



19. mednarodni festival VEČ ZNANJA ZA VEČ TURIZMA

SODČEK MLADOSTI

Čuj ti, v sodi si!

AVTORICE: EGGHART Dora, POLANC Lara, PRESKAR Neža

MENTOR: PURGAJ Andrej

Maribor, februar 2022

KAZALO VSEBINE

1 POVZETEK.....	4
1.1 ABSTRACT.....	4
2 UVOD.....	5
3 OPIS TURISTIČNEGA PRODUKTA.....	6
3.1 BLAGODEJNI UČINKI VINOTERAPIJE.....	7
3.2 ZGODOVINA VINOTERAPIJE.....	7
4 POTEK TRETMAJA.....	7
5 LOKACIJA TURISTIČNEGA PROIZVODA.....	8
6 STROŠKOVNIK.....	9
7 TRŽENJE IN PROMOCIJA.....	9
7 LOGOTIP, IME IN SLOGAN.....	10
8 SNEMANJE PROMOCIJSKEGA VIDEA.....	10
9 PREDSTAVITEV TURISTIČNEGA PROIZVODA NA SEJMU.....	11
10 ZAHVALA.....	11
11 ZAKLJUČEK.....	11
12 PRILOGE.....	12
13 VIRI.....	14
14 VIRI SLIK.....	14
Slika 1: Nesting resort.....	8
Slika 1: Zeliščni vrt.....	8



Priloga 1: Stroški promocije	Napaka! Zaznamek ni definiran.
Priloga 2: Stroški izdelave turističnega produkta	Napaka! Zaznamek ni definiran.
Priloga 3: Facebook profil	12
Priloga 4: Instagram profil	12
Priloga 5: Brošura	12
Priloga 6: Letak	13
Priloga 7: Letak z qr kodo	14

1 POVZETEK

AVTORICE:

1. EGGHART Dora: dora.egghart@gmail.com
2. POLANC Lara: lara.polanc@gmail.com
3. PRESKAR Neža: neza.preskar@gmail.com

NASLOV NALOGE: **Sodček mladosti**

MENTOR:

1. PURGAJ Andrej: andrej.purgaj@gmail.com

Trenutne trende dobrega počutja običajno smatramo za nekaj novega, vendar imajo svoje korenine v starodavni zgodovini. Koncept uma, telesa in duha skupaj v popolni harmoniji nas je pripeljal do tega, da je več ljudi po vsem svetu prevzelo nadzor nad svojim zdravjem. S turističnim produktom, ki smo ga ustvarile želimo ljudem vseh starosti predstaviti nov in inovativni način wellness storitve. V turistični produkt smo združile vinski turizem z wellness storitvijo, saj je dežela Štajerska po tem najbolj znana. Gre za vodne kopeli z dodatkom vina, ki so narejene iz vinskih sodov, ki so obnovljeni in pripravljeni za ponovno uporabo. Sod je narejen iz naravnih materialov in je dovolj velik za dva obiskovalca.

Ob sodu pa se nahaja majhna lesena mizica, kjer si lahko kar iz soda postrežete z osvežujočo pijačo in pilingom za telo.

Pri pripravi turističnega produkta smo se povezale z lastnikom posestva Sončni raj, kjer celotno kmetijstvo sloni k ekološki pridelavi. S tem podpiramo ekološko pridelavo ter strmimo k večjemu razvoju turizma v Sloveniji.

1.1 ABSTRACT

Current trends of wellbeing are usually considered as something new and modern, however their roots are set in ancient history. The concept of mind, body and soul together in perfect harmony has led to more people around the world wanting to take control of their health. With the tourism product we have created, we wish to introduce people of all ages to a new and innovative way of wellness. We have combined two things, wellness and wine, for which is the region Štajerska known for. We created a wine baths in old wine barrels that have been restored and are used again for a new yet still similar purpose.

The barrel, made from natural materials, is large enough for two guests. A small wooden table is placed near the barrel, where you can treat yourself with a refreshing drink and a body scrub.

We teamed up with the owner of the Sončni raj estate, a farm based on organic production, to develop the product. With our tourism product we support as well as promote organic production, but overall we are looking to boost the development of tourism in Slovenia.

2 UVOD

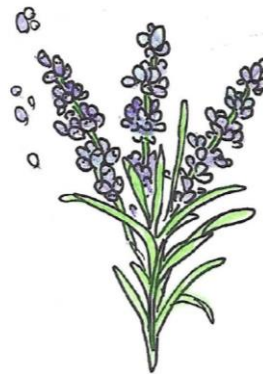
Smo dijakinje 3. letnika Srednje šole za gostinstvo in turizem Maribor, Dora Egghart, Lara Polanc in Neža Preskar. Skupaj smo se odločile, da ustvarimo čisto nov in edinstven turistični proizvod, ki ga na slovenskem trgu še nismo zasledile. Pri ustvarjanju produkta smo zrle k trajnosti, izbirale komponente, ki sovpadajo z okolico in najpomembnejše, poudarjajo zdravilne učinke vode. Produkt smo povzdignile na novo in vključile zdravilne učinkovine vina, ki ga v našem okolišu ne manjka. Tekmovanje nas je iz razloga, da našo idejo prestavimo širši množici, pritegnilo k sodelovanju. Pod mentorstvom profesorja Andreja Purgaja smo se prijavile na 19. mednarodni festival Več znanja za več turizma, z naslovom Voda in zdravilni turizem. Predstavile se bomo z nalogo Sodček mladosti, s sloganom: »čuj ti, v sodi si.«

Tekmovanje nas je pritegnilo, ker si želimo izboljšati turistično ponudbo v našem prostoru, vpeljati nove, alternativne in za goste zanimive in drugačne turistične produkte, ki bodo turistični trg dopolnili in ga povzdignili na višjo raven. Morda bo tovrstni turizem privabil tudi tuje turiste, ki si želijo izkusiti pestro ponudbo naše dežele. Kljub potencialom vodnate reke Drave v naši neposredni bližini smo se odločile, da uberemo možnost, kjer lahko pokažemo svojo kreativnost in unikatnost. Povezale smo se z bližnjim posestvom Sončni raj. Posestvo, vpeto med vinogradi, gozdovi in rodovitnimi polji in se odlično poda k našemu turističnemu produktu.

Zamisel se nam je porodila po izobraževanju Turistične zveze Slovenije, kjer je bilo govora predvsem o zelenem turizmu, trajnosti in drugačnosti. Na novo pridobljeno znanje smo tako uporabile in upoštevale vse te komponente. V sklopu naloge smo iz tedna v teden razvijale idejo, obiskale posestvo Sončni raj, ki so postali naši partnerji in nam omogočali realizacijo celotnega projekta. Po prvem obisku posestva smo aktivno začeli delati na projektu. Skupaj smo posneli promocijski video, kjer smo prikazali posestvo Sončni raj in naš turistični proizvod. Po posnetem videu smo sestavile seminarsko nalogo. Iz vidika promocije smo ustvarile Facebook in Instagram profil in pripravile ostali promocijski material, kot so letaki in brošure.

3 OPIS TURISTIČNEGA PRODUKTA

Ustvarile smo novi turistični produkt, kjer smo vino vpeljale v wellness turizem. Bolj konkretno gre za vodne kopeli z dodatkom vina iz vinskih sodov, ki smo jih obnovili in spremenili za turistične potrebe. Sod je narejen iz hrastovega lesa z dodatkom železnega obroča, ki na zunanji strani obdaja sod. Visok je 121 centimetrov, premer trebuha je 112 centimetrov in vanj lahko nalijemo 800 litrov vode. Zato je primeren za dve osebi, ki bi sedeli na leseni pručki, ki stojita na dnu sode. Ob sodu se nahaja majhna lesena miza, iz katere si lahko gostje kar iz sode postrežejo z domačim vinom, pridelanim v vinogradih lokalnih vinarjev. Gostje lahko izbirajo med belimi suhimi vini, polsuhimi in sladkimi vini, rose vinom, v ponudbi pa prav tako ne sme manjkati suho rdečo vino. Za mlajše obiskovalce je prav tako poskrbljeno, lahko izbirajo med domačim grozdnim sokom ali čajem. K dobri pijači pa se poda tudi dobra in domača hrana, ki bi vam jo ob prehodnem naročilu pripravili oskrbovalci posestva. Na mizici ob sodu goste pričaka še piling za telo iz grozdnih pešk in sladkorja, ki dopolni naš turistični produkt. Sam piling je rjave barve in vsebuje majhne granule, v našem primeru sladkor in grozdnje peške. Piling z roko nanese po celotnem telesu (izpustimo obraz in intimne predele telesa), pred tem pa mora biti koža vlažna. Z krožnimi gibi v kožo v masiramo piling, granule v njem so dovolj močne, da odstranijo odmrle kožne celice, vendar dovolj nežne, da ne poškodujejo kožne povrhnjice. Piling tako poskrbi za odmrle kožne celice, kožo pa ob tem naredi mehko, dišečo in prožno. Voda v kopeli ima okoli 35 stopinj Celzija, kar je idealna temperatura, da se naše telo do dobra sprost. Pred gostom se v kopel vlijeta dva litra modre frankinje, ki vodo obarva v rdečo-vijolične odtenke in ji doda sladkobni vinski vonj. Vodni mešanici dodamo še hidrolat sivke in njene cvetove. Hidrolat ob stiku z našim telesom uničuje bakterije na koži, blaži opekline in ureznine. Že sam vonj sivke pa lajša glavobole in stres ter pomiri duha. Hidrolat je primeren za vse tipe kože in za otroke. Voda v sodu je za enkratno uporabo, torej za vsakega gosta se nalije sveža voda in doda preostale sestavne komponente, po končanem tretmaju pa se vodo kemično prečisti in uporabi za zalivanje rastlin po posestvu, torej smo mislile tudi na trajnost in prijaznost okolju.



3.1 BLAGODEJNI UČINKI VINOTERAPIJE

Balneologija, veda ki se ukvarja z zdravilnimi učinki vode, poudarja da voda blagodejno učinkuje na vsesplošno zdravje in dobro počutje. Vodne kopeli se tako že vrsto let uporabljajo v zdravstvene namene, za doseg boljšega počutja in sprostitve, na voljo pa jih je več. Me smo se odločile za vodno kopel, z dodatkom vina, ki vodi doda dodatno vrednost. Vino vsebuje pektin in resveratrol, naravna antioksidanta, ki imata regenerativne sposobnosti, zato je po tretmaju koža bolj prožna, napeta in čista. Vino spodbudi delovanje krvnega obtoka in izboljša cirkulacijo v našem telesu. Polifenoli in drugi antioksidanti, ki se skrivajo v vinu, pa iz kože odvajajo nepotrebno vodo in preprečijo nastanek celulita. Izginejo pa tudi pigmentni madeži, morebiti od sončenja, hormonskega delovanja ali prehitrega staranja.

3.2 ZGODOVINA VINOTERAPIJE

Že v antičnih časih so ljudje v Grčiji in Egiptu z grozdem in vinom učvrščevali kožo in ga uporabljali v medicini. Že desetletja pa tovrstni turizem poznajo v vinorodnih deželah Francije in Španije. Danes pa je kozmetičnem trgu ogromno znamk, ki v svoje turistične produkte vključujejo grozdje in vino.

4 POTEK TRETMAJA

1. Tuširanje
2. Razvajanje v vinskem sodu (okoli 45 minut) + kozarec vina + piling za telo
3. Tuširanje

Ob predhodni rezervaciji, gostje pridejo na posestvo, kjer se v preoblačilnici preoblečejo v kopalke in stuširajo. V neposredni bližini se nahaja vinski sod, ki sovпада z vinorodnim okolišem. Sod je napolnjen s toplo vodo (okoli 35° C). Pred gostom se v sod vlije vino modre frankinje, ki vodno mešanico obarva v rdečo-vijolične odtenke. Vinu dodamo hidrolat sivke in njene cvetove, ki blagodejno vpliva na naš organizem. Vstopimo v vinsko kopel in začne se razvajanje, ki traja približno 45 minut. V tem času si postrežemo z vinom, ki je pridelano na posestvu. Naše telo pa ob tem negujemo s pilingom iz grozdnih pešk in sladkorja. Piling je nastal kot stranski turistični produkt, ki dopolni celotno doživetje. Po končanem tretmaju, ponovno sledi tuširanje. Sedaj je naše telo sproščeno, naša koža je mehka in prožna in um pripravljen na nove izzive.

5 LOKACIJA TURISTIČNEGA PROIZVODA

Ob domislici vodnih kopeli z vinom smo potrebovale primeren prostor in ljudi, ki bodo z odprtimi rokami sprejeli našo idejo in jo z veseljem vpeljati v njihovo turistično ponudbo. Idealno se nam je zdelo posestvo Sončni raj, ki se nahaja med griči vinogradov, ne daleč stran od mestnega vrveža. Natančneje se nahaja v mariborskem mestnem predelu Malečnik, v vasi Vodole. Za posestvo skrbi gospod Bogdan Mak, nosilec dopolnilne dejavnosti na kmetiji, pri delu pa pomaga celotna družina.

Posestvo se je v svoji lepoti pričelo prebujati v letu 2015, kadar so najboljše rodovitne površine zasadili z industrijsko konopljo, bučami, piro, bobom in sladkim krompirjem batata. Posebnost posestva je vsekakor nasad zelišč, ki je iz leta v leto bolj pester in pisan. Tam lahko najdemo in poduhamo ognjič, laški smilj, žajbelj, pelin, ameriški slamniki, šentjanževko ter sivko. Vse zgoraj omenjeno pa je pridobljeno na ekološki način. Za adrenalin na posestvu poskrbi zipline Čebelji let, ki je najdaljši dvosmerni zipline v Sloveniji, meri kar 350 metrov. Kakor ime pove, ta predstavlja let čebele iz panja v gozd in nazaj. Po adrenalinskem spustu se lahko odžejamo v vinski fontani, kjer lahko gostje preizkusijo najkvalitetnejšo vinsko kapljico Mariborske vinske ceste. Ne smemo pa na pozabiti na sodoben, vendar v naravo vpet Nesting resort. Glamping hišice z pogledom na prečudovito okolico z videzom ptičjih gnezd pričarajo nepozabno doživetje, katero gostje pomnijo še dolgo. Samo posestvo pa ponuja še veliko drugih aktivnosti.

Vinske kopeli smo umestili zraven Nesting resort-a na izravnani površini, vendar kljub temu z prečudovitim pogledom na okolico. Iz ene strani lahko opazujemo vinograde ter iz druge gozd in glamping hišico. Za nami pa se nahaja travnati klanec, ki malce zapre celoten prostor, da je izkušnja kaj se da zasebna.



Slika 2: Nesting resort



Slika 1: Zeliščni vrt

6 STROŠKOVNIK

Stroški turističnega produkta so: stroški promocije in material za realizacijo turističnega produkta.

Za kopeli bi potrebovali vinske sode, me smo izbrale 800 litrske, ki stane približno 150 evrov, tukaj bi pa poskušale poiskati predvsem rabljene sode in jih obnovile, kar tudi nekoliko zmanjša prvotno ceno. Sam turistični produkt pa pušča prostor izbire manjšega ali večjega sode. V sod nalijemo 800 litrov vode ($1 \text{ m}^3 = 0,81 \text{ evra}$ – Mariborski vodovod), kar pomeni, da nas voda stane 0,64 evra. Vodo pa moramo ogreti na 35 stopinj Celzija, kar pomeni da bi bili tudi dodatni električni stroški. Poleg vode je v kopeli še vino in to dva litra modre frankinje, kar bi nas stalo okoli 8 evrov. Sivkin hidrolat (100 mililitrov) na spletni strani Sončnega raja stane 7.90 evra, vendar bi eno steklenico uporabili kar 10-krat, torej 10 mililitrov za napolnitev enega sode. Sivka je pridobljena na posestvi, zato ne stane kaj veliko.

7 TRŽENJE IN PROMOCIJA

Ob ustvarjanju novega turističnega produkta je potrebna tudi uspešna promocija. Že zaradi tako novega in inovativnega produkta mora biti promocija jasna, razumljiva ter najbolj pomembno, da privabi nove goste. Naši partnerji, posestvo Sončni raj, že ima aktivno spletno stran, kjer oglašujejo svoje produkte, najdemo pa jih lahko tudi na Facebook-u. Tako bi lahko naš turistično produkt oglaševale in promovirale na njihovi spletni strani in Facebook profilu. Želimo pa si ustvariti tudi svojo promocijsko nišo, zato smo ustvarile Facebook in Instagram profil (priloga 1 in 2), socialni platformi, kjer je v današnjem času najlažje, najhitreje in najceneje oglaševati produkt. Produkt bi se prav tako promoviral s pomočjo promocijskega videa, ki nazorno prikaže naš turistični produkt, kako približno poteka tretma in kaj vse obsega. Ne smemo pa pozabiti na brošuro (priloga 3) in letak (priloga 4). Ta promocijski material bi delili na raznih sejnih, kot pa tudi na sejmu Alpe-Adria na festivalu Več znanja za več turizma. Naš produkt se nam zdi tudi primeren kot darilo, ki se podari najbližjim, saj gre res za posebno doživetje, ki bi si ga marsikdo želel preizkusiti, zato bi v prihodnosti ta produkt lahko zaživel v obliki darilnega bona.

7 LOGOTIP, IME IN SLOGAN

Naš logotip je preprost, vendar takšen, ki si ga ljudje hitro zapomnijo, zaradi zanimive in krepke pisave. Beseda sodček izstopa, kar pa je tudi bistvo našega turističnega produkta. Sodček mladosti pa zato, ker ima vino anti-age oz. regenerativne sposobnosti na naše telo, obenem tretma sprošča in blaži stres, ki nas na nek način tudi postara. Pod imenom je zapisan slogan, ki pove, da je naš produkt umeščen v štajersko okolje. Obenem pa ima rahlo posmehljiv pridih. Celoten logotip je bil ustvarjen v programu Adobe Photoshop.



Slika 3: Logotip

8 SNEMANJE PROMOCIJSKEGA VIDEA

Promocijski video smo posneli na posestvu Sončni raj, v bližini Nesting resort-a na izravnani površini, kamor smo postavili vinski sod. V videu nastopata dve dekleti; Neža Preskar, ki nataka vino v sod in Dora Egghart, ki predstavlja obiskovalko in se tudi kopa v vinskem sodu. V videu je prikazan vinski sod, ki je sicer manjši od načrtovanega. Vanj vlijemo vino, posipamo sivkine cvetove in začne se razvajanje. Med samim tretmajem dekle nakaže, da pije vino in si po telesu vtira piling.

Za video smo napisale scenarij in ga predale snemalcu Mihu Kačiču, ki je vse skupaj posnel in zmontiral do končne oblike. Snemanje nam je vzelo nekaj ur našega sončnega popoldneva in ob nastajanju smo neizmerno uživale.

9 PREDSTAVITEV TURISTIČNEGA PROIZVODA NA SEJMU

Naš produkt pa bi rade predstavile tudi na sejmu Alpe-Adria v obliki turistične stojnice. V osrednjem delu bo miza, ki jo bomo malce preuredile, da bo okolje kaj se da sovpadalo z našim produktom. Zato bi na vsako stran postavile vinski sod, čez njega pa daljšo in širšo desko. Tako bi dobile mizo, kjer bi stal manjši, maketni sod, ki bo prikazoval naš produkt. Temu primerno bi v sodu bila voda z vinom, sivkin hidrolat in cvetovi. Tako, bi si lahko obiskovalci lažje predstavljali naš produkt, prav tako pa lahko poduhajo vsebino soda.

Na naši stojnici bi potekala tudi kratka igra, kjer bi se obiskovalci preizkusili v metu sivkine blazinice v manjši sod ali posodo. Na razdalji dveh metrov in pol, bi se za črto postavili kandidati, ki bi se želeli preizkusiti v igri. Me bi jim podale sivkine blazinice, kandidati imajo tri poskuse, da zadenejo manjši sod, na drugi strani. Ob uspešnem poskusi, bi jim podarile piling iz grozdja in sladkorja.

Ostalim obiskovalcem bi delile ostali promocijski material, kot so letaki in brošure. Naredile pa smo tudi letak z qr kodo (uporabimo mobilni telefon, ki prebere kodo), ki pokaže osnovne podatke, kot so: ime, lokacija, telefonska številka, elektronski naslov in podobno. (priloga 5)

Naš produkt bi predstavljala skupina sedmih dijakov iz našega razreda. Vsi bi bili oblečeni v črne polo majice z našim logotipom in v črne kavbojke. Ti dijaki so: Neža Preskar, Dora Egghart, Lara Polanc, Ana Marksl, Zala Žmavc, Blažka Ul in Blaž Bratuša.

10 ZAHVALA

Naša naloga se približuje h koncu, zato se želimo vsem še zahvaliti. Zahvaljujemo se našemu mentorju, gospodu Andreju Purgaju, ki nam je bil zmeraj na voljo, nam dajal napotke in usmerjal na pravo pot. Velika zahvala gre posestvu Sončni raj, gospodu Bogdanu Mak in gospe Petri Mak, ki sta nam omogočila, da na njihovo posestvo postavimo vinske kopeli in nam pomagala pri razvijanju ideje. Zahvaljujemo se pa tudi gospodu Mihu Kačič, ki je za nas posnel promocijski video in ga zmontiral.

11 ZAKLJUČEK

V času ustvarjanja naloge smo se veliko naučile, kako učinkovito delovati v skupini, kako biti organiziran, predvsem pa smo se zabavale in od tega odnesle ogromno znanja in izkušenj, ki jih bomo lahko uporabile v prihodnjih projektih. Upamo, da bo projekt enkrat resnično zaživel in popestril turistično ponudbo našega in širšega okoliša.

12 PRILOGE

Priloga 1: Facebook profil



Priloga 2: Instagram profil



Priloga 3: Brošura





Priloga 4: Letak



Priloga 1: Letak z qr kodo



13 VIRI

14 VIRI SLIK

Slika 1:

<https://cf.bstatic.com/xdata/images/hotel/max1280x900/317746063.jpg?k=7333d87e8791c2b7205c88b17e0954ef4b18cf7f9a40e42b2d22ae8c2332b14c&o=&hp=1>

Slika 2:

<https://posestvosoncniraj.si/wp-content/uploads/2018/11/projekti-dozivljajska-kmetija-za-zdrav-zivljenjski-slog-doizivetja-posestvo-soncni-raj-sajenje-dreves.jpg>

SEZNAM SODELUJOČIH DIJAKOV

Naziv šole	Ime in priimek dijaka	Razred/letnik	Kraj stalnega bivališča	Letnica rojstva
SŠGT Maribor	Dora Egghart	3	Voličina	21. 2. 2004
SŠGT Maribor	Lara Polanc	3	Maribor	19. 8. 2003
SŠGT Maribor	Neža Preskar	3	Brežice	9. 2. 2004
SŠGT Maribor	Ana Marksl	3	Zgornja Kungota	20. 11. 2004
SŠGT Maribor	Zala Žmavc	3	Zgornja Kungota	1. 1. 2004
SŠGT Maribor	Blaž Bratuša	3	Markovci	20. 2. 2004
SŠGT Maribor	Blažka Ul	3	Ceršak	4. 7. 2004