sodelovanje med lokalnimi in strokovnimi institucijami,
- opozoriti na kulturno in zgodovinsko vrednost parkov in vrtov,
- poudariti pozitiven vpliv zelenih okolij na počutje in kakovost življenja,
- aktivno prispevati k vseevropski pobudi.

Ciljne skupine:
- prebivalci mesta in okoliškega podeželja,
- šolska mladina in vzgojno-izobraževalne skupine,
- družine,
- domači in tuji obiskovalci,
- ljubitelji narave, umetnosti in kulturne dediščine,
- odrasli in starejša populacija.

Kazalniki:
- povezati vsaj 5 organizacij in ustanov v skupno izvedbo projekta,
- izpeljati najmanj 5 dogodkov na 3 različnih lokacijah,
- zagotoviti, da se vsaj eno od prizorišč ohrani za prihodnje programske aktivnosti.

7.7.9. Ta veseli dan kulture

Ta veseli dan kulture je dan odprtih vrat slovenske kulture, ki ga je Ministrstvo za kulturo RS začelo leta 2000. Številne kulturne ustanove po vsej Sloveniji v spomin na obletnico rojstva pesnika Franceta Prešerna, ki se je rodil 3. decembra 1800, na ta dan široko odprejo svoja vrata in obiskovalce vabijo na brezplačne kulturno-umetniške dogodke (povzeto po https://www.gov.si/). Akciji se ZCC pridružuje z brezplačnim vstopom na Celjskih grad za posameznike po 14. uri.

Glavni cilji:
- pridobivanje publik, ki sicer ne zahajajo redno v galerije in muzeje,
- ozaveščanje o lokalni in nacionalni kulturni dediščini,
- povečanje dostopnosti kulturne dediščine,
- promocija aktualnih programov ZCC na področju kulture.

Kazalniki:
- 5 % več obiskovalcev v času brezplačnega vstopa na Celjski grad.

Ciljne skupine:
- splošna javnost,
- strokovne javnosti (pedagogi, umetniki, umetnostni zgodovinarji …).

7.7.10. Evropski teden kulturne dediščine in Teden kulturne dediščine

Dnevi evropske kulturne dediščine so skupna akcija številnih evropskih držav pod okriljem Sveta Evrope in Evropske komisije. Vsako leto je izbrana osrednja tema, s katero se skuša domači javnosti, Evropejcem in svetu predstaviti kulturno dediščino Evrope.

Ko bo nosilec programa v Sloveniji, Zavod za varstvo kulturne dediščine Slovenije, spomladi 2026 objavil temo leta in povabilo k sodelovanju, se bo ZCC znova pridružil z vsebinsko ustreznim dogodkom/prireditvijo.

7.7.11. Festival Fabula

V okviru Festivala Fabula 2026, ki bo v Celju potekal med 25. februarjem in 31. marcem 2026, ZCC sodeluje kot koproducent ter sooblikovalec festivalskega dogajanja v mestu. S svojo vlogo prispeva k izvedbi vsebin v javnem prostoru, razstavnem programu in organizacijski podpori festivala. V času trajanja festivala ZCC zagotavlja nastanitev za festivalsko ekipo in gostujoče ustvarjalce, s čimer omogoča nemoteno delo ter podpira rezidenčni in mednarodni značaj dogodka.
Poleg tega zavod zagotavlja tudi razstavni prostor v prostoru GT8, kjer bosta v skladu s festivalskim programom predstavljeni dve razstavi. ZCC sodeluje tudi pri izvedbi projekta Fabulina ulična razstava citatov, ki z umeščanjem literarnih vsebin v mestni prostor pomembno prispeva k večji prepoznavnosti festivala ter k aktivnemu vključevanju širše javnosti v kulturno dogajanje.

7.8. Drevesna hiša

Drevesna hiša v Mestnem gozdu se nahaja neposredno ob sprehajalnih poteh in predstavlja pomembno izobraževalno in kulturno središče za vse generacije. V njej se izvajajo različni tematski programi: pedagoški, umetniški, izobraževalni in glasbeni program ter program sproščanja in vrnitve k naravi. Za leto 2026 je ZCC skupaj s Zavodom za gozdove Slovenije, OI Celje določil osrednjo vsebinsko temo - rast/fotosinteza. Tema je predlagana s strani ZGS, OE Celje zaradi predvidene prijave na razpis Gozdnega sklada RS.

ZCC se bo v letu 2026 osredotočil na intenzivno promocijo lastnih dogodkov na Drevesni hiši, tako preko digitalnih komunikacijskih kanalov, kot tudi na sejemskih prireditvah. Poleg tega bo objekt vključeval v turistične produkte celotne destinacije, hkrati pa se bo nadaljevalo tudi trženje tematskih programov za vrtce, OŠ in SŠ.

Na Drevesni hiši bodo izvedene programske vsebine za otroke, na katerih bodo preko interaktivnih pravljic, praktičnih elementov, športnih aktivnosti ter gozdne pedagogike spoznavali pomen dreves, gozdnih živali in skrbi za okolje. Poleg tega bo tudi letos ponovno potekala šola preživetja v naravi.
Dogajanje na Drevesni hiši bo tudi v znamenju glasbe. V sodelovanju z društvom E-art bo potekal tradicionalni festival Prisluhi v Mestnem gozdu. Odprta bo tudi gozdna knjižnica Knjižni brlog. Novost bodo tudi delavnice slikanja v naravi.

Objekt bo odprt skladno z urnikom (od aprila do oktobra), v okviru katerega je v hiši prisotna dežurna oseba.

Glavni cilji:

- razviti nove programske vsebine za aktivne družine ter splošno javnost,
- tržiti tematskih programov za vrtce, OŠ in SŠ,

- aktivno promovirati lastne dogodke na socialnih omrežjih,
- dvigniti prepoznavnost Drevesne hiše kot zelene oaze sredi Mestnega gozda, kjer se odvijajo družinam, pohodnikom, otrokom, ljubiteljem narave prijazni dogodki,
- pozicionirati knjižnico Knjižni brlog v Drevesni hiši z namenom spodbujanja bralne kulture,
- vključevati objekt v turistično ponudbo mesta ter destinacije,
- pridobiti trajnostni znak zeleni ključ.

Kazalniki:

- promocija Drevesne hiše na vsaj 3 sejemskih in drugih dogodkih destinacije Celje in RDO Dežela Celjska,
- izvedba najmanj 15 dogodkov v različnih tematskih sklopih, od tega 5 v okviru rednega festivala Prisluhi v Mestnem gozdu,
- za 3 % povečati obiskanost Drevesne hiše,
- za 3 % povečati obiskanost posameznih dogodkov,
- za 3 % povečati povpraševanje in izvedbo tematskih programov za vrtce, OŠ in SŠ.

Ciljne skupine:

- aktivne družine,
- vrtci, OŠ in SŠ,
- seniorji,
- ljubitelji narave in sproščanja v naravi,
- ljubitelji glasbe,
- splošna javnost,
- ljubitelji knjig in branja, tako otroci kot odrasli ter družine.

7.8.1. Pedagoški program

Izvedba programskih vsebin za otroke in aktivne družine s poudarkom na gozdni pedagogiki v okviru katerih udeleženci spoznajo gozdnega otroka, ki jih popelje skozi gozd s petjem, pripovedovanjem zgodb, in gozdnih skrivnosti ter s praktičnimi nalogami. Tako na interaktiven način spoznajo raznolikost gozdov - narave, ravno tako pa tudi raznolikost njih samih - družbe.

Predstavitev Drevesne hiše v povezavi z Mestnim gozdom ter tematiko pomena ohranjanja gozdov ter gozdnih živali na osnovnih ter srednjih šolah; ciljna publika: učenci in pedagogi (možnost uporabe Drevesne hiše kot učilnice na prostem), v sodelovanju z Zavodom za gozdove RS, OE Celje.

7.8.2. Umetniški program

Umetniški program bo zajemal izvedbo vsebin za aktivne družine. Drevesna hiša je priljubljena izletniška točka za to ciljno skupino, zato bodo v program vključeni tako otroci kot tudi njihovi starši/skrbniki/spremljevalci.

Novost v programskih vsebinam bo fotografska delavnica, ki bo potekala v Drevesni hiši in v njeni okolici. Po koncu delavnice bo v Drevesni hiši pripravljena fotografsko razstavo izbranih del z delavnice.

7.8.3. Izobraževalni program

Stik z naravo in zmožnost preživetja v danih pogojih sta pomembni življenjski vrlini, zato bo tudi v novi sezoni izvedena šolo preživetja v naravi, v sklopu katere bodo udeleženci spoznavali identifikacijo rastlin in živali, ter praktične nasvete, povezane s prekuhavanjem vode, uporabnosti kompasa, pletenja vrvi …

Upravljanje Drevesne hiše, kot ene najbolj obiskanih turističnih znamenitosti Celja, je pomembno tudi z vidika varnosti obiskovalcev. Na odru pod Drevesno hišo bosta izvedeni dve izobraževalni delavnici na temo temeljnih postopkov oživljanja. Delavnici bosta primerni za vse generacije.

Del izobraževalnega programa bo tudi družinsko doživetje, ki bo vključevalo teoretični in praktični del. V sklopu teoretičnega dela bodo udeleženci na interaktiven način spoznavali pomen dreves, gozdov in gozdnih živali, nato pa se s pomočjo vseh članov družine preizkusili v nabiranju vej, izdelovanju praktičnih izdelkov ter preprostih športnih igrah. Izvedena bosta dva tovrstna dogodka.

7.8.4. Program sproščanja

Program sproščanja bodo, tako kot v preteklosti, predstavljale delavnice sprostitvenih tehnik, kot sta joga in meditacija.

7.8.5. Glasbeni program

Del glasbenega programa bo festival Prisluhni v Mestnem gozdu, ki bo praznoval 10. obletnico svojega obstoja. Izvedenih bo predvidoma 5 koncertov, ki bodo na programu v juniju. V počastitev 10. obletnice festivala bo organiziran dodaten dogodek, predvidoma ob odprtju festivala.

7.9. Spominska hiša Alme M. Karlin

Spominska hiša Alme M. Karlin je spominski muzej, hkrati pa zadnje bivališče izjemne Celjanke, popotnice, pisateljice in prevajalke Alme M. Karlin. V sklopu Sobotnic – individualnih vodenj in literarnih doživetij, ki se odvijajo v odpiralnem času (vse sobote od maja do septembra od 10.00 do 17.00, ob lepem vremenu), so obiskovalci deležni predstavitve spominske hiše, pisateljičinega življenja, njenih številnih del ter popotovanj. V odpiralnem času je na objektu prisotna dežurna oseba. Poleg varuhinje Spominske hiše, pisateljice, prevajalke in poznavalke Alminega življenja, Jerneje Jezernik, bodo za programske vsebine skrbeli tudi ostali licencirani vodniki za turistično destinacijo Celje.

V letu 2026 bo poudarek na intenzivni promociji vodenj ter ZCC dogodkov na Spominski hiši Alme M. Karlin, tako na področju digitalnih medijev, kot tudi na sejemskih prireditvah. Objekt bo vključen tudi v turistične produkte celotne destinacije.

Dogodki bodo organizirani v okviru dveh programskih sklopov, in sicer umetnost in literatura ter narava in raziskovanje.

Glavni cilji:

- približati Almo M. Karlin širši javnosti,
- začasna obogatiti Spominsko hišo z originalnimi predmeti Alme M. Karlin,
- revitalizirati kulturno dediščino,
- vključevati strokovno osebo, ki deluje kot vodnica in promotorka,
- vključevati turistične vodnike na območju MOC,
- promovirati programske vsebine,
- krepiti pozicioniranost Alme M. Karlin kot pomembne osebnosti mesta.

Kazalniki:

- 3 % večji obisk posameznih dogodkov v Spominski hiši Alme M. Karlin,
- 3 % večji obisk na vodenjih v Spominski hiši Alme M. Karlin,
- 3 % večji obisk Spominske hiše Alme M. Karlin,
- izvesti vsaj 2 dogodka v sodelovanju z Jernejo Jezernik,
- izvedeni vsaj 2 dodatni (interaktivni sprehod, koncert ali gledališka predstava) vsebini poleg vodenj.

Ciljne skupine:

- aktivne družine,
- pohodniki,
- ljubitelji literature,
- ljubitelji potovanj,
- poznavalci Alme M. Karlin,
- splošna javnost,
- družine, otroci, mladostniki,
- šolske skupine.

7.9.1. Umetnost in literatura

Na področju umetnosti in literature bodo vsako soboto od maja do septembra (v primeru lepega vremena) potekala individualna vodenja v izvedbi Jerneje Jezernik ter turističnih vodnikov za področje MOC.

Za vse generacije, željne raziskovanja in izobraževanja, bo organizirano predavanje ter kulinarično razvajanje na temo Alminih sledi na Japonskem.

Predvidena je izvedba Almine čajanke – literarnega večera na temo literarnih del Alme M. Karlin.

Za otroke, pohodnike in aktivne družine bo na ogled otroška lutkovna predstava Alma.

7.9.2. Narava in raziskovanje

Načrtovana je izvedba animiranega sprehoda v naravi z naslovom Gozdni lov na zaklad, kjer se bodo otroci s pomočjo ugank in namigov postopoma sprehodili od Drevesne do Spominske hiše Alme M. Karlin.

7.10. Kulinarika

7.10.1. Okusi Celja

ZCC je na podlagi temeljnih izhodišč, zapisanih leta 2018, in v želji lansiranja lastnih idejnih zasnov ter ob dejstvu, da je gostinska ponudba v Celju razdrobljena, slabo prepoznavna in premalo avtentična, sklenil, da izvedbo projekta Okusi Celja razdeli v več faz ter z aktivnostmi zasleduje kratko- in dolgoročne cilje.

Dolgoročni cilji:
- razviti visoko kakovostno, lokalno personalizirano in trajnostno naravnano gostinsko ponudbo,
- povečati turistični obisk v Celju zaradi edinstvene gostinske ponudbe,
- povečati potrošnjo za gostinsko ponudbo tako lokalnih, slovenskih, kot tujih gostov,
- promovirati lokalne kulinarične zvezd na lokalni, regionalni, nacionalni in mednarodni ravni,
- razviti enotne kulinarične blagovne znamke mesta Celje.

Kratkoročni cilji:
- voditi in strateško usmerjati povezovanje ponudnikov gostinskih storitev v Celju,
- spodbujati kreativnosti kulinaričnih mojstrov in edinstvenosti jedi,
- promovirati na trgu,
- gastronomska obogatiti doživetij druge vrste,
- dvigniti prepoznavnosti gostinske ponudbe v Celju,
- razvijati dogodke v mestnem jedru in na Celjskem gradu na področju gastronomije.

Partnerstvo Okusi Celja

V sodelovanju z zunanjimi strokovnjaki se izbere enega od sistemov certificiranja gastronomskih znamk v Sloveniji in začne z aktivnostmi za vzpostavitev lastne gastronomske znamke.
Do vzpostavitve te v partnerstvu Okusi Celja ostajajo: Miran Ojsteršek iz gostilne Oštirka, Marko Pavčnik iz bistroja Lalu in Sebastjan Grobelšek iz gostilne Koper.

Za potrebe turistov, t..i. foodijev, se pripravi celjski gastronomski vodnik (e- in/ali tiskana publikacija), ki vključuje tako že omenjene chefe, kot tudi druge gostinske ponudnike v destinaciji.

Festival Okusi Celja

ZCC bo v letu 2026 nadaljeval z organizacijo in izvedbo eno-gastronomskih uličnih dogodkov pod krovno znamko Okusi Celja.

Cilji:
- redno organizirati in izvajati ulične festivale Okusi Celja,
- zasledovati trajnostne smernice pri izvedbi festivalskega dogajanja,
- na podlagi evalvacije posameznega dogodka upoštevati ugotovitve pri izvedbi naslednjega dogodka,
- oplemeniti festivalsko dogajanje z glasbenim spremljevalnim programom,
- razširiti mrežo sodelujočih partnerjev,
- promovirati lokalne mestne ponudnike,
- promovirati sodobno ulično kulinariko,
- sooblikovati urbano vzdušje v starem mestnem jedru.

Kazalniki:
- organizacija in izvedba 1 uličnega festivala Okusi Celja (4. september 2026),
- organizacija in izvedba 1 butičnega gastronomskega dogodka Okusi Celja na edinstveni lokaciji (Celjski grad, cerkev, ipd.).
- uporaba povratne embalaže iz projekta Živi laboratoriji za Zero Waste,
- tehtanje ločeno zbranih odpadkov,
- vsaj 1x postavitev postaje za ločeno zbiranje odpadkov s svetovalci (sodelovanje s podjetjem Simbio),
- sodelovanje 3 ponudnikov iz projekta Okusi Celja in vsaj 2 drugih gostinskih ponudnikov,
- festivalsko dogajanje oplemenititi z glasbenimi, plesnimi in drugimi kulturnimi vsebinami ter vsebinami za otroke,
- vsaj 500 prodanih porcij na posameznem kulinaričnem dogodku,
- vsaj 1000 obiskovalcev na posameznem kulinaričnem dogodku,
- priprava in izvedba publikacije - celjski gastronomski vodnik (e- in/ali tiskana publikacija).

Prodajna kolekcija Okusi Celja

Cilji:
- oblikovati in prodajati darilne bone Okusi Celja (v sodelovanju s partnerji),
- prodajati in tržiti izdelke iz kolekcije Okusi Celja (lesene deske, jedilni pribor, posode …),
- ustvariti nove foto in video vsebine na temo gastronomije za promocijo znamke, kulinaričnih chefov in celjske kulinarike nasploh.

7.10.2. Festival Rol.Ce & Vin.Ce

Celjska čokoladna rolca je prepoznaven lokalni gastronomski izdelek, ki ima potencial postati sladki simbol mesta Celje. Festival Rol.ce & Vin.ce, ki je bil v preteklih letih glavno promocijsko orodje rolce, se je z leti vsebinsko premaknil preveč v smer vinske prireditve, kar zmanjšuje

vidnost in pomen osnovnega produkta – rolce. Vino ostaja del festivala, vendar v vlogi kurirane strokovne podpore (vin.ce), ne nosilca dogodka.
Za dolgoročno ohranitev identitete dogodka in izdelka je potreben strateški premik od enkratnega festivala k celoletni platformi promocije rolce, pri čemer festival ostaja vrhunec dogajanja.

Termin: celo leto 2026
- vključevanje rolce v mestno in turistično ponudbo (pomlad),
- Mesec celjske čokoladne rolce (maj) in rolca kot protokolarno darilo,
- Poletje kot »teaser« napovedi festivala,
- Festival Rol.ce & Vin.ce (19. 9. 2025 ali 26. 9. 2025),
- rolca kot adventno darilo (december).

Partnerji: druščina Vin.Ce, pekarna Rolca, slaščičarna Zvezda, pekarna Geršak, Hotel Evropa, Tehnopark Celje, SIC Alme M. Karlin in Mestna četrt Celje center.

Cilji:
- utrditi celjsko čokoladno rolco kot lokalni simbol in turistični produkt,
- celjska rolca postane protokolarno darilo MOC v enotni embalaži,
- zagotoviti jasno razlikovanje festivala rol.ce & vin.ce od vinskih dogodkov,
- ohraniti sodelovanje z druščino vin.ce v strokovni vlogi kot kuratorji,
- povečati doseg in raznolikost obiskovalcev (družine, turisti, prebivalci),
- zagotoviti trajnosten, izvedljiv model celoletne promocije rolce,
- zmanjšati podobnost z dogodkom Dobrodošlo vino.

Ciljne skupine:
- odrasli iz vplivnega območja regije,
- družine,
- foodiji,
- domači in
- tuji turisti.

Kazalniki:
- vsaj enako število obiskovalcev glede na leto 2025,
- vsaj enako število ponudnikov rolce,
- največ 20 % manj prodanih rolc glede na leto 2025,
- povečana stopnja zadovoljstva med ponudniki rolce glede na leto 2025 (anketa).

7.10.3. DOBROdošlo vino

Termin: 7. 11. 2026.
Partner: Druščina Vin.Ce.

Cilji:
- potencialne obiskovalce mesta nagovoriti s tematsko obarvanim dogajanjem,
- vključitev eno-gastronomske ponudbe v programsko dogajanje,

- pritegniti nove obiskovalce.

Ciljne skupine:
- odrasli z vplivnega območja regije,
- prebivalci starega mestnega jedra.

Aktivnosti:
- tematsko obarvane programske vsebine,
- vključitev mestnih ponudnikov v programske vsebine,
- vključitev drugih zainteresiranih deležnikov v dogajanje (dijaki, društva …).

Kazalniki:

- vsaj enako število sodelujočih vinarjev glede na leto 2025,
- vsaj enako število obiskovalcev glede na leto 2025,
- vključitev vsaj 2 novih mestnih ponudnikov v programske vsebine,
- vključitev vsaj 2 novih zainteresiranih deležnikov v dogajanje.

7.10.4. Drugi gastronomski dogodki

Vikend stejkov (delovni naslov)
ZCC poda mestnemu gostincu Gostilna in pivnica Stari Pisker pobudo o organiziranju kulinaričnega vikenda v znamenju stejkov.
Predlog termina: maj 2026

Karavana okusov
Termin: 2.–4. 10. 2026

7.11. Mestni marketing

Naloge in aktivnosti mestnega marketinga se navezujejo na komuniciranje s podjetniki in vsemi ostalimi deležniki starega mestnega jedra, spodbujanje investicij in zapolnitev praznih poslovnih prostorov, skupne promocijske aktivnosti ponudnikov, aktivnosti delovanja darilnih bonov za staro mestno jedro ter aktivnosti mestnega marketinga na področju prireditvenega marketinga.
Mestni marketing zavoda v okviru svojih pristojnosti opravlja delo tudi na terenu in pomaga mestnim ponudnikom pri reševanju vsakodnevnih izzivov, jih napotuje na ustrezne strokovne službe ter podaja informacije in predloge Mestni občini Celje glede problematike v mestnem jedru.
Staro mestno jedro Celja je ključni identitetni in gospodarski prostor mesta – stičišče lokalnih storitev, trgovine, gostinstva, kulture in doživetij. V zadnjih letih pa se tudi v Celju vse bolj kažejo trendi, s katerimi se soočajo številna srednje velika in manjša evropska mesta: spremembe nakupovalnih navad, selitev potrošnje na obrobne nakupovalne lokacije in splet ter posledično upad vsakodnevnega obiska mestnih središč. Ti procesi povečujejo pritisk na tradicionalne trgovske dejavnosti in vplivajo na splošno vitalnost mestnega jedra.
Ključni izzivi, s katerimi se staro mestno jedro Celja sooča so: prazni pritlični poslovni prostori, zapiranje trgovin predvsem z oblačili ter premalo nakupovalcev oziroma nezadostna frekvenca

obiskovalcev v določenih delih mestnega jedra. Prazni lokali ne pomenijo le izgubljenega gospodarskega potenciala, temveč tudi vizualni in psihološki učinek: zmanjšujejo občutek živahnosti, slabijo privlačnost lokacije za obisk, znižujejo zaupanje potencialnih investitorjev ter otežujejo odločitev novih ponudnikov za vstop v središče.

Zato plan dela mestnega marketinga 2026 izhaja iz potrebe po ponovnem oživljanju pritličnih poslovnih prostorov in krepitvi razlogov za obisk starega mestnega jedra – skozi usklajene vsebine, podporo lokalnim ponudnikom in aktivno politiko zapolnjevanja praznih prostorov. Poseben poudarek je namenjen kratkoročnim in začasnim oblikam rabe (npr. pop-up trgovine, razstavno-prodajne točke, sezonske ponudbe), ki lahko hitro povečajo dinamiko ulice, zmanjšajo percepcijo praznine in ustvarijo pogoje za trajnejše najeme.

V strategiji za razvoj mestnega jedra, veljavni do 2020, sta osnovna strateška cilja za razvoj starega mestnega jedra povečati pestrost ponudbe in dvigniti kakovost bivanja v starem mestnem jedru. Specifični cilji posameznih področjih pa se osredotočajo na področja trgovine, gastronomije, prireditev in urbanega razvoja starega mestnega jedra.
Strateški cilji za leto 2026 so usklajeni tudi s Strateškim načrtom ZCC za obdobje 2026-2030. Podrobno o ciljih sledi v naslednjem poglavju. Je pa pomembna točka plana dela za leto 2026 tudi izdelava strateškega dokumenta za razvoj starega mestnega jedra za naslednje obdobje.

7.11.1. Strateški in specifični cilji v 2026

Cilj 1: Povečati raznolikost in kakovost ponudbe v starem mestnem jedru Celja

Aktivnosti:
- privabljanje novih trgovskih, kulinaričnih, obrtniških in kreativnih ponudnikov,
- izvajanje skupnih projektov z mestnimi ponudniki,
- organizacija izobraževanj za mestne ponudnike (marketing, digitalne veščine, kakovost storitev, vizualna podoba …),
- usklajevanje obratovalnih časov mestnih ponudnikov,
- izvajanje programov podpore mestnim podjetnikom in ustvarjalcem.

Ciljne skupine:
- mestni ponudniki,
- zainteresirani investitorji iz Slovenije in tujine,
- prebivalci Celja,
- domači obiskovalci,
- domači in tuji turisti.

Kazalniki:
- 2 nova mestna ponudnika v letu 2026,
- izvedba vsaj 5 skupnih projektov z mestnimi ponudniki v letu 2025,
- vsaj 30 mestnih ponudnikov z usklajenim obratovalnim časom v Pravljičnem Celju 2026,
- vsaj 3 izvedena izobraževanja v letu 2026.

Cilj 2: Razvijati trajnostne in digitalne pristope v mestnem marketingu

Aktivnosti:
- vzpostavitev digitalne platforme za mestno ponudbo, dogodke in darilne bone,
- digitalizacija sistema darilnih bonov Dobimo se v mestu,
- razvoj trajnostnih in okolju prijaznih dogodkov,
- spodbujanje začasne rabe praznih prostorov za kreativne projekte in pop-up trgovine.

Ciljne skupine:
- mestni ponudniki,
- zainteresirani investitorji iz Slovenije in tujine,
- prebivalci Celja,
- domači obiskovalci,
- domači in tuji turisti.

Kazalniki:
- 10 % več digitalno prodanih darilnih bonov kot v letu 2025,
- 5 trajnostno izvedenih dogodkov v mestnem jedru v letu 2026,
- 50 % zasedenost prostorov za začasno rabo v letu 2026.

Cilj 3: Krepiti identiteto in prepoznavnost Celja

Aktivnosti:
- inovativno znamčenje mestnih ulic in trgov,
- izvedba strateških promocijskih kampanj na regionalnem, nacionalnem in
- mednarodnem nivoju,
- povezovanje kulturne dediščine z inovativnimi vsebinami (kulturni turizem, festivali).

Ciljne skupine:
- prebivalci Celja,
- obiskovalci iz regije,
- domači in tuji turisti,
- mestni ponudniki in ustvarjalci,
- kulturne institucije.

Kazalniki:
- 10 % povečanje dosega promocijskih kampanj v primerjavi z 2025,
- vsaj 1 nov celjski produkt v letu 2026.

Cilj 4: Izboljšati kakovost bivanja in doživetij v mestnem središču

Aktivnosti:
- ureditev prijazne urbane opreme in zelenih površin (ZCC kot predlagatelj MOC-u),
- razvoj novih peš con in izboljšanje dostopnosti (ZCC kot predlagatelj MOC-u),
- organizacija prireditev za različne ciljne skupine (družine, mladi, prebivalci, turisti),
- vzpostavljanje partnerstev za soustvarjanje festivalske in prireditvene ponudbe.

Ciljne skupine:

- prebivalci Celja,
- obiskovalci iz regije,
- domači in tuji turisti,
- mestni ponudniki in ustvarjalci.

Kazalniki:
- vsaj 2 novi ureditvi letno v mestnem jedru,
- 5 % rast obiskanost prireditev po ciljnih skupinah glede na leto 2025,
- povečano zadovoljstvo prebivalcev in obiskovalcev mestnega jedra glede na leto 2025 (anketa).

Cilj 5: Okrepiti sodelovanje deležnikov in skupnosti

Aktivnosti:
- uvedba participativnega pristopa k soustvarjanju projektov (delavnice, posveti, participativni proračun),
- redna komunikacija in mreženje z deležniki (trgovci, gostinci, prebivalci, investitorji),
- povezovanje z drugimi slovenskimi in tujimi mesti ter mrežami mestnega marketinga.

Ciljne skupine:
- mestni ponudniki,
- prebivalci mestnega jedra,
- prebivalci Mestne občine Celje,
- potencialni investitorji.

Kazalniki:
- najmanj 50 aktivnih mestnih ponudnikov na digitalnih omrežjih destinacije VisitCelje,
- vsaj 1 nov sodelujoč partner na posameznem dogodku,
- vsaj 2 novi sodelovanji na nacionalni ravni v letu 2026.

7.11.2. Programske vsebine

7.11.2.1. Jutranje kave in srečanja z mestnimi ponudniki

Od leta 2024 organizira mestni marketing jutranje kave z mestnimi ponudniki, vsakič na drugi lokaciji v mestnem jedru, tudi pri novih ponudnikih, ki se na tak način predstavijo ostalim, ter vsakič z novo temo za obravnavo. Slednje so izbrane na podlagi ankete in opredelitve prioritetnih področij, ki jih kot takšne opredeljujejo mestni ponudniki.

Termin: celo leto 2026.

Cilji:
- izvedba 3 jutranjih kav (vključno z usposabljanjem),
- prepoznavanje in obravnava aktualne tematike v mestnem jedru,
- redno komuniciranje in izmenjava informacij s pomočjo spletne aplikacije,
- spodbujanje sodelovanje med mestnimi ponudniki.

Ciljne skupine:

- mestni ponudniki.

Kazalniki:

- najmanj 3 izvedene jutranje kave (vključno z usposabljanjem),
- povprečno 20 prisotnih ponudnikov na posameznem srečanju.

7.11.2.2. Izdelava nove strategije za razvoj mestnega jedra

Mestna občina Celje je v okviru projekta EPOurban pripravila in sprejela Strategijo razvoja starega mestnega jedra Celja za obdobje 2015–2020. Ker se je strateško obdobje zaključilo in so se vmes spremenile razvojne potrebe, tržni pogoji, demografski trendi ter pristopi k

oživljanju mestnih središč, je v letu 2026 predvidena priprava novega strateškega dokumenta (ali novelacija obstoječe strategije).
Novi dokument bo vseboval tudi akcijski načrt z opredeljenimi ukrepi, terminskim načrtom, viri financiranja ter pristojnostmi oziroma odgovornostmi posameznih služb za izvajanje ukrepov.
Mestni marketing zavoda bo sodeloval pri pripravi dokumenta v skladu s svojimi pristojnostmi in v okviru širše delovne skupine, vodene s strani Mestne občine Celje.
Zavod CELEIA Celje v proračunu sredstev nima zagotovljenih, v primeru potrditve dodatnega financiranja s strani Mestne občine Celje ali zunanjega vira financiranja bo projekt šel v izvedbo v letu 2026.

Termin: celo leto 2026.

Cilji:

- izbrati zunanjega izvajalca za pripravo strateškega dokumenta,
- pripraviti usklajen strateški dokument za razvoj starega mestnega jedra Celja z jasno vizijo, prednostnimi področji in merljivimi cilji,
- oblikovati izvedljiv akcijski načrt (kratkoročno/srednjeročno) z nosilci nalog in mehanizmi spremljanja,
- vključiti ključne deležnike (prebivalci, gospodarstvo, lastniki nepremičnin, institucije) ter zagotoviti podporo za izvedbo ukrepov.

Aktivnosti:

- pregled in vrednotenje strategije 2015–2020 (dosežki, izzivi) ter analiza stanja (prostor, gospodarstvo, mobilnost, javni prostor, stanovanjska problematika, turizem, kultura),
- priprava osnutka strateških ciljev in razvojnih prioritet (delavnice, delovne skupine, posveti),
- oblikovanje akcijskega načrta: opredelitev ukrepov, časovnice, okvirnih stroškov, virov financiranja ter odgovornosti posameznih služb,
- medresorsko usklajevanje znotraj občinske uprave in usklajevanje z zunanjimi deležniki,
- spremljanje in priprava predloga sistema kazalnikov ter poročanja (letno spremljanje izvedbe akcijskega načrta),
- priprava končnega predloga dokumenta in izvedba postopkov potrditve.

Ciljne skupine:

- poslovni subjekti v mestnem jedru (trgovina, storitve, gostinstvo, turizem, kreativne dejavnosti),
- prebivalci starega mestnega jedra in širše Mestne občine Celje,
- lastniki in upravljavci nepremičnin ter investitorji,
- javne institucije in organizacije (kultura, izobraževanje, turizem, nevladne organizacije),
- obiskovalci in turisti.

Kazalniki:

- izdelan in usklajen strateški dokument (osnutek + končna verzija) ter sprejet akcijski načrt z določenimi nosilci,
- število izvedenih vključevanj deležnikov (delavnice/posveti) in število sodelujočih,

- število opredeljenih ukrepov z jasno določenimi odgovornostmi, roki in viri financiranja.

7.11.2.3. Model Pop-Up prostorov

Namen ukrepa je zmanjšati učinek praznine v mestnem jedru in povečati živahnost ulic z začasno rabo praznih uličnih pritličnih poslovnih prostorov (1–3 mesece/sezonsko), ob tem pa ustvariti prehod v dolgoročne najeme. Ukrep je možno zagotoviti le z vključitvijo Mestne občine Celje, mestni marketing zavoda pa se vključuje kot predlagatelj in partner v projektu. POP-UP prostori bodo vključeni v enotno grafiko programa in osnovno enotno ureditev izložb ter označeni po mestu z usmerjevalnimi elementi (npr. kubusi). Dodatno se bodo lokacije promovirale z zemljevidom aktivnih lokacij, objavami na kanalih Mestne občine Celje in zavoda, s skupnim odprtjem vsakega cikla in vključevanjem v dogodke v mestnem jedru.

Največje tveganje predstavlja morebitna nepripravljenost lastnikov po oddaji ter morebitno premajhno število kakovostnih prijav.

Termin: celo leto 2026.

Cilji:

- aktivirati izbrane prazne lokale z začasnimi vsebinami, ki povečajo obisk in izboljšajo podobo ulic,
- vzpostaviti kontaktno točko (koordinatorja),
- uvesti standardiziran proces prijave (lastniki + interesenti),
- uvesti standardizirano kratkoročno pogodbo (1–3 mesece),
- izvesti 4 tematske cikle, vezane na letne čase s skupno promocijo.

Ciljne skupine:

- lastniki praznih lokalov (zasebni/javni) v mestnem jedru,
- pop-up izvajalci: podjetja, lokalni ustvarjalci, obrtniki, socialna podjetja, kulturni producenti, startupi,
- obiskovalci in obstoječi ponudniki v mestnem jedru.

Aktivnosti:

- vzpostavitev sistema z imenovanjem koordinatorja + delovna skupina (MOC + partnerji),
- ažuriranje popisa praznih pritličij in izbor “pilotnih” lokacij (3–5),
- priprava: standardna pogodba, seznam minimalnih pogojev, obrazci prijave,
- javni poziv za lastnike in poziv za pop-up izvajalce (z izborom po merilih).
- izvedba 4 ciklov:
    - pomlad (april–maj): npr.: ‘’Narejeno v Celju” (darila, lokalni oblikovalci),
    - poletje (junij–avgust): razstave + prodaja,
    - jesen (september–november): domače znamke, trajnost, nazaj v šolo …
    - december: praznični pop-upi + darilni butiki,
- konec leta 2026 evalvacija in predlog za 2027.

Partnerji:
- Mestna občina Celje kot nosilec,
- Zavod CELEIA Celje,
- Inkubator Savinjske regije,
- Obrtna zbornica Slovenije,
- Gospodarska zbornica Slovenije,
- lastniki nepremičnin.

Kazalniki:
- aktivirani lokali: vsaj 3 na cikel,
- pop-up izvajalci: vsaj 8,
- dnevi odprtja: vsaj 100 dni na prostor,
- izvedeni cikli: 4,
- povečanje zadovoljstva lastnikov in izvajalcev po vsakem izvedenem ciklu in po letnem obdobju (ankete),
- prehodi v daljši najem v 6–12 mesecih po pop-upu: vsaj 1.

7.11.2.4. Upravljanje s prostorom začasne rabe GT8

ZCC ima od septembra 2023 v upravljanju pritlični ulični poslovni prostor na Glavnem trgu 8 v lastništvu Mestne občine Celje, ki ga vsakoletno z javnim pozivom oddaja v začasno rabo zainteresiranim deležnikom v okviru pogojev in kriterijev poziva.
Prostor je bil nekaj let prazen, z začasno rabo pa je zaživel in pomembno vpliva na dvig uporabne, družbene, gospodarske in kulturne vrednosti samega prostora in njegove okolice.

Termin: celo leto 2026.

Cilji:
- spodbujati izvirne in kakovostne umetniške produkcije ustvarjalcev,
- omogočiti predstavitev umetniških in drugih projektov, ki so pomembni za promocijo Celja,
- povečati dostopnosti javnih kulturnih dobrin občinstvu,
- spodbujati predstavitve kreativnih projektov iz drugih področij (podjetništvo, šport, izobraževanje, mladinska dejavnost, medgeneracijski projekti …), katerih vsebina se nanaša na različne vidike mestnega življenja.

Aktivnosti:
- objaviti javni poziv za uporabo prostora začasne rabe GT8,
- pripraviti in objaviti koledar dogodkov v GT8,
- enotno komunicirati in promovirati dogodke v GT8.

Ciljne skupine:
- javni in zasebni ponudniki kulturnih in umetniških produkcij,
- ljubiteljska društva,
- javne institucije,
- podjetniki,

- ponudniki ostalih programov (mladinski, humanitarni, socialni ...),
- mestni ponudniki.

Kazalniki:
- vsaj 12 izvedenih projektov prijavljenih na poziv,
- vsaj 50 % zasedenost prostora,
- vsaj 3 lastni/partnerski izvedeni projekti,
- vsaj 700 obiskovalcev na lastnih/partnerskih dogodkih.

7.11.2.5. Dnevi dizajna Celje s podznamko RECI

S programskimi vsebinami Dnevov dizajna Celje bodo s podznamko RECI v formatu delavnic, okroglih miz, showroomov, pogovorov, pop-up instalacij, ipd. naslovljene raznolike trajnostne prakse (recikliranjem materialov, umetniško ustvarjanje iz odpadnih materialov, redizajn izdelkov, trajnostno oblikovanje v modni industriji, trajnostni koncepti marketinga, upcyling oblačil …).
Namen dogodkov DDC:RECI bo izpostaviti trajnostno produkcijo, ki že obstaja, spodbujati krožno gospodarstvo znotraj kulturnega sektorja in medsektorsko (umetniki, ustvarjalci kreativnega sektorja, arhitekti, urbanisti, kustosi, srednješolci in njihovi mentorji, modni kreatorji …) ter ozaveščati tako strokovne kot splošne javnosti o zelenem prehodu, ohranjanju kulturne dediščine ter pomenu trajnostnih vrednot v različnih umetniških in kreativnih izrazih.
Program bo potekal v prostoru začasne rabe GT8 (Glavni trg 8) in na prostem na Glavnem trgu.

Termin: 19.–23. 5. 2026.

Partnerji: Špela Strašek – Boho Headwear, V.S. produkcija, Srednja šola za storitvene dejavnosti in logistiko – smer oblikovanje.

Cilji:
- združiti različne dogodke pod krovno znamko in jih povezati v celoto,
- poudarek na trajnostni produkciji,
- izobraževanje obiskovalcev in ponudnikov o trajnostni modi in dizajnu,
- pritegniti širšo publiko na različne dogodke.

Ciljne skupine:
- prebivalci Celja in vplivnega območja regije,
- ljubitelji dizajna,
- mestni ponudniki,
- mladi oblikovalci in ostali ustvarjalci.

Kazalniki:
- porast števila obiskovalcev Dnevov dizajna Celju za najmanj 3% v primerjavi z letom 2025,
- vsaj 1 več izveden spremljevalni dogodek v primerjavi z letom 2025,
- porast social media angažmaja sledilcev za najmanj 3% v primerjavi z letom 2025,
- najmanj 2 izvedena modna dogodka.

7.11.2.6. Čarobnost mestnih trgov

Modna revija Čarobnost mestnih trgov bo tretjič zapored potekala v okviru Dnevov dizajna Celje.

Termin: 21. 5. 2026

Cilji:
- nadaljevati s tradicijo organizacije dogodka,
- organizacija in izvedba dogodka na Glavnem trgu,
- nadaljevati s povezovanjem mestnih ustvarjalcev, gostincev, trgovcev,
- nove atraktivne vsebine za obstoječe in nove obiskovalce in druženje zainteresiranega občinstva,
- finančno participativno sodelovanje zainteresiranih podjetnikov,
- partnersko sodelovanje gostinskih lokalov na lokaciji,
- prodaja kolekcij predstavljenih na modni reviji skozi show -room v GT8 (med 26. 5. in 30. 5. 2026),
- spremljevalni program na Glavnem trgu 8 v okviru Dnevov dizajna Celje.

Partnerji:
- Zavod Celeia, V.S. produkcija, Kreativni marketing.

Ciljne skupine:
- odrasli iz vplivnega območja regije,
- prebivalci mestnega jedra,
- mestni ponudniki,
- ljubitelji mode.

Kazalniki:
- 10 % več obiskovalcev v primerjavi z letom 2025,
- 5 % več sodelujočih ponudnikov na dogodku v primerjavi z letom 2025,
- povečana prodaja predstavljenih kolekcij sodelujočih ponudnikov v POP-up show roomu na Glavnem trgu 8 glede na teden prej,
- 5 % večji prihodki iz naslova finančne participacije kot leta 2025.

7.11.2.7. Otroška modna revija Najbolj očarljiva ulica v mestu

Projekt sovpada z rojstnim dnem otroških trgovinic Hajdi.si in 4Kids na lokaciji. Sodelujoči ponudniki finančno participirajo v projekt, gostinci pa sodelujejo v projektu kot gostitelji.

Termin: 29. 8. 2026 ali 5. 9. 2026.

Partnerji:
- V.S. produkcija,
- Hajdi.si,
- 4Kids.

Cilji:
- nadaljevati s tradicijo dogodka, ki se s ponudniki na Stanetovi ulici izvaja od leta 2017,
- ohraniti format otroške modne revije s spremljevalnim glasbenim in plesnim programom,
- promocija otroških trgovin v ulici,
- finančno participativno sodelovanje ponudnikov,
- partnersko sodelovanje gostincev na lokaciji,
- atraktivne vsebine za obstoječe in nove obiskovalce in druženje zainteresiranega občinstva.

Ciljne skupine:
- družine z otroki iz vplivnega območja regije,
- prebivalci mestnega jedra,
- mestni ponudniki,
- ljubitelji mode.

Kazalniki:
- vsaj 1 sodelujoči ponudnik mode več v primerjavi z letom 2025,
- 10 % več obiskovalcev v primerjavi z letom 2025,
- povečanje stopnje zadovoljstva pri sodelujočih ponudnikih v primerjavi z letom 2025.

7.11.2.8. Spletna predstavitev ponudnikov na digitalnih omrežjih Visit Celje

Spletna stran Visit Celje bo v letu 2026 doživela korenito prenovo. Na njej bo na voljo tudi platforma za predstavitev mestnih ponudnikov. V mestnem jedru je veliko število manjših ponudnikov, ki nimajo svojih spletnih promocijskih orodij, zato so predstavitve na destinacijski spletni strani za njih še posebej pomembne in koristne.

Termin: celo leto 2026.

Partnerji: vsi zainteresirani ponudniki v mestnem jedru.

Cilji:
- možnost brezplačne predstavitve zainteresiranim mestnim ponudnikom,
- nova promocijska orodja za mestne ponudnike,
- spremljanje in analiza obiska spletnih klikov posameznih ponudnikov.

Ciljne skupine:
- mestni ponudniki,
- prebivalci Celja,
- ljubitelji mode iz Slovenije,
- ljubitelji kulinarike iz Slovenije in tujine,
- obiskovalci iz vplivnega območja regije.

Kazalniki:
- najmanj 50 vnesenih ponudnikov na spletni strani,

- najmanj 10 klikov na ponudnika na spletni strani.

7.11.2.9. Upravljanje s sistemom darilnih bonov Dobimo se v mestu

ZCC od decembra 2016 izdaja skupne mestne darilne bone Dobimo se v mestu z namenom predvsem manjšim podjetjem (trgovcem, gostincem, frizerjem, obrtnikom in ostalim) pomagati, da s pomočjo mestnih bonov pridobijo instrument za povečanje prodaje in pridobivanje lojalnosti kupcev. Darilni boni so unovčljivi pri partnerjih v starem mestnem jedru, pri vseh ponudnikih, ki želijo sodelovati in nudijo storitve za plačilo ter imajo z zavodom sklenjeno pogodbo za uporabo aplikacije in sistema darilnih bonov.

Izdajatelj bonov je ZCC, prodajno mesto je Turistično informacijski center na Glavnem trgu 17. Od leta 2021 je bone mogoče kupiti tudi preko spletne strani visitcelje.eu.

Ker aplikacija deluje preko spleta, ni potrebnih posegov v sistem posameznega partnerja, zato je zanimiva tudi za tiste, ki imajo svoje, večje sisteme in svoje darilne bone (DM, Mercator, Engrotuš, Metro d.d. …).

Aktivnosti mestnega marketinga v letu 2026 se bodo nanašale na prenovo grafične podobe, digitalizacijo, komunikacijo/pridobivanje novih potencialnih ponudnikov, skupne promocijske aktivnosti ponudnikov darilnih bonov in oglaševanje prodaje darilnih bonov preko različnih promocijskih kanalov.

Termin: celo leto.

Cilji:
- prenova vizualne grafične podobe darilnih bonov,
- povečati število ponudnikov darilnih bonov za 2,
- povečati število kulinaričnih ponudnikov za 5 %,
- povečati prodajo darilnih bonov za 5 %,
- povečati prodajo spletnih darilnih bonov za 10 %,
- k nakupu spodbujati celjska podjetja in institucije,
- promovirati darilne bone in ponudnike.

Ciljne skupine:
- vsi zainteresirani ponudniki v mestnem jedru,
- prebivalci Celja,
- široka populacija iz vplivnega območja regije,
- podjetja in institucije iz Celja.

Kazalniki:
- povečanje število ponudnikov darilnih bonov za 2,
- povečanje števila kulinaričnih ponudnikov darilnih bonov za 5 %,
- povečanje prodajo darilnih bonov za 5 %,
- povečanje prodajo spletnih darilnih bonov za 10 %.

7.11.2.10. Promocijska kampanja – Počitnice

Namen promocijske kampanje je predvsem povezati različne institucije in ostale ponudnike, ki pripravljajo vsebine za otroke in mladino z mrežo počitniških doživetij z medsebojno usklajenimi urniki doživetij ter na ta način ponuditi zainteresiranim obiskovalcem enostavno in pregledno informacijo na enem mestu.

Termin:
- zimske počitnice: 14. 2.–22. 2. 2026 (Ljubljana in zahodni del Slovenije), 21. 2.–1. 3. 2026 (Vzhodni del Slovenije),
- krompirjeve počitnice: 24. 10.–1. 11. 2026.

Partnerji:
- MNZC, PMC, MCC, OKC, Tehnopark, ZPO Celje.

Cilji:
- končnim uporabnikom prijazen zbirnik informacij o počitniških doživetjih v Celju,
- spodbujanje k zanimivemu preživljanju počitniških dni v mestnem jedru,
- online in offline promocijska kampanja pod sloganom V Celje po Veselje.

Ciljne skupine:
- družine iz vplivnega območja regije,
- otroci in mladina.

Kazalniki:
- 2 izdelana zbirnika dogodkov za zimske in jesenske počitnice,
- 10 % več ogledov za posamezno social kampanjo,
- vsaj enako število obiskovalcev kot leta 2025.

7.11.2.11. Niz dogodkov V Celje po Veselje

V letu 2026 se bodo zabavni torki za družine pričeli že v spomladanskih mesecih in zaključili v oktobru. V vsebino bodo vključene celjske institucije in lokalni ustvarjalci z delavnicami, animacijskim programom in spremljevalno kulinarično in ostalo ponudbo mestnih ponudnikov ter nagradnimi žrebanji za nakupe v mestnem jedru.

Termini: 5. 5., 12. 5., 19. 5., 29. 9., 6. 10., 13. 10. 20. 10. 2026 med 16.00 in 18.00.

Partnerji: PMC, MNZC, MCC, Tehnopark, OKC, SLG, Gledališče Zarja, ljubiteljska kulturna društva, celjski športni klubi …

Cilji:
- potencialne obiskovalce mesta nagovoriti z nizom dogodkov, ki postanejo stalnica v mestnem jedru,
- pritegniti nove obiskovalce,
- prebivalce mestnega jedra spodbuditi k preživljanju prostega časa v mestu,

- ponuditi kakovosten in atraktiven program vsebin (ob torkih od 16.00 do 18.00): ustvarjalne delavnice, animacijski program, sodelovanja z gostinci.

Ciljne skupine:
- družine z otroki,
- prebivalci starega mestnega jedra.

Kazalniki:
- vsaj 7 izvedenih zabavnih torkov za družine,
- 5 % več obiskovalcev dogodkov glede na leto 2025 (povprečno na dogodek),
- vsaj 1 nov sodelujoč partner na posameznem dogodku.

7.11.2.12. Digitalne kampanje za mestne ponudnike

Skozi leto 2026 se bodo izvedle promocijske kampanje za mestne ponudnike. Spomladi bo lansirana kampanja Dobimo se v mestu. Razvajaj se!, sledijo poletna in jesenska kampanja ter zimska v okviru Pravljičnega Celja 2026.
Mestni marketing bo spodbujal mestne ponudnike, da pripravijo zanimive materiale (video, fotografije) za objave na digitalnih omrežjih destinacije Visit Celje in kampanjo izpeljal kot celovito zgodbo v navezavi z ostalimi vsebinami zavoda. Mestni ponudniki bodo vabljeni vsaj na 1 dogodek v organizaciji ZCC s področja digitalnega marketinga in pridobivanja kompetenc ter dobrih praks na omenjenih področjih.

Termin: celo leto 2026.

Partnerji: Zavod Celeia Celje, mestni ponudniki, strokovnjaki s področja digitalnega komuniciranja.

Cilji:
- aktivacija mestnih ponudnikov k uporabi digitalnih orodij,
- motiviranje novih mestnih ponudnikov k uporabi digitalnih orodij (v povezavi z izobraževanji),
- večja prepoznavnost mestnih ponudnikov v okviru destinacijske znamke Visit Celje.

Ciljne skupine:
- mestni ponudniki,
- domači in tuji turisti.

Kazalniki:
- vsaj 1 izvedeno izobraževanje na temo digitalnega marketinga,
- 5 % več kampanj na digitalnih omrežjih destinacije Visit Celje,
- 5 % več aktivnih mestnih ponudnikov na digitalnih omrežjih destinacije Visit Celje,
- 5 % več novih aktivnih mestnih ponudnikov na digitalnih omrežjih destinacije Visit Celje,
- 5 % večji doseg in število vpogledov posameznih kampanj mestnih ponudnikov na digitalnih omrežjih Visit Celje.

7.11.2.13. Znamčenje mesta & urbana oprema – Intervencije v javni prostor

Znamčenje mesta ob tradicionalnih prireditvah daje mestnim ulicam festivalskih pridih in lokacijo poveže z vsebino dogodka. Ambientalne okrasitve so še posebej dobre sprejete, ko gre za kreativno delo lokalnih ustvarjalcev, ki jih zavod smiselno angažira in poveže v celotno strukturo dogodka. V letu 2026 se bodo zato aktivnosti mestnega marketinga osredotočile na pripravo in postavitev foto kotičkov, nagovarjanje mestnih ponudnikov in motivacijo za okrasitev lokalov, sodelovanje z vrtci in šolami pri izdelavi lampijončkov in znamčenje z zastavicami in drugimi promocijskimi elementi.

Termin: celo leto 2026.

Partnerji:
Zavod CELEIA Celje, mestni ponudniki, prebivalci mestnega jedra oziroma mestna četrte Celje center, IR doživetje, Center sodobnih umetnosti, celjski vrtci, osnovne in srednje šole, Zelenice, organizatorji prireditev v mestnem jedru.

Cilji:
- nadaljevanje znamčenja (glede na letne čase in tradicionalne dogodke) na jeklenicah,
- znamčenje z drugimi promocijskimi elementi,
- postavitev foto kotičkov,
- aktiviranje mestnih ponudnikov, da se pridružijo znamčenju z okrasitvijo lokalov ter izložb tematsko glede na letne čase in tradicionalne dogodke v starem mestnem jedru,
- mestno jedro postane urban prostor za druženje in preživljanje prostega časa,
- podpora izdelavi lampijončkov za sooblikovanje praznične podobe Celja,
- uvedba novega pristopa k postavitvi urbane opreme v mestnem jedru z modernimi rešitvami in intervencijami v prostor kot npr. postavitev kioska K67 ob različnih priložnostih (prireditve, izvedba promocijskih aktivnosti), zasnova in izvedba urbanega zeliščnega vrta.

Ciljne skupine:

- prebivalci starega mestnega jedra,
- odrasli obiskovalci,
- mestni ponudniki,
- družine,
- mladina,
- domači in tuji turisti.

Kazalniki:
- 3% več digitalnih objav posameznih ambientalnih okrasitev kot v 2025,
- najmanj 4 izvedenih različnih znamčenj,
- postavitev 1 urbane instalacije v okviru Poletja v Celju,
- 10 % večji odziv mestnih ponudnikov pri tematskem znamčenju lokalov in izložb,
- postavitev najmanj 4 foto kotičkov.

7.12. Razvojni projekti

7.12.1. Projekt Urbact - Cities@Heart

ZCC preko mestnega marketinga aktivno sodeluje v projektu Urbact - Cities@Heart. Partner v projektu je Mestna občina Celje, ZCC sodeluje kot zunanji strokovni sodelavec. Mreža združuje deset različnih evropskih mest s ciljem, kako doseči uravnoteženo in vključujoče mestno središče za vse uporabnike. V sodelovanju z lokalnimi deležniki, z zbiranjem relevantnih kazalnikov in uporabo skupne metodologije ter razvijanjem orodij si mreža prizadeva oblikovati celovit nabor politik za trajne pozitivne spremembe v mestnih jedrih.

Projekt se je zaključil 31. 12. 2025 do konca leta 2026 pa bo še vedno aktivna projektna skupina, v katero je vključena predstavnica ZCC za poprojektne aktivnosti, predvsem vezane na izpeljavo srečanja ULG lokalne URBACT skupine in aktivnosti, vezane na končno poročilo o izvedbi projekta.

7.12.2. Interreg Slovenija – Hrvaška: Living Castles 2.0

S projektnimi aktivnostmi, ki jih že in še bo ZCC izvajal v okviru projekta Living Castles 2.0, ki je sofinanciran s strani Evropske unije in Evropskega sklada za regionalni razvoj v sklopu Interreg Programa Slovenija-Hrvaška 2021-2027, bo nadgradil (v časovnem, raznolikem in kakovostnem smislu) obstoječe vsebine programa Živa zgodovina na Celjskem gradu. Razvijal bo nova kostumirana tematska vodenja in z usposabljanji, ustreznimi kostumi, natančno opredeljenim protokolom, zagotavljal visoko stopnjo kakovosti posameznih doživetij. Dogajanje na gradu bo obogateno s poletnimi grajskimi večeri z različnimi glasbenimi zasedbami v kombinaciji s ponudbo vin. Ker so Celjski grofje posedovali tudi t. i. spodnji grad, danes Knežji dvor, bodo na dvorišču dvora potekali glasbeni koncerti manjšega obsega, s čimer se bo oživljalo omenjeni prostor, obenem pa motiviralo obiskovalce k obisku drugih kulturnih ustanov (Pokrajinski muzej Celje, Center sodobnih umetnosti Celje), ki sobivajo na omenjeni lokaciji. Tovrstni dogodki bodo pripomogli tudi k oživitvi starega mestnega jedra.

Kot projektni partner se ZCC aktivno vključuje v skupne aktivnosti vseh, v projekt vključenih partnerjev: gostovanje festivala Living Castles, skupno razvijanje novih turističnih produktov, organizacijo in izvedbo študijskih tur za različne ciljne skupine (novinarje, agencije, blogerje …) ter medsebojno izmenjavo mnenj in izkušenj s ciljem povečevanja kompetenc vodnikov, informatorjev in drugega strokovnega kadra.

Projektne aktivnosti so skladne z načrti turističnih produktov Strategije za razvoj turizma v MOC 2024–2029, ki predvideva razvoj aktivnosti za dvig konkurenčnosti obstoječih znamenitosti na destinaciji, inovativno oblikovanje ponudbe s sodobnimi doživetji ter medsektorsko povezovanje.

Projektni partnerji: Zavod za kulturo, turizem in šport Murska Sobota (vodilni partner), Gradski muzej Varaždin, Muzeji Hrvatskog zagorja, Muzej Međimurja Čakovec, Zavod za kulturne prireditve in turizem CELEIA Celje ter Znanstveno-raziskovalno središče Bistra Ptuj.

Finančni viri: 80 % ESRR, Interreg Slovenija – Hrvaška 2021–2027, 20 % javna sredstva.

7.12.3. Theatre4All – Urbact dobra praksa

Po pridobitvi naziva Urbactova dobra praksa za prostor začasne rabe GT8 je ZCC lahko leta 2025 kandidiral na EU razpis programa Urbact za prenosne mreže. Pristopil je v prenosno mrežo Theatre4All, ki je bila na razpisu, pod vodilnim partnerjem iz Alessandrije (Italija) uspešna. Projekt bo trajal od 1. 11. 2025 do 30. 4. 2028.
Osnovna ideja je mreže je, da se gledališče uporabi kot motor trajnostnega urbanega razvoja, tako socialno (povezanost skupnosti), okoljsko (trajnejše prakse) in ekonomsko, z revitalizacijo kulturnega dogajanja in krepitvijo dobrega počutja ter socialne kohezije v mestu.

Projektni partnerji/mesta: Alessandria (Italija), Braga (Portugalska), Plasencia (Španija), Rodos (Grčija), Hertogenbosch (Nizozemska), Celje (ZCC, Slovenija) in Khotyn (Ukrajina).

Cilji vključenosti v mrežo:
- izkoristiti preverjen model (Alessandria) vključevanja prebivalcev v kulturo,
- oživitev Celjskega doma in drugih manj izkoriščenih prizorišč,
- močnejše sodelovanje med sektorji v Celju (kultura, šole, sociala, NVO-ji …),
- krepitev kompetenc, prenosni načrt in izvedba pilotnih aktivnosti,
- večja družbena vključenost,
- podlaga za večje kulturne investicije,
- zeleni/okoljski učinki (trajnostna produkcija in aktivacija manj izkoriščenih prostorov).

Finančni viri: 80 % EU (program Urbact), 20 % javna sredstva.

7.12.4. Slovenia Green Destination

Destinacija Celje je v okviru Zelene sheme slovenskega turizma, katere del je od leta 2015, in presoje, ki jo za Slovensko turistično organizacijo kot akreditirani partner izvaja Zavod Tovarna trajnostnega turizma GoodPlace, napredovala in, po srebrnem znaku leta 2022, v 2025 prejela znak Slovenia Green Destination Gold.

V skladu z zahtevami ZSST je ZCC pripravil triletni Akcijski načrt trajnosti ter v njem, v skladu s Strategijo turizma v MOC in drugimi strateškimi dokumenti MOC, predvidel aktivnosti za nadaljnji razvoj Celja kot trajnostne destinacije.

Izvajanje ZSST bo potekalo v skladu s pripravljenim in sprejetim Akcijskim načrtom za obdobje treh let in Strategijo za razvoj turizma v MOC. Slednja v okviru trajnostnega razvoja vključuje vse stebre trajnosti (družbeno-kulturni steber, ekonomski steber, okoljski steber).
Glede na priporočila presoje iz leta 2025, v katerem je destinacija dobila najboljšo oceno 10 v kategoriji kultura in tradicija, drugo najvišjo v sklopu narava in krajina, najslabšo 6,4 pa v kategoriji okolje in podnebje, nov akcijski načrt do leta 2028 (op. v potrjevanju do prve seje Mestnega sveta MOC v letu 2026) predvideva, ob aktivni participaciji članov zelene ekipe, izvajanje ukrepov za izpolnjevanje meril ZSST, ki so ostala neizpolnjena ali delno izpolnjena. Med drugim mora destinacija izboljšati analizo obstoječih vplivov turizma ter ustrezneje spremljati okoljskih ciljev kot so: delež ločeno zbranih odpadkov, zmanjšanje rabe energije, povečanje rabe obnovljivih virov, znižanje emisij. Priložnost destinacije je tudi krepitev poznavanja posledic podnebnih sprememb in njihovega vpliva na turizem, vključno z ukrepi za njihovo zmanjšanje. Pri izpolnjevanju zavez trajnostnega delovanja bo ZCC preko različnih aktivnosti zbiral podatke o trajnosti našega turističnega razvoja ter še aktivneje osveščal

lokalno prebivalstvo, gospodarstvo, obiskovalce in preostale deležnike o pomenu trajnostnega turizma.
ZCC bo z zeleno koordinatorico in člani zelene ekipe destinacije Celje ob nadaljnjem razvoju novih vsebin dosledno skrbel tudi za ohranjanje in nadgradnjo področij, ki so se doslej izkazala kot uspešna in dobro ocenjena, ter s tem zagotavljal uravnotežen in dolgoročno vzdržen trajnostni razvoj.
Z znakom Slovenia Green Destination Gold in načrtovanimi aktivnostmi bo destinacija prispevala svoj košček v mozaik trajnostnega delovanja ter se na slovenskem, evropskem in globalnem trgu pozicionirala kot zelena, okolju in družbi prijazna destinacija.
ZCC bo tudi v letu 2026 član konzorcija Slovenia Green, ki združuje destinacije, ponudnike in druge deležnike ter deluje kot skupna platforma za razvoj zelenih produktov in trajnostne ponudbe.

Pridobitev zelenega znaka za eno znamenitost
Del razvoja Celja kot trajnostne destinacije je tudi pridobitev znaka za eno znamenitost, konkretno Drevesno hišo.

7.12.5. Edinstveno doživetje Celja – V gosteh pri fotografu Pelikanu

Doživetje V gosteh pri fotografu Pelikanu, ki so ga za poziv Slovenske turistične organizacije pripravili v ZCC in Muzeju novejše zgodovine Celje, je jeseni 2025 postalo del zbirke edinstvenih doživetij Slovenije. Po ocenah strokovne komisije je doživetje prejelo najvišjo oceno in s tem tudi priznanje Sejalec 2025.
V skladu s prejetim priznanjem in pogodbo o postopku uporabe finančne nagrade Sejalec 2025 za doživetje »V gosteh pri fotografu Pelikanu« sklenjeno s STO bo ZCC v 2026 izvedel aktivnosti opredeljene v dokumentu Akcijski načrt digitalizacije – digitalno trženje in digitalizacija doživetja ter prodajnih poti, ki je sestavni del pogodbe ter podeljevalcu nagrade do 31. 10. 2026 poslal končno poročilo o izvedenih aktivnostih.
Nagrajenec se je obvezal, da bo v vseh projektnih publikacijah navajal, da je projekt delno financiran s sredstvi Slovenske turistične organizacije. Pri tem bo uporabljal uradni logotip Sejalec in logotip I FEEL SLOVENIA v skladu s priročnikom znamke.

V okviru akcijskega načrta so med drugim predvidene naslednje aktivnosti:
- posodobitev spletne platforme Visit Celje z objavo vsebin o doživetju V gosteh pri fotografu Pelikanu vključno s fotografijami, videoposnetki, pričevanji in enostavnem, uporabnikom prijaznem sistemu rezervacij,
- snovanje promocijskega videa v različnih formatih (za FB, IG, story, TikTok …) in novega fotografskega materiala,
- izvedba ciljno usmerjenih (tudi plačljivih) kampanj na družabnih medijih in na platformah, kot so Facebook, Instagram, Youtube in TikTok,
- izvedba spletnih oglaševalskih akcij, ki ciljajo na občinstvo, ki ga zanimajo butična zgodovinska in edinstvena doživetja, zgodovina fotografije, vpogled v meščansko bivalno kulturo in kulturni turizem v Celju. Uporabljene bodo platforme, kot so Google Ads, prikazni oglasi in sponzorirane vsebine,
- priprava in izvedba novega letaka (v tiskani in e-obliki) v slovenskem in angleškem jeziku s prikazom doživetja V gosteh pri fotografu Pelikanu s privlačno vizualno

podobo, kratkimi kreativnimi teksti in qr s povezavo na spletno predstavitev doživetja ter promocijski video zapis,
- integracija vtičnika za spletne rezervacije s priljubljenimi spletnimi platformami za rezervacije, kot so TripAdvisor, Booking, GetYourGuide … (izbor odvisen od ponudb) ter platforme Dežele Celjske (https://www.landofcelje.si/). To potencialnim obiskovalcem omogoča, da enostavno odkrijejo in doživetje V gosteh pri mojstru Pelikanu rezervirajo neposredno prek globalno uveljavljenih platform.

S predvidenimi aktivnostmi se bo dodala vrednost izkušnji stoletne zgodovine fotografije in z njo povezanega življenja fotografskega mojstra Josipa Pelikana. Povečala se bo njegova prepoznavnost, dostopnost in splošna privlačnost za sodobne turiste.
Donosnost naložbe teh prizadevanj za digitalizacijo bomo merili z meritvami, kot so promet na spletnem mestu, spletne rezervacije, vključenost v družbene medije in ocene zadovoljstva gostov. Spremljanje teh metrik nam bo pomagalo pri izpopolnjevanju strategij digitalnega trženja skozi čas.

7.12.6. Podatkovna platforma CeljeFlows

Zavod Celeia Celje je v letu 2025 vzpostavil podatkovno platformo CELJEFLOWS, namenjeno upravljavcem ključnih turističnih znamenitosti na destinaciji Celje – Muzeju novejše zgodovine Celje, Pokrajinskemu muzeju Celje in Tehnoparku Celje in Zavodu Celeia Celje.

Platforma je zasnovana kot podporno orodje za sistematično zbiranje, analizo in interpretacijo podatkov, ki omogočajo bolj informirano, učinkovito in usklajeno strateško načrtovanje turizma ter upravljanje turističnih tokov na destinaciji Celje. S tem platforma uresničuje »digitalni preskok«, enega ključnih strateških kvalitativnih ciljev Strategije razvoja turizma Mestne občine Celje 2024–2029.

Na nacionalni ravni tovrstno vlogo že prevzema Nacionalno informacijsko središče za turizem (NiST), ki je bilo v letu 2025 predstavljeno kot osrednje strateško orodje vodilnih slovenskih turističnih destinacij. Platforma »CELJEFLOWS« predstavlja lokalno nadgradnjo teh usmeritev, pri čemer računamo na sodelovanje in aktivno vključevanje upravljavcev znamenitosti, saj le z redno uporabo in soustvarjanjem podatkov lahko platforma doseže svoj polni potencial.

7.12.7. LAS Projekt - Po Alminih poteh

Alma M. Karlin, ena največjih svetovnih popotnic, je med letoma 1934 in 1936 prehodila številne kraje po Sloveniji, tudi območje Celja, Laškega in Štor. Njeni zapisi v knjigi Peš po domačih krajih so izjemna kulturna dediščina in navdih za vzpostavitev trajnostnega turističnega produkta Po Alminih poteh.

Projekt Po Alminih poteh, ki sodi pod uresničevanje ukrepov Strategije lokalnega razvoj LAS Raznolikost podeželja 2021–2027 in bo sofinanciran iz Evropskega sklada za regionalni razvoj, temelji na dediščini, avtentičnih doživetjih in vključevanju lokalnega okolja na območju LAS Raznolikost podeželja. Vzpostavitev tematskih poti, vključitev lokalnih ponudnikov, posebne prilagoditve za različne ciljne skupine (tudi ranljive) in nova infrastruktura bodo

prispevali k razvoju zelenega turizma, trajnostnih turističnih produktov in doživetij, medgeneracijskemu sodelovanju, povečani dostopnosti, dvigu socialnega kapitala ter prepoznavnosti območja. Projekt bo spodbujal trajnostno mobilnost, varovanje okolja, lokalno kulinariko in zdrav življenjski slog ter omogočal dolgoročno uporabo rezultatov tudi po zaključku.

Cilji:

- vzpostaviti in promovirati trajnostne tematske poti in mrežo poti Po Alminih poteh na območju občin Celje, Laško in Štore (območje LAS Raznolikost podeželja), ki temelji na kulturni in naravni dediščini Alme M. Karlin ter krajine,
- povečati vključevanje lokalnega prebivalstva (vsaj 10 % prebivalcev) v razvoj, izvedbo in uporabo vsebin (tematske poti, pohodi, dogodki), vključno z ranljivimi skupinami (mladi, starejši v tretjem življenjskem obdobju),
- krepiti socialni kapital in lokalno identiteto skozi medgeneracijsko povezovanje, multisektorsko sodelovanje (vključevanje gospodarskih subjektov, nevladnih organizacij in prebivalcev),
- spodbuditi trajnostni turizem in zeleno gospodarstvo z razvojem novih doživetij in produktov, ki vključujejo lokalne ponudnike ter trajnostno mobilnost,
- povečati prepoznavnost regije kot destinacije z avtentično dediščino in naravnimi lepotami na lokalni in nacionalni ravni, s pomočjo v komunikacijskem načrtu zastavljenih aktivnosti.

Projekt je razdeljen na dve fazi, in sicer: 1. faza: 15. 1. 2026–15. 9. 2027; 2. faza: 16. 9. 2027–15. 10. 2028.

Finančni viri: 80 % ESRR, 20 % javna sredstva.

7.12.8. Turistična signalizacija in izboljšanje dostopnosti destinacije

V letu 2026 bodo v sodelovanju z Mestno občino Celje, v skladu z novim Katalogom urbane opreme, pripravili vsebinske podlage za turistično informacijske table na večjih parkiriščih oz vstopnih točkah v staro mestno jedro. Predvidene mikrolokacije: parking Park & Ride, Železniška postaja Celje, Avtobusna postaja Celje in druge točke zgoščevanja obiskovalcev. Predlagana je tudi zamenjava obstoječe turistično-informacijske table na Celjskem gradu. ZCC bo prevzel koordinacijo vsebinskih podlag za umestitev na table, MOC pa tehnično-izvedbena dela.

Kazalnik:

- 2 novi turistično informacijski tabli na območju Mestne občine Celje.

7.12.9. Razvoj vključujočega turizma na destinaciji Celje

Na področju razvoja vključujočega turizma bodo v letu 2026 nadgradili doživetje ogleda Celjskega gradu za ciljno skupino senzorično oviranih oseb. Za celovito in vsebinsko ustrezno ter kakovostno ponudbo bodo v sodelovanju s strokovno usposobljenim izvajalcem pripravili navodila za ogled Celjskega gradu za senzorično ovirane osebe, v obliki video ogleda, ki omogoča samostojno upravljanje doživetja glede na prisotno oviranosti (npr. strah pred višino, gibalna oviranost, strah pred glasnimi zvoki, prepadi ...).

Izvedli bodo tudi izobraževanje za lokalne vodnike za vodenje senzorično oviranih oseb, fokusno delavnico in testno izvedbo s ciljno skupino.

Kazalnik:

- 1 digitalno orodje Navodila za ogled Celjskega gradu,
- 1 digitalno doživetje za senzorično ranljive skupine v adaptirani obliki,
- 1 izobraževanje za lokalne vodnike za vodenje senzorično oviranih oseb,
- 1 fokusna delavnica na temo vodenja senzorično oviranih oseb,
- 1 testno vodenje za senzorično ovirane osebe.

7.12.10. Prijava na razpise

Ministrstvo za gospodarstvo, turizem in šport RS

Javni razpis za vlaganja v razvoj celovitih turističnih produktov v obliki avtentičnih turističnih doživetij v/ob objektih kulturne dediščine v kohezijski regiji Vzhodna Slovenija

Projekt: Celjski grad – z digitalno fascinacijo do ohranjanja kulturne dediščine
Rok prijave 12. 2. 2026

Projektom Fascinacija Friderikovega stolpa ali Prekleto leto 1425 (delovni naslov) se bo kulturna dediščina obogatila z atraktivno vsebino in razvojem novega podpisnega doživetja destinacije, ki je nujno potrebno za preskok pri

S projektom bomo dosegli tudi ključne cilje obstoječe Strategije razvoja turizma Mestne občine Celje za leto 2024-2029, in sicer – produkcija » hero » oz podpisnih doživetij, ki destinacijo dvignejo nad ostale slovenske turistične destinacije. Dejstvo je, da Celjski grad nujno potrebuje vsebinski preskok in » podpisno « doživetje. Tehnična izvedba: izvedba s 10–15 projektorji in izpeljano zgodbo, delno posneto in delno animirano.

S krepitvijo Celja kot regijskega središča se bo krepila tudi prepoznavnost Celjskega gradu. Projekt se bo predvidoma zaključil v letu 2027.

Cilji:

- obogatiti turistično ponudbo Celjskega gradu in destinacije Celje ter regije,
- ohraniti in digitalizirati kulturno dediščino.

Ciljne skupine:

- raziskovalci in kulturni surferji, zahtevnejši segment obiskovalcev,
- družine z otroki,
- organizirane skupine (šole, društva, avtobusne skupine …),
- kreativci, zainteresirani posamezniki.

Kazalniki:

- izdelano multimedijska predstava v Friderikovem stolpu na Celjskem gradu,

- oblikovano 1 novo podpisno doživetje.

Ministrstvo za gospodarstvo, turizem in šport RS
JR za trajnostni razvoj in upravljanje turističnih destinacij slovenskega turizma

Rok prijave: prvi kvartal 2026

Projekt: Turistična regija (Savinjsko, Celje, Obsotelje in Kozjansko)

Razpis bo namenjen spodbujanju povezovanja turističnih destinacij v širša zaokrožena območja s skupnimi cilji ter skupnim reševanjem razvojnih izzivov in izkoriščanjem priložnosti ter upravljanje turizma na regijski ravni in na ravni perspektivnih destinacij slovenskega turizma.

Predvideno območje povezovanja: Celje, Dobrna, laško, Kozje, Podčetrtek, Rogaška Slatina, Dobje, Rogatec, Šentjur, Šmarje pri jelšah, Braslovče, Polzela, Prebold, Štore, Tabor, Vojnik, Vransko, Žalec.

Poimenovanje regije je trenutno v skladu s strokovnimi podlagami in priporočili za vzpostavitev turističnih regij in perspektivnih turističnih destinacij, ki jih, po naročilu MGTŠ in STO, pripravlja podjetje Hosting Management & Consulting.

ZCC je na pobudo MGTŠ v Celju januarja 2026 že organiziral delovno srečanje Nadgradnja modela upravljanja destinacij slovenskega turizma z vodilnimi destinacijskimi organizacijami ter manjšimi občinami, ki so predvidene za vključitev v novo turistično regijo. Udeleženci so podprli pobudo, da ZCC nadaljuje z aktivnostmi destinacijskega managementa, ki ga že sicer izvaja za partnerstvo Dežela Celjska in nadgradi s projektnimi aktivnostmi za prijavo na razpis, vključno s podpisom konzorcijske pogodbe.

Ministrstvo za kulturo RS

Javni razpis za vzpostavitev podpornega okolja za opolnomočenje oseb na področju kulture preko usposabljanj in prenosa strokovnih kompetenc v rezidenčnih centrih in gostovalnih mrežah (JR ESS KUF 2025–2029)

Rok prijave: 19. 1. 2026

- Prijava na sklop A: gostovalne mreže področje sodobnega plesa (kot pridruženi partner) in področje glasbenih umetnosti (kot konzorcijski partner).
- Prijava na sklop B: rezidenčni centri (kot nosilec).

Slovenska turistična organizacija

- JR za sofinanciranje promocijskih aktivnosti turistične ponudbe vodilnih destinacij v Sloveniji za leto 2026.
  Rok: predvidoma do aprila 2026.
- Poziv za pridobitev znaka Slovenia Green za ponudnike.
  Predviden rok: prijave so odprte do porabe sredstev.

Predvidena vsebina za prijavo: pridobitev trajnostnega certifikata za turistične ponudnike, ki podpirajo trajnostno in zeleno naravnano turistično ponudbo. ZCC bo prijavil objekt Drevesna hiša.

7.13. Marketing

Strategija razvoja turizma v MOC 2024–2029 kot enega od šestih kvalitativnih strateških ciljev opredeljuje učinkovito upravljanje in trženje destinacije s poudarkom na sodobnem upravljanju destinacije, ki povezuje celoten ekosistem deležnikov turizma, prebivalcev in obiskovalcev, hkrati pa igra aktivnejšo vlogo v gospodarstvu, trženju in razvoju regije. Strategija predvideva tudi vpeljavo inovativnih modelov upravljanja destinacije in trženja produktov, ki temeljijo na aktivaciji in povezovanju deležnikov ter vključevanju prebivalcev v razvojne in promocijske aktivnosti ter aktivnejše vključevanje ponudnikov in segmentnih skupin ponudnikov v upravljanje destinacije ter spodbujanje novih naložb v turistični sektor in vstop novih podjetnikov v turistično panogo.
Za potrebe priprave in izvajanja omenjenih aktivnosti se izvede krovna promocijska kampanja destinacije ter ciljno usmerjeni 2 večji kampanji v Sloveniji in 1 na enem od ciljnih primarnih tujih trgov.

Krovna promocijska kampanja: Celje 365/7 (delovni naziv)
Cilj kampanje je skozi zgodbe, doživetja in glavne mestne znamenitosti v pomladni, poletni, jesenski in zimski podobi poudariti, da Celje ponuja razlog za prihod vsak dan v letu – od Celjskega gradu in dogajanju na njem, urbanih dogodkov v starem mestnem jedru, festivalskega dogajanja, sproščenih sprehodov v zelenem zaledju do kolesarjenja, kulinarike, trajnostnih praks in edinstvenih doživetij.
V okviru kampanje bo ustvarjen splošen promocijski video zapis ter njegove krajše izpeljanke (za posamezne letne čase, za različne komunikacijske kanale) ter, za potrebe vzporedne kampanje zunanjega oglaševanja (jumbo plakati, digitalni zasloni …), serija oblikovanih oglasov.

Ciljno usmerjene kampanje v Sloveniji
- promocija destinacije Celje kot izbire za mestne počitnice.
- promocija edinstvenega doživetja V gosteh pri fotografu Pelikanu v skladu z Akcijskim načrtom digitalizacije – digitalno trženje in digitalizacija doživetja ter prodajnih poti (v sodelovanju z Muzejem novejše zgodovine Celje).
- nadaljevanje promocijske aktivacije Moje mesto Celje, moj klub NK Celje (v sodelovanju z NK Celje).
- promocija Pravljičnega Celja 2026.

Ciljno usmerjena kampanja na enem od primarnih tujih trgov

Primarni tuji trg destinacije Celje (Hrvaška, Madžarska ali Italija) za ciljno usmerjeno kampanjo bo izbran na podlagi zaznanih trendov in promocijskih aktivnostih na sejmih na omenjenih trgih v prvih treh mesecih leta 2026.

V skladu z novo mestno znamko, ki je v fazi uveljavljanja, ZCC razvije posodobitev spletne platforme VisitCelje, ki bo, na sodoben in vključujoč način, komunicirala tako z lokalno

javnostjo kot z obiskovalci ter, kot je zapisano načrtu trženja Strategije razvoja turizma v MOC 2024–2029, pripovedovala zgodbe mesta z mislijo na ključne trge in ciljne skupine.

7.13.1. Komunikacijska orodja

Obstoječa komunikacijska orodja:

- spletna platforma www.visitcelje.eu,
- Facebook (Visit Celje in Stari grad Celje – preimenovanje v Celjski grad oz. vzpostavitev novega profila, če bo Facebook še naprej, kljub dokazilom in prošnjam, zavračal spremembo imena),
- GoogleAds,
- Instagram (Visit Celje),
- TikTok (Visit Celje),
- mesečnik prireditev,
- E-mailing (1x mesečno v slovenskem jeziku),
- priložnostni E-mailing (ob večjih dogodkih, promocijah …).

Nova komunikacijska orodja:

- E-mailing (follow up 1x na 6 mesecev ob prijavi na e-novice v angleškem jeziku),
- E-mailing (namenjen agencijam in poslovnim partnerjem),
- E-novičnik za deležnike na destinaciji (po vzoru TTA novic - 3x na leto),
- Google Business review (spremljanje in analiza odzivov obiskovalcev na Celjskem gradu, Drevesni hiši in Spominski hiši Alme M. Karlin),
- Posodobljena anketa za obiskovalce Celjskega gradu in TIC Celje.

Posodobljena komunikacijska orodja:

- spletna platforma www.visitcelje.eu s promocijsko, produktno, informativno in prodajno funkcijo,
- spletna platforma dogaja.info (v skladu s potrebami nove spletne platforme Visit Celje),
- priložnostni časopis za programski sklop Poletje v Celju (po vzoru časopisa Pravljično Celje).

Posodobitev spletne platforme Visit Celje Posodobitev še ni bila izvedena, saj je predvidena njena vsebinska in tehnična prilagoditev ter delna sinhronizacija z novo spletno platformo Mestne občine Celje. Slednja še bila predana uporabi, zato se je časovno zamaknila tudi posodobitev spletne platforme destinacije in ZCC. Začetne vsebinske in organizacijske priprave na novo platformo so bile že izvedene, njeno lansiranje pa je predvideno v letu 2026.

7.13.2. Promocija

7.13.2.1. Sejmi in promocijski dogodki v Sloveniji

Conventa Meet Ljubljana, 10.–12. 2. 2026

Conventa Meet 2026 je osrednji B2B dogodek za MICE industrijo (meetings, incentives, conferences, events) v regiji »New Europe«, z jedrom v 1-na-1 poslovnih sestankih med ponudniki in vnaprej izbranimi »hosted buyerji«. Po programu Convente bo na razstavnem delu prisotnih več kot 130 skrbno izbranih razstavljavcev in okoli 190 selekcioniranih hosted buyerjev, pri čemer je glavni fokus na kakovostnih poslovnih kontaktih in dogovorih za prihodnje dogodke. Dogodek vključuje tudi dodatne networking formate (npr. »Conventa Experience Crawl«) ter pre-/post-študijske obiske (fam trips), ki buyerjem omogočajo doživetje destinacij v praksi.

Celje na Conventi sodeluje drugo leto zapored, skupaj s partnerjema Celjski sejmi in Rimske Terme. Ključna nadgradnja letošnje udeležbe je, da bo Celje organiziralo svoj FAM trip za izbrane načrtovalce dogodkov, kar neposredno podpira konverzijo sestankov v konkretne povpraševanja.

Cilji:

- Okrepiti položaj Celja kot MICE destinacije (butična, dostopna, zanesljiva izvedba),
- pridobiti nove B2B partnerje,
- generirati prodajne priložnosti za ključne kapacitete in produkte: prizorišča/konferenčne kapacitete, nastanitve, doživetja za spremljevalne programe, incentive koncepti,
- izvesti ciljno usmerjen FAM trip Celje,
- utrditi partnerski model nastopa (Celjski sejmi + Rimske Terme + Celje).

SIW 2026, Portorož, 5.–7. 5. 2026

SIW (Slovenian Incoming Workshop) je osrednji slovenski B2B dogodek za povezovanje ponudnikov slovenskega turizma z mednarodnimi tour operatorji, turističnimi agencijami in organizatorji potovanj. Dogodek praviloma združuje približno 250+ turističnih podjetij ter omogoča strukturirane poslovne sestanke, mreženje in predstavitve destinacijskih projektov.

Na SIW sodelujejo kupci (buyers) z več ključnih emitivnih trgov, med drugim iz Hrvaške, Danske, Finske, Švedske, Poljske, Slovaške, Švice, ZDA, Izraela, Kanade, Argentine, Koreje ter Združenih arabskih emiratov. Udeležba zagotavlja neposreden dostop do mednarodnih poslovnih odločevalcev, kar je za destinacijo Celje pomembno z vidika rasti organiziranih prihodov, krožnih potovanj in tematskih produktov.

Sejem Alpe Adria, Ljubljana, 4.– 7. 2. 2026, razstavni prostor Dežela Celjska

Sejem Alpe Adria je edini specializirani sejem na področju turizma v Sloveniji. Na njem se destinacija Celje vsako leto predstavlja s partnerji Dežele Celjske. V letu 2026 bo poudarek na promociji digitalne dostopnosti destinacije, promociji portala www.landofcelje.si. Vsebinski poudarek bo na kulturnem turizmu, kolesarjenju ter pohodništvu in well-being ponudbi Dežele Celjske. el predstavitve bo namenjen Celju kot središču regije iz katerega vodijo varne kolesarske povezave do sosednjih občin.

Cilji:

- povečati obisk slovenskih gostov v Celju in Deželi Celjski,

- promocija celjskega kulturnega turizma in doživetij,
- promocija Celja kot destinacije s podpornimi produkti kolesarjenja in pohodništva,
- krepitev prepoznavnosti Celja in destinacije Dežele Celjske.

Kazalniki:

- prodaja doživetij preko portala www.landofcelje.si
- 10 % povečan obisk spletne strani v času sejma,
- 1 novo poslovno sodelovanje

Sejem Fit & Well, Celje, 13.–15. 3. 2026

Sejem poteka v okviru pomladnih sejmov. Fit 6 Well je sejem s poudarkom na »zdravih« vsebinah. Na dogodku se bo izvajala tudi animacija (kolo sreče) in pospeševanje prodaje (nagradni kuponi).

Cilji:
- povečati obisk posameznih znamenitosti Celju s strani obiskovalcev sejma,
- krepiti ugled ZCC kot ključne destinacijske organizacije v Celju in širši regiji,
- informirati obiskovalcev dogodka o aktualni ponudbi mesta.
- izpostaviti ponudbo Drevesne hiše s koledarjem dogodkov, koledar dogodkov v sklopu Spominske hiše Alme M. Karlin ter ostalo ponudbo zelenega Celja (Mestni gozd, Šmartinsko jezero, Celjska koča).

Kazalniki:
- 10 % povečanje domačih in tujih gostov na destinaciji v času dogodka (obisk znamenitosti),
- 10 % povečana zasedenost prenočitvenih kapacitet v času dogodka na destinaciji,
- 10 % povečan obisk spletne platforme Visit Celje v času sejma.

Mednarodni obrtni sejem (MOS), Celje, 16. 9.– 20. 9. 2026

Predstavitev na MOS bo predvidoma potekala s partnerji Dežele Celjske. Organizirana bodo protokolarna srečanja in srečanja s poslovnimi partnerji. Celje se bo predstavilo s ponudbo kulturnega turizma, novimi doživetji destinacije, aktualnimi dogodki, možnostmi nastanitev, aktivna doživetja na prostem, predvsem kolesarjenju in pohodništvu ter kulinariko.

Cilji:

- povečati obisk slovenskih gostov v Celju,
- krepiti ugled ZCC kot ključne destinacijske organizacije v Celju in širši regiji,
- informirati lokalnega prebivalstva o aktualni ponudbi mesta,
- srečati se s ključnimi turističnimi partnerji.

Kazalniki:

- 10 % povečanje domačih in tujih gostov na destinaciji v času dogodka v primerjavi z lanskim dogodkom,
- 10 % povečana zasedenost nastanitvenih kapacitet na destinaciji v času dogodka v primerjavi z lanskim dogodkom,

- 10 % povečan obisk spletne platforme Visit Celje v času sejma,
- 10 % povečano število vodenj na destinaciji v času dogodka.

Festival za 3. življenjsko obdobje, Ljubljana

Dogodek obiščejo različna društva za upokojence kot tudi zainteresirani posamezniki, ki so aktivni in sami obiskujejo slovenske kraje. Celje se bo na dogodku predstavilo kot destinacija za seniorje, z enostavnim dostopom z vlakom in promocijo ugodnejših vstopnic za upokojence za vse znamenitosti v Celju (kuponi za popuste, nagradna igra …), in sicer v sklopu partnerstva Dežela Celjska.

Cilji:
- predstaviti destinacije kot privlačno za seniorje,
- poudariti dostopnost destinacije (prihod v mesto z vlakom),
- poudariti ugodnosti pri plačilu vstopnic za oglede za upokojence.

Kazalniki:
- 10 % povečana prodaja vstopnic za upokojence v primerjavi z 2025,
- 5 % povečan obisk spletne platforme Visit Celje v času sejma.

7.13.2.2. Sejmi in poslovni dogodki na tujih trgih

V letu 2026 bo ZCC krepili aktivnosti na B2B in B2C dogodkih na več tujih trgih s ciljem povečanja tržne dejavnosti in prodaje doživetij.

Avstrija
Sejem Ferien Messe, Dunaj, 15. 1.–18. 1. 2026

Ferienmesse Wien 2026 predstavlja priložnost, da se destinacija Celje predstavi širšemu avstrijskemu trgu ter drugim mednarodnim obiskovalcem in okrepi svojo prepoznavnost. Avstrijski trg ostaja eden najpomembnejših za slovenski turizem in tudi za destinacijo Celje. Stalna prisotnost avstrijskih gostov in njihovo zanimanje za različne oblike oddiha v Sloveniji potrjujeta stabilno povpraševanje ter dolgoletno zaupanje v kakovost ponudbe.

Cilji:

- predstaviti destinacijo avstrijskim gostom,
- poudariti dostopnost destinacije, bližino in možnost prihoda v mesto z vlakom, avtom,
- spodbuditi ljubitelje zgodovine in kulture k obisku,
- vzpostaviti nova poslovna partnerstva.

Kazalniki:
- 8 % rast avstrijskih gostov,
- 10 % povečan obisk spletne platforme visitcelje.eu v času sejma,
- 1 novo poslovno sodelovanje.

Sejem Wels, Urlaub & Ausflug Wels, 27. 3.–29. 3. 2026

S prevladujočo kamping ponudbo je Urlaub & Ausflug v Welsu najbolj priljubljen sejem za prosti čas v Zgornji Avstriji. Destinacija Celje se bo, po priporočilih destinacijskih partnerjev, sejma udeležila prvič.

Cilji:

- predstaviti destinacijo avstrijskim gostom,
- poudariti dostopnost destinacije, bližino in možnost prihod v mesto z vlakom ali avtom,
- spodbuditi ljubitelje zgodovine in kulture k obisku,
- vzpostaviti nova poslovna partnerstva.

Kazalniki:
- 8 % rast avstrijskih gostov,
- 10 % povečan obisk spletne platforme visitcelje.eu v času sejma,
- 1 novo poslovno sodelovanje.

Hrvaška
Sejem Place 2 Go, Zagreb, 20.–22. 3. 2026

Celje se bo, skupaj z destinacijskimi partnerji, predstavilo v okviru partnerstva Dežela Celjska. V letu 2025 je hrvaški trg predstavljal primarni trg med tujimi trgi tako pri obisku znamenitosti kot pri ustvarjanju nočitev. V destinaciji je opaziti trend vračanja turistov iz Hrvaške. Torej takšnih, ki so destinacijo že obiskali in ker jih je navdušila, se zanimajo za novosti ter doživetja v vseh sezonah.

Cilji:
- krepiti prepoznavnost Celja kot destinacije za aktivni družinski oddih,
- izpostaviti in na atraktiven način predstaviti doživetja za družine ter nove produkte,
- izpostaviti doživetja za nekaj urni ali city break obisk destinacije,
- izpostaviti destinacijo kot outdoor mestni oddih primeren za družine (varne kolesarske poti, lažje in poučno-zabavne pohodne poti do Drevesne hiše, Grajske poti),
- vzpostaviti nova poslovna partnerstva.

Kazalniki:
- 10 % rast hrvaških gostov,
- 10 % povečan obisk spletne platforme visitcelje.euv času sejma,
- 1 novo poslovno sodelovanje.

Nemčija

ZCC bo modelu aktivne in z animacijo obogatene sejemske predstavitve iz 2024 in 2025 sledil tudi v letu 2025.

B2B aktivnosti:
- dogodek z mediji okviru ITB Berlin, 3. 3. – 5. 3. 2026, Berlin (v sodelovanju s predstavništvom STO Nemčija),
- udeležba na t. i. LOOP Roadshow, Frankfurt, Muenchen, Hamburg.

Cilji:

- povečati delež gostov iz Nemčije, tako v številu nočitev kot obisku znamenitosti,
- predstaviti Celja kot eno ključnih slovenskih destinacij,
- pridobiti nove poslovne kontakte.

Kazalniki:

- najmanj 3 TO/TA, ki bodo Celje vključili v prodajni program,
- najmanj 1 novo poslovno sodelovanje,
- 10 % rast gostov iz Nemčije (nočitve in obisk znamenitosti).

Sejem TC Leipzig (B2C), november 2026

Touristik & Caravaning Reisemesse je največji turistični sejem v osrednji Nemčiji. Destinacija Celje se je s prevzemom nosilne teme na stojnici IFS prvič predstavila v 2024.V letu 2026 se bo destinacija predstavila s tematiko Pravljičnega Celja ter animacijo z vitezom.

Cilji:

- povečati delež gostov iz Nemčije,
- predstaviti Celje kot eno ključnih slovenskih destinacij s poudarkom na kulturnem turizmu,
- predstaviti destinacijo s tematiko Pravljičnega Celja,
- izvesti animacijo z vitezom.

Kazalniki:

- 10 % rast nemških gostov,
- 10 % povečan obisk spletne platforme Visit Celje v času sejma,
- 1 novo poslovno sodelovanje.

Španija
FITUR 2026 (Madrid), 21.–25. 1. 2026

Udeležba Visit Celje na sejmu FITUR 2026 (Madrid) predstavlja enega ključnih nastopov na začetku leta, namenjen pozicioniranju Celja na španskem trgu ter vzpostavljanju novih poslovnih povezav za sezono 2026. FITUR združuje širok nabor deležnikov turistične industrije (organizatorje potovanj, turistične agencije, DMC-je, medije, ponudnike doživetij) in hkrati omogoča nagovor končnih obiskovalcev, zato je primeren tako za B2B kot tudi podporno B2C komunikacijo.

Cilji:

- povečati prepoznavnost Celja na španskem trgu in okrepiti zanimanje za obisk Slovenije z vključitvijo Celja v itinerarje,
- pridobiti nove poslovne stike (tour operatorji, agencije, DMC) ter vzpostaviti prodajne poti za skupine in individualne programe,
- predstaviti Celje kot destinacijo za kulturne raziskovalce, pare in aktivne obiskovalce, ki iščejo avtentične zgodbe in doživetja,

- vzpostaviti sodelovanja za FAM obiske in/ali medijske obiske ter povečati digitalno vidnost (objave/partnerstva),
- okrepiti agencijsko dejavnost (programiranje paketov, vključitev v krožna potovanja po Sloveniji/regiji).

Kazalniki:

- 5 % več gostov iz Španije v primerjavi z izhodiščnim letom,
- vsaj 1 nova agencija/partner z dogovorjenim sodelovanjem (npr. vključitev Celja v program, testna prodaja ali izvedena skupina),
- 5 % več izvedenih B2B sestankov, kvalificiranih kontaktov in poslanih ponudb v 30 dneh po sejmu.

Češka
Holiday World Prague, 12. 3.–14. 3. 2026

V letu 2026 je načrtovana okrepljena promocija destinacije Celje na češkem trgu prek udeležbe na B2C turističnem sejmu v Pragi (spomladanski termin) ter dodatnega B2B workshopa (jesenski termin). Aktivnosti so usmerjene v povečanje prepoznavnosti Celja med češkimi obiskovalci in v krepitev sodelovanja z organizatorji potovanj ter agencijami.

Cilji:

- povečati delež gostov iz Češke, zlasti segmentov: družine, avtodomarji/kamperji, raziskovalci zgodovine in kulture,
- pridobiti nove poslovne kontakte ter okrepiti sodelovanje z agencijami in organizatorji potovanj,
- predstaviti ključne produkte: mestna doživetja in Celjski grad ter tematske programe (kulturna dediščina, interpretacija, prireditve),
- povečati medijsko in digitalno vidnost na češkem trgu (objave in vsebine v času počitnic oz. pred sezono),
- vzpostaviti podporo za češki trg (npr. lokalni vodnik v češkem jeziku oziroma mreža češko govorečih vodnikov),
- okrepiti agencijsko prodajo (vključitev Celja v itinerarje in pakete).

Kazalniki:

- 5 % več obiskovalcev iz Češke v primerjavi z izhodiščnim letom,
- 10 % več novih poslovnih kontaktov v bazi (opt-in) za prejemanje e-novičnika/ponudbe Celja,
- vsaj 1 nova agencija/organizator potovanj, ki vključi Celje v program ali začne prodajno sodelovanje.

Italija
B2B workshop Bologna, 17. 3. 2026

Udeležba Celja na turističnem B2B workshopu v Bologni bo usmerjena v krepitev prisotnosti na italijanskem trgu ter v podporo rasti prihodov italijanskih gostov. Italija je za Celje

pomemben emitivni trg: italijanski obiskovalci sodijo med tri najštevilčnejše tuje goste. Nastop v Bologni omogoča neposreden stik z agencijami in organizatorji potovanj ter umeščanje Celja v programe izletov, city-breakov in krožnih potovanj.

Cilji:

- povečati delež gostov iz Italije, zlasti segmentov: družine ter raziskovalci zgodovine in kulture,
- pridobiti nove poslovne kontakte (agencije, tour operatorji, DMC) in okrepiti obstoječa sodelovanja,
- predstaviti atraktivno ponudbo mesta in Celjskega gradu ter doživetja kulturne dediščine,
- okrepiti medijsko/digitalno vidnost na italijanskem trgu (objave, sodelovanja, vsebine v času počitnic in podaljšanih vikendov),
- okrepiti agencijsko prodajo (vključitev Celja v itinerarje, paketne ponudbe, skupine),
- okrepiti povezovanje z bližnjimi termalnimi partnerji in razviti skupne produkte (npr. Thermana Laško, Rimske terme, Rogaška Slatina) za kombinirana doživetja »kultura + wellness«,
- identificirati alternativne oblike oglaševanja in partnerskih kampanj za italijanski trg (npr. tematske medijske kampanje, sodelovanja z vsebinskimi kanali/TV …).

Kazalniki:

- 5 % več obiskovalcev iz Italije v primerjavi z letom 2025,
- vsaj 1 nova agencija/partner z dogovorjenim nadaljnjim korakom,
- 5 % več kvalificiranih B2B kontaktov in poslanih ponudb/follow-upov po workshopu.

Poljska
B2B Gdansk, 13.–15. 4. 2025

Udeležba na 3-dnevnem dogodku Poland Study & Sell je za Celje pomembna za odpiranje in pospešitev prodajnih poti na poljskem emitivnem trgu. Dogodek je zasnovan kot kombinacija:

- klasičnega prodajnega B2B workshopa z najmanj 20 poljskimi outbound agencijami in TO (Pomeranska regija) ter
- študijskega obiska (hoteli, regionalna turistična organizacija, turistično informiranje, voden »city walk« kot primer storytellinga in upravljanja obiskovalcev), z dodatno vrednostjo dveh vzporednih strokovnih tirov (Hotel / Destination & Tourist Information), kar omogoča ciljno poglobitev glede na profil udeleženca.

Cilji:

- utrditi prisotnost na poljskem trgu: povečati prepoznavnost destinacije/ponudbe Celja pri poljskih outbound partnerjih (TO, agencije, MICE),
- vzpostaviti konkretne B2B prodajne poti: dogovoriti vključitve v programe (katalogi, spletna prodaja, serije odhodov, skupine),
- pozicionirati produkte z višjo dodano vrednostjo (butična doživetja, avtentična kultura, lokalna gastronomija, aktivno, MICE) skladno z usmeritvijo »manj odtisa – več vrednosti«.

Kazalniki:

- vsaj 15–25 individualnih B2B sestankov,
- najmanj 1–2 konkretna dogovora (vključitev v program/katalog, MICE povpraševanje),
- 3 % rast poljskih prihodov glede na izhodiščno leto.

Francija
IFTM Top Résa (Pariz), 15.–17. 9. 2026
WS Pariz marec/april 2026

Udeležba na sejmu IFTM Top Résa v Parizu (eden ključnih B2B turističnih sejmov v Franciji) je za Celje strateška priložnost za krepitev prisotnosti na francoskem trgu. Sejem združuje organizatorje potovanj, turistične agencije, DMC-je, medije in druge pomembne partnerje, kar omogoča ciljno mreženje, vzpostavljanje novih poslovnih odnosov ter pozicioniranje Celja kot prepoznavne in tržno relevantne destinacije v Sloveniji.

Zakaj je francoski trg pomemben za Celje?

- Visok interes za kulturni turizem: francoski gostje pogosto iščejo kulturno dediščino, avtentične zgodbe in kakovostno interpretacijo. Celje ponuja izrazite vsebine (npr. zgodbe Celjskih, Celjski grad, Mesto pod mestom, Fotohiša Pelikan).
- Krožna potovanja in daljše počitnice: francoski obiskovalci pogosto potujejo krožno in kombinirajo več destinacij; Celje se lahko umešča kot logična postojanka ali osrednja točka za raziskovanje regije.
- Povpraševanje po manj obiskanih destinacijah: trend iskanja »manj znanih« in nepreobremenjenih krajev omogoča Celju, da nastopi kot avtentična alternativa množičnemu turizmu (koncept »destination dupes«).
- Gastronomija in doživetja: francoski gostje praviloma cenijo lokalno kulinariko in celostna doživetja (grajski dogodki, tematske poti, vodene interpretacije, zgodovinske predstavitve).

Cilji:

- povečati delež gostov iz Francije in okrepiti prepoznavnost Celja na francoskem trgu,
- pozicionirati Celje kot slovensko destinacijo za kulturne raziskovalce in obiskovalce, ki iščejo avtentične izkušnje,
- predstaviti Celje kot alternativo preobremenjenim destinacijam (»destination dupes«) ter kot kakovostno izhodišče za krožna potovanja,
- vzpostaviti nove poslovne stike (tour operatorji, agencije, DMC) in okrepiti obstoječe,
- predstaviti se na sejmu tudi kot prodajno-operativni partner (vloga agencije/DMC v okviru Visit Celje).

Kazalniki:

- 5 % več gostov iz Francije (v primerjavi z izhodiščnim letom),
- vsaj 1 nova agencija/tour operator z dogovorjenim nadaljnjim korakom (npr. vključitev v katalog, FAM obisk …).

WS Budimpešta, jesen 2026

Udeležba na B2B workshopu v Budimpešti je za Celje pomembna z vidika ciljne promocije in poslovnega povezovanja z madžarskimi turističnimi agencijami, organizatorji potovanj in drugimi posredniki. Madžarska predstavlja obetaven trg zaradi geografske bližine ter kulturnih in zgodovinskih povezav, kar omogoča učinkovito pozicioniranje Celja kot destinacije za krajše izlete (podaljšani vikendi) in krožna potovanja.

Na podlagi internih podatkov destinacije se kaže rast zanimanja: na Celjskem gradu se beleži povečan prihod gostov z Madžarske (v primerjavi z izhodiščnim obdobjem), kar potrjuje potencial trga in smiselnost dodatnih aktivnosti za prodajno-programsko vključevanje Celja.

Cilji:

- povečati delež obiskovalcev z Madžarske in okrepiti prepoznavnost Celja na trgu,
- okrepiti agencijsko (B2B) prodajo in vzpostaviti stabilne prodajne poti,
- pridobiti nove poslovne kontakte in razviti nadaljnje sodelovanje (itinerarji, FAM),
- nagovoriti agencije, da v programe vključujejo celovit produkt: ne le Celjski grad temveč tudi doživetja v mestu (vodeni ogledi, muzeji, tematske poti, gastronomija, prireditve),
- vzpostaviti ali okrepiti ponudbo vodenj v madžarskem jeziku (mreža vodnikov, partnerji, terminologija/gradiva).

Kazalniki:

- 3 % več gostov z Madžarske v primerjavi z izhodiščnim letom,
- vsaj 1 nova agencija/organizator potovanj z dogovorjenim sodelovanjem (npr. vključitev Celja v program, katalog ali izvedba skupine),
- 5 % več izvedenih B2B sestankov in kvalificiranih leadov ter follow-up ponudb po dogodku v primerjavi z 2025.

7.13.2.3. Poroke na Celjskem gradu

Udeležba na poročnih sejmih predstavlja pomemben promocijski kanal za predstavitev produkta Poroke na Celjskem gradu, ki mladoporočencem omogoča edinstveno in ekskluzivno poročno doživetje v zgodovinskem ambientu. Z osveženimi promocijskimi materiali, predvsem z novim predstavitvenim videom in profesionalnimi fotografijami, ZCC krepi prepoznavnost Celjskega gradu kot vrhunske poročne lokacije ter povečuje učinkovitost trženja poročnih obredov in spremljevalnih storitev.

Udeležba na izbranih poročnih sejmih (POMP Celje) omogoča neposreden stik z bodočimi mladoporočenci ter vzpostavljanje sodelovanja z organizatorji porok in drugimi ponudniki poročnih storitev, kar dolgoročno prispeva k večjemu številu rezervacij in razvoju poročne ponudbe na Celjskem gradu.

Cilji:

- povečati prepoznavnost produkta »Poroke na Celjskem gradu« kot ekskluzivne poročne lokacije,
- pridobiti nove rezervacije poročnih terminov za prihodnja leta,

- okrepiti neposreden stik z bodočimi mladoporočenci,
- razširiti mrežo poslovnih partnerjev (organizatorji porok, ponudniki storitev).

Kazalniki:
- udeležba na najmanj enemu poročnemu sejmu v letu,
- vzpostavitev najmanj 10 neposrednih kontaktov z bodočimi mladoporočenci na sejmih,
- sklenitev najmanj 5 porok na Celjskem gradu v tekočem letu,
- pridobitev najmanj 5 rezervacij poročnih terminov za naslednje leto,
- vzpostavitev najmanj 2 novih poslovnih sodelovanj z organizatorji porok ali sorodnimi ponudniki.

7.13.2.4. Študijske ture

Študijske ture predstavljajo enega ključnih promocijskih instrumentov za pozicioniranje Celja kot trajnostne, avtentične in celoletne kulturne turistične destinacije, skladno z usmeritvami Slovenske turistične organizacije in strategijo razvoja turizma v Mestni občini Celje. Omogočajo neposredno, poglobljeno izkušnjo destinacije ključnim mednarodnim in domačim deležnikom kot so deležnikom, kot so turistični agenti, tour operaterji, novinarji in digitalni ustvarjalci vsebin, ki Celje vključujejo v turistične itinerarje in ga predstavljajo širši javnosti.

Študijske ture so zasnovane kot butična, doživljajska srečanja z destinacijo, ki poudarjajo edinstven preplet zgodovinske in kulturne dediščine, sodobnih interpretacij, lokalne gastronomije ter gostoljubja lokalnega okolja. Poseben poudarek je namenjen predstavitvi celostnih in trajnostnih turističnih produktov, ki obiskovalcem omogočajo kakovostno in avtentično izkušnjo skozi vse leto.

Cilji:

- povečati mednarodno in domačo prepoznavnost Celja kot kulturne in zgodovinske destinacije,
- okrepiti prisotnost Celja na ključnih evropskih emitivnih trgih, skladno s tržnimi prioritetami STO,
- predstaviti Celje kot destinacijo celostnih doživetij (kulturna dediščina, muzeji, interpretacije zgodovine, lokalna kulinarika),
- graditi dolgoročna partnerstva z turističnimi agenti, tour operaterji, mediji in organizatorji potovanj,
- spodbujati vključevanje Celja v organizirane turistične programe in itinerarje,
- prispevati k razpršitvi obiska in podaljševanju turistične sezone z vsebinsko prilagojenimi študijskimi turami.

Kazalniki:

- najmanj 10 % povečanje prodaje doživetij in programov preko incoming agencij, tour operaterjev in organizatorjev dogodkov,
- najmanj 5 % povečanje števila domačih in tujih obiskovalcev,
- izvedba najmanj 3 študijskih tur za turistične agencije in tour operaterje,
- izvedba najmanj 3 študijskih tur za domače in tuje medije ter digitalne ustvarjalce vsebin,
- vključitev Celja v nove ali nadgrajene turistične itinerarje na ciljnih trgih,
- uporaba inovativnih in doživetjskih pristopov pri organizaciji študijskih tur (tematske ture, interpretativni formati, sezonske vsebine).

Ciljne skupine:

- turistični agenti in tour operaterji (incoming in outgoing),
- novinarji tiskanih, spletnih in specializiranih turističnih medijev,
- digitalni ustvarjalci vsebin in vplivneži s področja kulture, zgodovine in trajnostnega turizma.

Prednostni trgi:

- Nemčija,
- Italija,
- Hrvaška,
- Madžarska,
- Češka in Slovaška,
- Poljska,
- države Beneluksa.

7.13.3. Trženje

7.13.3.1. Trženje produktov/Agencijska dejavnost

Trženje turističnih produktov Celja temelji na celostnem povezovanju kulturne dediščine, avtentičnih zgodb in sodobnih interpretacij doživetij. Z jasno usmeritvijo v trajnost, lokalno vpetost in kakovostna izkustva se Celje pozicionira kot celoletna kulturno-turistična destinacija, ki obiskovalcem ponuja večplastna in neponovljiva doživetja – od vsebin na Celjskem gradu in tematskih zgodovinskih poti do kulturnih dogodkov in interaktivnih programov.

Agencijska dejavnost se v tem kontekstu razvija kot partnerski model sodelovanja, ki presega klasično prodajo posameznih storitev in temelji na soustvarjanju produktov z domačimi in tujimi agencijami. Poseben poudarek je namenjen fleksibilnosti ponudbe, personaliziranemu pristopu in prilagajanju produktov specifičnim trgom, ciljnim skupinam ter sezonskim značilnostim.

Novosti:

- Prehod iz produktne v doživljajsko prodajo: namesto posameznih storitev se agencijam ponujajo celostni, vsebinsko povezani paketi (grad, mesto, kulinarika, dogodki).
- Modularni paketi: ponudbe so zasnovane modularno, kar omogoča prilagajanje dolžini bivanja, interesom gostov in strukturi skupin.
- Tematski fokus: večji poudarek na tematskih produktih (Celjski grofje, Živa zgodovina, leto dediščine, dogodki), ki omogočajo jasnejše pozicioniranje na trgih.
- Celoletna ponudba: razvoj produktov, primernih za manj obiskane mesece, z namenom zmanjševanja sezonskih nihanj.
- Tesnejše sodelovanje z lokalnimi deležniki: vključevanje lokalnih ponudnikov, vodnikov in kulturnih institucij v agencijske programe.

Cilji:

- okrepiti sodelovanje z domačimi in tujimi turističnimi agencijami ter tour operaterji,
- razviti in tržiti celostne, tematsko povezane turistične produkte z jasno lokalno identiteto,
- zmanjšati sezonska nihanja obiska z razvojem celoletnih agencijskih paketov,
- povečati prodajo turističnih doživetij preko agencijskih kanalov,
- vzpostaviti dolgoročna partnerska sodelovanja z agencijami in drugimi deležniki,
- zagotavljati visoke standarde kakovosti storitev, skladne z načeli trajnostnega turizma

Celjski grad

Celjski grad s svojo izjemno zgodovinsko kuliso in dominantno lego predstavlja eno najprepoznavnejših prizorišč za izvedbo raznolikih dogodkov v regiji. V letu 2026 ZCC nadalje krepi sistematično trženje grajskih prostorov z namenom, da se Celjski grad uveljavi kot večnamenska in ekskluzivna lokacija za poslovna srečanja, kulturne prireditve in zasebna praznovanja.

Poudarek trženja je na razvoju kakovostnih in prilagodljivih vsebin, ki omogočajo izvedbo porok, grofovskih sprejemov, koncertov, predstav, MICE dogodkov, rojstnodnevnih praznovanj ter drugih butičnih dogodkov. Z usmeritvijo v doživljajsko ponudbo, zgodovinsko interpretacijo in sodobne produkcijske pristope Celjski grad ponuja neponovljiva doživetja v avtentičnem okolju, ki nagovarjajo širok spekter obiskovalcev in naročnikov.

Trženjske aktivnosti vključujejo pripravo jasnega načrta trženja, nadgradnjo ponudbe najema posameznih delov ali celotnega grajskega kompleksa ter sistematično izboljševanje promocijskih gradiv, zlasti foto in video vsebin. Poseben poudarek je namenjen tudi predstavitvi ponudbe na specializiranih poslovnih dogodkih in sejmih, kot je Conventa, v sodelovanju s partnerskimi organizacijami.

Cilji:

- okrepiti prepoznavnost Celjskega gradu kot večnamenske in ekskluzivne lokacije za dogodke,
- razvijati in tržiti raznolike produkte najema grajskih prostorov za poslovne, kulturne in zasebne dogodke,
- ustvarjati kakovostna in avtentična doživetja v zgodovinskem ambientu,
- povečati prihodke iz naslova najema prostorov ter izvedbe dogodkov in doživetij,
- izboljšati kakovost in obseg promocijskih gradiv (foto in video),
- okrepiti sodelovanje z organizatorji dogodkov, MICE partnerji in drugimi deležniki.

Kazalniki:

- priprava in izvedba celovitega načrta trženja Celjskega gradu (digitalni in fizični formati),
- dopolnitev in posodobitev foto in video arhiva za potrebe trženja,
- pridobitev vsaj enega novega poslovnega partnerja za organizacijo MICE dogodkov z zgodovinskim pridihom,
- vsaj 10 % več izvedenih grofovskih sprejemov v primerjavi s preteklim letom,
- izvedba vsaj enega novega butičnega dogodka na Celjskem gradu,
- izvedba najmanj treh porok po nadgrajeni ponudbi,
- vsaj 10 % povečanje prihodkov iz naslova najema posameznih delov ali celotnega gradu,
- vsaj 10 % povečanje prihodkov iz naslova dogodkov in doživetij na Celjskem gradu.

7.13.3. Odnosi z javnostmi

Odnosi z javnostmi ZCC vključujejo komunikacijske prakse, s katerimi ZCC informira splošne in specifične javnosti, spodbuja k dialogu med deležniki na lokalni, regionalni, nacionalni in mednarodni ravni ter skrbi za ugled ter prepoznavnost zavoda in njegovih programskih vsebin opredeljenih v programu dela ter drugih temeljnih dokumentih.

Pod okrilje odnosov z javnostmi sodijo naslednje naloge:

- skrb za ohranjanje in dvig prepoznavnosti destinacije Celje,
- načrtovanje, organizacija in izvedba medijskih dogodkov (novinarske konference, medijske kampanje, promocijski dogodki …),
- sistematično in ažurno obveščanje medijev o delu in programskih vsebinah ZCC,
- komuniciranje z različnimi javnostmi (opredeljenimi v programu dela ZCC),
- skrb za ustrezno vizualno podobo komunikacijskih orodij,
- priprava in izvedba medijskih dogodkov,
- spremljanje, evalvacija in analiziranje medijskih objav in drugih oblik dela odnosov z javnostmi,
- priprava in izvedba medijskih kampanj za posamezne programske vsebine,
- priprava komunikacijskih strategij za različne javnosti,
- skrb za vsebinsko ustreznost spletnih strani in komuniciranja preko socialnih omrežij.

Cilji:

- načrtno in strateško pozicionirati ZCC kot pomembnega in prepoznavnega deležnika na področju turizma, kulture in njunega prepleta tako v lokalnem, regionalnem, nacionalnem, kot tudi mednarodnem okolju,
- vpeljevati novo skupno destinacijsko znamke CELJA in načrt implementacije v procese ZCC,
- krepiti ugled destinacije in zavoda samega s sledenjem zapovedim definiranim v priročniku celostne grafične podobe, vključno z dosledno uporabo logotipov, navajanjem spletne destinacijske spletne strani in ključnikov #visitcelje v vseh oblikah komuniciranja z internimi in eksternimi javnostmi (vsebine se ustrezno prilagodijo po vpeljavi destinacijske in mestne znamke s strani MOC),
- zasledovati smernice za uporabo znaka Slovenia Green Destination – Gold,
- zasledovati smernice za uporabo znaka I feel Slovenia,
- zagotoviti ustrezno komuniciranje posameznih programskih vsebin z že vzpostavljenimi kreativnimi vizualnimi rešitvami in pridobiti nove za vsebine, ki še kličejo po sodobni vizualni podobi,
- razširiti krog zunanjih oblikovalcev,
- svetovati pri zagotavljanju vsebinske ustreznosti spletne strani in njenega zadovoljivega dosega,
- svetovati in nuditi pomoč pri načrtovanju ter izvedbi upravljanja s socialnimi omrežji,
- svetovati pri kreativnih rešitvah za promocijo in komuniciranje,
- skrbeti za ustrezno pripravo in rabo programskih vsebin v promocijske namene,
- nuditi pomoč pri pripravi in izvedbi študijskih tur za domače in tuje novinarje,
- organizirati in izvajati aktivnosti za pridobivanje novih foto in video vsebin za posamezne programske aktivnosti,
- skrbeti za dosledno in pravilno rabo elementov celostne grafične podobe ZCC v javnosti,
- izvajati merjenje in evalvacija pojavnosti ZCC vsebin na različnih medijskih platformah,

- komunicirati z mediji, oglaševalskimi in drugimi agencijami, ki ponujajo različne oblike promocije in oglaševanja,
- načrtovati, organizirati in izvesti medijske dogodke (novinarske konference, promocijskih dogodki …),
- skrbeti za uporabo različnih komunikacijskih kanalov glede na posamezne ciljne javnosti (PR sporočila, pozivi k sodelovanju, promocija mestnih ponudnikov, e-mail novičniki …),
- pomagati pri pripravi programskih vsebin za posamezne ciljne javnosti (predagoški programi, promocijski letaki, turistični produkti, on-line in off-line kampanje …),
- pripravljati kreativnih predlogov za posamezne promocijske kampanje.

Kazalniki:

- povprečno 4 PR sporočila na mesec oz. 1 na posamezni programski sklop,
- kontinuirana objava medijskih sporočil na spletni platformi in na platformi Slovenske tiskovne agencije (o-sta),
- 1x mesečno priprava in objava vsebin za E-mailing s splošno in drugimi javnostmi v slovenskem jeziku,
- E-mailing - follow up 1x na 3 mesece ob prijavi na e-novice v angleškem jeziku,
- E-mailing za deležnike na destinaciji (3x na leto),
- najmanj 2 PR kampanji v sosednji Hrvaški (v sodelovanju z zunanjim partnerjem),
- najmanj 2 PR kampanji na drugih ciljnih trgih (v sodelovanju z zunanjim partnerjem),
- 5 % več medijev, ki objavijo ZCC medijske objave,
- 5 % več medijskih objav v tujini,
- neformalni dogodek za druženje s predstavniki medijskih hiš,
- priprava in izvedba »portolia«/predstavitvene mape destinacije za promocijske in druge potrebe.

8 SODELOVANJE IN POVEZOVANJE

8.1. Nov model regijskega povezovanja in digitalna povezljivost destinacije Dežela Celjska

V letu 2026 bo ZCC igrala ključno vlogo v novi organiziranosti slovenskega turizma na regijskem nivoju. Celje in ZCC postaneta vodilno središče za regijsko turistično povezovanje za območje: Spodnja Savinjska dolina, Celjsko, Obsotelje & Kozjansko.

Ključne aktivnosti:

- pripraviti programa dela RDO Dežela Celjska 2026 izhajajoč iz projekta Digitalna povezljivost destinacije Dežela Celjska,
- prijava ZCC na razpis MGTŠ-ja za upravljanje destinacij,
- pripraviti model vključitve manjših občin/destinacij, ki nimajo status vodilne destinacije, so pa dolgoletni partnerji Dežele Celjske,
- upravljati in promovirati regijskega portala www.landofcelje.si,
- razvoj novih regijskih doživetij,
- načrtovati, uvajati in upravljati sezonskih destinacijskih vstopnic v obliki 24 h,48 h,72 h.

Kazalniki:

- vsaj 2 skupni vstopnici doživetij Dežela Celjska (24 h in 48 h),
- 1 partnerski model za regijsko sodelovanje,
- 1 regijski koordinator na ZCC,
- 1 regijska fototeka in 1 regijska videoteka,
- 1 turistični zemljevid regije.

8.2. Združenje zgodovinskih mest Slovenije

Združenje zgodovinskih mest Slovenije je nacionalna mreža slovenskih zgodovinskih mest, ki skozi skupne razvojne in promocijske aktivnosti spodbuja ohranjanje dediščine, njeno sodobno interpretacijo ter trajnostni kulturni turizem. Združenje je bilo ustanovljeno leta 2001, danes pa povezuje 24 mest, med njimi tudi Celje, ki kot mesto grofov Celjskih in močan nosilec kulturnih vsebin pomembno prispeva k prepoznavnosti skupne zgodbe “zgodovinskih mest Slovenije”. Vključevanje v aktivnosti združenja za Celje pomeni predvsem sistematično prisotnost v nacionalnih komunikacijskih kanalih, možnost skupnega nastopa z drugimi mesti ter razvoj produktov, ki obiskovalce spodbujajo k večdnevnemu raziskovanju in vračanju v urbana jedra.

Programski poudarki v letu 2026 so zastavljeni kot nadgradnja že vzpostavljenih promocijskih in prodajnih formatov ter kot razvoj novih vsebinskih sklopov, ki povezujejo mesta med seboj. Na ravni skupne tematike se v ospredje postavlja linija Plečnik v zgodovinskih mestih, ki bo v komunikaciji združenja povezala Plečnikove sledi izven prestolnice in jih približala širši javnosti, predvidoma tudi z oblikovanjem tematskih gradiv in didaktičnih vsebin za mlajše ciljne skupine, s čimer se krepi kulturna pismenost in privlačnost mest za družine. Sočasno se načrtuje nadgradnja najdaljšega kulturnega festivalskega formata FEST MEST, ki združuje dogodke po mestih in omogoča skupno trženje kulturnega koledarja, pri čemer se kot strateška dodana vrednost krepi trajnostna mobilnost in dostop do kulture. V to logiko se smiselno vključuje sodelovanje s Slovenskimi železnicami in Skupnostjo muzejev Slovenije, ki je bilo v preteklem obdobju že postavljeno skozi kampanjo Z vlakom po kulturo, in predstavlja model, kako kulturne vsebine povezati s trajnostnim prihodom obiskovalcev ter konkretno ugodnostjo pri obisku institucij.

Pomembna novost leta 2026 je tudi načrt Zgodbe iz muzejev, ki bo v partnerstvu z muzejskim sektorjem okrepil promocijo muzejskih zbirk in interpretacijo predmetov kot “nosilcev zgodb”, kar je učinkovit način za dvig zanimanja za urbana jedra skozi celo leto in za spodbujanje obiska tudi izven glavne sezone. Razvojna usmeritev “od mesta do mesta” se bo okrepila z lansiranjem in objavo novih kolesarskih povezav ter digitalnih tras, ki mesta povežejo v doživljajske poti in podprejo tako aktivni turizem kot odkrivanje kulturnih točk. Ob tem združenje nadaljuje tudi logiko “prodajnih doživetij” in medmestnih programov v sodelovanju z izbranimi agencijami, kar je za Celje priložnost, da svoje vsebine vključi v jasno tržen produkt in se umešča v večkrajevne itinerarje. Posebno mesto v načrtu dela dobiva pobuda Mesto, moj dom, ki prebivalce postavlja v vlogo ključnih nosilcev identitete in živosti mestnih središč ter odpira prostor za aktivnosti, ki niso usmerjene le v obiskovalce, temveč tudi v kakovost bivanja in pripadnost lokalne skupnosti.

Cilji sodelovanja Celja v okviru Združenja zgodovinskih mest Slovenije v letu 2026 so usmerjeni v krepitev prepoznavnosti Celja kot zgodovinskega mesta s sodobnimi doživetji ter v povečanje deleža obiskovalcev, ki Celje vključijo v širšo pot po zgodovinskih mestih. Pri tem je poseben cilj povečati doseg vsebin prek skupnih digitalnih kanalov in kampanj združenja, okrepiti kulturno mobilnost z navezavo na trajnostni prihod (vlak, kolo) ter razviti prodajno naravnana doživetja, ki jih je mogoče vključiti v program organiziranih skupin in individualnih gostov. Vsebinski cilj je tudi vidnejše umeščanje celjskih muzejev, razstav in kulturnih prizorišč v skupne zgodbe, s čimer se krepi celoletna privlačnost mesta, ter vključitev prebivalcev v procese oživljanja središča v okviru platforme “Mesto, moj dom”.

Uspešnost se bo v letu 2026 spremljala z operativno merljivimi kazalniki, ki omogočajo primerjavo skozi leta in neposredno povezavo z vloženim delom. Celje bo kot aktiven član združenja zagotovilo vsebinske prispevke in sodelovanje pri skupnih kampanjah ter z zastavljenim ciljem, da je vključeno najmanj v dve večji nacionalni vsebinski liniji leta (npr. Plečnikova tematika in muzejske zgodbe oziroma FEST MEST), da se oblikuje vsaj ena nova ali nadgrajena prodajna izkušnja Celja na platformah združenja ter da se Celje vključi v predstavitev ali objavo vsaj ene kolesarske/digitalne trase “od mesta do mesta”. Dodatno se kot kazalnik določi rast obiska celjskih kulturnih institucij, povezanih s skupnimi akcijami (npr. vlak + kultura), ter povečanje dosega in interakcij na digitalnih kanalih v obdobjih kampanj, pri čemer bo cilj rasti opredeljen na podlagi izhodiščnih podatkov iz leta 2025

8.3. Mreža postajališč za avtodome

Celje se kot aktivna mestna destinacija z urejenimi postajališči za avtodome uveljavlja kot privlačna in dostopna izbira za ljubitelje kampinga in karavaninga. Takšna infrastruktura pomembno prispeva k razvoju trajnostnega turizma, podaljševanju bivanja obiskovalcev ter povečanju potrošnje v mestu in njegovi okolici.
Tudi v letu 2026 se bo nadaljevalo aktivno sodelovanje v okviru MPZA, in sicer s ciljno usmerjeno promocijo na sejmih doma in v tujini ter z oglaševanjem v specializiranih in splošnih medijih, kar dodatno krepi prepoznavnost Celja med uporabniki avtodomov.

ZCC za leto 2026 še ni prejel pogodbe o sodelovanju, vendar se partnerstvo načrtuje in bo predvidoma nadaljevano, saj omogoča pomembno promocijsko prisotnost, zlasti z oglaševalskim prostorom v katalogu Camper Stop Slovenija ter na spletni strani www.camperstop.si.

8.4. LAS – raznolikost podeželja občin Celje, Štore, Vojnik in Laško

ZCC bo nadaljeval z aktivnim sodelovanjem v skupini LAS – raznolikost podeželja občin Celje, Štore, Vojnik in Laško. LAS predstavlja okvir za uresničevanje trajnostnih ciljev razvoja

podeželja na skupnem območju, kar omogoča celostno obravnavo razvojnih izzivov urbanega in podeželskega prostora ter krepitev medobčinskega sodelovanja.

V letu 2026 bo sodelovanje usmerjeno v krepitev partnerstev med javnim, zasebnim in civilnim sektorjem ter v učinkovito črpanje sredstev za projekte, ki prispevajo k uravnoteženemu razvoju podeželskih območij na navedenem območju.

9 IZOBRAŽEVANJE ZAPOSLENIH

V skladu s trendi na področju turizma, financ, kadrovskih zadev in ostalih področij, ki jih pokrivajo zaposleni, bodo tudi v letu 2025 potekala izobraževanja zanje.

Zaposleni se bodo udeležili več predavanj in izobraževanj, da okrepijo kompetence na področjih, ki jih pokrivajo ter pridobijo nova znanja. V kolikor bodo ta dobrodošla za druge zaposlene, bodo zanje pripravili kratke predstavitve.

10 Upravljanje z infrastrukturo

10.1. Celjski grad

Celjski grad je osrednji infrastrukturni in programski nosilec destinacije, ključna turistična znamenitost Celja ter hkrati kulturni spomenik lokalnega pomena z visoko stopnjo izpostavljenosti zaradi stalnega turističnega obiska in prireditvenih vsebin. Njegova vrednost se kaže v prepoznavnosti, doživljajski privlačnosti in simbolnem pomenu, vendar prav zaradi intenzivne rabe neprestano zahteva premišljeno obnovo, redno investicijsko in tekoče vzdrževanje ter usklajevanje med varovanjem dediščine, varnostjo obiskovalcev in kakovostjo uporabniške izkušnje. Upravljanje takšne infrastrukture ni primerljivo z upravljanjem “običajnih” objektov, saj je vsak poseg vsebinsko in tehnično omejen z zahtevami spomeniškega varstva, hkrati pa mora upravljavec zagotavljati nemoteno delovanje, urejenost, čistočo, varnost in profesionalno izvedbo programov v različnih sezonskih pogojih. V tem okviru bo leto 2026 usmerjeno v prehod od pretežno operativno-vzdrževalnega pristopa k bolj strateško zastavljenemu upravljanju, ki bo dolgoročno zmanjšalo tveganja, racionaliziralo stroške in okrepilo učinke investicij.

Ključni premik v letu 2026 predstavlja začetek zasnove upravljalskega načrta Celjskega gradu. Tak dokument je v mednarodni praksi uveljavljen kot temelj sodobnega upravljanja kulturne dediščine, ker omogoča odločanje na podlagi opredeljenih vrednot in pomena spomenika, hkrati pa povezuje varstvene cilje z rabo, vzdrževanjem, interpretacijo in upravljanjem obiskovalcev. Upravljalski načrt pomeni, da se odločitve o investicijah, programih, dostopnosti, varnosti in komunikaciji ne sprejemajo ad hoc, temveč izhajajo iz jasno določenih prioritet, faznosti in meril uspešnosti. Za javni zavod kot upravljavca gradu je to tudi upravljavsko orodje, ki omogoča bolj učinkovito usklajevanje z nosilci varstva kulturne dediščine, jasnejše načrtovanje kadrovskih in finančnih potreb ter bolj utemeljeno prijavljanje na razpise in pripravo investicijskih programov. Posebna dodana vrednost upravljalskega načrta je, da v isti logiki

obravnava tako “trde” elemente infrastrukture (konstrukcije, tlake, varnostne sisteme, sanitarije, dostopne poti) kot “mehke” elemente upravljanja (tokove obiskovalcev, standarde storitev, interpretacijo, režime obratovanja, protokole v izrednih razmerah).

V letu 2026 bo zato napor zavoda usmerjen v pripravo osnovnih izhodišč upravljalskega načrta, pri čemer bo poudarjena povezava med varstvenimi omejitvami in uporabniškimi pričakovanji sodobnega obiskovalca. Eden od osrednjih razvojnih poudarkov bo preveritev in postopna nadgradnja dostopnosti, pri čemer bodo prednost imele rešitve, ki so kulturnovarstveno sprejemljive, reverzibilne in ne posegajo invazivno v spomeniško tkivo. V praksi to pomeni pilotno uvajanje taktilnih informacijskih elementov in orientacije, razvoj senzoričnega vodenja kot dopolnila klasični interpretaciji ter izboljšanje dostopnosti informacij za različne skupine obiskovalcev. Dostopnost pri zgodovinskih objektih ni zgolj tehnično vprašanje, temveč je tudi vprašanje vključevanja in kakovosti doživetja, zato bo pristop temeljil na testiranju, povratnih informacijah uporabnikov in postopnem širjenju ukrepov, ki se izkažejo kot učinkoviti.

Sočasno bo okrepljeno upravljanje varnosti. Grad kot odprt in prostorsko razgiban spomenik z različno konfiguracijo terena in sezonskimi vremenskimi vplivi zahteva natančno upravljanje tveganj, od zagotavljanja varnega gibanja do zaščite obiskovalcev in infrastrukture. V letu 2026 bo zato prioritetno izvedena presoja kritičnih točk z vidika varnosti in nadzora, na tej podlagi pa fazna nadgradnja pokritosti s kamerami, izboljšanje osvetlitve tam, kjer je to izvedljivo in dopustno, ter posodobitev operativnih protokolov. V tem kontekstu je treba razumeti tudi sezonsko prilagojen odpiralni čas v zimskih mesecih, ki praviloma izhaja iz kombinacije krajše dnevne svetlobe, višjih varnostnih tveganj, zahtevnejšega vzdrževanja zunanjih površin in omejenih kadrovskih kapacitet. Namesto enostranskega pritiska na podaljševanje obratovanja bo zavod v letu 2026 težo namenil pripravi realističnega modela zimskega režima, ki bo varnostno in finančno vzdržen ter hkrati obiskovalcem ponujal kakovostno izkušnjo z jasnimi informacijami, vodenimi vsebinami ali ciljno zasnovanimi programi ob izbranih terminih.

Pomemben del upravljanja infrastrukture je tudi vsebinski razvoj razstavnih in interpretacijskih elementov. Pri gradu to ni zgolj vprašanje “kaj pokazati”, temveč predvsem “kako pokazati” na način, ki ne povečuje obrabe, ne ustvarja ozkih grl in ne zahteva nesorazmernih posegov v objekt. V letu 2026 bo zavod zato razstavni razvoj umeščal v okvir upravljalskega načrta: s poudarkom na modularnih in začasnih razstavah, ki spodbujajo ponovni obisk, ter na digitalnih in zvočnih interpretacijskih rešitvah, ki lahko povečajo kakovost doživetja brez dodatnih fizičnih obremenitev prostora. Pri tem bodo ključni izzivi usklajevanje z varstvenim režimom, omejitve pri umeščanju opreme, občutljivost ambienta na obremenitve ter potreba po kakovostni logistiki izvedbe. Upravljavec bo zato v letu 2026 okrepil zgodnje načrtovanje in sprotno usklajevanje, da se zmanjšajo zamiki in da so rešitve že v zasnovi pripravljene tako, da jih je mogoče odobriti in izvedbeno obvladovati.

Če strnemo razvojno sliko v upravljavski “SWOT” maniri, je ključna prednost Celjskega gradu njegova izjemna prepoznavnost in vloga najbolj obiskane točke, kar omogoča stabilen interes in močno platformo za programe. Šibkost je v kompleksnosti spomeniškega upravljanja, ki omejuje hitre posege, ter v sezonskih kadrovskih in operativnih obremenitvah. Priložnost se odpira v sistematizaciji upravljanja skozi upravljalski načrt, v razvoju vključujoče dostopnosti in sodobne interpretacije ter v ciljnem dvigu varnosti in kakovosti obiska skozi manj invazivne, a učinkovite ukrepe. Največje grožnje ostajajo zamiki zaradi postopkov, povečanje vremenskih

tveganj in pritiski na širitev obratovanja brez sorazmernih resursov. Prav zato bo zavod v letu 2026 napor usmeril predvsem v postavitev temeljev: v pripravo upravljalskih podlag, v pilotne izboljšave dostopnosti, v varnostno konsolidacijo ter v takšen razvoj razstav in interpretacije, ki bo dolgoročno vzdržen in usklajen z varovanjem dediščine. Vzporedno bo zavod nadaljeval s tekočim vzdrževanjem in investicijskim načrtovanjem, pri čemer bo prednost dajal rešitvam, ki neposredno izboljšujejo varnost, dostopnost in kakovost izvedbe programov, ter krepijo sposobnost gradu, da kot kulturni spomenik in turistično-prireditveni prostor deluje stabilno skozi vse leto.

10.2. Celjski dom

Celjski dom, v katerem ima ZCC svoj sedež, predstavlja temeljno in ključno infrastrukturno osnovo za njegovo delovanje ter izvajanje vseh nalog, zaradi katerih je zavod ustanovljen. Celjski dom ni le upravno središče zavoda, temveč tudi osrednji prostorski in organizacijski center za pripravo, načrtovanje ter izvedbo vseh programov ZCC, ki se izvajajo tako v samem objektu kot tudi na različnih prizoriščih v mestnem jedru.

V dvoranah Celjskega doma se odvija širok spekter kulturnih, kongresnih, izobraževalnih in družabnih prireditev, ki jih organizira zavod ali drugi javni in zasebni organizatorji. Celjski dom s svojo lokacijo, funkcionalno zasnovo in simbolnim pomenom predstavlja osrednje stičišče kulturnega in družabnega življenja mesta Celje.

Trenutne prostorske in tehnične razmere objekta ne omogočajo polne izrabe njegovih potencialov. Zaradi zastarele infrastrukture, pomanjkanja ustrezne tehnične opreme ter neoptimalne in akustične ureditve je izvedba kakovostnejših dogodkov mogoča le v omejenem obsegu. Manjkajo tudi ustrezni spremljevalni prostori (garderobe, skladišča, tehnične sobe), kar dodatno otežuje organizacijo večjih ali zahtevnejših produkcij. Zaradi navedenih razlogov se organizatorji prireditev vse pogosteje selijo na druge lokacije v regiji ali jih v Celju sploh ne izvajajo.
Obstoječe stanje, kot je zapisano tudi v strateškem dokumentu Program dela in program upravljanja s kulturnim spomenikom Celjski dom v obdobju 2025 – 2032, ne omogoča izvedbe programskih vsebin, kot so simfonični koncerti, plesne, baletne in operne predstave ter muzikali, saj stavba ne zagotavlja ustreznega odra, akustike, garderobnih in spremljevalnih prostorov. Prav tako zaradi slabe zvočne izolacije in neprimerne notranje razporeditve ni mogoče hkratno izvajati več prireditev. Posledično Celjski dom ne izpolnjuje vloge osrednjega kulturnega prizorišča občine, hkrati pa ostaja neizkoriščen tudi za druge turistični potenciale.

Kljub temu Celjski dom ostaja ključna infrastruktura ZCC, saj predstavlja operativno in produkcijsko središče za načrtovanje, pripravo in izvedbo vseh ostalih prireditev, ki potekajo na mestnih prizoriščih (Krekov trg, Stari grad, Glavni trg, Knežji dvor ...). Brez njegovega prostorskega, tehničnega in organizacijskega zaledja ZCC ne bi mogel uresničevati zastavljenega programa dela, še posebej ne v obsegu in kakovosti, ki jo zavod trenutno zagotavlja.

Postopna posodobitev Celjskega doma je nujna, predvsem s sodobno tehnično opremo, energetsko učinkovitostjo in večjo funkcionalnostjo. S tem bi objekt ponovno pridobil vlogo

osrednjega kulturnega in prireditvenega centra Celja in kot tak omogočal nadaljnji razvoj programov zavoda ter dolgoročno ohranitev njegovega javnega in kulturnega poslanstva.

Za vzpostavitev kontinuiranega, kakovostnega in tržno zanimivega programa so nujni celoviti infrastrukturni posegi, zlasti: ureditev sodobnega in prilagodljivega odra, izboljšanje akustike, posodobitev scenske, svetlobne in zvočne opreme, ureditev garderob, vadbenih prostorov in sanitarij ter zagotovitev celostne dostopnosti objekta, vključno z dostopi za gibalno ovirane. Šele s prenovo bo Celjski dom lahko postal funkcionalno, programsko in tržno konkurenčno osrednje kulturno in prireditveno prizorišče mesta. To predvideva tudi Strategija razvoja kulture 2024–2027 v Mestni občini Celje, ki s prenovo Celjskega doma predvideva vzpostavitev sodobnega, vrhunsko opremljenega, dostopnega kulturnega centra, v katerem je mogoče na visokem nivoju izvajati tudi večje kulturne prireditve.

10.3. TIC Celje z arheološkim paviljonom

Namen TIC Celje z arheološkim paviljonom je širši javnosti predstaviti arheološko zbirko, najdeno med obnovo starega mestnega jedra. Gre za zanimivi turistični točki za tuje in domače obiskovalce, predstavitev kulturne dediščine in informacijski prostor o našem mestu.

Skladno z Dogovorom o sodelovanju pri upravljanju TIC Celje z arheološkim paviljonom podpisanim med Mestno občino Celje, Pokrajinskim muzejem Celje, Javnim zavodom Republike Slovenije za varstvo kulturne dediščine, OE Celje in ZCC se izvajajo naslednje upravljalske aktivnosti: strokovni nadzor nad razstavo in čiščenje razstavljenih muzealij, suho in mokro čiščenje površin (odstranjevanje prahu, smeti, pajčevin), odstranjevanje mikroorganizmov (alg, mahov), razkuževanje in premazovanje z algicidnimi in biocidnimi pripravki ter utrjevanje estriha in ometov med mozaičnimi kockami in na zidovih, redni letni monitoringa na arheoloških ostalinah.

10.4. Drevesna hiša

Drevesna hiša je redno vzdrževana s strani MOC. V okvir rednega vzdrževanja sodijo: statični pregledi objekta, geodetske meritve in arboristični pregledi ter prvo generalno čiščenje objekta in steklenih površin s streho ter žlebovi.

ZCC skrbi za tekoče čiščenje objekta v času sezone in tekoče obvešča MOC o morebitni problematiki na objektu. S strani ZCC se v času obratovalne sezone zagotavlja izvajanje programskih vsebin in redno čiščenje.

10.5. Spominska hiša Alme M. Karlin

ZCC skrbi za tekoče čiščenje objekta v času sezone in tekoče obvešča MOC o morebitni problematiki na objektu. S strani ZCC se v času obratovalne sezone zagotavlja izvajanje programskih vsebin in redno čiščenje.

10.6. Mestna plaža

Mestna plaža je ena izmed glavnih točk mestnega dogajanja in druženja obiskovalcev v obdobju od maja do novembra, ki z organiziranimi koncerti in gostinsko ponudbo bogati pestrost dogajanja v mestu.

11 FINANČNI NAČRT

Pravne podlage za pripravo finančnega načrta za 2026:

- Zakon o zavodih
- Zakon o delovnih razmerjih
- Zakon o sistemu plač v javnem sektorju
- Zakon o javnih financah
- Zakon o računovodstvu
- Zakon za uravnoteženje javnih financ
- Zakon o izvrševanju proračunov RS za leti 2026 in 2027
- Pravilnik o določitvi neposrednih in posrednih uporabnikov državnega in občinskega proračuna
- Pravilnik o razčlenjevanju in merjenju prihodkov in odhodkov pravnih oseb javnega prava
- Pravilnik o postopkih za izvrševanje proračuna Republike Slovenije
- Pravilnik o določitvi neposrednih in posrednih uporabnikov državnega in občinskih proračunov
- Pravilnik o pripravi konsolidirane premoženjske bilance države in občin
- Pravilnik o usmeritvah za usklajeno delovanje sistema notranjega nadzora javnih financ
- Pravilnik o enotnem kontnem načrtu za proračun, proračunske uporabnike in druge osebe javnega prava
- Pravilnik o razčlenjevanju in merjenju prihodkov in odhodkov pravnih oseb javnega prava
- Navodilo za uskladitev računovodskih evidenc za uporabnike enotnega kontnega načrta
- Navodilo o pripravi finančnih načrtov posrednih uporabnikov državnega in občinskih proračunov
- Slovenski računovodski standardi (SRS)
- Odlok o ustanovitvi javnega zavoda
- Odlok o proračunu Mestne občine Celje za leto 2026.

Sredstva za plače zaposlenih

Plače proračunskim uporabnikom so določene z:

- Zakon o sistemu plač v javnem sektorju
- Kolektivna pogodba za javni sektor
- Kolektivna pogodba za negospodarske dejavnosti
- Kolektivna pogodba za kulturne dejavnosti
- Aneksi h kolektivnim pogodbam

- Zakon o izvrševanju proračunov Republike Slovenije za leti 2026 in 2027

Regres za letni dopust
Regres za letni dopust za leto 2026 pripada zaposlenemu v višini , ki za 5 odstotkov presega višino minimalne plače za leto 2025.

Regres za letni dopust se javnim uslužbencem izplača pri plači za mesec april 2026.

Sredstva za napredovanja
V letu 2026 javni uslužbenci napredujejo v plačne razrede in nazive, vendar pravico do plače iz naslova napredovanja pridobijo s 1. 6. 2026 in 1. 12. 2026.

Izplačevanje delovne uspešnosti
Izplačilo redne delovne uspešnosti se v letu 2026 predvideva v višini 2 % letnih sredstev za osnovne plače in najmanj 50 % prihrankov sredstev za plače, ki nastanejo zaradi odsotnosti javnih uslužbencev z dela ali nezasedenih delovnih mest. Za delovno uspešnost se bodo namenila tudi projektna sredstva.

Delovna uspešnost iz naslova povečanega obsega dela se izplačuje v skladu z Zakonom o sistemu plač v javnem sektorju.

Sredstva za prehrano
Znesek za prehrano na delu se izplačuje v skladu z zakonodajo. Odhodki iz tega naslova se bodo povečevali/zmanjševali v skladu z določbami Aneksov h kolektivnim pogodbam dejavnosti in poklicev v javnem sektorju vsakih šest mesecev z usklajevanjem rasti cen prehrambnih izdelkov na podlagi podatkov Statističnega urada Republike Slovenije.

Sredstva za prevoz na delo
V skladu s 168.,169. in 170. člen ZUJF-a ter veljavno zakonodajo.

Jubilejne nagrade
Skladno s Aneksom h Kolektivni pogodbi za kulturne dejavnosti.

Sredstva za dnevnice
Zneski povračil v skladu s kolektivno pogodbo za negospodarstvo ter Uredbo o povračilu stroškov za službena potovanja v tujino.

Kadrovski načrt
ZCC je pri pripravi kadrovskega načrta upošteval:
- odobreno zapolnitev delovnih mest po sistemizaciji,

- uredbo o načinu priprave kadrovskih načrtov posrednih uporabnikov proračuna in
- metodologiji spremljanja njihovega izvajanja za leti 2025 in 2026.

V letu 2026 bo izvedena celovita prenova akta o sistemizaciji in notranji organizaciji, pri čemer bodo upoštevane spremembe na posameznih delovnih mestih, obenem pa bodo vključeni tudi vse potrebne zakonske spremembe in spremembe po Aneksu h Kolektivni pogodbi kulturnih dejavnosti v Republiki Sloveniji, odražale pa se bodo tudi spremenjene potrebe delovnih procesov.

11.1. POVZETEK

Planirani prihodki in odhodki za leto 2026 so usklajeni s programom zavoda za leto 2026. Načrtovani prihodki in odhodki za leto 2026 odražajo predvideno dejansko potrebo in ne indeksacijo preteklega leta.

Načrt dejavnosti - dejavnost zavoda ostaja nespremenjena in je namenjena vzdrževanju in razvoju kulturnega in turističnega področja v Mestni občini Celje.

Načrt izvajanja programa javnih del – program javnih del je odobren s strani Zavoda za zaposlovanje in Mestne občine Celje za leto 2026.

Program povečanja lastne dejavnosti – gre za razširitev turistične, kulturne in prireditvene ponudbe, mestnega marketinga ter izvajanje EU projektov (kot opisano v poslovnem načrtu in programu dela), ki pomeni povečanje tako načrtovanih prihodkov kot načrtovanih odhodkov v letu 2026.

Investicije v opremo in nepremičnine se bodo v letu 2026 izvajale v skladu s priloženo tabelo, v kateri so prikazani zagotovljeni viri financiranja.

Prihodki MO Celje – so načrtovani v skladu s sprejetim proračunom za leto 2026 in pridobljenimi izhodišči za pripravo finančnih načrtov s strani Oddelka za družbene dejavnosti.

Prihodki od prodaje proizvodov in storitev na domačem trgu – planirani so glede na večletne izkušnje in predvideno pozitivno odzivnosti domačega trga na ponudbo zavoda.
Drugi prihodki – planirani so glede na večletne izkušnje in predviden povečan obseg dejavnosti.

11.2. ANALITIČNI PREGLED FINANČNEGA PLANA ZA LETO 2026
PLAN PRIHODKOV IN ODHODKOV TEKOČEGA DELOVANJA ZAVODA CELEIA CELJE

		Ocena realizacije 2025	**Plan 2026**
PRIHODKI			
760001	Prihodki iz ministrstev RS	*84.858*	83.566
Prihodki iz ministrstev		***84.858***	***83.566***
760005	Prihodki iz ZRSZ in ZZZS	*25.850*	26.000

Prihodki od ZRSZ in ZZZS		***25.850***	***26.000***
760010	Prihodki iz proračuna MOC - plače in prispevki rednega dela	*490.544*	639.600
760030	Prihodki iz proračuna MOC - neprogramski stroški	*225.555*	259.850
760031	Prihodki iz proračuna MOC - programski stroški	*257.932*	261.559
760040	Prihodki iz proračuna MOC - projekti	*173.600*	186.600
760032	Prihodki iz proračuna MOC - mestni marketing	*49.000*	70.000
760041	Prihodki iz proračuna MOC - turistična taksa	*82.017*	100.000
760099	Prihodki iz proračuna MOC - nagrade	*0*	0
Prihodki iz proračuna MOC		***1.278.648***	***1.517.609***
Drugi prihodki za plače		***6.599***	***6.600***
760100	Prihodki od oddajanja prostorov v najem / uporabo	*52.731*	52.000
760101	Prihodki od organizacije / izvedbe projektov / programov	*32.365*	85.000
760102	Prihodki od porok in povitezitev	*2.190*	2.500
760103	Prihodki od prodaje knjig, zbornikov, katalogov	*0*	0
760104	Prihodki od izbraževanj, predavanj, animacij	*17.580*	9.000
760105	Prihodki od provizij po pogodbah	*1.700*	2.000
760106	Prihodki od vstopnin na Stari grad	*350.000*	360.000
760107	Prihodki od koncertne dejavnosti	*220.050*	220.000
760108	Prihodki od likovnih delavnic, vodstev po razstavah	*2.110*	2.300
760109	Prihodki od dajanja opreme v najem / uporabo	*2.935*	3.000
760110	Prihodki od izvajanja čistilnih storitev	*6.305*	6.500
760111	Prihodki od dežuranja, varovanja in tehničnih storitev	*13.371*	14.000
760112	Prihodki od turističnih vodstev / aktivnosti	*28.500*	30.000
760113	Prihodki od oglaševanja	*1.230*	1.500
760115	DRUGI PRIHODKI LASTNE DEJAVNOSTI	*3.385*	4.000
760160	Prihodki od sponzorstev	*5.800*	6.000
760170	Prihodki od prijavnin MMPF	*6.536*	6.000
Drugi prihodki iz opravljanja dejavnosti		***746.788***	***803.800***
Prihodki od prodaje proizvodov in storitev		***2.142.743***	**2.437.575**
761100	Prihodki od prodaje v TIC Celje in TIC Stari grad	*56.125*	61.000
Prihodki od prodaje blaga in materiala		***56.125***	**61.000**
762	Obresti	*4.266*	4.000
Finančni prihodki		***4.266***	**4.000**
761300	Prihodki od donacij	*4.309*	3.000
763100	Prihodki od odškodnin, zavarovalnin	*6.838*	5.000
Drugi prihodki		***11.147***	**8.000**
764	Prevrednotovalni prihodki	*10*	100
Prevrednotovalni poslovni prihodki		***10***	**100**
CELOTNI PRIHODKI		***2.214.291***	**2.510.675**

		Ocena realizacije 2025	**Plan 2026**
ODHODKI			
460020	Čistilni material	*1.187*	1.500
460030	Material za zdravstveno nego	*166*	200

460050	Material za vzdrževanje	*1.301*	2.000
460060	Ostali material	*207*	500
460101	Živila za udeležence	*4.985*	6.000
460102	Material za izvedbo delavnic, natečajev	*21.591*	25.000
460103	Promocijski material	*4.502*	20.000
460200	Električna energija	*59.146*	60.000
460201	Poraba kuriv in stroški ogrevanja	*27.587*	30.000
460203	Goriva in maziva za delovne stroje	*1.203*	1.300
460204	Voda, taksa za odpadne vode	*6.388*	7.000
460300	Nadomestni deli in material za opremo	*83*	200
460500	Časopisi, strokovna literatura, knjige	*483*	550
460600	Pisarniški material	*1.648*	3.000
460900	Drugi splošni material	*0*	0
Stroški materiala		***130.477***	**157.250**
461001	Čistilne storitve	*49.034*	60.000
461002	Storitve varovanja zgradb in prostorov	*11.934*	15.000
461003	Založniške, tiskarske storitve	*35.947*	55.000
461004	Storitve oblikovanja	*31.832*	50.000
461005	Stroški oglaševalskih storitev	*184.575*	200.000
461006	Računalniške storitve	*19.107*	30.000
461007	E - arhiv	*523*	600
461008	Storitve varstva pri delu, požarna varnost	*1.190*	1.300
461009	Storitve snemanja, foto usluge	*28.649*	34.600
461011	Telefon, GSM	*12.982*	14.000
461012	Poštnina in kurirske storitve	*2.064*	2.100
461013	Storitve ozvočenja, osvetlitve	*97.678*	85.000
461025	Storitve prireditev (spremljevalne)	*21.365*	35.000
461026	Varovanje prireditev, požarna straža, zdravstvena ekipa	*52.581*	55.000
461027	Storitve v zvezi z izvedbo projektov,delavnic,tečajev,sejmov	*196.790*	200.000
461028	Storitve v zvezi z SAZAS	*10.543*	12.000
461029	Storitve koncertov, predstav, prireditev	*335.204*	370.000
461030	Storitve v zvezi prodaje kart, vstopnic, kuponov	*14.533*	16.000
461031	Storitve turistične aktivnosti	*24.754*	25.000
461032	Pogostitve v zvezi s koncerti, razstavami, prireditvami	*25.645*	26.000
461033	Stroški elektroinštalacij za prireditve, scene	*8.455*	9.000
461100	Tekoče vzdrževanje poslovnih objektov in naprav	*21.681*	30.000
461102	Tekoče vzdrževanje drugih objektov	*0*	0
461103	Tekoče vzdrževanje opreme in računalnikov	*0*	0
461104	Tekoče vzdrževanje druge opreme	*1.295*	1.500
461110	Investicijsko vzdrževanje poslovnih objektov in naprav	*771*	5.000
461120	Najemnine in zakupnine za poslovne objekte	*1.312*	1.400
461123	Najemnine in zakupnine za druge objekte (odri, šotori…)	*28.470*	31.000
461124	Najem računalniške in programske opreme	*1.443*	8.000
461132	Druge najemnine in zakupnine	*9.045*	9.000
4612	Zavarovalne premije	*130*	150
461206	Plačilo storitev pooblaščenim organizacijam za plačilni promet	*235*	200

461207	Plačila bančnih storitev	*9.697*	10.500
461300	Zdravstveni pregledi	*1.525*	1.500
461301	Stroški svetovalnih storitev	*0*	1.500
461302	Stroški prevajalnih storitev	*1.074*	2.000
461303	Sodni stroški, stroški odvetnikov, notarjev	*5.195*	5.000
461305	Računovodske, revizorske in svetovalne storitve	*43.406*	50.000
461306	Stroški lektoriranja	*549*	1.000
461310	Stroški izobraževanja	*2.256*	2.600
461311	Kotizacije za izobraževanje	*5.493*	5.000
461400	Stroški komunalnih storitev (odvoz smeti)	*3.351*	3.400
461403	Drugi prevozni in transportni stroški	*13.162*	14.000
461500	Dnevnice v državi	*1.060*	1.100
461501	Hotelske in restavracijske storitve v državi	*3.394*	5.000
461502	Stroški prevoza v državi (kilometrina, cestnina, parkirnina)	*7.716*	10.000
461503	Povračila v zvezi z delom: dnevnice, kilometrina nad uredbo	*282*	300
461510	Dnevnice v tujini	*2.970*	4.000
461511	Hotelske in restavracijske storitve v tujini	*2.800*	6.000
461512	Stroški prevoza v tujini (kilometrina, cestnina, parkirnina)	*2.240*	2.300
461513	Drugi izdatki za službena potovanja	*616*	600
461610	Plačila avtorskih honorarjev in podjemnih pogodb	*38.028*	35.000
461620	Plačila nagrad	*3.554*	3.500
461700	Stroški reprezentance	*8.020*	15.000
461701	Stroški bonov DSVM	*1.000*	1.000
461900	Plačilo za delo preko študentskega servisa	*15.960*	26.000
461901	Sejnine udeležencem	*1.956*	2.200
461902	NUSZ	*4.286*	4.300
461905	Druge članarine	*1.268*	1.300
461907	Drugi stroški storitev	*236*	250
Stroški storitev		***1.410.861***	**1.596.200**
462	Amortizacija	*0*	0
Amortizacija		***0***	**0**
464	Plače in povračila zaposlenim	*429.844*	534.600
	Sredstva za delovno uspešnost / povečan obseg dela	*42.982*	43.600
	Regres za letni dopust	*31.198*	33.000
	Prispevki na plače	*74.805*	105.000
Stroški dela		***578.829***	**716.200**
465	Takse in pristojbine, nagrade dijakom in študentom na praksi, Drugi stroški	*500*	500
Drugi stroški		***500***	**500**
466000	Prodaja blaga iz zaloge	*35.000*	36.000
Stroški prodanih zalog (tudi popisne razlike)		***35.000***	**36.000**
467000	Odhodki od zamudnih obresti	*25*	25
Finančni odhodki		***25***	**25**
468	Drugi odhodki	*2.055*	2.100
Drugi odhodki		***2.055***	**2.100**
469	Drugi prevrednotovalni odhodki	*2.375*	2.400
Prevrednotovalni poslovni odhodki		***2.375***	**2.400**

CELOTNI ODHODKI	***2.160.122***	**2.510.675**

	Ocena realizacije 2025	**Plan 2026**
CELOTNI PRIHODKI	***2.214.291***	**2.510.675**
CELOTNI ODHODKI	***2.160.122***	**2.510.675**
POSLOVNI IZID	***54.169***	**0**

12 PRILOGI

12.1. Kadrovski načrt Zavoda CELEIA Celje za leto 2026

Vir financiranja	**Število zaposlenih 1. januarja posameznega leta**	**Dovoljeno ali ocenjeno število zaposlenih 1. januarja naslednjega leta**
1. Državni proračun		1
2. Proračun občin	16	16
3. ZZZS in ZPIZ		
4. Druga javna sredstva za opravljanje javne službe (npr. takse, pristojbine, koncesnine, RTV prispevek)		
5. Sredstva od prodaje blaga in storitev na trgu		1
6. Nejavna sredstva za opravljanje javne službe		
7. Sredstva prejetih donacij		
8. Sredstva Evropske unije ali drugih mednarodnih virov skupaj s sredstvi sofinanciranja iz državnega proračuna		

9. Sredstva proračuna države za zaposlene iz prvega, drugega in tretjega odstavka 25. člena Zakona o zdravniški službi (Uradni list RS, št. 72/06 – uradno prečiščeno besedilo, 15/08 – ZPacP, 58/08, 107/10 – ZPPKZ, 40/12 – ZUJF, 88/16 – ZdZPZD, 40/17, 64/17 – ZZDej-K, 49/18, 66/19 in 199/21) in iz tretjega odstavka 34. člena Zakona o zdravstveni dejavnosti (Uradni list RS, št. 23/05 – uradno prečiščeno besedilo, 15/08 – ZPacP, 23/08, 58/08 – ZZdrSE, 77/08 – ZDZdr, 40/12 – ZUJF, 14/13, 88/16 – ZdZPZD, 64/17, 1/19 – odl. US, 73/19, 82/20, 152/20 – ZZUOOP, 203/20 – ZIUPOPDVE, 112/21 – ZNUPZ, 196/21 – ZDOsk, 100/22 – ZNUZSZS, 132/22 – odl. US in 141/22 – ZNUNBZ)		
10. Sredstva iz sistema javnih del		2
11. Sredstva stabilnega financiranja, raziskovalnih projektov ter za projekte in programe, namenjene za internacionalizacijo, odprtost in kakovost v izobraževanju in znanosti		
SKUPNO ŠTEVILO VSEH ZAPOSLENIH (OD 1. DO 11. TOČKE)	**16**	**20**
SKUPNO ŠTEVILO ZAPOSLENIH POD 1., 2., 3., in 4. TOČKO	**16**	**17**
SKUPNO ŠTEVILO ZAPOSLENIH POD 5., 6., 7., 8., 9., 10., in 11. TOČKO	**0**	**3**

12.2. Plan investicij in investicijska vzdrževanja 2026

ZAP. ŠT.	NAZIV	VREDNOST	VIRI FINANCIRANJA					
			DRŽAVNI PRORAČUN	OBČINSKI PRORAČUN	JAVNA SLUŽBA	TRŽNA DEJAVNOST	PRESEŽEK PRETEKLIH LET	AMORTIZACIJA
	INVESTICIJE / OPREMA							
1.	Menjava skodel nad mostovžem od stolpa nad Pelikanovo potjo do Friderikovega stolpa	153.000,00		153.000,00				
2.	Menjava lesenega dela tribune Celjski grad	15.000,00		15.000,00				
3.	Menjava vrat na toaletnih prostorih v medzidju	10.000,00		10.000,00				
4.	Sanacija medzidja zaradi zamakanja	15.000,00		15.000,00				
5.	Računalniki	5.000,00					5.000,00	
6.	digitalizacija Friderikovega stolpa	200.000,00	200.000,00					
7.	Projektor za GT8	2.500,00					2.500,00	
8.	Projektorsko platno za GT8	1.200,00					1.200,00	
9.	Urbani zeliščni vrt - program mestni marketing	3.000,00						
10.	ureditev ograje pri Almini hiši	5.000,00		5.000,00				
11.	Srednjeveški kostumi Interreg	10.000,00		10.000,00				
12.	Avdio vodniki Interreg	5.000,00		5.000,00				
13.	Digitalna info tabla Interreg	10.000,00		10.000,00				

14.	idejna zasnova ureditve Celjskega gradu in izdelava upravljalskega načrta	10.000,00					6.939,00	
INVESTICIJE / OPREMA - SKUPAJ		**444.700,00**	**200.000,00**	**223.000,00**	**0,00**	**0,00**	**15.639,00**	**0,00**

	INVESTICIJE / VZDRŽEVANJE							
1.	Samohodna kosilnica	2.000,00					2.000,00	
2.	Mešalna miza Celjski dom	2.000,00					2.000,00	
3.	Cvetličenje gradu	5.000,00					5.000,00	
4.	"Urbana oprema" - Mize, klopi, cvetlična korita, elektro omoraica na gradu	10.000,00					8.000,00	
5.	Beljenje objektov	4.000,00					6.000,00	
6.	sanacija zidu Romanskega palacija-zamakanje	7.000,00						
7.	ureditev električnih priključkov na Celjskem gradu	15.000,00		15.000,00				
8.	sanacija dotrajane odtočnih in vodovodnih cevi pisoarjev na Celjskem gradu	8.000,00		8.000,00				
9.	ureditev "krčme" Celjski grad	20.000,00					15.530,00	
INVESTICIJE / VZDRŽEVANJE - SKUPAJ		**73.000,00**	**0,00**	**23.000,00**	**0,00**	**0,00**	**38.530,00**	**0,00**

SKUPAJ	**517.700,00**	**200.000,00**	**246.000,00**	**0,00**	**0,00**	**54.169,00**	**0,00**