

Koroške, je do konca septembra obiskalo že 60.000 ljudi, kar je 10.000 več kot v vsem lanslem letu. Najbolj obiskane točke so Obarska karniške jame. Podzemlje Pece (na fotografiji) ter gora Peca.

**M. K. MALKOVEC**

**Naravni vinogradniški amfiteater**

Slovenske vinorodne gorice so fotograficne. Srca v Svečinskih goricah je vsaj dvajset tisoč. Najbolj presenetljivo, a svoje posebnosti imajo tudi v Malkovcu na juž-



nem obrobju sevniške občine. Pogled skozi odslužen 1200-litrski sod, eno od zelenih oken Turistične zveze Slovenije, razkriva obzore naravnega vinogradniškega amfiteaterja. Če ste zamudili trgatve, vas v TD na martinovo vabijo na tradicionalen pohod od pletenke velikanke v Trzišču do Malkoških gor, ko bodo v vinogradu z najboljšim cvikom v kraju pospravili poseben klopotec. Društvo vinogradnikov iz Malkovca pri članu z najbolje ocenjenim vinom odganjalca ptičev postavi vsakega junja ob cvičkovem pohodu, J. Z.

**VELENJE Seljijo vrtičkarje**

Približno tretjino vrtičkov pod Koroško cesto, za katere najemniki velenjski občini tako kot na drugih vrtičkarskih območjih plačujejo po 20 evrov letne najemnine, bo občina prihodnje leto uknila. Zemljišča potrebuje za gradnjo komunalne infrastrukture oziroma za vklop elektrovida za povečanje poslovne cone Stara vas. Na občini pravijo, da doslej zaradi tega niso prejeli nobene pritožbe in da so jim nadomestne vrtičke ponudili na bližnji lokaciji Ob železnici.



**LIUTOMER Tečaj varnega dela**

Že pred letom so se gasilci usposabljali tudi za delo z motornimi gradili, po zledu pa je interes gasilskih društev še toliko večji. Do predlani je Gasilska zveza Slovenije tečaj organizirala v izobraževalnem centru na Igu, od lani jih redijske gasilske zveze same. V Pomurju so zbrali 250 prijav, a so zaradi pomanjkanja denarja lahko razpisali le tečaje za 120 gasilcev. Zaradi nerazumevanja delodajalcev se jih na koncu niso mogli udeležiti niti vsi prijavljeni. J. P.



**Metlika, Slovenska Bistrica – Big Berry resort**

– Big Berry resort se imenuje kamp luksuznih mobilnih hiš na Primostku v Beli krajini, ki so ga v podjetju Hosekra iz Slovenske Bistrice v letošnji sezoni uporabili kot globalni vzorčni prodajni salon za bodoče kupce svojih hiš. Nova slovenska blagovna znamka je zahvaljujoč svetovnemu spletu vzbudila zanimanje po tako rekoč vsej zemeljski obli.

**Jože Pojbič**

V Hosekri, kjer so tradicionalno izdelovali predvsem pločevinate strešne kritine, garaže, prothrupne ograje in stenske panele, so se pred sedmimi leti za proizvodnjo mobilnih hišk odločili, da za zapleteno mrvno zimsko sezono in bolje izkoristili svoje zmogljivosti. Po besedah lastnika in direktorja Hosekre Boštjana Hostejca so začeli s hiškami nižjega in srednjega cenovnega razreda, a se je izkazalo, da je trg s takšno ponudbo že precej zasičen in da ga obvladujejo veliki proizvajalci. »Zato smo poiskali italijanske projektante in razvili visokokakovostne in visokocenovne hiške Big Berry, ki pa so toliko dražje, da jih je s klasičnimi tržnimi prijemci težje prodajati. Zato smo na Primostku pri Metliki kupili manjši kamp ob Kolpi, v njem postavili sedem svojih hišk in kakovostno infrastrukturo, zbrali ekipo sodelavcev in animatorjev, med katerimi so tudi študentje in enajstih držav, ter s pomočjo spleta in njegovih omrežij začeli graditi novo, inovativno turistično zgodbo,« je dejal Hostejc.

**Kamp znan še pred prvimi gosti**

Od pomladi pa do konca sezone so povabili skoraj 120 turističnih novinarjev, blogerjev, fotografov in lastnikov kampov z vsega sveta in v eni sezoni dosegli 6467 objav na družbenih omrežjih facebook in twitter, 20.000 vstopov na instagramu in 2882 na facebooku ter več kot 108.000 ogledov njihove spletne strani. Kamp je tako, še preden so v njem sprejeli prve prave goste, že postal mednarodno znan, lastniki pa so dobili koristi odzive iz različnih okolij. Pravi zaradi tega so projekt Big Berry kot enega najinovativnejših in kot primer dobre prakse uporabe družbenih omrežij in spleta predstavili tudi na nedav-



Hišice v Big Berry resortu na Primostku so oblikovali italijanski projektanti. Imajo 34 kvadratnih metrov bivalne površine, zgrajene pa so iz lesa in drugih kakovostnih materialov.

# »Debelja jagoda« po spletu osvaja svet

Luksuzne mobilne hiške Poskus obrodil sadove – Prihodnje leto pravi gostje – Najmanj dvesto evrov

ni Dnevni slovenskega turizma v Radencih. Prihodnje leto bodo hiške na Primostku na voljo tudi »navadnim« gostom, za dnevni najem pa bo treba odšteti najmanj dvesto evrov.

Turistična zgodba Big Berry je inovativna tudi v tem, da v naseљу ni gostinskega lokala ali restavracije, ampak so se povezali z domačimi in ponudniki v vsej Beli krajini ter svoje goste napolnili na raziskovanje in spoznavanje kulinarike, pokrajine, ljudi in preteklosti. V naseљу lahko gostje dobijo le zajtrk iz svežih živil z okoljskih kmetij, vse drugo pa imajo na voljo pri skoraj tridesetih partnerjih po vsej Beli krajini. Goste namenjajo voziti tudi na daljše izlete, na katerih bodo spoznavali najprivlačnejše turistične znamenitosti Slovenije; od Postojnske jame do Bleda. Največ podpira pa bo vendarle na Beli krajini in na sodelovanju s tamkajšnjimi go-

stenci, kmetji, rokodelci in drugimi ponudniki.

**Franžišna prodaja**

Na vprašanje, zakaj so v nasproju z večino drugih investitorjev v turizmu prvo sezono žrtvovali za okoljem, v svojo zgodbo vplesti te kraje in pokrajino ter potencialnim gostom predstaviti tukajšnjo lepoto in privlačnosti. Skupaj z našim naseљem smo tako na spletu promovirali tudi Belo krajino in za to je bil potreben čas. Poleg tega si, če bi imeli v naseљу od začetka goste, ki bi za svoje bivanje plačali, ne bi mogli privoščiti nekaterih poskusov.» je dejal vodja Petek.

Naseљje na Primostku so uporabili tudi kot poligon za nabiranje izkušnje in oblikovanje franšize, ki jo bodo prodajali skupaj s svojimi hiškami. Direktor Hostejc je povedal, da se o prodaji franšize, torej hišk skupaj z znanjem in izkušnjami, ki so si jih nabrali na Primostku, že dogovarja z desetimi kupci v Avstriji, Bolgariji, Grčiji, na Hrvaškem, v Italiji, Nemčiji, na Nizozemskem, v Luksemburgu, Romuniji in Španiji, pripravljajo pa tudi rezervacijski sistem, s katerim bi pridobivali goste tudi za franšizne destinacije v tujini.

**»Turistični objekt na Bledu je takoj po odprtju mogoče tržiti, saj je Bled svetovno znan. V Beli krajini je zgodba drugačna. IzTKO PETEK**

vodja projekta Big Berry

brezplačna gostovanja povabljenih gostov, je vodja projekta Iztko Petek odvrnil, da so prvo, brezplačno leto vzeli kot del investicije v blagovno znamko. »Če neko postavi nov turistični objekt na primer na Bledu, lahko takoj po odprtju začne prodajati, saj je Bled že svetovno znan. V Beli krajini je zgodba drugačna in najprej smo se morali povezati z



Veliko pozornosti je bila deležna tudi notranja oprema.

# Včasih tudi zbežim iz restavracije

**Ana Roš** Zaradi oddaje na Netflixu se v Kobarid zgrinjajo lačni radovedneži z Nove Zelandije, iz Brazilije, ZDA – Življenje se je obrnilo na glavo

**KOBARID** – Z majskega epizoda serije *Chef's Table* na digitalni postaji Netflix je Ana Roš postalas svetovna zvezdnica kuharskega sveta. V Staro selo pri Kobaridu se odleti v Hišo Franco zgrinjajo tudi iz najbolj oddaljenih krajev, zato se skorajda nemogoče najti pristo mizo. Ana je zelo odprto spregovorila tudi o tem, kaj vse se skriva za bliščem zdaj najbolj znane restavracije pri nas.

skih sponzorih na dan. Samo za tekoče stvari bi vsak dan potrebovala tri ure. Čez mesec dni odhajam v Avstralijo in Imam že dogovorjene od dvanajstih intervjujev na teden za tamkajšnje medije. Noro. Vse to mi zamej ogromno časa, dan pa ima samo 24 ur. V kuhinji nas je deset, se oklobra lasi mo bili štirje. Do 13. novembra, ko imamo odprto, smo polni. Luknje nastanejo, če kdo odpove.

**Spremembe opazijo tudi gostje?**  
Vse to spremeni odnos tudi do njih. Ljudje imajo velika pričakovanja, saj prepoznajojo tudi pol sveta, da pridejo sem jesti. Prej smo rekli, da je dobro, da nimamo Michelinovih zvezdic, da smo lahko bolj ustvarjalni, da si lahko morebiti privoščimo tudi slabši dan. Lahko smo zgolj pozitivno presenetili. Zdjaj je seveda drugače. Kako naj nekemu, ki je pripravljen na Nove Zelandije samo zato, ker nas je videl na Netflixu, rečeš, da imam slab dan? Vsak dan je tukaj deset ljudi, ki govorijo eno in isto. Videli smo vas na Netflixu, komaj smo čakali, prišli smo iz Kanade, z Nove Zelandije, iz Avstralije, Brazilije, ZDA ... Poleg vseh Evropejcev,

Ogromno ljudi pride v dolino zaradi restavracije. Prvič v življenju se krepiamo s piarovski ekipo. Vsak dan dobivamo prošnje za intervjuje, dogodke, večerje ... Vedno sem govorila, da se mora hisa sama prodajati, toda gre zgolj za pomoč, da nekdo nameni nas, ki imamo že tako dovolj dela, širi našo zgodbo. Dogovarjamo se s tvoj piarovoč za mednarodni trg. Imamo dve možnosti: da vse skupaj razvedeni ali pa da naprej hranimo tega znanja.

**Malu v šali, kolikokrat ste se znašli pred živčnim zlomom?**  
Nič nis, ni treba šaliti – nekajkrat, ker nisem bila več kos situaciji, to pa so najbolj gorke občutki. Prej smo obvladovali restavracijo z desetimi mizami, zdaj jih dvajset ni dovolj. Urnik začelamo v predvečernem času, nehali smo streči kosila, ker je ekipa tako utrujena, da od poletja ne bi zdržala. Vedno smo se trudili imeti osebni odnos z gosti. Toda če želimo vsto-

pitri na svetovni trg, nimamo druge izbire. Prvič v življenju se krepiamo s piarovski ekipo. Vsak dan dobivamo prošnje za intervjuje, dogodke, večerje ... Vedno sem govorila, da se mora hisa sama prodajati, toda gre zgolj za pomoč, da nekdo nameni nas, ki imamo že tako dovolj dela, širi našo zgodbo. Dogovarjamo se s tvoj piarovoč za mednarodni trg. Imamo dve možnosti: da vse skupaj razvedeni ali pa da naprej hranimo tega znanja.

**Levi krožniki in polni kozarci so eni pred živčnih zlomov?**  
Ah, seveda je razlika očitna. Poosejama im hud problem popolne polnetne sezone in prvega jesenskega dežja, ki sredi oktobra ali še prej odplakne okoliščine. Netflix je poskrbel, da nisem več odvisni od vremena. Raje smo pod srečno zvezdo, da se nam je kaj takega zgodilo. To so lahko ključni trenutki te zloje za našo hiso, ampak tudi za dolgo. Verjetno zima prvič ne bo problem in bomo lahko novo sezono začeli brez minusa na banki. Morebiti bomo končno lahko spet kaj vložili v hiso. Laže bomo ustva-

žili dobro ekipo, namesta da polovico ljudi septembra odslavimo. Če bomo imeli dva meseca mrtve sezone, to za nas pomeni vsega prihodnost, da bomo nekdo lahko živeli kot normalni ljudje. Kobarid ni Ljubljana. Netflixov učinek bi bil tam stokraten. Mi smo zdaj prišli na točko, na kateri bi v Ljubljani lahko vedno bili.

**Omenjali ste, da imajo ponekod na pice višje marže kakor vi v nadstandardni restavraciji?**  
Z Valterjem (Kramarjem, op. p.) nama je bilo najbolj grozno, ko sva se morala odločati glede osebja. Nisva mogla zamožgati plač, ki so za Ljubljano smotljivi nizke. Pred nekaj leti v času krize smo morali vs prvih treh mesecih leta poslati osebe na zavod, ker hisa z 12 ljudmi ne bi prežvela. Ljudje so se znašli na socialnem dnu, ko pa smo jih znova vzeali nazaj, smo za povprečno plačo od njih spet zahtevali popoln servis. Velikokrat se spominjam, da se jim nisva dovolj zahvalila, ker smo imeli že nove probleme nad glavo. No, nam ni hudega. Precej potujemo in nisimo največježi na tem svetu. Za toliko odrekajanja in

truda pa to ni nikoli dovolj plačano delo.

**Precej sva se osredotočila na tujce, kaj pa domači gosti?**  
Ni jih malo. To je zame veselje in priznanje, da te okolje sprejema kot del identitete. Ostajamo in moramo ostati del tega okolja. Jabolko navdiha od predsednika Boruta Pahorja je nekakšno moralno zadobčenje občinskega priznanja za izjemne dosežke pa sem se resnično razveselila, čeprav so nekateri v občinskem svetu ob odločitvi župnana menda greli mihi pokocni.

**Tudi kritike Slovencev na nekaterih spletnih straneh so slabše od tulj. No, to je ta slovenska logika, ki noče ali se boji odličnosti. Preberem, ampak grem mima tega.**  
Danes v Starem selu, jutri v New Yorku. Tam bomo v prihodnjih dneh skupaj s Slovensko turistično organizacijo gradili prepoznavnost slovenske gastronomije. Upam, da se bo zadeva prišla, saj je zanimanje ameriških medijev izjemno, in to se spleta izkoristiti.

**BLAŽ MIKSIČ**

Kako se vam je življenje od maja spremenilo?  
Obrnilo se je na glavo. Na naših tabli z dnevnimi mislimi in željami zdaj piše, da Netflix ubijte vse žele. To je sicer proti vsaki poslovni logiki. Vedeli smo, da urednje biti drugače, nisimo si pa niti predstavljali, da lahko serija v odročnem Kobaridu povzroči takšno neverjetno spremembo. Še dva dni po oddaji mi bilo nobenega odziva, a smo se kar malo začudili, a že kmalu smo se urapljali v več kot tristo elektron-



Foto: Uroš Macek/Slon